



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA  
Dipartimento delle Culture Europee e del Mediterraneo – DICEM

DOTTORATO DI RICERCA  
**Cities and Landscapes: Architecture, Archaeology, Cultural Heritage, History and Resources**

SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE  
**M-DEA/01| ANTROPOLOGIA CULTURALE**

CIRIACA CORETTI

**ARTIGIANATO ARTISTICO E PROCESSI DI COSTRUZIONE DELLA LOCALITÀ  
I CASI DELLA CITTÀ DI MATERA E DELLA REGIONE CATALANA**



RELATORE  
**Prof. Ferdinando Felice Mirizzi**

COORDINATORE DEL DOTTORATO  
**Prof. Mauro Fiorentino**

CICLO XXXIII



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

Dipartimento delle Culture Europee e del Mediterraneo – DICEM

DOTTORATO DI RICERCA

**Cities and Landscapes: Architecture, Archaeology, Cultural Heritage, History and Resources**

SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE

**M-DEA/01| ANTROPOLOGIA CULTURALE**

TITOLO DELLA TESI

**ARTIGIANATO ARTISTICO E PROCESSI DI COSTRUZIONE DELLA LOCALITÀ  
I CASI DELLA CITTÀ DI MATERA E DELLA REGIONE CATALANA**

COORDINATORE DEL DOTTORATO

**Prof. Mauro Fiorentino**

DOTTORANDA

**Dott. sa Ciriaca Coretti**

RELATORE

**Prof. Ferdinando Felice Mirizzi**

**CICLO XXXIII**





Ciriaca Coretti

**Artigianato artistico e processi di costruzione della località**  
**I casi della città di Matera e della regione catalana**



## INDICE

<b>Introduzione</b>	5
<b>Casi di studio</b>	9
<b>Capitolo primo: Introduzione all'artigianato</b>	
1.1 Storia e origine del mito: dall'antica Grecia al Rinascimento	15
1.2 L'avvento delle macchine e il "disagio dell'abbondanza"	18
1.3 Nuove imprese artigiane	19
1.4 Quadro legislativo nazionale in materia di artigianato	23
<b>Capitolo secondo: Artigianato artistico e produzione della località</b>	
2.1 Per una definizione di artigianato artistico	25
2.2 Mestieri d'arte e artigianato di eccellenza	30
2.3 Gli oggetti del lavoro manuale come elemento distintivo nei processi di patrimonializzazione dei saperi locali	33
2.4 Artigianato "autentico" e produzione della località	42
<b>Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata</b>	
3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata	50
3.2 Arte popolare e mestieri della tradizione agropastorale	58
3.3 La tradizione della cartapesta e la "bottega temporanea del Carro"	67
3.4 Le nuove botteghe artigiane. Il caso della città di Matera	75
<b>Capitolo quarto: Etnografie di artigiani</b>	
4.1 Massimo Casiello Tornitura Artistica Atelier del Legno	84
4.2 Bottega d'Arte Pentasuglia di Claudia e Raffaele Pentasuglia	86
4.3 Il Bottegaccio di Mario Daddiego	91
4.4 Crea che Ricrea di Angela Ramundo	94
4.5 Schiuma Post Design di Tommaso Schiuma	97
4.6 Daddiego Ceramiche – La famiglia Daddiego	100
4.7 Matera Laboratorio di arte orafa e lignea di Lela Campitelli e Michele Ascoli	103
4.8 Arterego di Margherita Albanese	106
4.9 Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi	108
4.10 Alessandro Castano Ebanisteria & Restauro	110
4.11 Geppetto Artigianato - Marco Brunetti	112

4.12	Elisa & Janna - Gioielli Scultura di Elisa Tummillo e Johanna Curti	114
4.13	Gi.Mi. Ceramiche di Giuseppe Mitarotonda	117
4.14	Maria Bruna Festa - Ceramiche d'Arte	120
4.15	Progetto Arte di Giuseppe e Vincenzo Rizzi	122
4.16	DaciarTE Laboratorio di ceramica e pittura di Dacia Capriotti	125

### **Capitolo quinto: *Artesania de Catalunya***

5.1	Il marchio <i>Empremtes de Catalunya</i>	135
5.2	Artigianato e Musei del XXI secolo	140
5.3	<i>Ceràmiques Marcó</i> di Jaume Marcó Cambó e Pilar Alsina Marquez	149
5.4	<i>Vilà Clara Ceramistes</i> di Joan e Josep Vilà-Clara Garriga	152

### **Conclusioni**

### **Appendice**

*Souvenir di viaggio*. Il ruolo delle produzioni artigianali nel processo di rielaborazione dell'esperienza turistica.

### **Allegati**

### **Riferimenti bibliografici**

### **Documenti, leggi e testi normativi**

### **Sitografia**

*«Voglio dimostrare che le persone possono conoscersi meglio attraverso le cose che fabbricano, che la cultura materiale è importante, che è possibile realizzare una vita materiale più umana, se solo si comprende meglio il processo del fare».*

Sennett, 2008, *L'uomo artigiano*



*Michele Ascoli. La bottega dei Metalli, MANIPOLAZIONI. Il sapere nelle mani, Settembre 2012*





## Introduzione

Negli ultimi anni, il lavoro artigiano è stato al centro di numerosi studi, dibattiti e riflessioni che hanno coinvolto a vari livelli le discipline antropologiche, storiche, sociologiche ed economiche, producendo, ognuna nel proprio ambito disciplinare, riflessioni ed elaborazioni teoriche sul tema.

Partendo dagli studi prodotti, e tenendo debitamente conto della multidisciplinarietà del tema e della natura interdisciplinare del corso di dottorato *Cities and Landscapes: Architecture, Archaeology, Cultural Heritage, History and Resources*, il presente lavoro si pone come obiettivo quello di indagare in una dimensione antropologica e in un'ottica multidisciplinare le dinamiche legate alle politiche di patrimonializzazione portate avanti a favore dell'artigianato, e sviluppare una riflessione teorica attorno ai temi del patrimonio culturale immateriale, costituito dai saperi e dalle pratiche artigiane così come specificato anche dall'art. 2 della *Convenzione Unesco per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*.

In particolare, la ricerca si sofferma sul significato e sulle pratiche legate all'artigianato artistico e tradizionale mettendo a confronto gli studi prodotti in questi ambiti e riportando i casi di studio della città di Matera e della regione Catalana.

Il lavoro artigiano, nella sua accezione artistica e in quella più antica di fornitore di servizi, porta con sé una lunga tradizione e costituisce una fonte importante per la ricostruzione dell'evoluzione economica, sociale e culturale dei territori. Esso, lontano dall'essere soltanto un esito residuale di professioni scomparse, risponde oggi efficacemente ai bisogni contemporanei del mercato e del turismo in virtù dei riferimenti ai complessi concetti di autenticità, nostalgia e richiamo alla tradizione.

In tutti i casi, con la presente dissertazione si vuole mettere in luce la valenza economica e culturale che l'artigianato ha prodotto in passato e produce ancora oggi nello sviluppo dei territori, valorizzandone l'identità e le tradizioni locali.

Una premessa storica e un'analisi dei processi economici e legislativi possono aiutare a cogliere più adeguatamente gli studi e le ricerche antropologiche prodotte in Italia intorno ai temi dell'artigianato.

Di fatto, la ricerca parte da una indagine storica della definizione della figura dell'artigiano a partire dagli studi di Richard Sennett, sociologo alla *New York University* e alla *London School of Economics*, per il quale l'artigiano è la figura rappresentativa di una condizione umana: quella del mettere un impegno personale nelle cose che si fanno, e quando come maestria tecnica ci si riferisce soltanto all'abilità manuale ci si fa un'idea insufficiente dell'abilità artigiana. In tutti i campi la maestria tecnica si fonda su abilità sviluppate al massimo grado e, ai livelli più elevati, la tecnica nel caso del lavoro artigianale non è più un'attività solo meccanica ma anche creativa, che si esprime attraverso la risoluzione dei problemi o le richieste di mercato.

Dalla definizione di artigiano, intesa nella sua accezione culturale e umana, il testo di Sennett, *The Craftsman* (1997), affronta il tema della maestria tecnica, dell'abilità di fabbricare bene le cose, considerata non come procedimento ma come questione culturale. Il termine maestria, pur avocando modi di vivere tramontati con l'avvento delle società industriali, in realtà rappresenta il desiderio di svolgere bene le cose e copre questioni più ampie di quella del lavoro manuale in sé. Sennett esplora le dimensioni anche sociali dell'abilità tecnica, dell'impegno e del giudizio, concentrandosi sul nesso tra mano e mente. Ogni bravo artigiano conduce infatti un dialogo continuo tra pratiche concrete e pensiero, che si concretizza nell'acquisizione di abitudini che creano un movimento continuo tra soluzione e individuazione dei problemi. Sennett è convinto che il modo di lavorare dell'artigiano possa offrire alle persone un ancoraggio nella realtà materiale, comprovando che la storia delle arti e mestieri indica modi di usare gli attrezzi, di

organizzare i movimenti, di pensare i materiali che costituiscono valide alternative su come condurre la vita con maestria.

La storia delle cose, inoltre, segue un andamento nel quale metamorfosi e adattamento svolgono un ruolo importante nel corso delle generazioni umane. La scelta di tornare a fare le cose con le proprie mani non è solo un'opzione difensiva dai rischi della globalizzazione ma anche un modo per garantire l'innovazione. Il testo di Sennett ha riportato l'attenzione sul significato più profondo del *processo del fare* sottolineandone l'accezione umana e culturale ed è stato di fatto il punto di partenza della mia ricerca.

Da un punto di vista economico, gli studi riferiti a questo settore produttivo si sono limitati in gran parte a un'analisi di tipo "riduzionista", che ha contrapposto la dimensione artigiana a quella industriale, non tenendo debitamente conto delle ricadute che l'artigianato sta avendo oggi rispetto al processo di crescita dell'economia locale dei territori e ancora di più al contributo che gli stessi territori, con le proprie specificità storiche e culturali, possono offrire allo sviluppo del settore artigianale.

Si distingue, nell'ambito degli studi economici, il testo di Stefano Micelli, *Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani* (2011), che, senza guardare troppo al passato e partendo dalla cultura dei nuovi *makers* americani, riflette sulla capacità di recuperare e rinnovare il lavoro artigiano in un'ottica di ridefinizione delle categorie dell'innovazione e del consumo.

Il lavoro artigiano rappresenta oggi uno dei tratti distintivi della cultura e dell'economia italiana e costituisce un elemento di riconoscibilità nel mondo. La sua importanza è anche legata al fatto che esso ha avuto in passato un peso consistente nella formazione dei distretti industriali e delle piccole imprese protagonisti della crescita economica italiana degli anni Ottanta e Novanta. Ancora oggi la competitività del sistema industriale italiano rimane legata in molti casi a competenze artigiane che hanno rinnovato il loro ruolo all'interno delle imprese. Ciò che caratterizza oggi l'industria italiana è, in molti casi, un saper fare che pochi altri paesi possono vantare, perché, se è vero che esistono in Italia piccole imprese artigiane che riproducono i mestieri della tradizione, è altrettanto vero che tante medie e grandi imprese affidano a competenze artigiane il loro successo sul mercato. Il nuovo artigiano oggi è una figura complessa che dimostra di sapersi proiettare in una dimensione economica e culturale contemporanea. La capacità di recuperare e rinnovare il lavoro artigiano permette all'Italia di trovare una collocazione originale sulla scena internazionale. Lungi dal rappresentare un mondo rassegnato e malinconico, il nuovo artigiano ridefinisce le categorie dell'innovazione e del consumo (Micelli, 2011).

Analizzando da vicino alcuni casi, legati ad esempio al settore artigianale delle calzature, dell'abbigliamento o ancora della liuteria, Micelli individua tre caratteristiche tipiche del lavoro artigiano: un'autonomia che diventa imprenditorialità; una capacità di dialogo e relazione che diventa prodotto su misura; una capacità di rielaborare la tradizione che si trasforma in prodotto culturale (Micelli, 2011, pp. 97-100).

L'Italia rappresenta una meta privilegiata per i nuovi creativi con la passione del fare che vengono nel nostro paese per apprendere le tecniche del mestiere, avvicinarsi alla cultura manifatturiera e assorbire il gusto della tradizione. Quello che accomuna l'autoproduttore e l'artigiano è la relazione tra: progetto, produzione, lavoro, ambiente, comunicazione, commercio e valore. Questo legame è il tratto distintivo del nuovo artigiano.

La capacità di recuperare, rinnovare e innovare il lavoro artigiano rappresenta una scommessa che va oltre i confini dell'economia locale, pur costituendosi come elemento di riconoscibilità di un territorio e come patrimonio culturale di una comunità, e dando valore alla creatività del singolo, intesa come capacità di innovazione di chi lavora con le proprie mani. Attraverso le proprie capacità tecniche e la propria sensibilità artistica l'artigiano, traferisce in un oggetto la storia e le tradizioni legate al contesto locale, o per lo meno la sua personale interpretazione. Il sapere tecnico è un elemento imprescindibile nella valutazione economica del prodotto artigiano, ma il fatto che esso esprima "identità", "tradizioni" e "specificità" di un territorio rappresenta un aspetto altrettanto centrale nella elaborazione del valore.

La capacità di rinnovamento, la creatività individuale che contraddistingue la produzione artigiana da quella seriale ha alimentato un bagaglio di competenze che nel tempo si è arricchito di elementi di innovazione e ha rafforzato nell'immaginario collettivo l'idea che il lavoro artigianale fosse caratterizzato da unicità e

singolarità, frutto di un lavoro che, riprendendo Sennett, si evolve continuamente e permette lo sviluppo di una maestria tecnica attraverso cui gli artigiani manifestano la padronanza che acquisiscono proprio nella ripetizione di determinati atti.

A partire da un'analisi storica ed economica di questo tipo, la ricerca si sviluppa indagando l'interesse e gli studi prodotti dalle discipline antropologiche intorno alle dinamiche legate alla valorizzazione e patrimonializzazione dei saperi artigiani, partendo dalle definizioni prodotte nel campo degli studi di cultura materiale delle due categorie analitiche di "manufatto etnografico", come oggetto artigianale da una parte e "oggetto d'arte" dall'altra.

La questione si complica quando cerchiamo di dare una definizione del termine "artigianato artistico", considerando la difficoltà nell'identificare la connotazione sociale dei fenomeni estetico-artigianali attuali. Alla fine degli anni Settanta, Pietro Clemente, in linea con il paradigma ciresiano<sup>1</sup>, cerca di distinguere analiticamente proprio le nuove forme dell'artigianato rurale e urbano, indicando un primo livello caratterizzato «dalla distinzione, all'interno dell'arte popolare, tra un'attività manuale-espressiva interna all'attività produttiva familiare (rurale) ed un'attività invece separata e complementare alle altre» (Clemente, 1978, p. 543). Sulla differenziazione tecnica che intercorre tra le categorie artistiche di "belle arti" e "artigianato" la ricerca mette in luce gli studi condotti da Alberto Caoci e Roberto Salizzoni.

Alberto Caoci (Caoci, 2007, pp. 18-27), nella premessa al saggio *I mondi dell'arte e dell'artigianato*, accenna al significato dei termini di arte, artigianato e arte popolare, sottolineando come la definizione di queste categorie sia normalmente il frutto di arbitrarie costruzioni culturali derivanti dal mondo dell'arte. A suo modo, sulla stessa linea si colloca anche Roberto Salizzoni osservando come nel mondo antico non esistesse nessuna suddivisione delle arti in "belle arti" e "artigianato" e riportando la definizione del termine ai principi estetici del Settecento (Salizzoni, 2007, pp. 107-116).

Anche Richard Sennett, in riferimento alla vicenda del Cellini, analizza le relazioni di potere che si stabiliscono tra artista e mecenate, e propone una distinzione sociologica tra artigianato e arte e, sulla questione dell'autonomia, connessa ai temi della committenza e del valore estetico dell'opera, relativamente al mestiere, si sofferma anche Caoci (Caoci, 2007, pp. 19-20).

A partire da quelli che Franco Lai chiama, "gli oggetti culturali" (Lai, 2007, pp. 35-37), la ricerca si sofferma sulle questioni legate alla valorizzazione e patrimonializzazione dei saperi artigiani connesse con le pratiche di produzione e promozione della località. Dalla sua progettazione alla realizzazione, il prodotto artigianale, veicola significati simbolici e, nel caso dell'artigianato artistico, spesso non risponde a una logica prettamente funzionale. Nel prodotto dell'artigianato artistico si sono trasferiti negli anni tradizioni, immagini e simboli della cultura locale, attraverso un saper fare tecnico che ha legato la produzione artigianale al territorio, agli specifici contesti sociali e culturali e a tecniche tramandate attraverso un sapere non sempre formalizzato ed esplicito, ma a ogni modo radicato nel contesto storico e culturale entro cui si è sviluppato. La pratica artigiana esprime in sé tradizioni e identità che legano l'oggetto al contesto territoriale e sociale in cui un oggetto viene prodotto e di cui ne esprime i tratti culturali (Angioni, 2007).

L'artigianato si propone oggi come parte del patrimonio storico e culturale locale (Herzfeld, 2004; Broccolini, 2008), veicolando un messaggio che fonde nell'oggetto manualità e creatività attraverso l'utilizzo di materiali e tecniche tradizionali, ma anche trasferendo in esso l'esperienza e la creatività di chi lo produce.

Il timore legato alla conservazione di pratiche culturali tradizionali dinanzi ai processi di globalizzazione che hanno spinto inizialmente verso una omogeneizzazione dei prodotti e dei processi di lavoro, ha recentemente rivitalizzato elementi culturali marginalizzati riportando l'attenzione sul valore e sulla riscoperta della dimensione locale e dei suoi prodotti culturali.

---

<sup>1</sup> Alberto Maria Cirese (1921-2011) considerava l'arte popolare come un prodotto concreto e storicamente determinato dalle aree rurali nell'Italia post-unitaria; attività di uomini che hanno un loro orizzonte di conoscenze e di idealità, un patrimonio di tecniche e una loro tradizione di stili e uno specifico modo di fruirne. La sua indagine, affermava Cirese, deve essere perciò svolta all'interno dei dislivelli di cultura delle società cosiddette superiori, perché come le altre manifestazioni culturali è partecipe della loro storia, seppure in misura oppositiva e subalterna.

Un utile contributo, nell'analisi dei consumi contemporanei deriva dal volume di Pietro Meloni, *Antropologia del consumo. Doni, merci, simboli* (2018), il quale affronta la pratica del consumo come fatto sociale e ci introduce a uno dei temi più classici dell'antropologia del consumo, e cioè la relazione tra processi di mercificazione e processi di simbolizzazione, partendo dalla continua tensione, presente nel campo di studi sin dalla sua genesi, del rapporto tra merce e dono.

Di fatto, la crescita del consumo di prodotti artigianali ha stimolato l'interesse dei consumatori verso prodotti che, per caratteristiche culturali e modalità di produzione, hanno assunto un valore e un significato contrapposto a quello di mercificazione globale dando centralità alle culture locali e generando quella che generalmente è chiamata «produzione della località» (Lai, 2007). Nello stesso tempo il cambiamento di prospettiva ha contribuito a portare specifiche manifestazioni locali su uno scenario più ampio e globale.

Alla luce dei processi di patrimonializzazione, come osservano Fabio Dei e Pietro Meloni (2015), gli oggetti della cultura operaia e artigianale acquistano un nuovo valore che si alimenta delle nozioni di patrimonio, autenticità, capolavoro, dovuto al fatto che essi raccontano lo statuto sociale del produttore, del territorio al quale appartengono, della comunità di saperi di riferimento e anche del fruitore, inteso come compratore. Franco Lai ritiene che negli atti di consumo degli oggetti si esprimano non una ma diverse intenzionalità e in questo senso, gli studi di cultura materiale condotti da Dei e Meloni mettono in luce il valore sociale degli oggetti nella costruzione delle pratiche contemporanee legate alla produzione e al consumo, a partire da una lunga tradizione di studi che rintraccia nell'antropologia italiana il suo principale interlocutore (Dei, Meloni, 2015; Meloni, 2018).

Infine, le riflessioni e le elaborazioni teoriche prodotte in merito ai processi elencati finora hanno permesso di circoscrivere la ricerca, rintracciando nei casi di studio, della città di Matera e della regione catalana, gli elementi costitutivi che fanno dell'artigianato un elemento distintivo nei processi di patrimonializzazione e rappresentazione delle culture locali e, come ci ricorda Franco Lai, dando vita in alcuni casi a un vero e proprio processo di «produzione della località» (Lai, 2007, p. 41), veicolato e testimoniato attraverso marchi, prodotti e forme di autorappresentazione. Tale circoscrizione ha permesso in seguito di riportare la ricerca, attraverso un'analisi della relazione tra beni materiali, rapporti sociali, categorie della cultura e vita quotidiana, in uno scenario più ampio connesso ai mercati globali e all'eterogeneizzazione dei consumi.

## Casi di studio

La ricerca ha preso in esame due casi di studio, quello della città di Matera, preceduto da un'analisi del contesto istituzionale e territoriale riferito all'intera regione Basilicata, e quello della regione autonoma della Catalogna, in Spagna.

Nel primo caso, le botteghe artigiane hanno recuperato oggi nuove identità e funzioni, grazie anche a una nuova imprenditoria giovanile che ha iniziato a investire sul lavoro manuale e sul "saper fare"; nel secondo, invece, le politiche di promozione messe in atto a livello istituzionale hanno portato alla creazione del marchio *Empremtes de Catalunya* con lo scopo specifico di promuovere l'autenticità dell'artigianato catalano in contrapposizione alle produzioni artigianali comunemente assimilabili al resto della Spagna, avviando efficaci collaborazioni con i musei locali e gli artigiani.

Uno degli obiettivi della ricerca è stato quello di raccontare e mettere a confronto due realtà territoriali caratterizzate da una forte tradizione artigiana radicata nel territorio e da un percorso di promozione e rappresentazione dell'identità storica e culturale dei luoghi attraverso la valorizzazione delle produzioni locali riferite al comparto artigianale.

In entrambi i casi, la raccolta sul campo delle testimonianze, condotta attraverso il metodo dell'intervista, è stata preceduta da un attento lavoro di studio, consultazione e acquisizione delle fonti bibliografiche, storiche e istituzionali di riferimento che ha consentito successivamente di individuare le realtà caratterizzanti e gli "attori" a esse collegati<sup>2</sup>.

Attraverso l'analisi dei profili e delle caratteristiche che qualificano e contraddistinguono queste due realtà, l'intento è stato quello di sviluppare una riflessione antropologica attorno ai temi del patrimonio culturale immateriale, costituito dai saperi e dalle pratiche locali legate all'artigianato e indagare, in un'ottica multidisciplinare, le dinamiche legate alla ripresa del lavoro artigianale connesso alle politiche di patrimonializzazione e valorizzazione dei saperi artigiani e dei territori.

La ricerca portata avanti nella regione catalana rappresenta il frutto del lavoro condotto, nell'arco di tre mesi, sotto la guida di Saida Palou Rubio, antropologa, e Xavier Ulled i Bertran, storico e responsabile della gestione culturale del patrimonio museale, presso l'*Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural* (ICRPC) di Girona.

La ricerca ha indagato i processi di patrimonializzazione e le pratiche di valorizzazione messe in atto in tema di artigianato che, a partire dagli anni Novanta, hanno coinvolto la regione autonoma della Catalogna, all'interno di un processo più ampio, di valorizzazione e promozione della cultura materiale e immateriale, portato avanti in primis dalla *Generalitat de Catalunya* e poi diffusosi in modo capillare nel territorio attraverso i comuni e i musei. A questo processo hanno preso parte anche gli artigiani, testimoni vivi e in parte consapevoli, che hanno contribuito a mantenere viva la tradizione legata all'artigianato, sperimentando sempre nuove forme di rimodellamento della tradizione.

La ricerca è stata condotta rivolgendo l'attenzione ad alcuni degli attori istituzionali coinvolti in questi processi, al fine di ricostruire il quadro generale attorno al quale si definisce la produzione artigianale contemporanea. Il lavoro prova a mettere in connessione i termini di "patrimonio", "identità" e "tradizione", attraverso il racconto delle pratiche patrimoniali che hanno visto nell'artigianato un elemento distintivo e caratterizzante. Lo scopo è quello di dimostrare come i diversi attori abbiano contribuito, a vari livelli, alla ri-costruzione e rappresentazione di una storia collettiva composta da tante identità locali caratterizzate ognuna dalla propria specificità e tradizione storica.

---

<sup>2</sup> Le interviste sono state condotte nell'arco di tre anni, dal 25 agosto 2018 al 28 ottobre 2020.



In primo luogo, ho studiato il lavoro portato avanti dal *Centre d'Artesania Catalunya*, cioè l'area del *Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Catalunya*, che accredita, informa e promuove l' "autenticità", intesa come conformità alla tradizione, dell'attività artigianale catalana, responsabile della creazione e messa in promozione del marchio istituzionale *Empremtes de Catalunya*, riferito ai prodotti dell'artigianato catalano. Tra le diverse categorie di appartenenza al marchio, particolarmente interessante ai fini della ricerca è quella delle *Oficis Singulars*, caratterizzata per molti aspetti, dalla stretta collaborazione tra il Centro, i Comuni, designer e artigiani locali. Ho intervistato Xavier Villas i Balasch, direttore del *Centre d'Artesania Catalunya* e Marina Calls i Xart, responsabile del *Projectes de Promoció d'Artesania*. Sebbene la creazione del marchio possa sembrare un'iniziativa isolata, essa si inserisce invece in un processo più ampio di patrimonializzazione e costruzione di un'identità collettiva, che dai primi anni Novanta ha coinvolto a vari livelli tutto il paese.

Lo studio delle politiche di promozione messe in atto a livello istituzionale dal Consorzio è stato particolarmente utile a definire il quadro generale della ricerca e a fissare il punto di partenza delle politiche attuate a livello locale da Comuni e musei. Attraverso lo studio del marchio sono emerse le produzioni artigianali più caratterizzanti e che ancora oggi, a livello locale, animano le comunità e ne definiscono la specificità sul piano sociale e culturale.

Il passo successivo è stato quello di indagare come queste produzioni sopravvivano nel territorio e come il processo di patrimonializzazione sia tutt'altro che concluso, grazie anche alla rete di musei locali, ambasciatori di storia e rappresentanti di una tradizione artigiana che è, oggi, vitale, attraverso la collaborazione con i comuni, le associazioni locali di categoria, le scuole e gli artigiani stessi.

Per ricostruire il quadro generale dalle politiche patrimoniali attuate in Catalogna, in riferimento al proprio patrimonio etnologico e alla costruzione sociale, più o meno consapevole, di un'identità comune attraverso la valorizzazione e promozione della propria eredità culturale, ho incontrato e intervistato Rafael Folch Monclus, del Dipartimento di cultura della *Direcció General de Cultura Popular i Associacionisme Cultural*, che dal 1994, anno della sua istituzione, ha partecipato al programma riguardante l'*Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya*.

Insieme a Saida Palou Rubio e Xavier Ulled i Bertran, abbiamo ricostruito la rete dei musei locali e individuato tra essi alcuni particolarmente interessanti dal punto di vista della ricerca.

La scelta di proseguire il mio studio ponendo l'attenzione proprio sui musei si è rivelata particolarmente utile per diverse ragioni e le interviste ai direttori dei musei hanno messo in luce le specificità di ognuno di essi, aiutandomi a ricostruirne la storia.

La particolarità di tali musei risiede innanzitutto nel loro carattere contemporaneo e nell'attenzione ai processi di trasformazione che negli anni hanno investito l'artigianato legato al mondo rurale e la meccanizzazione dei processi lavorativi. L'attualità degli allestimenti museali è visibile, oltre che nell'utilizzo delle nuove tecnologie multimediali, nell'attenzione dedicata al passaggio temporale e, alle trasformazioni, che negli anni hanno interessato il comparto artigianale e il mondo dei consumi, nel passaggio, prima, dalla civiltà rurale a quella industriale, fino, poi, all'epoca contemporanea.

Accade che ogni museo racconti una storia: la storia del luogo in cui sorge e della comunità che lo ha animato, una storia fatta di persone, oggetti, luoghi di lavoro, strumenti, materiali, crisi, ripresa e riadattamento del settore artigianale.

Emerge, a questo scopo, innanzitutto il carattere divulgativo degli allestimenti museali, e ciò risulta essere un tratto comune ai grandi musei come anche a quelli più piccoli. Il museo rappresenta, in sintesi, il luogo in cui si raccoglie la storia attuale della comunità.

La loro caratterizzazione identitaria investe il territorio a livelli diversi: dagli edifici storici in cui le stesse strutture sorgono alla collaborazione con le famiglie artigiane del luogo e in alcuni casi, grazie a una gestione partecipata, con le associazioni locali di categoria.

Il passo successivo è stato incontrare alcune tra le famiglie con una più lunga tradizione artigiana e che ancora oggi operano nel territorio.

Attraverso il metodo dell'intervista, la testimonianza degli artigiani mi ha aiutato a ricostruire l'ultimo tassello di questo lungo processo di promozione della tradizione che vede nel comparto artigianale una realtà decisamente caratterizzante e qualificante ai fini della valorizzazione dei luoghi.

Alcune interviste condotte presso gli artigiani catalani non sono state riportate nella ricerca perché risultavano incomplete; avevo previsto di portarle a termine l'anno successivo ma, purtroppo, a causa delle misure di confinamento adottate a livello internazionale durante la pandemia di Covid-19 non mi è stato possibile recarmi nuovamente in Spagna.

La ricerca condotta nella città di Matera ha riguardato la gran parte del lavoro di ricerca e ha seguito, a tratti, un percorso differente, in cui gli artigiani, con le loro personali esperienze di vita e lavoro, hanno avuto il ruolo più rilevante, in mancanza, a differenza della regione catalana, della presenza di un programma regionale permanente in materia di artigianato e di un organo istituzionale unitario che regoli il comparto. L'adesione degli artigiani alle associazioni di categoria è molto limitata e, in alcuni casi, assente. Mancano del tutto nel territorio strutture museali sul tema dell'artigianato, se non fosse per la presenza locale di alcune collezioni private incentrate per lo più sulle tradizioni artigiane connesse al mondo contadino e agro-pastorale di inizio Novecento.

In questo contesto, ho ricostruito dapprima il quadro legislativo nazionale in materia di artigianato e, successivamente, il profilo istituzionale e le iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico portate avanti negli anni nella Regione Basilicata e nella città di Matera, intervistando i presidenti delle associazioni di categoria della CNA Basilicata e Confartigianato Matera ed esponenti dell'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Matera (CESP) sulla creazione, nel 2005, di un marchio collettivo per l'artigianato materano.

In riferimento alla tradizione artigiana del territorio ho approfondito i temi legati all'arte popolare e ai mestieri della tradizione agropastorale, con uno sguardo particolare alla lavorazione della cartapesta e a quella che ho definito la "bottega temporanea del Carro". A questo scopo ho incontrato alcuni degli esponenti dell'Associazione Maria SS. della Bruna, Domenico Andrisani e Bruno Caiella, attuale Presidente, i quali, attraverso le loro testimonianze, mi hanno aiutato a ricostruire la storia del manufatto in cartapesta e il processo di assegnazione alla base della sua realizzazione. Sono stati di grande utilità, in questo caso, anche i documenti storici e la letteratura locale.

L'ultima parte del lavoro di ricerca ha riguardato le "nuove botteghe artigiane" della città di Matera, con una valutazione numerica e una mappatura grafica della loro geo-localizzazione sul territorio. Tale lavoro ha richiesto un impegno non indifferente, generato dalla difficoltà di inquadramento istituzionale delle botteghe artigiane, nella categoria delle piccole attività imprenditoriali. Ciò deriva dalla varietà delle categorie professionali con cui può avvenire l'iscrizione presso il Registro delle Imprese dell'ente camerale e dal fatto che il numero degli artigiani iscritti alle associazioni di categoria, come Confartigianato Matera e Cna Basilicata, non sia realmente quantificabile, in quanto solo alcuni, in verità ben pochi, ne fanno concretamente parte.

L'indagine è quindi dovuta procedere sul campo, con la raccolta diretta, attraverso il metodo dell'intervista, delle etnografie degli artigiani condotta a partire dall'individuazione delle realtà più caratterizzanti e rappresentative della realtà materana. A questo scopo ho focalizzato la scelta sulle botteghe laboratorio sorte negli anni Novanta, precedentemente alla nomina della città di Matera a Capitale Europea della Cultura 2019 e che rappresentano oggi la nuova imprenditoria giovanile.

Ho individuato nello specifico sedici botteghe, rendendo gli artigiani collaboratori "privilegiati" e cercando di mettere in luce le specificità di ogni laboratorio artigiano insieme al rapporto con la tradizione e con la contemporaneità alla luce dei processi di rappresentazione della località e di adattamento ai fenomeni connessi anche al turismo, che ormai da qualche anno ha investito in modo considerevole la città di Matera. Le interviste sono state condotte di persona in forma discorsiva, utilizzando un questionario aperto, che di volta in volta ho adattato ai miei interlocutori, in un processo di negoziazione di parole e azioni che ha incluso le mie conoscenze pregresse e che è partito essenzialmente da uno scambio di idee e punti di vista (Pennacini, 2010, pp. 25-26). L'idea è stata quella di dare voce agli interlocutori, in una sorta di racconto autobiografico basato su quello che, Alessandra Broccolini, chiama colloquio «confessionale», un

approccio all'intervista che, a differenza di quello estrattivo, inteso come semplice mezzo di indagine e di raccolta delle informazioni, è caratterizzato, invece, dall'autorappresentazione ed è frutto dell'incontro. (Broccolini, 2019, pp. 9-13)

Ho deciso in questa fase di utilizzare esclusivamente un registratore audio; ho rinunciato allo strumento audiovisivo perché conoscevo già gran parte dei miei interlocutori e ho voluto, da un lato, fare a meno di uno strumento che per alcuni sarebbe stato troppo invadente e dall'altro contingentare temporalmente la mia presenza in funzione delle disposizioni imposte a seguito della pandemia di Covid-19.

A tale proposito, vorrei solamente accennare, in questa sede, a come la ricerca sia stata continuamente rinegoziata nella sua ultima fase: a seguito delle limitazioni stabilite e imposte a livello nazionale a causa della diffusione della pandemia di Covid-19, la sua progettazione ha dovuto subire alcuni cambiamenti e adattamenti, soprattutto in relazione al lavoro sul campo, che, però, in linea di massima, non ne hanno modificato l'esito.

Attraverso una narrazione condivisa con gli interlocutori, ho raccontato l'esperienza personale degli artigiani, sottolineando il valore del loro lavoro e, grazie alla storia di vita personale di ognuno, ho cercato di ricostruire il quadro generale all'interno del quale si attivano le dinamiche legate agli aspetti caratterizzanti di questa comunità di saperi. Allo stesso tempo, la narrazione assume valore di documento e testimonianza di un passato recente che si combina con la memoria culturale della comunità attraverso la percezione personale e la rappresentazione della storia e identità dei luoghi.

La narrazione ha assunto volutamente un carattere discorsivo in una sorta di restituzione narrativa che riuscisse a esprimere quella che Cecilia Pennacini ha definito anche «raccolta delle emozioni» o «immersione partecipante» (Pennacini, 2010, pp. 256-286). Ho deciso consapevolmente di non riportare la trascrizione delle interviste, ma ho scelto di adottare uno stile narrativo che potesse esprimere al meglio l'esperienza vissuta durante la ricerca. Lungi dall'essere una narrazione oggettiva dei fatti, la mia presenza nella ricostruzione del racconto degli intervistati è ben esplicitata: da un lato, la scelta dei soggetti è stata di per sé un'operazione significativa, dall'altro, le mie conoscenze pregresse, scaturite dal fatto di appartenere alla stessa comunità locale di riferimento, hanno certamente condizionato la mia percezione del racconto, nonché la selezione e la narrazione dei contenuti in base agli obiettivi della ricerca (Pavanello, 2010, pp. 184-189). Purtuttavia, ho cercato, nella selezione dei soggetti da intervistare, una varietà di esempi che mostrasse l'eterogeneità e la ricchezza rappresentata dalla comunità artigiana locale e, nel racconto, di restituire loro, per quanto possibile, una voce che potesse esprimere il proprio vissuto.

La ricerca è corredata infine da un vasto apparato fotografico che ha lo scopo di raccontare visivamente i tratti specifici del lavoro di ricerca in un'ottica di rappresentazione dell'incontro con i soggetti, ma anche gli stessi oggetti materiali della produzione artigianale. In questo senso le fotografie si sviluppano parallelamente al testo scritto, rappresentandone la testimonianza visiva. D'altro canto, a mio avviso, una ricerca sui temi dell'artigianato non poteva non richiedere una legittima restituzione visiva utile a esplicitare la fase dell'incontro con i diretti protagonisti in una sorta di percezione visiva della realtà osservata. Il processo di produzione dei materiali fotografici non è stato un processo individuale, ma ha coinvolto a vari livelli gli intervistati attraverso una scelta condivisa delle immagini da utilizzare ai fini del corredo fotografico, in particolare quelle riferite alle produzioni artigianali.

Infine, riporto di seguito la tabella con l'elenco degli interlocutori intervistati nell'arco di tre anni, dal 25 agosto 2018 al 28 ottobre 2020, in riferimento alla ricerca sul campo portata avanti nella regione autonoma catalana e nella città di Matera.

<b>ELENCO DEGLI INTERLOCUTORI</b>	
<b>Interviste condotte dal 25 agosto 2018 al 28 ottobre 2020</b>	
<b>REGIONE AUTONOMA DELLA CATALOGNA</b>	
Xavier Villas i Balasch	Direttore dell'Area Artesania - Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya
Marina Calls i Xart	Responsabile dei Projectes de Promoció d'Artesania - Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya
Rafael Folch Monclus	Departament de Cultura - Direcció General de Cultura Popular i Associacionisme Cultural - Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya
Joan Vicens i Tarré	Direttore Museu de la Terrissa de Quart
Xavier Rocas	Direttore Terracotta Museu de Ceràmica de La Bisbal
Oriol Calvo i Vergés	Direttore Museu del Càntir d'Argentona
Josep Espadalé Reballí	Direttore Museu del Suro de Palafrugell
Gemma Ribet	Responsabile della comunicazione Associació de Ceramistes de La Bisbal
Joan Vilà-Clara Garriga	President Associació de Ceramistes de La Bisbal - Vilà Clara Ceramistes
Joan Raventos	Associació Ceramistes La Bisbal – Artigiano
Marixell Bonadona	Ceràmica Bonadona Terrissers
Jaume Marcó Cambó e Pilar Alsina Marquez	Ceràmiques Marcó
<b>CITTÀ DI MATERA</b>	
Leonardo Montemurro	Presidente regionale CNA Basilicata
Rosa Gentile	Dirigente Nazionale e Presidente Confartigianato Matera
Franco Di Benedetto	Ex Responsabile Settore Artigianato Camera di Commercio di Matera
Bruno Caiella	Presidente dell'Associazione Maria SS. della Bruna
Domenico Andrisani	Ex Presidente dell'Associazione Maria SS. della Bruna e membro del Consiglio Direttivo
Massimo Casiello	Massimo Casiello Tornitura Artistica Atelier del Legno
Angela Ramundo	Crea che Ricrea
Alessandro Castano	Alessandro Castano Ebanisteria & Restauro
Tommaso Schiuma	Schiuma Post Design

Margherita Albanese	Presidente della Cna Artistico e Tradizionale di Matera - <i>Arterego</i>
Giuseppe Mitarotonda	<i>Gi.Mi. Ceramiche di Giuseppe Mitarotonda</i>
Mario Daddiego e Lucrezia Contuzzi	<i>Il Bottegaccio di Daddiego Mario</i>
Enrico e Piero Rizzi	<i>Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi</i>
Lela Campitelli	<i>Materia Arti Orafe e Lignee</i>
Dacia Capriotti	<i>Daciarte Laboratorio di ceramica e pittura</i>
Maria Bruna Festa	<i>Ceramiche d'Arte</i>
Marco Brunetti	<i>Geppetto Artigianato</i>
Dino, Marco e Valerio Daddiego	<i>Daddiego Ceramiche</i>
Raffaele e Claudia Pentasuglia	<i>Studio d'Arte Pentasuglia</i>
Giuseppe Rizzi	<i>Progetto Arte Di Giuseppe e Vincenzo Rizzi</i>
Elisa Tummillo e Johanna Curti	<i>Elisa&amp;Janna Gioielli Scultura</i>

## Capitolo primo: Introduzione all'artigianato

### 1.1 Storia e origine del mito: dall'antica Grecia al Rinascimento

Come riportato, da Richard Sennett, nel prologo del suo libro *The Craftsman* (edizione italiana del 2008), una delle prime celebrazioni della figura dell'artigiano risale all'antica Grecia e compare nell'inno omerico a Efesto<sup>3</sup>, il dio protettore degli artigiani, figlio di Zeus e Era. Dio del fuoco e signore della lavorazione dei metalli, Efesto, che produce e crea, fu identificato presso i Romani con Vulcano, e la sua fucina identificata nel cratere dell'Etna (Sennett, 2008, pp. 11-24). Efesto era adorato in tutte le città della Grecia in cui si trovassero attività artigianali, specialmente ad Atene, dove aveva sede il tempio omonimo. L'inno a Efesto celebrava in particolare coloro in grado di utilizzare allo stesso tempo "la testa e la mano". In contrapposizione alla forza distruttrice della Dea Pandora, il mito di Efesto presiede al lavoro artigiano, inteso come «portatore di pace e iniziatore della civiltà» (Sennett, 2008, p. 30).

Artigianato e comunità erano, per gli antichi greci, indissolubili. La parola greca che traduciamo per artigiano è *demiourgos*, che unisce l'idea di pubblico (*demios*: appartenente al popolo) e di produzione (*ergon*: opera, lavoro). I *demiourgoi* comprendevano i lavoratori manuali specializzati, come i vasai, ma anche medici, magistrati minori, banditori e araldi. L'artigiano nell'età arcaica occupava una fascia sociale equivalente alla nostra classe media. L'ideale del lavoro artigiano, celebrato nell'inno omerico a Efesto, congiungeva abilità tecnica e comunità.

Se con Omero l'artigiano era celebrato come persona pubblica, nell'età classica la sua dignità si offuscò. Un segnale delle diminuite fortune dell'artigiano compare negli scritti di Aristotele sulla natura del lavoro manuale. Aristotele abbandona il vecchio termine di demiurgo per usare *cheirotechnes*, lavoratore manuale. L'unità esistente in epoca arcaica tra abilità tecnica e comunità si era infatti indebolita e sebbene le attività pratiche costituissero ancora la base della vita della città esse non erano più onorate per questa loro funzione (Sennett, 2008, pp. 29-58).

Lo sviluppo della scienza classica contribuì anche alla divisione di genere, che per certi versi permane ancora oggi e che diede luogo alla connotazione maschile della parola artigiano, evidente nel termine inglese *craftsman*. Per le donne, con il passaggio dalla società arcaica a quella classica, il valore pubblico delle tessitrici, celebrate da Omero, continuò ad essere esaltato, ma questo non successe per le altre arti domestiche.

La figura dell'artigiano richiama da sempre quella della sua bottega. Dimora dell'artigiano è sempre stata il suo laboratorio, e in passato lo era anche in senso letterale.

Nel medioevo gli artigiani dormivano, mangiavano e allevavano i figli negli stessi locali in cui svolgevano il loro lavoro; lo spazio non era molto grande e oltre alla famiglia ci potevano stare al massimo una decina di persone. Una sorta di casa, in cui lavoro e vita si mescolavano in rapporti diretti. Il laboratorio artigiano era uno spazio produttivo in cui i problemi attinenti all'autorità erano gestiti dai partecipanti in rapporti faccia a faccia. Nel laboratorio erano le competenze tecniche a dare al capo mastro il diritto di comandare, mentre l'apprendimento e l'assimilazione di quelle competenze conferivano dignità all'obbedienza dell'apprendista o del lavoratore. Il cristianesimo aveva valorizzato fin dalle origini la dignità dell'artigiano

---

<sup>3</sup> "Voglio cantare, o Musa canora, d'Efesto, l'insigne. / lo scaltro. Ei con Atèna, la Diva dal ciglio azzurrino, / d'opere belle fu maestro ai mortali, che prima, / entro spelonche, a guisa di fiere vivevan pei monti. / L'opere apprese adesso d'Efesto, l'artefice insigne, / vivere ognuno può, dal principio alla fine dell'anno, / dentro le case, al riparo, tranquillo, una facile vita." [https://it.wikisource.org/wiki/Inni\\_omerici/Inni\\_minori/Inni](https://it.wikisource.org/wiki/Inni_omerici/Inni_minori/Inni)



e la morale cristiana era il modello a cui l'artigiano medioevale si ispirava. La religione valorizzava il lavoro dell'artigiano anche perché il lavoro manuale poteva in un certo senso contrastare la tendenza umana all'autodistruzione; di qui la comparsa nel medioevo di nuovi Santi artigiani. Pur nutrendo rispetto per il lavoro manuale, la dottrina cristiana medievale temeva il lato creativo dell'essere umano e l'artigiano cristiano dell'alto medioevo trovò la sua casa spirituale proprio nella terra dei monasteri (Sennett, 2008, pp. 61-63). Il laboratorio casa medievale era inserito nel sistema delle corporazioni di mestiere; con lo sviluppo delle città, nei secoli XII e XIII, il laboratorio artigiano subì una metamorfosi, diventando un luogo sacro e profano insieme. Le gilde, o corporazioni di arti e mestieri, godevano del sostegno giuridico di statuti pubblici e la loro forza derivava soprattutto dalla trasmissione pratica e diretta delle conoscenze da una generazione all'altra. Questo capitale di conoscenze era riconosciuto come la fonte del potere economico della corporazione. Lo storico Robert Lopez descrive la corporazione urbana come una federazione di botteghe artigiane autonome, dove i maestri prendevano le decisioni e stabilivano i criteri di promozione dei lavoratori da un rango all'altro: apprendisti, aiutanti occasionali, lavoratori salariati (Sennett, 2008, p. 62).

La presenza della Chiesa nel Medioevo influì anche sulla divisione di genere: la dottrina della Chiesa delle origini considerava il tempo libero una fonte di tentazione e l'ozio la causa del peccato dell'accidia; questa preoccupazione si rivolgeva in particolare alle donne che se non avessero avuto le mani occupate avrebbero inevitabilmente seguito la loro naturale inclinazione alla licenziosità sessuale. Questo pregiudizio generò la pratica della tessitura e del ricamo, grazie a cui le mani delle donne erano sempre occupate. Tuttavia, la connotazione maschile data al lavoro artigiano escludeva le donne dalle corporazioni, benché fossero le donne a cucinare e tenere pulita la bottega urbana.

Nella corporazione medievale l'autorità maschile si incarnava nella gerarchia formata da maestri, lavoratori salariati e apprendisti. Contratti appositi specificavano la durata dell'apprendistato, di solito sette anni, e il suo costo, pagato di solito dai genitori del giovane. Il settennato si concludeva con la esecuzione di un primo "capo d'opera", a dimostrazione delle abilità elementari acquisite; dopo un ulteriore periodo il giovane, diventato un lavorante retribuito, doveva dimostrare con "un'opera maestra" di meritare la qualifica di maestro. L'esecuzione del capo d'opera dell'apprendista si basava sull'imitazione, l'opera maestra del lavorante rispondeva invece a parametri più ampi. La differenza tra la mera imitazione dei procedimenti e la capacità di fare ricorso con intelligenza alle proprie competenze è una caratteristica distintiva dello sviluppo delle abilità tecniche. Il verdetto del maestro era definitivo, solo in rari casi la corporazione interferiva nel giudizio dei maestri di bottega. Come accade anche in temi più recenti, il lavoro migrante e il flusso del commercio internazionale provocavano nel medioevo paure simili a quelle di oggi. La grande preoccupazione delle corporazioni urbane era che il mercato fosse invaso da prodotti fabbricati altrove. In particolare, a Londra e a Parigi, le gilde avviarono misure difensive e le associazioni di artigiani itineranti cercarono di ottenere statuti per i propri membri dovunque andassero a lavorare. Le corporazioni riuscivano a creare un forte senso di comunità anche per quelli che oggi definiremmo lavoratori flessibili e all'epoca itineranti. Un complesso insieme di riti serviva a legare gli affiliati tra loro; nello specifico, i riti delle corporazioni e le confraternite a esse associate, fornivano la cornice in cui accreditare il proprio prestigio. L'obbligo più pressante per l'artigiano medievale era quello di accreditarsi una buona reputazione personale. Tutte le corporazioni medievali si fondavano sulla gerarchia della famiglia, ma i legami non erano necessariamente legami di sangue: il padre biologico trasferiva al maestro artigiano la propria potestà sui figli. Il maestro artigiano era legato da un giuramento religiosamente sancito: quello di migliorare le abilità di giovani a lui affidati; questo contratto proteggeva gli apprendisti dall'opportunismo dei loro maestri. Nello stesso tempo, l'apprendista era tenuto a non divulgare i segreti dell'arte del proprio maestro. Le testimonianze storiche raccontano che molte corporazioni privilegiavano i figli biologici dei maestri ma erano privilegi tutt'altro che sicuri; le aziende familiari erano piuttosto l'eccezione alla regola (Sennett, 2008, p. 68-69). La bottega artigiana medievale era una famiglia tenuta insieme dal rispetto e il capofamiglia fondava la sua autorità sul trasferimento di abilità tecniche. Delle molte ragioni del declino della bottega artigiana medievale nessuna è più importante del fatto che essa si fondasse sull'autorità e su di un sapere che poteva essere trasmesso soltanto attraverso l'imitazione, il rito e la delega della paternità.

Nella bottega medievale due figure di condizione ineguale, il maestro e l'apprendista, stabilivano uno stretto vincolo.

La separazione dell'arte dall'artigianato avvenuta nel Rinascimento modificò questa relazione: la bottega stessa andò modificandosi nella misura in cui le abilità esercitate acquistarono un carattere sempre più individuale e irripetibile. Ma l'individuazione all'interno della bottega portò a una maggiore dipendenza dell'artigiano-artista nella società. In questo lungo e radicale cambiamento la trasmissione delle abilità e il trasferimento delle tecnologie divennero problematici. Lo spazio sociale del laboratorio diventò uno spazio frammentato e il significato dell'autorità si fece conflittuale. Le corporazioni medievali inoltre tendevano a non sottolineare le differenze individuali ma a evidenziare in senso protezionistico il luogo dove era stato fabbricato l'oggetto, più che l'artigiano che l'aveva fabbricato. Nella cultura materiale del Rinascimento invece diventò sempre più importante per la vendita dei prodotti indicare il nome del fabbricante. La saliera di Cellini<sup>4</sup>, l'orafo più famoso del Rinascimento, fabbricata tra il 1540 e il 1543, per Francesco I di Francia, rientra in questo processo di sottolineatura della marca e di rivendicazione di una propria originalità. Il fatto stesso che una coppa destinata a contenere il sale fosse diventata un oggetto così elaborato, ben oltre la sua utilità funzionale, richiamava l'attenzione su di esso e sul suo artefice.

Già intorno al 1100 cominciò a evidenziarsi un cambiamento nel rapporto degli orafi rispetto ad altri artigiani, tanto che gli orafi dovettero coltivare molto più che in passato le arti del disegno e della modellatura, dando vita a un nuovo genere di oreficeria che incorporava nella lavorazione del metallo la pratica di un'altra arte, il disegno (Sennett, 2008, pp. 70-73). La vicenda del Cellini ci aiuterà in seguito a delineare la distinzione sociologica tra la figura dell'artista e quella dell'artigiano e la linea di confine, seppure effimera tra arte e artigianato.

L'atelier dell'artista rinascimentale differiva dalla bottega artigiana medievale e, a differenza di essa, esisteva in primo luogo grazie ai talenti distintivi del maestro, oltre a rappresentare per lo stesso artigiano, il suo rifugio dalla società. Non che gli artigiani medievali fossero del tutto ostili all'innovazione: il loro lavoro cambiava con grande lentezza e in seguito a uno sforzo collettivo; l'originalità aveva i suoi costi e poteva ostacolare l'autonomia. Il concetto di autorità assumeva in questo secolo una diversa connotazione: l'autorità era in questo caso rappresentata dalla committenza e gli artisti del Rinascimento ebbero a scoprire che l'originalità porta in superficie le relazioni di potere che si stabiliscono tra artista e mecenate.

Esisteva un limite concreto alla vitalità a lungo termine della bottega artigiana, così come conosciuta nel Medioevo, poiché la trasmissione delle conoscenze diventò difficoltosa: l'originalità del maestro in questo caso inibiva la trasmissione del sapere. In un laboratorio dove domina l'individualità e l'originalità del maestro, tenderà a essere predominante il sapere tacito. L'aspetto di socialità della competenza ripropone il problema della trasmissione dei saperi evidenziato nella bottega di Stradivari: il maestro non potette trasmettere la sua esperienza poiché essa era diventata un suo sapere tacito, estremamente personale<sup>5</sup>. Persino i suoi figli, Omobono e Francesco, non raggiunsero la genialità del padre, sebbene avessero trascorso la vita alle sue dipendenze, e con il tempo la stessa bottega si estinse. La competenza socievole consiste semplicemente di buone pratiche: l'organizzazione ben costruita concentrerà l'attenzione sugli esseri umani in divenire, incoraggerà la funzione di mentore, pretenderà che i parametri di qualità siano formulati in un linguaggio che tutti possano comprendere (Sennett, 2008, pp. 235-241).

La storia dei laboratori artigiani ci propone in sintesi una ricetta per creare forti vincoli tra coloro che ci lavorano: gli ingredienti principali sono stati nel medioevo la religione e il rito, un'epoca più secolarizzata

---

<sup>4</sup> La saliera di Francesco I di Benvenuto Cellini è un manufatto dell'artista fiorentino di alta oreficeria considerato un capolavoro del manierismo europeo, un'opera scultorea in ebano, oro e smalto, realizzata al tempo del suo soggiorno in Francia, tra il 1540 e il 1543. Cellini ebbe l'idea di creare una saliera originale ed estremamente preziosa in seguito alla richiesta del cardinale Ippolito d'Este. Il committente chiese quindi a Luigi Alamanni e Gabriele Cesano, due intellettuali alle sue dipendenze, di indicare il soggetto adeguato all'artista. Cellini, però, non accettò le indicazioni dei due uomini e realizzò un modello in cera che fu molto apprezzato dal cardinale. I costi per la realizzazione erano molto alti e il committente rinunciò alla saliera. Benvenuto Cellini si recò poi in Francia nel settembre del 1540. L'artista fu ospitato da Francesco I che gli mise a disposizione molte risorse per le sue creazioni e gli diede la possibilità di realizzare finalmente il suo ambizioso progetto.

<sup>5</sup> La bottega di Stradivari, fabbricante di violini, era insieme residenza e luogo di lavoro; al suo interno risiedevano la famiglia, insieme a giovani apprendisti e lavoratori più esperti. Il maestro era presente in tutte le fasi della costruzione e interveniva personalmente nel mettere a punto i dettagli.

ha sostituito quelli ingredienti con l'originalità. È evidente come, fin dall'antica Grecia, il legame tra artigiano e comunità sia un legame molto stretto e abbia una valenza molto importante nella determinazione dei rapporti di autorità e autorevolezza. Rapporti che diventeranno ancor più problematici con l'avvento delle fabbriche, nell'era dell'industrializzazione.

## 1.2 L'avvento delle macchine e il “disagio dell'abbondanza”

Quello delle macchine rappresentò il più grande dilemma a cui si trovò di fronte l'uomo artigiano degli inizi dell'età moderna. Agli albori dell'era industriale, nel XVIII secolo, non solo gli scrittori, ma anche i lavoratori ebbero a confrontarsi con questo problema.

Già nel XV secolo, l'Europa aveva conosciuto quello che lo storico Simon Schama ha chiamato il “disagio dell'abbondanza” (Schama, 1993), un'inedita disponibilità di beni materiali.

Nel Rinascimento, il commercio con i paesi extraeuropei e il numero sempre crescente di artigiani nelle città, fece aumentare enormemente la quantità e varietà di merci a disposizione. Diffondendosi verso il basso l'abbondanza materiale si estese agli aspetti più comuni della vita. L'avvento delle macchine nel XVIII secolo non fece che acuire tale disagio. Tutto considerato, però, il XVIII secolo accolse come virtù l'abbondanza prodotta dalle macchine: la macchina promise di migliorare la qualità della vita.

Ma l'aspetto che più preoccupava gli scrittori dell'illuminismo era la funzione produttiva della macchina e i suoi influssi sull'esperienza del fare; di qui il rinnovato interesse per le attività artigianali, che sembravano capaci di mediare tra l'abbondanza prodotta dalle macchine e la umile laboriosità dell'uomo.

Sul piano sociale la posizione degli artigiani ebbe una svolta. L'attività delle botteghe e dei laboratori proseguì in varie forme, ma in misura crescente il laboratorio in sé sembrava essere lo strumento che apriva la strada verso la fabbrica. Oggi, situazioni paragonabili a quelle del laboratorio sono ricavate nei grandi complessi delle moderne aziende e la fabbrica altro non è che un arcipelago di laboratori più o meno artigianali.

Con il maturare del macchinismo, nel XIX secolo l'artigiano appare essere sempre meno un mediatore e sempre più un nemico della macchina: a fronte della rigorosa perfezione della macchina, l'artigiano diventò un emblema del valore positivo delle variazioni, difetti, e irregolarità del prodotto fatto a mano.

L'incontro della modernità con la potenza delle macchine produsse una cultura ricca e contraddittoria: l'illuminismo idealizzò l'uomo nel suo potenziamento personale, ma sorgeva l'interrogativo se la macchina si sarebbe rivelata un nuovo potere a cui sottomettersi. Diderot, editore dell'*Encyclopédie*<sup>6</sup>, proponeva una diversa conclusione, che Sennett riassume così: «non dovremmo competere con la macchina, una macchina deve proporre anziché imporre e l'umanità deve sottrarsi al comando di imitare la perfezione. Contro la pretesa di perfezione possiamo affermare invece la nostra individualità, che è ciò che conferisce un carattere distintivo al lavoro che svolgiamo» (2008, p. 107). Gli spiriti progressisti dell'illuminismo si rivolsero alla macchina industriale con una visione altrettanto illuministica dell'uomo nei confronti delle superiori capacità della macchina.

Un secolo dopo, la macchina non parve più consentire questo approccio umanizzante e finì per amplificare la subordinazione dell'uomo: il modo più radicale di contestare il potere della macchina parve ad alcuni essere il rifiuto della modernità stessa. Questo gesto romantico segnò la condanna dell'artigianato, il quale non seppe escogitare modi per evitare di diventare vittima della macchina.

Alla metà del XIX secolo, con il consolidarsi del sistema economico moderno, la speranza illuministica che l'artigiano potesse trovare un posto di rispetto nell'ordine industriale andò svanendo. La traiettoria dei rapporti tra lavoratori e macchina emerse più chiaramente negli Stati Uniti e in Gran Bretagna, i cui governi furono i primi a incoraggiare la sperimentazione dell'automazione in vista dello sviluppo industriale. In entrambi i paesi l'introduzione delle macchine per la produzione di massa mise a repentaglio il prestigio dei

---

<sup>6</sup> L'Enciclopedia o Dizionario ragionato delle scienze, delle arti e dei mestieri (*Encyclopédie, ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers nel titolo originale*) è una vasta enciclopedia pubblicata nel XVIII secolo, in lingua francese, da un consistente gruppo di intellettuali sotto la direzione di Denis Diderot.

lavoratori più specializzati, aumentando il numero di quelli semi specializzati e non qualificati, in quanto le macchine tendevano a prendere il posto della manodopera più specializzata, anziché mirare a eliminare le mansioni inferiori e ripetitive.

Contro tale dominio, non ci fu protesta più appassionata, nell'età vittoriana, di quella dello scrittore inglese John Ruskin che invitava i suoi elettori a rifiutare l'idea stessa di “civiltà delle macchine”. Ai suoi occhi, nelle corporazioni medievali, le istituzioni erano poste a garanzia della qualità e i lavoratori manuali vivevano una vita di gran lunga preferibile che non nelle moderne fabbriche. L'appello che rivolgeva alla società vittoriana potrebbe essere formulato con l'invito a “entrare in contatto con il nostro corpo”. Con il progredire dei suoi studi sull'arte, il confronto tra passato e presente assunse toni sempre più polemicici: le cattedrali italiane a fronte delle fabbriche inglesi, espressività del lavoro degli artigiani italiani a fronte della monotona routine delle industrie inglesi. Come i loro predecessori, i vittoriani provavano insieme meraviglia e apprensione per l'abbondanza materiale. Per la prima volta la mera quantità di oggetti identici fece nascere la preoccupazione che il numero intorpidisse i sensi. La relazione inversa tra quantità e qualità si manifestò con lo spreco. L'enorme facilità nel disporre di oggetti desensibilizza nei confronti dell'oggetto concreto che abbiamo tra le mani. Ruskin non fu il primo vittoriano a intuire che la mera quantità avrebbe potuto ridurre le qualità tattili delle cose materiali. I suoi scritti costituivano una chiamata alle armi per combattere la sovrabbondanza materiale della modernità, per rinvigorire la reazione sensoriale di fronte agli oggetti. In *Le sette lampade dell'architettura*, Ruskin fornisce sette linee guida utili a ogni artigiano e a chiunque si trovi a operare direttamente sugli oggetti materiali: la dedizione, cioè la volontà di fare una cosa bene; accogliere la difficoltà, la resistenza dell'ambiguità; un potere temperato guidato non dalla cieca volontà; il particolare è l'ornamento; l'energia; la guida fornita dalle epoche precedenti al dominio della macchina; obbedienza nei confronti dell'esempio proposto dalla pratica di un maestro (Ruskin, 1982). Ruskin era convinto che le regole ferree della civiltà industriale andassero contro il diritto a sperimentare liberamente. Ai suoi tempi l'artigiano di Ruskin appariva una figura romantica e serviva a controbilanciare l'altro emblema del romanticismo, quello dell'artista come virtuoso della tecnica. Ruskin voleva rivendicare un tipo di lavoro che non è né dilettantesco né virtuosistico (Sennett 2008, pp. 91-118). L'immagine dell'artigiano, come lavoratore ribelle e insieme destinato all'estinzione si è trasmessa fino a giorni nostri. Una quindicina di anni dopo la morte di Ruskin, avvenuta nel 1900, il sociologo americano Thorstein Veblen celebrò la superiorità ruskiniana del fatto a mano, rispetto al fatto a macchina, nel suo *The instinct of workmanship and the state of the industrial arts* (2014): «Le visibili imperfezioni dei beni fatti a mano, essendo un tratto onorifico, sono contate come marchi di superiorità, di utilizzabilità o di entrambe le cose» (Sennett, 2008, pp. 117-118). L'Esposizione universale di Chicago del 1893, che Veblen ebbe modo di visitare, parve segnare l'estinzione dell'artigiano; i manufatti posti in mostra provenivano da luoghi e popoli primitivi e dominavano le merci nella loro quantità macchinale. Veblen collegò la fine dell'artigiano ai modelli di consumo. Anche all'erede di Veblen, C. Wright Mills la macchina appare come lo strumento che determina la condanna dell'artigiano.

Se nel XX secolo la fabbrica sostituisce la bottega artigiana, almeno per quello che riguarda le grandi produzioni, è anche vero che nei paesi dell'Europa meridionale e nel nostro caso in Italia, la tardiva unificazione nazionale così come la tardiva industrializzazione degli anni Sessanta del Novecento, sono le ragioni che più probabilmente hanno contribuito al tardivo abbandono delle fonti di sostentamento legate all'artigianato ed alla produzione locale. Il lavoro artigiano si differenzia in ogni modo dal lavoro in fabbrica per alcune ragioni: l'autonomia con cui l'artigiano domina l'intero processo produttivo o comunque la gran parte, attraverso l'utilizzo di una grande varietà di strumenti; il dialogo con il committente, essenziale per la personalizzazione del prodotto; l'aspetto sociale attraverso il quale la pratica dell'artigianato si compone di pratiche socialmente riconoscibili e trasmissibili.

### **1.3 Nuove imprese artigiane**

Il lavoro artigiano rappresenta uno dei tratti distintivi della cultura e dell'economia italiane, oltre a costituire un elemento di riconoscibilità nel mondo. La sua importanza è anche legata al fatto che esso ha avuto in

passato un peso consistente nella formazione dei distretti industriali e delle piccole imprese protagonisti della crescita economica italiana negli anni Ottanta e Novanta.

Lo sviluppo economico degli anni Ottanta e Novanta era strutturato sul successo della piccola impresa e dei distretti industriali e cioè sulla capacità di un'Italia di provincia che aveva saputo sorprendere il capitalismo dei grandi poli industriali grazie ad una manifattura flessibile e di qualità.

Sebbene la tradizione artigianale abbia già dimostrato in questi ultimi dieci anni di sapersi confrontare con le sfide dell'innovazione e della globalizzazione, a partire dall'anno 2000 l'industria italiana ha dovuto accelerare i propri percorsi di modernizzazione trovandosi all'interno di un quadro politico ed economico che ne aveva consentito il successo negli anni Ottanta e Novanta. I fattori che sono intervenuti sono rappresentati innanzitutto dall'introduzione, a partire dal gennaio 1999, dell'euro. Un secondo fattore è stata l'entrata della Cina nel mercato globale. L'ultimo fattore è rappresentato dalla rivoluzione tecnologica che ha trasformato radicalmente gli strumenti informatici per la gestione aziendale e che ha implicato un forte cambiamento nella cultura gestionale. L'industria nazionale si è trovata così ad affrontare queste trasformazioni in un contesto economico e politico legato principalmente al successo della piccola impresa e dei distretti industriali. I dati dell'export italiano nei primi anni del decennio non sono incoraggianti, la quota di produzione industriale italiana sul totale della produzione mondiale è rimasta sostanzialmente invariata, e indica un modello industriale arrivato al capolinea (Micelli, 2011, pp. 51-56).

In questi dieci anni il modello è cambiato e il rilancio economico industriale del paese si è legato alla media impresa industriale, che costituisce il risultato di un complesso e faticoso processo di riorganizzazione. La media impresa ha raccolto l'eredità dei distretti industriali diventando l'interfaccia attiva fra territorio e mercato globale e avviando nuovi processi di internazionalizzazione dell'industria italiana. In molti casi si tratta di aziende legate a distretti di successo che hanno saputo imporre la propria specificità<sup>7</sup>. L'internazionalizzazione è l'aspetto distintivo delle nuove imprese ed è avvenuta lungo diverse direttrici: la delocalizzazione di alcune attività manifatturiere, il ricorso a nuovi fornitori e il presidio dei mercati di sbocco. Essa ha costituito uno dei momenti di rottura principali rispetto al modello distrettuale tradizionale. L'apertura ai mercati internazionali ha costituito un valore economico quando esso si è saldato a un processo di riorganizzazione dei processi aziendali. L'uso di nuove tecnologie, gli investimenti nel campo della ricerca e del design e la messa a punto di politiche di comunicazione e valorizzazione dei marchi hanno contribuito a rafforzare il vantaggio competitivo della media impresa (Micelli, 2011, pp. 60-62) che appare oggi un crocevia dei flussi commerciali globali.

L'antropologia politica ed economica degli ultimi anni ha aperto nuovi spazi di riflessione e nuove chiavi di lettura dei processi economici legati alle imprese e in particolare ai distretti industriali. Nel volume, di recente pubblicazione, *Antropologia delle imprese. Lavoro, reti, merci* (Mollona, Papa, Redini, Siniscalchi, 2021), le analisi antropologiche degli autori si soffermano sulle imprese come spazi sociali in movimento e luoghi privilegiati di osservazione delle dinamiche sociali e politiche contemporanee. Attraverso il lavoro, le merci, le reti e gli spazi dell'impresa, gli autori esplorano i processi di delocalizzazione dell'impresa e di valorizzazione delle merci.

Ancora oggi la competitività del sistema industriale italiano rimane legata in molti casi a competenze artigiane che hanno rinnovato il loro ruolo all'interno delle imprese. Se è vero che esistono in Italia piccole imprese artigiane che riproducono i mestieri della tradizione, è altrettanto vero che tante medie e grandi imprese affidano a competenze artigiane il loro successo sul mercato (Micelli, 2011, pp. 9-11). Il rapporto con il prodotto e con la sua produzione rimane ancora oggi un tratto distintivo delle nuove medie imprese. La nuova media impresa italiana non ha rinnegato la figura dell'artigiano ma ne ha riorganizzato i processi produttivi e ne ha proposto il valore a livello internazionale, mescolando sapere scientifico e gesti della tradizione. L'impresa italiana ha superato l'idea stereotipata del lavoro artigiano privo di tecnologia e ancorato ad una dimensione localistica ed ha imparato a comunicare le abilità artigiane attraverso nuovi mezzi e strategie di comunicazione. Le competenze artigianali rimangono un tratto distintivo della cultura

---

<sup>7</sup> I nomi delle medie imprese protagoniste di questa riorganizzazione sono noti: *Lavazza, Granarolo, Max Mara, Geox, Ferragamo, Natuzzi, De Longhi*.

italiana e un fattore essenziale per la competitività delle imprese. Senza il talento degli artigiani competenti sarebbe complicato proporre e rinnovare il concetto di stile italiano nel mondo (Micelli, 2011, pp. 65-67). A livello di promozione, sono molte le imprese che puntano sull'artigianalità dei processi produttivi, spesso amplificandone il concetto proprio ai fini della vendita del prodotto<sup>8</sup>.

Abbiamo a lungo accostato il lavoro artigiano alla piccola impresa considerando la media e la grande impresa come contenitori del lavoro operaio. Il quadro che oggi abbiamo di fronte è più complicato e sarebbe un limite considerare che il lavoro artigiano trovi la sua espressione e valorizzazione esclusivamente nelle piccole imprese (Micelli, 2011, pp. 87-92).

Il nuovo artigiano oggi è una figura complessa che dimostra di sapersi proiettare in una dimensione economica e culturale contemporanea e la capacità di recuperare e rinnovare il lavoro artigiano permette oggi all'Italia di trovare una collocazione originale sulla scena internazionale. Il tessuto sociale ed economico italiano è stato sempre, almeno dai tempi dei Comuni, fortemente caratterizzato dalla presenza degli artigiani e, grazie alla sua versatilità, il settore artigianale è diventato uno dei cardini dell'economia. Oggi il quadro generale risulta abbastanza variegato e caratterizzato dalla presenza di numerose realtà artigiane, anche di ridottissime dimensioni e spesso addirittura individuali. In continua evoluzione, il mondo artigiano risulta di difficile censimento disponendo di dati di per sé mai realmente esaustivi vista anche la varietà del settore.

Sebbene la manualità artigiana sia presente in gran parte del *made in Italy*, anche nella media e grande impresa, quando si è soliti pensare all'artigianato ci si riferisce il più delle volte all'impresa di piccole dimensioni, dimenticando che sono proprio le competenze artigianali a rendere competitive sui mercati internazionali le grandi aziende della moda e del lusso. In alcuni casi le aziende hanno imparato a comunicare queste competenze ed a promuoverle sul mercato.

Oggi, l'Italia si sta mostrando capace di innovare al pari di altri Paesi europei. Le giovani generazioni di artigiani, al pari dei loro colleghi europei si avvalgono della propria tradizione, innovando i propri prodotti senza smarrire il timbro locale. Identificare l'artigianato solo con la piccola impresa rappresenta un limite nel dialogo con le istituzioni e la politica; in realtà le imprese iscritte alle associazioni di settore come Confartigianato e Cna sono varie e richiedono politiche differenziate.

Secondo le statistiche dell'Istat, riferite al 2011, sebbene la maggioranza del tessuto industriale italiano sia composto da microimprese con meno di dieci dipendenti, esse, in termini di rappresentanza economica reale sono praticamente invisibili (Micelli, 2011, pp. 44-50). Volendo quantificare la rilevanza dell'artigianato in Italia: le microimprese (fino a nove dipendenti) rappresentano il 94,9% dell'imprenditoria nazionale, a fronte del 80% di Paesi come la Germania e la Danimarca. Il settore artigianale italiano è il più grande in Europa in termini di unità operanti e occupazione, con oltre 1 milione e 400 mila imprese e più di 3 milioni e mezzo di addetti. I settori trainanti, soprattutto per quanto riguarda i distretti dell'artigianato e cioè le zone caratterizzate da un'alta concentrazione di piccole imprese a vocazione artigianale (circa 200), sono quelli legati al tessile-abbigliamento e all'industria conciaria e delle calzature<sup>9</sup>. In definitiva il rapporto tra popolazione residente e numero di imprese artigiane si attesta nel 2006 intorno a un valore medio di 24,7% imprese ogni mille abitanti, con una prevalenza nelle regioni settentrionali (Colombo, 2007, p. 32).

Sebbene la rilevanza economica del settore artigianale sia consistente, il mondo artigiano italiano pare essere un settore a "modernità incompiuta", causa alcuni fattori limitanti come la scarsa propensione all'*export* e la destinazione a mercati provinciali o regionali con una frattura fra il sud, ancora fortemente localizzato, e il nord-ovest, più internazionalizzato. Tra le ragioni: le ridotte dimensioni aziendali e le caratteristiche della merce difficilmente esportabile: a questi si aggiunge un ritardo anche nei canali di vendita. Circa il 70% degli artigiani si serve della vendita diretta, il 15% di società *import/export*, il 13% vende tramite altre aziende, il 9% utilizza fiere e mostre, e il 3% dell'*e-commerce* (Colombo, 2007, p. 58).

---

<sup>8</sup> È da qualche anno, ad esempio, che la nota ditta *Poltronosofà*, marchio leader in Italia nella produzione e vendita di divani e poltrone, ha puntato la propria promozione sullo slogan "rigorosamente fatti a mano in Italia", utilizzando la figura dell'artigiano tradizionale nella comunicazione visuale.

<sup>9</sup> Cfr. UNIONCAMERE - ISTITUTO TAGLIACARNE, Secondo Rapporto Nazionale sull'Artigianato, 2006.



Stefano Micelli, nel suo libro *Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani*, afferma che gli è capitato spesso di discutere con le associazioni di categoria sulla differenza fra artigiani e maestri d'arte. Questi ultimi, a detta della rappresentanza del comparto, sono pochi e non hanno particolarmente bisogno di tutele. L'artigiano medio, dicono sempre i responsabili, è differente: lavora molto, comunica poco, ha meno esperienza nella messa a punto del prodotto finito e in molti casi ha operato all'interno di filiere industriali radicate nel territorio che gli hanno permesso di consolidare la propria presenza nel tempo.

Negli ultimi dieci anni la situazione è cambiata, le aziende hanno riorganizzato le filiere produttive e il ricorso al lavoro artigiano. Micelli si chiede se: «si può lavorare in un mercato sempre più globale rimanendo artigiani (magari senza diventare grandi)?». Analizzando da vicino alcuni casi, legati ad esempio al settore artigianale delle calzature, dell'abbigliamento o ancora della liuteria, Micelli individua tre caratteristiche tipiche del lavoro artigiano: un'autonomia che diventa imprenditorialità; una capacità di dialogo e relazione che diventa prodotto su misura; una capacità di rielaborare la tradizione che si trasforma in prodotto culturale (Micelli, 2011, pp. 97-100).

La tendenza verso un consumo sostenibile suggerisce inoltre un'inversione rispetto a un'idea di consumo usa e getta. La qualità delle cose che compriamo contribuisce alla loro sostenibilità e cioè all'allungamento del ciclo di vita del prodotto. La qualità estetica inoltre aumenta la relazione affettiva che ci lega agli oggetti. La sostenibilità, quindi, spinge verso una progettazione più accurata e una maggiore qualità nel tempo.

L'incontro fra artigianato e design non sempre ha avuto la legittimità che merita. Il design in Italia è sempre stato un design industriale e i contatti con il mondo artigiano guardati con sospetto. Oggi la situazione è cambiata: il connubio fra design e artigianato è alla base di tanti progetti che mirano a conciliare l'energia di giovani designer con l'esperienza artigiana consolidata, attingendo ad un impressionante tesoro di idee e di competenze. Alcuni esempi di questo connubio sono rappresentati da: il Laboratorio di Innovazione avviato da Alessi nel 2005 e la struttura internazionale Fabbrica, sostenuta dal gruppo Benetton che ha inviato alcuni giovani designer di talento nella regione Puglia per lavorare con gli artigiani della ceramica di Grottaglie, solo per citarne alcuni.

Si sono moltiplicate anche, negli ultimi anni, le occasioni di incontro fra giovani designer e artigiani, permettendo a giovani di tutto il mondo di scoprire la competenza artigiana. A questo proposito ricordiamo il rilancio della Biennale dell'Artigianato nel 2009 a Sassari, che lungi da un'idea nostalgia e folcloristica ha rilanciato l'idea un artigiano protagonista del contemporaneo.

Micelli scrive:

Il designer contemporaneo scopre la specificità della materia, i vincoli dettati dal processo produttivo, il costo degli errori. L'artigiano si apre a nuovi codici stilistici e funzionali, scopre una nuova domanda, magari in settori e produzioni lontani da quelli tradizionali. [...] quando le posizioni si incontrano e si riconoscono nella diversità, il processo di innovazione conosce un'accelerazione difficilmente immaginabile (Micelli, 2011, p. 119).

È difficile immaginare di poter salvaguardare i mestieri senza formulare una proposta sulla loro sostenibilità economica. Sempre secondo Micelli, l'artigiano ha bisogno di un contesto culturale e sociale che lo sostenga e una cultura dell'artigianato che abbia uno spessore internazionale che ne possa garantire l'internazionalizzazione. L'artigianato può essere oggi, alla luce dei nuovi mezzi comunicativi, legati all'informatizzazione e al web marketing, proposto, distribuito e comunicato con nuove forme e linguaggi inediti. I tempi sono cambiati e i prodotti non si vendono più solo come oggetti ma sono storie che raccontano la tecnologia, la cultura e l'arte. L'artigianato è chiamato oggi a reinventare sé stesso, non solo in termini di tecniche e strumenti di lavoro, ma prima di tutto come racconto di sé e della sua storia. È necessario che l'artigiano venga allo scoperto e sappia raccontare la propria storia e il proprio saper fare.

Nei mercati globali e alla luce dei nuovi mercati legati anche al turismo, l'abilità di promuovere il prodotto è un aspetto essenziale della capacità di penetrazione dei mercati. Senza una cornice adeguata il lavoro artigiano rischia di non apparire in tutta la sua specificità.

Portare sul mercato la competenza artigiana è possibile ma occorre evitare tentativi di ricostruzione folcloristica e atteggiamenti di condiscendenza che vedono l'artigiano parte di un mondo perduto. Il

problema di dare una nuova immagine al lavoro artigiano, che recuperi e dia visibilità al vasto patrimonio nazionale di saperi, non è soltanto culturale ma riguarda senz'altro anche problemi di tipo occupazionale. Un'indagine del 2010 di Confartigianato, ad esempio, mette in luce la difficoltà di reperire personale in ambito artigiano. Nel 2010, con i primi segni di ripresa economica si assiste alla mancanza di artigiani che troverebbero invece lavoro e spazi di mercato disponibili.

#### 1.4 Quadro legislativo nazionale in materia di artigianato

A livello istituzionale e normativo, la Costituzione e il Codice Civile stabiliscono che «la legge provvede alla tutela e allo sviluppo dell'artigianato» e qualificano gli artigiani come «piccoli imprenditori»<sup>10</sup>. La legge quadro 443/1985 disciplina invece la normativa a livello nazionale chiarendo la potestà legislativa delle Regioni, a cui «spetta l'adozione di provvedimenti diretti [...] alla valorizzazione delle produzioni artigiane nelle loro diverse espressioni territoriali, artistiche e tradizionali»<sup>11</sup>. In relazione dunque all'artigianato artistico, non esiste in Italia, ad oggi, una legge quadro in materia, a differenza di altri Paesi europei, i quali hanno provveduto a regolamentare il settore dei mestieri d'arte con una legislazione nazionale *ad hoc*. È anche vero però che le regioni, così come previsto dall'articolo 1 della legge quadro 443/1985, hanno negli anni provveduto singolarmente a regolamentare il settore.

L'unico testo di legge esistente al momento è il D.P.R. 288/2001<sup>12</sup>, che individua i settori delle lavorazioni artistiche e artigianali, nonché l'abbigliamento su misura e fornisce un catalogo semplificato dei mestieri riferiti a questi ambiti, delineando 13 macro settori: abbigliamento su misura; cuoio, pelletteria e tappezzeria; decorazioni; fotografia, riproduzioni, disegno e pittura; legno e affini; metalli comuni; metalli pregiati; pietre preziose, pietre dure e lavorazioni affini; servizi di barbiere, parrucchiere e affini e attività di estetista; strumenti musicali; tessitura, ricamo e affini; vetro, ceramica, pietra e affini; carta, attività affini e lavorazioni varie; alimentaristi. La lavorazione della ceramica è invece disciplinata nello specifico dalla Legge statale 188/1990.

Nell'art. 1 della stessa Legge, si individuano invece le lavorazioni artistiche, con la seguente definizione:

[...] le creazioni, le produzioni e le opere di elevato valore estetico o ispirate a forme, modelli, decori, stili e tecniche, che costituiscono gli elementi fondativi del patrimonio storico e culturale, anche con riferimento a zone di affermata e intensa produzione artistica, tenendo conto delle innovazioni che, nel compatibile rispetto della tradizione artistica, da questa prendano avvio e qualificazione, nonché le lavorazioni connesse alla loro realizzazione.

In questi ultimi anni, si registra, a ogni modo, un'intensa attività a livello nazionale in termini di normative per il settore dell'artigianato artistico, dovuta ad un rinnovato interesse del patrimonio culturale ed economico che esso rappresenta.

Tra la lista delle proposte di legge della IV legislatura relative all'artigianato artistico e degli antichi mestieri<sup>13</sup>, c'è la proposta di garantire la tutela statale di quelle produzioni artistiche legate all'artigianato che si sono nel tempo consolidate come patrimonio storico e culturale, attraverso la costituzione di un marchio regionale, registri provinciali e un'istituzione di un Consiglio statale con mansioni di tutela. Nella proposta anche il riconoscimento e la regolamentazione delle botteghe-scuola e il riconoscimento del titolo di "maestro artigiano", e nei disegni legislativi più recenti, la proposta di un'iniziativa di legge per "la valorizzazione delle attività artigianali di interesse storico e artistico e degli antichi mestieri"<sup>14</sup>. Le proposte sono accomunate da una logica di fondo che riconosce i mestieri artigianali non solo come espressione

---

<sup>10</sup> Costituzione, art. 45 comma 2; Codice Civile, art. 2083.

<sup>11</sup> Legge quadro 443/1985, art. 1.

<sup>12</sup> Regolamento che concerne l'individuazione dei settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali, e l'abbigliamento su misura.

<sup>13</sup> La lista delle proposte di legge riguardanti l'artigianato artistico e degli antichi mestieri è reperibile sul sito <https://www.parlamento.it/parlam/leggi.htm>.

<sup>14</sup> Atti della Camera C. 154 e C. 994. Colombo, P., a cura di, *La grande Europa dei mestieri d'arte. L'artigianato artistico d'eccellenza nei paesi dell'Unione Europea*, Centro di ricerca "Arti e mestieri", in collaborazione con Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte, Milano, Vita e Pensiero, 2007, pag. 219.

della cultura, della civiltà e della tradizione artistica italiana ma anche come contributo economico. Il riferimento però riguarda soprattutto la sopravvivenza delle antiche lavorazioni e delle tradizioni del passato e non tiene forse debitamente conto delle trasformazioni in atto<sup>15</sup>.

In generale, a livello costituzionale, le competenze in materia di istruzione professionale e artigiana sono affidate alle Regioni; tuttavia, l'istruzione in questo ambito ha continuato a svilupparsi attraverso gli istituti professionali di Stato, e più di recente attraverso percorsi di istruzione obbligatoria mirati all'inserimento nel mondo del lavoro, ad es. stage e percorsi di formazione in alternanza (Colombo, 2007, pp. 212-221). Esistono in Italia alcune scuole che, data la loro lunga tradizione costituiscono esse stesse un patrimonio culturale. È il caso della "Fabbrica di San Michele a Ripa"<sup>16</sup> a Roma, la Scuola d'Arte e Mestieri di Vicenza<sup>17</sup> e quella omonima di Urbino<sup>18</sup>. A livello internazionale alcune esperienze di successo, il *Royal College of Arts*, la *Central Saint Martins* a Londra e la *Design Academy* a Eindhoven, confermano le potenzialità di percorsi formativi universitari che completano il ciclo della scuola media superiore. La loro riuscita deriva innanzitutto da un'offerta didattica che garantisce insieme saperi pratici e una formazione culturale superiore, mentre la dimensione del fare è parte integrante dell'apprendimento. Il loro successo è legato anche all'internazionalizzazione di docenti e studenti.

Rimangono infine aperti alcuni quesiti, che lo stesso Micelli propone nel suo testo. Come rilanciare, in senso economico, questo patrimonio di saperi? E come innescare un nuovo dialogo fra cultura del fare, politica e istituzioni? La sfida, secondo l'autore, si vince sulla figura dell'artigiano globale capace di investire sulla maestria del gesto e sulla sua valorizzazione su scala internazionale, all'interno di filiere globali e costringendo il paese a ripensare alla sua storia e al suo futuro. Con la variante che, nel caso italiano, non si tratta di reinventare qualcosa che è passato ma di rendere più riflessivo, dialogico e condiviso un patrimonio di saperi che unisce l'intera nazione.

A livello locale, a mio avviso, i quesiti rimangono gli stessi e nello stesso modo le proposte risolutive ai fini della promozione e valorizzazione di un artigianato che valorizzi la tradizione locale insieme all'innovazione portata avanti dai nuovi artigiani. L'artigiano ha bisogno di un contesto culturale e sociale che lo sostenga e una cultura dell'artigianato che abbia uno spessore internazionale che ne possa garantire l'internazionalizzazione. L'artigianato può essere oggi, alla luce dei nuovi mezzi comunicativi, legati all'informatizzazione e al web marketing, proposto, distribuito e comunicato con nuove forme e linguaggi inediti. I tempi sono cambiati e i prodotti non si vendono più solo come oggetti ma sono storie che raccontano la tecnologia, la cultura e l'arte.

L'artigianato è chiamato oggi a reinventare sé stesso, non solo in termini di tecniche e strumenti di lavoro, ma prima di tutto come racconto di sé e della sua storia. È necessario che l'artigiano venga allo scoperto e sappia raccontare la propria storia e il proprio saper fare. Nei mercati globali e alla luce dei nuovi mercati legati anche al turismo, l'abilità di promuovere il prodotto è un aspetto essenziale della capacità di penetrazione dei mercati. Senza una cornice adeguata il lavoro artigiano rischia di non apparire in tutta la sua specificità.

---

<sup>15</sup> Una lista delle proposte di legge della legislatura IV e XIII relative all'ambito dell'artigianato artistico e degli antichi mestieri è reperibile sul sito <https://www.parlamento.it/parlam/leggi.htm>.

<sup>16</sup> Fondata nel 1693 per emanazione della bolla *A exercitium pietatis*, promulgata da Innocenzo XII il 20 maggio 1693 con l'intento di impartire ai giovani invalidi una formazione professionale, diviene nel tempo una scuola di maestri nella fusione del rame, scultori, pittori, tessitori dei filati, decoratori in stucco e mosaico, stampatori di libri. La Scuola vanta maestri illustri, tra i quali Antonio Canova.

<sup>17</sup> Risalente al 1555 come Accademia Olimpica di Scienze, Lettere, Arti e Agricoltura, l'attività formativa viene regolamentata dal 1858 con l'istituzione della Scuola Di Disegno e Plastica, poi rinominata Scuola d'Arte e Mestieri.

<sup>18</sup> Istituita a Urbino nel 1920, formava artigiani nelle sezioni della lavorazione del ferro, realizzando strumenti di precisione, armi e oggetti d'arredo, dell'ebanisteria con intagliatori e intarsiatori, a cui si aggiunse nel 1928 una sezione dedicata alla formazione dei ceramisti.

## Capitolo secondo: Artigianato artistico e produzione della località

### 2.1 Per una definizione di artigianato artistico

Risulta molto difficile, e relativamente utile, dare una definizione esatta del termine "artigianato artistico", senza sconfinare nelle categorie della Storia dell'Arte, del Design o dell'Architettura, e senza contare la suscettibilità storica del termine. Le definizioni finora adottate non sono completamente esaustive e non possono prescindere oggi dai processi di produzione degli oggetti e dalla loro circolazione sui mercati globali. Quello che potremmo fare è attingere ad ognuna di queste discipline, tenendo conto degli studi e delle argomentazioni di studiosi come antropologi, sociologici e storici dell'arte che, nel tempo, si sono interessati alla questione. Concordiamo invece sul fatto che l'elemento discriminante che consente di riconoscere una forma di artigianato sia, in ogni modo, la manualità, a prescindere dal valore più o meno "artistico" dell'opera.

Nella premessa al saggio *I mondi dell'arte e dell'artigianato*, Alberto Caoci accenna al significato dei termini di arte, artigianato e popolare, sottolineando come la definizione di queste categorie, sia normalmente «il frutto di arbitrarie e nebulose costruzioni culturali, ben lontano da concezioni univoche e inequivocabili» (Caoci, 2007, p. 18). Chi appartiene o semplicemente ha confidenza con il mondo dell'arte effettua normalmente una distinzione fra produzione artistica e artigianale (cfr. Howard S. Becker, 2004). Scrive ancora Alberto Caoci, parlando della concezione relativa al significato di produzione artistica:

Senza entrare nel merito storico di quella che è una ripartizione di origine rinascimentale sarà sufficiente ricordare che per convenzione in Occidente la produzione artistica richiede competenze che possono essere associate al lavoro artigiano, ma che normalmente da questo trascendono per il legame che intrattengono con il bello e la creatività. Gli artisti, secondo questa concezione danno alle loro opere qualcosa che va aldilà dell'abilità tecnica [...] È proprio questo qualche cosa che va aldilà della tecnica che, sempre secondo questa concezione, dovrebbe conferire agli oggetti artistici quel carattere di unicità ed autonomia dalla vita pratica e al suo esecutore uno status di maggior prestigio sociale rispetto a quello dell'artigiano (Caoci, 2007, p. 18).

Richard Sennett, invece, cita tre ragioni che differenziano la carriera dell'artigiano da quella dell'artista. La prima riguarda la soggettività: l'artigiano è l'erede di una tradizione, consolidata nella società attraverso gesti e saperi condivisi nella comunità di pratica; di conseguenza la sua identità è legata al mestiere ed è quindi un fatto collettivo, a differenza dell'artista che appone la sua firma come segno del legame fra sé e l'opera. La seconda riguarda il tempo: l'oggetto riuscito non è un atto improvviso perché il tempo dell'artigiano è un tempo lungo fatto di apprendimento, esperienza, prove ed errori, confidenza con i materiali e i gesti del mestiere; il risultato non è legato all'estro del momento, come per l'artista che fissa in un istante la sua intuizione. La terza differenza riguarda l'autonomia delle due carriere: l'artista si rimette al gusto del committente o del mercato ed è decisamente meno autonomo rispetto all'artigiano che fa comunque riferimento a qualità e consuetudini di una comunità con cui condivide il mestiere e con cui accredita prezzi e qualità (Sennett, 2008).

Dal punto di vista pratico, non esiste arte senza tecnica; si potrebbe pensare che la differenza passi per la distinzione tra la tecnica e l'espressività. La conclusione a cui sono giunti gli storici dell'arte Margot e Rudolf Wittkower, nel libro *Nati sotto Saturno* (2008), che racconta l'emergere dell'artista rinascimentale dalla comunità degli artigiani medievali, è che l'artigiano è rivolto all'esterno, verso la comunità, l'artista è rivolto invece all'interno, su di sé. Secondo Margot e Rudolf Wittkower, l'arte collocava l'artista in una

posizione più autonoma di quella dell'artigiano nella società, e questo perché l'artista rivendicava l'originalità delle sue opere: un valore che nei riti delle corporazioni medievali non veniva celebrato.

Roberto Salizzoni, nel saggio *Arte e comunicazione. Estetizzazione e nostalgia* (2007), osserva come nel mondo antico non esistesse nessuna suddivisione delle arti in "belle arti" e "artigianato". Le belle arti, nel mondo antico, non costituivano un gruppo distinto dalle altre espressioni d'artigianato. La distinzione comincia ad affermarsi soltanto nella metà del Settecento, quando si cominciano, attraverso la classificazione delle "belle arti", a gettare le basi per la futura contrapposizione tra arte e artigianato. Salizzoni riporta la tesi di Eagleton (1990), secondo il quale, l'operazione avrebbe assunto un carattere ideologico: la teoria dell'opera d'arte alta, libera da condizionamenti materiali e circostanziali, autonoma, autodeterminata, e con tutto ciò universale, sarebbe stata formulata e di fatto avrebbe funzionato come calco per la fusione del soggetto sociale e politico della borghesia del tempo. Salizzoni, scrive, commentando la tesi di Eagleton:

Questa nascita di un'estetica propriamente detta nel Settecento, ovvero di una accezione stretta dell'estetica (teoria filosofica dell'arte colta e alta), la considererei da parte mia piuttosto come una reazione difensiva, di intellettuali e in parte già di accademici, di fronte ad un mondo reso formidabilmente più complesso dall'affermazione della produzione industriale e dal confronto sempre più frequente con le altre culture. Ma anche in tali termini prima distintivi e poi oppositivi [...] i contatti e le sovrapposizioni tra arte e artigianato sono costanti (Salizzoni, 2007, pp. 108-109).

Il superamento della divisione tra arte pura e arti applicate nasce in Francia con il movimento dell'*Art Nouveau* prima e, dell'*Art Déco* poi. Fino al finire del XIX secolo la distinzione tra artista e artigiano ruotava intorno all'idea rinascimentale di arte come frutto di genio innato e di abilità artigianale legata ai saperi tramandabili. La componente ornamentale legata all'artigianato artistico conquista una posizione centrale e si assiste a una affermazione delle arti minori su quelle maggiori, in particolare nei settori della lavorazione del vetro e della gioielleria. Se da un lato però si assiste al rilancio della componente ornamentale, dall'altro, i mestieri artigianali del tempo nascono e si sviluppano intorno alle risorse territoriali di appartenenza. In tutto il medioevo vi furono maestri e lavoranti che, come osserva il *Livre des métiers*, desideravano mettersi in proprio pagando gli aiutanti senza l'obbligo di insegnare loro il mestiere. La loro prosperità dipendeva dalla capacità di rendere riconoscibili i loro prodotti, ciò che oggi chiameremmo "immagine della marca".

Richard Sennett, nel suo testo, in riferimento alla vicenda del Cellini, analizzando le relazioni di potere che si stabiliscono tra artista e mecenate, propone una distinzione sociologica tra artigianato e arte:

- le due forme si distinguono per il soggetto agente: l'arte è un soggetto unico che la guida o la determina; nell'artigianato il soggetto è collettivo;
- esse si distinguono per l'esperienza del tempo: l'apparizione improvvisa a fronte della lentezza;
- artigianato e arte distinguono rispetto all'autonomia: l'artista, solitario e originale, appare avere minore autonomia, essere più dipendente dal potere incompetente e prevaricatore del mecenate, e dunque essere più vulnerabile di quanto non lo fosse il corpo degli artigiani nel suo insieme.

L'interrogativo di fondo è se l'esuberanza tecnica possa compromettere l'integrità artistica (Sennett, 2008, p. 77). I mecenati degli artisti rinascimentali e il mercato delle loro opere subirono una trasformazione nella misura in cui la società di corte si affermò a spese delle entità comunali: i clienti si arrogavano l'autorità di giudicare il valore delle opere. Chi è idoneo a giudicare l'originalità, l'autore o il consumatore? L'orafo più famoso del Rinascimento, Benvenuto Cellini, affrontò questi temi nella sua autobiografia iniziata nel 1558 (Sennett, 2008, pp. 126-127).

Il sociologo Pierre Bourdieu ha sottolineato come la retorica della qualità sia usata dagli appartenenti all'organizzazione come una leva per rivendicare un prestigio sociale. Il certificato di distinzione può condurre un crescente isolamento sociale e a un impoverimento delle relazioni, oltre che a pretese di superiorità (Sennett, 2008, pp. 231-235).

Sulla questione dell'autonomia, connessa ai temi della committenza e del valore estetico dell'opera, relativamente al mestiere, Alberto Caoci, riferendosi alla figura dell'artigiano, scrive:

[...] egli svolge - in linea di massima - la sua attività per qualcun altro, generalmente un cliente, che stabilisce ciò che deve essere fatto e con quali risultati. Quest'ultimo si affida alle conoscenze e alle competenze specifiche dell'artigiano, ma ritiene giusto esprimere il giudizio finale sul risultato. D'altra parte, l'artigiano, anche qualora conosca un modo migliore di procedere, ignorato da coloro che non sono del mestiere, riconosce il diritto del cliente a dire l'ultima parola. [...] Nel mondo dell'arte, invece, i criteri estetici sono per convenzione non utilitaristici. [...] L'utilità può consistere nella fruibilità delle opere in quanto oggetti di contemplazione estetica, oggetti da collezione e da esposizione, mentre è esclusa l'utilità pratica [...] L'idea di artista oggi diffusa è quella di qualcuno che non lavora per nessun cliente [...] Sappiamo però quanto sia debole questo presupposto, se non altro perché la critica al mondo dell'arte moderna ci ha fatto capire quanto sia significativo il valore economico di un'opera d'arte nella sua valutazione complessiva, così come il finanziamento pubblico di alcuni artisti e di specifici eventi espositivi possa avvantaggiare una determinata ideologia politica piuttosto che un'altra. [...] Va anche detto che un oggetto d'artigianato, per il fatto che sia utile o che richieda la bravura di un virtuoso per essere fatto, non esclude che possa anche essere ritenuto bello. [...] Anzi è frequente che all'interno di alcune tradizioni artigianali si sviluppi un senso del bello, accompagnato da parametri estetici e da un canone del gusto tipico del mondo dell'arte. In questo caso l'organizzazione del mondo dell'artigianato diviene più complessa e differenziata di quanto sarebbe altrimenti. Si tende insomma a creare una distinzione fra artigiani che mirano a produrre oggetti con una funzione prevalentemente pratica e artigiani-artisti che orientano il proprio fare su modelli e stili creativi e originali (Caoci, 2007, pp. 19-20).

Caoci conclude, immaginando il modello di differenziazione tra artigiano e artigiano artista come una tipica sequenza storica:

Un mondo artigianale, la cui estetica si incentra sull'utilità e sulla bravura tecnica e i cui membri operano secondo le esigenze dei clienti e datori di lavoro che non appartengono al loro mondo, sviluppa un nuovo segmento. I membri del nuovo segmento aggiungono all'estetica di base l'enfasi sulla bellezza e creano organizzazioni aggiuntive che li liberano dal dover soddisfare le richieste dei fruitori in maniera totale. Intorno alla loro attività essi danno vita a una specie di mondo dell'arte, caratterizzato come quest'ultimo da mostre, premi, vendita a collezionisti, cattedre d'insegnamento e così via (Caoci, 2007, p. 20).

Se dopo queste osservazioni ci rimane più chiara la distinzione relativa al mestiere, non succede altrettanto con i termini di "arte" e "artigianato". L'idea di questa differenza pervade il nostro modo di pensare: la parola "arte" sembra porre l'accento su un lavoro che è unico o comunque distinto, mentre "artigianato" designa una pratica più anonima, collettiva e trasmissibile.

La contrapposizione tra arte e artigianato sembra appartenere all'idea occidentale nata nel Settecento e basata sul concetto di "arte per l'arte" teorizzato da Kant nella *Critica del giudizio* (Dei, Meloni, 2015, p. 20). Lo stesso Sennett ci ricorda però che faremmo bene a diffidare di questa contrapposizione, e pensando a quello che oggi comunemente definiamo "artigianato artistico", non possiamo non essere concordi.

Abbiamo visto come l'elemento temporale sia un criterio per distinguere l'artigianato dall'arte: la pratica artigiana si estende nel tempo, l'arte, nel senso dell'opera dotata di originalità è un evento più immediato. Il radicarsi di una pratica, il processo per cui le azioni della mano diventano sapere tacito, spiega questa lunga durata. Facendo riferimento al criterio temporale, non possiamo fare a meno di notare come oggi gli stessi confini classici di arte e artigianato appaiano più che mai «sfumati e relativi» (Caoci, 2007, p. 21). Certo è che, oggi si fa un po' più fatica a identificare la connotazione sociale dei fenomeni estetico artigianali. La riflessione di Alberto Caoci, riferita alle due categorie analitiche di "manufatto etnografico", come oggetto artigianale da una parte e "oggetto d'arte" dall'altra, è la seguente, e si fonda a partire dalla costituzione formale dell'antropologia e della storia dell'arte in discipline accademiche:

D'altra parte sembra oggi più chiaro che [...] la produzione di artigianato "tradizionale" e "artistico" per il mercato nazionale ed estero, sotto la spinta delle politiche culturali ufficiali, ha profondamente rimodellato il sistema economico ed estetico che stava alla sua base [...] Estetica, storia dell'arte e critica artistica, da una parte, e

antropologia, dall'altra, hanno quindi costituito la base di definizione e comprensione per due differenti forme di produzione culturale, in quanto hanno contribuito a definire e/o alimentare numerosi stereotipi ed ideologie sui mondi dell'arte (moderna, primitiva, popolare etc.) [...] L'attuale antropologia sembra però meno coinvolta nella difesa incondizionata dell'alterità culturale (ed estetica) e più interessata ad investigare i confini dei mondi dell'arte, oltre che i significati che gli oggetti acquistano nel passaggio da un contesto culturale all'altro [...] Ma ciò che è anche importante evidenziare [...] è l'utilizzo di categorie del mondo dell'arte colta in comunità e mercati basati su altre forme culturali di espressione. È perciò necessario focalizzare l'attenzione in quei luoghi di produzione e di interscambio culturali che hanno interessato il fenomeno dell'artigianato, nelle sue diverse varianti, e che coinvolge oltre gli esperti d'arte e gli antropologi, intellettuali, giornalisti, mercanti, artisti e artigiani. Il modello investigativo adottato, in questo caso, si prefigge attraverso un'etnografia critica dell'acquisizione, della circolazione e degli attuali confini delle produzioni artigianali, di esplorare le caleidoscopiche espressioni materiali ed estetiche che emergono dall'incontro tra queste pratiche d'ispirazione popolare e il sistema artistico moderno-occidentale, in rapporto agli scambi culturali tra saperi e poteri locali ed ideologie e mercati globali. Improprio, appare perseverare nelle autoritarie e idealizzate categorie che hanno costituito, fino a qualche tempo fa [...] i presupposti della relazione tra antropologia (o demologia) e artigianato, artistico o tradizionale che sia. Vale quindi la pena tentare una rinegoziazione della relazione tra questi campi [...] (Caoci, 2007, pp. 22-26).

Alla fine degli anni Settanta, come riportato nel saggio di Caoci, nell'aggiornamento critico della voce Arte Popolare sull'*Enciclopedia Universale dell'Arte*, l'antropologo Pietro Clemente cercava di distinguere analiticamente proprio le nuove forme dell'artigianato, rurale e urbano. A questo proposito, egli scriveva:

Un primo livello potrebbe essere indicato dalla distinzione, all'interno dell'arte popolare, tra un'attività manuale-espressiva interna all'attività produttiva familiare (rurale) ed un'attività invece separata e complementare alle altre (sempre a livello rurale). Nella prima categoria si avranno le produzioni familiari femminili basate su una divisione del lavoro interna alla famiglia, e quelle produzioni comunque legate al ciclo dell'autosussistenza [...] o anche momenti particolari della cerimonialità [...] Nella seconda categoria, perlopiù coesistente con la prima, collocheremo l'artigianato complementare alla produzione agricola o comunque inserito con funzione specifica nella vita rurale. Caso in cui la committenza resta perlopiù all'interno dell'orizzonte della "censura preventiva della comunità" [...] Sarà poi da considerare la produzione artigiana urbana orientata verso l'agricoltura o comunque la creazione di manufatti con funzionalità e committenza diffusa, e non esteticamente sovraconnotati da una richiesta estetica particolare [...] Sarà infine da considerare [...] il fenomeno delle imprese artigiane con alto livello di tradizione e specializzazione tecnica [...] laddove la committenza è perlopiù legata al lusso e orientata verso modelli espressivi propri dell'alta cultura, tendenti verso l'oggetto unico e irripetibile (Clemente, 1978, p. 543).

Caoci osserva anche come, in quegli anni, in linea con il paradigma ciresiano<sup>19</sup>, per Pietro Clemente:

[...] era probabilmente più semplice riconoscere la collocazione socioculturale di tipo subalterno delle prime tre espressioni artigianali, constatandone il differente rapporto con il mercato e la censura preventiva della comunità, e lasciando solo all'ultima la possibilità di far parte delle "arti minori", a causa della sua fruizione soprattutto urbana e borghese (Caoci 2007:21).

Anche se poi, come succede oggi, la situazione tende a complicarsi nel momento in cui la tradizione incontra il gusto contemporaneo, spesso con una caratterizzazione regionale, sostenuta e promossa da enti istituzionali, e non, impegnati nella valorizzazione delle pratiche turistiche, nella promozione della località legata ai territori di appartenenza e di nuovi modi di produzione e commercializzazione dei prodotti artigianali. A questo proposito, nel suo saggio, *Tra folklore, arte e saperi: le strade intermedie dell'artigianato*, Clemente indaga i «difficili confini della nozione di artigianato» (Clemente, 2007, pp. 46-57), riportando una ricerca condotta in Toscana ed in particolare a Siena. Come ci racconta Clemente, nel 1965 la fase dell'artigianato che serviva la campagna era già finita e cominciava un artigiano destinato al mercato turistico. In Toscana e a Siena l'uso decorativo del ferro aveva avuto invece una sua autonomia legata alla rinascita del gotico e, almeno fino agli anni '30 del Novecento, la città vantava imprese artigiane

---

<sup>19</sup> Vedi: nota n.1, in *Introduzione*.

del ferro di dimensioni consistenti. Successivamente a quegli anni, a causa delle crisi di mercato si assiste al ritorno della bottega individuale e, a suo modo, “primitiva”. Era successo quindi che, la pratica dell’artigianato artistico del ferro, che aveva tradizioni almeno medievali, distinta dalla bottega del maniscalco e del fabbro ferraio, si era diffusa nuovamente, era rinata con la nascita del turismo ma velocemente era poi rientrata in crisi con la modernizzazione e la sindacalizzazione della mano d’opera. Una delle difficoltà maggiori era costituita dalla scomparsa di collaboratori. La stessa qualità del ferro, suscettibile ai cambiamenti di mercato, è cambiata fortemente nel tempo, essendo orientata verso l’edilizia di massa. Clemente conclude dicendo che, almeno a Siena, il colpo finale è stato dato dall’aumento dei costi di affitto nel centro storico, dove gli artigiani erano sempre stati. La loro scomparsa ha segnato anche la fine di un certo tipo di centro storico e della capacità di controllo dei Comuni sulla identità urbana. Questo ovviamente è dipeso dall’assenza di un controllo istituzionale contro la concorrenza delle banche, dei franchising, dei bar fast-food e ristoranti (Clemente, 2007, pp. 49-50).

Un esempio di come il gusto etnico-identitario, indotto anche dal turismo, influenzi la produzione di merci che si dicono dell’artigianato artistico, e che in assenza del quale non sarebbero definite tali, e non avrebbero importanza economica, ce lo riporta nel suo saggio, *Se l’artigianato è artistico* (2007), anche Giulio Angioni, riferendosi ai mutamenti culturali degli ultimi decenni, avvenuti nella regione Sardegna. Angioni scrive, sviluppando il concetto già espresso da Pietro Clemente, in riferimento alla fruizione borghese dell’arte e riportandolo ad una dimensione forse più contemporanea:

La constatazione ovvia e alla portata di tutti [...] è che non si producono più manufatti di uso pratico, ma che è nato ciò che si dice “artigianato artistico”, che evidenzia un’estetica etnica o una etnicità estetica per lo più non pratica, e che a volte finge o pretende di produrre il pezzo unico alla maniera dell’arte borghese grande e piccola, ma pretendendo allo stesso tempo, in contraddizione con la pretesa precedente, di continuare una tradizione ininterrotta nelle tecniche, nei materiali e negli stili, producendo opere che dovrebbero dare un’impressione immediata di colore locale, di stile etnico [...] Banale è anche ormai la constatazione anche scandalizzata che questo tipo di “artigianato artistico” finge molte cose, a volte con profitto, anzi per il profitto (Angioni, 2007, p. 58).

Giulio Angioni riporta, come esempio significativo, la produzione e la commercializzazione dei tappeti sardi, e di come la cosiddetta “ideologia della pratica dell’artigianato etnico e artistico” sia riuscita a fingere che la Sardegna sia il luogo della tradizione del tappeto sardo. In realtà, come lo stesso Angioni osserva, i “tappeti”, prodotti al giorno d’oggi, avevano la funzione utilitaria di coperte da letto, da tavola, da cassapanca, o al massimo di arazzi non principalmente ornamentali; essi non risultano mai usati in tempi storici nelle comuni case sarde, se non in quelle forse aristocratiche e nelle chiese. L’invenzione della tradizione del tappeto sardo pare, ad Angioni, uno degli esempi più chiari non solo da catalogare tra i casi esemplari di invenzione della tradizione, o più precisamente, di rifunzionalizzazione, soprattutto etnico turistica, di un aspetto della vita tradizionale (Angioni, 2007, p. 59). Sempre facendo riferimento alla tradizione sarda, Angioni, riporta un altro esempio, relativo alle produzioni della gioielleria tradizionale, che fino a qualche anno fa, strettamente legati al costume tradizionale regionale, avevano una precisa funzione pratica e indicavano lo stato e la condizione del portatore, anzi più spesso della portatrice, che li conservava e tramandava di generazione in generazione. Angioni sottolinea come, questi riusi, revival e rifunzionalizzazioni pongano problemi ed esigenze di onestà intellettuale da parte di studiosi e ancor più di antropologi, e a questo proposito riporta alcune considerazioni:

Nel caso del destino attuale dei prodotti di arti e mestieri tradizionali assunto a oggetto di analisi ravvicinata, si possono considerare, o anche solo indicare, tre principali funzioni intenzioni (più o meno avvertite dai diretti interessati, produttori, mediatori, fruitori e così via) da sottoporre ad analisi e da usare nella ricerca: la funzione pratica o utilitaria, la funzione estetica o artistica e la funzione etnica identitaria. Le prime due funzioni e intenzioni, cioè quelle pratiche e quelle estetiche, erano presenti ovviamente in modo vario anche prima dei grandi e drastici mutamenti recenti dei modi di vita [...] La funzione etnica a me pare piuttosto nuova (Clemente, Mugnaini, 2001; Puccini, 2005). Se si paragona il passato più o meno recente al presente, le tre (e le altre identificabili) funzioni o intenzioni appaiono variare di importanza o di posizione gerarchica, se è vero che la funzione pratica, prevalente un



tempo, è diventata secondaria rispetto alla funzione estetica e a quella etnica o identitaria, o *glocale* (Angioni, 2007, pp. 50-61).

Angioni disconosce la pretesa di dimostrare il “genuino incorrotto” nel momento stesso in cui lo si sta rifunzionalizzando e trasformando a fini spettacolari:

I prodotti dell'artigianato artistico dovrebbero essere considerati, se si prende in considerazione l'intenzione dei diretti interessati e le relative funzioni, prima di tutto come oggetti originariamente indifferenziati o neutri rispetto alla dimensione estetica intesa alla maniera occidentale colta di oggi, e quindi sia pratici e sia estetici, sia utili che gradevoli. Si tratta dunque anche di un'arte che si potrebbe definire utilitaria, che serve ad altro da ciò che noi attribuiamo all'ambito artistico (Angioni, 2007, p. 64).

André Leroi-Gourhan (1977) afferma che «non c'è altra arte se non quella utilitaria», ma guardando alla produzione artigianale, dall'antica Grecia ai giorni nostri, osserviamo come la componente estetica non escluda quella dell'utilità e viceversa. Le due funzioni, si accompagnano e capita che una prevalga sull'altra a seconda del contesto storico-culturale di appartenenza.

Concluderei dicendo che quello che oggi definiamo comunemente “artigianato artistico” è senz'altro il frutto di una negoziazione storico-culturale tra le due nozioni di “arte” e “artigianato”, funzionale a rappresentare i processi culturali ed economici in corso, accentuati ancor più dall'attuale fenomeno della globalizzazione. Rientrano in questo contesto una serie di fattori politici e sociali, rappresentati non solo dalle pratiche turistiche e istituzionali, ma anche dall'esigenza di valorizzazione e promozione della specificità locale, in contrapposizione ai fenomeni globali di standardizzazione. A questo proposito riportiamo la considerazione di Franco Lai, nella premessa al volume, più volte citato, *Gli "oggetti culturali". L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale*, che rifacendosi all'intervento di Luigi Pitzalis (cfr. Pitzalis, 2007, pp. 162-169), afferma che: «L'artigianato oggi sembra avere un ruolo solo come artigianato artistico» (Lai, 2007, pp. 13-17).

## 2.2 Mestieri d'arte e artigianato di eccellenza

Il mondo dei mestieri d'arte rifugge da una definizione chiara: abbiamo già parlato di quanto sia difficile delimitare con esattezza i confini del mondo legato all'artigianato; situato in una sorta di confine tra mestiere artigiano e creazione artistica. A monte di tale problema il quadro lessicale si presenta in generale molto variegato, e in alcuni casi privo di un nome proprio definito. Nel caso dei termini: mestieri d'arte italiani, *métiers d'art* francesi, *art and craft* britannici, e *taideteollisuus* finlandesi, per fare solo alcuni esempi, essi indicano contenuti diversi, a fronte di chi, come ad esempio la Francia, è impegnata da tempo nella tutela e promozione istituzionale dell'opera dei propri maestri d'arte (Colombo, 2007, pp. 17-23). Resistono oggi in Francia mestieri molto antichi che, preservando il *savoir faire* di un tempo, coniugano tradizione e originalità; è il caso delle ceramiche, del sapone di Marsiglia, della tappezzeria, della decorazione di sedie di legno in stile, e della lavorazione dei merletti, che ha conosciuto negli ultimi anni una fase di rinnovamento. Tra i mestieri d'eccellenza vi sono la gioielleria, la lavorazione del tessile e moda, le arti grafiche, la liuteria, la lavorazione del vetro e della porcellana ed il restauro. Nel contesto dell'economia francese i mestieri d'arte rivestono un ruolo importante, basti pensare che la maggior parte delle imprese nelle quali si praticano i mestieri d'arte sottostà ad uno statuto giuridico preciso e appartiene ad un settore economico detto “dei mestieri” che comprende al suo interno le imprese la cui vocazione è la creazione di oggetti e manufatti nuovi e, il restauro di oggetti del passato, utilizzando le tecniche della tradizione antica. Negli ultimi anni il Governo francese, consapevole del valore economico e culturale legato ai mestieri, sta però affrontando le problematiche relative al settore: l'elevato costo della manodopera, la scarsa rendita dei piccoli *ateliers*, la difficoltà di allontanarsi dall'immagine obsoleta del settore, spesso troppo legato al passato, e alla necessità di estendere la commercializzazione oltre i confini nazionali. Accanto alle istituzioni operano alcune organizzazioni economiche, spesso territoriali, nel

tentativo di dare impulso agli *ateliers* presenti sul territorio. Alle associazioni territoriali si devono alcune importanti iniziative, come quella di sviluppare percorsi e itinerari dei mestieri d'arte con l'obiettivo di creare sinergia tra turismo e attività dei mestieri, al fine di valorizzare e diversificare l'offerta turistica e di esercitare con il turismo un impatto in termini economici e promozionali sulle imprese artigiane caratteristiche del territorio. Alcune indagini hanno dimostrato che il 71% degli artigiani si è detto soddisfatto del fatto di appartenere ad una rete e di beneficiare in termini di immagine e notorietà oltre che di partenariato con le istituzioni locali (Colombo, 2007, pp. 111-143).

In Italia e in Francia, e dal 2011 anche in Spagna, i mestieri d'arte sono riconosciuti da una Carta internazionale a cui abbiamo già accennato nel paragrafo precedente, sottoscritta dalle principali associazioni di categoria, che ne tutela la specificità e ne valorizza l'importanza economica e culturale<sup>20</sup>. La Carta si articola in vari punti: definizione di lavorazioni artigianali artistiche e tradizionali; valori del settore artigianale; proposte, studiate a partire da una prima analisi dei punti di forza e di debolezza del settore. In relazione alla Carta, il documento allegato identifica invece i settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali e le rispettive attività, attraverso la corrispondenza con la classificazione europea delle attività economiche NACE rev.2 - *European Classification of Economic Activities*. In riferimento alla definizione di artigianato artistico e tradizionale, la Carta recita:

Sono definite lavorazioni dell'artigianato artistico:

- a) le creazioni, le produzioni e le opere di elevato valore estetico, siano esse ispirate a forme, modelli, decori, stili e tecniche tradizionali o della storia dell'arte oppure siano frutto di percorsi creativi individuali e di personali linguaggi espressivi ed artistici;
- b) le lavorazioni che vengono svolte prevalentemente con tecniche manuali, ad alto livello tecnico professionale, con l'ausilio di apparecchiature, ad esclusione di processi di lavorazione interamente in serie; sono ammesse singole fasi meccanizzate o automatizzate di lavorazione secondo tecniche innovative e con strumentazioni tecnologicamente avanzate;
- c) rientrano nel settore delle lavorazioni artistiche anche le attività di restauro consistenti in interventi finalizzati alla conservazione, al consolidamento e al ripristino di beni di interesse artistico o appartenenti al patrimonio architettonico, archeologico, etnografico, bibliografico ed archivistico<sup>21</sup>.

In Giappone i grandi maestri dell'artigianato sono definiti "tesori nazionali viventi" e tutelati dallo Stato come patrimonio culturale. Letteralmente "tesori nazionali umani": persone portatrici di conoscenze, tecniche e tradizioni a cui è stato riconosciuto un eccezionale valore<sup>22</sup>.

Nonostante i mestieri d'arte siano da sempre considerati parte integrante del patrimonio storico, gli studi fino ad oggi effettuati, economici e sociologici, non hanno prestato grande attenzione ai fenomeni di trasformazione ed è difficile immaginare di poter salvaguardare i mestieri senza formulare una proposta sulla loro sostenibilità economica. Le difficoltà economiche permangono per quegli artigiani che non hanno acquisito una riconoscibilità locale e internazionale che accrediti il valore della produzione (Micelli, 2011, pp. 119-122). I mestieri d'arte, lungi dall'essere meri residui di un passato artigianale sono una realtà in continua evoluzione; molti si inseriscono in filiera produttive di più grandi dimensioni mentre altri si trasformano. Senza perdere il significato delle proprie radici storiche e culturali, nel corso della storia, le

---

<sup>20</sup> La Carta internazionale dell'Artigianato artistico è stata siglata nel 2010, a Parigi dalle associazioni di categoria di Francia, Italia e Spagna. La Carta definisce le lavorazioni dell'artigianato artistico e ne sancisce i valori dal punto di vista economico, culturale e sociale. La Carta contribuisce inoltre a delineare un percorso politico europeo per l'artigianato artistico, che comprende interventi in materia di comunicazione e promozione, internazionalizzazione, ricerca, formazione, turismo e rapporti con le istituzioni museali. Per l'Italia i sottoscrittori sono Cna e Confartigianato. La sua redazione e promozione dei contenuti è stata possibile grazie all'assistenza tecnica di Artex.

<sup>21</sup> Vedi Allegato 1: Carta internazionale dell'Artigianato Artistico

<sup>22</sup> Lo Stato giapponese riconosce ogni anno un numero ristretto di Tesori nazionali viventi con un premio in denaro pari a 2 milioni di yen. Tesoro nazionale vivente è il titolo concesso in Giappone a certi maestri di arti manuali come lo ukiyo-e, arte su carta, fabbricazione di spade e ceramica, e a maestri di tradizioni recitative come il bunraku, il kabuki e vari festival tradizionali (matsuri). Tale titolo è concesso al fine di preservare le tecniche e le abilità artistiche in pericolo di esser perdute. A livello legislativo il titolo fa parte della categoria dei Tesori nazionali giapponesi, che include al suo interno persone e beni tangibili e intangibili.

innovazioni nelle tecniche e negli strumenti di lavoro sono sempre entrate nelle botteghe artigiane e hanno sempre concorso a trasformarne i connotati.

Mentre per i Paesi dell'Europa settentrionale risulta difficile operare una netta distinzione tra arte e artigianato o tra artigianato e industria, i maestri d'arte italiani operano in settori che sono al di fuori delle gallerie d'arte e della produzione seriale e la cui indipendenza tende ad essere riconosciuta.

Un importante catalogo dei mestieri d'arte italiani è quello redatto dalla Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte<sup>23</sup>, che ha recensito una lunga lista di mestieri e professionalità artigiane e la loro distribuzione territoriale. Il censimento continua tutt'oggi attraverso la rivista, *Mestieri d'Arte & Design*<sup>24</sup>, promossa dalla stessa Fondazione. Il progetto editoriale è dedicato all'eccellenza artigianale italiana e internazionale, alle sue origini e ai suoi rapporti con la creatività e lo stile, ai prodotti, ma anche ai materiali, alle tecniche, agli atelier, alle scuole, alle botteghe e a gli artefici: i maestri d'arte. *Mestieri d'Arte & Design*, pubblicato anche in traduzione inglese rappresenta un'inedita prospettiva che permette di cogliere l'attualità, la bellezza, la poesia e la rilevanza economica dell'eccellenza artigiana in tutti gli aspetti-chiave del sistema produttivo. Sviluppato dalla Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte con Symbol, il progetto si avvale della direzione editoriale di Franco Cologni e della direzione creativa di Ugo La Pietra, storico intellettuale da sempre dedito alla valorizzazione delle arti applicate. Un'altra pubblicazione, alquanto recente (2007), è quella promossa dal Touring Club Italiano, dal titolo *Fatto a mano. Artigianato in Italia*. Si tratta di una guida dedicata ai principali mestieri e tecniche artigianali, il cui intento è essenzialmente turistico. La guida comprende una sezione che, oltre a comprendere, regione per regione, una selezione delle botteghe artigiane presenti sul territorio, segnala anche alcuni musei ed esposizioni a tema artigianato. La selezione risente ovviamente di alcuni limiti e, mentre la prima parte dedicata alla sezione "arti e mestieri" risulta consistente e alquanto dettagliata per la finalità a cui è orientata, la seconda, privilegia solo alcune delle realtà artigianali presenti, tralasciando, come si afferma nella stessa introduzione alla guida, molte delle realtà significative e di qualità. In generale, a mio avviso, il testo ha una buona riuscita e seppure con alcune limitazioni, rappresenta bene la versatilità e varietà della tradizione artigianale italiana che ha saputo mettere insieme con competenza e originalità passato e presente grazie a nuove suggestioni e contaminazioni esterne. Anche graficamente la qualità editoriale è notevole, grazie all'ideazione di alcuni simboli associati ad altrettante rispettive categorie di produzione artigianale, dodici in tutto, che aiutano a individuare e riconoscere le tipologie delle botteghe; nello stesso modo, simboli diversi, sono associati a musei, corsi e manifestazioni. Sempre alla Fondazione Cologni, invece, è ascrivibile il progetto "La regola del talento. Mestieri d'arte e Scuole italiane di eccellenza", portato avanti con il sostegno di Fondazione Deutsche Bank Italia per raccontare, rappresentare e celebrare gli Istituti italiani dove i giovani apprendono la regola del talento e il metodo, ma dove si coltivano anche il gusto e la passione, grazie all'aiuto dei maestri. Il progetto comprende un volume, pubblicato nel 2014 da Marsilio Editori, e un sito web: un tributo a diciassette grandi Scuole di arti e mestieri, selezionate tra le numerose realtà italiane che ogni anno formano giovani maestri e scelte per il loro prestigio, per il patrimonio storico e immateriale che rappresentano, per la rilevanza sul territorio, per lo sguardo attento alla contemporaneità<sup>25</sup>. Gli Enti, destinati a chi è già in possesso di un diploma,

---

<sup>23</sup> La Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte è un'istituzione privata non profit, nata a Milano nel 1995 per volontà di Franco Cologni, Presidente. Le sue iniziative, si rivolgono soprattutto ai giovani: formare nuove generazioni di Maestri d'Arte, salvando le attività artigianali di eccellenza dal rischio di scomparsa, è uno degli obiettivi che la Fondazione persegue. A questo scopo promuove, sostiene e realizza una serie di iniziative culturali, scientifiche e divulgative. Con le due collane editoriali "Mestieri d'Arte" e "Ricerche" si propone di ricostruire storicamente la realtà di queste attività di eccellenza fino ai giorni nostri, guardando alla grande tradizione del savoir-faire italiano e insieme alle nuove declinazioni dell'artigianato contemporaneo. Con i tirocini formativi del progetto "Una Scuola, un Lavoro. Percorsi di eccellenza" sostiene fattivamente la formazione dei giovani nell'alto artigianato e il loro inserimento nel mondo del lavoro. Nell'ambito delle sue attività di formazione e orientamento, la Fondazione collabora attivamente con Scuole e Istituti di alto profilo. Nel quadro dei suoi rapporti con enti e organismi stranieri collabora con INMA, *Institut National des Métiers d'Art* ed è partner del network internazionale delle "Giornate Europee dei Mestieri d'Arte".

<sup>24</sup> La rivista è consultabile sul sito <https://www.mestieridarte.it>.

<sup>25</sup> L'elenco comprende: l'Istituto Superiore per la Conservazione ed il Restauro di Roma, il Politecnico Calzaturiero in provincia di Padova, il Centro Conservazione e Restauro La Venaria Reale in provincia di Torino, l'Istituto Centrale per il Restauro e la Conservazione del Patrimonio Archivistico e Librario di Roma, l'Opificio delle Pietre Dure di Firenze, l'Istituto Statale d'Arte per la Ceramica Luigi Sturzo in provincia di Catania, la Scuola dell'Arte della Medaglia di IPZS di Roma, il TADS, Tari Design School di Caserta, la Scuola di Sartoria Nazareno Fonticoli in provincia di Pescara, l'ALMA, La Scuola Internazionale di Cucina Italiana

appartengono a tipologie diverse: pubblici, privati, antichi e recenti, e rappresentano un'eccellenza nella formazione e nella trasmissione del saper fare artigianale. È bene citare anche la Scuola Internazionale dei Mestieri d'Arte<sup>26</sup>, che, nel 2019, ha attivato diversi laboratori e corsi di formazione destinati a giovani fino a 35 anni di età. La Scuola Internazionale dei Mestieri d'Arte si pone l'obiettivo di riscoprire e recuperare l'antica arte cartaria del passato e di trasmetterla alle nuove generazioni, prevedendo uno spazio di sperimentazione, attraverso l'innovazione tecnologica delle nanocellulose.

Negli ultimi venti anni molte regioni hanno attivato, all'interno dei propri progetti istituzionali e in collaborazione con le associazioni artigiane di categoria, percorsi formativi e professionalizzanti nel settore dell'artigianato artistico e tradizionale e disciplinato il conseguimento della qualifica di Maestro Artigiano<sup>27</sup>. È il caso, ad esempio, della Regione Toscana con il progetto dell'istituzione delle *Botteghe-Scuola*<sup>28</sup>, promosso anche dalla Regione Piemonte, o ancora della Regione Campania, che ha all'attivo numerosi corsi di formazione professionale in materia di artigianato e lavorazioni artistiche<sup>29</sup>, attraverso provvedimenti a sostegno della promozione dell'artigianato tradizionale, in particolare delle produzioni tipiche di qualità legate alla creatività, all'arte e alle conoscenze dei territori, delle botteghe storiche e degli antichi mestieri, e dell'artigianato religioso.

### **2.3 Gli oggetti del lavoro manuale come elemento distintivo nei processi di patrimonializzazione dei saperi locali**

Il patrimonio culturale, sia esso materiale o immateriale, è sempre stato un elemento essenziale nella definizione dell'identità locale, regionale e nazionale, Il patrimonio rappresenta, sempre più spesso, motivo di orgoglio o addirittura di resistenza. Ciò che importa è che il patrimonio culturale per essere definito tale, sia riconosciuto prima di tutto come proprio dalla comunità di appartenenza, in quanto creazione di un gruppo umano eterogeneo che vive in un luogo, ne condivide la storia e nello stesso tempo interagisce anche con le influenze esterne. La definizione di patrimonio rimane un processo di costruzione e capire il patrimonio, in ogni caso, implica il comprendere il modo in cui esso è divenuto tale. Tra omologazione e localismi si collocano i processi di costruzione e valorizzazione portati avanti a favore dei patrimoni locali. A questo scopo è utile ripercorrere le varie tappe che hanno portato, a livello globale, alla definizione di "patrimonio etnologico", in riferimento alle politiche statali di patrimonializzazione che hanno coinvolto il mondo rurale, a partire dal riconoscimento del legame tra "patrimonio culturale rurale" e saperi locali. Valeria Siniscalchi, in un suo saggio (Siniscalchi, 2007, pp. 148-161)<sup>30</sup>, affronta il problema del rapporto tra sapere antropologico, potere e politiche del patrimonio legate alla patrimonializzazione dei saperi in Francia, attraverso l'analisi dei modi in cui l'etnologia francese si è interessata alla protezione e alla valorizzazione dei saperi, ai fini della costruzione di un patrimonio nazionale:

---

in provincia di Parma, l'Alta Scuola di Pelletteria Italiana in provincia di Firenze, l'Istituto Statale d'Arte per la Ceramica Gaetano Ballardini di Faenza, provincia di Ravenna, l'Istituto d'Arte Pietro Selvatico di Padova, la Scuola Internazionale di Liuteria di Cremona, l'Accademia Teatro alla Scala di Milano, la Scuola del Vetro Abate Zanetti di Murano, provincia di Venezia, la Scuola Mosaicisti del Friuli in provincia di Pordenone. Ulteriori informazioni sulle singole scuole sono riportate sul sito <https://www.scuolemestieridarte.it>.

<sup>26</sup> Il progetto inaugurato nel dicembre 2019 è ideato da Carifac'Arte S.r.l., la società strumentale della Fondazione Cassa di Risparmio di Fabriano e Cupramontana, costituita il 19 luglio 2018, ai fini di rivitalizzare e riportare alla luce le "botteghe degli antichi mestieri". Alla Società è riservata la gestione del complesso "Le Conce", che ospita la Cartiera Aperta, con i laboratori di preparazione della forma e della produzione della carta, e della stessa Scuola.

<sup>27</sup> Nella gran parte dei casi si tratta di iniziative in collaborazione con le sedi territoriali del CNA, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa.

<sup>28</sup> L'accreditamento delle Botteghe-Scuola è disciplinato dalla direttiva approvata con la delibera della Giunta regionale Toscana nel 2012.

<sup>29</sup> La Giunta Regionale della Campania ha approvato, nel 2017, lo stanziamento di 30 milioni di euro a favore dell'artigianato per promuovere le produzioni locali, valorizzandone gli aspetti di storicità, valore sociale ed espressione culturale. Il provvedimento, che recepisce gli intenti della Carta Internazionale dell'Artigianato Artistico, rimarca il valore dell'Artigianato Artistico e di Qualità quale risorsa economica fondamentale, costituita da un tessuto produttivo diffuso di microimprese, di laboratori e di PMI, fortemente radicate nei territori di appartenenza.

<sup>30</sup> Il saggio di Valeria Siniscalchi si basa sul lavoro che ha svolto per la *Mission à l'ethnologie* all'interno del *Ministère de la culture*, insieme ad altre ricerche sulle politiche del patrimonio e le pratiche di costruzione del territorio.

“Il patrimonio partecipa alla costruzione di una genealogia, essenziale alla legittimità politica”, sottolinea D. Poulot (1999b, p.10) in uno dei testi dell’ormai vasta letteratura riguardante la nozione di “patrimonio” e le pratiche di “patrimonializzazione”. I processi di patrimonializzazione sono legati al rapporto con il passato e più in generale con il tempo, ai modi in cui un gruppo umano si costruisce e si rappresenta; ma soprattutto essi rinviano alla dimensione politica e alla gestione del potere. [...] La storia della nozione di patrimonio è estremamente complessa e si iscrive nel processo di costruzione della Nazione francese e di una coscienza nazionale. Negli anni l’attenzione patrimoniale si è spostata dalla Nazione alla società e dall’idea di unicità e di opera d’arte a quella di tipicità: in questo modo, il campo ricoperto dalla nozione di patrimonio si è esteso fino a includere tutto ciò che testimoniava della complessità della società e permetteva di fissare una memoria collettiva (Siniscalchi, 2007, p. 148).

La Siniscalchi ripercorre le principali tappe legislative che hanno portato, a partire dal 1943, la legislazione francese a riconoscere il rapporto esistente tra un monumento e l’ambiente che lo circonda. Infine, nel 1993 viene promulgata la legge di protezione del paesaggio<sup>31</sup>. I provvedimenti legislativi che riconoscono l’estensione delle forme di protezione anche ai siti, all’ambiente e infine al paesaggio sono un segno dell’attenzione sempre più evidente, da parte delle politiche del patrimonio, nei confronti degli oggetti patrimoniali e riflettono i cambiamenti a livello sociale, come il ritorno al “locale”, sempre più forte in Francia a partire dagli anni ‘70. Come osserva Siniscalchi:

[...] Allo stesso tempo, essi producono effetti sulle mentalità e sui modi di concepire il patrimonio: le istituzioni modellano le maniere di pensare e anche le maniere di pensare il patrimonio. Negli anni più recenti, gli oggetti patrimoniali hanno acquisito il valore di traccia, non solo del passato, ma anche del presente per il futuro. La patrimonializzazione ha così cambiato senso: «il lavoro di salvataggio è sostituito da un’impresa di rivelazione e interpretazione» (Poulot, 1997, p. 30) e il patrimonio è considerato sempre più come il supporto o il pretesto di rivendicazioni, scambi, legami sociali.

L’estensione semantica della nozione di “patrimonio” ha permesso di costruire il patrimonio come oggetto di politiche di intervento e allo stesso tempo come oggetto di ricerca. L’etnologia ha partecipato a questi processi dall’interno delle istituzioni patrimoniali e la nozione di “patrimonio etnologico”, elaborata alla fine degli anni ‘70, è uno dei risultati [...] e al tempo stesso uno degli strumenti dei cambiamenti che si sono prodotti nelle pratiche e nelle politiche del patrimonio. L’interesse istituzionale nei confronti del “patrimonio etnologico” è il risultato di un’attenzione sempre più forte nei confronti del mondo rurale, considerato alla fine degli anni ‘70, in rapido mutamento; al tempo stesso, l’attenzione patrimoniale nei confronti degli oggetti dell’antropologia e i legami che una parte dell’etnologia francese ha tessuto con le istituzioni “patrimoniali” hanno contribuito a conferire legittimità allo sguardo antropologico applicato alla realtà francese (Siniscalchi, 2007, p. 149).

Il caso francese è significativo non solo per l’attenzione rivolta, da parte delle istituzioni, verso nuovi oggetti patrimoniali ma anche per la riflessione intorno alla nozione di “patrimonio etnologico”, culminata, nel 1980, con la *Mission du Patrimoine ethnologique*<sup>32</sup>, in seguito al lavoro frutto di un gruppo di ricerca, noto come “rapporto Benzaid”<sup>33</sup>. Il rapporto restituisce per la prima volta una definizione di patrimonio

---

<sup>31</sup> Nel 1957 vengono istituite le riserve naturali, nel 1960 i parchi naturali e nel 1967 i parchi naturali regionali; infine, nel 1993 viene promulgata la legge di protezione del paesaggio.

<sup>32</sup> Dagli inizi, la *Mission du patrimoine ethnologique* si occupa in gran parte di contesti rurali. L’attenzione patrimoniale nei confronti degli oggetti dell’etnologia passa prima di tutto attraverso un interesse, in termini di conservazione, nei confronti delle costruzioni rurali non protette, dette “architettura senza architettura”. Dal punto di vista delle istituzioni patrimoniali, l’*Inventaire général*, creato nel 1964, si occupa di recensire, studiare e far conoscere al pubblico le opere dell’architettura e dell’arte francese, e tra questi elementi dell’architettura rurale; ma le dimensioni sociali dell’habitat e le pratiche concrete restano a lungo lontani dalle preoccupazioni dell’*Inventaire*. Gli studi relativi all’architettura rurale restano quindi a lungo in una *empasse*, presi tra le analisi statiche della diversità dei territori francesi da un lato e studio delle trasformazioni degli elementi architettonici dall’altro.

<sup>33</sup> Nel 1977, all’interno del Ministero della cultura, viene creata la *Direction du patrimoine* con lo scopo di assicurare “la conoscenza, la protezione e la valorizzazione dei beni culturali materiali in situ”. L’anno seguente, è istituito un gruppo di riflessione con l’incarico di elaborare il contenuto di una “politica nazionale dell’etnologia”. Si tratta di un’etnologia “di salvataggio”, impregnata del clima dell’epoca, che era un clima di urgenza in cui la nozione di patrimonio cominciava a essere sempre più utilizzata. Il risultato del lavoro di questo gruppo di riflessione è un rapporto, “*L’ethnologie de la France: besoins et projets*”, presentato al Ministro della Cultura nel 1979 e noto come “rapporto Benzaid”, dal nome dell’Ispettore generale delle finanze che presiedeva il gruppo di lavoro. Il rapporto Benzaid dà l’avvio a una vera e propria politica del patrimonio etnologico, ma è necessario che l’etnologia abbia un posto all’interno delle istituzioni patrimoniali per poter decretare cosa è patrimonio e per poter

etnologico, determinando, d'ora in poi, un mutamento radicale nei modi di pensare e di costruire il patrimonio:

Il patrimonio etnologico di un paese include i modi specifici di esistenza materiale e di organizzazione sociale dei gruppi che lo compongono, i loro saperi, le loro rappresentazioni del mondo, e in maniera generale, gli elementi che fondano l'identità del gruppo sociale e che lo distinguono dagli altri (Siniscalchi, 2007, p. 150).

Il conferimento di un valore patrimoniale alla cultura, intesa in senso antropologico implica anche la considerazione e l'applicazione di nuove forme di protezione, diverse dalla conservazione abituale, ma soprattutto legittima con una vera e propria politica del patrimonio etnologico, la presenza dell'etnologia all'interno delle istituzioni patrimoniali. Come sostiene Valeria Siniscalchi:

La protezione prende la forma di un processo che va dalla conoscenza (quindi la ricerca e l'analisi), alla salvaguardia (quindi uno sforzo per mantenere vivi saperi e saper fare e per accompagnare la trasmissione) alla valorizzazione. L'etnologia giocherà un ruolo non solo nell'elaborazione di nuove forme di valorizzazione del patrimonio locale [...] ma anche nella conoscenza e nella scelta degli elementi da proteggere infine nell'elaborazione di nuove forme di protezione: modalità per stimolare la trasmissione, per aiutare a mantenere determinati elementi immateriali, come i saperi, o per accompagnare la loro innovazione (Siniscalchi, 2007, p. 150).

Le nuove forme di protezione, in riferimento al problema della patrimonializzazione, suppongono altre questioni come la protezione, la preservazione e la valorizzazione di un tipo di patrimonio in continua evoluzione, sottoposto a cambiamenti di uso e destinazione. Il rischio rimane quello della museificazione nostalgica. La soluzione, in riferimento alla questione francese ma non solo, sembra essere, come ci dice la Siniscalchi, l'intervento sui saperi e i *savoir-faire* nel campo dell'artigianato e dell'edilizia e verso le competenze necessarie al loro mantenimento. In riferimento alle politiche dello stato francese, il sentimento di urgenza nei confronti di un mondo rurale, percepito come sottoposto a cambiamenti rapidi e inesorabili, aveva consentito di delimitare il campo istituzionale e concettuale del "patrimonio etnologico" e di legittimare l'etnologia all'interno delle istituzioni, riconoscendo al patrimonio un ruolo sociale.

[...] Ed era stata proprio la dimensione naturale di una parte degli oggetti di interesse dell'antropologia che aveva permesso a quest'ultima di entrare nelle istituzioni statali incaricate del patrimonio, conferendole potere e legittimità in termini di *expertise* su tali oggetti, destinati a divenire "patrimoniali" (Siniscalchi, 2007, p. 152).

Nella prima metà degli anni '90 il patrimonio sembra essere infatti lo strumento utile a rilanciare lo sviluppo locale, attraverso la definizione di "patrimonio culturale rurale" connesso all'interesse nei confronti dei saperi e del saper fare.

Nel 1994, il cosiddetto "rapporto Chiva"<sup>34</sup> elabora la definizione di questo nuovo campo patrimoniale, rappresentato dal patrimonio rurale:

---

avviare delle politiche di protezione. Il primo passo è quindi la creazione di un *Conseil du Patrimoine ethnologique* e di una *Mission du Patrimoine ethnologique* (dal 2003 *Mission à l'ethnologie*), all'interno della *Direction du patrimoine*. A livello regionale, vengono creati dei posti di *conseiller sectoriel à l'ethnologie*. La vicinanza istituzionale dell'etnologia con i servizi dell'Archeologia o dell'*Inventaire général des monuments de la France*, produce quindi due effetti: spinge a estendere la nozione di monumento, che ora include "gli elementi comuni insieme a quelli eccezionali, le maniere di fare e i discorsi insieme agli oggetti" (Farbre, 2000, p. 8); fa sì che l'etnologia venga associata "alle forme e alle tecniche contemporanee di governo della società" (ibid., p.15).

<sup>34</sup> Nel 1993, Isaac Chiva, che era stato presidente del *Conseil du Patrimoine ethnologique*, è incaricato di coordinare un gruppo di lavoro sul tema del patrimonio rurale per proporre un programma di azione globale in questo campo. Il risultato sarà la redazione di un rapporto, presentato nel 1994 al ministro della cultura, "*Une politique pour le patrimoine culture rural*". Si tratta di un testo politico, pensato per dialogare con altre istituzioni e altri ministeri, destinato ad amministratori e uomini politici. Non sarà pubblicato, ma esso segna un passo importante per quanto riguarda il ruolo e le attività dell'etnologia all'interno delle istituzioni. Il rapporto Chiva cristallizza e fissa una definizione che era già utilizzata nelle politiche interne della *Mission*, la struttura e cerca di renderla comprensibile per l'esterno attraverso una serie di proposte pratiche per una "politica del patrimonio culturale rurale". A partire dal "rapporto Chiva", viene creata una piccola sezione, all'interno della *Mission*, destinata a occuparsi più in particolare del patrimonio culturale rurale.

Fanno parte del patrimonio rurale: gli immobili, che formano ciò che si è soliti chiamare architettura rurale [...]; i paesaggi, modellati nel corso del tempo dalla gente che vive del lavoro della terra e, più in generale, dallo sfruttamento delle risorse della natura; i prodotti locali, legati alle condizioni locali e alle necessità dell'uomini che li hanno elaborati; le tecniche, gli strumenti e i *savoir-faire* che ne hanno permesso la creazione e che sono indispensabili per renderne possibile il mantenimento, il restauro, i cambiamenti nelle modernizzazioni, nel rispetto delle logiche costruttive dell'estetica di questo insieme formato da immobili, habitat, paesaggio. Tutto ciò vuol dire che tali tecniche includono simboli e significati culturali (cfr. Siniscalchi, 2007, pp. 152-153).

Per la prima volta, accanto all'architettura rurale, anche il paesaggio, le produzioni "tipiche", e i saper fare, divengono oggetti patrimoniali, da trasmettere e salvaguardare. Il patrimonio rurale diviene così un sistema indissociabile composto da elementi di natura differente.

L'etnologia partecipa attivamente alla costruzione di questo nuovo campo patrimoniale costituito, come abbiamo visto, da saperi e *savoir-faire*. Di fatto, l'antropologia legittima le azioni di patrimonializzazione, analizzando i processi sociali di cui le pratiche di patrimonializzazione fanno parte e contribuendo alla costruzione del patrimonio. La patrimonializzazione esiste dal momento in cui un potere politico lo rende legittimo e diventa ora il frutto di una politica esplicita di rappresentazione alla quale gli antropologi partecipano. La difficoltà rimane quella di non costringere all'immobilità gli elementi patrimoniali, ma di gestirli in quanto elementi viventi. L'identificazione del patrimonio con la cultura implica, infatti, una contraddizione tra l'evoluzione costante degli elementi culturali e l'idea di conservazione, implicita nella nozione stessa di patrimonio. Il criterio da tener presente è quello di trattare questi oggetti patrimoniali come oggetti viventi, analizzandone i processi di trasformazione in funzione non solo del presente ma anche del futuro.

Come osserva Pietro Meloni, questo interesse per gli aspetti materiali della cultura non sarebbe forse stato così rilevante se non vi si fosse affiancata l'idea della costruzione di un'identità nazionale, che ha le sue basi nella Rivoluzione francese in un percorso storico dove i beni materiali vengono conservati e trasmessi perché sono l'espressione del «genio di un'epoca» (Dei, Meloni, 2015, p. 23). Il patrimonio sembra essere in quest'ottica uno strumento per produrre cambiamenti, per costruire il territorio, per modellare le identità e dare loro nuova visibilità: un catalizzatore di attenzione e di interessi, anche se spesso diversi, se non divergenti, da parte di poteri istituzionali ma anche di comunità locali che hanno acquisito nuova autonomia di scelte e di azione (Siniscalchi, 2007, pp. 156-158).

Se le ricerche condotte in Francia, a partire dalla promulgazione della legge sul paesaggio, hanno condotto ad una definizione condivisa di patrimonio etnologico, è necessario sottolineare che già nella sua fase positivista l'antropologia rivolgeva il suo interesse a quelli che definiamo genericamente come "oggetti folklorici"<sup>35</sup>. Gli oggetti della cultura contadina, più di altri, sembrano rispondere bene alle caratteristiche di genuinità e autenticità ricercate in questi anni dagli studiosi del folklore in contrapposizione all'erosione causata dai processi di urbanizzazione. A quelli, che continueremo a chiamare, oggetti folklorici, raccolti dai primi collezionisti, si sono aggiunte, nel corso del secondo dopoguerra, numerose collezioni nate spesso dal basso e legate alle memorie e alle nostalgie del mondo rurale: strumenti del lavoro agricolo, arredamenti, oggetti legati alla quotidianità e alle tradizioni del mondo contadino.

In riferimento al panorama italiano degli studi sul folklore, è necessario ricordare la figura di Giuseppe Pitrè, uno dei maggiori studiosi di folklore del diciannovesimo secolo, e certamente uno dei primi a interessarsi agli aspetti materiali della cultura popolare. Dal 1870, Pitrè si dedicò alla raccolta di oggetti del mondo tradizionale siciliano, che espose prima all'Esposizione Industriale di Milano del 1881 e nel 1891-92 all'Esposizione Nazionale di Palermo<sup>36</sup>. In seguito, gli oggetti raccolti contribuirono alla realizzazione

---

<sup>35</sup> L'antropologia ha affrontato la cultura materiale principalmente per il tramite di due tipi di oggetti: quelli esotici o primitivi, da un lato, quelli popolari o folklorici, dall'altro. I primi hanno avuto una carriera tortuosa e contrastata, tra musei scientifici e attrazioni artistiche, tra il ruolo di testimoni di cultura in via di estinzione e quello di capolavori di un'arte etnica e originaria.

<sup>36</sup> L'esposizione Nazionale di Palermo venne inaugurata nel 1891 e organizzata in nove sezioni che raccoglievano differenti categorie di oggetti esposti secondo le indicazioni dello stesso Pitrè.

del Museo Etnografico Siciliano Giuseppe Pitrè di Palermo, da lui fondato nel 1909<sup>37</sup>. Come sottolineato da Meloni, l'Esposizione Nazionale di Palermo viene considerata, in riferimento agli studi sul folklore in Italia, il punto di partenza dell'interesse verso la cultura materiale e la museografia demotnoantropologica. Successivamente, Lamberto Loria, etnografo ed esploratore, confermò questo interesse, realizzando, nel settembre del 1906, il primo Museo di etnografia italiana a Firenze. Fu poi incaricato di curare a Roma la sezione etnografica dell'Esposizione Internazionale del 1911. Dal 1908 Loria iniziò a coordinare una serie di ricerche finalizzate all'acquisizione di materiali provenienti dalle varie regioni, alle quali presero parte esponenti del mondo accademico, e collaboratori sparsi nelle diverse province d'Italia. Nel 1911 la raccolta comprendeva ben 30.000 oggetti etnografici, conservati nel Museo Nazionale delle Arti e Tradizioni Popolari, oggi Istituto Centrale per il Patrimonio Immateriale (ICPI), e che nel 1956 trovò sede definitiva nel quartiere EUR di Roma.

Con la Prima Guerra mondiale e l'avvento del fascismo gli studi di cultura materiale e le ricerche sulle tradizioni popolari, subirono un arresto significativo e solo nel dopoguerra l'interesse per la cultura materiale del lavoro e della vita quotidiana riprese forza (Dei, Meloni, 2015, pp. 22-24).

A livello internazionale, a partire dagli anni '90 del Novecento, in concomitanza con i processi già in atto in Francia, le vecchie categorie di folklore, tradizione e cultura popolare entrano a far parte di quelle di "patrimonio" e "beni culturali". Come riportato da Dei e Meloni, a favorire questo interesse:

Da un lato, la diffusione di una sensibilità relativistica e di un'etica del riconoscimento delle differenze legata al contesto postcoloniale e al tramonto dei miti universalisti del progresso; dall'altro, le dinamiche identitarie e le rivendicazioni autonomiste e particolariste innescate dal processo di globalizzazione (Dei, Meloni, 2015, pp. 100-101).

La cornice istituzionale di questo nuovo interesse verso la cultura materiale e il patrimonio etnografico è rappresentata dall'istituzione Unesco, che lancia negli anni '90 due programmi, denominati "Tesori umani viventi" e "Capolavori del patrimonio orale e intangibile dell'umanità", confluiti poi nella Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale intangibile (*Intangible Cultural Heritage*, ICH)<sup>38</sup> del 2003, e ratificata dall'Italia nel 2007, che istituisce una lista di capolavori del patrimonio culturale intangibile, e che diventa il principale riferimento istituzionale ai fini della valorizzazione del patrimonio culturale. Si deve senz'altro all'azione dell'Unesco con le sue Convenzioni l'approvazione dei provvedimenti a favore del patrimonio materiale e immateriale: il *Patrimonio materiale*, nel 1972, la *Salvaguardia del patrimonio immateriale*, del 2003, le *Diversità culturali*, del 2005, le *Comunità patrimoniali*, del Consiglio Europeo del 2005, con la decisa accelerazione e il forte mutamento di prospettive riguardo la considerazione, la natura e la funzione del patrimonio culturale. La Convenzione Unesco, amplia e definisce così il concetto di patrimonio culturale intangibile, affermando che:

[...] si intendono per "patrimonio culturale intangibile" pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze e saperi - così come gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati ad essi - che le comunità, i gruppi e, in alcuni casi, gli individui riconoscono come facenti parte del loro patrimonio culturale. Tale patrimonio culturale

---

<sup>37</sup> Il Museo composto oggi da due sedi, comprende circa 4.000 oggetti, provenienti da un nucleo originario costituito dal Pitre di circa 1.500 reperti, tra le collezioni etnografiche cedute dall'ex Museo nazionale di Palermo e quelle derivanti da donazioni private. Dopo la morte del Pitre (1916), per anni le collezioni rimasero inaccessibili al pubblico, fino a quando, nel 1935, Giuseppe Cocchiara riorganizzò l'allestimento museale. L'attuale ordinamento dei reperti rispecchia quella curata da Giuseppe Cocchiara, direttore del museo dal 1935 al 1965. Nel 2007 è stata inaugurata la seconda sede del museo: l'esposizione permanente, allestita nel piano nobile del palazzo, ospita portantine e mobili settecenteschi, il teatrino dell'Opera dei Pupi, la "stanza della memoria", dedicata a Giuseppe Pitre, e parte dei volumi della biblioteca, in particolare i fondi riguardanti le tradizioni popolari, la storia e l'architettura siciliana.

<sup>38</sup> La Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, riunitasi a Parigi dal 29 settembre al 17 ottobre 2003, nella sua trentaduesima sessione, è entrata in vigore il 20 aprile 2006 e l'Italia l'ha ratificata il 24 ottobre 2007. La Convenzione si propone di rafforzare il sistema di protezione delle espressioni particolarmente vulnerabili dell'identità culturale dei popoli, costituito dalle tradizioni, dall'insieme dei saperi, delle espressioni linguistiche e artistiche in vari ambiti: teatro e musica, celebrazioni religiose e riti, tecniche tradizionali di artigianato e arti varie.  
Vedi Allegato 2: Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale.



intangibile, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi interessati in conformità al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia, e fornisce loro un senso di identità e continuità, promuovendo così il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana <sup>39</sup>.

Dalla Convenzione si evince come nella definizione di “patrimonio culturale intangibile” <sup>40</sup>, siano incluse le forme di artigianato, legate indissolubilmente alle pratiche e ai saperi delle comunità. L'articolo 2 della Convenzione specifica, infatti, cinque particolari ambiti di appartenenza al patrimonio immateriale tra cui troviamo l'artigianato tradizionale. La Convenzione sottolinea anche la caratteristica comunitaria del patrimonio con il mutamento del dominio dal singolo proprietario privato alla dimensione collettiva, pubblica e culturale di un bene. La Convenzione si fonda sulla prospettiva di riuscire a trasformare il patrimonio in un bene universale, come riconosciuto dalle politiche dell'Unesco. La candidatura alle liste Unesco gioca un ruolo rilevante nella costruzione del patrimonio, e promuove il formarsi e l'affermarsi di eccellenze culturali, insieme a logiche di rafforzamento di poteri contestuali e locali. Le politiche del patrimonio, come sostiene Herzfeld, riferendosi alla sua esperienza di ricerca tra gli artigiani di Creta (Herfeld, 2015, pp. 19-33), sono tutt'altro che prive di implicazioni ideologiche nazionalistiche. In Grecia, gli artigiani e i loro prodotti hanno il ruolo di rappresentare la cultura popolare “autentica” greca. Attraverso l'apprendistato, inoltre, si riproduce non solo un sistema di conoscenze tecniche e di abilità produttive ma anche un uomo, un operatore, un cittadino: uno specifico habitus, che a sua volta rispecchia la società nel suo complesso. Osserviamo come i patrimoni culturali non siano quasi mai distinguibili dal campo della politica e delle iniziative istituzionali. La costruzione del patrimonio, è indubbio, che possa generare processi di valore e rilanciare processi sociali, politici e culturali.

Nel 2005, la Convenzione Quadro sul valore del patrimonio culturale per la società (Faro)<sup>41</sup>, sottoscritta dall'Italia nel 2013 e approvata in via definitiva dalla Camera dei Deputati il 23 settembre 2020, ha evidenziato, in modo ancora più incisivo, il ruolo esercitato dalle comunità locali nella definizione attiva del proprio patrimonio culturale. Sembra che, per certi versi, la Convenzione si differenzi dall'approccio antropologico ed etnografico, che aveva portato a una definizione di “patrimonio culturale”, e che aveva restituito ufficialmente e istituzionalmente all'etnografia il proprio oggetto di studio. La logica della patrimonializzazione, intesa, in questo caso, come tutela e valorizzazione sembra fondarsi sul ritorno al tradizionale e all'autentico, in contrapposizione ai processi globali di trasformazione legati alla modernità, e sottolineando, in riferimento a questi ultimi, il pericolo di deterioramento, scomparsa e distruzione. L'antropologia non può, in questo contesto, non rivolgere il proprio interesse verso i nuovi processi di circolazione dei beni della cultura artigiana, legati alle trasformazioni d'uso, e connessi ai processi economici e commerciali di scambio.

La nuova categoria patrimoniale legata agli oggetti artigianali e “autentici” della tradizione:

[...] coniuga due aspetti che in passato erano a lungo rimasti separati: da un lato lo studio della produzione, come valorizzazione artistica/artigianale di certi beni che aspirano al riconoscimento patrimoniale, dall'altro l'analisi della loro circolazione e del loro consumo, che mostra differenti strategie di legittimazione e costruzione di significati. In apparenza, la valorizzazione patrimoniale sembra riprendere e confermare la vocazione dell'antropologia classica allo studio esclusivo di classi particolari di oggetti – artigianali, autentici, ecc. In realtà, proprio la diffusione a tutti i livelli di processi patrimonializzanti mostra la labilità dei confini tra autentico e ordinario. Tali processi infatti trasformano costantemente lo statuto degli oggetti ordinari dell'uso quotidiano: zappe e aratri, macinini e macchine agricole, abiti tradizionali e utensili artigianali si fanno potenzialmente patrimonio nel momento stesso in cui divengono obsoleti,

---

<sup>39</sup> UNESCO, Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, Parigi 17 Ottobre, 2003.

<sup>40</sup> Il Patrimonio Culturale Immateriale (PCI), è definito dalla Convenzione Unesco per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale come comprensivo delle pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze e del know-how che comunità, gruppi o individui ritengono essere parte integrante della loro identità culturale, trasmesso attraverso generazioni.

<sup>41</sup> La “Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società”, è stata presentata il 27 ottobre 2005 nella città portoghese di Faro. Sottoscritta dall'Italia nel 2013, è stata ratificata dal Senato nel 2019 e approvata in via definitiva dalla Camera dei Deputati il 23 settembre 2020. La Convenzione è stata sottoscritta da 24 paesi membri del Consiglio d'Europa ed è stata ratificata da 20 Paesi. Si attende ancora la ratifica di Albania, Belgio, Spagna, Bulgaria e San Marino. Tra i paesi che non hanno firmato e ratificato ci sono la Francia, la Germania, il Regno Unito e la Federazione Russa.

scomparendo dal mercato di massa. Al tempo stesso, proprio lo status patrimoniale consente loro di riaffacciarsi sul mercato con una nuova veste e legittimità. Si tratta di una dinamica storica che implica cicli sempre più rapidi di uso-obsoltescenza-patrimonializzazione (Dei, Meloni, 2015, pp. 105-107).

Di fatto, come osservano Dei e Meloni (2015, pp. 103-105), riportando la ricerca etnografica di Thierry Bonnot (2002), incentrata sulla produzione artigianale e industriale dei prodotti ceramici, alla luce dei processi di patrimonializzazione, gli oggetti della cultura operaia e artigianale acquistano un nuovo valore che si alimenta delle nozioni di patrimonio, autenticità, capolavoro, dovuto al fatto che essi, al di là delle caratteristiche estetiche, raccontano lo statuto sociale del produttore, del territorio al quale appartengono, della comunità di saperi di riferimento e anche del fruitore, inteso come compratore.

A questo proposito, Pietro Clemente, alla luce delle operazioni culturali di rifunzionalizzazione, invita a non retrodatare l'artigianalità e non considerarla parte di un mondo "autentico" finito. Anche in funzione del fatto che spesso si tratta di manufatti che hanno perso la loro funzione pratica e la tecnica originaria per assumere una nuova veste.

Un esempio interessante di patrimonializzazione dei saperi legati all'artigianato riguarda il contributo di Costanza Lanzara, antropologa per l'Università degli Studi di Firenze, in merito al percorso voluto e finanziato dal Gruppo industriale Maccaferri della Manifattura sigaro toscano, che intendeva creare la giusta immagine rappresentativa del proprio marchio, attraverso la consulenza scientifica del mondo accademico. Costanza Lanzara, nel saggio, *Patrimonializzare il made in Tuscany. Gli antropologi chiamati alla certificazione culturale* (Lanzara, 2016, pp. 157-178), ci porta nel campo dell'industria privata, presentando la ricerca, condotta in Toscana nel 2012 e commissionata, alla cattedra di Antropologia Culturale di Firenze nella persona di Pietro Clemente, che ha riguardato il carattere performativo della patrimonializzazione dell'artigianato. L'indagine di Lanzara, insieme ad altri studi, è poi confluita nel dossier realizzato nell'ambito dell'attività di ricerca della Cattedra di Antropologia Culturale dell'Università degli Studi di Firenze con la collaborazione e il contributo di Manifatture Sigaro Toscano. Il suo intervento costituisce un esempio di etnografia commissionata da un'azienda privata, fra la richiesta di accreditamento sociale dell'immagine culturale di una ditta storica di sigari e la donazione di senso a una comunità sociale e lavorativa.

Fabio Dei, in un testo sulla cultura popolare del 2002, riprende negli stessi anni un dibattito con Bernardino Palumbo sulla rivista AM di antropologia museale (Dei, 2006, pp. 34-37). Nello scambio fra i due studiosi si articolava il complesso campo che riguarda lo statuto e la professionalità dell'antropologo al di fuori dell'ambito accademico. Palumbo, impegnato nella ricerca etnografica nella Sicilia orientale coinvolta nei riconoscimenti Unesco, promuoveva un'antropologia critica dei processi di patrimonializzazione, capace di smascherarne i giochi di potere sottesi, guardati dall'alto di una postazione privilegiata. Al contrario, Dei rifletteva sulla legittimità di ogni voce a manifestarsi senza attribuire valore di verità a quella antropologica, sulla base del fatto di una mediazione dei significati e l'abilità interpretativa dell'antropologo. Un'altra questione dibattuta dai due studiosi nello stesso testo, e direttamente collegata alla prima, è quella che riguarda il nazionalismo come strumento su cui modellare le concezioni del patrimonio culturale. Come accaduto per la nazione francese, il patrimonio diventa lo strumento su cui fondare il potere dello Stato. Fabio Dei osserva però, in riferimento all'attuale sistema Stato-nazione, come i processi contemporanei come la globalizzazione, i regionalismi, i movimenti autonomi, e i moderni processi di trasformazione, abbiano oggi trasformato i gruppi e gli interessi coinvolti, producendo nuove dinamiche di livelli "egemonici e subalterni", che coinvolgono al di là dei poteri statali, nuovi modelli di comunità e il loro rapporto con i saperi accademici e le nuove forme di comunicazione.

Nel caso specifico del mandato della società Maccaferri è evidente che ci si trovasse di fronte a delle finalità fin troppo dichiarate, che rientrano proprio in quel compito di descrizione e rappresentazione che ricollocata il ricercatore non tanto sullo stesso livello dei suoi interlocutori, ma quasi subordinato ad essi (Lanzara, 2016, pp. 158-159). L'intento originario era quello di ottenere una documentazione storico antropologica del proprio prodotto aziendale e la validazione del mito di fondazione che già circolava. L'indagine antropologica avrebbe arricchito di storie e testimonianze la rappresentazione della manualità legata alla

manifattura dei sigari protrattasi fino a giorni nostri e la capacità di esportazione di un prodotto italiano d'eccellenza nel mercato internazionale. Una tradizione percepita dalla stessa azienda come fondativa della propria identità produttiva e strumento di contrapposizione ai processi di mercificazione globalizzata e di valorizzazione della tipicità, mostrando la quotidianità delle persone reali e delle loro mani, detentrici di saperi e tecniche, antiche e preziose da generazioni. Pietro Clemente, ha saputo ribaltare il piano dell'offerta di partenza in uno spirito collaborativo, motivando la richiesta ricevuta e avvalorando l'habitus professionale per il quale era stato contattato. Iscrivere la produzione del sigaro toscano nel solco della tradizione culturale di un paese e della sua popolazione avrebbe sedimentato e reso più evidenti le correlazioni con lo "stile italiano", amplificando valori e simboli produttivi che, come descriveva il committente, era il *concept* della ricerca. A questo scopo, la ricerca di Costanza Lanzara, confluita nel dossier, ha interessato anche altri settori dell'artigianato artistico, come proposto fin dai primi colloqui con Pietro Clemente e, nello specifico, le filiere produttive del vino, marmo, cuoio, tessuto, paglia e sigaro. Il focus della ricerca è rappresentato dalle piccole imprese, pensate soprattutto all'interno di un "sistema di valori" storicamente profondo e documentabile. Il carattere performativo della ricerca è legato al fenomeno della patrimonializzazione delle pratiche artigiane, e alle dinamiche attraverso le quali si compie l'elezione-riconoscimento-invenzione-reinvenzione di un patrimonio. Nel caso della patrimonializzazione anche il contesto viene a sua volta performato, attraverso l'elezione di alcune categorie di riferimento via via modellate-performate alla dimensione patrimoniale. L'obiettivo di definire le origini dello stile italiano è stato comune a tutte le filiere: un processo pressoché immancabile nel meccanismo più ampio della tradizione, percepita come fondativa della propria identità produttiva e strumento di contrapposizione ai processi di mercificazione globalizzata, che si ancora alla valorizzazione della tipicità e alla costruzione di un racconto plausibile. La certificazione culturale diventa in questo caso essenziale a marcare la distinzione rispetto a un *saper fare* che non si può improvvisare, perché parte di un'eredità che solo alcuni hanno ricevuto o hanno saputo far fruttare e che costantemente si rinnova nella sua presunta e dichiarata unicità. Il diretto interlocutore in tutte le fasi del progetto è stato la Sensi-Renzi & Partners Comunicazione S.r.l., società mediatrice nella comunicazione d'impresa, con la quale hanno dialogato Pietro Clemente e Maria Elena Giusti, quale coordinatrice del gruppo di ricerca, giungendo a elaborare il contesto delle filiere, che in Toscana, come in molte altre regioni italiane, sottende alla configurazione del sistema dei distretti industriali. Durante la ricerca si sono definiti i settori artigianali su cui fare ricerca, con la relativa chiamata di sei ricercatori, cinque antropologi culturali e uno storico. Ogni esponente del gruppo ha redatto una scheda individuale del progetto di ricerca e lavorato in autonomia per rispondere alle indicazioni ricevute, ma tutti hanno cercato di riequilibrare le finalità espresse dal committente con la propria coscienza professionale (Lanzara, 2016, pp. 162-169). Le fonti da analizzare e interpretare in questo particolare processo di patrimonializzazione sono rappresentate dalle indicazioni delle volontà del committente e il tema dominante è la questione delle origini. Quest'ossessione, molto diffusa nell'ambito dell'impresa storica e delle case di produzione di prodotti tipici, insiste sulla componente della permanenza sul territorio e sulla sua durata nel tempo, come risorsa competitiva. La richiesta dei committenti era rivolta a mostrare come l'eccellenza manifatturiera di oggi si appoggiasse su di un'esperta pratica secolare. Tanto più fosse stato possibile risalire indietro nel tempo nel rintracciare anelli di congiunzione col passato, maggiore sarebbe stato il valore simbolico, del prodotto contemporaneo. La collaborazione richiesta dalla Manifattura Sigaro Toscano alla Cattedra di Antropologia Culturale esprime quella coscienza patrimoniale che le politiche culturali dell'Unesco auspicano e incentivano per l'identificazione delle risorse rappresentative delle comunità a cui, nei documenti ufficiali, viene richiesto un alto livello di partecipazione assegnato e un ruolo strategico<sup>42</sup>.

In questa prospettiva il contributo dell'antropologia segue le scelte dei detentori del patrimonio con la volontà di valorizzarle nel racconto etnografico e attraverso questo processo narrativo, gli antropologi

---

<sup>42</sup> Secondo la Convenzione per la salvaguardia del patrimonio immateriale del 2003 e la Dichiarazione di Faro del 2005, nominando ed eleggendo il proprio patrimonio immateriale, le comunità o i singoli individui che ne fanno parte, dovrebbero divenire attivi protagonisti di un processo di selezione consapevole, creando peraltro relazioni di senso con i beni a cui hanno accordato l'investitura patrimoniale.

concorrono a formare i contorni e i caratteri della rappresentazione patrimoniale contribuendone alla strutturazione.

La costruzione della visione patrimoniale si combina, a mio avviso, all'esigenza di brendizzazione del marchio Manifattura Sigaro Toscano, anche in riferimento all'insegna dell'impronta *Made in Italy* da assegnare al prodotto. Il coinvolgimento della comunità antropologica, e il tipo di indagine etnografica adottata, contribuiscono a differenziare i due processi che sono però a mio parere complementari in funzione al raggiungimento dell'obiettivo commissionato. Il marketing narrativo adotta, pur abbandonando i classici argomenti di vendita, una comunicazione che nasce e si sviluppa attorno a spunti narrativi, capaci di ricostruire il legame tra lo spazio della marca e la più ampia cornice dell'esperienza autobiografica e personale. Non è un caso che i temi, e in alcuni casi, anche lo stile della comunicazione, ricalchino proprio le indagini etnografiche che indagano l'intimità dei contesti allo scopo di far affiorare testimonianze, confidenze e storie di vita. Lungi dall'essere un processo meramente economico e strumentale, l'esempio della Manifattura Sigaro Toscano, come sottolinea anche Costanza Lanzara, può rappresentare uno dei modi per aggiornare l'immagine pubblica delle discipline antropologiche e formalizzare il contributo della professionalità dell'antropologo al di fuori dell'ambito accademico, venendo incontro, allo stesso tempo, alle esigenze della contemporaneità (Lanzara, 2016, pp. 173-174).

Un caso studio analogo, anche se riferito al settore gastronomico, è quello condotto da Gianpaolo Fassino, e riportato in un articolo dal titolo *Il caffè espresso: un tratto costitutivo della vita degli italiani* (2020), condotto in collaborazione con il Consorzio di tutela del caffè espresso italiano tradizionale che nel 2005 ha avviato il percorso di candidatura di questa bevanda a patrimonio immateriale dell'umanità, affidando, nel 2018, all'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche (nello specifico al Laboratorio di antropologia "Granai della Memoria", coordinato dallo stesso Fassino), l'incarico di realizzare una ricerca etnografica, su scala nazionale, volta a documentare, in prospettiva etnoantropologica, le forme e le pratiche di uso e consumo del caffè, e in particolare del caffè espresso, all'interno della società italiana.

È interessante notare come a sollecitare tale candidatura sia stata, da un lato, la necessità di riflettere e definirne le sue peculiari caratteristiche rispetto alle diverse tipologie internazionali, dall'altro, farne un tratto distintivo dell'identità italiana. Come scrive Fassino:

La proposta di riconoscimento patrimoniale è portata avanti dal Consorzio, cui aderiscono torrefattori, produttori di macchine da caffè e di macinadosatori, la Fipe (Federazione Italiana Pubblici Esercizi) e altri soggetti rappresentativi della filiera produttiva e commerciale del caffè espresso italiano. A sollecitare questa iniziativa del mondo imprenditoriale italiano del caffè ha contribuito da un lato l'ingresso nella lista del Patrimonio Immateriale dell'Umanità del caffè turco (*Turkish coffee culture and tradition*, 2013) e del caffè arabo (*Arabic coffee, a symbol of generosity*, 2015), dall'altro la necessità di documentare e valorizzare una specifica pratica di consumo – quella dell'espresso italiano appunto – che si trova ormai da alcuni anni in concorrenza, anche nel nostro Paese, con altre pratiche di preparazione del caffè, ottenute con altri sistemi di estrazione, tutti di elevata qualità, quali, ad esempio, la percolazione (caffè filtro), la bollitura (caffè turco), l'immersione (*french press*) (Fassino, 2020, pp. 168-169).

La ricerca ha documentato, attraverso la raccolta di videotestimonianze, la complessità dei temi riferiti al "rito del caffè": la produzione, la torrefazione, i macchinari, i luoghi di consumo, le abitudini del consumatore; tutti aspetti che ne hanno delineato la pregnanza socioculturale e il suo aspetto comunitario (cfr. Fassino, 2020, pp. 176-184).

## **2.4 Artigianato "autentico" e produzione della località**

In un mondo dominato dai processi di globalizzazione, abbiamo già visto come l'Europa costituisca un insieme di realtà locali che con le loro specificità si fanno rappresentanti di un artigianato artistico di eccellenza legato ai singoli territori.

I fatti locali, oggi, alla luce dei processi già descritti, sono declinati e costruiti come fatti globali-locali; specifiche manifestazioni locali vengono pensate perché si presentino su uno scenario più ampio, ad esempio, quello legato ai mercati turistici o alla comunicazione globale. Il cambiamento di prospettiva, che

vedeva i due concetti diametralmente opposti tra loro, ha rivitalizzato elementi culturali marginalizzati, ridando vita a usanze, manifestazioni e oggetti materiali, modificando la percezione delle stesse comunità in riferimento al proprio patrimonio culturale, materiale e immateriale e contribuendo a ricostruirne le proprie specificità.

Abbiamo visto nei paragrafi precedenti come un'indagine, seppur generica, dei mestieri d'arte italiani riveli subito il forte legame con il territorio di appartenenza.

A questo proposito, Franco Cologni, Presidente della Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte, scrive:

Il mestiere d'arte caratterizza un territorio e ne è caratterizzato; ma il prodotto del mestiere d'arte, con il suo valore aggiunto e la sua logica interna, con la sua unicità e riconoscibilità, diventa un linguaggio universalmente condiviso ed esportabile (Cologni, 2007, p. 12).

Tralasciando in questa sede l'affermazione di Franco Cologni secondo la quale «il prodotto del mestiere d'arte possa diventare un linguaggio universalmente condiviso ed esportabile» (2007), non possiamo che dissentire da questa dichiarazione, consapevoli del fatto che le categorie universaliste, legate al gusto e all'estetica, sono state a lungo il frutto di una visione etnocentrica e per lo più borghese prodotta dal mondo occidentale, che non ha tenuto conto in certi casi della varietà, diversità e complessità di linguaggi culturali altri. Lo studio degli oggetti presuppone lo studio del contesto in cui essi vengono prodotti ma anche utilizzati; la loro funzione cambia a seconda del contesto di appartenenza (Meloni, 2011, pp. 183-201).

In un'indagine, riportata dallo stesso Centro di ricerca "Arti e mestieri", emerge una fitta rete di legami tra i mestieri d'arte europei e le diverse tradizioni locali corrispondenti, spesso imposte dai differenti percorsi storici (Colombo, 2007).

Il prodotto artigiano non può prescindere dalle persone che lo realizzano, e come spesso accade, dai materiali che ne concorrono alla realizzazione. La produzione artigianale non può neanche prescindere dalla committenza, locale o extra locale, che ne garantisce la sopravvivenza sul mercato.

Lo stesso termine *made in* indica non solo un'origine, ma anche un'ideazione e una realizzazione integrale del prodotto. L'espressione, linguisticamente chiara, sottintende un contenuto, una specificità e un valore propri di un prodotto che associa al saper fare uno specifico territorio; la sua provenienza ne certifica l'autenticità e la specificità. In riferimento al significato di *made in Italy*, occorre specificare brevemente come in questo contesto il termine sia usato esclusivamente nella sua accezione più generale e non in riferimento alla sua dicitura come marchio di origine. Il dibattito, infatti, sull'attribuzione del marchio *Made in Italy* è molto complesso, considerando che, realmente, gran parte dei prodotti delle aziende italiane che recano questa etichetta sono spesso realizzati all'estero. A questo proposito Veronica Redini (2021) ricorda come l'importanza attribuita al marchio di origine consista in un riconoscimento collettivo che va oltre la produzione italiana e che omette i processi di delocalizzazione del lavoro, divenendo un valore quasi esclusivamente monetizzabile<sup>43</sup>. Se il termine è elemento persuasivo dell'indicazione di ideazione e realizzazione del prodotto, esso assume non solo il significato di indicazione geografica ma rappresenta una testimonianza del saper fare di un prodotto che è stato pensato e voluto in un determinato luogo e modo, con la propria specificità e unicità certificata dalla provenienza (Cologni, 2007, pp. 11-12).

I marchi del fabbricante testimoniano anche la competenza e la presenza del produttore, che lascia sull'oggetto il proprio segno personale. Il marchio del fabbricante apparve in Grecia quando i vasai cominciarono a dipingere sul vasellame scene complesse: iniziarono a firmare le loro opere a volte con il nome del luogo di residenza, altre volte con il proprio nome. Le firme potevano aumentare il valore economico del prodotto, invece i marchi lasciati dal muratore schiavo di Roma testimoniavano soltanto la sua presenza. In ogni modo, nelle consuetudini dell'umile artigiano romano anonimato e presenza potevano andare insieme (Sennett, 2008, pp. 120-134).

---

<sup>43</sup> Per una lettura più approfondita del rapporto tra il marchio *Made in Italy* e delocalizzazione delle imprese si veda: Redini, 2021, pp. 157-196.

Nel mondo contemporaneo è sempre più rilevante la funzione attribuita a marchi e certificazioni di provenienza, che oltre a testimoniare il legame tra produzione e territorio ne assicura il valore sul mercato, garantito tuttavia dalla scelta e dall'apprezzamento dei consumatori. Il marchio è istituzionalmente l'elemento che testimonia il legame con il territorio e con la cultura a cui fa riferimento. La localizzazione geografica è però in alcuni casi parzialmente sovrapponibile, rendendo alcune manifestazioni dell'artigianato tradizionale specifiche del territorio in cui si sviluppano e da cui spesso traggono le materie prime, umane e materiali che contribuiscono a definirne l'identità ma allo stesso tempo suscettibili alle influenze esterne. Ad uno sguardo più approfondito emergono infatti una serie di intersezioni, contaminazioni e influenze reciproche tra vari territori e tradizioni. A questo proposito, Alberto Caoci ci ricorda che, gli artigiani ci insegnano che guardare criticamente al passato può essere un'utile operazione per un rilancio delle loro estetiche, tutte giocate sulla produzione e la promozione di una località che ha però da tempo varcato i confini geografici e culturali (Caoci, 2007, pp. 9-13). In riferimento al superamento dei confini, Richard Sennett utilizza una metafora e parla di "cambiamento di dominio". L'espressione da lui usata si riferisce alle situazioni in cui a un attrezzo usato inizialmente per un dato scopo può essere applicato un altro compito, o a cui il principio guida di una data pratica può essere applicato a un'altra attività. Nello stesso modo, le forme-tipo si sviluppano per così dire in un unico paese ma i cambiamenti di dominio oltrepassano le frontiere (Sennett, 2008, pp. 126-127).

Stefano Micelli, ci fa notare come il patrimonio di conoscenze, sensibilità e intelligenza artigiane hanno una loro specifica natura e sono spesso difficili da sfruttare secondo i crismi della teoria economica e difficili da codificare in una manualistica tradizionale; sono di natura personale e cioè legate agli individui ed al loro contesto; il loro apprendimento è fondato sull'adesione a comunità di pratica che ne riconosce i valori e ne garantisce la continuità. L'abilità dell'artigiano, la sua maestria, dipende dalla capacità che egli ha di instaurare una particolare intimità con i suoi strumenti di lavoro e anche dalla sensibilità che egli ha nel conoscere i materiali e cogliere le minime differenze. La sua abilità dipende anche dall'ambiente in cui è inserito (Micelli, 2011, pp. 162-175).

I prodotti locali sono visti dai consumatori come espressione del territorio in cui hanno avuto origine. Essi si caratterizzano pertanto come bene a forte differenziazione e devono la loro affermazione sul mercato proprio alla loro forte identità territoriale. La loro caratterizzazione si basa ingenuamente su concetti quali l'autenticità e la genuinità e su processi che generano quella che chiamiamo "produzione della località". Il rispetto di modalità produttive tradizionali garantisce loro l'autenticità e il legame con il territorio la loro genuinità attraverso l'utilizzo delle materie prime (Lai, 2009, p. 73). A queste si aggiunge il riferimento più o meno esplicito alla memoria culturale dei luoghi attraverso forme e richiami alla tradizione. A questo proposito, Franco Lai ci ricorda che:

I prodotti locali, infatti, non costituiscono una copia di quelli cosiddetti "tradizionali" ma sono il risultato di soluzioni innovative spesso raffinate operate su un modello preesistente (cfr. Bérard, Marchenay 2004: 35,111; Bromberger, Chevallier 1999: 14). Il rapporto con ciò che viene chiamata "tradizione" (produttiva e culturale locale) è condotto in modo selettivo ed entra in gioco come una forma di "interpretazione del passato" operata secondo finalità e criteri strettamente "contemporanei". Il discorso sulla valorizzazione dei saperi e delle tradizioni produttive locali pervade in modo così forte la progettualità politica, i mass-media, il senso comune, tanto da porre le basi per la formazione di un vero e proprio processo di «produzione della località» (Lai, 2007, p. 41).

Definire la località è un'impresa ardua, in quanto non esiste in definitiva un termine che definisca la località come forma sociale effettiva. In *Modernità in polvere* (1996), Arjun Appadurai, definisce la località, prima di tutto nei suoi aspetti relazionali e contestuali, piuttosto che spaziali, come insieme di forme particolari di azione, socialità e riproducibilità, come struttura del sentire, proprietà della vita sociale e ideologia della comunità situata: «una struttura del sentire generata da particolari forme di attività intenzionale e che produce tipi peculiari di effetti materiali» (Appadurai, 2011, p. 235). Alla località l'antropologo americano affianca il termine di vicinato: «i vicinati in questo senso, sono comunità effettive caratterizzate dalla loro concretezza, spaziale o virtuale, e dal loro potenziale di riproduzione sociale» (Lai, 2007, pp. 229-230). I

vicinati sono i contesti all'interno dei quali si genera un'azione sociale dotata di significato, e rappresentano i prerequisiti per la produzione di soggetti locali affidabili, intesi come soggetti riconosciuti, nominati e dotati della capacità di agire socialmente all'interno degli stessi vicinati. Succede che quando i soggetti locali intraprendono le attività sociali di produzione, rappresentazione e riproduzione, essi contribuiscono, anche involontariamente, alla creazione di contesti che possono travalicare i confini stessi, materiali o concettuali, del vicinato, contribuendo a mutamenti, anche minimi, dall'autorappresentazione collettiva. Accade quindi che, mentre i soggetti locali cercano di realizzare il compito di riproduzione del vicinato, nello stesso tempo, le circostanze storiche o ambientali, raccolgono il potenziale per la riproduzione di nuovi contesti materiali, sociali e immaginativi. La relazione tra i contesti creati dai vicinati, e quelli che essi incontrano, è in definitiva una questione di rapporti di forza e gradi diversi di organizzazione e controllo in cui gli specifici spazi e luoghi sono inseriti.

Nell'individuare le componenti tipiche della località ci rendiamo conto che esse non sono facilmente individuabili localmente o legate necessariamente alla territorialità; questo modo di vedere la località è piuttosto frutto di abitudini culturali. Il locale è l'incontro dei vari habitat di significato, dove il globale è ciò che è considerato locale altrove. Il teorico sociale Shmuel N. Eisenstadt, in alcuni scritti (1987, 1992), riferendosi ai cambiamenti e alle ripercussioni dovute all'incontro tra civilizzazione moderna e altre culture, fa notare come la modernità dia luogo a una civiltà sempre più differenziata internamente, ma anche a una serie di modernità molteplici. Eisenstadt, sottolinea anche come «da una parte la costruzione dei confini delle società e dei sistemi sociali, soprattutto politici, è una componente o aspetto basilare della vita sociale umana, e dall'altra ricorda che questi confini tendono a essere fragili, permeabili e relativi rispetto ai tempi e ai contesti» (Hannerz, 2001, p.69).

Riportando le riflessioni di Clifford Geertz sulla sua esperienza di ricerca in Indonesia, Franco Lai, in un saggio sul tema della località, osserva come sia cambiata nel tempo la considerazione che vedeva, da parte di economisti e alcuni antropologi, le tradizioni culturali come ostacolo ai processi di sviluppo economici e tecnologici delle comunità, sottolineando come invece oggi, in un ribaltamento di impostazione, siano proprio le tradizioni culturali oggetto d'interesse delle politiche europee di sviluppo locale e come esse si traducano in politiche di sostegno delle produzioni e dei saperi locali (Lai, 2009, pp. 72-74). Lai osserva anche come gli spazi urbani e rurali abbiano oggi un ruolo centrale nei processi di produzione della località, sottolineando anche il valore simbolico e politico che l'edificazione e la rappresentazione delle culture locali hanno nel contesto di costruzione degli Stati nazionali. A questo proposito, richiamando Marc Augé, Lai parla di produzione di «immagini identificanti», che hanno lo scopo di identificare determinate collettività radicandole nella storia e rafforzandone l'immagine affinché altri individui possano identificarvisi (Lai, 2009, pp. 72-73).

La produzione della località, in definitiva, è frutto dell'interazione tra spazio-tempo localizzato e soggetti locali dotati delle competenze che ne consentono la riproducibilità. Nella produzione della località, il tempo e lo spazio vengono socializzati e localizzati attraverso pratiche consapevoli di rappresentazione, esecuzione e azione. Resta il fatto che la nozione di località rimane un concetto fragile e allo stesso tempo transitorio e ciò deriva dal fatto che la sua riproduzione deve tener conto della possibile disgregazione del contesto e della resistenza alla standardizzazione, senza contare le spinte generate dalle organizzazioni gerarchiche più complesse, rappresentate come abbiamo già visto nei paragrafi precedenti, dagli Stati nazionali.

La possibilità che la località diventi una struttura del sentire è un processo spesso lento, variabile e indeterminato, condizionato certamente dalle iniziative istituzionali e dalle gerarchie di potere, ma determinato anche dagli attori locali, siano essi operatori culturali o attori-abitanti di un territorio e sarebbe un errore demandare la sua produzione esclusivamente agli specialisti.

La stessa Convenzione di Faro, come abbiamo già osservato in precedenza, sottolinea e promuove, la partecipazione ai processi di riconoscimento del patrimonio da parte delle comunità di appartenenza. In riferimento alla produzione di località, sempre l'Unione Europea, come ci ricorda Franco Lai, ha varato da circa un decennio misure politiche volte a porre le basi dello sviluppo rurale stimolando le competenze e le tradizioni produttive regionali e microregionali. L'idea guida pare sia stata quella di partire proprio dalla

grande diversità regionale e locale, ritenuta una caratteristica forte della storia sociale europea, fatta di grande diversità ambientale e culturale. Nei paesi dell'Unione Europea si è assistito nel corso dell'ultimo decennio a una serie di proposte finalizzate a processi di recupero delle produzioni e delle competenze artigianali. Si tratta di un settore di intervento che ha coinvolto i vertici della UE, i vari livelli della politica regionale e locale, gli operatori economici e gli studiosi.

Franco Lai cerca di definire meglio alcune questioni riferite a questo complesso processo di recupero e valorizzazione. In particolare, cerca di mostrare come le dinamiche politiche, le misure di sviluppo rurale dell'Unione Europea, l'emersione e lo sviluppo dei saperi locali, il cambiamento dei modelli di consumo verso produzioni culturalmente connotate, e i processi di patrimonializzazione possono essere interpretati come politiche di «produzione della località» (Lai, 2007, pp. 28-45). Per Arjun Appadurai la produzione della località è il processo attraverso il quale gli stati contemporanei modellano in vario modo le pratiche delle rappresentazioni del territorio nazionale (Appadurai, 2001, pp. 229-255).

In questa dinamica legata ai processi di produzione e rappresentazione, il ruolo dell'Unione Europea è stato fondamentale come nel caso del programma Leader I, Leader II e Leader Plus. Le finalità di questo programma erano quelle di proporre una serie di misure di stimolo allo sviluppo e al miglioramento della qualità della vita nelle zone rurali, puntando sulle risorse naturali e culturali, promuovendo il valore aggiunto dei prodotti locali, in special modo agevolando l'accesso ai mercati alle piccole unità di produzione e utilizzando le conoscenze e le nuove tecnologie per incrementare la capacità concorrenziale dei prodotti e dei servizi nelle zone rurali. Il programma Leader, per favorire lo sviluppo «endogeno, integrato e sostenibile delle aree rurali», si proponeva di fare leva sul sistema produttivo locale nel suo complesso fino a pervenire a una «tutela e alla valorizzazione dell'ambiente e delle tradizioni locali».

Lai sottolinea come questa tendenza ha anche alcune implicazioni culturali. Per certi aspetti si tratta di una sorta di riscoperta delle produzioni artigianali dovuta, in parte, ad una nuova affermazione delle identità culturali locali in risposta al più generale processo di globalizzazione. In parte si tratta anche di una risposta alla domanda di un tipo di turismo sempre più legato alle specificità ambientali e culturali ma anche a nuovi modelli di consumo. Il panorama attuale dei modelli di consumo appare caratterizzato da una certa tendenza al consumo di prodotti di vario genere piuttosto connotati in senso culturale, regionale ed etnico.

Nel Novecento i modelli di consumo in generale nell'Europa occidentale sono cambiati gradualmente a cominciare dagli anni '60 con l'avvento al potere della pubblicità e della televisione. I modelli di consumo dell'Italia negli anni '80 e '90, soprattutto tra ceti medi e giovani, si caratterizzano per l'ostentazione dell'identità sociale (Lai, 2007, pp. 28-30). L'industria culturale è, insieme al turismo e alle tendenze di mercato, un potente veicolo di diffusione di stili di consumo. Agli oggetti che popolano il nostro ambiente di vita vengono attribuiti significati simbolici legati al loro ciclo d'uso. Numerosi oggetti ormai privati del loro contesto originario, sono diventati oggi significativi per il loro valore simbolico. Franco Lai ritiene che negli atti di consumo degli oggetti si esprimano non una ma diverse intenzionalità:

I prodotti artigianali locali sono l'esito di varie "intenzionalità" e, pertanto, si caricano di vari significati. Essi devono essere genuini e autentici, come tali devono portare con sé una biografia e una storia, non solo quella del loro percorso nel processo produttivo, ma anche quella del luogo cui fanno riferimento e di cui sono i rappresentanti. Comunicano una serie di significati che in modo più o meno esplicito fanno riferimento alla tradizione, alla cultura e così via. Diventano così i simboli della cosiddetta "identità locale", talvolta vissuta e, talvolta, perlopiù inventata e ostentata [...] Nel discorso politico e a vari livelli la parola che compare spesso è «valorizzazione». [...] Gli oggetti diventano così anche gli emblemi del riscatto delle regioni più sfavorite della storia nazionale che cercano una riaffermazione nel nuovo contesto europeo e nel mercato globale. Ciò che ne risulta in modo ricercato o come risultante di varie scelte e dinamiche è un vero proprio processo di «produzione della località». [...] Alla base c'è una progettualità politica che dà luogo ad un vero e proprio processo di costruzione dell'autenticità. Si tratta di un processo complesso che mette in modo più livelli decisionali. [...] Entrano così in gioco in vario modo associazioni delle categorie produttive, imprenditori, politici regionali e amministratori locali, esperti delle università e dei centri di ricerca, agenti di sviluppo, responsabili del patrimonio, a vari livelli decisionali, locale, regionale e comunitario (Lai, 2007, pp. 40-41).



Il turismo costituisce un canale di diffusione significativo di beni e gusti alimentari, e una possibile componente riguarda, oltre il cambiamento dei modelli di consumo, anche la tendenza, sempre più evidente, a popolare la casa di oggetti provenienti dall'artigianato cosiddetto etnico o comunque di altre regioni europee, facilitata dall'interscambio delle tendenze relative al gusto e all'estetica del momento, ma anche dai nuovi significati attribuiti alle produzioni locali, ancor di più quelle artigianali. Le tendenze del gusto, legate ai modelli di consumo, per quanto riguarda i manufatti artigianali sono un punto di contatto interessante tra antropologi ed economisti. Il turismo è un canale di diffusione importante, per il quale le specificità territoriali costituiscono uno tra gli elementi di maggior richiamo e interesse.

A tal fine Lai ricorda che, i prodotti locali difficilmente possono trovare e mantenere una posizione di mercato importante se non esprimono un serio livello di qualità e di riconoscibilità. Questo risultato non può essere ottenuto se non introducendo delle innovazioni tecnologiche tali da non alterare, anzi spesso di migliorare, la qualità del prodotto pur in presenza di sbocchi di mercato che vanno ben oltre quello locale e che dunque richiedono adeguati volumi di produzione. Innovazioni che non riguardano solo i procedimenti produttivi ma anche il marchio, la confezione e la pubblicità (Caoci, Lai 2007, pp. 13-17).

Luigi Pitzalis, Antonio Sassu e Sergio Lodde, attraverso le loro ricerche, mostrano come in alcuni settori produttivi gli artigiani, effettuando specifiche scelte estetiche e produttive, siano stati capaci di trovare una soluzione al recupero e alla valorizzazione dei saperi e delle produzioni locali, rendendole in un certo senso "funzionali" alla vita quotidiana contemporanea, grazie alla difficile mediazione tra qualità del prodotto, volumi produttivi adatti agli sbocchi di mercato esterno, e riconoscibilità del bene come espressione di una tradizione artigianale e territoriale specifica (Caoci, Lai 2007, pp. 162-203).

È originale, ma non così inaspettato, notare come, nell'era della produzione e dei consumi di massa, si avverta un interesse così notevole per i manufatti distintivi, con una propria identità culturale e una storia individuale, ed è evidente come, ai fini della differenziazione all'interno dei mercati globali, sia importante il richiamo alla "genuinità" e "autenticità" del prodotto artigianale.

Nell'era della globalizzazione, una delle caratteristiche più richieste dal mercato, sembra essere quella di «rendere le merci più culturali e, nello stesso tempo, la cultura più mercificata» (Lai, 2007, p. 36). Una possibile spiegazione a questo nuovo stile di consumo consiste in una sorta di disapprovazione generale verso le produzioni industriali di massa percepite come anonime. Antonio Sassu, ci ricorda che:

[...] la globalizzazione apre nuovi mercati e facilita la vendita dei beni identitari la cui domanda aumenta col reddito. I consumatori più ricchi si indirizzano sempre di più verso quei beni che, per la loro genuinità, mantengono la caratteristica di prodotti tipici locali. Ovviamente, c'è il pericolo che i prodotti locali identitari diventino standardizzati, in parte per le conoscenze codificate che si diffondono per la perdita di alcune conoscenze tacite, in parte per gusti che diventano omogenei per non dire massificati, ma se si superano questi problemi, cioè, se sia la forza di mantenere innanzitutto l'identità del bene, la globalizzazione si integra perfettamente con il localismo. [...] In conclusione, la globalizzazione è un fenomeno con cui si manifesta lo sviluppo economico ai nostri giorni che ci insegna i modi di produrre, ci apre nuovi mercati e non si oppone ai prodotti tipici locali. Non c'è incompatibilità tra localismo e globalismo (Sassu, 2007, p. 173).

A questo proposito Pietro Meloni, nel volume *Antropologia del consumo. Doni, merci, simboli* (2018), affronta, attraverso gli studi di Daniel Miller e Arjun Appadurai, l'antropologia del consumo nella sua veste attuale, collocandola nel campo di indagine delle società contemporanee. Attraverso l'analisi delle opere dei due studiosi, l'autore ne riporta il punto di vista, sottolineando come, entrambi, ridefiniscano una teoria del consumo contemporaneo sulla base di una concezione che si oppone all'elementare approccio materialistico, e che indaga invece, attraverso gli oggetti quotidiani, il significato delle relazioni umane, dei comportamenti e di alcune pratiche sociali, inserendole in una cornice rituale.

L'autore individua negli studi di Miller un «forte carattere di globalità» che, a partire dai suoi lavori sul consumo di massa (*The Comfort of Things*, 2014; *Teoria dello shopping*, 1998), si serve dell'antropologia per indagare alcuni microcontesti per riportare la riflessione sul significato di alcune pratiche in un quadro più ampio, o, se vogliamo, globale. L'autore fa notare come, anche, i numerosi scritti di Appadurai (*The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, 1986) prendano in considerazione una critica

all'omologazione dei consumi come effetto della modernità, sottolineando come: «la tendenza del mondo globale invece di produrre omogeneizzazione produce eterogeneizzazione».

Uno dei problemi legato alle produzioni locali nei mercati globali rimane però quello di rispondere a caratteristiche qualitative tali da poter essere distinti sul mercato proprio perché beni a forte differenziazione. Devono essere prodotti in quantità capaci di soddisfare la domanda di mercato (esterna al luogo di produzione) senza perdere la loro «tipicità» e mantenendo un livello qualitativo artigianale senza confondersi con le produzioni di massa. A questo proposito, sempre Antonio Sassu, parlando di differenziazione del prodotto in relazione anche alla sua qualità:

La differenziazione riguarda la qualità dei prodotti. Essi sono diverse tra loro perché diversa è la storia che li ha caratterizzati e perché differenti sono i modi con cui i beni vengono prodotti. In questo discorso una notevole importanza gioca il territorio che ha determinato nel tempo la cultura e modi di produzione delle popolazioni che ci vivono (Sassu, Lodde, 2003). Esso attribuisce particolari caratteristiche al bene e gli conferisce un certo potere di mercato. Questo, per la verità, deriva dalle risorse e dai modi di produzione con cui il bene è fatto, dal know-how della comunità il quale è differente da popolazione a popolazione. Ma dipende anche, laddove esiste, dalla coesione sociale e dallo spirito di fare in comune le cose condivise (Sassu, 2007, p. 172).

Si tratta in definitiva di riuscire a trovare una mediazione tra esigenze della produzione su forti quantità, differenziazione del prodotto, autenticità e genuinità.

La questione dell'autenticità, nel mondo contemporaneo, assume un ruolo centrale, soprattutto in riferimento ai processi di produzione della località di cui abbiamo parlato. La ricerca dell'autenticità sembra essere diventata al giorno d'oggi una vera ossessione e sembra essere strettamente legata alle questioni relative alla patrimonializzazione e alla certificazione culturale. Franco Lai ci ricorda che, in un volume monografico dedicato all'autenticità nel mondo dell'arte, la rivista francese di etnologia *Terrain* esordiva con queste parole: «Non c'è autenticità senza procedura di autenticazione». Lai prosegue scrivendo:

[...] i prodotti locali rappresentano per vari aspetti dei “falsi genuini”, o dei “falsi autentici” [...] I prodotti artigianali possiedono una serie di elementi che li caratterizzano come tali (materie prime del territorio, fasi della produzione, ecc.) ma non sono delle fedeli copie dell'originale. Vi intervengono, ormai a numerosi livelli, innovazioni tecnologiche rilevanti, elementi estetici nuovi, e così via. Innovazioni che spesso, peraltro, rendono tali prodotti di ancora più alta qualità e assai “creativi”. Sono “autentici” nella misura in cui le loro qualità sono attestate dal marchio, dal disciplinare di produzione, e in ogni caso dalla sua reputazione nel mercato. Che sia chiaro, non sto affermando che i prodotti locali sono dei falsi, voglio dire che la loro “autenticità” è garantita da marchi, procedure ed esperti (Lai, 2007, p. 38).

I marchi, le certificazioni, le garanzie e le autenticazioni da parte di studiosi ed esperti, certificano e garantiscono il successo sul mercato degli oggetti artigianali, nello stesso modo in cui le politiche patrimoniali e di valorizzazione concorrono alla costruzione del patrimonio stesso. Il marchio diventa così la testimonianza della relazione tra l'oggetto, la storia personale di chi l'ha fabbricato, e il territorio di produzione, attestandone l'appartenenza e la provenienza sul mercato culturale ed economico.

È interessante notare che una posizione di rilievo nei processi di autenticazione è spesso determinata dalla presenza dell'antropologo, come studioso, esperto, garante e “autenticatore” di ciò che è più o meno conforme o attinente alla tradizione, o sviluppato e reso innovativo rispetto ad essa. In questo modo, le università, gli enti governativi, le istituzioni e gli attori politici ed economici locali intervengono in vario modo nel processo decisionale di produzione della località, e i presupposti politici e ideologici sono talmente pervasivi e condivisi da diventare senso comune per tutta la comunità. Alla fine, essi appaiono come la risultante, attraverso un vero proprio processo di produzione della località, di differenti intenzionalità: la creazione di un ideale di identità ricercato in nome delle specificità regionali, il mercato e il turismo come ambito di affermazione della società locale attraverso i suoi oggetti, simboli naturali di autenticità culturale.

E allora risulta evidente che i prodotti locali sono oggi sempre più dei veri e propri “oggetti culturali” [...] Innanzitutto si tratta di beni che trasmettono l'idea del lavoro che essi incorporano; evocano insieme alle competenze tecniche necessarie per la sua creazione anche modelli estetici e di identità culturale (Lai, 2007, pp. 36-37).

Nel dibattito attuale alcune posizioni in campo antropologico tendono a vedere, in questi processi di demarcazione dell'identità legata alla valorizzazione della tradizione, un fenomeno negativo, in quanto la valorizzazione dell'identità andrebbe in controtendenza a una società aperta dell'accoglienza, antirazzista. Da antropologi siamo ormai perfettamente consapevoli che la diversità culturale rappresenti una ricchezza in termini di umanità, tolleranza e solidarietà tra i popoli e le culture, e proprio partendo dal riconoscimento e dalla valorizzazione delle identità locali che questa ricchezza si attesta, richiamando il concetto seppur antiquato di *mosaico culturale* (cfr. Hannerz, 2001, pp. 10-11), o *villaggio globale* (cfr. McLuhan, 1964). Pietro Clemente, crede che il fenomeno di costruire nuove differenze entro le nuove uguaglianze deve essere considerato strategico a livello mondiale, il fronte di lotta alla disuguaglianza non si basa sull'appiattimento modernista, come il modello Italia anni '60, ma si situa con processi mobili e molteplici di varietà delle identità, culture mobili, in transito, appartenenze multiple, nella controtendenza alla semplificazione individualistico-mercantile di cui è protagonista l'economia-mondo occidentale. Clemente si chiede: «Che superiorità avrebbe il moderno sull'antico se al primo non fosse consentito di usare il secondo? Ma non per le nostalgie, bensì per le pratiche legate alle differenze» (Clemente, 2007, pp. 55-57). Nonostante questo, constatiamo che la nostalgia, allo stesso modo dell'autenticità, gioca al giorno d'oggi un ruolo determinante nell'economia globale e nella pubblicità legata ai consumi. Essa costituisce uno degli elementi che distingue gran parte del consumo legato alle produzioni artigianali e locali, distinguendole dai beni industriali prodotti dalla moderna commercializzazione.

Sulla nostalgia, Roberto Salizzoni, richiamando gli scritti di Arjun Appadurai, sulla storia e la durata del consumo in riferimento alla relazione tra persone e oggetti di consumo, scrive: «Che la nostalgia sia la tonalità dominante, un tratto comunque istitutivo del postmoderno è convinzione ampiamente condivisa. Vuol dire, come si sa, doloroso desiderio di tornare» (Salizzoni, 2007, p. 112).

Appadurai, parla piuttosto di “nostalgia immaginata”, o richiamando Fredric Jameson (1989), di “nostalgia per il presente”, invitando a distinguere il sentimento di nostalgia nel suo significato primario da questa nostalgia “surrogata” sulla quale si affida la commercializzazione, facendo attenzione a come questi due sentimenti si rapportino ai modelli di consumo.

In queste pratiche la nostalgia tende a creare un presente già periodizzato, già scivolato via, tale da creare apprensione per la propria epoca, che «tra poco sarà fuorimoda» (Appadurai, 2011, pp. 102-104).

Per un inquadramento più generale del concetto di nostalgia nella società moderna, è bene fare riferimento al recente volume di Vito Teti, *Nostalgia. Antropologia di un sentimento del presente* (2021), dove l'autore, partendo dalla genesi e dall'invenzione di un moderno sentimento, ripercorre le tradizioni letterarie, culturali, filosofiche e psicoanalitiche che hanno riconosciuto nella nostalgia «una risorsa, un elemento creativo e irrinunciabile delle persone [...] questo sentimento non è più dunque uno spettro del passato» (Teti, 2021, p. 15).

La nostalgia come critica della modernità nasce già nel pensiero anticapitalista di fine Ottocento, in contrapposizione al progresso della civiltà industriale e al deferimento della tradizione verso la modernità. La società contemporanea ha materializzato in mondo ancora più radicale tale sentimento, inteso come ricordo del passato, come patologia e impulso conservatore, inserendolo in nuovi contesti nei quali proprio la nostalgia potrebbe rappresentare un antidoto alla modernità. Teti ricorda come nella recente letteratura la nostalgia perda il suo carattere involutivo, per acquistare nuova efficacia nella critica alla società moderna, attraverso un legame che unisce insieme passato, presente e futuro:

È in questa cornice che la nostalgia si afferma come costruzione sociale, un tratto antropologico che accomuna persone, gruppi, movimenti culturali e politici in cerca di una nuova identità, di nuovi rapporti sociali, di un nuovo mondo [...] La nostalgia perde il suo carattere passatista e regressivo e anzi si afferma come tratto identitario di mobilità e mutamento. Rimpianto del paradiso perduto, del mondo rurale, della campagna, ma anche coscienza

polemica nei confronti dello spaesamento determinato dalla moderna società, dall'industrializzazione, dall'urbanizzazione di massa che determina l'erosione dell'antico mondo [...] Condannata, esecrata, indicata dai progressisti come sinonimo di conservazione, la nostalgia conosce, dunque, una torsione politica di segno contrario: acquista una grande efficacia per criticare l'ordine esistente (Teti, 2021, p. 197).

Tornando al tema della commercializzazione e ai modelli di consumo, in riferimento alla capacità degli oggetti di evocare nostalgia, Appadurai affianca, a questa idea, il concetto di "patina", riferendosi alla definizione di Grant McCracken, in relazione al settore della moda:

[...] La patina degli oggetti assume il suo pieno significato solo nel contesto adatto, costituito da altri oggetti e dagli spazi per l'accostamento di questi oggetti alle persone che sanno indicare, attraverso le pratiche corporee, la loro relazione con essi [...] Quando tutte queste condizioni sono rispettate, ha allora successo il trasferimento della temporalità, l'impercettibile passaggio della patina dall'oggetto al suo proprietario o vicino, e questa persona (o famiglia o gruppo sociale) assume su di sé la patina invisibile della riproduzione effettuata con successo, della continuità temporale indisturbata. Ma la patina, il velo del tempo, non basta da sola a suscitare negli esseri umani le giuste associazioni. In questo caso, come in moltissimi altri che riguardano la vita materiale, il contesto è tutto. [...] La patina alimenta un flusso carsico nella vita sociale delle cose, e questo flusso è la capacità di certi oggetti di evocare nostalgia [...] proprio questo aspetto agisce da garanzia contro i nuovi arrivati (Appadurai, 2011, pp. 101-102).



## Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata

### 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata

Nel Rapporto redatto nel dicembre 2005 dalla Regione Basilicata insieme al Centro Studi Unioncamere e curato da Franco Bitetti<sup>44</sup>, allora coordinatore scientifico del Centro, il comparto dell'artigianato artistico sembrava assumere una posizione centrale. L'artigianato rappresentava in quegli anni una componente molto rilevante del sistema produttivo regionale, con un'incidenza sulle imprese complessivamente presenti nella Regione che superava il 36%. Tuttavia, il comparto artigiano risultava essere già allora estremamente complesso e articolato e comprendeva un insieme di attività molto diverse per tipologia e volumi produttivi. Quello che più ci interessa del Rapporto menzionato è la rimarcata distinzione dal settore manifatturiero<sup>45</sup>, e dal fatto che pur essendo in quegli anni una realtà ancora poco attenzionata, l'artigianato artistico e tradizionale svolto in piccoli laboratori in modo prevalentemente manuale e con produzioni quantitativamente limitate, presentava rilevanti potenzialità legate alla valorizzazione del territorio e all'affermazione delle identità e delle culture locali.

Il Rapporto regionale nello specifico voleva rispondere a una duplice esigenza: da un lato conoscere le dimensioni e le caratteristiche del comparto e dall'altro identificare le esigenze prioritarie espresse dal settore. Mentre, per quanto riguarda l'impresa artigiana più in generale, la sua identificazione avveniva sulla base dell'iscrizione all'apposito Albo artigiani, l'artigianato artistico poco si prestava ad una definizione oggettiva a causa della molteplicità dei profili imprenditoriali che rendeva difficoltose le operazioni di stima delle dimensioni quantitative di questo comparto.

Tra le ricerche e gli studi per delimitare il comparto e stimarne il numero di imprese, il Rapporto evidenzia quelle condotte sulle realtà regionali della Toscana<sup>46</sup> e della Lombardia<sup>47</sup> prendendole ad esempio. Lo studio della Toscana si limitava a quantificare le imprese del settore sulla base dei codici ISTAT, mentre in quello della Lombardia i risultati ottenuti attraverso la selezione dei settori erano state oggetto di verifica mediante un'indagine a campionamento finalizzata ad accertare l'effettivo grado di artisticità della produzione delle imprese. La concettualizzazione teorica dell'espressione "artigianato artistico" risultava in questo caso utile non solo a delimitare il comparto ma anche a individuare le problematiche e i fabbisogni specifici di queste imprese. Lo studio della Regione Toscana riprendeva le riflessioni già sviluppate dall'ARTEX nel 1996<sup>48</sup> e individuava tre criteri caratterizzanti l'artisticità delle produzioni artigiane: la dimensione produttiva relativa all'identificazione del prodotto, la dimensione storico-culturale e cioè la riconoscibilità del luogo, e la dimensione commerciale relativa all'interazione con il consumatore. Il primo criterio identificava l'artisticità e la qualità del prodotto sulla base dei processi e delle tecniche utilizzate, dei materiali impiegati, dei riferimenti a modelli della tradizione ma anche sulla continua ricerca di innovazione delle forme. Il secondo criterio sottolineava l'abbinamento del prodotto al luogo e cioè la possibilità per il consumatore di identificare il prodotto con un ambiente specifico, una tradizione culturale,

---

<sup>44</sup> Regione Basilicata, Centro Studi Unioncamere Basilicata, *L'Artigianato artistico in Basilicata: problematiche e aree di intervento*, Dicembre 2005. L'indagine diretta sugli artigiani è stata realizzata dal CESP (Azienda Speciale della Camera di Commercio di Matera) e dalla FORIM (Azienda Speciale della Camera di Commercio di Potenza).

<sup>45</sup> In riferimento al settore relativo all'artigianato manifatturiero si veda Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), *La subfornitura artigiana*, Rapporto dell'Osservatorio Regionale sull'Artigianato, Maggio 2004.

<sup>46</sup> Regione Toscana, Unioncamere Toscana, CNA Toscana, Confartigianato Toscana, *Le imprese dell'artigianato artistico e tradizionale in Toscana*, Firenze, Ottobre 2001.

<sup>47</sup> IRER, Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, *L'artigianato artistico e tradizionale in Lombardia*, Dicembre 2003.

<sup>48</sup> ARTEX, *L'artigianato artistico toscano. Una realtà produttiva in cerca d'identità*, Firenze, Gennaio 1996.

storica e artistica. Il terzo criterio si basava sull'esperienza emotiva del consumatore legata in qualche modo al luogo di provenienza del prodotto. L'artigianato artistico è riconoscibile, dunque, per un mix di queste 3 caratteristiche: un prodotto fatto a "regola d'arte", identificato con un luogo (ambiente culturale), rispetto al quale il consumatore entra in sintonia riconoscendo il luogo e, quindi, la specificità e l'unicità del prodotto stesso<sup>49</sup>.

Sebbene la finalità di questi studi fosse fundamentalmente di natura economica e avesse a che fare con il settore produttivo e finanziario, la definizione di artigianato artistico veniva intesa come modo di produrre, comunicare e vendere.

Il Rapporto della Regione Toscana verificava alcuni connotati chiave costituiti dall'elevato valore estetico delle lavorazioni e dagli elementi tipici del luogo in cui operano le imprese.

Anche il Rapporto sull'artigianato artistico lombardo definiva il comparto come quell'insieme di imprese in cui l'ideazione e la creazione del prodotto si sposano con mestiere e manualità, richiamando la differenza tra arte, artigianato tradizionale e artigianato artistico<sup>50</sup>. Il Rapporto distingueva, all'interno dell'insieme "artigianato artistico tradizionale": artigianato artistico vero e proprio, nel quale si combinano arte e mestiere; arte pura, quando il prodotto coincide con il momento creativo; artigianato tradizionale, che utilizza tecniche e materiali secondo la tradizione ma che manca di ideazione e creazione; artigianato metropolitano, quando il mestiere è applicato a tecniche e materiali innovativi ma manca degli elementi creativi.

Gli sforzi di definizione teorica del concetto di artigianato artistico, per quanto possano a prima vista apparire convincenti ed esaurienti, sono in ogni modo frutto di un'eccessiva astrazione. Oltretutto questi sforzi non aiutano a individuare i criteri oggettivi e operativi per distinguere realmente sul mercato la singola impresa artigiana. La legislazione nazionale offre una definizione di artigianato artistico utile per un suo inquadramento generale, ma anche in questo caso nessuno strumento oggettivo per identificare con esattezza un'impresa artigiana artistica<sup>51</sup>.

Il decreto del presidente della Repubblica del 2001<sup>52</sup>, che modifica in alcune parti la precedente Legge Quadro dell'agosto 1985, riporta in allegato un elenco di attività che, a titolo esemplificativo, potrebbero rientrare tra quelle artistiche, ma alle singole Regioni è demandato il compito di esplicitare e completare questa lista<sup>53</sup>. In sostanza il DPR permette di adattare la normativa alle specificità locali delegando alle Regioni il compito di stabilire una definizione più precisa del termine e di definire le modalità per identificare le attività riconducibili all'artigianato artistico sulla base delle caratteristiche della propria struttura produttiva e delle tradizioni regionali presenti sul territorio.

Il problema della definizione è legato in realtà alla valutazione dei bisogni delle imprese e alla promozione degli interventi di sostegno. Si riconosce, in altri termini, che il problema è essenzialmente politico, che non esistono criteri oggettivi validi su tutto il territorio nazionale, e si delega la definizione agli organi nei quali sia possibile trovare uno spazio per la contrattazione tra l'esecutivo regionale e le rappresentanze delle imprese.

In merito al contributo delle amministrazioni pubbliche e associazioni di categoria a sostegno dell'artigianato artistico, dal Rapporto emerge la richiesta da parte degli artigiani di politiche che diano visibilità alle produzioni promuovendo il prodotto e l'immagine ad esso legata. I consorzi di tutela e valorizzazione delle produzioni artistiche non sono segnalati come prioritari nelle politiche di commercializzazione da parte degli artigiani, ma piuttosto è diffusamente avvertita l'esigenza di dotarsi di

---

<sup>49</sup> Regione Basilicata, Centro Studi Unioncamere Basilicata, *L'Artigianato artistico in Basilicata: problematiche e aree di intervento*, Dicembre 2005, p. 8.

<sup>50</sup> IREER, Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, *L'artigianato artistico e tradizionale in Lombardia*, Dicembre 2003.

<sup>51</sup> Legge Quadro n. 443 dell'8 agosto 1985 e successivo DPR 288 del 25 maggio 2001 - Regolamento concernente l'individuazione dei settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali, nonché dell'abbigliamento su misura.

<sup>52</sup> Gazzetta Ufficiale n.164 del 17 luglio 2001, Regolamento concernente l'individuazione dei settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali, nonché dell'abbigliamento su misura. L'elenco individua 158 lavorazioni suddivise in 13 categorie di attività economiche che, se esercitate in conformità ai requisiti di qualifica, consentono all'impresa di rientrare nel settore dell'artigianato artistico e tradizionale.

<sup>53</sup> Vedi Allegato 4: DPR 288/2001\_Allegato (art.1.).

marchi collettivi di origine. Con riferimento alle politiche di sostegno, le priorità sono dunque legate alla commercializzazione del prodotto, attraverso la visibilità e la creazione di adeguati canali commerciali, e alla regolamentazione del settore, attraverso l'esigenza di identificazione e riconoscimento sul mercato che definisca l'unicità e la qualità dei prodotti.

Al fine di delimitare il comparto riguardante l'artigianato artistico, il Rapporto della Regione Basilicata suggerisce la selezione su base individuale dell'impresa artigiana attraverso l'impiego di due strumenti: l'introduzione di marchi regionali di origine e di qualità e l'istituzione di disciplinari di produzione attraverso un'adesione volontaria delle imprese. Questi strumenti com'è ovvio implicano sempre un'azione fortemente selettiva e in molti casi limitante nei confronti delle imprese. In generale, i disciplinari producono effetti importanti sul consumatore in base all'aspettativa dovuta al fatto che la produzione sia inserita nella tradizione locale e realizzata secondo particolari modalità che ne garantiscano la qualità. La creatività dell'artigiano "artista", che studia nuove forme e materiali, potrebbe invece subire a causa del disciplinare alcune restrizioni che ne comprometterebbero l'adeguato riconoscimento. Se quindi l'istituzione di appositi disciplinari di produzione può rappresentare un importante stimolo alla qualità e all'eccellenza, nello stesso tempo dobbiamo tener conto che il suo utilizzo non deve costituire un vincolo rigido per quelle attività non riconducibili ad una tradizione consolidata a livello locale.

Con riferimento invece ai marchi regionali di origine e qualità, va evidenziata la loro valenza sul piano della comunicazione e del marketing; la loro efficacia è rappresentata dal numero ampio di imprese aderenti, considerato anche che l'adesione avverrebbe sulla base del rispetto a specifici parametri qualitativi valutati da apposite commissioni. A questo riguardo nel 2008 la Camera di Commercio di Matera, attraverso l'azienda speciale Cesp (Centro servizi per le imprese), ha cercato di dare uniformità e continuità alla storia dell'artigianato artistico cittadino, ideando il marchio collettivo Matera Doc. Un bollino, realizzato in forma di vetrofania, in grado di esaltare l'abilità manuale di vecchi e nuovi maestri che, aderendo al marchio, si impegnavano a realizzare i propri manufatti seguendo i disciplinari di produzione, grazie anche al contributo tecnico dell'Università degli Studi di Bari. Nel Regolamento i settori dell'artigianato artistico individuati come radicati sul territorio erano otto: cartapesta, ceramica, cuoio, ferro battuto, legno, oreficeria, terracotta e tufo. Ogni disciplinare di produzione riportava nel dettaglio un'introduzione ai cenni storici e le informazioni riguardanti le fasi di produzione; una parte era invece dedicata al restauro dei materiali. Il regolamento relativo al marchio tutelava anche tutte le altre lavorazioni dell'artigianato artistico, non comprese nell'elenco, ma svolte prevalentemente con tecniche manuali, ad alto livello tecnico professionale, anche con l'ausilio di apparecchiature meccaniche; erano escluse invece le produzioni realizzate interamente in serie. Al fine di promuovere il marchio Matera Doc, dal 24 al 27 luglio 2008, viene promossa presso la Sala Levi del Palazzo Lanfranchi a Matera, la *1° Rassegna dell'Artigianato artistico e tipico tradizionale della provincia di Matera*, organizzata dall'Assessorato Attività Produttive dell'ente provinciale con la collaborazione della Camera di Commercio di Matera e il CNA Basilicata. Dalla rassegna nasce anche l'omonimo catalogo che riporta nella sua parte iniziale le parole di Carmine Nigro, allora Presidente della Provincia di Matera:

*La Rassegna dell'Artigianato artistico e tipico tradizionale della provincia di Matera*, prima e unica nel suo genere, intende promuovere uno dei patrimoni culturali più prestigiosi del nostro territorio. L'artigianato artistico locale, adeguatamente valorizzato, può infatti rappresentare una delle attrattive turistiche di maggior rilievo. Proprio gli artigiani, custodi dei saperi e delle tradizioni più antichi, possono contribuire ad arricchire, con i loro manufatti di incredibile pregio, l'offerta turistica locale. [...] Dalla condivisione dell'esigenza di incentivare la notorietà dei propri prodotti, tutelandoli e salvaguardandone l'originalità, è nato il marchio Collettivo dell'Artigianato Artistico Locale Matera Doc. Marchio che porterà in giro per il mondo le nostre tradizioni, le nostre bellezze e i nostri talenti<sup>54</sup>.

Nel 2011 invece, l'ente camerale di Matera organizza una mostra collettiva che collocava le produzioni di artigianato artistico delle aziende aderenti al marchio in diciotto teche espositive disposte in altrettante

---

<sup>54</sup> AA.VV. (2008), *1° Rassegna dell'Artigianato artistico e tipico tradizionale della provincia di Matera*, catalogo della rassegna dal 24 al 27 luglio 2008, Provincia di Matera Assessorato Attività Produttive, Matera, BMG Editrice & Stampanti.



strutture di accoglienza e promozione turistica della città, e poi trasferite presso le sedi della stessa Camera di Commercio di Matera, fino al suo accorpamento con l'ente camerale di Potenza avvenuto nel 2018<sup>55</sup>. L'iniziativa gestita dal Cesp concedeva l'uso del marchio alle imprese che ne avessero fatto esplicita richiesta scritta, che avessero svolto la propria attività artigiana da almeno tre anni e che fossero state iscritte negli albi delle imprese artigiane della Provincia di Matera<sup>56</sup>. L'idea iniziale dell'allora presidente della Camera di Commercio, Domenico G. Bronzino, era quella di estendere il marchio a tutto il territorio regionale ma, per motivi non ancora molto chiari, il marchio collettivo Matera Doc, ideato nel 2008 al fine di identificare e promuovere le produzioni artistiche e artigianali del territorio, andrà ad identificare, solo qualche anno dopo dalla sua creazione, i soli prodotti legati al settore agroalimentare e vinicolo, abbandonando i propositi iniziali.

Nel 2016, con una nota inviata all'Azienda Speciale Cesp e al Presidente dell'allora Camera di Commercio di Matera Angelo Tortorelli, la CNA Matera ha richiesto la riattivazione della procedura per il riconoscimento del marchio Matera Doc, e l'insediamento di un nuovo Comitato per la valutazione delle richieste di ammissione alla certificazione. La CNA spiega:

La ragione di tale richiesta si trova principalmente ma non esclusivamente nell'attenzione che la Città di Matera ha assunto nel panorama nazionale ed internazionale dopo la proclamazione a Capitale Europea per la Cultura per il 2019, riconoscimento che implicitamente presuppone anche un percorso di elevazione e qualificazione del tessuto imprenditoriale tra il quale, per il nesso esistente con la filiera del turismo, spicca sicuramente il comparto dell'artigianato artistico<sup>57</sup>.

Qualche anno dopo, nel 2019, Margherita Albanese, artigiana materana, ora Presidente del CNA sezione Artigianato Artistico e Tradizionale, ripropone con una nota inviata al presidente della Camera di Commercio di Basilicata, Michele Somma, la stessa richiesta al fine di tutelare e valorizzare l'artigianato artistico materano. In riferimento alla richiesta di riattivazione del marchio la Cna dichiara la propria disponibilità, una volta acquisito il materiale frutto del lavoro sopra riportato con particolare riferimento ai disciplinari di produzione, a proseguire da sola con l'eventuale coinvolgimento delle altre Associazioni di categoria attive nel comparto, non solo materano ma dell'intera provincia.

Sempre la CNA, nel 2019, con una nota inviata al sindaco di Matera, Capitale Europea della Cultura 2019, Raffaello de Ruggieri e all'Assessore comunale alle Attività produttive, Mariangela Liantonio, fa sapere attraverso un comunicato di aver chiesto che il comune di Matera aderisca all'Associazione Città Italiane della Ceramica, quale opportunità di valorizzazione degli artigiani ceramisti locali. Il presidente regionale del CNA Basilicata, Leonardo Montemurro, nonché Presidente dal 2013 del CNA Associazione territoriale di Matera, spiega che:

La tradizione della ceramica nella città e nel territorio di Matera fonda le proprie radici nell'antichità, come testimoniato dai ritrovamenti nella necropoli Apula, scoperta sul colle di Timmari. Oggi, grazie anche al notevole sviluppo turistico che la città ha maturato, sono numerosi gli artigiani ceramisti operanti in città. Affinché il loro operato venga valorizzato, occorrono di sicuro interventi strutturali e a lungo termine che vadano nella direzione di migliorare le produzioni artigianali. Uno di questi interventi è, certamente, l'istituzione di un marchio che contraddistingua le produzioni Doc, attraverso l'adozione di un disciplinare. A tal proposito abbiamo richiesto più volte, inutilmente, alla Camera di Commercio di Basilicata di rimettere in funzione il marchio Matera Doc, che comprende tra i manufatti disciplinati anche quelli rinvenuti dalle attività dei ceramisti. Considerato che i temi sopra

---

<sup>55</sup> Il 22 ottobre 2018 la Camera di Commercio di Matera si è accorpata alla Camera di Commercio di Potenza. Il nuovo soggetto giuridico, nato in seguito alla riforma del sistema camerale italiano viene denominato: Camera di Commercio della Basilicata. La sede di Matera rimane operativa come sede secondaria della nuova Camera.

<sup>56</sup> Nel 2011 gli artigiani che si fregiavano dell'uso del marchio collettivo Matera DOC Artigianato Artistico appartenevano ai settori della ceramica e terracotta: Ceramiche artistiche il Vasaio di Michele Rasulo, Ceramiche d'arte di Maria Bruna Festa, Il Bottegaccio di Mario e C. sas, Mitarotonda Giuseppe; dell'arte l'arte orafa: Creazioni oro di Giuseppe Maragno, Materia di Maria Carmela Campitelli, Simeone Giorgio; della lavorazione del tufo: L'Arte della Pietra di Domenico Basile; del ferro battuto: Laborart di Felice Magariello.

<sup>57</sup> Intervista a Leonardo Montemurro, Presidente regionale di CNA Basilicata, del 14 novembre 2019.

menzionati sono alcuni degli assi portanti dell'attività dell'associazione italiana Città della Ceramica sarebbe opportuno che anche la città di Matera, al pari di tante altre che vantano una gloriosa tradizione ceramica, considerasse l'opportunità di aderire a tale circuito<sup>58</sup>.

Nel gennaio 2020 invece, con una nota indirizzata al Sindaco della Città di Matera e all'Assessore all'Artigianato e Commercio, la CNA ha chiesto la regolamentazione della vendita di souvenir realizzati nel Comune secondo le tecniche in uso nel territorio e utilizzando i materiali espressione della storia e della cultura cittadina. Nella nota i rappresentanti dell'Associazione fanno riferimento alla situazione di vivacità che ormai da diversi mesi contraddistingue il centro storico cittadino con l'apertura di nuove attività di produzione e vendita di manufatti che richiamano la storia e la cultura materana. Il riferimento è ai tanti artigiani che lavorano principalmente la terracotta, il legno, il tufo, la cartapesta, i mosaici. L'intento, affermano Leonardo Montemurro e Margherita Albanese, è quello di istituire una sorta di elenco delle produzioni a denominazione d'origine materana, D.O.M., che certifichi le caratteristiche produttive dei manufatti, nell'interesse di tutelare le tante botteghe artigianali ubicate a Matera, ed in particolare nel Centro Storico e nei rioni Sassi, la cui produzione si ispira effettivamente alla tradizione produttiva locale. La CNA non esclude che tale certificazione potrebbe essere estesa ad altri prodotti della tradizione materana come i prodotti alimentari.

Un'altra iniziativa di cui l'Associazione si è fatta portavoce è la creazione del *Quartiere degli artieri*, nei rioni Sassi, per il quale, il 17 ottobre del 2019, la Giunta Municipale del Comune di Matera, su proposta dell'Assessore ai Sassi Angela Fiore, ha deliberato a favore dell'assegnazione di 15 locali, in Via Nicola Sole, destinati all'insediamento di altrettante botteghe artigiane<sup>59</sup>. Il progetto, rivolto ad associazioni di categoria iscritte al Cnel e operanti sul territorio da più di 10 anni, sarà realizzato attraverso l'emanazione di un bando pubblico per l'assegnazione dei locali. A tal proposito la CNA sottolinea l'esigenza di un progetto gestionale e promozionale unitario che garantisca l'alta qualità delle produzioni e l'ampia visibilità delle stesse botteghe artigiane attraverso la creazione di una sorta di "condominio dei mestieri". Già nel 2003 la CNA aveva avanzato la proposta di creare negli spazi Ipogei della città di Matera una sorta di vetrina delle produzioni artistiche artigianali dell'intera regione, legata anche a un percorso formativo che prevedeva l'istituzione di una Scuola delle Arti e Mestieri. Sulla stessa scia l'Associazione ha dedicato nel 2019 uno spazio, situato in Piazza Duomo e destinato all'esposizione delle produzioni artistiche provenienti da tutta Italia, con lo scopo di stimolare il dialogo tra le diverse realtà artigianali esistenti su tutto il territorio nazionale. L'auspicio, come ci racconta Leo Montemurro, è anche quello, in futuro, di creare uno spazio espositivo dedicato alle produzioni artigianali del passato.

Il 30 giugno 2020 è stato invece presentato il *Progetto ARTIGI@NI - Edizione 2019-2020* cofinanziato dalla Regione Basilicata Assessorato alle Attività Produttive. L'obiettivo è quello di sviluppare nuove figure professionali attraverso la contaminazione tra artigiani, artisti, microimprenditori e giovani designer, mantenendo l'attenzione al binomio innovazione-tradizione. Il progetto prevede la partecipazione di un numero minimo di dieci artigiani lucani e una serie di attività seminari/laboratori da tenersi nei mesi di settembre e ottobre 2020 a Matera e Potenza. In linea con le ultime tendenze sull'evoluzione delle modalità di vendita delle proprie produzioni il progetto prevede anche la possibilità di aderire ad una piattaforma web per l'*e-commerce* dei prodotti.

L'associazione CNA Basilicata è tra le più attive realtà territoriali nel comparto dell'artigianato artistico, anche grazie all'impegno del suo Presidente Leonardo Montemurro, che ha iniziato nel 1984, all'età di 19 anni, a interessarsi di artigianato e piccole imprese, ricoprendo all'inizio della sua carriera ruoli di carattere funzionale, come quello di Segretario regionale e della Provincia di Matera. Durante il nostro incontro mi racconta come:

---

<sup>58</sup> Intervista a Leonardo Montemurro, Presidente regionale di CNA Basilicata del 14 novembre 2019.

<sup>59</sup> Gli immobili sono quelli ceduti, nel 2008, in sub concessione alla società Sviluppo Italia (poi divenuta Sviluppo Basilicata) per la realizzazione di un incubatore di impresa negli antichi rioni materani e rimasti inutilizzati, nonostante la ristrutturazione ed il recupero funzionale degli spazi siano stati completati nel 2011. All'inizio del 2019, il Comune di Matera, prendendo atto della volontà di Sviluppo Basilicata di recedere dalla sub concessione, ha formalizzato la volontà di rientrare in possesso degli immobili, avvenuta del mese di settembre.

Molte delle problematiche che attanagliavano il settore artistico e tradizionale trent'anni fa purtroppo sono ancora attuali soprattutto nel territorio provinciale. La città di Matera rappresenta, rispetto al resto della Regione "un'isola felice" perché, complice l'esplosione del turismo avvenuta negli ultimi anni, ha assistito alla nascita di numerose attività artigianali, la maggior parte delle quali condotte da giovani. Le problematiche però legate al turismo sono evidenti e non trascurabili perché, se da un lato esso introduce fattori economici sicuramente rilevanti e positivi, dall'altro dal punto di vista qualitativo porta con sé dei risvolti negativi<sup>60</sup>.

Leo Montemurro evidenzia come, negli ultimi venti anni, il disinteresse della politica regionale, esclusa qualche rara eccezione rappresentata ad esempio proprio dal Rapporto del 2005, abbia influito negativamente sullo sviluppo di un dialogo proficuo con le associazioni di categoria. Nello stesso tempo ammette la mancanza di un impegno più efficace delle stesse associazioni, soprattutto in riferimento al territorio provinciale. Un'altra criticità sottolineata da Leo Montemurro, durante il nostro incontro, è la frammentazione del comparto delle imprese artigiane: solo poche di esse sono di fatto iscritte alle associazioni di categoria, probabilmente a causa di un disinteresse generalizzato causato dalla mancanza di investimenti economici, azioni specifiche e in alcuni casi da un esasperato individualismo delle stesse imprese.

Ritornando all'indagine regionale del 2005, emerge l'esigenza da parte degli artigiani di distinguersi dal mondo dell'artigianato produttivo attraverso un apposito albo professionale. A tale riguardo il 12 agosto 2015 è stata approvata la Legge Regionale n. 29, al fine di tutelare e sviluppare il comparto artigiano e valorizzare le produzioni artigiane nelle loro diverse espressioni territoriali, artistiche e tradizionali, con particolare riferimento alle agevolazioni di accesso al credito, alla ricerca applicata, alla formazione professionale, all'associazionismo economico, alla realizzazione di insediamenti artigiani, alle agevolazioni per l'esportazione<sup>61</sup>. Nel 2017, come previsto dall'art. 39 della Legge Regionale n. 29/2015, la Regione Basilicata approva ed emana l'Avviso Pubblico per l'attribuzione della qualifica di Maestro Artigiano e lo schema di domanda relativo al conseguimento del titolo, il cui iter amministrativo è stato riaggiornato nel 2018/2019.

Si tratta sicuramente di un passo importante ma, oltre a non prevedere in bilancio nessuna risorsa economica a favore delle imprese, l'avviso non fa nessuna distinzione in merito alle necessità emerse dal Rapporto del 2005 relative a una differenziazione dei vari comparti, essendo, lo stesso, rivolto ai titolari di imprese artigiane del settore dell'artigianato artistico, tipico, tradizionale ma anche a quello della panificazione tipica e dell'abbigliamento su misura. L'Avviso indica anche i requisiti per il conseguimento della qualifica espressi nell'anzianità professionale, nel grado di capacità professionale e nell'attitudine all'insegnamento del mestiere<sup>62</sup>.

Come altri Avvisi Pubblici, il più recente risale al 2019, nella voce "industria dei prodotti tradizionali e tipici", il settore dell'artigianato artistico, o più in generale dell'artigianato, è assimilato approssimativamente ad altri settori come quello della ristorazione e del design industriale<sup>63</sup>.

Nel contesto degli studi di settore sull'artigianato in Basilicata, merita di essere citato quello commissionato dalla Direzione Generale dell'Artigianato e delle Piccole Industrie del Ministero dell'Industria e del Commercio, nel 1962, al prof. Mario De Luca, Ordinario di economia politica all'Università di Napoli. Lo studio, dal titolo *L'artigianato della Basilicata. Caratteristiche, problemi e prospettive*, era essenzialmente

---

<sup>60</sup> Intervista a Leonardo Montemurro, Presidente regionale di CNA Basilicata del 14 novembre 2019.

<sup>61</sup> Vedi Allegato 5: Legge regionale 12 agosto 2015 n. 29.

<sup>62</sup> Vedi Allegato 6: Determinazione 5 dicembre 2017 n. 2118.

<sup>63</sup> Avviso Pubblico DGR n. 196 del 15/03/2019: PO FESR Basilicata 2014-2020-Asse 3 "Competitività" Azione 3B.3.3.2, "La filiera produttiva turistica, culturale e creativa per la fruizione dei beni del patrimonio culturale e naturale della Regione Basilicata. Aiuti ad iniziative per lo sviluppo di imprese delle filiere culturali, turistiche, creative, dello spettacolo e dei prodotti tradizionali e tipici funzionali alla fruizione dei beni del patrimonio culturale e naturale della regione Basilicata", p. 8.

L'Avviso è stato individuato quale strumento per attuare gli obiettivi specifici dell'Azione 3B.3.3.2 "Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati beni del patrimonio culturale e naturale della regione Basilicata, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici" a valere sul PO FESR 2014-2020.

uno studio economico e prendeva in esame il rapporto tra artigianato e sviluppo industriale in relazione ai processi di trasformazione delle imprese artigiane di cui abbiamo precedentemente parlato.

Un'altra iniziativa regionale da ricordare è, nel 1989, la Raccolta delle Leggi regionali vigenti a favore dell'artigianato a cura dell'Ufficio artigiano della Regione Basilicata, che arricchisce la precedente del 1976 e che segna probabilmente una presa di coscienza da parte degli organismi regionali del ruolo del comparto legato all'artigianato nel processo di sviluppo regionale.

Ho potuto visionare questi documenti grazie all'aiuto di Franco Di Benedetto, dal 1977 al 2010 Responsabile del Settore Artigianato della Camera di Commercio di Matera e impegnato da sempre nei temi legati alla promozione dell'artigianato locale. Dal 2010, anno del suo pensionamento, Franco Di Benedetto ha portato avanti la sua attività di consulenza sui temi dell'artigianato come responsabile dello staff di Angelo Tortorelli, dal 2009 Presidente della Camera di Commercio di Matera.

Fino al 2018, anno del suo accorpamento con l'Ente camerale di Potenza, la Camera di Commercio di Matera era stata protagonista di diverse iniziative culturali a favore dell'artigianato locale, purtroppo il suo trasferimento nel capoluogo ha segnato in un certo senso una battuta di arresto nel percorso fino ad allora portato avanti. Franco Di Benedetto mi racconta che negli anni '80 la Camera di Commercio di Matera fu protagonista di un'importante iniziativa di formazione che vide il coinvolgimento di molti partecipanti provenienti da tutta la provincia. L'Ente camerale promosse alcuni laboratori riguardanti l'arte della tessitura e del ferro battuto con l'intenzione di istituire una sorta di formazione continuativa in questi settori e aiutare le imprese a "fare rete". Purtroppo, a causa degli alti costi e dell'età media dei partecipanti, per la maggior parte persone anziane, il progetto, dopo una prima fase, non ebbe la continuità sperata<sup>64</sup>. Tra le iniziative più recenti riportate dall'Ente Camerale, segnaliamo il progetto Mirabilia – European Network of Unesco Sites<sup>65</sup>, nato nel 2012 su iniziativa della Camera di Commercio di Matera, tuttora capofila del progetto come Ente Camerale della Basilicata. Il progetto che intende promuovere il turismo italiano ed internazionale ha inaugurato nel 2017 il Premio Mirabilia ARTinART, un riconoscimento destinato a valorizzare l'artigianato artistico e tradizionale dei luoghi UNESCO facenti parte del network Mirabilia. Nel corso invece della manifestazione fieristica *Matera è Fiera*, che si tiene ogni anno nella città di Matera, la Camera di Commercio ha dedicato negli anni uno spazio espositivo ai temi dell'artigianato artistico con lo scopo di promuovere le eccellenze locali.

Nel 2013 ho avuto io stessa il piacere di partecipare all'allestimento di questo spazio con un'esposizione fotografica sul tema del "sapere nelle mani". La mostra dal titolo *Manipolazioni. Il sapere nelle mani*, comprendeva 15 fotografie a colori, realizzate in alcune botteghe artigiane della città di Matera ed in parte a Firenze durante la Mostra Internazionale dell'Artigianato del 2012. Le fotografie rappresentavano l'esito di una ricerca visuale da me condotta nell'arco di un anno e improntata sull'evoluzione e l'adattamento della bottega artigiana con lo scopo di valorizzare la componente immateriale legata al processo di manipolazione della materia attraverso le mani (Ferracuti, 2014, pp. 45-54). La metafora del "sapere nelle mani" fa riferimento al processo di incorporazione profonda, da parte degli artigiani, delle conoscenze messe in atto attraverso la manipolazione della materia e di come nel lavoro manuale si fondano mente, manualità, habitus culturale e creatività in un nodo complesso di identificazione, appartenenza, orgoglio identitario e capacità di adattamento ai nuovi standard di mercato. La scelta di fotografare la mano che manipola la materia per creare l'oggetto ha significato spostare l'attenzione sul soggetto e sul saper fare. Il racconto fotografico è stato esposto per la prima volta a Matera nel settembre 2012 durante la rassegna fotografica a cura dell'Associazione Culturale Materafotografia, da sempre impegnata nella promozione e diffusione sul territorio della cultura dell'immagine.

---

<sup>64</sup> Intervista a Franco Di Benedetto del 18 novembre 2019.

<sup>65</sup> Il progetto Mirabilia – European Network of Unesco Sites è nato nel 2012 su iniziativa della Camera di commercio di Matera, tuttora capofila del progetto, e giunto nel 2019 alla sua 7° edizione. Al fine di sviluppare le azioni programmate, le Camere di Commercio partner sottoscrivono ogni anno una convenzione, che, oltre a definirne le azioni, regola gli aspetti finanziari e la composizione del Fondo Comune in funzione del contributo variabile che Ciascuna Camera di Commercio partner assicura per la realizzazione delle azioni comuni del progetto. Il progetto prende il nome dai Mirabilia Urbis Romae, le guide pratiche scritte dai viaggiatori.

Un'importante iniziativa a livello regionale è stata nel 2018 la I° Edizione di *Fucina Madre – Expo dell'Artigianato e del Design di Basilicata*, organizzata dal 21 al 25 aprile nella città di Matera<sup>66</sup>. L'iniziativa, a cura dell'Agenzia di Promozione Territoriale APT Basilicata, ha coinvolto diversi attori, istituzionali, e non, che a vario titolo operano nel settore, con l'obiettivo di costruire una piattaforma comune di promozione e comunicazione sui temi dell'artigianato come espressione culturale del territorio ed elemento qualificante dell'offerta turistica regionale. All'iniziativa hanno collaborato la Regione Basilicata, Unioncamere Basilicata, l'Università degli Studi della Basilicata, la Soprintendenza Archeologica delle Belle Arti e Paesaggio Basilicata, le Associazioni datoriali di categoria, le scuole superiori e la Fondazione Matera-Basilicata 2019, oltre a 43 artigiani, artisti e designer che, selezionati da un apposito comitato tecnico-scientifico, hanno esposto e raccontato le loro produzioni artigianali. Un'azione di promozione integrata che insieme all'area espositiva ha offerto ai visitatori momenti di approfondimento tematico composti da seminari, laboratori, mostre fotografiche, visite guidate e performance teatrali. Uno dei seminari, del quale io stessa mi sono occupata per conto del Dipartimento delle Culture Europee e del Mediterraneo dell'Università degli Studi della Basilicata, ha approfondito da un punto di vista scientifico e antropologico il tema dell'artigianato connesso ai processi di patrimonializzazione e valorizzazione dei saperi immateriali. Il seminario di studi, dal titolo *Artigianato, patrimonializzazione e turismo. Saperi tecnici e creatività culturale*, è stato curato da Antonio Conte e Ferdinando Mirizzi, e ha visto la presenza di numerosi studiosi che hanno indagato il rapporto tra artigianato, turismo e pratiche culturali con particolare riferimento alle comunità di pratica<sup>67</sup>. Gli atti del seminario sono poi confluiti nel relativo catalogo a cura dell'APT Basilicata che, oltre ai contenuti di tutti gli eventi realizzati, contiene anche le schede dei partecipanti affiancate da un ricco corredo di immagini. L'iniziativa intrapresa dall'APT Basilicata ha avuto il merito di focalizzare l'attenzione del pubblico sulla varietà di forme e produzioni dell'artigianato artistico regionale favorendo il dialogo con gli artigiani e rendendoli i veri artefici dell'iniziativa. La prima edizione dell'Expo ha registrato nei cinque giorni della manifestazione circa 15.000 presenze ma, sebbene l'intenzione fosse quella di farne un evento di carattere itinerante a cadenza annuale, nel 2019 l'iniziativa non ha avuto seguito ma una nuova edizione è prevista nell'anno 2021.

Più recente è la presentazione del progetto *Percorsi Accoglienti* introdotto da Confartigianato Matera nell'estate 2019. Il progetto fa parte del piano di rilancio per il turismo al Sud presentato dal Ministro dei Beni e delle attività culturali e del turismo Dario Franceschini e contiene elementi di interesse per le imprese del comparto artigianale<sup>68</sup>. Come sostiene Rosa Gentile, Dirigente Nazionale e Presidente Confartigianato Matera, *Percorsi Accoglienti* vuole essere un nuovo modello di turismo sostenibile che mette al centro la bottega artigiana con lo scopo di valorizzare l'autenticità e l'unicità dei territori. Il progetto, con la consulenza scientifica del prof. Giancarlo Dall'Ara, ha l'obiettivo di dare centralità culturale, prima ancora

---

<sup>66</sup> *Fucina Madre* è un progetto integrato dell'Agenzia di Promozione Territoriale in cui artigianato artistico e design sono protagonisti di un percorso di valorizzazione turistica della Basilicata, un'azione inserita nel piano delle attività APT 2018/2019. L'iniziativa si è svolta dal 21 al 25 aprile 2018 negli spazi dell'ex ospedale di San Rocco, in Piazza San Giovanni a Matera. Il progetto ha coinvolto anche la partecipazione della città di Palermo come Capitale Italiana della Cultura 2018. <https://www.basilicataturistica.it/tag/fucina-madre/>

<sup>67</sup> Al seminario di studi *Artigianato, patrimonializzazione e turismo. Saperi tecnici e creatività culturale* hanno partecipato: Eugenio Imbriani, Università del Salento: *Sul turismo del tipico e dell'immateriale*; Rossana Carullo e Antonio Labalestra, Politecnico di Bari: *Craftica. Artigianato e innovazione per il design*; Costanza Lanzara, Università degli Studi di Firenze: *Il carattere performativo della patrimonializzazione dell'artigianato. Spunti da un'etnografia in Toscana*; Katia Ballacchino, Università degli Studi del Molise: *Comunità di pratica e processi di patrimonializzazione. La festa dei Gigli di Nola ai tempi dell'UNESCO*; Vita Santoro, Università degli Studi della Basilicata: *Dalla salvaguardia e patrimonializzazione dei saperi fare al riconoscimento delle comunità di pratica: l'esperienza del Puntino ad ago di Latronico*. Per una lettura degli interventi, vedi: Coretti, C., *Artigianato, patrimonializzazione e turismo. Saperi tecnici e creatività culturale*, in *Fucina Madre. Expo dell'artigianato e del design in Basilicata. Basilicata Design & Craft Expo. Matera 21-25 Aprile 2018*, APT Basilicata, pp. 54-59.

<sup>68</sup> Il progetto, promosso da Confartigianato Imprese, include al momento cinque città: Cremona, Mantova, Matera, Palermo, che è la capofila, e Vicenza, e prevede l'assegnazione di due marchi: "Percorsi Accoglienti" e "Bottega Accogliente" destinati alle botteghe artigiane ed agli esercizi commerciali che valorizzano l'accoglienza turistica seguendo i principi della metodologia dei *Percorsi Accoglienti* di Confartigianato Imprese e sono in possesso i requisiti previsti dal Manuale dei Percorsi Accoglienti. Attraverso un QR code esposto all'entrata il visitatore potrà conoscere la storia delle botteghe artigiane e la loro produzione. Una targa realizzata in tufo sarà apposta nei laboratori che hanno aderito al progetto.

che economica, agli artigiani che operano nei centri storici, ma intende anche promuovere le botteghe artigiane, allo scopo di occupare una posizione più forte nella comunità e nel territorio, attraverso una maggiore integrazione con il tessuto economico e turistico locale. Un'iniziativa che reagisce alla standardizzazione dell'offerta turistica e alla desertificazione di molte comunità locali e rilancia a livello nazionale gli artigiani come figure imprenditoriali e protagonisti del *made in Italy*, con la missione di dare vita ad un nuovo attrattore turistico, per i centri storici e i borghi italiani, che abbia come motore la bottega artigiana, che diviene così "bottega accogliente". Il progetto è stato ripresentato a giugno 2020 con lo scopo di rilanciare l'artigianato in tutto il territorio e contenere la crisi che le imprese artigiane stanno attraversando a seguito dell'emergenza mondiale di COVID-19. Emergenza che ha frenato per molti mesi la prosecuzione del progetto già avviato lo scorso anno e che in una prima fase aveva iniziato a identificare le botteghe interessate dal percorso e avviato la loro formazione. Rosa Gentile sottolinea come *Percorsi Accoglienti* sia:

Un'opportunità in più per non disperdere il patrimonio della "reputazione" e del richiamo turistico di Matera 2019 e per pensare al rilancio turistico con la strategia dell'autenticità. Alle botteghe artigiane si chiede di riscoprire il proprio orgoglio, la tradizione del "piccolo è bello", ma si chiede anche di puntare sull'innovazione, e di sviluppare nuove funzioni per poter rispondere in modo adeguato alle esigenze dei residenti e dei viaggiatori di oggi<sup>69</sup>.

Un'iniziativa che cerca il contatto diretto con artigiani e imprenditori impegnati nella promozione del territorio e dei prodotti locali. Attualmente hanno partecipato ai primi incontri formativi circa tredici laboratori artigianali tra cui alcuni appartenenti al settore enogastronomico. Alle attività individuate, in un primo momento, esclusivamente nei rioni Sassi si sono aggiunte quelle situate nell'immediato centro storico. Il *Filò Cafè*, presso la bottega di lavorazione della lana Crea che Ricrea di Angela Ramundo, è il luogo indicato dal progetto come "spazio di comunità". L'obiettivo è quello di creare un percorso che metta in rete l'artigianato artistico con il settore più propriamente turistico rappresentato dalle strutture ricettive alberghiere e collegate all'enogastronomia<sup>70</sup>.

Nonostante le iniziative portate avanti negli anni dalle istituzioni e dalle associazioni di categoria, emerge la difficoltà di coinvolgimento da parte dei piccoli imprenditori causato dalla mancata necessità, fondamentalmente da parte degli organi istituzionali regionali, di garantire continuità a questo genere di iniziative e all'urgenza nell'adottare politiche istituzionali in grado di garantire visibilità e continuità al settore. La saltuarietà nell'impegno e nell'interesse rivolto negli anni al settore dell'artigianato artistico ha generato a mio avviso un sentimento di sfiducia negli stessi artigiani che faticano a trovare nelle istituzioni un interlocutore attendibile. In un contesto economico legato alla promozione territoriale, se è vero che da sempre la frammentazione e un certo individualismo caratterizzano di per sé il comparto dell'artigianato artistico c'è da chiedersi come le istituzioni regionali e le associazioni locali possano andare incontro alle esigenze delle singole imprese e garantirne il valore economico e culturale sul mercato in funzione di un processo sostenibile di valorizzazione delle pratiche locali e rappresentazione dell'identità locale.

### **3.2 Arte popolare e mestieri della tradizione agropastorale**

In Basilicata, come in gran parte del Mezzogiorno d'Italia, le radici dell'artigianato sono insediate nella realtà sociale ed economica dei luoghi e delle comunità che li hanno vissuti. Il secolare assetto territoriale del latifondo ha impedito rapporti diretti e costanti tra le comunità vicine e ha favorito il radicamento delle arti popolari, rustiche e pastorali che rappresentano la tradizione artigiana di questi luoghi. Il rapporto con la natura ha comportato la trasformazione, da parte dell'uomo, dei materiali offerti dalla terra stessa. Le

---

<sup>69</sup> Intervista a Rosa Gentile, *Per Matera un ruolo fondamentale dal progetto del 2019 "Percorsi Accoglienti". Turismo rilanciato dall'artigianato. Gentile: «La città dei Sassi come un laboratorio per le piccole imprese del Sud»*, Il Quotidiano del Sud, Edizione Basilicata, 8 giugno 2020.

<sup>70</sup> Intervista a Rosa Gentile, Dirigente Nazionale e Presidente Confartigianato Matera, dell'11 giugno 2020.

specialità artigiane di queste regioni si manifestano, infatti, soprattutto nell'antica abitudine di sfruttare le sostanze e i materiali a loro disposizione, migliorandoli ed arricchendoli con le risorse dell'inventiva. Definire genericamente l'arte popolare non è molto corretto in quanto, le forme e le manifestazioni in cui essa si realizza risultano sempre molto varie e flessibili. La stessa varietà è riconducibile alle motivazioni e ai bisogni che ne determinano la produzione e la sua destinazione d'uso. Anche in questo caso è necessario ricondurre i diversi tipi di arte popolare ad aree culturali più o meno definite. Enzo Spera, in relazione a uno studio che egli aveva condotto negli anni '70 in Basilicata e Puglia e riferito all'arte popolare e nello specifico alla produzione dei marchi da pane, scrive:

Qualsiasi prodotto d'arte popolare, o più esattamente in questo caso pastorale [...] si configura sempre come documento di cultura, di una cultura che, a livello visivo, si riconosce subito muovendosi in dimensione diversa e altro dal linguaggio figurativo dell'arte espressa dalla classe che detiene il potere burocratico-culturale [...]. Un prodotto d'arte popolare, come qualsiasi altro elemento della cultura tradizionale, analizzato a fondo in base a riferimento e interpretazioni interne alla stessa cultura che lo esprime, puntualizza compiutamente il lavoro di coimplicazione che si stabilisce tra individuale e collettivo [...]. Gli schemi e i modelli che l'artista popolare possiede non sono patrimonio suo esclusivo, sono gli stessi schemi e modelli che l'intera collettività possiede come suo patrimonio ancor prima di quel singolo individuo (Spera, 1977, pp. 7-10).

Gli artigiani avevano un ruolo preciso: essi rappresentavano i depositari di un patrimonio millenario di tecnica, di espedienti, e di procedimenti operativi radicati nella comunità di appartenenza.

La prevalenza di una cultura di tipo agropastorale, rispetto a quella industriale, ha favorito una varietà di attività artigianali direttamente connesse alla vita contadina: dalla ceramica alla tessitura, dalla cestineria al ferro battuto, dalla terracotta all'arte dei pastori. In quest'ottica, l'arte popolare, e nello specifico quella pastorale, si inseriva in un contesto produttivo il cui obiettivo era quello di realizzare un oggetto che rispondeva a determinate destinazioni d'uso, e che servisse effettivamente ad essere utilizzato. La sua funzione simbolica non prescindeva dall'uso e si sovrapponeva all'utilità pratica determinandone il valore e veicolandone le esigenze simboliche.

In Italia, fino alla fine del XIX secolo, nel contesto preindustriale, la gamma di attività produttive, derivanti dallo sfruttamento delle risorse, era, in buona parte, riconducibile alla sfera delle attività artigianali. Si trattava di produzioni artigianali ad opera di contadini e pastori, a seconda delle diverse tradizioni locali e della disponibilità di risorse, tempo e mano d'opera. Rientravano in questo tipo di produzione la fabbricazione e la riparazione di strumenti e attrezzature lavorative, come anche ceste e contenitori di vario genere. Tale attività era caratterizzata dalla tendenza a utilizzare al massimo i pezzi lavorati e le materie prime a disposizione: «Si attua in tal modo una sorta di creativo bricolage che ritarda e limita l'emissione di rifiuti nell'ambiente» (Bravo, 2001, p. 110). Alcuni dei manufatti prodotti venivano venduti nel paese, oppure in fiere e mercati: in tale contesto contadini e pastori assumevano la funzione di artigiani. In ogni modo, le attrezzature agricole, gli strumenti del lavoro e i mezzi di trasporto costituivano anche il campo d'intervento di un'ampia gamma di artigiani: carradori, bottai, impagliatori, cordai, manisclachi, sellai, fabbri e falegnami. Questi ultimi rifornivano anche le case rurali con mobili, suppellettili, serrature e ringhiere; vasai, ceramisti, cestai, ramai, sarti, zozzolari, e calzolari provvedevano ai bisogni quotidiani delle famiglie. In alcuni casi, come succedeva per stagnini, arrotini, seggiolai o cappellai, l'artigiano era ambulante e avveniva che rimanesse ospite della casa finché non concludeva il suo lavoro. Nelle zone di mare gli artigiani, "maestri d'ascia", costruivano e riadattavano barche. Altri manufatti importanti erano esclusivamente ad opera delle donne, come ad esempio, la fabbricazione di tessuti, coperte, tappeti, ricami, pizzi e merletti. Infine, di notevole interesse rimane la produzione artigianale legata alla sfera della religiosità e della cerimonialità: croci cimiteriali, campane, figurine del presepe, immagini sacre intagliate nel legno o nella pietra, e ex voto.

Il tipo di produzione, fin'ora elencata, rientrava tutta nella cosiddetta "arte popolare"; un settore dai contorni solo variamente definiti e ritagliato sul modello della categoria dotta di arte, adatto a distinguere gli oggetti che colpiscono l'osservatore colto sul piano dell'estetica, del colore, della materia, oppure per la loro

decorazione e essenzialità di forme. In tale categoria rientrano, ad esempio, anche l'oreficeria, il ferro battuto, il rame e il vetro lavorati. Alla delimitazione teoricamente fondata dell'"arte popolare" hanno contribuito gli studi di antropologi come Pietro Clemente, Antonino Buttita e Alberto Mario Cirese.

Alla fine del XIX secolo, la grande mole derivante dal settore artigianale andrà, in parte, a comporre la parte di salariati che lavorerà nell'industria e nel settore edilizio, dove questi operai continueranno, però, a far valere la propria competenza artigianale. (cfr. Bravo, 2001, pp. 109-126).

Per secoli la produzione artigianale ha rappresentato un'attività parallela e complementare all'agricoltura e alla pastorizia, soprattutto nel Mezzogiorno d'Italia, dove solo nella seconda metà del ventesimo secolo la rivoluzione industriale ha iniziato a produrre i suoi effetti. Questo ritardo è indicativo di come molte attività artigianali siano in queste regioni rimaste fiorenti fino a qualche decennio fa.

Tra le rilevanti conseguenze prodotte dalle radicali trasformazioni intervenute nell'ambito produttivo a partire dagli anni '50, particolare importanza assumono le profonde modificazioni del tessuto sociale ed economico, nonché la scomparsa di stili di vita e modalità comportamentali fortemente radicati per secoli nella mentalità individuale e collettiva. La diffusione degli attrezzi meccanici e dell'industria ha profondamente alterato la fisionomia agropastorale delle regioni meridionali, apportando da un lato significativi benefici come il miglioramento delle condizioni di lavoro e l'incremento della produzione, dall'altro alterando il rapporto tra uomo e ambiente e inducendo la scomparsa di alcune figure professionali e produttive. La scomparsa, la trasformazione o la ricollocazione di alcuni mestieri e attività legate al mondo contadino segnano il passaggio a un contesto urbano e ad un cambiamento di costume che vede un nuovo modo di concepire il lavoro e il rapporto tra uomo e ambiente. A partire dal 1960 assistiamo infatti alla chiusura di molte botteghe ormai sopraffatte dalla grande produzione.

In questo contesto, le profonde modificazioni avvenute nel mondo agricolo e pastorale del Mezzogiorno hanno portato alla progressiva scomparsa di molti mestieri tradizionali legati alla tradizione agropastorale dei luoghi. Alcuni di essi si sono in qualche modo adeguati, modificandosi e integrandosi a nuovi stili, nuove tecniche e nuovi modelli di consumo in relazione alle nuove sollecitazioni e concezioni provenienti dall'esterno.

La civiltà contadina iscriveva i mestieri in un contesto preciso: li ritmava secondo precise scansioni temporali, li collocava in luoghi deputati come le botteghe, le strade, i vicinati e li ricollegava a quella filosofia del recupero, del risparmio e della riutilizzazione che caratterizzava il contesto contadino, rispondendo concretamente alle esigenze dell'attività lavorativa e ai bisogni essenziali del vivere quotidiano. A questo proposito, nell'introduzione a un volume pubblicato da Paolo Santoro, e intitolato *I mestieri della memoria* (2002), Ferdinando Mirizzi, scrive, in riferimento alla realtà urbana della vicina città di Altamura:

[...] Una realtà urbana modellata sulle esigenze di una società prevalentemente contadina negli anni precedenti la meccanizzazione delle campagne e i processi di modernizzazione [...] una società sostanzialmente pretecnologica definita da una scarsa possibilità di accesso alle risorse e da un'etica che respingeva l'idea dello spreco e del superfluo, dove nulla si buttava e tutto si accomodava, si adattava, si riutilizzava, dove i rapporti di lavoro erano fondamentalmente rapporti tra uomini, e non tra uomini e natura o tra uomini e mercato. [...] Come la pratica del recupero rispondeva a una precisa logica di gestione delle risorse, che diventava poi una vera e propria arte della vita quotidiana (Mirizzi, 2002, pp. 7-8).

In riferimento alla realtà urbana della città di Matera, il primo passo verso l'attività industriale fu compiuto nel dopoguerra, in seguito alla costruzione dei nuovi quartieri e dei villaggi rurali destinati a ospitare gli abitanti dei Sassi dopo lo sfollamento degli stessi avvenuto nel 1952: il tufo, da sempre utilizzato come materiale per l'edilizia, fu, ad esempio, sostituito con nuovi mattoni prodotti negli stabilimenti di laterizi. Un altro passo avanti fu offerto dall'attività dei mulini e dei pastifici che portò a un cambiamento radicale nella produzione di oggetti e utensili collegati alle attività casalinghe della panificazione e agli antichi forni. Prima di questi anni, l'economia materana era essenzialmente di tipo agricolo-artigianale. Sul territorio vi erano ancora poche imprese artigiane e piccole industrie agroalimentari come pastifici e frantoi, oltre



qualche stamperia; i sarti, gli alimentaristi, i falegnami, i meccanici, i fornai e i muratori provvedevano alla produzione di beni primari legati essenzialmente alla necessità di nutrirsi, di vestirsi e di avere una casa. In generale, quello di Matera appariva un artigianato povero, comune e di servizio, la cui produzione interessava sostanzialmente il mercato locale. Un tipo di produzione legata all'arte popolare era quella degli oggetti artistici destinati a particolari ricorrenze ed eventi festivi. Negli anni '80 una ricerca condotta dal dott. Leonardo Chisena mostra come l'artigianato in Basilicata e in particolare nella città di Matera visse una profonda trasformazione delle strutture produttive, generata dall'adeguamento e dall'inserimento nel nuovo contesto economico-produttivo con l'evidente perdita del suo carattere tradizionale rappresentato dalla conduzione familiare. Negli stessi anni la destinazione a zona industriale di un intero quartiere, rappresentato dalla zona P.A.I.P., cercò di promuovere l'artigianato locale attraverso l'integrazione con le nuove attività industriali. Secondo alcuni documenti della Commissione Provinciale dell'Artigianato, già negli anni '60, si assiste ad un calo di alcune attività artigianali legate soprattutto al lavoro nelle botteghe: barilai, calzolai, carpentieri, fabbri, ebanisti, ombrellai, intagliatori, ecc. (Chisena, 1984, pp. 102-104).

Una ricerca condotta invece a metà degli anni '90 dal prof. Francesco Francione, realizzata insieme agli alunni della scuola media Alessandro Volta<sup>71</sup>, ha cercato di ricostruire le condizioni sociali ed economiche della Matera degli anni '50 e '60. L'indagine partiva dall'anno 1855 a cui si riferiscono alcuni dati statistici pubblicati dall'avvocato Ridola in un saggio sulla città di Matera. La popolazione materana in quell'anno ammontava a un totale di 13.870 abitanti e l'economia poggiava essenzialmente sull'agricoltura. Gli addetti all'agricoltura si dividevano in due categorie: i braccianti e i grandi possidenti. Strettamente connesso all'agricoltura era l'allevamento. Prevalsa il latifondo, per cui i contadini erano per lo più braccianti salariati le cui condizioni di vita risultavano molto misere. Pietrantonio Ridola effettua una suddivisione dei cittadini in base alle professioni e ai mestieri esercitati da professionisti e artigiani e conta due orologiai, un tessitore a macchina, dieci maestri muratori, due maniscalchi, tredici maestri calzolai, sette maestri ferrai, dieci sarti, un orefice, due argentieri, tre ceraiuoli, quattro pittori di ornati, dieci vasellai, due sellai, tre lavoratori di latta, sei bastai e, come da lui riportato, molte tessitrici e ricamatrici<sup>72</sup>. Le unità di produzione più rappresentative dell'economia materana erano costituite dalle aziende agricolo-pastorali a carattere familiare in cui si praticavano la coltivazione della terra e la pastorizia, associate ad altre attività come l'artigianato, l'attività di trasformazione e il piccolo commercio. Gli artigiani appartenevano alla classe intermedia, così come anche i contadini, i piccoli proprietari e i salariati dediti ai lavori agricoli e alla pastorizia. I rappresentanti di queste categorie lavorative vivevano nei due rioni Sassi. Fino agli anni '50 circa, finché i Sassi erano abitati, le donne filavano o tessevano e molti artigiani svolgevano la loro opera nelle botteghe rimaste o sull'uscio di casa, come avveniva ad esempio per i cestai. Accadeva così che la bottega coincidesse molto spesso con gli stessi spazi abitativi. Nelle botteghe per la produzione di beni comuni o artistici lavorano gli artigiani stanziali. La bottega era contemporaneamente il luogo dove si acquistava l'oggetto prodotto e dove gli apprendisti e i maestri lavoravano e plasmavano la materia prima. La zona delle Fornaci, ad esempio, era l'area dove operavano vasai e fornaciai, mentre Via Ridola e Via Chiancalata, ospitavano le botteghe dei maniscalchi. Esisteva poi un artigianato cosiddetto di servizi e composto da operai specialistici come: idraulici, meccanici, imbianchini, elettricisti, tappezzeri e introvabili tecnici delle macchine. Gli artigiani nomadi giravano invece per le fiere, per le strade e per i vicoli, offrendo la loro opera con richiami e cantilene, come i conciapiatti, i calderai, gli ombrellai, i pizzicagnoli, gli arrotini, ma anche le cucitrici a giornata.

Una breve considerazione va fatta sull'esiguità del lavoro femminile, che conferma il carattere quasi esclusivamente domestico del ruolo della donna, per lo più legato alle arti del ricamo, della sartoria, della filatura e della tessitura. Sebbene in numero limitato, queste attività avevano un ruolo non trascurabile nel

---

<sup>71</sup> Scuola media Alessandro Volta, Classe 2 F, anno scolastico 1996-1997, Davi Maria, Magno Lidia (a cura di), *Mestieri & Mestieri. Viaggio nel passato alla scoperta dei mestieri scomparsi*, Matera, Grafiche Paternoster, 1998.

<sup>72</sup> Vedi Allegato 3: Tabella pag. 15, Scuola media Alessandro Volta, Classe 2 F, anno scolastico 1996-1997, Davi Maria, Magno Lidia (a cura di), *Mestieri & Mestieri. Viaggio nel passato alla scoperta dei mestieri scomparsi*, Matera, Grafiche Paternoster, 1998.

bilancio dell'economia domestica e rappresentavano in un certo senso un contesto privilegiato in cui affermare la propria indipendenza sociale ed economica attraverso la padronanza di competenze prettamente femminili tramandate di madre in figlia. Si trattava in ogni caso di un lavoro che non veniva svolto a tempo pieno.

Una vasta collezione di attrezzi e oggetti connessi alle innumerevoli attività artigianali presenti nella città di Matera fino agli anni '50, sono conservate nel Museo Laboratorio della Civiltà Contadina e degli Antichi Mestieri<sup>73</sup>, insieme alle storie e alle testimonianze delle persone che hanno abitato e vissuto i rioni Sassi.

Donato Cascione, noto collezionista privato proprietario del museo, ha raccolto durante gli anni una moltitudine di oggetti di uso quotidiano con l'intento di offrire a turisti e visitatori una "ricostruzione degli ambienti il più possibile fedele alla realtà". Ferdinando Mirizzi, nell'introduzione alla terza edizione del volume *I racconti del Museo*, scritto e pubblicato dallo stesso Cascione (2012), scrive:

Il Museo-laboratorio di Donato Cascione, allestito in alcuni ambienti ristrutturati di un palazzotto a corte sito nel Sasso Barisano, si presenta allo sguardo di chi vi entra come un luogo della memoria, che rimanda evocativamente alla vita condotta nei Sassi prima che la Legge 619 del 1952, decretando lo sfollamento di migliaia di uomini e donne fino ad allora lì residenti, ponesse le premesse per farne il simbolo di un passato contadino capace col tempo di diventare oggetto di contemplazione estetica. [...] Così, gli oggetti raccolti e custoditi nel Museo-laboratorio della Civiltà Contadina di Donato Cascione si presentano come testimonianze vive e tangibili di quelle generazioni, di cui, anche attraverso le storie che riescono a produrre riattivando la memoria, dimostrano di saper interpretare sentimenti e valori, norme di comportamento e stili di vita, concezioni del mondo e speranze in un futuro migliore, con la conseguenza di poter prospettare alle generazioni presenti la visione contraddittoria di mondi finiti e insieme di altri possibili e progettabili a partire da essi, eppur da essi profondamente distanti e diversi (Mirizzi, 2012, pp. 14-17).

Nelle sale espositive sono state riprodotte fedelmente le botteghe di un tempo e i laboratori artigiani che operavano lungo le strade degli antichi rioni; in altre sale sono presenti invece le ricostruzioni degli ambienti di vita che caratterizzavano l'attività agropastorale del passato, oltre alle molte testimonianze materiali relative a temi strettamente connessi alla vita domestica e rituale. Insieme agli oggetti materiali, una vasta selezione di testimonianze scritte, orali e letterarie arricchisce l'allestimento museale realizzato dallo stesso Cascione. Gran parte della collezione del museo è dedicata agli antichi mestieri che erano alla base della vita economica e sociale della città dei Sassi; tra quelli più comuni: lo scalpellino, il sellaio, il sarto, l'arrotino, il fabbro, il calzolaio, il vasaio, il mastro d'ascia, il calderaio, il conciapiatti, l'ebanista e il cavamonti. Uno spazio dell'allestimento è invece composto da alcune collezioni specifiche, tra cui quella dedicata all'arte pastorale, che comprende gli oggetti e gli utensili utilizzati dai pastori per intagliare il legno, e quella invece riservata ai marchi da pane.

Mi sembra superflua, e forse eccessiva in questa sede, un'analisi dettagliata dei singoli mestieri. Vorrei però provare ad ampliare la lista redatta da Pietrantonio Ridola, e quella invece riportata nel suo Museo Laboratorio da Donato Cascione, incorporandone altri, consapevole che nessuna lista potrebbe esaurire la varietà delle attività artigianali praticate in passato: tra le attività artigianali quindi, nomadi e stanziali, escludiamo quelle relative alla produzione agroalimentare e includiamo invece: il carbonaio, il funaio, il ferraio, il bottaio, il canestraio, l'impagliatore di sedie, il terracottaio, il decoratore, l'orafo, la ricamatrice, la tessitrice e l'ombrellaio. L'attività del cartapestaio rientra sicuramente in questa lista ma la esamineremo più nel dettaglio nei capitoli successivi, in quanto quest'attività costituiva una sorta di filiazione dai mestieri del decoratore e del pittore d'interni.

Se è vero che l'artigianato più strettamente legato al mondo agropastorale appartiene al passato e non può essere richiamato in vita, è anche vero che la produzione di alcuni oggetti legati all'arte popolare e agropastorale e inseriti nel contesto sociale dell'epoca è giunta fino a noi, sebbene in una dimensione

---

<sup>73</sup> Il Museo Laboratorio della Civiltà Contadina è situato nell'antico rione Barisano dei Sassi di Matera, in via San Giovanni Vecchio. Il Museo è stato realizzato da Donato Cascione ed è gestito dall'omonima associazione culturale (ONLUS) della quale Cascione è presidente. La struttura ha una superficie di 500 metri quadri ed è costituita da un lamione soppalcato del XVI sec. che prolunga il volume di una grotta preesistente. Il museo ha all'attivo diversi laboratori, attività didattiche e pubblicazioni. <https://www.museolaboratorio.it>

completamente diversa, perdendo in molti casi la sua originaria destinazione d'uso e assumendo nuovi significati simbolici legati ai nuovi contesti storico-culturali ed economici, proprio in virtù di quei processi precedentemente descritti di: produzione dell'autenticità, valorizzazione della memoria, richiamo alla tradizione, sentimento indotto di nostalgia. Molti oggetti rivendicano nonostante tutto una forte continuità con i modi e le forme della tradizione. Nella loro versione originaria, tramandati di generazione in generazione, si trovano oggi esposti nelle nostre case come cimeli di famiglia e testimoni di "un tempo che fu".

Uno degli oggetti connessi alla cultura agropastorale del passato è il timbro o marchio da pane, fortemente connotativo dell'agro materano ma anche caratteristico di altre località lucane e della Murgia barese. Come tutti i piccoli utensili in legno era inizialmente intagliato dai pastori. La produzione di questo oggetto come anche il suo utilizzo mostra una forte identità culturale e simbolica legata al significato rituale della pratica della panificazione e del rapporto tra: "pasta cresciuta" e pronta per la cottura, oggetto incaricato ad inciderla e individuo che compie quest'azione (Spera, 1977, p. 29). Il marchio da pane rappresentava l'ultimo atto del processo di panificazione e istituiva la collaborazione tra le famiglie e i forni a legna pubblici. La sua funzione principale era quella di marchiare il pane con le iniziali del capo famiglia o della persona più anziana vivente del nucleo familiare, affinché non si confondesse con gli altri pani durante la cottura. Il suo valore simbolico era espresso nel definire la proprietà dell'alimento principale, spesso una delle uniche forme di sostentamento, al capofamiglia. In questo senso l'atto di marchiatura del pane rappresentava metaforicamente la conferma dell'autorità paterna, tanto che al capofamiglia era riservato il primo taglio del pane e la sua distribuzione agli altri componenti della famiglia. Sempre nella stessa ottica, il marchio veniva trasmesso ai figli maschi che commissionavano la sua fedele riproduzione variando l'iniziale del nome (Spera, 1992, pp. 101-103). Il marchio da pane assumeva anche una connotazione sacrale in quanto veniva offerto, come vedremo in seguito, dal pretendente come pegno di fidanzamento alla futura sposa che lo custodiva gelosamente tra le sue cose personali. Il processo di panificazione domestica, come anche la cura nella conservazione di questi oggetti da parte delle donne, o degli stessi fornai, assumeva un'importanza inviolabile. Le donne lo portavano con sé quando si recavano al forno o più tardi i fornai iniziarono a custodirlo al lato dell'imboccatura del forno. Enzo Spera in riferimento alla ricerca condotta negli anni '70 sui marchi da pane, scrive:

Dopo aver compiuto la stessa operazione per ogni forma di pasta, il marchio era riconsegnato alla proprietaria, che lo riavvolgeva in un fazzoletto e se lo rimetteva nella tasca del grembiule. Dopo l'uso, veniva conservato fra le cose personali o la biancheria della padrona di casa. A nessuno, tranne che al capofamiglia, era permesso di prenderlo, se non direttamente richiesto dalla padrona di casa [...]. Al rientro del capofamiglia: a lui solo, infatti, era consentito iniziare il taglio del pane; in sua assenza il compito spettava al primo figlio maschio; in assenza anche di questi, ad altro maschio della famiglia o, in ultima istanza, alla donna più anziana (Spera, 1992, p. 101).

Il valore simbolico e rituale di questo oggetto è confermato ugualmente dal fatto che, per molti aspetti, esso si ricollegava all'usanza del "ceppo nuziale", secondo la quale il marchio da pane era offerto dall'uomo come richiesta e pegno d'amore durante la fase del corteggiamento. Le iniziali del pretendente testimoniavano e garantivano alla futura sposa la propria disponibilità al contesto coniugale (Spera, 1977, p. 30). La stessa allegoria la ritroveremo più avanti parlando di un altro oggetto legato alla cultura contadina e rappresentato dal *cuccù* o più genericamente fischietto.

Ma, se la panificazione domestica, era un lavoro di competenza tipicamente femminile, dalla preparazione del lievito e dell'impasto, alla lievitazione, la fase conclusiva dell'intero ciclo spettava ai fornai e consisteva nella lavorazione della pasta per darle la forma finale che anticipava l'atto dell'informata. Prima che i pani fossero informati il fornaio imprimeva sulla pasta, solitamente sul labbro inferiore della forma, le iniziali del proprietario, che si trovavano sull'estremità inferiore del marchio. Nella prefazione al volume di Marianna D'Aquino, dal titolo *Nel nome del pane. Segni della cultura agropastorale in Basilicata*, Ferdinando Mirizzi, in riferimento alla ricerca sul campo condotta in Calabria e Basilicata tra il 1953 e il 1955, da Holger Rasmussen (1997), etnologo danese, scrive:

Sul finire degli anni Cinquanta del '900 [...] Holger Rasmussen, descriveva il sistema di panificazione vigente nei Sassi, che era fondato, come in altre località del Mezzogiorno d'Italia, sulla collaborazione tra famiglie private e fornai di professione, proprietario o affittuari dei forni disseminati in diverse zone degli antichi rioni materani [...]. Rasmussen rilevava come i timbri, o marchi, del pane costituissero un aspetto importante dell'intero processo e come nel forno in Via Purgatorio Vecchio ce ne fossero più di quaranta, tutti appesi sulla parete vicino alla bocca del forno, mentre molti altri ormai fuori uso giacevano in una nicchia nella stessa parete [...]. La loro funzione era quella di marchiare i pani con le iniziali del capo famiglia, in modo che non si confondessero con quelli di altre famiglie, dal momento che la consistenza della pasta e la pezzatura erano diverse e ciascuno voleva avere la certezza che il proprio pane non fosse scambiato con quello altrui (Mirizzi, 2019, p. 5).

Negli anni in cui l'etnologo danese conduceva la sua ricerca, l'impiego dei marchi da pane, così diffuso nel passato, era già in diminuzione, e come egli stesso testimonia, molte famiglie non ne disponevano più, tanto da permettergli di prelevarne alcuni non più utilizzati, e quasi tutti in legno<sup>74</sup>. Rasmussen indica il forno di Via Purgatorio Vecchio come quello più ricco di marchi, seguito da quello situato in Via Nazionale. I marchi o timbri da pane erano generalmente intagliati in legno di ulivo o di noce, oppure in tempi più recenti, forgiati in ferro senza elementi decorativi all'infuori di una curvatura alla loro estremità che fungesse da gancio. Il marchio in legno, alto tra i 10-20 cm, con base generalmente cilindrica di 4-7 cm., era realizzato con un unico blocco di legno e intagliato manualmente a tutto tondo con sviluppo verticale. Il marchio era articolato in due sezioni: la base, sotto la quale venivano incise le iniziali del capo famiglia; la parte centrale, allungata e decorata secondo diverse figurazioni essenzialmente di tipo antropomorfo, zoomorfo, fallico, di ispirazione architettonica, oggettuale o astratta. Alle volte, nei modelli più articolati, all'apice veniva scolpita una figura animale o una decorazione che richiamava la parte sottostante. Le diverse raffigurazioni riproducevano immagini e stereotipi iconici nei quali confluivano riferimenti simbolici ed evocativi che richiamavano generalmente l'idea della fertilità e dell'abbondanza legata alla capacità generativa della donna e raffigurata con una figura femminile, o al benessere e all'autorità associate alla figura animale della gallina e del gallo, che rimangono in ogni modo i simboli più evidenti e documentati (Spera, 1977, pp. 67-97).

Già negli anni tra le due guerre la produzione dei marchi da pane in legno viene soppiantata da quelli in ferro battuto realizzati da fabbri e maniscalchi. La forma e la struttura piuttosto elementare, richiamava gli utensili utilizzati per marchiare il bestiame, ma a differenza di quelli in legno erano privi di qualsiasi decorazione, ad eccezione delle iniziali del capofamiglia. In questo caso, iniziavano a venire meno molti elementi culturali a cui l'oggetto era riferito, a vantaggio dell'esigenza, fine a sé stessa, di distinguere le forme di pane l'una dall'altra (Spera, 1977, pp. 32-33). Con lo sviluppo urbano e sociale avvenuto dopo gli anni '50 l'utilizzo dei timbri da pane diventò sempre meno abituale e la loro presenza negli antichi forni andò scomparendo, come anche la pratica della panificazione casalinga. Lo svuotamento dei rioni Sassi e il trasferimento nei nuovi quartieri e nelle frazioni rurali rendevano il trasporto del pane al forno sempre più difficoltoso, senza contare l'importanza della connotazione sociale che questa consuetudine aveva in riferimento alla volontà di riscatto degli abitanti dei nuovi quartieri. Come ci racconta Enzo Spera, i marchi da pane iniziano a essere depositati nei forni, perdendo anche il loro valore rituale rappresentato dal controllo della donna che ne era custode e responsabile (Spera, 1992, pp. 105-106). Secondo la testimonianza di Nicola Rizzi<sup>75</sup> che ha trascorso gran parte della sua infanzia e adolescenza nel forno dei propri genitori, nel Sasso Barisano:

---

<sup>74</sup> La collezione dei marchi prelevati dall'etnologo da diversi forni materani, durante la sua ricerca sul campo sono depositati ed esposti presso il National Museum di Copenaghen. Tra di essi la copia di un esemplare conservato nel Museo Ridola di Matera, opera dello stesso autore.

<sup>75</sup> Nicola Rizzi nasce a Matera, cultore della storia e delle tradizioni della sua città e docente di Lingua e Civiltà Inglese, è stato socio fondatore del circolo culturale "La scaletta" e dal 2006 al 2010 suo presidente. È stato anche consigliere comunale per la città di Matera e dal 1986 al 1992 Assessore alla Cultura e Pubblica Istruzione.

Molte famiglie si trasferivano nei nuovi rioni, abbandonando le dimore rupestri e portando con sé i propri marchi, che in molti casi sarebbero rimasti tra gli oggetti vecchi, destinati a sicura estinzione: ormai si comprava il pane nei negozi e le massaie impastavano sempre di meno (Rizzi, 2019, p. 17).

Al “marchio da pane” è stata dedicata nel 2006 una mostra allestita negli spazi del Museo Nazionale d’arte Medievale e Moderna della Basilicata, sito in Palazzo Lanfranchi a Matera, dall’allora Soprintendenza per il Patrimonio Storico Artistico ed Etnoantropologico della Basilicata<sup>76</sup>. Una raccolta permanente di circa 400 marchi da pane, raccolti da Domenico Ridola, all’inizio del ‘900, nel corso delle sue ricerche, fanno invece parte della Collezione Etnografica del Museo Archeologico Nazionale Domenico Ridola di Matera a lui dedicato, insieme ad altri manufatti lignei dell’arte pastorale. I marchi da pane raccolti da Domenico Ridola, insieme a cucchiari, mestoli, forchettoni e utensili per il telaio, furono i protagonisti anche del volume di Eleonora Bracco, archeologa e per anni direttrice del Museo, dedicato all’arte dei pastori (Bracco, 1961). Il testo riportava numerose tavole disegnate da Ugo Annona che riproducevano gli oggetti in legno. Parte di questa raccolta è stata inoltre recentemente esposta in occasione della mostra a cura di Mario Cresci, *Le due culture – artefatti e archivi*, allestita presso l’hangar di Cava Paradiso, nell’ambito del progetto I-DEA<sup>77</sup>.

Da qualche anno, il rinnovato interesse per i marchi da pane e la loro riproduzione da parte degli artigiani materani si collega per certi versi anche alla riscoperta e alla promozione commerciale dei prodotti legati al pane. Molto apprezzati per la loro originalità e varietà di forme sono i timbri del pane prodotti dagli artigiani materani Emanuele Mancini e Massimo Casiello ma anche l’interpretazione più recente del designer Tommaso Schiuma.

Un altro oggetto fortemente connotativo nel cerimoniale della cultura agropastorale e contadina è il *cuccù*, che insieme al marchio da pane costituisce uno dei simboli identificativi della città di Matera, ma anche di alcune località pugliesi. La tradizione di questo particolare fischiello è molto antica e accomuna difatti le aree del materano come anche quelle della Murgia barese. La sua forma richiama quella di un gallo stilizzato mantenendone però le caratteristiche principali come, ad esempio, la cresta che lo caratterizza e che, con uguale valore propiziatorio e augurale, era posta su molti comignoli e abitazioni dei Sassi. Alla stessa famiglia del *cuccù* appartengono i fischielli che presentano una cassa armonica meno accentuata e scelte iconografiche differenti, e i fischielli ad acqua che però hanno una struttura e una sonorazione completamente differenti. Il suo fischio richiama quello del cuculo con una sonorità che secondo le antiche credenze era associata al canto del gallo. Prende il nome dalla sua caratteristica modulazione sonora bitonale prodotta dalla circolazione dell’aria tra l’apparato fischiante composto da una o più aperture sulla coda e dalla cassa armonica interna sulla quale è prodotto uno o più fori laterali che permettono la modulazione del suono. Il *cuccù* rientra nella categoria degli strumenti a fiato e il suo suono bitonale può arricchirsi della riproduzione di ulteriori ritmi attraverso alcune modifiche strutturali degli spazi delle singole parti, come ad esempio gli spessori e il numero e la collocazione dei fori. Il *cuccù* veniva realizzato in terracotta, modellando interamente a mano l’argilla o servendosi dell’ausilio di stampi; di volta in volta veniva arricchito di nuovi elementi decorativi. La sua realizzazione prevedeva diverse fasi costituite dalla foggatura, cottura e decorazione. La foggatura consisteva nel ricavare dall’argilla il corpo centrale dell’oggetto attraverso la tornitura a mano o la lavorazione al tornio; le altre parti volumetriche insieme agli elementi decorativi venivano modellate separatamente o ricavate da piccoli stampi e venivano

---

<sup>76</sup> Cfr. *Il marchio del pane. Il segno e l’arte della cultura materiale. Catalogo della mostra* (Matera – Museo Nazionale d’arte Medievale e Moderna della Basilicata – Palazzo Lanfranchi, 3 aprile – 3 settembre 2006), a cura di A. Altavilla e con testi di M. G. de Leo e A. Iacovino, Matera, Soprintendenza per il Patrimonio Storico Artistico ed Etnoantropologico della Basilicata, 2006.

<sup>77</sup> Il progetto nasce da uno studio ed una mappatura degli archivi e collezioni presenti nella regione Basilicata effettuato attraverso la collaborazione con il DiCEM - Dipartimento delle Culture Europee e del Mediterraneo, dell’Università della Basilicata ed è definito, nel dossier di candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura, come: un “archivio degli archivi e delle collezioni”, o anche come un “viaggio attraverso le collezioni della Basilicata”. L’obiettivo del progetto è stato quello di approfondire e interpretare da parte di artisti, antropologi, scrittori, pensatori, compositori, filosofi e designer, il contenuto degli archivi lucani precedentemente individuati e selezionati, attraverso l’allestimento di mostre temporanee e performance artistiche. La mostra curata da Cresci ed esposta dal 22 marzo al 7 giugno è stata la prima di una serie cinque mostre curate da artisti nazionali e internazionali.

successivamente assemblate al corpo centrale e rifinite. La produzione seriale, sempre più frequente, ha richiesto successivamente l'utilizzo di stampi in gesso. La seconda fase del processo prevedeva l'essiccazione del prodotto e la sua cottura in forno a fiamma, o elettrico in tempi più recenti. La decorazione concludeva l'intero ciclo e consisteva nel ricoprire l'oggetto con il bianco di calce, lasciando scoperta la parte a contatto con la bocca e rifinendo il resto con i colori primari. Solitamente i *cuccù* venivano realizzati nei ritagli di tempo dai fornaciai e dai loro apprendisti che si occupavano prevalentemente della lavorazione della terracotta per l'edilizia e per la produzione di vasellame e stoviglie a uso domestico. La loro fabbricazione era marginale e veniva incrementata con l'avvicinarsi delle fiere locali e durante i riti religiosi della Pasqua. Il *cuccù* aveva la funzione di un giocattolo o il più delle volte di un portafortuna e veniva donato generalmente ai figli maschi come segno di responsabilità affinché crescessero sani e forti e diventassero buoni capofamiglia oppure venivano acquistati dalle donne che li regalavano alle vicine di casa. Per le bambine era molto raro riceverlo in regalo perché era un oggetto legato tradizionalmente al sesso maschile (D'Imperio, 2019, pp. 5-7). Era spesso anche donato come messaggero di amicizia in quanto secondo le credenze popolari era di buon augurio anche per chi lo donava. In Basilicata veniva donato alla sposa nel giorno delle nozze. La ricchezza delle decorazioni e la sua grandezza avevano anche lo scopo di ostentare la ricchezza economica del pretendente e di assicurare la famiglia della futura sposa circa le condizioni finanziarie del futuro marito. Alcune decorazioni più complesse prevedevano una sovrapposizione di vari elementi che culminavano certamente con la figura di un gallo posto all'apice a suggerire la posizione di autorità dell'uomo e la sua funzione di garante della famiglia. L'iconografia del gallo e della gallina è comune a molti paesi europei ed è associata al valore scaramantico e propiziatorio legato a questi volatili in relazione alle loro qualità fecondative. Con alcune variazioni, nelle forme e nei colori, la produzione di fischietti e galli in ceramica e terracotta condivide le stesse valenze augurali. La stessa iconografia si riscontra in molte altre produzioni dell'arte popolare, come abbiamo visto per i timbri del pane, ma anche in molte forme culturali di ogni epoca. L'origine di questa iconografia è certamente molto antica. Gli studi di Enzo Spera riferiti ai marchi da pane a figura animale e in particolare alle figurazioni di volatili, ci informa di come esempi di oggetti in terracotta con soggetti figurati come il gallo, la gallina o il colombo erano legati, già in epoca preromana, al culto agreste e della casa, come testimoniano per il territorio materano alcuni ritrovamenti archeologici (Spera, 1977, pp. 67-69). La metafora del gallo richiama l'annuncio del nuovo giorno e la vittoria della luce sulle tenebre oltre a veicolare messaggi di virilità, abbondanza e vigore associate alle qualità e alla fisicità di questo animale. Secondo l'antropologo Enzo Spera alla figura del gallo si attribuiva anche un valore propiziatorio e scaramantico di protezione dalle influenze negative, dai sentimenti di invidia e dal malocchio. Agli inizi del Cristianesimo il suo canto era considerato in grado di scacciare le sventure e propiziare ricchezza e fortuna, in quanto la sua raffigurazione, nella simbologia religiosa cristiana popolare, era riferita molto probabilmente al gallo di San Pietro (cfr. Spera, 1977, pp. 97-98). Tra gli anni '60 e '70, alcuni artigiani iniziarono a dedicarsi più assiduamente all'artigianato tradizionale e alla produzione di *cuccù*. Tra questi, i fratelli Giuseppe e Tommaso Niglio che grazie alla collaborazione con alcuni ceramisti materani, tra cui Giuseppe Mitarotonda e Dino Daddiego, rilanciarono la fabbricazione dei *cuccù* inserendola nelle forme di artigianato locale. Questo successe anche grazie all'avvento dei nuovi forni elettrici. I due fratelli avevano imparato il mestiere di pittori e il lavoro di bottega presso due noti mastri artigiani: Peppino era stato l'apprendista di Giuseppe Iannuzzi, e Tommaso, di Vito Epifania e della famiglia Pentasuglia. La lavorazione dell'argilla era per loro una tradizione familiare che avevano ereditato dal nonno Giuseppe e dal padre Michele. Durante gli inverni, quando il lavoro di pittori e decoratori scarseggiava i due fratelli insieme alla famiglia si dedicavano alla produzione di *cuccù* e fischietti destinati alla festa della Madonna che si teneva presso il Santuario di Picciano e alla Pasquetta. Anche gli altri familiari hanno condiviso negli anni la stessa passione per la ceramica e i *cuccù*. Antonella Mazzilli, in un suo libro fotografico dedicato a Tommaso Niglio, riporta le parole del fratello Francesco, estrapolate da un suo scritto:

Intorno a un braciere ci si riuniva per manipolare l'argilla, quella "vergine" o quella "turchina": erano momenti di particolare serenità familiare. Alla fine dell'inverno ci si trovava di fronte a una quantità enorme di fischietti e cucù

che venivano cotti da Tommaso e Peppino in una grotta deposito di via Pennino dove avevano costruito una “fornace” in mattoni refrattari tenuti insieme da un impasto di argilla mescolata a paglia. La fornace si levava dal pavimento per un’altezza di circa un metro e mezzo, con una “bocca” alla base, centrale rispetto alla “pancia” del vulcano. Era quindi un tronco di cono che si proiettava verso l’alto, nel buio della grotta, sovrastando ad una buca scavata nel pavimento che costituiva il fondo ove “il magma” (vi si bruciavano radici di “macchie” e poi trucioli di legno e “segatura”) operava il “miracolo”. I fischietti si disponevano con cura in strati circolari e per sovrapposizione, su una griglia che a raggiera si trovava nel corpo della fornace: era un vero capolavoro di intelligenza e manualità appresa attraverso la semplice osservazione di quello che accadeva nelle “Fornaci vere”, dove il nonno Giuseppe trascorreva le sue giornate e il figlio Michele apprendeva il “mestiere” [...] Quando i fischietti tornavano a casa, con una vera e propria catena di montaggio, che coinvolgeva anche i più piccoli, si dava inizio alla pitturazione: si usavano colori ricavati dalla “terre” mescolati con “colla di pesce”. I colori fondamentali erano quelli ancora oggi in uso: il verde smeraldo, il blu di Prussia, il giallo oro, il rosso (Mazzilli, 2010, pp. 14-15).

Mi è capitato qualche anno fa di intervistare Tommaso Niglio e di fotografarlo mentre realizzava le sue opere: la sua passione per i *cuccù* era allora ancora molto viva. Amava molto parlare della sua infanzia, della sua passione per la musica jazz e dei suoi *cuccù* che mostrava con orgoglio a chiunque andasse a trovarlo descrivendoli minuziosamente in ogni dettaglio e raccontandone ogni aneddoto. La sua casa era stata adibita a bottega: in cucina modellava e decorava a mano tutte le parti, mentre un’altra stanza era adibita alla cottura grazie alla presenza di un forno elettrico e un grande scaffale dove metteva ad essiccare centinaia di pezzi che poi assemblava insieme con grande attenzione e abilità. Il salone era la stanza della casa dove i *cuccù* venivano esposti, sul tavolo da pranzo e sopra gli scaffali della libreria, mentre i più particolari erano conservati nelle vetrine. Le pareti della casa-bottega di Tommaso esibivano con orgoglio fotografie e poster che ricordavano le sue passioni. Tommaso dagli anni della sua infanzia non aveva più abbandonato la fabbricazione dei *cuccù*, e fino alla sua scomparsa avvenuta nel luglio 2019 all’età di 92 anni, continuava a produrli senza negare l’insegnamento della sua preziosa arte a chiunque volesse apprendere.

Oggi il *cuccù*, insieme al marchio da pane, è presente quasi in ogni casa, molte famiglie materane ne possiedono uno. Fabbricati in terracotta o in ceramica presentano una grande varietà di forme e di colori. Ricercati dai visitatori e proposti come souvenir turistici per il loro valore simbolico e il richiamo alla tradizione, sono oggi realizzati da molti artigiani materani che hanno ripreso a fabbricarli inserendoli nella propria produzione artistica. Richiamano per certi versi i colori e le forme più tradizionali i *cuccù* prodotti dalle famiglie Daddiego; particolarmente originali invece dal punto di vista artistico ed estetico sono quelli realizzati da Marco Brunetti, Maria Bruna Festa e Dacia Capriotti.

A sottolineare il nuovo interesse che questo oggetto ha generato: dal 2008 si è inaugurata a Matera la *Biennale internazionale del fischietto in terracotta*, durante la quale artisti provenienti da tutto il mondo espongono le loro opere. Alla mostra è associato il *Concorso Internazionale del Fischietto in Terracotta* organizzato dall’Associazione Culturale Genius Loci, da anni impegnata nella riscoperta e valorizzazione delle tradizioni locali.

### **3.3 La tradizione della cartapesta e la “bottega temporanea del Carro”.**

A differenza di altre arti, come ad esempio quelle della pittura, della scultura, della terracotta o del legno, l’arte della cartapesta non ha, almeno nel mondo occidentale, origini antichissime.

Secondo gli studi condotti da Ezio Flammia, autore nel 2017 del volume *Storia dell’arte della cartapesta* (Flammia, 2017) e considerato uno dei massimi esperti del settore, le prime notizie riguardanti l’origine di lavorazione della cartapesta, o per lo meno di produzioni affini, risalgono agli inizi del XV secolo e riportano alla sperimentazione artistica di Jacopo della Quercia, scultore toscano, che eseguì per la città di Siena un monumento equestre in onore della cerimonia funebre del Capitano di Ventura Giovanni d’Azzo degli Ubaldini, e la cui esecuzione fu documentata nel dettaglio da Giorgio Vasari. Dopo di lui, altri scultori toscani utilizzarono lo stesso materiale, composto da una poltiglia di filamenti sottili, rappresentati dagli scarti della lavorazione delle stoffe, dalla cui macerazione si produceva la carta, e mescolati con colla

vegetale o animale e altre sostanze di carica come segatura, argilla e caolino; si otteneva così un impasto modellabile che veniva adattato dentro calchi di gesso. L'impasto originario venne migliorato dopo qualche anno nel dosaggio e negli ingredienti, sostituendo i filamenti delle stoffe con carta macerata e frantumata e riducendo le sostanze di carica. Questo nuovo impasto fu denominato cartapesta, e distinto da altre lavorazioni come lo stucco, la ceramica e la terracotta (Flammia, 2019, p. 9).

Nel XV secolo la tecnica entrò a far parte della manifattura d'arte grazie alla produzione seriale di bassorilievi religiosi di dimensioni piccole e medie che rispondevano alle richieste provenienti da un mercato secondario composto da un pubblico di condizioni economiche modeste. L'utilizzo della cartapesta garantiva i criteri di economicità, leggerezza e velocità di lavorazione richiesti dagli artisti per questo tipo di lavorazioni seriali. Nel 1527, l'artista Jacopo Sansovino, architetto e scultore toscano, trasferitosi a Venezia perfezionò la tecnica eliminando le sostanze di carica e utilizzando esclusivamente "il pesto di carta". L'impasto risultò estremamente raffinato e qualche secolo dopo fu denominato dai francesi *papier mâché* e utilizzato nel campo delle arti applicate in gran parte dell'Europa e delle Americhe. Gli artisti toscani affiancarono anche, fin dall'inizio, un'altra metodologia che consisteva nel sostituire all'impasto cartaceo fogli di carta che incollavano uno sull'altro dentro i calchi di gesso, a volte alternati da un rivestimento di stoffa, fino a formare uno spessore piuttosto sottile che una volta asciugato si staccava facilmente dai calchi restituendone la forma originaria. Questo procedimento, oltre a garantire una maggiore rapidità esecutiva e leggerezza al prodotto finale, aveva il vantaggio di poter essere incollato e modellato su qualsiasi struttura e materiale. La cartapesta si diffuse nelle regioni del Veneto e del Lazio grazie alla presenza di artisti toscani presso le corti nobiliari. In epoche diverse la sua lavorazione si estese anche presso le botteghe d'arte dell'Emilia, Campania, Puglia, Basilicata e Sicilia, dove fu affiancata da una mistura simile alla formula originaria fatta di materiali di recupero.

Sin dalle sue origini la cartapesta fu considerata la scelta privilegiata nella realizzazione di strutture effimere legate soprattutto alle festività religiose, ai carri allegorici, agli impianti scenici festivi, alle macchine scenografiche e oggetti di scena.

Grande notorietà hanno suscitato negli anni i Carri allegorici del carnevale di Viareggio, come anche quelli di Putignano, macchine scenografiche animate e di notevoli dimensioni che si distinguono in tutto il mondo per il riferimento ai grandi temi della contemporaneità. I primi, comparsi per la prima volta nel 1873 furono ripristinati nel 1921 e animati nel 1923; due anni dopo l'utilizzo della cartapesta rivoluzionò la loro realizzazione consentendo costruzioni sempre più grandi e più originali nelle scenografie e animazioni. Nel caso del carnevale di Viareggio la parata dei carri allegorici risale al periodo fascista e si compone attualmente di quattro sfilate, in un percorso di circa un chilometro che circonda il borgo antico; dall'edizione del 2013 la Fondazione del Carnevale ha imposto agli artigiani, maestri cartapestai, la realizzazione di carri allegorici con un tema comune che solitamente rappresenta il mondo della politica, della cultura o della società.

Nei centri cittadini di Nola e Matera la lavorazione della cartapesta risale al XVIII secolo ed è principalmente orientata alla costruzione di impianti scenici festivo religiosi con i Gigli di Nola e il Carro trionfale della Bruna per la città di Matera. In entrambi i casi le macchine sceniche hanno suscitato grande interesse a livello storico e scientifico; nel 2013 i Gigli di Nola sono stati riconosciuti come Patrimonio orale e immateriale dell'umanità dall'UNESCO e il Carro Trionfale della Bruna insignito invece dell'onore di far parte del Patrimonio immateriale d'Italia dall'Istituto Centrale per la Demoetnoantropologia, ora Istituto Centrale per il patrimonio immateriale, che ne conserva anche alcune riproduzioni in miniatura<sup>78</sup>. Nel 2011, in occasione del 150° anniversario dall'Unità d'Italia, una riproduzione del Carro Trionfale realizzato dal maestro artigiano Michelangelo Pentasuglia è stato esposto a Torino presso le Officine Grande Riparazione durante la mostra *Fare gli italiani. 150 anni di storia nazionale*<sup>79</sup>. Per segnare una

---

<sup>78</sup> Per una lettura approfondita sul tema dei Gigli di Nola si veda: Ballacchino, K., *Etnografia di una passione. I Gigli di Nola tra patrimonializzazione e mutamento ai tempi dell'UNESCO*, Roma, Armando Editore, 2015.

<sup>79</sup> La mostra torinese che raccontava la storia dell'Italia dall'Unità nazionale si è tenuta dal 16 marzo al 20 novembre 2011.



linea di continuità con l'esposizione torinese furono allestite nella città di Matera una serie di mostre e installazioni multimediali.

Secondo gli studi effettuati da Flammia l'introduzione della cartapesta in queste due città trae origine dalla città di Napoli, fra il Seicento e Settecento referente artistica per la lavorazione delle arti e dei mestieri come anche della cartapesta, ma in entrambi i casi non si hanno documenti validi che attestino i nomi dei primi cartapestai operanti a Nola e Matera (Flammia, 2019, pp. 9-13). L'apprezzabilità della cartapesta napoletana influenzò anche l'arte della cartapesta leccese che si esprime attraverso la realizzazione di statue riprodotte soggetti sacri. Molto probabilmente la tradizione della cartapesta a Matera affonda le sue radici nella storia dei presepi pugliesi, la cui tradizione si diffuse nel corso dell'Ottocento (Petrucci, 2019, pp. 10-11).

A differenza dei primi scultori toscani l'attività di cartapestaio costituiva in queste località una sorta di filiazione da mestieri diffusi. A Lecce si racconta che, intorno al 1840, furono i barbieri i primi a cimentarsi in quest'attività, mentre nella città di Matera decoratori, imbianchini e pittori d'interni che, senza aver frequentato alcun tipo di scuola d'arte, si cimentarono per primi nella riproduzione di Santi e figure del presepe. Ai cartapestai materani si deve anche la realizzazione di alcune edicole sacre (Giampietro, 1997, p. 44).

Nel contesto materano la tradizione della cartapesta rimane essenzialmente legata alla costruzione del Carro Trionfale della Bruna che ne è la massima espressione. Il Carro Trionfale è realizzato ogni anno dai maestri cartapestai in occasione della Festa patronale della Visitazione in onore di Maria SS. della Bruna ed è distrutto come nel tradizionale assalto a conclusione dei festeggiamenti. La Festa, istituita per la prima volta nel 1389 da Bonifacio IX sulla precedente proposta del suo antecessore Urbano VI, non ha sempre avuto lo stesso modulo rituale e ha subito negli anni continue variazioni (Motta, Padula, 1989, pp. 22-23). La distruzione del Carro Trionfale costituisce soltanto uno dei numerosi elementi festivi che compongono la *Festa del 2 luglio* e ne rappresenta il momento conclusivo e forse il più intenso che precede i fuochi d'artificio<sup>80</sup>.

Attualmente il Carro Trionfale è una macchina scenica processionale composta da un'intelaiatura in legno e metallo, il cosiddetto scheletro, di considerevoli dimensioni, interamente ricoperto di elementi decorativi realizzati in cartapesta e di alcuni dipinti<sup>81</sup>.

Il Carro ha lo scopo di sfilare per tutta la città e portare in processione la statua della Madonna della Bruna insieme al Bambinello. Pochi sanno che le statue della Madonna sono due in realtà, la "Coraggiosa", perché posizionata sul Carro Trionfale ed impiegata la sera del 2 luglio, e la seconda, detta la "Paurosa", che rimane esposta in Cattedrale per l'adorazione dei fedeli e portata in processione durante il giorno dell'Ottava. A partire dal tardo pomeriggio del 2 luglio la sacra statua di Maria SS. della Bruna viene collocata sul Carro che fa una breve sosta nel quartiere di Piccianello per permettere a tutti i visitatori di ammirarne la fattura; le luminarie accompagnano tutto il percorso che il carro compie per le vie del centro a partire dal rione Piccianello. Insieme alla banda musicale, ai cavalieri e alle autorità religiose e cittadine attraversa la città fino al Duomo dove riprendendo metaforicamente possesso della città, dopo aver compiuto il tradizionale rituale dei tre giri e aver riposto la Statua in Cattedrale, riprende il suo tragitto scortato da alcuni cavalieri e volontari, attualmente denominati *Angeli del Carro*, fino a Piazza Vittorio Veneto dove viene consegnato al popolo a cui è consentito di assalirlo e saccheggiarlo depredandolo di ogni elemento decorativo che viene gelosamente custodito dagli assalitori e in qualche caso dato in dono oppure, in epoca più recente, anche

---

<sup>80</sup> La distruzione del Carro Trionfale è uno dei momenti su cui si sofferma anche il regista e documentarista Mario Carbone nel cortometraggio "La Madonna della Bruna" girato nel 1978 a Matera in occasione della festa patronale del 2 luglio. Il film, della durata di 29 minuti è stato realizzato in collaborazione con Elisa Magri, moglie del regista e con la consulenza e i testi di Enzo Spera. Il regista descrive la processione mattutina dei pastori e il trasporto processionale del Carro Trionfale, soffermandosi su alcuni momenti come la vestizione del generale dei cavalieri, a cui è affidato il compito di scortare la statua della Madonna durante la processione e la distruzione del carro trionfale, momento conclusivo della festa.

<sup>81</sup> Il manufatto misura indicativamente 11 metri e mezzo di lunghezza, 2,60 metri di larghezza e 4,40 metri e mezzo di altezza.

messo in vendita o all'asta per beneficenza<sup>82</sup>. È capitato che la distruzione del Carro avvenisse prima di raggiungere la Piazza principale e a questo scopo da alcuni anni sono le forze dell'ordine a scortare il manufatto nel percorso che dalla Cattedrale lo restituisce alla città. Il cosiddetto *strazzo* costituisce il momento culminante della Festa, un rituale di propiziazione in cui l'elemento religioso incontra l'aspetto più profano della festa e nello stesso tempo celebra l'inizio di un nuovo anno che avverrà con la realizzazione del nuovo Carro Trionfale; del vecchio rimane soltanto lo scheletro che viene riportato nella "fabbrica del carro" fino all'affidamento al nuovo vincitore. Il detto, noto a molti materani, celebra così questo momento: *A mogghj a mogghj all'onn cj vahn* (di bene in meglio l'anno futuro), a significare l'intento augurale di buon auspicio valido per l'anno successivo.

L'elemento di distruzione ha certamente radici molto arcaiche che ritroviamo in altri rituali, come ad esempio l'assalto alle torri saracene in legno e cartapesta nelle piazze cittadine o i carri della Cuccagna portati in processione durante i Carnevali napoletani. La violenza reale ma anche simbolica conferisce a questo momento una dimensione emotiva che ne determina emblematicamente anche la sua stessa liberazione catartica (Scafoglio, 2019, oo. 21-23).

Guido Galante è dal 2014 uno degli assalitori del Carro Trionfale e mi racconta con rammarico la contesa che nel 1996 portò all'incendio del manufatto solo una settimana prima della Festa. Metà dell'opera e gran parte delle statue andarono distrutte e fu un momento drammatico per tutta la comunità che si offrì di contribuire alla sua realizzazione donando alcune parti provenienti dallo *strazzo* dei carri degli anni precedenti. Alcune statue furono invece realizzate in compensato e le parti che dovevano essere a rilievo semplicemente dipinte. Dall'anno seguente la difesa del Carro fu affidata alle Forze dell'Ordine coadiuvate dall'attuale Associazione Angeli del Carro<sup>83</sup>.

Come ogni altro aspetto rituale che compone la Festa, anche la tradizione del Carro Trionfale non giunge a noi immutata se non forse per lo stile spettacolare e, comunemente, definito barocco che ne contraddistingue l'aspetto pressoché dalle sue origini. L'introduzione della cartapesta, utilizzata attualmente per l'intera struttura risale all'incirca al 1800. Prima di allora le statue e gli elementi decorativi venivano realizzati in legno e tessuto e la struttura che copriva la parte lignea invece semplicemente in carta decorata.

[...] Risulta che il primo Carro sia stato allestito nel 1690 ad opera del falegname Leonardo Traietto che curò l'ossatura e la parte lignea ricevendo un ducato e quattro carlini, mentre la parte pittorica fu eseguita quasi certamente da don Leonardo Angelino che lo stesso anno fece le banderuole [...] Di norma colui che dipingeva il carro si occupava anche delle banderuole o "pannarelle" [...] Se grande favore continuava ad avere il fuoco d'artificio, per il quale si giunse a spendere la metà, e qualche volta anche più della somma prevista, non trascurabile fu il ruolo e il favore che col tempo conseguirono sia il Carro trionfale, sia la processione che dall'allora lontano San Pardo giungeva alla Porta grande e quindi nella piazza del Duomo (Motta, Padula, 1989, pp. 106-107)<sup>84</sup>.

All'inizio il Carro aveva un aspetto alquanto semplice, era di carta e dipinto con motivi decorativi vari. Per allestire l'ossatura del Carro erano chiamati i falegnami e i migliori decoratori per la parte pittorica. Alla fine della processione il Carro non veniva distrutto e, al momento opportuno, si facevano eseguire alcune riparazioni. Per alcuni anni, dopo il primo Carro non se ne fecero altri. Nel 1697, fu ordinato un nuovo Carro più ricco e sontuoso, tanto che oltre al contributo dell'arcivescovo, contribuirono economicamente anche artigiani, canonici, maggiorenti e commercianti. Sebbene non venisse distrutto, ha inizio in questi anni l'abitudine di ritoccare il Carro ogni anno rinnovando la parte ornamentale di carta dipinta a causa dei danni subiti durante la lunga processione attraverso le strade malmesse. Qualche parte più significativa del carro veniva già allora offerta per devozione ai collaboratori più meritevoli. Il compenso era in questo caso

---

<sup>82</sup> La parte anteriore, detta "cimasa", invece rimane storicamente di proprietà del conducente, l'auriga, o da qualche anno condivisa con l'Associazione. In tempi più antichi, in sostituzione del compenso, la parte della torre posteriore dove è posta la Madonna, era invece destinata al falegname.

<sup>83</sup> Intervista a Guido Galante del 18 giugno 2018 presso la Fabbrica del Carro.

<sup>84</sup> Per l'allestimento del Carro fu dato l'incarico a due artigiani, un falegname e un pittore; il procuratore provvedeva direttamente all'acquisto del materiale necessario: carta bianca, carta straccia, carta di colori, colla, spago, ferro, tavole piccole, ecc.

limitato alla sola opera del decoratore. Avendo nel 1697 allestito un Carro che aveva richiesto notevoli somme di denaro gli amministratori della Cappella per poterlo conservare si preoccuparono di creare un recinto nella zona di San Pardo nei pressi di San Lazzaro il cui ingresso fu murato per maggior sicurezza. Le non buone condizioni della strada e la non idonea conservazione del Carro in un recinto non coperto da tetto, imponevano annualmente un accurato restauro dell'opera. Spesso si sostituivano le ruote ad opera di carradori locali o il timone.

Durante la metà del XVIII secolo, avvertita la necessità di meglio custodire il Carro, si decise di prendere adeguati provvedimenti e negli anni tra il 1754 e 1755 il Capitolo fece costruire provvisoriamente a San Pardo una baracca di legno in attesa di poter edificare un lamione che fu realizzato successivamente e utilizzato per il ricovero e l'allestimento fino all'anno 1957, anno in cui, per costruire la nuova chiesa dell'Annunziata, furono abbattuti sia il lamione che la piccola Chiesa di Piccianello. Intanto, non sono chiare le ragioni, ma si era presa l'abitudine di distruggere quasi completamente il Carro alla fine della processione, non solo nella parte cartacea ma anche nell'ossatura. Ciò comportava l'anno seguente una spesa economica maggiore tanto che per ovviare a questa complicazione si decise di dotare il lamione di un portone per proteggere almeno l'ossatura lignea. Per tutto l'Ottocento la Cappella mise a disposizione il materiale occorrente per la fattura del carro e il responsabile per contratto era una sola persona, a cui veniva offerta una somma per l'intervento principale e per le piccole variazioni. Nel 1813 venne finanziata una somma consistente per l'opera di Francesco Antonio Guarini il quale realizzò un carro fuori dall'ordinario, più grande rispetto a quelli precedenti. Per la notevole spesa, per quasi un decennio, fu imposta la conservazione del manufatto apprezzato e ammirato per la sua imponenza: aveva 10 statue di legno di cui due venute da Napoli; quelle fatte localmente erano vestite di stoffa, avevano parrucche, orecchini, collane e ornamenti per la testa mentre le statue maschili avevano sciabola, lancia, ecc. L'anno seguente il carro rimase lo stesso e si intervenne con un piccolo restauro dell'opera; si ritoccano le pitture e lo stesso successe fino al 1831, quando il Carro venne nuovamente rifatto per intero. Ci sono stati anni in cui il Carro non è stato eseguito non per carenza di esecutori ma per motivi di disordini, di guerre o di forza maggiore; nel 1842 per motivi non noti il Carro non fu portato a termine, la festa si svolse solo all'Ottava con la processione della statua e gli spari d'artificio e il Carro fu completato l'anno dopo (Motta, Padula, 1989, pp. 106-116). Nel 1940 invece, durante il periodo bellico il Carro non fu terminato ma conservato nel lamione e solo nel 1945 l'artigiano Raffaele Pentasuglia portò a termine l'opera; non esistono materiali fotografici relativi a quell'epoca.

Il Carro, come accade anche oggi, si componeva di tre parti: l'anteriore, dove trova posto l'auriga, sormontato di norma da una proiezione di angeli e di colombe; la centrale che dal 1860 ha accolto musicisti e cantori e che in seguito è stata occupata da immagini a tutto volume in cartapesta sul tema di un avvenimento ricorrente o di un passo evangelico a scelta dell'autore; la terza parte, a forma di torretta, riservata alla Sacra immagine della Madonna, protetta posteriormente da una specie di baldacchino. La base su cui poggiava la Madonna era collegata ad un argano che permetteva di abbassare la struttura per permettere il collocamento e la deposizione della Statua e il passaggio della struttura attraverso le porte della città.

Per quanto riguarda gli artigiani, molti si sono resi disponibili ad affrontare un'opera così impegnativa. Si sono succeduti nel tempo uomini come i Conversi, i Bonamassa, i D'Antona, i Pentasuglia, gli Epifania, i Nicoletti e tanti altri. In queste famiglie di bravi artigiani c'è stato chi, all'impegno richiesto dalla costruzione del Carro Trionfale, ha unito l'impegno di pittore per opere religiose e profane sia per la città di Matera che altrove (Motta, Padula, 1989, pp. 115-135). Alcune famiglie hanno tramandato la propria arte di generazione in generazione distinguendosi negli anni in questa tecnica singolare. Si distinguono in generale tre nuclei familiari composti dalla famiglia Epifania, Nicoletti e Pentasuglia ai quali si aggiunge più recentemente la famiglia Daddiego.

Generalmente collaboravano alla costruzione del Carro un maestro abitualmente denominato "carrista", che ne era il progettista, alcuni operai con compiti esecutivi e alcuni apprendisti che aiutavano a preparare la carta, riempire i calchi, combinare i colori, ecc. Il lavoro dei cartapestai e dei pittori era preceduto da quello del falegname a cui, sotto la guida del progettista, era affidata la manutenzione della struttura

(Giampietro, Giampietro, 1991, p. 11). In origine, come abbiamo già osservato in precedenza, l'incarico era affidato a due artigiani, un falegname ed un pittore. Solitamente l'incarico di progettista era attribuito all'artigiano di maggiore fiducia ed esperienza e questo almeno fino al 1992, quando l'Ente Provinciale per il Turismo bandì un concorso per la costruzione del Carro Trionfale il cui progetto sotto forma di bozza veniva valutato da una apposita Commissione di esperti che ne sceglieva uno per la festa successiva (Caforio, 2005, pp. 42-42).

L'Associazione Maria SS. della Bruna è attualmente il soggetto giuridico preposto all'organizzazione ed alla promozione degli eventi in onore delle celebrazioni della Festa. Si tratta di un'associazione di volontari fondata nel dicembre 1997 mediante un protocollo d'intesa tra la Curia Arcivescovile, la Regione Basilicata, la Provincia, il Comune di Matera e la Camera di Commercio di Basilicata, ratificato poi l'anno successivo con uno statuto che ne stabiliva le cariche. Prima di allora l'organizzazione era affidata al Capitolo dei canonici nella persona del Procuratore maggiore della Bruna fino a quando nel 1919 fu fondato, dall'arciprete Francesco Paolo Giaculli, il primo Comitato promotore alla cui presidenza fu incaricato Vincenzo Pizzilli, nonno di Mimì Andrisani, che rimase in carica con qualche interruzione fino al 1951, per circa 26 anni. A lui si susseguirono negli anni altri presidenti<sup>85</sup>. Il Consiglio di Amministrazione dell'Associazione Maria SS. della Bruna è anche l'organo preposto all'approvazione del Bando di Concorso per la costruzione del Carro Trionfale che solitamente viene emesso nel mese di ottobre. Il bando contiene alcune norme basilari per la presentazione dei progetti indicandone i termini e le modalità. Uno dei requisiti fondamentali è la residenza nella provincia di Matera. Il bando stabilisce anche i termini di scadenza e quelli economici. Attualmente la spesa destinata alla costruzione del manufatto in cartapesta, così come indicato nel Bando di Concorso per l'edizione 2020, ammonta a trentamila euro ed è a carico dell'Associazione; un'ulteriore somma di cinquemila euro è istituita nel caso l'esecutore apporti in corso d'opera variazioni migliorative rispetto al bozzetto che devono essere preventivamente approvate dall'Associazione che ne è il committente e dal Delegato Arcivescovile<sup>86</sup>.

Il tema dell'elaborato viene invece attualmente assegnato dal Capitolo della Cattedrale. Secondo le testimonianze di Mimì Andrisani e Bruno Caiella, attuale Presidente dell'Associazione Maria SS. della Bruna, l'assegnazione del tema, da parte di quello che allora era il Comitato organizzatore, fu istituito nel 1989 da Monsignor Ennio Appignanese, in occasione del sesto centenario dall'istituzione della Festa della Visitazione nel 1389<sup>87</sup>. Le proposte vengono esaminate da un'apposita commissione che valuta i bozzetti presentati per la categoria professionale e redige la classifica dei vincitori<sup>88</sup>. L'annuncio del bozzetto vincitore viene resa nota durante un incontro pubblico, presieduto dall'arcivescovo della diocesi, che si tiene solitamente i primi di gennaio presso la Basilica Cattedrale.

Nel 2019, anno in cui la città di Matera è stata proclamata Capitale Europea della Cultura per il 2019, il tema religioso è stato aggiornato con la scelta di un passo evangelico inserito negli Atti degli Apostoli dal titolo *La fede genera cultura - Paolo all'Areopago di Atene*. Per l'edizione del 2020 invece il tema, scelto dal Capitolo diocesano, ha fatto riferimento al diciannovesimo passo del Vangelo Secondo Luca e al 750° anniversario dalla conclusione dei lavori di costruzione della Basilica Cattedrale, che iniziati tra il 1226 e il 1231 si conclusero nel 1270. Il vincitore è stato il giovane Eustachio Santochirico, artigiano di 31 anni e allievo per 11 anni nella bottega del maestro Michelangelo Pentasuglia, autore negli anni di numerosi carri trionfali, con il quale ha collaborato alla realizzazione di sette carri di cui due restauri. Purtroppo, alla luce delle vigenti prescrizioni governative finalizzate ad impedire gli assembramenti causati dal diffondersi del contagio da COVID-19 e preso atto della disposizione della Conferenza Episcopale di Basilicata, che limita la celebrazione delle festività patronali al solo aspetto religioso, l'Associazione Maria SS. della Bruna ha comunicato l'annullamento di gran parte dei festeggiamenti legati al 2 luglio, tra i quali quelli relativi alla costruzione e sfilata del Carro Trionfale, limitando la Festa alle sole componenti liturgiche.

---

<sup>85</sup> Intervista a Domenico Andrisani e Bruno Caiella del 18 dicembre 2019. Domenico Andrisani, detto Mimì è stato Presidente dell'Associazione Maria SS. della Bruna fino al 12 ottobre 2019, quando Bruno Caiella lo ha sostituito nell'incarico.

<sup>86</sup> Vedi Allegato 8: Bando di Concorso per la costruzione del Carro Trionfale in onore di Maria SS. della Bruna Edizione 2020.

<sup>87</sup> Intervista a Domenico Andrisani e Bruno Caiella del 18 dicembre 2019.

<sup>88</sup> Il Bando prevede anche una classe di concorso destinata alla categoria non professionale.

Nonostante l'attuale situazione dovuta ai rallentamenti causati dalla pandemia, Eustachio Santochirico sta portando avanti il suo lavoro: «un motivo per metterci più forza, energia e entusiasmo e per completare al meglio quest'opera e festeggiare la Festa con tutta la città il prossimo anno»<sup>89</sup>.

Si tratta sicuramente di un avvenimento straordinario soprattutto se pensiamo che da qualche anno le celebrazioni per la *Festa del 2 luglio* impegnano l'Associazione e l'intera cittadinanza per gran parte dell'anno con un vasto programma di iniziative religiose e culturali che coinvolgono anche i più piccoli e che procedono dal mese di ottobre fino a luglio dell'anno successivo<sup>90</sup>.

Peraltro, la stessa costruzione del manufatto in cartapesta, che ha luogo in quella che è denominata "La Fabbrica del Carro", impegna gli artigiani preposti alla realizzazione per molti mesi: ha inizio già nel mese di febbraio e il suo completamento avviene solitamente a metà giugno quando l'opera viene consegnata alla città<sup>91</sup>. A partire dalla Novena della Festa e fino al 1° del mese di luglio, giorno che precede i festeggiamenti, le porte della Fabbrica del Carro si aprono alla cittadinanza che dopo la sua benedizione ha la possibilità di ammirarlo e di incontrare gli artigiani che hanno concorso alla realizzazione; prima di questa data non è permesso divulgare nessun tipo di immagine che ne sveli in qualche modo l'aspetto. In passato, l'usanza era quella di aprire le porte della Fabbrica del Carro agli sguardi del pubblico, nel giorno in cui ricade la festa di San Pietro e Paolo, il 29 giugno; successivamente, per consentire a più persone di ammirare il manufatto in cartapesta, si è scelto di anticipare tale data.

Da qualche anno molti giovani artigiani hanno avuto il privilegio di realizzare il Carro Trionfale e durante la mia ricerca ho seguito in diverse occasioni quella che per similitudine con i laboratori artigianali ho definito la "bottega temporanea del Carro".

La formula comunitaria grazie alla quale avviene la realizzazione del manufatto è analoga per molti aspetti al lavoro collettivo che si realizza solitamente nel contesto delle botteghe artigiane. La Fabbrica del Carro diventa per molti mesi un grande laboratorio dove gli artigiani trasferiscono il proprio lavoro dedicando intere giornate alla realizzazione e decorazione del manufatto e nello stesso tempo interrompendo il lavoro giornaliero nelle proprie botteghe. Una sorta di casa-bottega dove di fatto gli artigiani convivono e lavorano. L'autore del bozzetto vincitore sceglie i collaboratori che lo affiancheranno nella realizzazione del manufatto in cartapesta e dal momento della consegna delle chiavi da parte del committente ha inizio il lavoro di preparazione della struttura lignea e dei calchi in gesso e argilla, preceduti dalla scelta cromatica dei colori. In questa fase solitamente gli artigiani lavorano autonomamente alle varie preparazioni ma con l'avanzare dei mesi il lavoro di squadra si rende sempre più necessario. Un lavoro corale che include e impegna molte professionalità e che si conclude soltanto quando nel pomeriggio del 2 luglio il Carro esce dalla Fabbrica per essere consegnato alla cittadinanza; il lavoro del falegname invece terminerà soltanto quando, grazie al suo sostegno, la statua della Madonna verrà deposta in Cattedrale dopo i consueti tre giri. Un lavoro collettivo che richiede l'impegno e la collaborazione di tutti i componenti e in cui la creatività e l'inventiva delle singole professionalità concorrono alla buona riuscita dell'opera. Un contesto dove prevale la socialità delle competenze e che si differenzia da quello delle più antiche botteghe medioevali dominate invece dall'individualità e dall'originalità del maestro. Un'esperienza condivisa che coinvolge tante professionalità diverse tra loro.

Sebbene l'impegno sia notevole, considerando anche l'onere economico che questo tipo di operazione comporta, la devozione, la passione e la dedizione sono i sentimenti che animano lo spirito di collaborazione che concorre alla realizzazione del manufatto in cartapesta. La responsabilità è notevole tenendo presente che l'opera nella sua fase finale dovrà essere esposta al giudizio più o meno favorevole del pubblico che ne decreterà la buona riuscita.

---

<sup>89</sup> Intervista a Eustachio Santochirico del 12 giugno 2020.

<sup>90</sup> Dal 2010 una delle iniziative che coinvolge i più piccoli è la *Festa della Bruna dei piccoli*. La manifestazione dedicata ai bambini ripropone tutte le fasi della festa, dalla processione dei pastori allo strappo del carro fino ai fuochi d'artificio, coinvolgendo i più piccoli in numerose attività didattiche.

<sup>91</sup> L'attuale deposito, che prende il nome di Fabbrica del Carro, si trova nel rione di Piccianello presso il recinto G. Marconi e fu donato dal Comune alla città negli anni Sessanta. Qui avviene la costruzione del manufatto la conservazione della struttura lignea. Da qualche anno questo spazio prende il nome di Piazzetta del Carro Trionfale, a sottolineare l'importanza che questo luogo ha assunto negli anni per l'intera cittadinanza.

Personalmente trovo ogni anno molto difficile giudicare quest'opera per il suo valore unicamente estetico considerando l'impegno, la passione e la grande professionalità dei realizzatori. Capita così che ogni anno il Carro «sia più o meno bello dell'anno precedente».

Nel 2012, quando per la prima volta ho seguito da vicino i lavori di realizzazione del Carro Trionfale, si interrompeva la tradizione che da anni vedeva alternarsi i maestri cartapestai più anziani come Pasquale Nicoletti e Michelangelo Pentasuglia e la realizzazione del manufatto veniva affidata a un gruppo di giovani artigiani coordinato da Mario Daddiego, autore del bozzetto vincitore e composto da alcuni collaboratori tra cui suo padre Dino, suo zio Ettore e i suoi cugini Marco e Valerio. Un'intera famiglia con una lunga tradizione artigiana, che già nel 2010 aveva collaborato alla realizzazione del Carro Trionfale con il maestro Nicoletti. Insieme a loro i due falegnami Eustacchio Santantonio e il maestro d'ascia Angelo Chico si sono occupati della struttura lignea.

Per quattro anni, dal 2013 al 2017 con una pausa di un anno, quando il concorso è stato vinto nuovamente dal Maestro Michelangelo Pentasuglia, la realizzazione del Carro è stata affidata ad Andrea Sansone, che aveva già realizzato insieme al maestro Pentasuglia alcuni dipinti del Carro Trionfale 2011. Lo stesso Sansone ha ripresentato la sua candidatura nel 2019 ma gli alti costi del manufatto e l'inosservanza di alcuni criteri relativi al regolamento del Bando di Concorso non gli hanno consentito di concorrere per la categoria professionale; il suo bozzetto si è invece classificato al primo posto nella categoria non professionale suscitando durante la premiazione non poche polemiche da parte dello stesso Sansone. Successivamente l'artista su committenza privata ha realizzato autonomamente il suo progetto attualmente esposto in quello che risponde al nome di MIB - Museo Immersivo della Bruna. Certamente un'opera ammirevole quella di Sansone, considerando che in passato solo un altro Carro Trionfale fu realizzato con l'obiettivo di essere esposto al pubblico e successe, come abbiamo già osservato, nel 2011 in occasione del 150° Anniversario dell'Unità d'Italia. Il manufatto è stato costruito da Sansone insieme ai suoi collaboratori, tra cui Angelo Andrulli, liutaio lucano, che ha realizzato gli strumenti musicali che animano le statue in cartapesta. L'iniziativa che si presenta come un percorso multimediale dedicato alla Festa della Bruna è per gran parte incentrata sulla tradizione del Carro Trionfale. Durante il percorso alcuni video narrano le leggende legate alle origini del manufatto mentre nella fase finale del percorso, grazie all'utilizzo della tecnologia 3D, è possibile rivivere il momento dello *strazzo*. L'iniziativa, seppur si presenti come un museo interamente dedicato alla Festa patronale in onore di Maria Santissima della Bruna, non tiene debitamente conto, a mio avviso, della complessità e molteplicità degli aspetti rituali che caratterizzano la *Festa del 2 luglio* concentrandosi quasi unicamente sul manufatto che diventa il protagonista dell'intero percorso e fisicamente occupa gran parte dello spazio espositivo. Sicuramente un'iniziativa ammirevole e una grande azione commerciale che attira indubbiamente l'attenzione di turisti e appassionati.

Nel 2019 Claudia e Raffaele Pentasuglia, convalidando una lunga tradizione familiare, ratificavano il 54° Carro Trionfale a firma Pentasuglia. Artisti e scultori e soprattutto eredi di una lunga tradizione di cartapestai, che giunge con loro alla quarta generazione, hanno realizzato insieme al padre Michele ed ai loro collaboratori anche il Carro dell'anno precedente<sup>92</sup>. I due carri realizzati da Claudia e Raffaele si sono ispirati a quello che tra gli anni Sessanta e Settanta si è affermato come "il modello tradizionale", soprattutto in riferimento alla scelta cromatica di colori accesi come il verde, il rosso e l'azzurro. In particolare, per il Carro Trionfale del 2019 il riferimento è stato il Carro del 1985 realizzato da Francesco Pentasuglia, zio di Claudia e Raffaele. Una bottega temporanea del Carro, quella di Claudia e Raffaele, all'insegna della multiculturalità e dell'accoglienza. Al gruppo di lavoro che nel 2018 ha visto collaborare con la famiglia Pentasuglia i giovani cartapestai Giancarlo D'Ercole e Matteo Cannavacciuolo, si sono aggiunti l'anno successivo l'artista valenciana Rocío Harriero Montesinos, selezionata grazie a un programma internazionale per giovani imprenditori, e Kingsley Ogbemor, insieme ad altri ragazzi del progetto Sprar provenienti dalla Nigeria, dal Gambia, dal Senegal e dalla Somalia, e ospiti della cooperativa Il Sicomoro grazie al progetto Silent Academy promosso con la Fondazione Matera-Basilicata 2019. La realizzazione dei dipinti è stata affidata nel 2018 all'artista pugliese Domenico Dell'Osso e l'anno successivo al

---

<sup>92</sup> Intervista a Raffaele Pentasuglia del 18 giugno 2018 presso la Fabbrica del Carro.

disegnatore e viaggiatore Stefano Faravelli, che ha fatto dono delle sue opere, alcune delle quali raffiguranti insolitamente gli stessi esecutori del Carro. Massimo Casiello, falegname, tornitore e intagliatore del legno ha affiancato la famiglia Pentasuglia in entrambi i casi con il compito di occuparsi della struttura lignea del Carro. Andrea Semplici ci racconta che già nel 2016 Massimo fu introdotto a questo compito da Michelangelo Pentasuglia che lo scelse come maestro d'ascia e lo raccomandò ad Angelicchio, il falegname che fino ad allora si era occupato della struttura lignea del manufatto. Angelo Chico che per ben 49 anni aveva costruito gli scheletri del Carro Trionfale lavorando quasi sempre in solitudine aveva partecipato anche alla ricostruzione del manufatto dopo l'incendio del 1996. Se a un primo sguardo egli mostrò perplessità per la giovane età di Massimo, pur rassicurato della sua bravura dal maestro Pentasuglia, gli svelò i suoi segreti guidandolo sul lavoro da svolgere (Semplici, 2019, pp. 29-36). Nel 2018 Massimo è stato chiamato da Raffaele con lo scopo e la responsabilità di affiancarlo nella realizzazione del Carro; per lui è stato un grande attestato di stima e un privilegio. Massimo è stato entusiasta del lavoro di squadra condotto da Raffaele e ne sottolinea con grande rispetto l'attitudine nel garantire a tutte le maestranze impegnate nella Fabbrica del Carro autonomia ma anche visibilità: «Raffaele ci ha dato la possibilità di esprimerci come volevamo»<sup>93</sup>.

In alcuni casi durante i mesi successivi alla realizzazione del Carro Trionfale gli artigiani affiancano alla consueta produzione in bottega una serie di iniziative indotte dalla visibilità acquisita durante la Festa. Solitamente al cartapestaio viene chiesto di restaurare le statue danneggiate durante il saccheggio o anche di riprodurre su commissione gli elementi decorativi più belli. Lo stesso avviene per i dipinti.

Nel 2018, per gli stessi motivi, Massimo Casiello ha deciso di realizzare il modellino in scala 1:16 dello scheletro massiccio del Carro Trionfale firmato da Raffaele e Claudia Pentasuglia, da montare e personalizzare<sup>94</sup>. Un piccolo manufatto in 3D realizzato in legno naturale che ha riscosso molto successo soprattutto tra i materani e che Massimo ha riproposto anche l'anno successivo. La vendita è stata affiancata dal concorso "Il Mio Scheletro Massiccio" in cui i partecipanti hanno liberamente personalizzato il proprio scheletro in miniatura realizzando dei piccoli manufatti esposti successivamente in una mostra presso la bottega di Massimo nel Sasso Caveoso<sup>95</sup>. L'iniziativa si è conclusa con l'assegnazione del titolo di miglior ricostruzione creativa del Carro della Bruna e con l'assegnazione di un putto in cartapesta realizzato dallo stesso Raffaele. Un modo, dice Massimo: «per investire sulla popolarità acquisita e per divulgare le conoscenze assimilate durante il lavoro nella Fabbrica del Carro»<sup>96</sup>.

Nel 2019 i lavori di realizzazione del Carro Trionfale sono stati seguiti quotidianamente dallo scrittore e giornalista fiorentino Andrea Semplici, che insieme alle fotografie di Antonio Sansone, ha raccontato la Fabbrica del Carro in una sorta di cronaca di viaggio che ripercorre il suo incontro con gli attori e i protagonisti di questo lungo percorso durato centosessantotto giorni e che inizia e si conclude così:

[...] Raffaele ha avuto solo ieri, giorno dell'Epifania, le copie della Fabbrica del Carro. Là, a Piccianello, possono ora ritrovarsi gli architetti, i pittori, gli artigiani, e i manovali che costruiranno il nuovo Carro Trionfale per la festa della Madonna della Bruna. Il giorno più lungo dell'anno a Matera, il 2 di luglio, giorno dell'estate, comincia ora, al tempo della neve sulla città. È davvero un giorno infinito (Semplici, 2019, p. 11).

[...] La *comunità* allegra e meticcia, della Fabbrica di Piccianello si scioglierà con i fuochi d'artificio della mezzanotte del 2 luglio. Ma i suoi semi rinasceranno altrove, rinasceranno in inverno, il prossimo gennaio, quando una squadra di artigiani ricomincerà il suo lavoro. In fondo, tutti noi, anche i non materani, sanno che *'a mogghj a mogghj all'onn c'van!'* (Semplici, 2019, p. 123).

---

<sup>93</sup> Intervista a Massimo Casiello del 25 agosto 2018.

<sup>94</sup> Il modellino in 3D di 63 cm di lunghezza, 14 cm di profondità e 34 cm di altezza, è stato realizzato da Massimo Casiello utilizzando il taglio al laser e permettendogli così di sperimentare questa tecnica. È composto da sofisticate componenti meccaniche realizzate senza alcun impiego di elementi elettrici e colla; in tutto 150 pezzi da montare e personalizzare seguendo le istruzioni fornite da Massimo.

<sup>95</sup> *Lo scheletro massiccio* è anche il titolo di un film di 50 minuti prodotto nel 2007 da RVM Broadcast e a cura del regista Mario Rael e della giornalista Mimma Maranghino.

<sup>96</sup> Intervista a Massimo Casiello del 25 agosto 2018.

### 3.4 Le nuove botteghe artigiane. Il caso della città di Matera

L'artigianato artistico, o artigianato d'autore, rappresenta per la città di Matera una realtà relativamente giovane, il cui principale punto di forza è rappresentato dall'unicità del prodotto e dal suo legame con la tradizione storica e culturale del territorio. Nel caso delle botteghe artigiane a cui faccio riferimento si assiste all'evoluzione e all'adattamento della bottega stessa, intesa come luogo in cui la maestria tecnica e la personalizzazione del prodotto si incontrano per rinnovare i mestieri della tradizione locale e dare vita, in alcuni casi, a nuove lavorazioni artigianali, come nel caso del design o del souvenir d'autore.

Il Rapporto redatto dalla Regione Basilicata insieme al Centro Studi Unioncamere nel dicembre 2005, è lo studio che può aiutare meglio a ricostruire, almeno sotto un punto di vista quantitativo, la presenza di botteghe artigiane presenti nel Comune di Matera, in assenza di un sistema classificatorio del comparto dell'artigianato artistico e tradizionale riconosciuto a livello regionale e in assenza di documenti più recenti e adeguatamente redatti. I dati riportati nel Rapporto sono quelli derivanti dall'Albo Artigiani del Registro imprese delle Camere di Commercio di Matera e Potenza e si riferiscono alle imprese artigiane attive al 30 giugno 2005. In particolare, vengono considerati tredici settori: il tessile/abbigliamento, la lavorazione del cuoio e la pelletteria, la lavorazione del legno, la carta e l'editoria, i minerali non metalliferi, i prodotti in ferro, le attività manifatturiere dell'industria del mobile, gli strumenti musicali e l'oreficeria, la riparazione di orologi e la bigiotteria, la grafica e la fotografia, e in ultimo le creazioni artistiche. Escludendo le imprese a forte connotazione industriale, la selezione del numero di imprese artigiane conta nel 2005 circa 1.270 realtà imprenditoriali a livello regionale, di cui 406 solo per la provincia di Matera<sup>97</sup>. Il sottoinsieme artistico individua 83 imprese di cui 31 nella provincia di Matera, e, in un certo senso, esse costituiscono già in quegli anni la realtà più conosciuta dell'artigianato artistico regionale<sup>98</sup>. Un'indagine diretta ha mostrato inoltre la stretta correlazione tra artigianato di restauro e artigianato artistico rendendo formalmente difficile una netta separazione delle due tipologie. L'indagine ha anche evidenziato come da un punto di vista territoriale è il Comune di Matera a presentare una più bassa anzianità media delle aziende appartenenti al comparto dell'artigianato artistico e tradizionale, con un numero di circa 37 aziende artigiane<sup>99</sup>. Nel 2005 la percentuale più alta di aziende campione, attestata al 53%, risulta essere operativa da meno di dieci anni, seguita dal 23,4% di quelle operative da meno di cinque<sup>100</sup>. Le aziende del comparto si concentrano in particolare nei settori del legno e affini, ceramica, oreficerie e affini, seguite dalla lavorazione del ferro battuto, oggettistica e decorazioni, marmo e pietra e lavorazione del vetro; in coda il cuoio e la pelletteria con la lavorazione della carta e la stampa<sup>101</sup>. Da un punto di vista del settore, l'attività più recente risulta essere, già nel 2005, quella dell'oggettistica e delle decorazioni.

L'indagine prosegue con un'ulteriore selezione operata sulla base di un questionario strutturato in cinque sezioni, che ha tenuto conto delle realtà con il più elevato grado di visibilità e riconoscibilità del mercato<sup>102</sup>. Il campione d'indagine identifica 47 imprese suddivise in nove macrocategorie che, dal punto di vista delle tecniche produttive e del mercato, presentano al loro interno una qualche omogeneità<sup>103</sup>. Da un punto di vista territoriale, 15 delle 47 aziende sono localizzate nel Comune di Matera che risultava essere la località dove, già nel 2005, la presenza dell'artigianato artistico era più diffusa. Un altro dato interessante indica che tutte le aziende, ad eccezione di una sola cooperativa, erano strettamente legate all'individualità del

---

<sup>97</sup> Regione Basilicata, Centro Studi Unioncamere Basilicata, *L'Artigianato artistico in Basilicata: problematiche e aree di intervento*, Dicembre 2005, Tab. 2.2, p. 21.

<sup>98</sup> Ivi, Tab. 2.4, p. 22.

<sup>99</sup> Ivi, Tab. 2.11 – 2.16, pp. 28-33.

<sup>100</sup> Regione Basilicata, Centro Studi Unioncamere Basilicata, *L'Artigianato artistico in Basilicata: problematiche e aree di intervento*, Dicembre 2005, Graf. 3.2, pp. 37-38.

<sup>101</sup> Ivi, Tab. 2.12, p. 29.

<sup>102</sup> Vedi Allegato 8: L'Artigianato artistico in Basilicata problematiche e aree di intervento\_Dicembre 2005\_allegato 2\_il questionario d'indagine.

<sup>103</sup> Le produzioni artistiche per macrocategorie sono in ordine crescente: 32% ceramica, 15% ferro battuto, 13% legno, 11% decorazioni, 11% oreficeria, 6% pietra, 4% cuoio, 4% cartapesta, 4% vetro. Regione Basilicata, Centro Studi Unioncamere Basilicata, *L'Artigianato artistico in Basilicata: problematiche e aree di intervento*, Dicembre 2005, Graf. 3.1, p. 37.



titolare, la cui persona coincideva con l'artigiano, e nella maggioranza dei casi, circa 30 su 47, quella del titolare era l'unica presenza lavorativa<sup>104</sup>. Altri dati ci indicano la classe di età, la cui percentuale maggiore comprende gli artigiani tra i 41 e i 50 anni, i livelli di istruzione, mediamente elevati<sup>105</sup>, e la localizzazione concentrata per lo più nei centri storici dei comuni, dove la funzione produttiva si sovrappone a quella commerciale, rendendo visibile il legame tra la bottega e lo spazio produttivo. Secondo il rapporto del 2005, la bottega, insieme alle fiere espositive e al passaparola, rappresenta anche un importante canale promozionale, concentrando al suo interno sia la funzione produttiva che quella commerciale. Nel 2005 il mercato è prevalentemente locale ed è rappresentato da un target di clientela privata. L'unicità del prodotto costituisce il fattore primario di successo, seguito dagli aspetti innovativi legati alla lavorazione e al valore estetico. L'innovatività nella sperimentazione e nella ricerca di nuovi materiali e nuove tecniche di produzione garantisce la visibilità e la tenuta sul mercato. Sempre dal Rapporto del 2005, emerge come il contenuto di artisticità e la dimensione del "saper fare" rappresenti l'elemento fondativo e caratterizzante dell'artigianato locale, la caratteristica di utilità appare invece già allora meno decisiva.

Dopo quindici anni la riscoperta del territorio oltre i confini regionali, l'interesse mediatico nei confronti della città di Matera dovuto alla nomina a Capitale della Cultura Europea nel 2019 e il conseguente aumento dei flussi turistici sono i fattori che hanno influito, soprattutto negli ultimi anni, alla nascita di nuove botteghe artigiane, operanti nel settore dell'artigianato artistico e del design, e al moltiplicarsi di nuove competenze artigianali che hanno integrato in molti casi elementi della tradizione culturale del territorio con nuovi materiali e tecniche di lavorazione. Le botteghe artigiane materane hanno recuperato nuove identità e funzioni, grazie anche ad una imprenditoria giovanile che da qualche anno ha iniziato ad investire sul lavoro manuale e sul "saper fare", stimolata da una nuova richiesta di mercato e, non meno importante, dall'incremento dei flussi turistici.

D'altro canto, il connubio tra "artigianato" e "turismo", può essere considerato un binomio estremamente attuale se si pensa ai processi di innovazione e crescita che caratterizzano oggi i contesti locali e la loro rappresentazione in uno scenario globale che valorizza le differenze. Le piccole attività imprenditoriali congiuntamente alle dinamiche di differenziazione e personalizzazione del prodotto hanno accompagnato negli ultimi anni il rilancio dell'attività turistica come riscoperta e valorizzazione del territorio e delle sue produzioni tipiche. In un rapporto paritetico, l'aumento della domanda di servizi turistici ha prodotto un aumento della domanda di prodotti artigianali, così come l'offerta di prodotti artigianali tipici ha stimolato una significativa domanda di mercato connessa all'artigianato artistico d'autore.

La ricerca ha messo in luce come la città di Matera si confermi oggi la realtà regionale a contare il numero più alto di imprese artigiane.

Secondo le indicazioni fornitemi dalla Camera di Commercio di Matera prima del suo trasferimento nel capoluogo, si contano oggi circa 1140 imprese artigiane, registrate come tali, ma questi numeri includono anche medie e grandi imprese che affidano a competenze artigianali il loro successo sul mercato, come accade, ad esempio, nel settore del mobile imbottito o della falegnameria; a questo dato si aggiungono gli artigiani registrati alla stessa Camera di Commercio come liberi professionisti, artisti o imprenditori e commercianti. Per ovviare alla relatività di questi numeri che non tengono debitamente conto della differenziazione tra grandi e medie imprese e piccole realtà imprenditoriali e data l'impossibilità di reperire dati sufficienti a individuare la specificità delle varie categorie professionali, la selezione dei dati che ne derivano è stata condotta attraverso una raccolta diretta sul campo che ha portato alla renumerazione e mappatura geolocalizzata delle botteghe e dei laboratori artigiani attivi nella città di Matera.

La mappa che segue, aggiornata al 10 settembre 2020, individua settanta, tra laboratori e punti vendita di prodotti artigianali, situati in tutta la città e differenziati in base al colore. Insieme alla restituzione grafica, è presente un elenco che riporta denominazione e indirizzi di ciascuna attività.

---

<sup>104</sup> In 9 aziende, delle 30 totali, il titolare si avvale anche di collaboratori familiari, mentre soltanto in 5 si ricorre alla presenza di addetti esterni al nucleo familiare. Regione Basilicata, Centro Studi Unioncamere Basilicata, *L'Artigianato artistico in Basilicata: problematiche e aree di intervento*, Dicembre 2005, Graf. 3.3, p. 38.

<sup>105</sup> Il 54% degli artigiani ha conseguito un diploma di scuola superiore, generalmente con indirizzo artistico, il 7% la laurea, mentre il 22% sono i possessori della sola licenza d'obbligo e coincidono con la componente più anziana.



**Mappa della città di Matera.**  
Laboratori e punti vendita di prodotti artigianali.

1. Due Parentesi - Officina del Bijoux. Via Francesco Volpe, 3
2. Andralli Arte Bijoux. Via Giovanni Amendola, 17
3. Simeone Orafi. Vico Fornaci, 3
4. Ceramiche artistiche e artigianali di Maddalena Pupino. Via Santa Cesarea, 5
5. Mani nell'arte - Laboratorio creativo. Via Santa Cesarea, 14
6. Studio Arte Design Paola Di Seno. Via D'Addato, 24
7. Studio d'Arte di Giuseppe Festa. Via Sant'Antonio Abate, 1
8. Sassi in Miniatura di Eustachio Rizzi. Via Fiorentini, 82
9. Cuccà Art. Via Fiorentini, 245
10. Atelier Ceramiche e Dipinti. Via San Biagio, 25
11. Dactante - Laboratorio di ceramica e pittura. Via San Biagio, 17
12. Empatia - Lavorazione artistica del cianio. Via San Biagio, 15
13. Il Buggigatolo di Matera. Via San Biagio, 14
14. Arterego Studio d'Arte. Via Rosario, 48
15. Lamberti Ceramiche. Via Rosario, 42
16. Crea che Ricerca di Angela Ramundo. Via Rosario, 31
17. BG Arte. Piazza Vittorio Veneto, 37
18. Thinkarta. Piazza Vittorio Veneto, 42
19. Arte Creativa. Via Lombardi, 56
20. Le Lucane Design e Tradizione. Via delle Beccherie, 13
21. L'Arte & la Cartina. Via Lombardi, 54
22. Grafica di Via Sette Dolini. Via Sette Dolini, 10
23. Studio d'Arte Raffaele Pentasaglia. Via delle Beccherie, 65
24. Feolosophy. Via delle Beccherie, 67
25. Unique Store Italy Matera di Angela Conte Design. Via delle Beccherie, 71
26. La Bottega di Antonella - Il profumo nei Sassi. Via delle Beccherie, 81
27. Studio d'arte Kéramos. Via delle Beccherie, 73
28. La Pitola Bottega Artigiana. Via delle Beccherie, 70
29. Miledo' di Minella Caruso. Via delle Beccherie, 79
30. Laboratorio di progettualità di Patrizia Capriotti. Via delle Beccherie, 83
31. Civico Nove Multipazio. Via Duomo, 7
32. Geppetto Artigianato Artistico. Piazza del Sedile, 19
33. Presioni Moda Luigi D'Adamo. Piazza del Sedile, 22
34. Ocra S.r.l. I Restauri d'Arte Matera. Recinto del Sedile, 14
35. Elisa & Janna - Gioielli Sculture. Piazza del Sedile, 23
36. BG Arte. Piazza del Sedile, 39
37. Schiuma Post Design. Piazza S. Francesco, 2
38. Stefano Durante Arte & Creazioni. Piazza S. Francesco, 5

39. Studio 59 Art Gallery. Via S. Pietro Caveoso, 59
40. Maria Bruna Festa - Ceramiche d'Arte. Via Bruno Buozzi, 59
41. Il Bottegaccio di Mario Daddiego. Via Madonna dell'Itris, 10
42. Matera - Laboratorio di arte orafa e lignea. Via Bruno Buozzi, 89
43. Mancini Antichità e Restauro. Via Bruno Buozzi, 89
44. Arte Decorativa - Artigianato Artistico Locale di Mariastella Daretta. Via Bruno Buozzi, 79
45. BG Arte. Via Bruno Buozzi, 108
46. Creazioni artigianali in pietra e terracotta di Mario Flumero. Via Bruno Buozzi, 98
47. L'Arte del Restauro. Via Bruno Buozzi, 57
48. Negocio Laboratorio La Casa Grota del Casaluovo. Rione Casaluovo, 307
49. Pico - Ceramiche d'autore. Rione Casaluovo, 308
50. Officine Frida - Arts & Crafts. Via Casaluovo, 94
51. TUFFA - Piccole sculture. Via Bruno Buozzi, 20
52. Massimo Caselli - Tornitura artistica atelier del legno e falegnameria Didattica. Via S. Francesco da Paola Vecchia, 15
53. La Grota di Pinocchio. Via Emanuele Duni, 10
54. Eufemismi. Vico Case Nuove, 1
55. Paola Buttiglione Stylist. Via Domenico Ridola, 40
56. Ilenia Dragonetti e le sue creazioni. Via Alessandro Volta, 20
57. Progetto Arte di Giuseppe e Vincenzo Rizzi. Via dell'Agricoltura, 12
58. Falegnameria Colacicco Sas Di Colacicco Luca & C. Via delle Comunicazioni, snc
59. ETRURIA di Schiavone Pino Conservazione e restauro opere d'arte. Via delle Officine, snc
60. Operaprima S.R.L. Via Tito Livio, 12
61. Giuseppe Miranionda. Contrada Serrinello La Valle, 49
62. Emporio del Riciclo di Paolo Scozzafava e Giulia De Pace. Contrada Pedita Della Palomba, snc
63. Presioni Moda Giuseppe D'Adamo. Via Giuseppe Gattini, 47
64. Simone Venezia Orofo. Via Giovanni Giolitti, 1
65. Terraferma Ceramica Matera. Via Giuseppe Gattini, 17
66. Alessandro Castano Ebanisteria & Restauro. Viale Europa, 6
67. Daddiego Arte. Via Antonio Passarelli, 48A
68. Orofo Laboratorio Lisanti, Via Passarelli, 17/19
69. L'Artigiano di Bruno Michele. Contrada Scatolino, snc
70. Ceramiche Daddiego. Contrada Giardinelle, 39
71. Emporio del Riciclo di Paolo Scozzafava e Giulia De Pace. Via Liguria, 10



L'analisi condotta attraverso la ricostruzione dettagliata del contesto geografico e della mappatura delle attività riportata di seguito, ha messo in luce come su un numero complessivo di settanta tra laboratori e punti vendita di prodotti artigianali, circa il 93% delle attività si colloca nei Rioni Sassi e in egual misura nelle immediate vicinanze al centro storico, prediligendo le strade e le piazze cittadine mete di passaggio di turisti e visitatori. Il restante numero di attività si dispone nelle zone artigianali periferiche integrandosi alle attività industriali di medie e grandi imprese. In questo caso l'esigenza di una sede periferica coincide con la necessità di spazi utili a consentire volumi di produzione maggiore e contenimento delle attrezzature utili alla lavorazione. Tenendo anche conto che, in alcuni casi, la scelta del sito scaturisce anche dal costo elevato degli affitti che ha convinto molti artigiani a lasciare il centro storico a favore dei quartieri e delle strade limitrofe.

In alcuni casi la produzione legata a queste attività coincide con un tipo di artigianato che, pur mantenendo un carattere artistico, conserva quello più specifico dell'artigianato cosiddetto di servizio connesso, ad esempio, al settore edilizio e del restauro. Nei restanti casi la produzione avviene nello specifico su

commissione e solitamente può contare sulla distribuzione presso i punti vendita commerciali situati nelle zone centrali della città.

L'incremento dei flussi turistici ha favorito negli ultimi anni anche la diffusione di punti vendita dedicati alla commercializzazione di souvenir artigianali; in alcuni casi la distribuzione comprende anche oggetti appartenenti all'artigianato artistico pugliese e questo è probabilmente dovuto alla diffusione dei circuiti turistici che abbracciano la vicina Regione Puglia.

Un'indagine invece di tipo riepilogativo ha consentito di mettere in luce analogie e differenze relative al comparto artistico delle botteghe artigiane presenti nel territorio. Il primo dato che emerge e che conferma in un certo senso il Rapporto Regionale del 2005 è l'operatività piuttosto recente della maggior parte dei laboratori appartenenti al comparto dell'artigianato artistico e tradizionale che risale agli ultimi venticinque anni e coincide da un lato con la fruizione della Legge 771/86 (Regolamento per l'assegnazione in sub-concessione di immobili ed aree di proprietà dello Stato nei Rioni Sassi, integrata e modificata con delibera di C.C. n. 36 del 08/04/1998) e dall'altro con il lento consolidamento dei flussi turistici accelerati nei primi anni Novanta dalla designazione della città di Matera come Patrimonio Mondiale dell'Umanità. I due fattori hanno favorito l'incremento delle attività artigianali legate al settore artistico e da un punto di vista economico agevolato una nuova imprenditoria giovanile. Questo dato si ricollega all'età relativamente bassa degli stessi artigiani, fatta eccezione per le attività che vantano una più antica tradizione artigianale familiare, come succede nel caso delle famiglie Daddiego, Pentasuglia, Rizzi e Mitaronda il cui operato è oggi portato avanti grazie al contributo dei componenti familiari più giovani.

Come già accennato in precedenza, il settore dell'oggettistica e delle decorazioni si combina in alcuni casi con un artigianato di servizio e questo è dovuto alla scelta di quanti pur tenendo conto delle richieste legate al mercato turistico rispondono parallelamente alle esigenze del mercato locale che richiede e in alcuni casi predilige l'artigianalità delle lavorazioni: succede ad esempio con il comparto del restauro o con quello connesso ai complementi architettonici e di arredo, dove la componente artistica e artigianale rimane in ogni modo determinante.

La totalità delle attività artigianali mostra una varietà delle realtà presenti sul territorio materano che si differenziano a partire principalmente dalla materia prima utilizzata nella lavorazione. L'argilla, declinata nella terracotta, ceramica e maiolica si conferma la materia prima più comune e insieme alla cartapesta quella con la più lunga tradizione territoriale, seguita dal tufo, dal legno e dai metalli. La diffusione di questi materiali coincide da un lato con l'antichità delle lavorazioni tradizionali, come succede per l'argilla e la cartapesta e in alcuni casi con la loro reperibilità sul territorio o negli immediati dintorni come ad esempio per il tufo. Come già riportato in precedenza la prevalenza di una cultura di tipo agropastorale ha favorito in passato la diffusione di una varietà di attività artigianali direttamente connesse alla vita contadina e alle materie prime a disposizione<sup>106</sup>.

Un aspetto che accomuna gran parte delle piccole imprese locali connesse al comparto dell'artigianato artistico è quello che possiamo definire genericamente il loro "carattere tradizionale" che si esprime, come accennato, in alcuni casi nelle lavorazioni e nella scelta delle materie prime e in certi altri nelle forme e nei richiami alle figure della tradizione storica e culturale del territorio. La produzione di alcuni oggetti connessi all'arte popolare e agropastorale del passato rappresenta una fetta importante della produzione artigianale artistica contemporanea, sebbene in una dimensione completamente diversa che, lontana dalla sua originaria destinazione d'uso assume oggi nuovi significati simbolici legati al mercato contemporaneo che da un lato ha riscoperto il valore dell'artigianalità delle produzioni e dall'altro risulta fortemente connesso alla domanda turistica.

Il circuito virtuoso tra turismo e artigianato ha un impatto incisivo se lo si associa a una particolare tipologia di prodotti artigiani che presentano i caratteri della località e autenticità rispetto a prodotti analoghi derivanti dalla grande distribuzione commerciale. I prodotti artigianali si caratterizzano come bene a forte differenziazione e devono la loro affermazione sul mercato proprio alla loro forte identità territoriale. Il

---

<sup>106</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.2 Arte popolare e mestieri della tradizione agropastorale.

mercato turistico rappresenta uno dei fattori che definisce la produzione artigianale del territorio materano contraddistinta dalla costante comunicazione tra le forme del passato e quelle del presente.

Pur rivendicando, nella maggior parte dei casi, un richiamo più o meno evidente alle forme e alle figure della tradizione, le produzioni artigianali moderne si caratterizzano per la loro originalità e artisticità combinata all'utilizzo di tecniche e materie prime meno comuni. Esse inoltre sono frutto di una continua ricerca personale portata avanti dai singoli artigiani che costituisce il valore aggiunto delle produzioni contemporanee. L'innovatività dei prodotti artigianali locali, piuttosto che l'innovazione dei processi, caratterizza la produzione di quasi tutte le botteghe materane appartenenti al comparto dell'artigianato artistico, quando per innovazione intendiamo l'azione contemporanea di «modificare qualcosa di preesistente e aggiungere elementi di novità» (Cavalli, 2014, pp. 124-131). Molto apprezzati per la loro originalità e varietà di forme sono i marchi da pane: celebri quelli di Emanuele Mancini e Massimo Casiello ma anche l'interpretazione più recente, *Matrix*, del designer Tommaso Schiuma. Un altro oggetto fortemente connotativo è il *cuccù*: fabbricati in terracotta o in ceramica presentano una grande varietà di forme e di colori. Ricercati dai visitatori e proposti come souvenir turistici per il loro valore simbolico e il richiamo alla tradizione, i *cuccù* insieme ai marchi da pane sono oggi realizzati da molti artigiani materani che hanno ripreso a fabbricarli inserendoli nella propria produzione artistica. Richiamano, per certi versi, i colori e le forme più tradizionali i *cuccù* prodotti dalle famiglie Daddiego; particolarmente originali invece dal punto di vista artistico ed estetico sono quelli realizzati da Marco Brunetti, Maria Bruna Festa e Dacia Capriotti. Alcune figure rievocano invece i personaggi della tradizione e dei racconti popolari, come ad esempio i *monachicchi* e i *briganti* realizzati da Raffaele Pentasuglia o la *Pupa* di Mario Daddiego. Altre produzioni artistiche richiamano più specificamente nelle forme le architetture e i tipici elementi architettonici degli antichi Rioni Sassi, come le creazioni orafe del laboratorio di arti orafe e lignee di *Materia* di Lela Campitelli e Michele Ascoli, e quelle di *Elisa&Janna* o, ancora, le riproduzioni in tufo della bottega di Eustachio Rizzi e di *ProgettoArte*<sup>107</sup>.

Gli oggetti a cui abbiamo appena accennato costituiscono solo una parte della produzione artigianale locale che generalmente facciamo coincidere con quella destinata al mercato turistico.

Parallelamente a un tipo di produzione artigianale che richiama generalmente le forme e le figure della tradizione esiste una tipologia di prodotti che mette insieme tradizione e innovazione, dove per innovazione intendiamo l'originalità del prodotto frutto dell'inventiva, della sperimentazione, degli interessi e del gusto personale di chi li produce. Questo non vuol dire che, nel caso delle produzioni tipicamente tradizionali, il richiamo alla tradizione si riduca a un pretesto meramente commerciale ma in molti casi questo richiamo è per gli stessi artigiani un sapere implicito e in altri acquisito. In tutti questi casi il richiamo alla tradizione rispecchia in modo più o meno esplicito il senso di appartenenza a un'identità culturale locale e un legame con il territorio che si manifesta nelle forme come anche nei processi produttivi e nella scelta delle materie prime.

La varietà della produzione artistica artigianale mostra per di più l'attitudine, da parte degli artigiani, a differenziare e distinguere la propria produzione ricercando interpretazioni e punti di vista alternativi che nascono da contesti altrui rispetto a quelli in cui si opera, impiegando bene la propria creatività per mettere a punto quell'«estro del fare» che caratterizza il lavoro artigiano (Cavalli, 2014, pp.137-153).

---

<sup>107</sup> Per una descrizione dettagliata delle botteghe artigiane della città di Matera si veda: Capitolo quarto: Etnografie di artigiani.





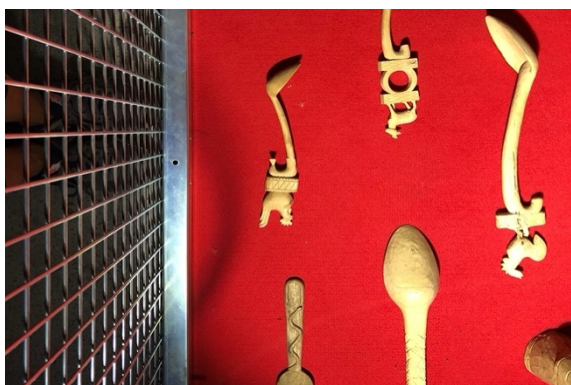


Figura 1 | *Tradizionali cucchiai in legno. Collezione etnografica del Museo Nazionale Archeologico Domenico Ridola di Matera. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 2 | *Arte pastorale. Collezione privata di Donato Cascione, Museo Laboratorio della Civiltà Contadina di Matera. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 3 | *Marchi da pane. Collezione privata di Donato Cascione, Museo Laboratorio della Civiltà Contadina di Matera. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 4 | *Donato Cascione, collezionista. Museo Laboratorio della Civiltà Contadina di Matera. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 5 | *Riproduzione in terracotta dei tradizionali marchi da pane. Daddiego Ceramiche. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 6 | *Riproduzione in terracotta dei tradizionali marchi da pane. Massimo Casiello Tornitura Artistica Atelier del Legno. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 7 | *Cuccù realizzato in terracotta. Geppetto Artigianato – Marco Brunetti.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 8 | *Tommaso Niglio. Novembre 2011.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 9 | *Sassi in miniatura. Riproduzione in tufo di Eustachio Rizzi.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 10 | *Sculture in argilla rossa di Michele Pentasuglia, collezione "I volti della terra". Bottega d'Arte Pentasuglia.* Foto di Ciriaca Coretti

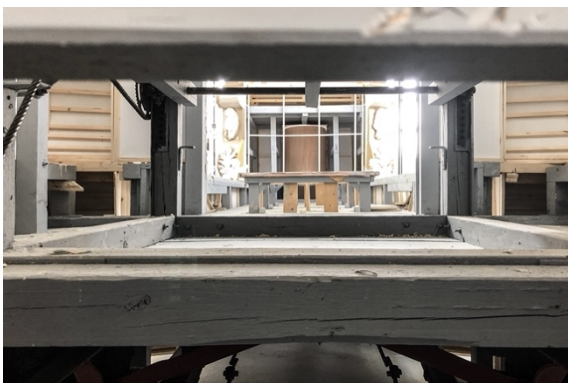


Figura 11 | *Particolare della struttura lignea. Fabbrica del Carro, aprile 2018.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 12 | *Preparazione elemento decorativo Carro Trionfale della Bruna 2018. Fabbrica del Carro, aprile 2018, Raffaele Pentaduglia.* Foto di Ciriaca Coretti





Figura 13 | *Bozzetto vincitore Carro Trionfale della Bruna 2018. Raffaele Pentasuglia. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 14 | *Bozzetto vincitore Carro Trionfale della Bruna 2019. Raffaele e Claudia Pentasuglia.*



Figura 15 | *Carro Trionfale della Bruna 2018. Raffaele Pentasuglia, giugno 2018. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 16 | *Particolare del Carro Trionfale della Bruna 2019. Raffaele Pentasuglia e Claudia, giugno 2019. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 17 | *"Bottega temporanea del Carro", Matera, Luglio 2018. Bozzetto vincitore di Raffaele Pentasuglia. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 18 | *"Bottega temporanea del Carro", Matera, luglio 2019. Bozzetto vincitore di Claudia Raffaele Pentasuglia Foto di Antonio Sansone*





## Capitolo quarto: Etnografie di artigiani

### 4.1 Massimo Casiello Tornitura Artistica Atelier del Legno

Massimo Casiello è un giovane artigiano materano: ha 41 anni e la sua bottega di tornitura è stata una delle prime nel suo genere. Massimo è un autodidatta e la sua passione per il legno si è affiancata sin da piccolo a quella per i computer e le strumentazioni elettroniche. Da suo padre ha ereditato l'interesse per l'arte del costruire e fabbricare oggetti, mentre da sua nonna, che viveva nei Rioni Sassi, l'amore per le tradizioni e per la storia della sua città.

Il colore, l'odore e l'aspetto del legno sono gli aspetti che sin da piccolo lo hanno portato ad apprezzare questo materiale "vivo". La lavorazione del legno è sempre stata per lui un hobby che da piccolo praticava nel garage di casa o visitando le falegnamerie, fino a quando nel 2006, tornato a Matera ha iniziato a pensare alla sua prima bottega che ha aperto nel 2011 nei pressi del Sasso Barisano. Prima di allora, all'età di 18 anni ha vissuto a Roma, poi a Milano e Torino dove ha svolto, al servizio di grandi aziende, la professione di programmatore e consulente informatico. Stanco delle grandi città, ha deciso dopo 15 anni di tornare a Matera, sua città natale e investire in una nuova professione nonostante la città stesse, in quegli anni, attraversando un momento particolare dovuto alla crisi dell'industria manifatturiera rappresentata dal distretto del mobile imbottito. La sua passione per i computer si era nel frattempo affievolita e Massimo ha avvertito dopo molti anni la necessità di ritornare a vivere in una città più piccola dove la qualità della vita e delle relazioni umane gli potevano consentire di cambiare vita e mettersi nuovamente alla prova.

Ha iniziato la sua attività di artigiano in un contesto che è ben diverso da quello attuale: la notorietà della città dei Sassi e i flussi turistici che hanno investito la città di Matera negli ultimi anni non erano tali da assicurargli successo e visibilità. Nello stesso tempo lo stesso tipo di contesto gli ha permesso di rischiare economicamente e di sperimentare la sua passione in modo autonomo, permettendogli lentamente di crescere come tornitore.

Come lui stesso racconta: «oggi sarebbe stato più difficile affermarsi sul territorio a causa dell'aumento dei canoni di affitto, della concorrenza e della fruizione veloce dovuta ai mercati turistici»<sup>108</sup>. Negli anni in cui ha deciso di aprire la sua prima bottega non c'erano a Matera altri laboratori di tornitura e Massimo ha in un certo senso riportato in vita questo antico mestiere dandogli una veste diversa e contemporanea.

Prima di mettersi ufficialmente alla prova come artigiano, ha partecipato nel 2010 alla sua prima fiera - era in realtà la prima edizione dell'evento fieristico Matera è Fiera -, dove ha provato a verificare l'interesse del pubblico verso un'attività che era ormai scomparsa da tempo nella città dei Sassi. Ha esposto le sue riproduzioni degli antichi marchi da pane realizzati sul modello di quelli appartenenti alla sua famiglia e mostrato ai visitatori l'arte della tornitura. Mi racconta che la sua prima apparizione è stata un successo e questo gli ha dato la forza di intraprendere l'attività di bottega.

Ho incontrato Massimo per la prima volta nel 2012, quando la sua bottega si trovava in via San Biagio a ridosso del Sasso Barisano: uno spazio molto piccolo che è stata per anni la sua prima sede, composto da un punto vendita e da un laboratorio a vista. I primi anni, come mi racconta, sono stati molto faticosi e hanno richiesto un investimento notevole in termini economici ma anche di tempo. Quando i flussi turistici sono diventati più consistenti, Massimo si è trasferito in Piazzetta Pascoli, punto centrale del centro storico di Matera. È rimasto lì qualche anno ma l'esigenza di avere un laboratorio più grande dove poter svolgere

---

<sup>108</sup> Intervista a Massimo Casiello del 25 agosto 2018.

anche attività didattiche, lo hanno convinto a traslocare nell'attuale sede situata in Via S. Francesco da Paola Vecchio n. 15 nel Sasso Caveoso. La bottega comprende una piccola area all'ingresso destinata alla vendita e all'esposizione dei prodotti, un laboratorio molto ampio sul retro e un'aula didattica. Lo spazio è ricavato in un'antica grotta adiacente al vecchio monastero benedettino, poi Chiesa rupestre di Santa Maria de Armenis. Successivamente il locale fu occupato e utilizzato come abitazione della quale rimangono ancora alcune tracce visibili sul pavimento e sulle pareti di tufo<sup>109</sup>.

Massimo nasce come artigiano tornitore e non ama molto definirsi un falegname per il fatto che a questa figura viene genericamente associata la fabbricazione di mobili e arredi. Nella sua bottega laboratorio si dedica a una serie di attività che ruotano tutte intorno alla lavorazione del legno: la tornitura, l'intaglio e la realizzazione di oggettistica personalizzata, per lo più su commissione. La sua produzione è molto varia e comprende complementi d'arredo, vasi, ciotole, portagioie, lampade, orologi, strumenti di scrittura realizzati a mano come portamine, penne a sfera o stilografiche, o anche oggetti di uso comune come macina-spezie, portachiavi e gioielli. La produzione dipende spesso dalla richiesta di mercato che varia a seconda delle stagioni e dei flussi turistici ed è determinata dalla visibilità che lui stesso decide di riservare alla promozione di determinati prodotti. Nei mesi estivi la sua clientela è costituita solitamente da turisti e visitatori mentre nel periodo invernale la richiesta proviene soprattutto dal mercato locale. Ci sono periodi in cui la committenza è rappresentata dalle richieste di architetti o come succede sempre più spesso dagli studi cinematografici che utilizzano la città di Matera come scenario filmico.

Massimo è convinto che non bisogna mai smettere di allargare il proprio mercato e in quest'ottica collabora di frequente anche a progetti di restauro occupandosi di ripristinare i telai degli antichi dipinti. Da qualche anno si dedica, nella sua nuova sede, anche a progetti di falegnameria didattica condividendo il proprio lavoro e le proprie conoscenze in un'ottica che vede in quest'atteggiamento il lavoro di squadra come requisito vincente.

In ogni modo una parte consistente della sua produzione è costituita dalle riproduzioni degli antichi oggetti della tradizione materana rivisitati nelle forme, nelle tecniche e nei materiali.

Se dovesse scegliere il prodotto che più lo rappresenta, esso è, sicuramente, il marchio da pane, in particolare le forme più complesse realizzate sugli antichi modelli della tradizione; una passione che gli è stata trasmessa da sua nonna quando per la prima volta gliene ha parlato. Il suo primo esperimento è stato infatti riprodurre il vecchio marchio da pane di famiglia<sup>110</sup>. I timbri da pane sono anche il prodotto sicuramente più apprezzato dal mercato locale e sono stati più volte protagonisti di diverse iniziative culturali e istituzionali insieme ai *cuccù*. Il 7 ottobre 2014, in occasione della visita a Matera della giuria Ecoc2019 che poi ha assegnato alla città il titolo di Capitale europea della Cultura per il 2019, i suoi marchi da pane sono stati utilizzati nel corso di un laboratorio che ha visto i giudici cimentarsi insieme ai cittadini nella produzione del pane; per l'occasione uno dei timbri ha riportato il marchio del percorso di candidatura della città. Nella nuova edizione della nota guida di viaggio della Lonely Planet invece, dedicata alla città di Matera e alla Basilicata, uno spazio è dedicato proprio ai timbri del pane di Casiello che ne perpetua la tradizione<sup>111</sup>. Andrea Semplici scrive:

[...] Massimo ha una sua capacità creativa. Con radici nella nostalgia e una tensione verso il futuro. Ricorda i racconti di sua nonna Bruna. Gli parla dei 'timbri del pane'. Un lampo, un'idea: 'Nessun artigiano li costruiva più per lavoro. Vi erano due vecchi a Bottiglione che li facevano per gli amici. Andai a trovarli'. Ancora una volta i vecchi maestri ebbero fiducia. Ancora una volta un vecchio racconta a un giovane artigiano. 'Sì, potevo farli nuovamente'. I timbri sono stati, e lo sono ancora, un successo. Quasi un talismano della nuova vita di Massimo (Semplici, 2019, pp. 34-35).

---

<sup>109</sup> Massimo Casiello - *Tornitura artistica Atelier del legno e Falegnameria Didattica*, Via S. Francesco da Paola Vecchio, 15, 75100 Matera.

<sup>110</sup> Intervista a Massimo Casiello del 25 agosto 2018.

<sup>111</sup> Carulli, R. (a cura di), *Matera e la Basilicata*, Guide EDT Lonely Planet, seconda edizione, EDT, 2018, p.63.

La varietà dei prodotti e delle tecniche sono gli aspetti che, più di ogni altra cosa, lo stimolano a perseverare nel suo lavoro e raggiungere ogni giorno nuovi traguardi. Le nuove tecnologie sono per lui solo un supporto alle tecniche più tradizionali che invece gli garantiscono la qualità del prodotto. Oltre al fatto che le prime richiedono spesso un tempo maggiore nella fase di progettazione. Massimo non disdegna il cambiamento e come lui stesso afferma, il suo lavoro è in continua evoluzione; la sperimentazione di nuove tecniche e di nuovi materiali da affiancare a quelli più tradizionali, sono gli stimoli che lo accompagnano sempre e che gli permettono di perfezionare continuamente il suo lavoro, insieme alla qualità del prodotto. Come egli stesso afferma:

Puntando sulla qualità il processo di crescita è più lento ma i traguardi raggiunti sono più consolidati e duraturi. È un lavoro di ricerca e studio. L'artigianato diventa un modo di vivere [...] Il lavoro artigianale è premiato quando viene fatto con passione e con i tempi giusti ma è opportuno che questo concetto venga comunicato e trasmesso al cliente. Il basso costo e i tempi stretti rendono difficile la qualità. Il cliente desidera acquistare il prodotto artigianale ma solitamente vorrebbe anche spendere poco ed averlo in tempi brevi. Il lavoro artigianale ha bisogno del suo tempo ed è necessario lavorare di più sul concetto di *slow life*<sup>112</sup>.

La qualità della produzione gli permette per di più di diversificare l'offerta locale che negli ultimi anni si è uniformata e conformata alle tendenze del turismo.

Il suo lavoro si svolge in modo autonomo e questo è per lui un vantaggio ma spesso anche un limite; purtroppo, le risorse economiche non gli permettono di assumere altre figure professionali. Per questo motivo gli è difficile partecipare solitamente alle grandi fiere artigianali perché in questo caso sarebbe costretto a chiudere la sua bottega; lo stesso succede quando Massimo è impegnato in altri progetti, come ad esempio durante i mesi in cui collabora alla realizzazione del Carro Trionfale della Bruna realizzandone la struttura lignea<sup>113</sup>.

La professionalità, conseguita grazie all'esperienza nel campo dell'informatica e della comunicazione digitale, gli ha consentito di acquisire autonomia anche nella promozione e pubblicizzazione dei suoi prodotti attraverso la gestione della comunicazione e del sito web dedicato alla sua attività<sup>114</sup>. La promozione *on line* gli garantisce una nicchia nel mercato estero dove il concetto di *made in Italy* rappresenta un valore aggiunto per i suoi prodotti artigianali.

Massimo ha trasformato la sua passione per il legno in un lavoro ed è l'esempio ideale di come le proprie aspirazioni possano diventare realtà. La sua passione per l'artigianato l'ha portato a cambiare drasticamente la sua vita e investire in un'attività che fino ad allora era stata soltanto un passatempo. Massimo rappresenta l'archetipo dell'artigiano contemporaneo: giovane autodidatta, attento alle nuove tecnologie e alle nuove richieste di mercato ma allo stesso tempo legato alle tecniche e ai modelli della tradizione. Abile e competente anche nelle tecniche digitali di promozione e commercializzazione dei suoi prodotti è sempre pronto a rimettere in discussione il proprio lavoro e sperimentare nuovi contesti e nuove collaborazioni. Come lui stesso afferma, il suo, «è un lavoro in continua evoluzione che richiede molta passione e una certa audacia e determinazione nel portare avanti le proprie scelte di vita»<sup>115</sup>.

#### **4.2 Bottega d'Arte Pentasuglia di Claudia e Raffaele Pentasuglia**

La famiglia Pentasuglia vanta una lunghissima tradizione familiare nel campo dell'artigianato artistico. Una tradizione di decoratori e artigiani, oggi portata avanti con successo da Raffaele e Claudia Pentasuglia, rispettivamente di quaranta e trentun'anni.

Il nonno di Raffaele si chiamava come lui, era un pittore, un imbianchino, ma anche un artista e insieme a suo fratello Francesco Pentasuglia, detto *Ciccillo*, più anziano di quindici anni e autore di numerosi Carri

---

<sup>112</sup> Intervista a Massimo Casiello del 25 agosto 2018.

<sup>113</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.3 La tradizione della cartapesta e la "bottega temporanea del Carro".

<sup>114</sup> Vedi: <https://www.massimocasiello.it>

<sup>115</sup> Intervista a Massimo Casiello del 25 agosto 2018.

Trionfali della Bruna, possedeva una bottega di pittori. I due fratelli hanno lavorato insieme per molti anni, nei mesi estivi dipingevano appartamenti mentre in inverno erano spesso impegnati nella costruzione del Carro Trionfale. Francesco *Ciccillo* Pentasuglia è uno dei più celebri artigiani del Carro, il suo primo Carro Trionfale risale al 1934. A testimoniare la vocazione artistica della famiglia Pentasuglia: è sufficiente ricordare che il papà di Raffaele e Francesco era un pittore e uno scultore mentre un altro fratello era ebanista. Michelangelo Pentasuglia, figlio di *Ciccillo*, ha oggi ottant'anni, ha iniziato all'età di dodici anni a lavorare in bottega con suo padre, un maestro austero e severo. Ha costruito nella sua vita cinquanta carri trionfali, dal 1996 al 2003 per otto consecutivi. Ha lavorato anche alla realizzazione dei carri in cartapesta utilizzati durante il carnevale di Montescaglioso e nel 2011 ha realizzato il Carro Trionfale per i festeggiamenti del 150° Anniversario dell'Unità d'Italia esposto a Torino. Per molti anni la famiglia Pentasuglia si è alternata nella costruzione dei Carri Trionfali della Bruna, alla famiglia Nicoletti. Entrambe le famiglie vantano una lunga tradizione in questo campo<sup>116</sup>.

Michele invece, papà di Raffaele e Claudia, era già grande quando ha iniziato a lavorare come artigiano e scultore. Dopo gli studi è diventato perito chimico e ha iniziato a lavorare come impiegato presso lo stabilimento Anic (Azienda Nazionale Idrogenazione Combustibili) di Pisticci, una azienda statale operante nel settore petrolchimico della Valbasento. Non aveva in realtà mai pensato di intraprendere la carriera artistica comune nella sua famiglia e solo a 26 anni decise per la prima volta di aiutare suo padre Raffaele nella costruzione dei personaggi del presepe realizzando le basi per i pupi. Da questo momento nasce la sua passione per la scultura e per l'argilla. Prima di allora aveva solo guardato suo padre lavorare e osservandolo giorno dopo giorno aveva appreso in modo del tutto inconsapevole i gesti del mestiere. Quando, a 55 anni, la fabbrica dove lavorava andò in crisi, Michele decise di portare avanti la bottega di suo padre situata allora in Via Lucana e la sua passione per la piccola scultura divenne più intensa (Semplici, 2019: 39-45).

Modellare l'argilla non è mai stato per Michele un vero e proprio lavoro ma, come egli stesso lo definisce, un «hobby», che tutt'oggi porta avanti con passione nella bottega dei suoi figli<sup>117</sup>. Le opere di Michele raffigurano i volti dei contadini lucani e conservano tutte il colore naturale della terracotta, questo perché Michele è daltonico.

Nel 2006, suo figlio Raffaele, da Milano, dove si stava laureando in Fisica, a Matera per approfittare della tranquillità della bottega e preparare il suo ultimo esame universitario. Il nonno, nel frattempo, non c'era più e suo padre aveva preso il suo posto nella bottega di famiglia, dove, padre e figlio, si ritroveranno qualche tempo più tardi a condividere la stessa passione per la scultura. Raffaele, intanto, attratto dai principi teorici dell'estetismo, aveva ripreso a disegnare, Un giorno suo padre Michele gli chiese di dipingere una piccola scultura, la cosa lo divertì molto e fu allora che si avvicinò per la prima volta alla scultura. Qualche sera più tardi si mise a giocherellare con un panetto d'argilla lasciato da suo padre e, come egli stesso racconta:

[...] Il risultato fu qualcosa molto simile a quello che avevo in mente e questo mi fece molto riflettere anche perché durante tutto il mio percorso universitario ero consapevole che non avrei mai fatto quello per cui stavo studiando, non mi sentivo a mio agio e le prospettive non mi interessavano. [...] Cominciavo a divertirmi e per la prima volta ebbi la consapevolezza di aver trovato la mia strada<sup>118</sup>.

Raffaele inizia lentamente a studiare il lavoro del padre, lo osserva mentre modella i pupi del presepe e i volti dei contadini e memorizza ogni gesto. Si sente subito a proprio agio nel manipolare l'argilla e piano piano inizia a provare e a sperimentare, aiutato e incoraggiato da Tonio Contangelo, scultore del tufo e dai suoi amici Marco Brunetti e i fratelli Daddiego.

Dopo essersi laureato in chimica, torna a Matera e nel frattempo, insieme a sua moglie Alba, decide di rimanerci. Qualche mese dopo essersi trasferito, insieme al suo amico Alessandro Castano, partecipa a un

---

<sup>116</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.3 La tradizione della cartapesta e la "bottega temporanea del Carro".

<sup>117</sup> Intervista a Michele Pentasuglia del 19 ottobre 2020.

<sup>118</sup> Intervista a Raffaele Pentasuglia del 19 ottobre 2020.

concorso di presepi realizzando alcune scene della natività ambientate in un bordello parigino. L'opera, certamente di grande impatto e effetto scenico, fu molto apprezzata per il suo carattere originale che metteva insieme sacro e profano e arrivò seconda ricevendo il premio della critica. Successivamente, insieme a suo padre, Raffaele decide di fare una mostra esponendo ognuno i propri pezzi: Raffaele realizza una serie di figure zoomorfe raffiguranti il fenomeno dei briganti e Michele invece una serie di piccole sculture in argilla che, ispirate ad antiche fotografie, riproducevano i volti dei contadini lucani. In quell'occasione, Nicola Grande, medico, appassionato d'arte e proprietario del locale *L'Atrio* dove si era tenuta la mostra, propone a Raffaele di aprire un laboratorio cedendogli gratuitamente un locale di sua proprietà che aveva recentemente ristrutturato. Qualche giorno dopo Raffaele vende tutti i suoi pezzi.

Nel 2007 Raffaele apre così la sua prima bottega nella centralissima Via San Biagio e per qualche tempo suo padre Michele e lo stesso Nicola Grande lavorano con lui. I due anni passati in via San Biagio gli hanno permesso di esercitarsi, sperimentare liberamente e, nello stesso tempo, iniziare a conoscere il mercato. La città nel frattempo stava crescendo, il turismo iniziava a rappresentare un'opportunità anche per il comparto dell'artigianato artistico e Via San Biagio era una fucina artistica per quanti come Raffaele iniziavano ad affacciarsi sul mercato<sup>119</sup>. In questi anni Raffaele, parallelamente al lavoro in bottega, continua a portare avanti anche altri interessi operando come volontario del servizio civile al Parco della Murgia Materana e lavorando come cameriere presso l'osteria Malatesta. Nel frattempo, diventa papà della sua prima figlia.

Raffaele inizia a farsi conoscere e capisce che di aver trovato una volta per tutte la sua strada. Inizia a modellare alcune statue, la prima, realizzata in bronzo nel 2011, in occasione del 150° anniversario per l'Unità d'Italia, e situata attualmente nella Villa Comunale, raffigura il suo antenato Gianbattista Pentasuglia, garibaldino che partecipò alla spedizione dei Mille. Raffaele ha realizzato il modello in argilla sul quale è stato poi costruita la copia in bronzo (cfr. Nicoletti, 2020, p. 187). Nel 2013 modella il busto di Rocco Mazzarone, medico e scrittore tricaricese e nel 2014 quello di Giovanni Pascoli. Nel 2012 intanto, il locale in Via San Biagio viene venduto, molti artigiani a causa dell'aumento dei canoni di locazione si trasferiscono e Raffaele decide di acquistare i locali in Via delle Beccherie dove attualmente si trova il suo Studio d'Arte e dedicarsi a tempo pieno alla scultura<sup>120</sup>.

Il nome di Raffaele entra a far parte della storia familiare dei Pentasuglia. Raffaele è "figlio d'arte" e questo, come lui stesso ammette, ha avvantaggiato molto il suo lavoro. Certamente la comunità materana conosce molto bene la tradizione artistica dei suoi avi e questo è stato sicuramente un vantaggio, quasi una garanzia per chi ha sentito per la prima volta il suo nome.

Il mosaico si compone di un altro tassello quando nella mente di Raffaele inizia a farsi strada il desiderio di realizzare il Carro Trionfale della Bruna. Nel 2011 nella mente di Raffaele inizia a farsi strada il desiderio di realizzare il Carro Trionfale della Bruna e, con l'aiuto di un altro artigiano, Valerio Daddiego, e di un pittore americano M. Collins, decide di partecipare al concorso per la realizzazione del Carro Trionfale della Bruna, «in un certo senso in maniera sconsiderata», come lui stesso racconta, consapevole di non essere ancora in grado di realizzare un'opera di tale portata; il concorso viene vinto da suo cugino Michelangelo. Per Raffaele è una sfida: l'anno precedente aveva provato a chiedere a suo cugino di poter collaborare con lui, ma a quel tempo Michelangelo aveva quasi terminato la realizzazione del manufatto e probabilmente, secondo Raffaele, era anche restio a dividerne i segreti. Tutto sommato per Raffaele la sconfitta è un sollievo perché in realtà, mi racconta, non aveva la minima idea di come si realizzasse un Carro Trionfale e se il suo bozzetto avesse vinto probabilmente quell'anno nessun Carro Trionfale avrebbe visto la luce. In ogni casa, la disputa tra Raffaele e suo cugino Michelangelo, creò in famiglia una certa agitazione anche perché quest'ultimo era ormai anziano e i familiari concordavano con il fatto che dovesse in qualche modo cedere il testimone<sup>121</sup>.

---

<sup>119</sup> In quegli anni, sorgevano in Via San Biagio molte botteghe artigiane tra cui quella di Massimo Casiello, Dacia Capriotti e Lela Campitelli. Attualmente Via San Biagio, insieme a Via delle Beccherie e via Bruno Buozzi nel Sasso Caveoso, rappresentano le zone con il più alto numero di botteghe artigiane nonché percorsi obbligati per quanti, visitatori e turisti, giungono nella città di Matera.

<sup>120</sup> *Bottega D'Arte Pentasuglia*, Via delle Beccherie 65, 75100 Matera.

<sup>121</sup> Intervista a Raffaele Pentasuglia del 19 ottobre 2020.

Raffaele intanto riscopre il disegno e i ritratti, inizia a lavorare su commissione e collaborare con le gallerie d'arte di Milano. Nel 2016 partecipa alla mostra collettiva del museo *WOW Spazio Fumetto* di Milano, dedicato al fumetto, all'illustrazione e all'immagine animata, con le sue illustrazioni in stile *fantasy* ispirate ai personaggi dei romanzi dello scrittore britannico J. R. R. Tolkien<sup>122</sup>. Raffaele muove anche i primi passi nella lavorazione della cartapesta, conosce Peppino Appella e realizza dal 2014 diversi presepi: per il MIG (Museo Internazionale della Grafica) a Castronuovo di Sant'Andrea (Pz); per il Museo Nazionale d'Arte Medievale e Moderna della Basilicata di Palazzo Lanfranchi nel 2015. Nel 2016, Raffaele inizia a collaborare con Massimo Casiello, falegname e tornitore<sup>123</sup>, alla progettazione dell'installazione "La rivolta delle arance" presso la Chiesa della Madonna del Carmine, in Piazzetta Pascoli a Matera, sul tema del caporalato. L'iniziativa, si tiene a conclusione del laboratorio di cartapesta, organizzato in collaborazione con la Cooperativa sociale Il Sicomoro e fa parte di un progetto Sprar (Sistema di protezione per richiedenti asilo e rifugiati) che è durato circa tre mesi. Un esempio di integrazione portato avanti da Raffaele e Massimo insieme a un gruppo di rifugiati provenienti dall'Africa che nasce dalle riflessioni sulla rivolta dei braccianti di Rosarno nel 2010.

Parallelamente a questi progetti, Raffaele decide una volta per tutte di realizzare il Carro Trionfale. Nel 2013 Michelangelo vince di nuovo il concorso e nel frattempo ha superato gli ottanta anni; insieme a Massimo Casiello, tornitore, Raffaele si reca da suo cugino e gli chiede di poter lavorare con lui alla realizzazione seguendone ogni passaggio. Michelangelo, fino ad allora geloso della sua arte, per la prima volta si rende disponibile a svelare i propri segreti e passare il testimone a Raffaele. Massimo realizza in quell'anno la struttura lignea del manufatto e Raffaele conosce Giancarlo D'Ercole, cartapestaio, che già aveva collaborato con suo cugino Michelangelo. La sera dello strazzo Michelangelo chiede a Raffaele di sfilare con lui nella passerella finale e questo momento rappresenta simbolicamente per Raffaele il rito di iniziazione che convalida il passaggio a una nuova maturità professionale; fino ad allora il suo status era stato quello di apprendista.

Nell'autunno del 2017, insieme a sua sorella Claudia, suo padre Michele, a Giancarlo, Massimo, Matteo e l'artista Domenico Dell'Osso, Raffaele compone la squadra che nel 2018 vincerà il bando per la costruzione del Carro Trionfale. Un carro sobrio e semplice, dalle scelte cromatiche tenui e dalle linee architettoniche essenziali, con poche statue. È il suo primo Carro Trionfale della Bruna e Raffaele preferisce essere prudente e non rischiare, non avendo idea delle tempistiche come anche delle difficoltà che avrebbe potuto affrontare. Raffaele ha creato una squadra, una vera e propria bottega temporanea dove scultori, disegnatori, falegnami e pittori hanno lavorato insieme in una sinergia che ha reso possibile la realizzazione di un'opera collettiva. Anche avendo la responsabilità personale del progetto, Raffaele ha lasciato spazio a tutta la squadra, ha delegato ai suoi collaboratori il lavoro da svolgere ma anche i riconoscimenti che ne sono derivati.

Nel frattempo, Raffaele tiene dei seminari didattici sulla storia e tecnica della cartapesta presso l'ISCR (Istituto Superiore per la Conservazione e il Restauro) di Matera e Roma.

Nel 2019 la squadra si riunisce nuovamente per realizzare il Carro Trionfale nell'anno di Matera Capitale della Cultura. Insieme a Kingsley Ogbebor, proveniente dal Benin e ad altri ragazzi del progetto Sprar ospiti della cooperativa Il Sicomoro, Raffaele porta avanti il progetto di integrazione avviato qualche anno prima. Insieme a loro ci sono anche una cartapestaia valenciana, Rocío Harriero Montesinos e un acquerellista piemontese, Stefano Faravelli che ha realizzato alcuni dei pannelli decorativi. A documentare da vicino tutte le fasi del lavoro invece lo scrittore e giornalista Andrea Semplici. Questa volta Raffaele, reduce dall'esperienza ma anche dalle critiche dell'anno precedente, si ispira all'ultimo Carro Trionfale realizzato da suo zio *Ciccillo* nel 1985. Un carro dai colori tradizionali, dalle scelte cromatiche accese, ricco,

---

<sup>122</sup> Sebbene diversi altri autori avessero pubblicato opere di narrativa fantasy prima di lui, Tolkien con i suoi romanzi *Lo Hobbit* e *Il Signore degli Anelli*, condusse a una riscoperta del genere. I suoi scritti hanno ispirato molte altre opere fantasy al punto che Tolkien può essere considerato lo scrittore di fantasy più importante del XX secolo

<sup>123</sup> Vedi: Capitolo quarto: Etnografie di artigiani, paragrafo: 4.1 Massimo Casiello Tornitura Artistica Atelier del Legno.

splendente, di una ricchezza prorompente e dall'impianto decorativo potente. Raffaele desidera realizzare: «un Carro dai colori tradizionali, in cui la comunità potesse riconoscersi»<sup>124</sup>.

Nello stesso anno, con Giuseppe Appella e Maria Adelaide Cuozzo, docente di Storia dell'Arte Contemporanea presso l'Università degli Studi della Basilicata, lavora all'installazione dell'opera *Terzo Paradiso* dell'artista Michelangelo Pistoletto posizionata nel Campus Universitario di Matera, che realizza insieme a Massimo Casiello. Attualmente il Comune di Matera gli ha commissionato la realizzazione di un monumento della grandezza di circa due metri e mezzo dedicato al poliziotto Francesco Paolo Conte che nel 1928 salvò la cittadinanza da un nubifragio e che sarà posizionato nella centrale Piazza Vittorio Veneto. Sono incarichi importanti, «opere monumentali che lasciano il segno» ma che si distanziano dai suoi interessi artistici<sup>125</sup>.

Durante il recente *lockdown* dovuto alla pandemia di Covid-19, Raffaele ha riscoperto il disegno realizzando una serie di illustrazioni ispirate ai classici della letteratura senza tempo dedicata a sua moglie Alba e alle sue due figlie Julie e Alice. Recentemente la sua passione per il disegno l'ha portato a intraprendere un progetto editoriale, insieme allo scrittore Gianluca Caporaso, promosso dalla Cooperativa sociale Il Salone dei Rifiutati per la realizzazione di un testo illustrato per l'infanzia dal titolo *Basilicata in rima* (Caporaso, Pentasuglia, 2020).

Raffaele è un artigiano e un artista poliedrico: nasce come scultore, modella l'argilla e si perfeziona nell'arte della cartapesta, si dedica con successo all'illustrazione portando avanti le sue passioni per l'arte e la letteratura. Le piccole sculture presenti nella sua bottega d'arte raffigurano, in uno stile onirico che rispecchia bene la sua creatività, i personaggi e le figure della tradizione popolare lucana, come ad esempio la serie *SUD* dedicata a *monachicchi*, briganti, fattucchiere e matrone. Sul filone letterario si inseriscono invece i personaggi tolkeniani come anche i suoi recenti lavori dedicati al capolavoro di Herman Melville, *Moby Dik*. I suoi interessi artistici rimandano certamente alla tradizione della sua terra e ai grandi classici della letteratura ma la contemporaneità del suo pensiero è visibile chiaramente nell'attenzione anche alle tematiche sociali che lo circondano. Le sue opere si discostano da quelle di suo padre Michele e dal resto della produzione artistica familiare e mostrano una certa autonomia negli stili e nelle forme ma la storia della sua famiglia è parte di lui e del suo percorso artistico.

Claudia Pentasuglia, sorella di Raffaele è stata invece la prima donna, nel 2019, a firmare ufficialmente un carro trionfale; già l'anno precedente aveva preso parte alla realizzazione del manufatto. Mi racconta che la prima volta è stata un'esperienza nuova, molto utile dal punto di vista tecnico ma in un certo senso psicologicamente traumatica a causa di tutta l'attenzione mediatica che come ogni anno è rivolta a questo evento: sorridendo mi dice che ha passato intere giornate a piangere: «la seconda volta invece è stato tutto più semplice, è andato tutto benissimo»<sup>126</sup>.

Claudia ha frequentato l'Università di Lecce, ha studiato Beni Culturali proseguendo il suo percorso universitario in un corso di laurea magistrale in Storia dell'Arte. Contemporaneamente ha lavorato presso alcuni musei della città di Lecce e collaborato come volontaria con il *Laboratorio creativo Div.ergo*, che insieme ad artisti e volontari si occupa di promuovere l'inclusione grazie a iniziative e progetti di sostegno che coinvolgono persone con disabilità attraverso una cultura creativa delle abilità manuali<sup>127</sup>. Questa esperienza le ha permesso di avvicinarsi alla piccola scultura e di iniziare a imparare gli aspetti pratici legati al mondo dell'arte. Terminati gli studi, nel 2013, suo fratello Raffaele le chiede di tornare a Matera e lavorare con lui nella bottega di famiglia. Claudia, nel frattempo, stava pensando di andar via da Lecce: si è trasferita così a Matera ed è ancora oggi molto entusiasta di questa scelta. Ha iniziato decorando i pezzi di Raffaele e piano piano ha trovato la sua strada realizzando una sua linea artistica che ricorda lo stile messicano. Claudia è appassionata del Messico e delle opere di Frida Kahlo, pittrice messicana. La sua

---

<sup>124</sup> Intervista a Raffaele Pentasuglia del 19 ottobre 2020.

<sup>125</sup> Intervista a Raffaele Pentasuglia del 19 ottobre 2020.

<sup>126</sup> Intervista a Claudia Pentasuglia del 28 ottobre 2020.

<sup>127</sup> Il progetto Div.ergo nasce nel 2003 e comprende oggi un laboratorio e punto vendita a Lecce e una bottega a Santeramo dove i volontari condividono insieme agli artisti, giovani e adulti, la passione per l'arte e per le abilità manuali. Per maggiori informazioni si veda: <https://www.divergo.org/it/>.



linea dal titolo *¡Vivalavida!* comprende piatti, ciotole, elementi d'arredo e tessuti decorati a mano e sta attualmente avendo, grazie alla promozione online che le permette di lavorare su commissione, un discreto successo<sup>128</sup>. Alla scultura preferisce in ogni modo la decorazione e i colori sono sicuramente la sua passione. Non ha ancora imparato a fabbricare da sé i manufatti di base da decorare ma tra i suoi desideri c'è quello di frequentare in futuro un corso che le insegni ad utilizzare il tornio in modo da portare avanti autonomamente l'intero processo di produzione. Claudia si è avvicinata presto anche all'arte della cartapesta condividendo con suo fratello la passione per le balene e iniziando a realizzarle in ogni dimensione.

La sua passione per l'arte è certamente un "affare di famiglia" ed è iniziata quando era ancora bambina: andava spesso con suo padre Michele nella bottega del nonno, anche se oggi purtroppo non ha di lui molti ricordi. In ogni modo Claudia non avrebbe mai immaginato di diventare un'artigiana. Inizialmente si è sentita insicura ma oggi è un'abile decoratrice ed un'eccellente pittrice<sup>129</sup>. Ha imparato il mestiere da autodidatta, guardando lavorare suo padre e suo fratello. L'esperienza presso la Fabbrica del Carro le è stata molto utile in questo senso perché le ha permesso nello stesso tempo di confrontarsi con un lavoro importante e con colleghi più esperti ma anche con la realizzazione tecnica di grandi statue e bassorilievi. Parallelamente al suo lavoro in bottega oggi Claudia collabora con le attività artistiche organizzate dal Centro Uisp di Matera e lavora soprattutto con i bambini. Allo stesso tempo, in diverse occasioni, ha tenuto, insieme a Raffaele laboratori sull'arte della cartapesta e della decorazione coinvolgendo i migranti.

Ho provato infine a intervistare Michele, papà di Claudia e Raffaele, chiedendogli se fosse orgoglioso dei suoi figli e cosa pensasse del fatto che in qualche modo entrambi abbiano deciso di portare avanti la tradizione della famiglia Pentasuglia. Michele è molto timido e riservato ed è anche un uomo di poche parole: non mi ha dato in realtà una risposta ma i suoi occhi e l'espressione del suo viso lo hanno fatto per lui tradendo una felicità difficile da descrivere a parole.

### 4.3 Il Bottegaccio di Mario Daddiego

Dino Daddiego, papà di Mario, originario del paese di Miglionico in provincia di Matera, si era accostato per motivi di studio, sin da piccolo, alle tradizioni della ceramica, conducendo un'opera accorta di disegnatore e decoratore. In seguito, ha maturato notevolmente la sua linea grazie all'esperienza condotta al fianco dei suoi colleghi e con la guida di noti artisti italiani che gli avevano permesso di frequentare studi d'arte e laboratori specifici per la ceramica, il mosaico, la scultura, la pittura, la cartapesta e il restauro. Per citarne alcuni: Ugo Annona e Ginetto Guericchio, suoi "compari d'anello"<sup>130</sup>. Nel 1969 il laboratorio artistico di Dino Daddiego, *Il Bottegaccio*, situato in via Margherita, attuale via delle Beccherie, era specializzato nella produzione di ceramica, maiolica e mosaico. La sua produzione artistica si distingueva soprattutto per la realizzazione di bassorilievi raffiguranti la città dei Sassi.

*Il Bottegaccio* si arricchisce negli anni della presenza dei gemelli Daddiego: Carmine e Mario che sin da piccoli seguono l'attività artistica del padre. Mario ha 47 anni e dal 2000 è attualmente il titolare della bottega artistica *Il Bottegaccio*. Sua moglie Lucrezia, biologa, lo segue nella sua carriera professionale, si occupa della comunicazione e l'aiuta nelle rifiniture degli oggetti più piccoli:

[...] perché un tocco femminile è necessario, senza tralasciare che avere un occhio esterno è sempre un aiuto prezioso, quando si è troppo dentro l'opera non si riesce più a vederla con distacco per individuarne pregi e difetti (Petrucci, 2019, p. 12).

Mario ha frequentato il Liceo Artistico di Matera, ma già dalle scuole medie si era distinto nell'arte del disegno e della grafica vincendo alcuni concorsi. Nel frattempo, all'età di sedici anni, lavorava nel laboratorio di suo zio Ettore distinguendosi nell'arte della pittura e della decorazione. Nel tempo libero gli

<sup>128</sup> Vedi: <https://www.instagram.com/claudiapentasuglia/>.

<sup>129</sup> Intervista a Claudia Pentasuglia del 28 ottobre 2020.

<sup>130</sup> Vedi: <http://artigianato.matera.it/il-bottegaccio/>.

piaceva girovagare nei Sassi e riprodurre i panorami che poi vendeva ai turisti, sperimentando, nello stesso tempo, la prospettiva e i giochi di luce. Durante il praticantato presso l'attività di famiglia ha sperimentato l'arte della cartapesta e della terracotta dedicandosi alla realizzazione di bassorilievi in terracotta dipinti a freddo e distinguendo la sua produzione artistica da quella di suo padre e suo zio<sup>131</sup>. Dal disegno è passato a sperimentare l'arte della cartapesta applicando la pittura alle forme tridimensionali dei Sassi di Matera e dei presepi, sviluppando l'arte cromatica, le proporzioni e l'impianto scenografico in una ricostruzione minuziosa dei vicinati materani.

La passione per la cartapesta e, allo stesso tempo, il trasporto e la devozione per la Festa patronale dedicata a Maria Santissima della Bruna, protettrice della città, lo ha spinto nell'anno 2010 e nel 2012 a realizzare il Carro Trionfale. Un'esperienza molto impegnativa, essendo Mario uno dei primi giovani artigiani a interrompere la tradizione che da anni vedeva alternarsi, nella realizzazione dell'opera, i maestri cartapestai più anziani. Per molti anni, circa dieci, Mario era stato anche uno degli assaltatori del Carro, oltre ad aver trasportato per diversi anni la statua della Madonna e far parte della Cavalcata dei Cavalieri della Bruna, un ruolo questo, a cui è particolarmente affezionato.

Mario ha lavorato per brevi periodi presso alcuni laboratori artistici della città di Lecce e a diciotto anni ha aperto la sua Partita IVA. Durante l'arruolamento militare ha continuato a praticare l'arte del disegno e della decorazione realizzando alcuni murali per le caserme delle forze dell'ordine. Questo lavoro gli ha permesso di ottenere nel 1996 la qualifica di disegnatore specializzato presso il Ministero della Difesa.

Il nuovo laboratorio d'arte situato in via Madonna dell'Idris, nel cuore del Sasso Caveoso, è composto da grotte comunicanti che offrono spazio utile all'esposizione, allestita con cura, di antichi oggetti della tradizione agro-pastorale e un'area da destinare nel futuro prossimo ai laboratori didattici<sup>132</sup>. L'area espositiva esibisce con orgoglio anche alcune sculture e bozzetti che Mario Daddiego ha realizzato durante l'esecuzione del Carro Trionfale della Bruna nell'anno 2010 e 2012.

Uno dei prodotti più rappresentativi de *Il Bottegaccio* è senza dubbio *La Pupa*, realizzata da Mario in terracotta. *La Pupa* trae ispirazione dall'antica tradizione lucana di riprodurre con il formaggio forme di animali e più raramente figure femminili stilizzate. Questo tipo di forme, solitamente realizzate in caciocavallo, si vendevano nei giorni di festa e durante le fiere. Il formaggio stagionato veniva utilizzato come succhietto dai bambini nell'età dello svezzamento; ricco di calcio, era utile nello stimolare la dentizione dei neonati. Mario Daddiego, dopo un attento studio sui costumi lucani, ha pensato di abbinare a questa figura femminile i colori particolarissimi del costume popolare tipico femminile de *La Pacchiana*<sup>133</sup> in una personalissima interpretazione dell'artista che condensa insieme folklore ed estro creativo e di darle il nome di *Pupa*. *La Pupa*, il cui marchio è registrato presso la Camera di Commercio come oggetto storico, e il suo copyright tutelato dal diritto d'autore, viene realizzata in diverse dimensioni e sempre nuovi colori. Nel 2016, a causa di un problema di contraffazione, l'autorità giudiziaria ha riconosciuto «il diritto d'autore sull'opera di ingegno creativo denominato *La Pupa*»<sup>134</sup>. Nel 2020, al fine di evitare altri spiacevoli inconvenienti, sono state registrate alla SIAE anche le altre opere artistiche ideate da Mario, come ad esempio le sue forme di *cuccù* o ancora la figura del sole che richiama lo stesso sole raffigurato nella nota cavità rupestre a Matera, denominata Grotta del Sole.

Un'altra produzione che caratterizza l'opera artistica di Mario Daddiego è costituita dai presepi in cartapesta realizzati «alla vecchia maniera», e cioè, modellando la poltiglia di cellulosa ottenuta pestando fogli di carta di giornale e intrisa con un collante. Prima di modellare l'impasto Mario realizza gli stampi che utilizzerà in negativo durante la forgiatura della forma. La formula del collante è solitamente molto personale e distingue il lavoro di un cartapestaio dall'altro. Nulla è lasciato al caso in queste opere, dallo

---

<sup>131</sup> Intervista a Mario Daddiego e Lucrezia Contuzzi del 20 luglio 2020.

<sup>132</sup> *Il Bottegaccio*, Via Madonna dell'Idris, 10, 75100 Matera.

<sup>133</sup> "La Pacchiana" è il nome con cui si indicava il tradizionale costume femminile originario del comune di Pisticci in provincia di Matera. Esso era composto da una gonna di panno scuro con pieghe larghe chiusa da una cintura posta sulle anche sulla quale era presenta un grembiule di seta nera e un corpetto riccamente ricamato. La gonna era spesso decorata da preziosi ricami di fili d'oro. Il costume de "La Pacchiana", con qualche variazione nei colori, era comune anche a altre località lucane, come ad esempio per il paese di Grassano.

<sup>134</sup> Intervista a Mario Daddiego e Lucrezia Contuzzi del 20 luglio 2020.

spiccato senso plastico e pittorico, incluse le misure, le tinte calde avanti, le tinte fredde dietro; è un percorso che prende dalle dieci alle sedici ore giornaliere con un impegno che dura in tutto da un minimo di quindici giorni fino a ad un massimo di nove mesi. Di ogni presepe Mario realizza tutto nei minimi dettagli: la cartapesta, i pezzi in terracotta, le parti in ferro battuto, il legno per fare porte, gli infissi e i carretti, le piante, ecc.

Oltre alla più nota *Pupa* e ai singolari presepi, gran parte della produzione artistica di Mario è dedicata ai bassorilievi raffiguranti i panorami e i dettagli caratteristici della città di Matera, ai marchi da pane realizzati in terracotta, alle maioliche e ai *cuccù*. A una clientela più turistica è dedicata invece la produzione artigianale di oggetti di dimensioni più ridotte: oggetti storici della tradizione agro-pastorale a cui viene allegata anche la loro storia.

Gran parte della sua clientela rimane italiana, anche se dopo l'avvento di internet e dei social, è frequente che arrivino turisti e acquirenti da tutto il mondo: dall'Europa, ma negli ultimi anni anche dalla Russia e dalla Cina. Una cosa che viene sempre apprezzata dai turisti è il suo laboratorio a vista: in un lato del negozio è possibile vedere infatti la fase decorativa della sua produzione e manipolare l'argilla (Petrucci, 2019, pp. 12-15). Presso il suo laboratorio artistico, Mario organizza anche brevi visite guidate grazie all'aiuto di sua moglie Lucrezia, che narra, con grande entusiasmo e bravura, la storia e la tradizione di ogni prodotto.

Grazie al passaparola dei suoi clienti e visitatori, Mario è stato spesso invitato all'estero, in Argentina, Spagna e Uruguay, per tenere dei corsi formativi nell'arte della ceramica e della cartapesta. Ha svolto per molti anni anche attività didattica presso l'Ageforma, Agenzia provinciale per l'Istruzione e la Formazione Professionale, l'Orientamento e l'Impiego, di Matera. In una sua intervista Mario spiega così la sua scelta:

L'apprendistato in Italia è pagare per insegnare, preferisco quindi insegnare al di fuori dalla bottega, nelle scuole, e poi trovare lì eventuali giovani interessati. In alcuni corsi pagati con fondi pubblici mi sono trovato davanti persone di 40/50 anni in situazioni disagiate, ma è impensabile che una persona a quell'età avvii un'attività come la mia. Il ragazzo che avevo prima, è diventato artigiano. Se quella è la strada, viene da sé. La volontà di fare questo mestiere conta a mio avviso per il 60%, il restante 40% è una motivazione di tipo economico. Serve l'attitudine a voler imparare, serve umiltà (Petrucci, 2019, p. 14).

Mario possiede dal 2015 la qualifica nazionale di Maestro Artigiano e attualmente ha conseguito quella invece rilasciata dalla Regione Basilicata nel 2017. Nel 2008 è stato uno dei primi artigiani a ottenere il marchio collettivo *Matera Doc*<sup>135</sup>. Attualmente, Mario Daddiego è iscritto al CNA di Matera e alla sezione Provinciale della Confesercenti.

La carriera artistica e professionale di Mario è molto intensa e ricca di importanti premi e riconoscimenti. Alcuni dei suoi bassorilievi raffiguranti i Sassi di Matera sono incastonati nella famosa *Escadaria Selarón* a Rio de Janeiro, in Brasile. Realizzata dall'artista cileno Jorge Selarón tra il 1990 e il 2008, la scala conta più di duemila piastrelle dipinte a mano e provenienti da ogni parte del mondo. Nel 2012, un suo presepe è stato inviato in Finlandia e fa attualmente parte di una delle mostre permanenti di presepi nella città di Oulu. Nel 2014 ha vinto il Primo Premio nella categoria artistici scenografici all'*Esposizione Internazionale 100 Presepi in Vaticano*. Lo stesso anno, tramite dell'Ambasciata italiana, alcune sue opere vengono esposte a Montecarlo, con l'Alto Patronato del Principato di Monaco e la Presidenza della Repubblica Italiana. Nel 2015 Mario è stato il primo a rappresentare la Regione Basilicata al Quirinale con l'allestimento di uno dei suoi singolari presepi e lo stesso anno ha partecipato alla 20° edizione della *Mostra Internazionale d'Arte Presepiale di Giffoni Valle Piana*. Sempre nel 2015 *Il Bottegaccio* è inserito nella pubblicazione *Italia su misura* nella sezione ceramica dedicata alle arti decorative: una guida, anche online, ai cento migliori artigiani italiani, a cura dalla Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte insieme all'Associazione

---

<sup>135</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata.

Osservatorio dei Mestieri d'Arte (OmA)<sup>136</sup>. Attualmente è candidato all'Albo d'Oro dei Maestri di Arte e Mestiere, promosso ogni due anni dalla Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte<sup>137</sup>. Nel 2017 riceve il terzo premio al concorso Mirabilia ARTinART<sup>138</sup> e la sua opera, un bassorilievo della città di Matera, viene scelta per essere esposta a Verona, in una mostra presso il Palazzo della Gran Guardia. Nello stesso anno è chiamato a rappresentare l'artigianato lucano alla XV Edizione di Tocati, *Festival Internazionale dei Giochi in Strada* e, sempre a Verona, per la *Rassegna Internazionale del Presepio nell'Arte e nella Tradizione, Presepi dal Mondo in Arena*. Nel 2018 è nuovamente a Roma per rappresentare la Basilicata alla tradizionale *Esposizione Internazionale 100 Presepi in Vaticano*. Sempre nello stesso anno uno dei suoi presepi viene immortalato da Oliviero Toscani per il volume *Fashion Eye Cretto di Burri*, parte dell'omonima raccolta di Louis Vuitton.

*Il Bottegaccio* è apparso negli anni in molte emittenti televisive, italiane, giapponesi, coreane e tedesche, conseguendo un discreto successo a livello nazionale e internazionale; anche molte guide di viaggi e riviste ne parlano nelle loro pubblicazioni periodiche<sup>139</sup>.

#### 4.4 Crea che Ricrea di Angela Ramundo

Angela Ramundo, detta Lina, è una magliaia ed è la titolare della bottega *Crea che Ricrea*, uno dei pochissimi laboratori di lavorazione della lana ancora attivi nella città di Matera, forse l'unico rimasto. Ho avuto il piacere di conoscerla durante una passeggiata nei Sassi insieme a sua nipote Brunella.

Angela è nata a Matera nel 1949 ed ha 71 anni, sua madre era una sarta e sin da piccola le è sempre piaciuto maneggiare i filati e i ritagli delle stoffe. Mi racconta che non le sarebbe dispiaciuto continuare il mestiere di sua madre ma a quei tempi dopo la scuola primaria i genitori solitamente mandavano i propri figli “a imparare un mestiere”; motivo per cui a sua sorella maggiore era toccato l'apprendistato presso una sarta. Ad Angela, invece, era spettato imparare il mestiere di magliaia, inizialmente presso sua zia, dove era stata mandata già prima di concludere la scuola primaria. Un giorno le successe che un'amica di sua madre le suggerì di iniziare il suo apprendistato dalla signora Bice, una nota magliaia di Matera, conosciuta ed apprezzata per i suoi lavori a maglia. Angela si buttò a capofitto nell'imparare questo mestiere e iniziò da subito ad apprezzarlo anche perché la richiesta di mercato era molto varia e le permetteva di imparare molto. I lavori erano realizzati a macchina e solo dopo Angela scoprì la lavorazione manuale ai ferri.

Dopo dieci anni presso la bottega della lana della signora Bice in via San Biagio, a ridosso dei quartieri Sassi, Angela iniziò a pensare ad una propria attività commerciale, incoraggiata dai rappresentanti delle aziende che in quegli anni rifornivano i laboratori della lana, ma la sua situazione economica la faceva desistere da quest'idea. Aveva 22 anni e iniziò a lavorare autonomamente inizialmente presso la casa di sua nonna; possedeva la sua macchina per lavorare la lana e iniziò realizzando qualche lavoro su commissione<sup>140</sup>.

Un giorno le capitò di trovare su un giornale un annuncio che invitava i lettori a proporsi per l'apertura di un negozio in *franchising* di una nota marca francese di lana e filati, la *Phildar*, che si impegnava come azienda a contribuire economicamente all'avvio dell'attività con un contributo consistente di tre milioni di lire che per quei tempi era una somma considerevole. Angela sapeva di non avere a disposizione la cifra restante che ammontava ad altri tre milioni, ma la sua intraprendenza la spinse a rispondere all'annuncio e così fece. Scrisse di come le sarebbe piaciuto avviare una propria attività e di come le piacesse da sempre lavorare la lana e i filati, ammettendo con sincerità di non possedere però la somma richiesta. Era davvero scettica e convinta che la sua lettera sarebbe stata immediatamente cestinata ma solo quattro giorni dopo ricevette una risposta. Le arrivò una telefonata da Milano a cui rispose suo padre che molto sorpreso le

---

<sup>136</sup> Insieme a *Il Bottegaccio* fanno attualmente parte della guida online ai 100 migliori artigiani italiani anche *Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi, Progetto Arte e Massimo Casiello Tornitura Artistica Atelier del Legno*. Vedi: <http://italia-sumisura.it>.

<sup>137</sup> Intervista a Mario Daddiego e Lucrezia Contuzzi del 20 luglio 2020.

<sup>138</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata.

<sup>139</sup> Vedi: AA.VV. (2018), *Matera Capitale Europea della Cultura 2019, Le guide ai sapori e ai piaceri*, Roma, La Repubblica.

<sup>140</sup> Intervista a Angela Ramundo del 16 giugno 2020.

chiese spiegazioni. Angela non aveva detto nulla ai suoi genitori, convinta che nessuno l'avrebbe contattata mai. Erano i primi anni Settanta ed era appena stata istituita l'imposta fiscale dell'IVA che aveva sostituito il dazio e causato in città la chiusura di molte attività imprenditoriali. I genitori di Angela pensavano difatti che non fosse il momento adatto per avviare una propria attività ma il rappresentante che la contattò fu molto convincente, e le promise che il giorno dopo sarebbe passato per conoscerla di persona. Successe che effettivamente l'uomo passò a trovarla illustrandole per filo e per segno l'attività e mostrandole i cataloghi della merce destinata alla vendita con la promessa che sarebbe ritornato qualche giorno dopo per accompagnarla a visitare un negozio già esistente nella città di Potenza. In compagnia di suo fratello partirono così per Potenza e Angela si rese subito conto, ancora prima di entrare, che fuori dal negozio si era formata una lunga fila di persone in attesa di poter acquistare la lana e i filati *Phildar*. Rimase molto sorpresa e pensò, insieme a suo fratello, che il successo fosse dovuto al fatto che la richiesta di lana dipendesse dal clima freddo della città di Potenza rispetto a quello materano più mite. Aspettarono molte ore prima di riuscire a incontrare i proprietari a causa della quantità di lavoro che li aveva occupati per tutta la mattinata e soltanto dopo la chiusura riuscirono a parlare con loro e a visitare il negozio. Tornata a casa ne discusse con i suoi genitori cercando di pensare con loro ad una soluzione economica che le permettesse di accettare l'offerta ma nessuna risoluzione sembrava fare al suo caso. L'azienda le propose di restituire in seguito la somma iniziale e di offrirle inizialmente il mobilio per l'allestimento del negozio insieme al primo rifornimento della merce da mettere in vendita, a patto che nell'arco di dieci mesi Angela avesse provveduto a restituire il suo prestito e pagare da sé il riassortimento del negozio. Angela accettò l'offerta e grazie ai suoi genitori firmò il contratto di fideiussione ma dovette ancora attendere la licenza di vendita prima di aprire al pubblico il suo negozio.

Il 13 dicembre del 1973, nel momento stesso in cui la licenza le fu consegnata, Angela aprì la serranda del suo negozio in via Lucana. Non erano presenti a quel tempo molte attività commerciali in quella zona e Angela decise di installare un faro per segnalare l'apertura del nuovo punto vendita. Il suo primo giorno di lavoro fu un grande successo e Angela si meravigliò della fila di persone che si era formata già prima dell'orario di apertura; gli stessi ispettori rimasero stupiti e soddissfatti dalla mole delle vendite e, dopo un momento iniziale in cui Angela era aiutata da sua sorella, divenne necessario assumere una commessa. Il lavoro era notevole e l'attività di vendita era affiancata dalla realizzazione di maglioni personalizzati. Dopo solo dieci mesi Angela riuscì senza sforzo a saldare il suo debito con la *Phildar* e raggiungere regolarmente gli obiettivi richiesti dall'azienda, ma dopo dieci anni, a causa dei numerosi obblighi, decise di rescindere il suo contratto portando avanti l'attività in modo autonomo. Sebbene la sua libertà di scelta fosse limitata dalle imposizioni aziendali Angela ricorda con molta gratitudine quel periodo grazie anche alla formazione ricevuta che le permetteva di recarsi a Milano per frequentare i corsi di formazione che l'azienda puntualmente organizzava.

Nel frattempo, la clientela aumentava e Angela decise di trasferirsi in un locale più grande. Nello stesso tempo, le piaceva seguire le clienti insegnando loro come lavorare la lana, e questo oltre a garantirle grandi soddisfazioni era, per quei tempi, un'assoluta novità. Dopo quasi trent'anni dall'apertura del suo primo negozio, Angela si era stancata di dedicarsi esclusivamente al commercio, che, in realtà, era stato per lei solo un pretesto per portare avanti il suo lavoro di magliaia,

Nel 1998 fu indetto un bando per l'assegnazione di alcuni locali situati nei Rioni Sassi<sup>141</sup> e Angela colse al volo quest'occasione grazie alla quale gli furono assegnati i locali dove ha sede l'attuale bottega *Crea e Ricrea*, in via Rosario nel Sasso Barisano<sup>142</sup>. Dopo i lavori di ristrutturazione durati circa dieci anni, nel 2009 Angela si è trasferita nella sua nuova bottega chiudendo la precedente attività commerciale e dedicandosi completamente alla lavorazione manuale della lana, tanto da rinunciare alla licenza da commerciante e mantenere solo quella di artigiana. Un cambiamento importante che le ha permesso di portare avanti la sua passione con calma e serenità, lontano dai rumori del centro cittadino. Per certi versi

---

<sup>141</sup> Vedi: Legge 771/86: Regolamento per l'assegnazione in sub-concessione di immobili ed aree di proprietà dello Stato nei Rioni Sassi, integrata e modificata con delibera di C.C. n. 36 del 08/04/1998.

<sup>142</sup> *Crea che ricrea*, Via Rosario, 31/32, 75100 Matera.

è stata una pioniera quando ha deciso di aprire il suo negozio in via Lucana e la stessa cosa è successa nei Sassi, solo dopo di lei molti hanno seguito il suo esempio.

La sua bottega di maglieria è l'unica rimasta nella città dei Sassi e Angela mi racconta con rammarico che è difficile per lei trovare qualcuno a cui tramandare la propria arte ma soprattutto la passione per questo lavoro. Le sue amiche che come lei avevano appreso il mestiere dalla magliaia Bice hanno tutte seguito altre strade. Purtroppo, i grandi marchi della moda hanno ridotto in modo considerevole il mercato legato alla richiesta di capi personalizzati e realizzati a mano, ma la sua è una clientela selezionata, composta da turisti, in gran parte americani, olandesi e giapponesi. Lavora tutto l'anno e le vendite hanno un discreto successo. Le piace molto realizzare le sue idee ma non le resta molto tempo da dedicare alla promozione. Dedicava invece molto tempo nel seguire le tendenze della moda, in modo da essere sempre aggiornata sui nuovi stili e avere sempre nuovi spunti. Ha ormai abbandonato il lavoro a macchina e ammette che la sua vera passione è sempre stata la lavorazione ai ferri. Produce a mano capi di abbigliamento e accessori originali realizzati prevalentemente a maglia, con uncinetto, ferri e decorazioni ad ago: vestiti, mantelle, sciarpe, guanti e borse ma la sua vera passione restano i cappelli. Possiede anche un piccolo telaio verticale con il quale di tanto in tanto si dedica alla tessitura.

Insieme a un gruppo di amiche, Angela ha creato, appena trasferitasi nei Sassi, il *Filo Cafè*, un'associazione che riunisce alcune magliaie della città di Matera che si incontrano tre volte a settimana nella sua bottega per lavorare a maglia e stare insieme<sup>143</sup>. Nel 2019 il *Filo Cafè* di Angela Ramundo è stato inserito dalla Confartigianato Matera nel progetto Percorsi Accoglienti e le è stato conferito il diploma di Maestra Artigiana<sup>144</sup>. Insieme alle sue amiche organizza ogni anno la *Festa del Cappello*, istituita nel 2015 allo scopo di promuovere quella che rimane oggi la sua creazione favorita e che si tiene solitamente l'8 marzo, il giorno della *Giornata internazionale della donna*. L'iniziativa comprende anche un concorso dedicato ogni anno alle donne che per diverse ragioni si sono particolarmente distinte per il loro contributo alla società. Nel 2020 il premio, *Tanto di cappello*, è stato dedicato alla categoria delle badanti straniere, donne che per vari motivi sono state costrette a lasciare la loro terra per trasferirsi in Italia in cerca di un lavoro<sup>145</sup>. Negli anni Angela ha organizzato molti eventi come, ad esempio, la mostra del "chicchierino", un merletto realizzato con una serie di anelli e archetti, a cui hanno partecipato donne venute anche dall'estero e tanti turisti meravigliati da questa antica tecnica di lavorazione ormai quasi scomparsa. Durante una mostra dedicata invece al ricamo, Angela ha riunito insieme le ricamatrici ancora attive nella città di Matera. Per *Fucina Madre*<sup>146</sup> ha presentato il progetto *La sposa in filo*, ispirato a vecchie foto di famiglia che ritraggono scene di matrimoni, celebrati a Matera fra Ottocento e Novecento, riproponendo usi e costumi della tradizione lucana in abiti, scialli e borse dedicati alle spose di oggi<sup>147</sup>. Nel 2019 ha ricevuto il 1° Premio Europeo per le Imprese Femminili degli Stati Generali delle Donne. Quando invece la sua attività si trovava ancora in via Lucana, si è aggiudicata il premio di vetrina più bella all'interno della manifestazione vetrinistica *Osservando il 2 luglio – Trofeo il Carro d'Oro*.

Quella di Angela è per certi versi una storia d'altri tempi. A differenza di molti giovani artigiani Angela ha imparato il mestiere di magliaia quando era ancora molto giovane, aveva tredici anni ed erano gli anni in cui la scelta di continuare gli studi non era un'opzione accessibile a tutti. Le è sempre piaciuto lavorare a maglia, non è mai stata gelosa del suo lavoro e ha insegnato la sua arte a molte donne mettendo a disposizione le conoscenze che lei stessa aveva acquisito sin da piccola dalla sua maestra.

---

<sup>143</sup> Fanno parte insieme ad Angela del *Filo Cafè* anche Filomena Stella, Filomena Di Lecce, Elina Mutidieri, Bianca Molinari, Maria Rosaria Romaniello, Michela Nucciolese, Antonietta Scarciolla, Anna Klanach, Maria Spagnoli e Maria Ramundo, sorella di Angela.

<sup>144</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata.

<sup>145</sup> Nel 2020 la cerimonia di chiusura della Festa del Cappello, giunta alla sua V edizione è stata rinviata a causa delle restrizioni dovute all'epidemia di Covid-19.

<sup>146</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata.

<sup>147</sup> *Fucina Madre. Expo dell'artigianato e del design in Basilicata. Basilicata Design & Craft Expo. Matera 21-25 Aprile 2018, APT Basilicata, pp. 210-211.*

Angela ricorda con molto affetto il rapporto con Bice che è stata per lei una seconda madre e soprattutto un esempio di vita. Quando ha iniziato le venivano assegnati compiti elementari come, ad esempio, quello di comprare i bottoni, ma solo un anno dopo, grazie alla sua bravura, venne assunta con un contratto da apprendista. Angela ricorda che: «il mestiere s'imparava in ultimo, prima s'imparava a vivere, a comportarsi bene, a non alzare la voce e stare al proprio posto»<sup>148</sup>.

#### 4.5 Schiuma Post Design di Tommaso Schiuma

Tommaso Schiuma è un giovane artigiano e designer, specializzato nella lavorazione del legno per la creazione di arredi e complementi per la casa. Tommaso ha 47 anni ed è originario di Matera, dove lavora da più di 15 anni. La storia e le tradizioni della sua città insieme al territorio della Murgia gli offrono sempre preziosi spunti.

Dalla sua creatività nasce nel 2010 il brand *Schiuma Post Design*:

Il progetto si propone come riqualifica del design tramite il design stesso. Gioco di parole per esprimere un concetto base: superare le tendenze e le mode del momento per creare oggetti ispirandosi a valori autentici<sup>149</sup>.

La sua è una passione ereditata da suo padre che faceva il falegname. Tommaso sin da piccolo frequentava durante i mesi estivi la sua falegnameria situata nel rione Sassi. Suo padre però avrebbe preferito che suo figlio non portasse avanti la tradizione familiare convinto che, quella del falegname, fosse una professione troppo faticosa, impegnativa e soprattutto poco gratificante a livello economico. Nonostante i consigli e il parere discordante di suo padre, dopo il diploma, Tommaso si è iscritto a una scuola di falegnameria, promossa dalla Regione Piemonte in collaborazione con il Politecnico di Torino, con i maestri artigiani di Saluzzo, iniziando a sviluppare un proprio percorso di avvicinamento all'artigianato iniziando a lavorare con il legno, la scultura, l'intarsio e l'intaglio e approfondendo la conoscenza dei materiali. Grazie ai suoi maestri, tra i più noti ebanisti, inizia a sperimentare nuovi percorsi, appassionandosi alla falegnameria di mobili, all'architettura di interni e al design e interessandosi, da una parte, all'aspetto progettuale dell'opera e, dall'altra, alla realizzazione formale e all'aspetto manuale. Tommaso ammette di essere stato molto fortunato ad avere maestri il cui lavoro raggiungeva «non meno della perfezione»; si trattava di artigiani del legno che avevano lavorato ad opere importanti, come ad esempio, al Gran Teatro La Fenice di Venezia. Persone che a loro volta avevano imparato il mestiere di artigiani dall'età di dieci anni, dediti all'insegnamento e a dispensare segreti e tecniche della professione<sup>150</sup>. Dopo aver conseguito la qualifica professionale in Tecnico della Lavorazione del Legno, Tommaso ha iniziato con la realizzazione di piccoli oggetti intagliati che richiamavano in un certo senso la cultura agropastorale per poi passare alla fabbricazione di mobili e arredamento.

Ho scoperto che c'era tutto un mondo intorno a me che metteva insieme l'aspetto progettuale, l'architettura d'interni e la lavorazione del legno. Per cui, tutto quello che ne è seguito si è mosso su questi due binari: il design legato alla progettazione e l'artigianato, nello specifico, l'artigianato ligneo<sup>151</sup>.

Suo padre, che inizialmente non aveva approvato la scelta di suo figlio, si è successivamente ricreduto rendendosi conto che quella di Tommaso per la falegnameria era una passione che si stava realmente concretizzando.

Dopo un'esperienza in una falegnameria di Torino, Tommaso è ritornato a Matera dove per due anni ha lavorato presso *Lady Cucine*, una nota azienda materana specializzata nella realizzazione e vendita di cucine e ambienti per la casa. La sua ambizione era però quella di avviare una propria attività e, nel 2003,

---

<sup>148</sup> Intervista a Angela Ramundo del 16 giugno 2020.

<sup>149</sup> Vedi: <https://www.schiumapostdesign.com>.

<sup>150</sup> Intervista a Tommaso Schiuma del 30 giugno 2020.

<sup>151</sup> *Ibidem*.

ha deciso di aprire il suo primo laboratorio in Contrada Scatolino a Matera, dove è rimasto per circa sei anni.

Qualche tempo dopo si è trasferito con alcuni colleghi nel quartiere artigianale della Zona P.A.I.P. di Matera e, nel 2012, ha aperto un punto vendita situato nella zona centrale della città, dove ha allestito una prima esposizione di complementi d'arredo. La sua originale produzione ha rappresentato una novità per il mercato materano legato al settore del mobile e questo, se da un lato ha fatto di Tommaso un pioniere in questo campo, dall'altro, ha evidenziato che la clientela di una piccola città non era forse ancora pronta a questo tipo di mercato legato all'artigianato di qualità e al design e, dopo soli tre anni, Tommaso ha dovuto chiudere il suo spazio di esposizione e vendita. Complice anche la crisi economica locale dovuta alle difficoltà legate al settore del mobile imbottito indebolito dalla presenza crescente sul territorio di catene di grandi magazzini dedicati all'arredamento, contraddistinti da bassi costi e una discreta qualità estetica<sup>152</sup>. Nel frattempo Tommaso poteva comunque contare su una clientela selezionata e collaborava con alcune falegnamerie toscane nella realizzazione di arredi su misura.

Un progetto di collaborazione che Tommaso ricorda con entusiasmo è stato, nel 2012, il MIM Design, un'esperienza collettiva di progettazione e prototipazione, in collaborazione con il Poli Design di Milano, finalizzata allo sviluppo di *concept* e di elaborati tecnici per la realizzazione di sedute per le aziende del mobile imbottito di Matera, per il quale Tommaso, insieme al suo gruppo, ha realizzato il design della seduta modulare trasformabile *Tape Tale* prodotta dall'azienda *Chateaux d'Ax*. Un'importante esperienza formativa di collaborazione, confronto e sperimentazione.

Nel 2014, insieme alla sua collega, Mariangela La Calamita, ha avuto l'idea di aprire un piccolo punto vendita situato nel centro storico della città di Matera e di proporre un tipo di oggettistica di più piccole dimensioni e accessibile anche a un *target* turistico<sup>153</sup>. Il punto vendita nella centralissima Piazza San Francesco propone esclusivamente oggettistica e souvenir. Tommaso si occupa della progettazione e della realizzazione mentre Mariangela della parte decorativa. Molti oggetti sono realizzati utilizzando la tecnica del taglio al laser.

Da questo incontro nasce anche la serie *turning on WOOD*, un pupazzo in legno personalizzato, alto circa 12 cm, tornito e dipinto a mano da Tommaso e Mariangela. La campagna promozionale associata, dal titolo *MYWOOD*, prevedeva la realizzazione di un pupazzo personalizzato a partire dalla foto inviata dal committente. Il primo prototipo ha raffigurato proprio Tommaso e successivamente dal singolo personaggio si è passati alla realizzazione di una coppia raffigurata in un abbraccio, ulteriormente personalizzabile grazie alla combinazione di corpi e teste con caratteristiche differenti. La linea ha avuto un notevole successo sul mercato soprattutto da parte di una clientela locale che ha apprezzato con entusiasmo questa idea. Il *MYWOOD* è acquistabile anche on-line; un sito dedicato permette l'invio della propria foto e la sua personalizzazione<sup>154</sup>.

Nel frattempo, Tommaso continua a realizzare nel suo laboratorio mobili, complementi d'arredo e oggettistica per privati e aziende, seguendo l'intero processo produttivo dalla progettazione alla realizzazione. L'idea è quella di ottenere prodotti di alta qualità artigianale e design a prezzi accessibili. La sua passione per la fase progettuale del lavoro lo ha portato ad approfondire le tecniche digitali legate alla grafica pubblicitaria e all'utilizzo di software di progettazione digitale. Alcuni suoi prodotti, grazie al design e all'attenzione alla progettazione, sono particolarmente apprezzati dagli addetti al settore: grafici, architetti e designer.

Nel 2016 con l'Open Design School di Matera e la Fondazione Matera-Basilicata 2019 partecipa al 1° workshop dal titolo *Open Design School attraversa la città. La Via del Sole*, progettando e prototipando alcune strutture modulari in legno, da assemblare in base alle esigenze, per l'allestimento di spazi pubblici e eventi in uno scambio di professionalità e competenze professionali internazionali<sup>155</sup>. Il progetto delle

---

<sup>152</sup> Vedi ad esempio: *Nuovarredo, Mercatone Uno, Ikea*, ecc.

<sup>153</sup> *Schiuma Post Design*, Piazza S. Francesco, 2, 75100 Matera.

<sup>154</sup> Vedi: <http://www.wood.it>.

<sup>155</sup> L'*Open Design School* è un laboratorio di sperimentazione e innovazione interdisciplinare, nato come uno dei progetti pilastro al servizio della realizzazione del programma culturale di Matera 2019.



sue strutture modulari è diventato virale e ha trovato nel 2017 la sua massima espressione alla presentazione del *Fuori Salone* della settimana internazionale del design di Milano, per il quale Tommaso ha realizzato la struttura modulare di un anfiteatro composta da circa 550 cubi in legno.

Attualmente Tommaso svolge attività di docenza presso l'IDD, Istituto Del Design di Matera. Già nel 2014 aveva svolto attività di formazione per l'Ageforma, all'interno di un corso di formazione finalizzato all'apprendimento delle tecniche di progettazione e produzione di mobili in legno. Al di là del *product design*, gran parte delle sue collaborazioni comprendono incarichi di progettazione e produzione di arredi e complementi che richiamano in ogni caso i materiali e le forme della tradizione.

Il legame con il passato è evidente anche nella scelta dei tradizionali macchinari di lavorazione combinati all'utilizzo delle nuove tecnologie. Attualmente Tommaso utilizza alcune attrezzature risalenti agli anni '70 che ha acquistato qualche anno fa da un falegname anziano collega di suo padre. L'integrazione delle lavorazioni e degli stessi macchinari lo affascina molto perché sottolinea in un certo senso il suo interesse per il passato. Tommaso ama raccontare la sua città attraverso i suoi progetti. Le tradizioni locali sono il *concept* a cui Tommaso si ispira nello sviluppo e nella progettazione dei suoi prodotti.

Qualche anno fa, dall'idea del marchio da pane e dalla sua reinterpretazione, nasce *Matrix*. L'idea iniziale era quella di realizzare con un linguaggio diverso un prodotto appartenente alla tradizione locale che fosse facilmente commercializzabile. Ma l'aspetto economico è stato presto soppiantato dall'estro e dalla genialità di Tommaso che partendo dalla funzione iniziale del marchio, come strumento di identità e riconoscimento, è riuscito a condensare in un unico oggetto la possibilità di generare le proprie iniziali o la propria effigie. Dall'idea dei pixel, unità minima convenzionale che compone l'immagine digitale, ha realizzato una matrice di sedici quadrati composti da listelli mobili che generano lettere e simboli grafici. Nel lavoro di sintesi dell'oggetto, Tommaso ha scelto di ripulire il timbro da pane da ogni elemento decorativo concentrandosi sulla sua funzione di matrice, da qui il nome *Matrix*. L'estensione di questa matrice ha dato origine al manico, reso ergonomico dalla sagomatura dei listelli esterni. Un componente a griglia, realizzato con tecnologia di stampa 3D, rende allineati i listelli in legno. Il risultato è un timbro la cui forma nasce direttamente dalla funzione ma che ricorda la tipologia di timbri di ispirazione architettonica decorati con torri o campanili. Prendendo in prestito il concetto religioso della transustanziazione, e cioè il passaggio della sostanza del pane e del vino in quella del corpo e del sangue di Cristo, Tommaso ha deciso di applicare lo stesso rito a *Matrix* che diventa così lo strumento per trasferire quei valori di identità e appartenenza del territorio che porta in sé.

La timbratura dei corpi diventa un rituale di iniziazione attraverso il quale ogni soggetto passa ad un ruolo di cittadino più attivo e consapevole diventando egli stesso portatore degli stessi valori. I segni sul suo corpo, portati con orgoglio diventano simboli di appartenenza ad una comunità<sup>156</sup>.

Il progetto *MATRIX, l'evoluzione del timbro del pane*, viene selezionato nel 2016 alla *XXI TRIENNALE International Exhibition* di Milano e, nell'ottica della nomina della città di Matera a Capitale Europea della Cultura 2019, Tommaso, partendo dai concetti di "abitanti culturali" e "cittadini temporanei" contenuti nel dossier di candidatura, propone attraverso una performance la celebrazione di un rito che si carica di antichi valori ma si mostra in forma contemporanea. La sua finalità è generare, attraverso la timbratura dei corpi, un mutamento nei partecipanti, inducendoli alla consapevolezza di esser parte di un processo di crescita di una comunità.

Con l'obiettivo di rielaborare in chiave contemporanea le tradizioni culinarie locali, Tommaso ha ideato la linea *Frammenti*, ispirata al "piatto cucito" del mondo contadino lucano, quando la tavola era apparecchiata da un unico grande piatto dal quale tutti mangiavano. Quando uno di questi piatti si rompeva veniva riparato attraverso la tecnica della cucitura dalla figura del "conciapiatti", in lingua dialettale *conzapiòtt*, che, con un semplice attrezzo bucava i cocci, li cementava e li ricuciva con del filo di ferro. A questa antica usanza Tommaso si è ispirato per disegnare tre piatti realizzati in ceramica bianca opaca: «frammenti di un unico

---

<sup>156</sup> Vedi: <https://www.schiumapostdesign.com>.

ideale piatto che diventano autonomi ma che riportano dei fori come fossero in attesa di ricongiungersi per riformare il grande piatto originario»<sup>157</sup>. Il suo progetto è stato selezionato a rappresentare la Basilicata in un lavoro editoriale che metteva insieme design e cucina delle varie regioni d'Italia e che prevedeva la collaborazione tra un designer e un cuoco. Tommaso ha dovuto quindi combinare, come succede in tutti i suoi progetti, design e funzionalità adattando le forme alle esigenze richieste dalla presentazione dei piatti. Alla stessa idea si ispira la linea dei taglieri da cucina realizzati invece in legno.

Di più recente realizzazione è *Ciòcco*, salvadanaio in legno di rovere che ha come tappo un cuneo in vari colori che, battuto con un martello, apre il salvadanaio spaccandolo in due parti che possono essere incollate nuovamente o utilizzate separatamente. Anche qui, alla base di un prodotto c'è un'idea progettuale che riprende riti e usanze del territorio. *Ciòcco* racconta di un gesto rituale antico, della fatica e della pazienza di spaccare la legna e accatastarla per l'inverno.

Ispirato invece dai paesaggi del Mezzogiorno d'Italia e dalle opere architettoniche incompiute che si incontrano sulla strada: *Pilastro*, libreria a colonna composta da una base in cemento e tondini in acciaio effetto naturale. Insieme alla libreria *PaRete*, fa parte della linea di prodotti chiamata *Le Incompiute*, ispirata ai ferri d'attesa nelle costruzioni dei palazzi e all'idea dell'abusivismo edilizio.

È innegabile lo studio costante che c'è dietro le sue idee progettuali oltre all'incontestabile legame con le tradizioni e con le radici della sua terra che lo portano, attraverso un attento studio, a sperimentare sempre nuove visioni e reinterpretazioni.

#### 4.6 Daddiego Ceramiche – La famiglia Daddiego

La storia dei fratelli Marco e Valerio, artigiani di seconda generazione, si intreccia con quella della Famiglia Daddiego, una tra le famiglie materane con la più antica tradizione artigiana nell'arte della terracotta, della ceramica e della cartapesta, come già accennato, in parte, ripercorrendo la storia di Leonardo Daddiego, detto Dino, fondatore del laboratorio artistico *Il Bottegaccio* ereditato oggi da suo figlio Mario<sup>158</sup>.

Ho conosciuto la famiglia Daddiego nel 2012, quando, per una ricerca fotografica sul tema dei saperi artigiani, ho seguito da vicino i lavori di realizzazione del Carro Trionfale della Bruna che hanno coinvolto, in un tempo di soli cinquanta giorni di lavoro intenso e serratissimo, gran parte dei componenti della famiglia sotto la supervisione di Mario, vincitore ufficiale del bozzetto. Mi ha sempre incuriosito approfondire la loro storia, come esempio di una tradizione artigiana che prosegue da più di cinquant'anni e che oggi viene portata avanti con entusiasmo dagli eredi più giovani.

Dino Daddiego ha oggi 78 anni e si è accostato alla tradizione della ceramica quando aveva 12 anni e frequentava la scuola secondaria di primo grado; i suoi insegnanti, personalità qualificate nel campo dell'arte e della pittura, hanno avuto un ruolo molto importante nella sua carriera artistica. Negli anni Sessanta si trasferì a Matera, da Miglionico, suo paese natale e iniziò a frequentare con un gruppo di amici, tra cui Peppino Mitarotonda, l'azienda Ceramiche La Martella, di Nello Miradercole, nel Borgo La Martella iniziando anche a partecipare ad alcune fasi della lavorazione; il suo primo compito fu quello di dipingere a mano sulla ceramica i numeri civici delle abitazioni<sup>159</sup>. Per lui questa esperienza, una vera e propria palestra di vita, fu l'occasione per scoprire il proprio talento: «le mie mani dipingevano con estrema semplicità e così ho provato a dipingere altre figure ed altri soggetti ed ho compreso che quella era la mia strada»<sup>160</sup>.

Successivamente, insieme a Giuseppe Mitarotonda, detto Peppino, amico di vecchia data e per lui quasi un fratello, lavorò alla realizzazione di numerose opere artistiche collaborando con numerosi artisti, che tra gli anni Settanta e Ottanta operarono nella città di Matera, come, ad esempio, Luigi Guerricchio, Ugo Annona,

---

<sup>157</sup> Intervista a Tommaso Schiuma del 30 giugno 2020.

<sup>158</sup> Vedi: Capitolo quarto: Etnografie di artigiani, paragrafo: 4.3 Il Bottegaccio di Mario Daddiego.

<sup>159</sup> L'azienda è stata un importante centro di produzione di ceramiche nata negli anni Cinquanta presso il Borgo La Martella, gestita da Nello Miradercole e poi dai fratelli Gaudiano; al suo interno vi si realizzavano ceramiche, mosaici, oggettistica da regalo e bomboniere. L'azienda ha offerto l'opportunità di formare molti giovani ceramisti fino almeno agli anni Duemila quando l'attività ha terminato il suo percorso.

<sup>160</sup> Intervista a Dino Daddiego del 16 settembre 2020.

Lucio Del Pezzo, Jose Ortega e il materano Franco Di Pede. Il dialogo con questi artisti ha indirizzato e determinato la carriera professionale di Dino, allora poco più che un ragazzino. Durante la sua carriera di apprendista, Dino ha lavorato presso molte botteghe artigiane imparando e sperimentando varie tecniche artistiche, come anche quelle dell'incisione, della calcografia, della litografia e della serigrafia, spostandosi spesso a Venezia, Vicenza e nella più vicina Puglia. Negli anni ha fatto tesoro di tutti questi insegnamenti adattandoli all'arte della ceramica e al mosaico. Nel 1969, dopo il servizio militare, avviò, insieme alla collaborazione con suo fratello Ettore, la propria bottega, la cui produzione era inizialmente incentrata sulla realizzazione di mosaici, ceramiche, vetrate d'arte, bomboniere, articoli da regalo e vasellame. Successivamente, i due fratelli furono tra i primi ad avviare un tipo di produzione artistica orientata all'oggettistica tradizionale come i bassorilievi a figura di donna, le riproduzioni dei Sassi e dei tradizionali elementi architettonici, i *cuccù* e i marchi da pane, tutti realizzati a mano in terracotta e dipinti a freddo. La prima location fu in Via delle Beccherie, dove Dino aveva riadattato un vecchio forno a laboratorio, iniziando a cuocere le prime realizzazioni in ceramica. Successivamente il laboratorio si spostò presso un locale di proprietà della famiglia in Vico II Passarelli e, con l'acquisto di forni e attrezzature nuove, iniziò a incrementare la produzione, dando al laboratorio di famiglia la forma di una vera e propria azienda artigiana. In Via Passarelli invece, c'è ancora oggi, il negozio di ceramiche e cornici del fratello Ettore, anch'egli artigiano.

Dagli anni Ottanta agli anni Duemila Dino è stato impegnato anche come segretario generale della Confartigianato Matera e, negli anni Novanta, come segretario provinciale dell'associazione CNA di Matera.<sup>161</sup> Negli anni Dino ha fatto del suo laboratorio un centro di attrazione per artisti, ceramisti e appassionati dell'arte della ceramica, mettendo a disposizione il proprio sapere e anche le proprie attrezzature. Nello stesso tempo ha sostenuto con entusiasmo la preparazione artistica dei suoi familiari, i suoi due figli Mario e Carmine, il fratello Ettore e i nipoti Marco e Valerio, prima che ognuno iniziasse ad operare in modo autonomo (Russo, 2019, pp. 46-48).

Attualmente la famiglia Daddiego, ad eccezione di Mario, si è riunita nel laboratorio *Daddiego Ceramiche*<sup>162</sup>, mentre Ettore si occupa del punto vendita *Daddiego Arte*, situato in Via Passarelli e specializzato anche nella distribuzione di materiali per le belle arti e cornici.<sup>163</sup> La moglie di Dino, Marietta Russo è l'autrice del volume *Il richiamo dei magici cuccù*, edito nel 2019 da Edizioni Magister. Il laboratorio, ubicato un tempo alle spalle del punto vendita si è trasferito nel 2019 nelle vicinanze del quartiere artigianale della Zona P.A.I.P. di Matera. L'attuale metratura, oltre ad agevolare il rifornimento dei materiali, facilita la produzione e la distribuzione dei prodotti permettendo ad ognuno dei componenti di avere il proprio spazio di lavoro.

Marco, nello specifico, si occupa di lavorare l'argilla bianca, realizzare i bassorilievi e i magneti dipinti a freddo, mentre Valerio si occupa principalmente della realizzazione dei *cuccù* e dei presepi in cartapesta. Entrambi conoscono bene le tecniche di lavorazione e i materiali, e capita che, in alcune occasioni, come è successo, ad esempio, nel 2012 per la realizzazione del Carro Trionfale della Bruna, o come succede solitamente per le commissioni più voluminose, che i due fratelli collaborino insieme, con l'aiuto di Dino, Carmine e del suo giovane apprendista Brahim Sissoko, un ragazzo del Mali di 27 anni, che da circa un anno lavora con la famiglia Daddiego e si occupa principalmente della realizzazione dei marchi da pane e del collaggio dei *cuccù*. Oltre a lavorare la terracotta, Carmine, essendo libero professionista, si avvicina anche nella vendita di prodotti vinicoli, una passione, quella della gastronomia, che ha portato avanti negli anni parallelamente all'attività familiare.

Marco ha 42 anni, e ha iniziato a lavorare la terracotta quando ancora era un adolescente. Presso il laboratorio di famiglia, ha appreso le diverse tecniche artigianali di lavorazione dell'argilla e della cartapesta, sempre sotto lo sguardo vigile di suo zio Dino.

---

<sup>161</sup> Intervista a Dino Daddiego del 16 settembre 2020.

<sup>162</sup> *Ceramiche Daddiego*, Contrada Giardinelle, snc, 75100 Matera.

<sup>163</sup> *Daddiego Arte*, Via Antonio Passarelli, 48a, 75100 Matera.

Ha frequentato il Liceo Artistico e nel 1999, dopo essere tornato a Matera dal servizio militare, ha aperto la sua attività *Daddiego Arte Gallery*, nella centralissima Via delle Beccherie. La sua produzione era incentrata soprattutto sull'oggettistica tradizionale e sulla collaborazione con altri artigiani locali che lavoravano il legno e il tufo. Anche se i primi anni sono stati i più difficili, l'impegno, e successivamente l'aumentare dei flussi turistici, hanno contribuito a incrementare la produzione e le vendite, fino a quando però, nel 2018, Marco è stato costretto, a malincuore, a chiudere dopo diciotto anni il suo laboratorio, a causa degli aumenti sempre più onerosi dei prezzi dei canoni di locazione.

Pur mantenendo una figura professionale autonoma, ha deciso così di aggregarsi a Dino, Carmine e suo fratello Valerio, entrando a far parte della squadra di lavoro. Da un lato c'è il dispiacere di aver perso la propria autonomia commerciale ma dall'altro, i grandi spazi e la collaborazione costante con gli altri componenti della famiglia lo ripagano di questa scelta conferendo alla produzione artistica della Famiglia Daddiego un discreto successo di mercato.<sup>164</sup>

Valerio è il più giovane della famiglia; ha 37 anni e anche lui sin da piccolo ha iniziato a frequentare, durante i mesi estivi, la bottega di famiglia. Ha imparato presto a osservare il lavoro dei maestri più anziani e grazie ai consigli di suo zio Dino e suo padre Ettore si è appassionato ben presto all'arte della cartapesta e imparato a lavorare l'argilla. Gli è sempre piaciuto frequentare il laboratorio artistico di famiglia attratto dalla possibilità di creare e sperimentare sempre nuove forme. Anche Valerio ha frequentato il Liceo Artistico e nel 2000 appena diplomato ha scelto di iniziare a lavorare insieme a suo zio, dopo una breve esperienza universitaria nel campo dei beni culturali. Intraprendere questo percorso è stato per lui una scelta del tutto naturale. Valerio si occupa principalmente della decorazione dei *cuccù* e della realizzazione di presepi personalizzati in cartapesta, una lavorazione in cui si è specializzato sin da subito e che gli permette di esprimere appieno la sua inclinazione artistica e le sue abilità manuali. La sua passione per l'arte della cartapesta è nata nel 2004 quando per la prima volta, insieme al maestro Francesco Nicoletti, ha collaborato alla realizzazione del Carro Trionfale della Bruna; da allora, Valerio ha realizzato ad anni alterni altri tre Carri, accanto al maestro Nicoletti e suo figlio Pasquale con i quali, poi, nel 2010, ha collaborato anche con l'apporto del resto della famiglia. Nel 2012, invece, insieme a suo fratello Marco e i suoi cugini Carmine e Mario ha realizzato il manufatto del bozzetto vincitore. Lo stesso anno Valerio ha partecipato all'iniziativa promozionale a sostegno della candidatura di Matera a Capitale Europea della Cultura per il 2019 organizzata dall'associazione Lucani a Pisa (Lu.Pi.) che ha proposto, negli spazi antistanti la Stazione Leopolda, alcuni laboratori sulla lavorazione della cartapesta e sull'arte presepiale, al fine di promuovere le eccellenze lucane nel campo dell'artigianato e, come lui stesso afferma: «non finendo mai di imparare e portando avanti la tradizione di famiglia»<sup>165</sup>. Ciò che più gli piace del suo lavoro è proprio la continua sperimentazione e la possibilità di combinare insieme vecchie e nuove tecniche di lavorazione adattandole a sempre nuove forme.

Grazie alle tecniche apprese nel laboratorio di famiglia, Valerio collabora anche con alcune compagnie teatrali locali, occupandosi della realizzazione di fondali e scenografie.

I due fratelli, insieme al cugino Carmine, hanno portato avanti la tradizione familiare introducendo pian piano i propri stili artistici e apportando alcuni miglioramenti soprattutto nelle tipologie di lavorazione, come ad esempio l'utilizzo di stampe in gomma, utili a semplificare i processi di produzione derivanti dall'aumento dei volumi e contribuendo a caratterizzare sempre più la produzione artistica familiare. Anche gli oggetti che vengono realizzati con la tecnica del colaggio, a stampo e in serie, conservano sempre qualche particolare o dettaglio che li rende sempre unici.

L'attuale produzione comprende la realizzazione di oggetti in terracotta, ceramica artistica, maiolica, cartapesta, mosaici e attività di restauro, solitamente prerogativa di Dino. Tra i prodotti che caratterizzano la produzione di *Daddiego Ceramiche*: i marchi da pane realizzati in varie dimensioni, i bassorilievi dipinti, i presepi, in cartapesta e terracotta, modellati e dipinti a mano, le statue e di più recente realizzazione i *cuccù* smaltati realizzati da Valerio. I marchi da pane e i tradizionali *cuccù* dipinti a freddo rimangono tra

---

<sup>164</sup> Intervista a Marco Daddiego del 16 settembre 2020.

<sup>165</sup> Intervista a Valerio Daddiego del 16 settembre 2020.

i prodotti più richiesti. La vendita avviene su commissione o attraverso la distribuzione diretta, presso punti vendita esterni dislocati nella città di Matera, che solitamente commerciano prodotti di artigianato locale e souvenir. Recentemente la richiesta di mercato si è allargata, comprendendo anche alcuni punti vendita della città di Trani (BAT).

Quando si chiede a Dino cosa pensa guardando al futuro della sua azienda, lui dice:

Guardo al futuro pensando e rendendo omaggio al passato; la mia famiglia lavora nel settore dell'artigianato e delle ceramiche d'arte da quarant'anni. Posso dire che il percorso è stato segnato da molto lavoro, sano sacrificio, ma al contempo da tutta una serie di eventi, congiunture ed incontri fortunati. È un lavoro impegnativo quello dell'artigiano, ma senza dubbio i riconoscimenti che nel corso del tempo e della carriera professionale abbiamo ottenuto sono la più bella ricompensa. Auguro ai miei figli, ai nipoti ed in generale ai piccoli di casa, che hanno avuto la fortuna di nascere in un contesto familiare in cui si respira l'arte, di appassionarsi alle cose belle e di crescere artisticamente facendo tesoro delle esperienze e degli insegnamenti che vengono loro impartiti quotidianamente da chi li ha preceduti e lavora per garantire loro una vita migliore<sup>166</sup>.

#### **4.7 Materia Laboratorio di arte orafa e lignea di Lela Campitelli e Michele Ascoli**

Maria Carmela Campitelli, conosciuta come Lela, e il suo compagno Michele Ascoli sono originari della città di Potenza, ma hanno scelto la città dei Sassi come luogo dove dare vita al loro progetto creativo. Il loro lavoro è frutto dell'incontro tra diverse esperienze formative: l'Accademia d'Arte per Lela e il lavoro di bottega da autodidatta di Michele. Un sodalizio artistico che mette insieme materiali ed esperienze eterogenei. Il risultato è l'incontro di materiali poveri come legno e sassi e preziosi come le pietre e i metalli: oggetti di oreficeria e scultura lignea in cui le lavorazioni tradizionali incontrano l'elaborazione di forme e tecniche sperimentali, per i quali non esiste la riproduzione seriale.

Il nome *Materia* è un tributo alla città, ma anche un'allegoria del meccanismo umano della creazione. La stessa materia, afferma Lela, guida realmente l'ispirazione del suo processo creativo, in una immediata connessione, tra materiali e oggetto compiuto, guidata dal dualismo tra la materia e lo spirito. Materia umana e materia degli elementi: gioielli d'autore fatti a mano secondo le tecniche tradizionali e sculture in legno realizzate con oggetti di recupero. Gioielli-simbolo e forme narranti, oggetti che parlano della loro crescita, trasformazione e evoluzione in un linguaggio contemporaneo e atemporale. Le creazioni artistiche di Lela e Michele sintetizzano il rapporto tra il corpo umano e l'ambiente naturale, il legame tra l'uomo e la profondità della terra da cui provengono le pietre e i metalli. Il valore ornamentale dei monili ha radici antichissime e il procedimento artigianale di trasformazione comunica un percorso umano, simboleggia l'armonia tra uomo e ambiente, si offre come strumento di salvaguardia dei tempi umani<sup>167</sup>.

Lela Campitelli è nata a Potenza nel 1969, diplomata nel 1992 presso l'Accademia di Belle Arti di L'Aquila, sin da piccola si interessa agli studi umanistici e al disegno, sperimentando con il tempo le diverse forme dei linguaggi dell'arte: dalla fotografia alla stampa d'arte, dal disegno alla scrittura, dalla pittura alla scultura del legno. Il suo interesse per gli studi classici, per la lettura e per l'antichità ha avuto un ruolo molto importante nell'ispirazione dei suoi lavori. Michele nello stesso tempo faceva praticantato nella bottega orafa di suo fratello e sua cognata, italo-finlandese, che si trovava allora a Bolsena e che a sua volta aveva imparato il mestiere da un noto orafo della città di Noto, Maurizio Alonge. A quei tempi Lela e Michele avevano circa diciassette e venti anni e già si frequentavano. Dopo essersi diplomata al Liceo Classico, grazie ad alcune conoscenze, Lela si trasferisce a L'Aquila per frequentare l'Accademia di Belle Arti. Ben presto Michele la raggiunge e insieme iniziano a collaborare realizzando alcuni oggetti di oreficeria, soprattutto in argento, materiale prediletto da Michele, che poi vendevano durante i mercati.

---

<sup>166</sup> Intervista di Alessandra D'Angella a Dino Daddiego del 3 agosto 2018. Vedi: *Matera tra arte e cultura. Intervista a Leonardo Daddiego, artigiano ceramista d'eccellenza*, in *Benvenuti al Sud*, Metis Magazine: <https://metis magazine.com/2018/08/03/matera-intervista-a-leonardo-daddiego/>.

<sup>167</sup> Intervista a Lela Campitelli del 13 agosto 2020.

Lela si occupava del disegno e Michele della realizzazione. Nello stesso tempo lui l'aiutava nelle sue sperimentazioni con il legno e con la tecnica del collage. Terminata l'Accademia si sono trasferiti a Perugia successivamente sono tornati a Potenza dove Lela ha iniziato a imparare l'arte orafa da Michele. Già tempo prima Lela aveva sperimentato, con una sua amica, la lavorazione dell'ottone e del ferro utilizzando i residui delle sculture che Michele realizzava con suo fratello Gerardo, scultore, creando bracciali e monili da indossare. Nella stessa casa di Gerardo era situato il laboratorio dove Lela aveva il suo piccolo banchetto costruitogli da Michele che nel frattempo aveva iniziato a cimentarsi anche nell'arte scultorea. Nel 1995 Lela e Michele sono tornati in Abruzzo e insieme hanno iniziato a esporre i loro lavori anche in Toscana partecipando a diversi mercatini in giro per l'Italia. Questo ha permesso loro di confrontarsi con altre realtà e instaurare contatti con altri artisti.

Dal 1998, grazie al programma di finanziamento pubblico del prestito d'onore, Lela, insieme al maestro e compagno di vita Michele Ascoli decide di tornare in Basilicata e, incantata dal panorama dei Sassi e delle chiese rupestri, di trasferirsi a Matera, dando così origine al progetto *Materia Laboratorio di arte orafa e lignea*, che dal 2005 ha sede nel cuore del Sasso Caveoso<sup>168</sup>. La vita e la cultura materana ben presto diventano fonte di ispirazione per gioielli di matrice simbolica e archetipica, composti da materiali diversi, preziosi e non solo, come quelli di recupero e riciclo.

Il campo d'espressione è senza dubbio il gioiello d'autore: dal progetto alla lavorazione del metallo, per la creazione di oggetti che prendono origine da una ricerca di segno e simbolo, attraverso un processo di contaminazione per metodo e stile. L'argento si fonde con il legno e le pietre semi preziose in un abbinamento originale che richiama la materia alchemica come simbolo dell'esperienza formativa. Lo stesso logo che identifica il laboratorio è composto dall'unione di un'antenna e una spirale, rispettivamente simbolo della ricerca e della comunicazione. Le tecniche, come i materiali, si combinano nell'utilizzo di un metodo integrato che abbina la tradizione e l'innovazione e che vede l'impiego di tecniche più tradizionali con altre meno specifiche per l'oreficeria, come ad esempio l'incisione con l'acido tipica della calcografia.

Dalla tecnica della marcatura ad acido, appresa da Lela durante i suoi studi per l'Accademia di Belle Arti, è nata anche l'idea dei segnalibri *Matrici* realizzati, a tiratura limitata, stampando alcune parti delle matrici di stampa da lei stessa realizzate.

La clientela di Lela e Michele è eterogenea e grazie soprattutto alla loro partecipazione, in passato, a eventi fieristici come, ad esempio, la manifestazione internazionale che si tiene ogni anno a Milano, *Artigiano in Fiera*, le loro creazioni sono state conosciute anche fuori regione. Al momento Lela lavora su commissione, e purtroppo, i problemi di salute di Michele non le lasciano molto tempo da dedicare al processo creativo. Circa due anni fa Michele, maestro, collega, ma anche compagno di vita, ha abbandonato del tutto il lavoro in laboratorio e Lela con molte difficoltà ha cercato di reinventare sé stessa abituandosi a questa nuova "normalità" e iniziando un nuovo percorso professionale. Conoscendo Lela e Michele da molti anni, e avendo visitato più volte la loro bottega, è stato insolito e alquanto increscioso, in questa occasione, non aver ritrovato Michele a lavoro, mentre, piegato sul suo banco di lavoro, con le sue grandi mani era intento a modellare l'argento.

Intanto, durante la nostra intervista Lela sorride e mi dice: «parlando, parlando, scopro che ho una gran voglia di parlare della nostra storia»<sup>169</sup>.

La linea che meglio rappresenta il percorso artistico e professionale di Lela e Michele è la serie *Recuperi*, con dettagli che richiamano i paesaggi materani e le case dei Sassi.

Recuperando i residui e i ritagli di altre lavorazioni Lela ha riscoperto ancora una volta la tecnica del collage assemblando questi scarti in nuove composizioni di artigianato d'autore. La tecnica del recupero costituisce in un certo senso il filo conduttore di tutta la loro produzione e viene applicata anche ai lavori in legno che

---

<sup>168</sup> *Materia Laboratorio di arte orafa e lignea* di Lela Campitelli e Michele Ascoli, Via Bruno Buozzi, 89, 75100 Matera. Prima del 2005 la sede del laboratorio era situata nella centralissima via San Biagio.

<sup>169</sup> Intervista a Lela Campitelli del 13 agosto 2020.

Lela realizza attraverso l'assemblaggio di oggetti e materiali differenti. Michele invece ha continuato a lavorare il legno ma attraverso la tecnica dell'intaglio.

L'interesse per il recupero è evidente anche nel rilancio dei luoghi che Lela e Michele hanno portato avanti durante il loro percorso professionale all'Aquila quando, insieme ad altri artisti e amici dell'Accademia di Belle Arti, hanno partecipato alla rivalorizzazione di borghi e piccoli centri attraverso iniziative culturali e percorsi artistici e sperimentali che prevedevano esposizioni e performance dal vivo: quelle che oggi definiremmo "residenze artistiche".

Altro tema ricorrente è quello della figura femminile interpretata in diverse forme e attraverso diverse tecniche, legata all'archetipo del mito greco e ispirata alla lettura dei testi dell'archeologa e linguista lituana Marija Gimbutas sul culto delle divinità femminili nelle civiltà dell'Europa Antica<sup>170</sup>. La figura femminile ha ispirato anche la linea *Bimbette* e, dal 2004, la realizzazione della creazione scultorea *La Baccante*, premio letterario assegnato ogni anno a un personaggio di fama internazionale per il suo apporto alla narrativa femminile in Italia e nel mondo durante la celebrazione del *Women's Fiction Festival* che si tiene a Matera da circa quindici anni<sup>171</sup>. La *Baccante* creata da Lela Campitelli è stata anche protagonista delle illustrazioni realizzate da Marica Montemurro nella guida *Fuori traccia. Insoliti itinerari materani* edito da Altrimedia Edizioni<sup>172</sup>.

Tra le iniziative che Lela ama ricordare: *Artigiana*, un'esposizione in Abruzzo, dove artisti e artigiani orafi hanno reinterpretato il proprio rapporto con la terra, la storia e le tradizioni; *Le forme del tempo. Mostra dell'artigianato artistico della Basilicata* organizzata a Palazzo San Gervasio in provincia di Potenza nel 1999 da Palmarosa Fuccella; la mostra organizzata nel 2006 da Giuseppe Miriello, presso la sala mostre di ARTERia Associazione d'Arte e Cultura a Matera, e per la quale è stato prodotto il catalogo *2 Luglio Matera Arte – Fare* che comprende le due opere che Lela e Michele hanno realizzato utilizzando l'assemblaggio di legno, argento e altri metalli, dal titolo *Sacro e Profano e "...e quel che resta"*<sup>173</sup>. L'ultima occasione di aggregazione artistica che Lela ricorda con particolare affezione è stata invece, nel 2002, la manifestazione *Poesia e Tradizione* organizzata insieme a Lia de Martino e tenutasi a Matera in via San Biagio<sup>174</sup>. Per qualche anno, circa dal 2006, Lela e Michele hanno collaborato con il Liceo Artistico di Matera coordinando alcuni progetti didattici; un'esperienza impegnativa ma soddisfacente che Lela ha accolto con entusiasmo e interesse. Nella loro bottega, in uno spazio galleria situato nelle vecchie cantine sotterranee al laboratorio, i due artigiani hanno spesso ospitato negli anni mostre e esposizioni di colleghi e artisti locali, nel segno della collaborazione e del confronto che da sempre ha caratterizzato il loro percorso personale e creativo. Nel 2008 Lela e Michele partecipano alla I° Edizione di *Fucina Madre – Expo dell'Artigianato e del Design di Basilicata* per la quale presentano i progetti *legno, sassi, forme e figure*<sup>175</sup>.

---

<sup>170</sup> I temi principali relativi a queste ricerche su arte, simbologie e religione dell'Europa Antica sono contenuti nel suo libro *Il Linguaggio della Dea* (1989), nel quale l'autrice è riuscita a ricostruire la civiltà arcaica dell'Europa Antica e a riportare alla luce la presenza centrale del femminile nella storia. I suoi studi spaziano dal neolitico all'età del bronzo. A sostegno delle sue tesi, esamina i reperti, in parte già noti e in parte da lei stessa dissepoliti durante i suoi scavi nel bacino del Danubio e nel nord della Grecia, che comprendono un vastissimo repertorio di oltre 2000 manufatti, tutti riprodotti nel volume. Il libro è stato curato da Selene Ballerini.

<sup>171</sup> Il *Women's Fiction Festival*, nato dall'idea di Elizabeth Jennings, Maria Paola Romeo, Mariateresa Cascino e Giovanni Moliterni, è un evento dedicato alla narrativa femminile, con la particolare formula del Congresso per scrittori. Ai soci fondatori, si sono unite nel consiglio direttivo Giuditta Casale, blogger di *Giuditta Legge* e Becky Riches e Tiziana D'Oppido che coadiuvano il team nelle attività di progettazione e organizzazione. Ogni anno il festival celebra la scrittura e la lettura con tre giorni di approfondimento culturale fra i Sassi di Matera. Un'occasione di incontro per chi scrive e per chi legge. Nel 2019 la sedicesima edizione del *Women's Fiction Festival* è stata sospesa: hanno contribuito alcuni cambiamenti interni all'associazione e soprattutto l'incertezza dei finanziamenti normalmente destinati all'iniziativa.

<sup>172</sup> AA.VV., *Fuori traccia. Insoliti itinerari materani*, Matera, Altrimedia Edizioni, 2017.

<sup>173</sup> Intervista a Lela Campitelli del 13 agosto 2020.

<sup>174</sup> Lia de Martino, figlia maggiore di Ernesto de Martino e Anna Macchioro, si è spenta il 25 gennaio 2019. Poetessa e pittrice protagonista di performance, Lia era molto sensibile alle tematiche scelte e alle teorie elaborate dal padre intorno al mondo popolare subalterno, alle tradizioni popolari, al concetto di presenza e al ruolo del simbolismo mitico-rituale. Rimasta vedova del pittore Angelo Gutierrez, nel 2000 aveva deciso di trasferirsi a Matera, dove aveva ancora amicizie di lunga data. È rimasta a Matera per sette anni, figura ben voluta a molto presente nella vita culturale della città, poi, per motivi di salute, è ritornata a Roma, dove ha trascorso gli ultimi anni della sua vita.

<sup>175</sup> *Fucina Madre. Expo dell'artigianato e del design in Basilicata. Basilicata Design & Craft Expo*. Matera 21-25 Aprile 2018, APT Basilicata, pp. 152 - 153.

Lela è attualmente impegnata nel conseguimento della qualifica di Maestro Artigiano, mentre nel 2011 è stata una dei nove artigiani a fare richiesta per l'utilizzo del marchio collettivo *Matera Doc* ideato nel 2008 al fine di identificare e promuovere le produzioni artistiche e artigianali del territorio; un'iniziativa che come già spiegato non ha avuto molto seguito.

Insieme ad Angela Ramundo con la sua bottega *Crea che Ricrea*, il laboratorio *Materia* di Lela Campitelli e Michele Ascoli fa attualmente parte del progetto *Percorsi Accoglienti* promosso nel 2019 da Confartigianato *Matera*<sup>176</sup>.

Il primo dicembre 2020, solo qualche settimana dopo aver intervistato Lela nel suo laboratorio, ho appreso con grande dolore e infinita tristezza che Michele ci ha lasciati. Lela mi dice per telefono: «adesso dovrò ricominciare, senza di lui ma con il suo lascito».

È stata per me una grande occasione conoscere Michele qualche anno fa e a lui dedico questo lavoro. A lui, e a Lela, è dedicata anche la fotografia posta in prima pagina, scattata nel 2012 in occasione della mostra fotografica *MANIPOLAZIONI. Il sapere nelle mani*: il ritratto delle sue mani, sulle quali sono impressi i segni del lavoro di una vita, è una delle foto che amo di più<sup>177</sup>.

#### 4.8 Arterego di Margherita Albanese

Margherita Albanese ha 49 anni ed è originaria di Corato in provincia di Bari. Il suo lavoro è basato essenzialmente sulla tecnica del mosaico che ha affinato negli anni grazie alla pratica e alla sperimentazione.

Il percorso di studi di Margherita è lontano da quella che diventerà la sua vocazione. Dopo essersi diplomata in ragioneria si è iscritta alla Facoltà di Architettura concludendo nello stesso tempo i suoi studi di pianoforte, ma ben presto ha scoperto la tecnica di composizione pittorica che forse più di tutte incarnava la sua vera vocazione: il mosaico.

Quando aveva circa ventidue anni ha iniziato a lavorare nell'azienda di famiglia, dove suo padre produceva marmi, nel settore amministrativo. Questo le ha dato la possibilità di avere a disposizione una gran quantità di materiali di scarto. Si trattava per lo più di materiali “non artistici”, poveri, scarti industriali che avevano perso la capacità di assolvere il compito a cui erano destinati. Per circa sette mesi Margherita si è trasferita a Ravenna dove ha approfondito le sue conoscenze da autodidatta presso la bottega di un maestro ravennate. Ha frequentato corsi di approfondimento con Sergio Cicognani, uno dei Maestri fondatori del gruppo *Mosaicisti dell'Accademia di Belle Arti di Ravenna* scomparso nel 2019 all'età di 92 anni e Liborio Puglisi, altro mosaicista ravennate. Tornata a casa ha continuato a sperimentare le antiche tecniche decorative apprese a Ravenna elaborandone delle proprie e adattandole ai materiali poveri e di recupero che aveva a disposizione.

Nel 2001, dopo essersi sposata, si è trasferita a *Matera* e ha iniziato a lavorare presso un'azienda locale di marmi dove è rimasta per sette anni fino al 2009. Questo lavoro le ha permesso, nel tempo libero, di portare avanti le sue passioni artistiche e nel frattempo di occuparsi dei suoi due figli. Già nel 2001 Margherita aveva fatto richiesta presso il Comune di *Matera* per la concessione di un locale nei Rioni Sassi ma solo nel 2013 le è stato assegnato quello che è diventato poi *Arterego*, il suo attuale laboratorio artistico. Nel frattempo, la sua mansarda è diventata anche il suo laboratorio e ha iniziato ad esporre i suoi manufatti in alcuni mercatini di *handmade* e artigianato artistico e successivamente presso alcuni punti vendita della città di *Matera*. A questo proposito Margherita mi racconta come per alcuni anni è riuscita grazie al passaparola a commercializzare le sue creazioni e ad avviare la sua attività da libera professionista<sup>178</sup>.

---

<sup>176</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata.

<sup>177</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata.

<sup>178</sup> Vedi: Legge 771/86: Regolamento per l'assegnazione In sub-concessione di immobili ed aree di proprietà dello Stato nei Rioni Sassi, integrata e modificata con delibera di C.C. n. 36 del 08/04/1998.



Nel 2016, dopo aver terminato i lavori di ristrutturazione, Margherita ha finalmente aperto il suo laboratorio artistico nel cuore del Sasso Barisano, trasformando quella che fino ad allora era stata una passione in lavoro<sup>179</sup>.

Con il passare degli anni alla tecnica del mosaico ha affiancato l'esplorazione di altre tipologie di lavorazione sempre partendo da materiali poveri come il tufo, le pietre, i bottoni, le stoffe e i metalli e iniziando ad assemblare e ricombinare questi scarti trasformando i suoi lavori in originali creazioni artistiche. La sostenibilità è sicuramente alla base di ogni sua creazione. Nel suo laboratorio attualmente Margherita continua a realizzare splendidi mosaici ma anche lampade, specchi, complementi d'arredo, collane, cappelli e borse. Ogni creazione è lavorata interamente a mano, dalla preparazione dei materiali alla composizione finale. L'unico macchinario che Margherita utilizza è la sua macchina da cucito. Il risultato è un manufatto sempre unico che si distingue dagli altri.

Una parte importante della sua produzione è costituita anche dalla rappresentazione di soggetti legati all'arte sacra, realizzati utilizzando il mosaico insieme ad altre tecniche decorative. Realizza questi soggetti su commissione grazie anche al passaparola essendo una delle poche mosaiciste a utilizzare tessere da mosaico interamente tagliate a mano. È attualmente impegnata nella rappresentazione di una Via Crucis presso la Chiesa di Grassano Scalo.

Il minimalismo e l'arte povera sono le idee a cui i suoi lavori si ispirano, combinati in un sapiente equilibrio di colori, forme e materiali. L'idea è di restituire a questi materiali di scarto, come ad esempio la polvere di tufo ricavata dalla lavorazione, la loro autenticità originaria. Gli oggetti in disuso, invece, perdono la loro funzione originaria e riacquistano un nuovo valore d'uso. Un esempio sono le grandi damigiane di vetro, una volta utilizzate per conservare il vino, che Margherita ha riconvertito in lampade e originali complementi d'arredo grazie all'utilizzo di un impasto ottenuto con la polvere di tufo e la cartapesta. L'idea è nata dall'incontro con i vecchi proprietari dei locali nei quali attualmente si trova il suo laboratorio artistico che le raccontarono come il vicinato in cui si trova adesso fosse una volta abitato da un cavatore di tufo, un produttore di vino e un cartapestaio. Margherita ha assemblato insieme questi elementi e ha voluto dare nuova vita a quella che era stata un'antica storia di vicinato celebrando in un certo senso il ripopolamento di questa zona dei Sassi<sup>180</sup>. La continua ricerca artistica parte dai materiali e dalle forme che affondano le loro radici nell'arte popolare. Le tradizioni locali come anche i costumi e le tradizioni artistiche materane caratterizzano il percorso creativo come anche le sue produzioni artistiche. Nei suoi manufatti si può riconoscere il connubio tra quelle che sono tecniche di fabbricazione solitamente maschili come la lavorazione del tufo e della cartapesta e altre prettamente femminili come il cucito e il ricamo. Le tecniche sono quelle tradizionali combinate con materiali solitamente utilizzati per altri scopi, come ad esempio i suoi lavori di bigiotteria realizzati con fili metallici attraverso l'antica tecnica dell'uncinetto. Margherita durante il nostro incontro descrive così il suo percorso artistico:

A volte basta deviare il proprio percorso di un solo passo dalla solita via. A quel punto, costretti a posare anche il secondo piede, tutto d'un tratto ci si ritrova lungo un sentiero sconosciuto, un vicolo incantato che conduce ad un mondo suggestivo dove anche le cose hanno un'anima perché figlie del tempo, del lavoro di due sole mani e di un unico cuore. Tutto questo è il mio mondo, tutto questo è *Arterego*.

Il desiderio di Margherita è quello, in futuro, di poter ampliare il suo laboratorio in modo da potersi dedicare anche alla didattica e organizzare corsi di formazione nella tecnica del mosaico. Fino ora ha collaborato con il Liceo Artistico Statale Carlo Levi di Matera grazie ai progetti formativi di Alternanza scuola-lavoro. Nel 2017, con dodici studenti tra i sedici e i diciassette anni che hanno frequentato i progetti formativi, è stata allestita presso il suo laboratorio una mostra dal titolo *Acqua – scultura e mosaico*: partendo dal tema dell'acqua, bene primario e di vitale importanza nella logica abitativa degli antichi quartieri Sassi, i ragazzi hanno realizzato alcune sculture utilizzando la tecnica di composizione artistica del mosaico. L'attività di

---

<sup>179</sup> *Arterego di Margherita Albanese*, Via Rosario, 48, 75100 Matera.

<sup>180</sup> Intervista a Margherita Albanese del 3 luglio 2020.

formazione le permette anche di fronteggiare la mancanza di lavoro nei mesi in cui i flussi turistici non sono così consistenti come nel periodo estivo.

La sua clientela è composta soprattutto da un pubblico femminile e da turisti disposti ad apprezzare il valore artigianale delle sue produzioni e le caratteristiche di sostenibilità che sono alla base del suo lavoro.

Attualmente Margherita Albanese è Presidente del CNA sezione Artigianato Artistico e Tradizionale; un ruolo che le consente di confrontarsi spesso con gli altri artigiani e monitorare meglio il comparto. Tra i progetti più recenti per i quali Margherita Albanese si è fatta portavoce del CNA, insieme a Leonardo Montemurro, Presidente regionale del CNA Basilicata: la riattivazione della procedura per il riconoscimento del marchio Matera Doc; la creazione del quartiere degli artigiani nei rioni Sassi; il Progetto ARTIGI@NI per lo sviluppo di nuove figure professionali grazie alla contaminazione tra artigiani, artisti, microimprenditori e giovani designer<sup>181</sup>.

Margherita è fermamente convinta dell'originalità e della qualità che contraddistingue l'attuale settore del comparto artigianale materano, caratterizzato dalla singolarità e dall'individualità del prodotto, oltre che dall'utilizzo di materiali originari del territorio.

#### **4.9 Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi**

All'interno del rione del Sasso Barisano, da circa 30 anni, in una piccola bottega artigiana si riproducono in tufo calcareo le miniature delle suggestive architetture dei Sassi.

A fondare il laboratorio *Sassi in Miniatura* è stato un abile artigiano materano, Eustachio Rizzi, che è riuscito a tramandare i segreti della sua arte e l'amore per la sua terra a tre dei suoi cinque figli: Piero e Enrico che si occupano come lui della lavorazione del tufo e Nunzia, responsabile delle vendite<sup>182</sup>.

Ho conosciuto il maestro Rizzi circa quindici anni fa quando per caso sono entrata nella sua bottega e in occasione dei miei studi universitari ho deciso di intervistarlo; con gli anni ho conosciuto anche sua moglie e i suoi due figli e spesso mi sono soffermata sulla soglia a chiacchierare con loro e ad ascoltare le storie dei Sassi. Le creazioni in tufo di Eustachio sono lavori dove rivivono le memorie del maestro. Insieme a sua moglie Filomena, sono stati un esempio per quanti hanno creduto negli anni nelle opportunità determinate dal turismo. Con i suoi Sassi in miniatura ha contribuito a costruire una pagina interessante e reale dell'offerta turistica materana. Ex dipendente comunale, in pensione da quasi 40 anni, Eustachio Rizzi desiderava fare qualcosa per il futuro dei suoi figli, e a lui va il merito di averci creduto tra speranze, sacrifici e soddisfazioni. Nel 1987 Eustachio acquistò i locali di Via Fiorentini e aprì la sua bottega nei Sassi nel 1990. Prima di allora si dilettava a realizzare presepi in cartapesta. Iniziò a scolpire piccoli oggetti e souvenir di viaggio per i turisti che, di tanto in tanto, visitavano i Sassi e che, anche per caso, si fermavano presso la sua bottega attirati dalle piccole sculture in tufo che Eustachio esponeva all'esterno.

Per tre lunghi anni, dal 1996 al 1999, il maestro Rizzi decise di portare avanti una sua sfida personale e cioè ricostruire fedelmente in tufo il centro storico materano. Inizialmente realizzò la miniatura in polistirolo ma in seguito, armato di scalpello e martello, iniziò a scolpirla in tufo, riuscendo a riprodurre, nei minimi particolari, vicoli, piazze, strettoie, case, fontane, chiesette e persino l'atmosfera degli storici rioni. Aguzzando lo sguardo, si possono intravedere le luci che illuminano le finestre delle case, dei camini, dei bugnati sulle balconate; i carretti fuori dalle abitazioni e persino le miniature degli abitanti che popolavano i vicinati. La sua opera, disposta su un piano di 12 metri quadri e del peso di 35 quintali, è ormai meta obbligata dei turisti, soprattutto stranieri che visitano la città lucana. Il poeta materano Franco Palumbo, co-fondatore e ex presidente del circolo culturale "La Scaletta", descrisse così quest'opera:

Guardo i lavori di Eustachio Rizzi e il filo della memoria riprende a dipanarsi per le vie, le scale, i casali, i vicinati dei Sassi di Matera, quando la gente gli dava linfa. Tuffando lo sguardo sul plastico di un paese in miniatura, dove ritrovo le chiese, i luoghi dei giuochi, dove intravedo le luci che esaltano i volumi delle case, degli interni, dei camini,

---

<sup>181</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata.

<sup>182</sup> *Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi*, Via Fiorentini, 82, 75100 Matera.

dei bugnati sulle balconate, sento che chi li ha vissuti come Rizzi, può, sul filo dell'anima plasmare i luoghi della nascita; le grotte dove risultano ancora evidenti i segni della morte, le iconografie dei "santi contadini". Le opere di Rizzi sono dei messaggi di ottimismo, attraverso il suo lavoro si può rilevare che gli antichi rioni possono ancora rivivere; con la fantasia di chi li modella in tufo e cartapesta. Sagome di casali riproposti così come Rizzi li ha visti vivere, frammenti di un passato recente rimasti nella memoria, palpitanti. Rizzi scommette con i restauratori del momento, con quelli che sanno come si ricavava una volta, una scala-tetto, una cisterna; lui li ricostruisce nei minimi particolari, gli angoli più caratteristici del Caveoso e del Barisano, definisce esattamente i vicoli, i percorsi del mulo quando tornava alla stalla, colora le facciate come facevano gli abitanti il quindici di agosto, ogni anno dopo il raccolto, per ridare freschezza e vigore agli ambienti in attesa della stagione invernale, che li obbligava a rimanere chiusi attorno ad un braciere. Con umiltà, tra una pausa e l'altra della sua giornata di lavoro, Rizzi unisce il presente al passato nell'equilibrio di un costruire solido e popolare, una figurazione deformata accesa di colori, facendo convivere il ricordo con il desiderio di rivedere ritornare la vita nei suoi Sassi. Tramanda emozioni; la sua testimonianza si estrinseca nel sovrapporre materiali poveri ricavando le irripetibili sensazioni di quei luoghi unici per la loro storia, per la loro architettura, ma innanzi tutto per la storia dell'uomo<sup>183</sup>.

I suoi figli, Enrico e Piero, hanno rispettivamente 45 e 55 anni. Entrambi hanno lavorato per molti anni nel settore del mobile imbottito come tappezzeri, sviluppando già allora una buona manualità. Piero, il maggiore dei due fratelli, aveva imparato il mestiere di tappezziere sin da piccolo lavorando come apprendista presso la storica bottega di "Coretti Colaianni". Dopo il servizio militare è tornato a Matera e ha iniziato a lavorare presso il salottificio "Nicoletti" fino al 2006, quando la crisi del distretto del mobile imbottito lo ha costretto ad accettare la cassa integrazione<sup>184</sup>. Enrico invece lavorava presso il salottificio Natuzzi, ma nel suo tempo libero aiutava il padre nel lavoro di bottega iniziando a scolpire piccole sculture in tufo e facendo tesoro dei suoi consigli. Come successe per suo fratello maggiore, anche lui negli stessi anni fu obbligato ad accettare la cassa integrazione. Nel frattempo, i flussi turistici stavano aumentando e Eustachio, non era più in grado di far fronte da solo alla conseguente richiesta di mercato. I due fratelli, trovandosi senza lavoro, decisero allora di affiancare il padre nell'attività di bottega concorrendo alla produzione di oggettistica e souvenir. Enrico già da qualche anno aiutava suo padre in bottega; per Piero invece, scolpire il tufo, era una novità. Subentrati al padre, Enrico e Piero hanno contribuito alla diversificazione della produzione di bottega e, ai presepi e alle miniature dei Sassi realizzate da Eustachio, si sono aggiunti altri manufatti in tufo e complementi d'arredo contemporanei, come ad esempio: sculture, bassorilievi, orologi, lampade e lumi. Con il passare degli anni Enrico e Piero hanno acquisito più sicurezza grazie anche alla richiesta straordinaria derivata dall'aumento dei flussi turistici dovuto in gran parte alla scelta di Matera come set cinematografico di importanti film internazionali<sup>185</sup>. Da qualche anno Eustachio non lavora più anche se passa ancora molto tempo nella bottega in compagnia di sua moglie Filomena e dei suoi figli che ormai gestiscono autonomamente l'attività e tutta la produzione in tufo.

Piero si occupa per lo più di sculture figurative, mentre Enrico della realizzazione dei complementi d'arredo; entrambi continuano a scolpire in tufo le miniature dei Sassi e realizzare bassorilievi, piccoli oggetti e *souvenir* turistici. Il loro lavoro è, in un certo senso, complementare ma in ogni caso solo un occhio attento riuscirebbe a distinguere le creazioni dell'uno o dell'altro.

Alcuni oggetti riprendono le linee e le forme degli utensili tradizionali, come, ad esempio, i vecchi mortai e i marchi da pane, o ancora riproducono le figure popolari della tradizione.

A seconda del tipo di lavorazione, Enrico e Piero utilizzano diverse tipologie di pietra calcarea: la roccia arenaria, anche detta "tufo swardato", proveniente dalle cave di tufo delle località di Montescaglioso e Matera, ma anche la "pietra leccese" che ha una grana più fitta e pregiata e viene solitamente usata in campo

---

<sup>183</sup> Vedi: <http://www.materasassiiinminiatura.it/>

<sup>184</sup> Il distretto del mobile imbottito della Basilicata è stato istituito nel 2001 e la città di Matera è stata per molti anni, insieme alle città di Santeramo e Altamura, la punta storica del triangolo del salotto. Dopo qualche anno, il settore è entrato in crisi spostando la propria produzione all'estero; molte aziende dislocate tra Matera e Montescaglioso sono scomparse e migliaia di lavoratori hanno si sono ritrovati disoccupati.

<sup>185</sup> L'aumento dei flussi turistici a cui facciamo riferimento coincide, nel 2004, con l'uscita nelle sale cinematografiche di tutto il mondo del film *The Passion of the Christ*, scritto e diretto da Mel Gibson e interamente girato tra Matera e Cinecittà.

artistico in sostituzione del marmo<sup>186</sup>. Molti degli attrezzi utilizzati nella lavorazione sono stati appositamente inventati da Eustachio e dai suoi figli adattando scalpelli e seghetti e conferendogli così una nuova funzione d'uso adatta alla durezza del tufo.

Subito prima del *lockdown*, imposto dal governo a causa della pandemia di COVID-19, Enrico e Piero avevano iniziato i lavori di ammodernamento della bottega, che si sono conclusi con la sua riapertura nel mese di maggio e che gli hanno conferito una veste più moderna ampliandone sia la parte destinata all'esposizione e alla vendita dei prodotti che quella retrostante riservata al laboratorio. Il rifacimento ha compreso la ristrutturazione dei locali sottostanti dove è stata spostata la grande scultura de *I sassi in miniatura* e allestito uno spazio di esposizione che comprende anche altre riproduzioni in tufo raffiguranti i luoghi simbolo della città: il Castello Tramontano che sovrasta il centro storico della città di Matera, la Cattedrale, la Chiesa di San Pietro Barisano o ancora la Chiesa Rupestre di Madonna dell'Idris. Uno spazio dedicato a turisti e visitatori che possono ammirare e fotografare le opere in tufo del Maestro Rizzi e ascoltare nello stesso tempo dalla voce dei suoi figli il racconto della sua nascita.

Per rafforzare il loro legame con il passato e la tradizione, dall'altra parte della strada, la famiglia Rizzi ha allestito nel 2009 un piccolo museo privato, la *Casa Grotta Antica Matera | C'era una volta...*, che riproduce le antiche abitazioni dei Sassi e che prende il nome dalla omonima rappresentazione teatrale che la famiglia Rizzi mise in scena nel 1985 dal titolo *C'era una volta...*<sup>187</sup>. I locali, acquistati nel 2007, sono allestiti con singolari sculture in tufo che simboleggiano, in parte, la vita, le arti e i mestieri degli antichi rioni Sassi. In un anno di lavoro, la Famiglia Rizzi ha saputo realizzare opere che sembrano raccontare, con l'espressione dei volti, le fatiche e le emozioni cristallizzate, di una vita ormai passata. Questo luogo singolare, infine, racconta con arredi e sculture, la vita tra le mura domestiche della civiltà materana fino alla fine degli anni Sessanta<sup>188</sup>.

Le opere di Eustachio Rizzi hanno ricevuto negli anni importanti riconoscimenti, come l'inserimento nel 2015 nel portale dedicato ai mestieri d'arte italiani d'eccellenza, Italia su Misura, un progetto dell'Associazione Osservatorio Mestieri d'Arte (OmA), insieme alla Fondazione Cologni e al Gruppo Editoriale, nato grazie al sostegno di venti fondazioni bancarie italiane<sup>189</sup>.

#### 4.10 Alessandro Castano Ebanisteria & Restauro

Alessandro Castano è un giovane ebanista e restauratore materano di 40 anni. La sua passione per il legno e per il restauro è iniziata quando era molto piccolo dal momento che sul terrazzo della sua casa a Metaponto aveva ricavato uno spazio tutto per sé per cimentarsi in piccoli lavori con il legno. Ha iniziato a imparare il mestiere quando aveva sedici anni e frequentava ancora le scuole superiori. Durante i mesi estivi, Alessandro si recava nel tempo libero presso il laboratorio di restauro di suo zio in via Tommaso Stigliani, dove ha cominciato a imparare l'arte del restauro. Dopo il diploma ha iniziato l'apprendistato presso la bottega di restauro del maestro Emanuele Mancini, in via Pentasuglia, indicatagli dallo stesso zio che nel frattempo aveva chiuso il proprio laboratorio e cambiato attività. Ha iniziato con un piano di lavoro professionale finanziato dalla Regione Basilicata e dopo un anno è stato assunto come apprendista. Il suo apprendistato è durato cinque anni e, dopo otto anni presso il laboratorio di restauro del maestro Mancini, Alessandro ha deciso di concedersi una pausa di riflessione dal lavoro e trasferirsi a Rennes in Francia per due anni dove di tanto in tanto frequentava per curiosità la bottega di un liutaio.

Insieme al suo maestro ha lavorato per la Soprintendenza ai Beni Culturali della Basilicata spostandosi in tutta la regione e restaurando cori lignei, casse d'organo e antichi portoni. Questa esperienza lavorativa gli ha permesso qualche anno fa di conseguire l'abilitazione come "tecnico del restauro per i beni culturali",

---

<sup>186</sup> Sebbene il nome "tufo" vada propriamente riservato a formazioni di origine vulcanica, esso viene utilizzato per indicare rocce diverse, accomunate dal fatto di essere leggere, di media durezza e facilmente lavorabili. In particolare, in alcune regioni italiane prive di giacimenti tufacei vulcanici viene chiamato tufo il calcare poroso, ad esempio: il tufo delle Puglie o quello utilizzato nella costruzione dei rioni antichi della città di Matera.

<sup>187</sup> *Casa Grotta Antica Matera | C'era una volta...*, Via Fiorentini, 251, 75100 Matera.

<sup>188</sup> Vedi: <https://www.anticamatera.it>.

<sup>189</sup> Vedi: <http://italia-sumisura.it>.

una figura professionale che solitamente affianca il restauratore di beni culturali. Grazie al suo maestro ha avuto la possibilità di collaborare con i migliori artigiani materani che in quegli anni facevano parte, insieme al Signor Mancini, del *Consorzio per l'Artigianato d'Arte Altobello Persio*, noto scultore lucano della cartapesta. Alessandro ricorda con molta affezione l'esperienza con il Consorzio e ancora oggi, nell'affrontare alcune problematiche legate a problemi e soluzioni da adottare nel suo lavoro, gli vengono alla mente i discorsi tra il suo maestro e gli altri artigiani<sup>190</sup>.

Tornato in Italia, egli ha aperto la sua bottega nell'anno 2010 registrandosi come artigiano presso l'Ente Camerale di Matera e da qualche anno ha affiancato al punto vendita in viale Europa un laboratorio più grande situato in centro città che utilizza anche come deposito<sup>191</sup>. La sua bottega, a differenza di molte, non è situata nella zona centrale della città ma questo è dovuto anche al fatto che la sua non è un'attività legata al mercato e ai flussi turistici<sup>192</sup>. La committenza è soprattutto locale e la promozione della sua attività avviene in gran parte con il passaparola o in alcuni casi grazie alle piattaforme *on line*.

Oltre al restauro di mobili antichi, Alessandro vende anche mobili usati, oggetti d'epoca e una gran quantità di libri, molti dei quali sulla storia e cultura locale. Da lui mi è capitato di acquistare alcuni testi utili a questa ricerca che non sarei riuscita altrimenti a recuperare. La sua attività principale rimane comunque il restauro di mobili e antichi portoni che avviene esclusivamente rispettando le tecniche tradizionali e i materiali originari. In questo campo le nuove tecnologie vengono utilizzate unicamente nella diagnostica dei materiali e delle problematiche legate al riconoscimento, prevenzione e risoluzione del tarlo del legno. Durante i lavori di ristrutturazione della Cattedrale di Matera, durati circa dieci anni, Alessandro ha partecipato per tramite della ditta appaltatrice al restauro di alcune parti in legno come ad esempio gli antichi confessionali.

Per i primi tre anni di attività egli ha lavorato da solo ma da circa un anno ha assunto due apprendisti a cui sta insegnando il mestiere del restauro e anche la passione e l'entusiasmo per questo lavoro. Ammette che non è stato comunque facile trovare qualcuno disposto a imparare questo mestiere. Attualmente sta anche collaborando con due giovani studentesse della Scuola di Alta Formazione in Conservazione e Restauro di Matera che gli hanno chiesto di poter fare pratica nel suo laboratorio. Quest'esperienza gli ha permesso di confrontarsi con altre discipline associate oggi all'arte del restauro come, ad esempio, la chimica e la fisica. Alessandro è al tempo stesso artigiano e imprenditore di sé stesso; ama molto il suo lavoro ma meno gli aspetti burocratici legati alla gestione legale dell'attività perché inevitabilmente gli porta via molto tempo che invece preferirebbe dedicare al lavoro manuale. Purtroppo, le restrizioni economiche legate in generale al mondo dell'artigianato non gli permettono di assumere altri dipendenti che possano aiutarlo in questo compito. Sebbene il restauro rientri nella categoria dell'artigianato artistico lo è nella misura in cui si ricollega al campo delle discipline artistiche. Il suo, è un mestiere molto specializzato che richiede conoscenza e competenza nell'adottare e rispettare le antiche tecniche e i procedimenti del passato. Piuttosto che di creatività Alessandro preferisce parlare di "prontezza e agilità mentale" nella risoluzione dei problemi tecnici che di volta in volta si trova a dover affrontare: «non si può davvero essere creativi nell'arte del restauro ma si può mantenere invece la creatività che era alla base dell'idea originaria del costruttore»<sup>193</sup>. Portare alla luce i materiali primari è ciò che lo rende entusiasta del suo lavoro. Alessandro tiene particolarmente al rispetto delle tecniche costruttive e dei materiali originari e a questo proposito dedica molto tempo all'aggiornamento e alla lettura di testi antichi sull'arte e la tecnica del restauro.

Nonostante il suo lavoro sia estraneo ai flussi turistici che da qualche anno hanno investito la città di Matera, Alessandro è molto legato al territorio ed è consapevole che il turismo possa essere una componente economica importante ma puntare soltanto su un tipo di artigianato destinato al mercato turistico sarebbe per lui un grande rischio e non avrebbe in ogni caso molto senso vista la natura del suo lavoro. La stessa

---

<sup>190</sup> Intervista a Alessandro Castano del 22 giugno 2020.

<sup>191</sup> Attualmente il codice Ateco relativo alla categoria del restauratore classifica questo mestiere nella categoria generica di "riparatore di mobili" non tenendo in considerazione la differenza sostanziale tra falegnameria e tecnica del restauro di mobili antichi relativa al campo dei beni culturali.

<sup>192</sup> *Alessandro Castano Ebanisteria & Restauro*, Viale Europa, 6, 75100 Matera.

<sup>193</sup> Intervista a Alessandro Castano del 22 giugno 2020.

scelta di trasferirsi in una strada che, seppure lontano dal centro, è situata in una zona trafficata, gli garantisce infatti la visibilità di una committenza soprattutto locale. Lo stesso vale per la vendita dei mobili di antiquariato e dei libri usati che avviene in gran parte tramite *e-commerce*. La sostenibilità, il recupero e il rispetto della tradizione caratterizzano il suo lavoro e sono per lui un modo di pensare e di vivere.

Il suo rammarico rimane quello di non riuscire a collaborare con altri artigiani a causa della mole di lavoro che lo tiene occupato ma anche della competizione che spesso si viene a creare all'interno di questo ambiente e che ricalca per certi versi la segretezza che in passato caratterizzava la comunità artigiana. Il confronto e lo scambio sono per lui motivo di crescita.

Alessandro è uno dei pochissimi restauratori di mobili antichi presenti in città e a differenza di altri suoi colleghi il suo percorso è caratterizzato, come succedeva in passato, da molti anni di apprendistato. La sua esperienza presso la bottega del suo maestro gli ha permesso di apprendere i “segreti del mestiere” ma anche di fare tesoro delle competenze apprese dagli artigiani più anziani<sup>194</sup>.

#### 4.11 Geppetto Artigianato Artistico - Marco Brunetti

La bottega *Geppetto Artigianato Artistico* situata nella centralissima Piazza Sedile, nelle vicinanze del Duomo, nasce da un'idea di Nicola Rizzi, docente materano di Lingua e Civiltà Inglese, che sin da giovane ha coltivato l'interesse per la storia e le tradizioni della propria città<sup>195</sup>, il quale, nel 2001, insieme ad altre persone, tra cui Peppino Mitarotonda, e successivamente suo figlio Francesco e suo nipote Marco Brunetti, decide di costituire una società ed aprire un punto espositivo destinato alla vendita di prodotti artistici e di antiquariato. In questo contesto il compito di Marco era inizialmente quello di occuparsi della parte amministrativa e gestionale. Oltre alle opere di Peppino Mitarotonda e le sculture di noti artisti che con lui hanno collaborato, il negozio esponeva anche i *cuccù* di Tommaso Niglio, maestro artigiano e noto produttore di fischietti in terracotta, con alle spalle una lunga tradizione familiare nell'arte della fabbricazione e decorazione dei *cuccù*<sup>196</sup>. Il mercato locale, rappresentato già in quegli anni da una buona clientela turistica, mostrò subito interesse per questo tipo di manufatto tradizionale, probabilmente più commerciabile rispetto alle opere scultoree e antiquarie presenti nel negozio. Tra gli obiettivi iniziali della società, che aveva portato infatti alla scelta di una location centrale situata subito a ridosso del centro storico, come quella di Piazza Sedile, c'era anche quello di iniziare a giovare dei flussi turistici che stavano, ormai da qualche anno, investendo la città e modificando le nuove esigenze di mercato generando un nuovo interesse nei confronti dell'artigianato artistico e tradizionale<sup>197</sup>. Marco si rese conto, dopo qualche anno, che la vendita dei *cuccù* costituiva un'entrata economica importante per l'intera attività, la cui richiesta, purtroppo, la sola produzione di Tommaso Niglio non riusciva più a soddisfare, decidendo così di imparare da sé a fabbricare i noti fischietti. Già da bambino Marco si era cimentato per gioco in quest'arte recandosi spesso presso il laboratorio di suo zio.

Marco Brunetti, che attualmente gestisce quella che è diventata una vera e propria bottega artigiana, ha 47 anni e ha iniziato relativamente tardi la sua attività di artigiano. Laureato in giurisprudenza presso l'Università degli Studi di Bari, ha proseguito la sua preparazione universitaria e completato il praticantato, fino a diventare avvocato. Ha portato avanti la sua professione per qualche anno, fino a quando, insieme a sua madre e suo cugino Francesco, ha iniziato a realizzare i suoi primi *cuccù* lavorando nell'autorimessa della sua abitazione. Inizialmente è stato difficile apprendere da sé le tecniche costruttive e i segreti di quest'arte manuale. Le difficoltà erano anche legate alla necessità di aumentare i volumi di produzione e velocizzare i tempi di fabbricazione. Mentre Marco si occupava della forgiatura, Francesco, che nel

---

<sup>194</sup> Intervista a Alessandro Castano del 22 giugno 2020.

<sup>195</sup> Nicola Rizzi è stato socio fondatore del circolo La Scaletta e dal 2006 al 2010 ne è stato il presidente. Dal 1984 al 1993 è stato consigliere comunale della città di Matera e dal 1986 al 1992 ha ricoperto la carica di Assessore alla Cultura e Pubblica Istruzione

<sup>196</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.2 Arte popolare e mestieri della tradizione agropastorale.

<sup>197</sup> In particolare, la riscoperta del territorio oltre i confini regionali e l'interesse mediatico nei confronti della città di Matera, dovute alla designazione nelle liste UNESCO, come Patrimonio Mondiale dell'Umanità nel 1993, hanno portato a un graduale aumento dei flussi turistici.

frattempo portava avanti anche i suoi studi universitari, della parte decorativa, fino a quando, conquistata una buona competenza tecnica, Marco iniziò a cimentarsi anche nella decorazione ottenendo dopo tanto esercizio un discreto successo. Marco è un convinto sostenitore del fatto che certe arti si apprendano con l'esperienza personale: «il mestiere dell'artigiano si impara lavorando. Un buon maestro ti insegna la tecnica ma la manualità nella realizzazione arriva solo dopo l'esperienza e dopo un proprio percorso artistico»<sup>198</sup>.

Nel frattempo la società originaria si smembra e rimangono soltanto Francesco e Marco a portare avanti il progetto iniziale. Quest'ultimo, nel 2008, affianca, all'area espositiva, uno spazio destinato a laboratorio, dove portare avanti la fabbricazione dei *cuccù*. Attualmente è Marco che si occupa della gestione e dell'intero processo produttivo, insieme a Giovanna ed Elisabetta assunte a tempo indeterminato che ormai da circa quattro anni lavorano con lui. Nato quindi come punto espositivo per raccogliere e distribuire le opere artistiche degli artigiani locali, nel 2009 *Geppetto* diventa un luogo di produzione e vendita dei *cuccù*. Marco ha comunque mantenuto, in un certo senso, i propositi iniziali continuando ad esporre, ad esempio, alcune maioliche di suo zio Peppino, i marchi da pane realizzati in legno dall'artigiano Antonio Cosola, l'oreficeria di Simeone, a cui rimane molto legato, insieme alle opere ceramiche di altri artisti locali<sup>199</sup>.

La proposta è ampia e variegata, ma l'oggetto che tra tutti regna sovrano è il *cuccù*: il fischiello in terracotta modellato in forma di galletto che viene proposto in forme, lavorazioni e colorazioni differenti. Negli anni Marco ha sperimentato qualsiasi variazione sul tema classico che gli venisse in mente: dal colore alla forma, dalla pittura a freddo alla ceramica. Il rapporto con la tradizione è ovviamente visibile nella scelta del fischiello tradizionale come protagonista del suo lavoro ma la personalizzazione rende questo oggetto un manufatto artigianale contraddistinto dall'originalità del suo autore.

La scelta di dedicarsi esclusivamente alla produzione di *cuccù* deriva innanzitutto da un'esigenza di tipo commerciale ma il *cuccù* è per Marco anche l'oggetto di una passione nata quando era ancora molto piccolo. Il *cuccù* è un oggetto legato alla sua infanzia, lo ha sempre affascinato e gli capitava spesso di vederlo in casa come "oggetto della tradizione": suo padre, di origini pugliesi era molto affezionato al *cuccù* e lo offriva spesso come regalo ai suoi dipendenti<sup>200</sup>. Marco Brunetti si occupa dell'intero processo di realizzazione partendo dalla forma, ottenuta forgiando l'argilla rossa, fino alla decorazione. Ogni oggetto è unico ed è il prodotto della sintesi tra l'uso di una matrice comune e l'opera di decorazione e colorazione che li rende l'uno differente dall'altro. Accanto alla forma tradizionale che vuole il *cuccù* privo di abbellimenti e ornamentazioni ma dipinto dei colori primari e sgargianti, Marco ne propone alcuni più elaborati e altri invece in cui i materiali vengono proposti grezzi e senza colorazione. Il lavoro di rilettura, trasformazione e personalizzazione di questo oggetto della tradizione, che oggi ha perso la sua funzione originaria, è finalizzato a farne anche un elemento di arredo caratterizzato da originalità e modernità. Uno degli obiettivi di Marco è sempre stato quello di superare l'idea del *cuccù* come manufatto di arte povera e portarlo ad un livello di raffinatezza artistica più elevato. I suoi *cuccù* sono molto apprezzati, non solo a livello locale, ma anche da turisti e viaggiatori soprattutto stranieri. La bottega di *Geppetto* è inserita in molte e importanti guide di viaggio come la più nota *Lonely Planet* o la *Routard*, nota guida francese. La sua notorietà in Francia si deve sicuramente anche alla trasmissione *Echappées belles* trasmessa sul canale TV francese *France 5* che lo ha inserito in una puntata dedicata alla città di Matera.

La grande richiesta di mercato non gli lascia il tempo di assumere altri impegni, come la partecipazione a fiere ed esposizioni di settore, perché spesso Marco non riesce neppure a stare al passo con la produzione. Per lo stesso motivo non crede che la vendita online sia una buona idea, poiché la sua produzione riesce a malapena a soddisfare i quantitativi sollecitati dalla vendita diretta<sup>201</sup>.

---

<sup>198</sup> Intervista a Marco Brunetti del 30 settembre 2020.

<sup>199</sup> All'arte di Antonio Cosola, artigiano materano, che grazie ai suoi marchi da pane e alle riproduzioni in legno degli attrezzi agricoli mantiene viva un'abilità manuale legata alla cultura contadina, è dedicata la monografia di Antonella Mazzilli. Vedi: Mazzilli, A. (2011), *Geometrie naturali. L'arte di Antonio Cosola*, Re Media Edizioni Tecnico Sc.

<sup>200</sup> Intervista a Marco Brunetti del 30 settembre 2020.

<sup>201</sup> Intervista a Marco Brunetti del 30 settembre 2020.

Nel 2008, ha partecipato alla prima edizione del *Concorso Biennale Internazionale del Fischietto in Terracotta Città di Matera*, ottenendo il secondo posto e una menzione d'onore. Dopo di allora non ha più preso parte a iniziative di questo genere, in quanto l'attività si sviluppa bene da sé:

Lavoro tanto perché, fortunatamente, i miei prodotti sono molto apprezzati e devo produrne di continuo di nuovi per poter soddisfare la domanda, quello che faccio è molto spesso insufficiente. Non partecipo più a concorsi, fiere ed esposizioni e non *vendo on line* perché non saprei come soddisfare questa richiesta, non ho il tempo<sup>202</sup>.

Marco non ama solitamente essere al centro dell'attenzione, ma i suoi *cuccù* sono stati protagonisti in diverse occasioni importanti. Nel 2012 la città di Matera ha omaggiato il Dalai Lama, a cui è stata conferita la cittadinanza onoraria, con un *cuccù* realizzato da Marco Brunetti e in quell'occasione il leader della religione buddista lo ha suonato più volte. Questo episodio ha dato il via a quello che Marco ha chiamato, scherzosamente, *Cuccù Awards*. Nel 2012, un altro *cuccù* era stato regalato al regista e sceneggiatore Emir Kusturica in visita nella città dei Sassi per l'anteprima di *Materadio Europa 2012*. Nel 2015, la Fondazione Matera-Basilicata 2019, insieme a Rai Radio3, ha donato allo scrittore Andrea Camilleri un altro *cuccù* realizzato dall'artigiano Marco Brunetti. È accaduto che, nel corso della trasmissione *Materadio*, Marco ha portato la sua testimonianza con il Dalai Lama sul palco e in quell'occasione il direttore di Rai Radio3, Marino Sinibaldi ha annunciato allo scrittore, in diretta radiofonica, che la città di Matera avrebbe voluto donargli come regalo per il suo novantesimo compleanno un *cuccù* di terracotta suonato poi in diretta da Marco. È stato lo stesso Sinibaldi a recapitargli successivamente il tipico oggetto della tradizione artigiana materana: Andrea Camilleri lo ha suonato e una testimonianza fotografica di questo momento è stata recapitata con grande sorpresa a Marco. Dopo questi avvenimenti, più volte il Comune di Matera, gli Enti e le Associazioni si sono rivolti a Marco per omaggiare le personalità in visita a Matera dei suoi splendidi *cuccù*, come è successo ad esempio per Giorgio Napolitano o per l'attuale Presidente della Repubblica Sergio Mattarella.

Un *cuccù* della bottega *Geppetto* si trova attualmente esposto a Pennabilli (RN), nella casa museo di Tonino Guerra, poeta, scrittore e sceneggiatore italiano, a cui era stato donato nel 2009 dallo stesso Marco. Una collaborazione più recente invece è quella con il *MatIFF – Matera Art International Film* (16-19 settembre 2020) per il quale Marco ha realizzato diversi *cuccù* monocromatici con base in noce offerti in premio ai vincitori<sup>203</sup>. In quest'occasione Marco ha chiesto al collega e artigiano Massimo Casiello di realizzare per lui la base in legno.

Gli capita spesso di collaborare con Massimo Casiello ma anche con Raffaele Pentasuglia: a entrambi è legato da un rapporto di sincera amicizia e professionalità.

#### **4.12 Elisa & Janna - Gioielli Scultura di Elisa Tummillo e Johanna Curti**

Nel loro laboratorio situato in Piazza del Sedile, nel centro storico di Matera a ridosso dei Rioni Sassi, Elisa e Johanna disegnano e producono i loro gioielli scultura in rame riciclato, argento, bronzo, alluminio e pietre semipreziose, coniugando il passato legato al riuso di questi materiali e la contemporaneità delle forme<sup>204</sup>.

Elisa Tummillo ha 43 anni, originaria di Trieste, si è trasferita a Matera con la sua famiglia molti anni fa, per via del lavoro di suo padre, e ha frequentato a Mola di Bari la Scuola di Scultura dell'Accademia di Belle Arti. Dopo aver terminato gli studi, grazie ai preziosi consigli di un conoscente, decide di concretizzare la sua passione per la scultura dedicandosi alla gioielleria e iniziando a frequentare il noto laboratorio orafo di *Simeone* a Matera<sup>205</sup>. La sua esperienza è terminata dopo circa due mesi perché, per

<sup>202</sup> Intervista a Marco Brunetti del 30 settembre 2020.

<sup>203</sup> Quasi parallelamente, si è svolta a Matera anche la prima edizione del *Matera Film Festival* (24-26 settembre 2020), i cui premi sono stati invece realizzati dall'artigiano materano Tommaso Schiuma.

<sup>204</sup> *Elisa & Janna – Gioielli Scultura*, Piazza del Sedile, 23, 75100 Matera.

<sup>205</sup> *Simeone Orafi*, laboratorio e negozio di gioielli realizzati artigianalmente, Vico Fornaci 3, 75100 Matera.



motivi di salute, Elisa fu costretta a tornare a Bari dove rimase per circa due anni. Nel frattempo, aveva ventisette anni e fu contattata da una sua ex-collega che come lei aveva lavorato a Matera presso lo stesso laboratorio orafa proponendogli di mettersi in proprio e aprire insieme un loro laboratorio. Elisa decise di accettare ma nello stesso tempo sentiva il bisogno di approfondire meglio l'arte della gioielleria e decise di specializzarsi presso le scuole orafe di Firenze, dove rimase per sette mesi, cercando di tradurre la sua passione per l'arte e la scultura nell'arte della gioielleria. Nel 2006, rientrata a Matera, avviò con la sua ex collega la propria attività commerciale aprendo, tramite un prestito a lei stessa intestato, un laboratorio di gioielli situato in via Annunziatella. Le risorse economiche non erano molte e per iniziare Elisa si occupò semplicemente dell'assemblaggio di gioielli in argento e pietre; capitava anche che le due ragazze riuscissero a dedicarsi, su richiesta, alla creazione di pezzi propri. In realtà l'attività non andava molto bene e dopo quattro anni la sua collega si trasferì lasciandola da sola a gestire il laboratorio. Nel 2008 Elisa incontrò Johanna, che, trasferitasi a Matera dopo un'esperienza di dieci anni nel mondo della gemmologia e della gioielleria antiquaria a Londra, si era recata come cliente presso il suo laboratorio. Le due donne iniziarono lentamente a conoscersi diventando subito amiche.

Johanna ha 52 anni, è svedese e, trasferitasi a Londra, si era laureata in Archeologia del Centro America e si era subito appassionata alle pietre semipreziose dei corredi precolombiani specializzandosi in gemmologia e dedicandosi alla gioielleria antiquaria. Ha lavorato per molti anni presso alcune delle migliori ditte di Londra come gemmologa ed esperta di gioielli antichi. Il suo primo impiego è stato presso il noto negozio di gioielli *Bentley & Skinner* ed è durato circa sette anni<sup>206</sup>. A Londra ha conosciuto anche suo marito e, nel momento in cui era in attesa di sua figlia, decise di prendere una pausa di tre anni dal suo nuovo impiego e trasferirsi a Matera, anche in concomitanza con il trasferimento lavorativo di suo marito. L'idea di Johanna era inizialmente quella di ritornare a Londra dopo la gravidanza, ma dopo aver conosciuto Elisa, ha deciso di avviare insieme a lei una nuova attività abbandonando definitivamente il suo impiego a Londra per vivere a Matera e crescere qui sua figlia. Guardando indietro, non rimpiange in nessun modo la sua scelta anche se le manca molto la possibilità di viaggiare legata al suo vecchio lavoro. Inizialmente Johanna ha cominciato a lavorare in *home working* come gemmologa *freelance* per una ditta svedese ma nel 2009, tornata dal suo viaggio in Giordania, ha proposto ad Elisa di realizzare per lei alcune collane sul modello di quelle beduine con i materiali recuperati durante il suo viaggio: tessuti e pietre. Aiutata da quella che era allora la sua collega, Elisa portò a termine il progetto di Johanna. L'idea della collezione di collane sul modello di quelle beduine era in realtà originariamente pensata per essere commercializzata a Londra. Nel frattempo Elisa stava attraversando un periodo difficile, dovendo affrontare da sola le difficoltà economiche legate alla gestione dell'attività e presa dallo sconforto, le venne l'idea di utilizzare un vecchio tubo di rame, residuo di un condizionatore rotto, per assemblare un bracciale. Il giorno dopo mostrò la sua idea a Johanna che le suggerì di avviare insieme un progetto che guardasse al riciclo, una lavorazione che si stava già diffondendo a livello internazionale ma che a Matera avrebbe potuto differenziarsi sul mercato, caratterizzando un tipo di produzione orafa originale e diversificata<sup>207</sup>.

Elisa iniziò così a realizzare la sua collezione di gioielli utilizzando il rame, i tessuti e vecchi cavi elettrici colorati. Nel 2010, dopo un lavoro congiunto di progettazione e creazione di un'intera linea di gioielli, le due amiche portarono a termine il progetto e, per promuovere meglio la collezione, Johanna ebbe l'idea di organizzare alcuni aperitivi presso il laboratorio al fine di far conoscere le creazioni sul mercato locale. Johanna è stata molto lungimirante nel promuovere e valorizzare l'intero progetto. La sua intuitività ha permesso a molti materani di apprezzare questa nuova arte fondata sul riciclo e il riuso del passato, generando un nuovo mercato caratterizzato da un design unico, innovativo ed *eco-friendly*, in un momento storico in cui i flussi turistici non erano ancora in grado di garantire un mercato economicamente soddisfacente.

---

<sup>206</sup> *Bentley & Skinner* è un'azienda britannica a conduzione familiare specializzata in raffinati gioielli antichi, argento e oggetti d'arte di Carl Faberge. *Skinner & Co* è stata fondata nel 1880 e ha iniziato a fornire gioielli alla famiglia reale inglese durante il regno della regina Vittoria. *Bentley & Co* è stata fondata nel 1934. La fusione delle due società nel 1997 ha creato *Bentley & Skinner Jewelers by Royal Appointment.*, che si trova oggi al 55 Piccadilly a Mayfair, Londra.

<sup>207</sup> Intervista a Elisa Tummillo e Johanna Curti del 18 agosto 2020.

Visto il successo ottenuto grazie a questa nuova collezione, Johanna propose a Elisa di iniziare insieme un nuovo percorso e di aprire una nuova attività, questa volta però nel centro storico. L'intuizione di Johanna fu decisiva nella scelta della location perché ben presto i flussi turistici sarebbero aumentati favorendo l'ampliamento del mercato e una maggiore commercializzazione delle loro creazioni. Scambiarono così il canone del loro vecchio locale con il nuovo, situato nella centralissima Piazza Sedile e, dopo averlo riammodernato a loro gusto posizionando il laboratorio a vista, intrapresero insieme questa nuova avventura.

Inizialmente, cominciarono a farsi conoscere attraverso le fiere di settore, come ad esempio il salone espositivo *Macef* di Milano, ora diventata *HOMI Fashion&Jewels Exhibition*<sup>208</sup>. Un'occasione di crescita e confronto importante per due donne che cercavano di affermarsi su un mercato piuttosto concorrenziale. Il successo ottenuto durante le fiere contribuì ad aumentare la loro produzione artigianale e spedire le loro creazioni anche all'estero. Questo permise loro anche di affrontare più serenamente i mesi invernali quando la domanda di mercato era insufficiente a coprire i costi delle spese. Ora che la richiesta locale è costante, Elisa e Johanna hanno abbandonato la partecipazione alle esposizioni fieristiche di settore anche perché il mercato legato a questo tipo di eventi imporrebbe di dimezzare i prezzi. Sicuramente però quello delle fiere è stato per loro almeno inizialmente un canale privilegiato e ancora oggi persistono i rapporti commerciali instaurati durante questi eventi.

Elisa e Johanna si sono conosciute e «si sono scelte»: si sono piaciute subito trovando una nell'altra una nuova visione di oreficeria. Matera è stato il loro punto d'incontro<sup>209</sup>.

Le loro competenze sono complementari e le abilità artigianali di Elisa si intrecciano con la lungimiranza e la passione per le pietre di Johanna. Mentre discutono insieme nuovi progetti, immaginano nuove forme e nuove idee di riuso dei materiali. Elisa ha adattato nel frattempo le sue capacità di scultrice all'oreficeria, creando ogni pezzo a mano, utilizzando rame riciclato e altri metalli combinati con pietre semipreziose e seta, e generando così un'idea nuova di bellezza che nasce dal passato. Lo stesso passato che ha dato nuova vita alla rigenerazione dei rioni Sassi, dove entrambe hanno deciso di vivere e che ritroviamo anche nella grettezza dei materiali che richiamano la naturalezza del tufo e nelle forme.

Il senso profondo di rispetto per la natura, ci porta a creare monili ricercati e pensati per chi ha a cuore un artigianato innovativo e attento all'ambiente e alla sostenibilità. Le collezioni in rame sono create a mano nel nostro laboratorio a Matera dove nasce l'idea di lavorare un metallo nobile e poco utilizzato nel campo orafa: il rame. Usiamo quanto più possibile tubi e filo di rame riciclato abbinato con pietre naturali che danno vita a monili eleganti ed originali. Ogni gioiello è un pezzo unico e creato anche su richiesta<sup>210</sup>.

Johanna partecipa attivamente al processo creativo attraverso nuove idee e utili accorgimenti commerciali; sorridendo, mi dice che le capita spesso di mettere un freno alla creatività di Elisa quando questa si esprime soprattutto nei grandi volumi legati alla sua passione per la scultura<sup>211</sup>. Il suo passato da scultrice si combina anche con l'interesse per la materia grezza visibile nelle piccole imperfezioni che caratterizzano il suo lavoro creativo. Elisa e Johanna sono due figure complementari, se da un lato Elisa si occupa materialmente della realizzazione dei pezzi, Johanna è più attenta alla parte commerciale; quando si parla di botteghe artigiane non è comune che queste caratteristiche siano entrambe presenti e spesso capita che la seconda venga meno a vantaggio della parte manuale. Elisa e Johanna sono in due a condurre l'attività: un'intesa perfetta che permette loro di lavorare in assoluta sintonia e dare continuamente vita a progetti originali ed esclusivi.

---

<sup>208</sup> *HOMI Fashion&Jewels Exhibition*, prima *Macef*, è la manifestazione che si tiene annualmente a Milano, durante la quale stile, design e ricerca si incontrano per dar vita a proposte originali, accostamenti inaspettati e idee innovative. Al centro, il *know-how* del *Made in Italy* in termini di creatività, gusto e saper fare: un evento per presentare collezioni e proposte di accessori moda in vista della stagione in arrivo. La manifestazione si suddivide in quattro settori, identificati per caratteristica di prodotto, posizionamento e canale distributivo. Vedi: <http://www.homifashionjewels.com>.

<sup>209</sup> Intervista a Elisa Tummillo e Johanna Curti del 18 agosto 2020.

<sup>210</sup> Vedi: <https://www.elisajanna.com>.

<sup>211</sup> Intervista a Elisa Tummillo e Johanna Curti del 18 agosto 2020.

Giocando con l'idea dei Sassi di Matera nasce la collezione *Sassi dei Sassi*, per dare ai visitatori la possibilità di «portarsi via un pezzo di Matera», vengono creati dei ciottoli in diverse dimensioni e metalli, tenuti insieme da lacci in tessuto o cuoio colorato. Johanna racconta che inizialmente l'idea le venne quando chiese a Lela Campitelli, altra nota artigiana della città dei Sassi, di realizzare a mano una collana da regalare a una sua amica appassionata di ciottoli di mare. Successivamente Johanna decise di implementare questa idea ispirandosi proprio ai Sassi di Matera, Elisa l'aiutò a realizzarla, questa volta però con la tecnica a cera persa<sup>212</sup>. La collezione rappresenta un omaggio al luogo in cui Elisa e Johanna vivono e che ispira quotidianamente il loro lavoro. I *Sassi dei Sassi* sono gioielli per tutti: inizialmente realizzati in argento e successivamente prodotti in quattro metalli, argento, bronzo, rame e alluminio. Ogni pezzo ha la forma di un ciottolo e può essere indossato da solo e/o abbinato in diverse dimensioni e materiali. Non essendo preziosi quanto l'oro, questi metalli permettono di realizzare gioielli scultura di ogni dimensione e accessibili a tutti. L'idea alla base della linea era proprio quella di creare un prodotto realmente abordabile per costo e semplicità di produzione. Per creare la collezione è utilizzata infatti la tecnica a cera persa che permette una produzione in larga scala e una commercializzazione regolare, facilitando la riproduzione dei pezzi e riducendo i tempi e i costi di realizzazione. Questo tipo di produzione ha avuto molto successo superando ogni aspettativa, soprattutto quella legata alla diffusione e commercializzazione nel mercato locale. Inizialmente pensata per il mercato turistico la linea è oggi molto stimata e apprezzata dai residenti locali, e questo, afferma Elisa con orgoglio: «è stata una soddisfazione enorme»<sup>213</sup>. Il passaparola è stato sicuramente fondamentale nella divulgazione e promozione della linea. Alla linea *Sassi dei Sassi* la nota rivista *Vanity Fair* ha dedicato una sezione in un articolo pubblicato nel luglio 2020 dal titolo *Sarà un bel souvenir: tour virtuale del meglio dell'artigianato made in Italy*; il riscontro dei lettori a seguito della pubblicazione è stato immediato e molti visitatori si sono recati presso il laboratorio di Elisa e Johanna appena dopo la sua uscita. La stessa collezione è stata promossa negli anni anche dal settimanale *Gioia Magazine* con l'articolo *Giù al Sud Matera Superstar* nello speciale dedicato al *Viaggio in Italia* (2018), e la nota rivista *Marie Claire Maison* in un editoriale dedicato a Matera e intitolato *Carnet de Voyage* (2019), solo per citarne alcune tra quelle più note a livello nazionale.

Nella collezione *Nanos* invece, le nanoparticelle diventano gioiello e un modo per sostenere l'educazione scientifica. Come per i *Sassi dei Sassi*, la collezione *Nanos* è prodotta in fusione a cera persa, in argento, bronzo, rame e alluminio; il rame e il bronzo sono trattati con antiossidanti.

In occasione della nomina della città di Matera a Capitale Europea della Cultura per il 2019, Elisa e Johanna hanno realizzato, previa richiesta di utilizzo del marchio per gli esercenti commerciali, una linea di gioielli ispirati al logo ufficiale Matera 2019, rendendolo tridimensionale e scomponendolo in vari elementi acquistabili insieme e/o separatamente. Un'idea che ha convalidato ancora una volta il loro successo nel mercato locale come anche in quelli legati al turismo.

Durante il periodo di emergenza sanitaria invece, dovuta alla diffusione della pandemia di COVID-19, Elisa e Johanna hanno creato presso il loro laboratorio la collezione *Linked*, grazie alla quale il 15% delle vendite viene devoluto alla organizzazione internazionale non governativa *Medici Senza Frontiere* a sostegno del lavoro svolto. Lo slogan associato alla linea *Linked* è stato:

Durante questo periodo di emergenza sanitaria, il mondo si ritrova connesso, tutti insieme senza confini, uguali di fronte all'epidemia. Abbiamo creato questa collezione per aiutare, con il nostro piccolo contributo, le comunità colpite da questa crisi<sup>214</sup>.

#### 4.13 Gi.Mi. Ceramiche di Giuseppe Mitarotonda

Giuseppe Mitarotonda, noto a tutti in città come Peppino, è nato a Matera nel 1939 ed è uno dei pochi ceramisti anziani ancora operanti sul territorio; insieme a lui lavora suo figlio Francesco.

---

<sup>212</sup> *Ibidem*.

<sup>213</sup> *Ibidem*.

<sup>214</sup> Vedi: <https://www.elisajanna.com>.

Il contesto culturale in cui è nato e ha operato ha influenzato tutta la sua opera e la sua passione per la storia a cominciare dall'ambiente familiare di origine medio borghese. Suo nonno era un medico mentre suo padre praticava la professione di avvocato; sua madre apparteneva invece alla nota Famiglia Bronzini<sup>215</sup>. Ultimo di tre figli, inizialmente la sua famiglia avrebbe voluto che Peppino portasse avanti la carriera da avvocato ma suo padre decise di assecondare le scelte di suo figlio che a quei tempi non era molto interessato allo studio e gli consigliò di diplomarsi, almeno fino a quando non avesse deciso quale strada professionale portare avanti. Diplomato come geometra, decise di intraprendere la carriera artistica e, dopo una breve esperienza nel campo del design industriale, frequentò per un breve periodo, circa sei mesi, l'Accademia di Belle Arti di Brera. Il suo temperamento immune da ogni costrizione e la sua emancipazione lo portarono ad allontanarsi presto dai suoi maestri e dall'ufficialità di questo contesto artistico. Rientrato a Matera decise di cimentarsi per la prima volta nell'arte della terracotta, quando in occasione delle nozze di sua sorella, si propose di realizzare le "bomboniere", oggetti augurali che tradizionalmente si regalano ai partecipanti in occasioni importanti. La sua originaria predilezione per l'arte avanguardista lo portò a realizzare delle pitture astratte che però non trovarono il favore della sua famiglia e, Peppino, su consiglio di suo padre, decise allora di realizzare un oggetto più funzionale e "tradizionale". Peppino non aveva mai lavorato la ceramica prima di allora ma decise lo stesso di cimentarsi in quest'arte facendosi ospitare dal laboratorio di ceramiche del novarese Nello Miradercole situato nel borgo La Martella, e dove erano state eseguite anche le maioliche dell'artista Andrea Cascella realizzate per la Chiesa del borgo di San Vincenzo de' Paoli<sup>216</sup>. Spinto dalla passione per il design, realizzò così le sue "bomboniere", riproducendo delle piccole anfore.

Dopo una breve esperienza nella fornace di Nello Miradercole, per cui realizzò alcuni bassorilievi, Peppino, decise nel 1964 di aprire un proprio laboratorio in Contrada Serritello La Valle a Matera, grazie all'aiuto dei suoi genitori<sup>217</sup>. In questo luogo Peppino ha sperimentato varie tecniche operative privilegiando inizialmente il mosaico, le vetrate e la ceramica fino ad arrivare alla maiolica. Inizialmente, grazie ai contributi che lo Stato italiano riservava alle opere di pubblica utilità e alla percentuale riservata alle opere artistiche, l'arte del mosaico e la realizzazione di vetrate gli avevano garantito un buon successo economico legato soprattutto ai lavori commissionatigli per le chiese e per gli istituti scolastici locali. I pannelli realizzati con la tecnica del mosaico di Peppino Mitarotonda decorano oggi la maggior parte delle chiese della città di Matera, ad esempio, per citarne alcune: la centralissima parrocchia di Cristo Re, la chiesa Maria SS.ma Addolorata situata nel Rione Serra Venerdi e quella di San Paolo Apostolo, o ancora le vetrate dei rosoni della parrocchia di Sant' Agnese nel rione Agna.

Nello stesso tempo Peppino iniziava a frequentare gli ambienti culturali legati al Circolo culturale La Scaletta, dove si riunivano a quel tempo gran parte dei maggiori esponenti della società culturale materana

---

<sup>215</sup> Il notaio Raffaele Bronzini, nato a Tricarico nel 1792, e coniugato con Pasqualina Guida di Miglionico, fu proprietario di quello che è conosciuto come Palazzo Bronzini dove morì il 27 agosto 1877. Nel palazzo vissero i suoi figli Cesare, decano del Capitolo Metropolitano di Matera, Michele, sposato senza eredi con Maria Romano di Ferrandina, Francesco celibe e Domenico che, sposato con Camilla Andriulli di Montescaglioso proprietaria del Palazzo di Via Duomo 2, lì si trasferì nel 1857. I figli di Domenico (Lucia 1858-1928, Raffaello 1859-1911, Pasqualina, Giovan Battista, Giuseppe, Cesare 1871-1958, ed Ettore 1875-1960) furono gli unici eredi delle proprietà Bronzini. Per qualche anno Lucia, dopo la separazione dal marito Enrico Caropreso, visse con i nonni in Palazzo Bronzini insieme al figlio Vincenzo Caropreso (1881-1926), illustre studioso di scienze ed astronomia. Alla morte dei genitori e dei fratelli conviventi divenne unico proprietario del palazzo di via Sette Dolori Michele che, morto senza figli nel 1928, per testamento lo lasciò al nipote Ettore. Ettore, avvocato, sposato con Maria Greco di Napoli, ebbe tre figli: Domenico, professore di lettere, Antonio, magistrato di Cassazione e Giovanni Battista, compianto professore di tradizioni popolari presso l'Università di Bari. Domenico ereditò Palazzo Bronzini e, poiché si era trasferito a Napoli, vendette nel 1971 il Palazzo ai soci del Circolo La Scaletta, i quali, con atto del 1985 lo hanno donato al Comune di Matera per destinarlo ad attività culturali. Vedi: <http://www.lascaletta.net>.

<sup>216</sup> La Chiesa di San Vincenzo de' Paoli, nella frazione materana del Borgo La Martella, fu progettata dall'architetto Ludovico Quaroni con Michele Valori, Federico Gorio, Piero Maria Lugli e Luigi Agati, e fu dedicata a San Vincenzo de' Paoli. Sull'altare si trova un imponente crocifisso di legno dipinto, opera di Giorgio Quaroni; il pavimento in ceramica maiolicata è dei fratelli Pietro ed Andrea Cascella. Il portale bronzeo della chiesa è opera di Floriano Bodini, autore anche di un bassorilievo in bronzo dorato raffigurante Papa Giovanni Paolo II realizzato nel 2005 e donato alla parrocchia del borgo nel 2011, in occasione del ventesimo anniversario della visita di Giovanni Paolo II in Basilicata avvenuta nel 1991.

<sup>217</sup> *Gi.Mi. Ceramiche di Giuseppe Mitarotonda*, Contrada Serritello La Valle 49, 75100 Matera.

e del quale sua nonna Margherita Mitarotonda era socia fondatrice<sup>218</sup>. La sua formazione e maturazione artistica è avvenuta proprio grazie ai legami con il Circolo culturale La Scaletta che gli ha assicurato la presenza operativa e la collaborazione di artisti quali Josè Ortega, Pietro Consagra, Kengiro Azuma, Luigi Guerricchio, assicurandosi il dialogo con Andrea Cascella, Alina Kalczynska, Vanni Scheiwiller, Tonino Guerra, Mino Maccari, Dadamaino, Lucio del Pezzo, Jorg Neitzer. Artisti internazionali che Peppino ha conosciuto personalmente e che, a fasi alterne, hanno operato nel suo laboratorio permettendogli di crescere professionalmente e dedicarsi all'arte della maiolica.

Molto intensa è stata, nel campo della ceramica, la sua collaborazione con José Ortega durante il soggiorno dell'artista spagnolo nella città di Matera. Gli ambienti de La Casa di Ortega sono impreziositi dalle ceramiche di Giuseppe Mitarotonda a cui è stata affidata anche la supervisione artistica. In una delle indimenticabili maioliche che il maestro Giuseppe Mitarotonda ha realizzato per la Casa di Ortega c'è anche la fontana che José Ortega progettò per Matera e che immaginava collocata nella piazza centrale della città dei Sassi. Le maioliche di Peppino Mitarotonda impreziosiscono anche la Casa Museo di Jose Ortega a Bosco, una piccola frazione di San Giovanni a Piro, in provincia di Salerno. Gran parte delle opere presenti a Bosco sono state disegnate dallo stesso José Ortega e realizzate da Peppino Mitarotonda. Dopo la formazione con José Ortega e con l'artista e scultore Pietro Consagra, Peppino si dedica definitivamente alla creazione di maioliche abbandonando la realizzazione delle vetrate e l'arte del mosaico. Buona parte della sua produzione è rappresentata infatti da opere di maiolica istoriata cotta a grande fuoco e decorata a mano su smalto crudo rispettando l'antica tradizione. La raffinata tecnica utilizzata, insieme all'elaborazione di soggetti di ispirazione sempre originali, tratti dalla vita quotidiana, consentono di affermare che ogni opera è un pezzo unico ed irripetibile. Attualmente presso il suo laboratorio è presente un campionario delle sue opere che realizza principalmente su commissione, insieme a quelle realizzate in ceramica e terracotta di suo figlio Francesco esposte anche presso la sede dell'Azienda di Promozione Turistica della Basilicata di Matera.

La spirale è il segno originalissimo che contraddistingue lo stile delle sue opere e da cui prende spunto quale fenomeno della creazione universale. Un altro elemento caratteristico delle maioliche dedicate alla storia di Matera è la visione dall'alto utilizzata con grande maestria per distribuire in maniera decorativa le figure nello spazio.

Appassionato di storia e cultura locale, Mitarotonda può essere definito un cronista per immagini della storia della sua città e delle tradizioni popolari lucane che egli cerca di recuperare, interpretare e divulgare con personalissima fantasia. La sua passione per la narrazione figurativa deriva dalle antiche ceramiche greche e soprattutto dall'idea di un'arte trasversale che possa essere percepita indistintamente da tutti. Nel particolare segno cromatico critico e descrittivo, Mitarotonda accentua le cadenze della civiltà lucana, come di chi è certo di chiamarsi anche "poeta delle vicissitudini della sua gente"<sup>219</sup>. Finissime e lineari sono le superfici decorative e le trame delle figurazioni narrative. Sono scene campestri assolate, di ogni stagione; riti paesani e memorabili fatti che percorrono epoche e ritmi delle civiltà mediterranee, dalla bizantina all'araba, dalla sveva all'angioina e aragonese, nel mitico respiro dei progenitori che li nutrono.

Non esiste per lui un confine netto tra arte e artigianato, un'idea che ha sempre condiviso con gli artisti con i quali negli anni ha collaborato.

---

<sup>218</sup> Il Circolo culturale La Scaletta è un'associazione culturale che nasce il 7 aprile 1959 dall'entusiasmo di un gruppo di amici tra i venti e i trent'anni che condividevano l'amore per Matera e la passione per il teatro e impegnati nella conservazione e valorizzazione del patrimonio storico, artistico e ambientale di Matera e del territorio lucano. Fondamentale fu il ruolo di Teresa De Ruggieri nel consolidare il gruppo che, successivamente, avrebbe dato vita al Circolo La Scaletta. La sua ospitalità, il suo amore per la cultura, accompagnati da un forte spirito d'iniziativa furono un importante stimolo per i giovani soci. Una scaletta, che ispirò il nome, permetteva l'accesso alla prima sede del Circolo, in via Lucana n.9. Una scaletta calcata da importanti personalità che nel secondo dopoguerra erano presenti a Matera. Artisti, antropologi, architetti, politici, giornalisti e intellettuali protagonisti del fermento culturale di quegli anni, tra i quali ricordiamo: Carlo Levi, Adriano Olivetti, Henri Cartier Bresson, Ernesto De Martino, Rocco Scotellaro, Rocco Mazzarone, Cid Corman, Luigi Guerricchio, Eleonora Bracco, Lucio Del Pezzo, Leonardo Sacco, e molti altri. Il Circolo culturale La Scaletta ha portato avanti negli anni un'infaticabile e appassionata attività di ricerca, documentazione, tutela e promozione culturale del territorio. Vedi: <http://www.lascaletta.net>.

<sup>219</sup> Vedi: <http://www.giuseppemitarotonda.it>.

Di particolare interesse è stata la mostra antologica *Matera nelle Maioliche di Mitarotonda*, presso i locali dell'Ex Ospedale di S. Rocco, in piazza S. Giovanni inaugurata il 21 settembre 2013. L'esposizione ha compreso più di 60 maioliche istoriate tra cui pannelli, tondi, lumi e altre forme, provenienti dal laboratorio dell'artista e da privati e si è articolata in quattro sezioni: *Matera e la sua storia*, 21 opere; *Matera in festa*, 14 opere; *Matera oltre il mito della memoria*, 19 opere; *C'era una volta Matera*, composta da 8 opere. Durante l'esposizione numerose sono state le attestazioni di stima e apprezzamento verso l'artista da parte di un pubblico numeroso e attento che ha saputo cogliere nel dettaglio i particolari minuziosi dell'arte di Peppino Mitarotonda, riconoscendo nei suoi segni artistici, momenti e situazioni spesso molto familiari legati alle origini di quello da lui definito il «mito materano»<sup>220</sup>. Riporto di seguito la testimonianza di Giuseppe Appella riguardo al lavoro artistico di Peppino Mitarotonda:

Il lavoro di Peppino Mitarotonda, nella bottega in Contrada Serritello La Valle di Matera, è l'esempio più lampante di come la tradizione, a contatto con l'arte contemporanea, possa rinnovarsi senza tradire l'identità personale e dei luoghi in cui strumenti, materiali e tecniche riscrivono una espressione millenaria come la ceramica. La lunga militanza, fianco a fianco, di Peppino Mitarotonda con José Ortega, Mino Maccari, Pietro Consagra, Andrea Cascella, Jorg Neitzert, Assadour, Henri Goetz, Dadamaino, ha portato a nuovi metodi di lavorazione, dalla foggatura al tornio ai pigmenti e ai coloranti, ma soprattutto a inedite forme di decorazione, possibile solo con la libertà propria degli artisti a contatto con artigiani di talento come Mitarotonda. I risultati sono evidenti nei grandi cicli decorativi dedicati alla storia di Matera (in cui l'esperienza e la conoscenza visiva mantengono un forte elemento letterale) o nei presepi (che sviluppano le caratteristiche di movimento, tono, intervallo, posizioni, colori e relazioni tra le superfici). Gli uni e gli altri hanno meritato l'attenzione di un editore raffinato come Vanni Scheiwiller<sup>221</sup>.

#### 4.14 Maria Bruna Festa - Ceramiche d'Arte

Maria Bruna Festa ha 45 anni e si occupa della produzione artigianale di terrecotte e maioliche artistiche e ornamentali, ceramiche tradizionali e contemporanee.

La sua passione per la manualità deriva senza dubbio dai suoi genitori che le hanno trasmesso «l'arte di arrangiarsi»<sup>222</sup>. Sua madre era una sarta e una ricamatrice mentre suo padre, Nicolino Festa, abbandonata l'attività di operaio edile, aveva deciso di trasformare quello che fino ad allora era stato solo un hobby in un vero e proprio lavoro aprendo una bottega artigiana nel Rione Casalnuovo, nel Sasso Caveoso, dove si dedicava alla fabbricazione di *cuccù*. Attualmente il laboratorio è gestito, insieme a *La Casa Grotta del Casalnuovo*, da Piero Colapietro, cognato di Maria Bruna<sup>223</sup>. Suo padre lavorava nella storica fabbrica materana di laterizi *Manicone e Fragasso* e, come molti operai suoi colleghi, si dedicava nel tempo libero a realizzare i *cuccù* e cuocerli nelle fornaci destinate alla cottura dei mattoni. Aveva imparato l'arte dei *cuccù* da un suo caro amico di famiglia ma per molti anni aveva accantonato questa passione per dedicarsi al lavoro in fabbrica, fino a quando, nel 1991, ha avviato la propria bottega.

Sin da quando era molto piccola Maria Bruna amava modellare l'argilla e quasi per gioco, insieme a suoi fratelli, si divertiva nella creazione di nuove forme. Crescendo, all'età di sei anni, ha iniziato ad aiutare suo padre nel lavoro di bottega, sperimentando insieme a sua sorella l'arte della pittura e della decorazione<sup>224</sup>. Ha frequentato il Liceo Artistico di Matera e dopo il diploma ha deciso di continuare gli studi iscrivendosi ad una scuola di ceramica a Faenza, il Cfpf, Consorzio Provinciale per La Formazione Professionale di Faenza (RA), in collaborazione con l'Istituto d'Arte. Il percorso professionale, durato circa un anno e mezzo, le ha permesso di approfondire l'arte della tornitura e della ceramica. Nel 2008 ha invece frequentato un corso di tecniche ceramiche a Sorano, in provincia di Grosseto, sperimentando le tecniche del *buccherò etrusco*, un tipo di ceramica nera, lucida, fine e leggerissima, prodotta dagli etruschi per

<sup>220</sup> Intervista a Giuseppe Mitarotonda del 17 luglio 2020.

<sup>221</sup> Vedi: <http://www.giuseppemitarotonda.it>.

<sup>222</sup> Intervista a Maria Bruna Festa del 28 agosto 2020.

<sup>223</sup> *La Casa Grotta del Casalnuovo* è una casa museo che riproduce gli arredi e gli attrezzi originali della famiglia che ci ha abitato fino al 1958; è composta da cinque ambienti scavati su tre livelli, con annessa stalla e cantina. Vedi: <https://www.casagrottadelcasalnuovo.com>.

<sup>224</sup> Intervista a Maria Bruna Festa del 28 agosto 2020.

realizzare vasi, la cui colorazione viene ottenuta mediante una cottura particolare, e la tecnica del *pit fire*, una tecnica di cottura con la segatura.

Come è successo per altri giovani artigiani, nel 1998, grazie al programma di finanziamento pubblico del prestito d'onore, ha avviato la sua bottega mettendo a frutto le tecniche apprese fino ad allora<sup>225</sup>. Inizialmente la sua bottega era situata in Via Bruno Buozzi 99, dove è rimasta per circa quindici anni. Successivamente, grazie al Bando per l'assegnazione in sub-concessione di immobili ed aree di proprietà dello Stato nei Rioni Sassi, si è trasferita nel 2013 negli spazi dell'attuale laboratorio, situato poco lontano dal precedente<sup>226</sup>.

Il nuovo laboratorio le offre molto più spazio e comprende una zona riservata all'esposizione e alla vendita dei prodotti mentre un'altra parte è invece destinata al laboratorio dove Maria Bruna ha potuto trasferire anche il suo vecchio tornio e gli attrezzi che nel frattempo, per mancanza di spazio, aveva custodito nel garage di suo padre. Inizialmente non è stato facile, anche perché i flussi turistici non erano in grado di assicurarle una clientela sempre regolare, ma nel frattempo Maria Bruna aveva iniziato un proprio percorso nell'ambito dell'attività didattica, presso le scuole, che le permetteva di far fronte alle difficoltà dei mesi invernali e garantire continuità alla sua attività. A Faenza le era capitato di frequentare il corso *Giocare con l'arte* di Bruno Munari grazie al quale aveva sperimentato l'attività didattica destinata ai bambini<sup>227</sup>. Maria Bruna ha preso allora il posto di sua sorella Tina che già si occupava di portare il *Metodo Bruno Munari* nelle scuole primarie e dell'infanzia. Ancora oggi insegna ai bambini le arti manipolative legate alla storia e alla lavorazione dell'arte ceramica. Ha insegnato in passato presso l'Istituto Professionale per i Servizi Sociali Isabella Morra di Matera e attualmente svolge i laboratori didattici all'interno del Progetto Intercultura, finalizzato all'integrazione degli alunni stranieri, presso il Liceo Linguistico Tommaso Stigliani di Matera. Le piace molto insegnare perché le attività laboratoriali le offrono sempre nuovi spunti utili per la realizzazione di nuovi prodotti.

La produzione artigianale di Maria Bruna comprende la lavorazione dell'argilla e la produzione di terracotta e ceramica lavorata al tornio, coprendo tutto il processo di lavorazione, a partire dalla manipolazione fino ad arrivare alla decorazione e alla smaltatura. Gli strumenti lavorativi sono quelli tradizionali come il tornio, la sfogliatrice o gli utensili da lei stessa prodotti.

Maria Bruna ha rielaborato le forme tradizionali tramandategli da suo padre come, ad esempio, quella del *cuccù*, conferendogli una nuova funzione e trasformandolo in una lampada. Su commissione realizza anche i marchi da pane in terracotta.

Una delle tecniche a cui Maria Bruna è molto legata è quella della ceramica *raku*, una tecnica di costruzione e cottura giapponese un tempo sviluppata per la fabbricazione di ciotole e tazze in argilla destinate alla cerimonia del tè. I pezzi vengono cotti ad una temperatura che raggiunge velocemente i 750- 950 °C, raggiunta la temperatura vengono rimossi immediatamente dal forno e lasciati raffreddare all'aria aperta oppure, secondo la tecnica occidentale, in contenitori pieni di materiale organico combustibile: foglie secche, fogli di giornale o trucioli di legno; il materiale combustibile provoca una riduzione, che colora di nero le parti non smaltate e la quantità di ossigeno consentita durante il processo di cottura e il raffreddamento influenza gli effetti sul colore creando delle crepe che si colorano del nero della fuliggine. I risultati legati a quest'arte ceramica sono imprevedibili e i colori molto intensi in quanto gli smalti acquisiscono le iridescenze dovute alla riduzione dei metalli in essi contenuti. Maria Bruna ha appreso la tecnica del *raku* durante i suoi studi a Faenza e in maniera del tutto sperimentale ha iniziato una propria produzione attirata dalla dinamicità di quest'arte e dall'istintività legata alla decorazione: «ogni oggetto non è mai uguale all'altro, c'è sempre l'effetto sorpresa e ogni oggetto è unico»<sup>228</sup>. Con la tecnica *raku* Maria Bruna realizza vasi, piatti, ciotole e sculture ma anche originali *cuccù* con i quali ha partecipato nel

---

<sup>225</sup> Vedi: Capitolo quarto: Etnografie di artigiani, paragrafo: 4.7 Materia Laboratorio di arte orafa e lignea di Lela Campitelli e Michele Ascoli.

<sup>226</sup> *Maria Bruna Festa - Ceramiche d'Arte*, Via Bruno Buozzi, 162, 75100 Matera.

<sup>227</sup> *Giocare con l'arte* è il nome di una lunga attività didattica svolta da Munari in collaborazione con scuole e musei di tutto il mondo. L'idea di questi laboratori nasce nel 1976, ma vengono organizzati ancora oggi nelle scuole e nei musei, attraverso l'applicazione del *Metodo Bruno Munari*.

<sup>228</sup> Intervista a Maria Bruna Festa del 28 agosto 2020.

2010 alla 2° Edizione della Biennale del fischietto in Terracotta tenutasi a Matera. Nel 2009 i suoi vasi in ceramica eseguiti con le tecniche *raku* sono stati esposti, insieme alle creazioni in argento di Lela Campitelli, in una mostra intitolata *I Cerchi delle fate*, presso lo spazio espositivo di *Materia Laboratorio di arte orafa e lignea* nel Sasso Caveoso.

La sua attitudine alla sperimentazione rimane tutt'oggi, l'incentivo che la spinge a continuare a sperimentare sempre nuove tecniche.

Il suo stile decorativo è molto sobrio, fatto di linee essenziali e istintive che richiamano in un certo senso l'arte povera della tradizione fatta di figure stilizzate e linee semplici. Ha studiato a Faenza i virtuosismi dell'arte figurativa, che realizza su commissione, ma non è lo stile che predilige per le sue creazioni.

Oltre al mercato turistico, Maria Bruna può contare su una clientela locale a lei fidelizzata che periodicamente, e grazie al passaparola, le commissiona sempre nuovi lavori.

Maria Bruna Festa è attualmente iscritta al CNA Basilicata e nel 2008 la sua produzione artistica ha ottenuto il marchio collettivo *Matera Doc*, partecipando alla *1° Rassegna dell'Artigianato artistico e tipico tradizionale della provincia di Matera*<sup>229</sup>.

Nel corso degli anni, grazie ai tirocini formativi regionali, Maria Bruna ha insegnato la sua arte a molti apprendisti artigiani, alcuni dei quali hanno portato avanti i suoi insegnamenti e sono riusciti ad aprire una propria attività, come è successo per Maddalena Pupino e la sua bottega di ceramiche artistiche e artigianali<sup>230</sup>, o ancora per Anna Di Cuia con il suo *Studio d'arte Kéramos* che gestisce insieme al suo collega Christian<sup>231</sup> e Grazia Grande con la sua bottega di terrecotte<sup>232</sup>.

#### 4.15 Progetto Arte di Giuseppe e Vincenzo Rizzi

Giuseppe e Vincenzo Rizzi sono due fratelli gemelli di 47 anni. Di origine materana, hanno fatto di un'antica lavorazione, come quella del tufo, la loro passione, ma soprattutto il loro lavoro, coltivato ogni giorno con lo stesso entusiasmo.

Giuseppe e Vincenzo hanno cominciato con la lavorazione del tufo per la ristrutturazione e il restauro, ma con il tempo hanno sentito l'esigenza di mettersi alla prova e concedere sempre più spazio alla creatività iniziando a realizzare artigianalmente complementi d'arredo e oggettistica dal design contemporaneo<sup>233</sup>. Giuseppe e Vincenzo hanno frequentato l'Istituto Professionale e sono periti elettrotecnici. Giuseppe, per tre anni ha frequentato il Liceo Artistico e si è diplomato anche al Conservatorio di musica Egidio Romualdo Duni. La loro passione per la manualità deriva dalle tecniche apprese quando, da piccoli, frequentavano i gruppi di scoutismo.

Negli anni Novanta, quasi per gioco, hanno costituito, insieme a un gruppo di amici, una cooperativa, con lo scopo di mettere a disposizione le diverse competenze di ognuno<sup>234</sup>. La *Cooperativa Secolo XXI*, così denominata a quel tempo, si occupava inizialmente di piccoli lavori e restauro di mobili. Successivamente le competenze di uno dei soci, apprendista dello scultore e artigiano del tufo, Roberto di Trani, hanno fatto sì che l'attività dei ragazzi si spostasse esclusivamente sulla lavorazione del tufo, facendoli conoscere alla città con l'appellativo confidenziale di "tufaroli". La cooperativa acquisì alcuni locali in Via d'Addozio, nel Sasso Barisano, e quella che era stata fino ad allora una passione si trasformò in un vero e proprio lavoro. Questa scelta nacque parallelamente alla cospicua domanda di elementi architettonici in tufo per il restauro e la ristrutturazione dei rioni Sassi, in seguito alla promulgazione della Legge n. 771 del 1986 che prevedeva la conservazione e il recupero degli storici rioni Sassi di Matera<sup>235</sup>. Dopo qualche anno, la

---

<sup>229</sup> Vedi: Capitolo terzo: Artigianato artistico e tradizionale della Basilicata, paragrafo: 3.1 Quadro istituzionale e iniziative culturali a favore dell'artigianato artistico in Basilicata.

<sup>230</sup> *Ceramiche Artistiche e Artigianali di Maddalena Pupino*, Via Santa Cesarea, 5, 75100 Matera.

<sup>231</sup> *Studio d'arte Kéramos*, Via delle Beccherie, 73, 75100 Matera.

<sup>232</sup> *Grazia Grande Terrecotte*, Via Bruno Buozzi, 180, 75100 Matera.

<sup>233</sup> Il tufo, tecnicamente definito "Calcarenite Quaternaria", è una pietra calcarea di formazione sedimentaria, duttile ed estremamente resistente alla compressione. Il tufo ha rappresentato in Basilicata uno dei principali materiali edili utilizzati.

<sup>234</sup> Intervista a Giuseppe Rizzi del primo settembre 2020.

<sup>235</sup> Vedi: Legge 11 novembre 1986, n. 771, Conservazione e recupero dei rioni Sassi di Matera.



Cooperativa viene liquidata e viene costituita l'azienda *Progetto Arte Snc* composta inizialmente da quattro soci. Nel 2005, rimasti soltanto in due, i fratelli si sono trasferiti nel quartiere industriale della zona P.A.I.P., ampliando lo spazio di lavoro, ma lasciando a malincuore gli spazi nei Rioni Sassi<sup>236</sup>.

I due fratelli hanno appreso la lavorazione del tufo in maniera del tutto autodidatta, imparando a improvvisare e sperimentare tecniche e strumenti, anche perché questo tipo di attività era un tempo generalmente praticata dal mastro-muratore, la cui figura era andata scomparendo. La pazienza e la perseveranza hanno portato Giuseppe e Vincenzo a diventare abili artigiani del tufo e ad esprimere tutte le potenzialità di un materiale unico e caratteristico in maniera del tutto non convenzionale:

Alla unicità delle venature del tufo (nessuna pietra è uguale all'altra) si aggiunge l'unicità della sua lavorazione (ogni oggetto è lavorato e scolpito a mano da un artigiano-scultore). Per noi è importante che le nostre creazioni vengano giudicate nel loro design ed anche attraverso il tatto. Accarezzando con mano e osservando da vicino un nostro oggetto si possono notare tutte quelle piccole "imperfezioni" che rendono questa pietra viva e bella<sup>237</sup>.

Oggi *Progetto Arte*, oltre a essere impegnata ancora nella produzione di elementi per il restauro e la ristrutturazione, produce corpi illuminanti, l'edilizia, complementi d'arredo ed oggettistica; tutti rigorosamente realizzati in maniera artigianale. La loro produzione comprende elementi di edilizia di base che hanno lo scopo di integrare un materiale come il tufo con le linee e i motivi artistici della tradizione, come succede, ad esempio, con le classiche formelle, le griglie d'aerazione, i citofoni e i numeri civici, tutti realizzati unicamente a mano e ispirati agli elementi decorativi che si ritrovano nelle architetture dei Rioni Sassi. Il tufo utilizzato per le lavorazioni proviene dalla *Cava di Tufo Papapietro*, della zona di Montescaglioso; una delle poche cave ancora attive sul territorio insieme alla *Cava Petragallo*, situata invece a Matera lungo la vecchia strada statale Appia: le due cave si distinguono per la tipologia del tufo estratto: il primo più compatto e facile da lavorare; il secondo più poroso e friabile nella lavorazione. Lo stesso tufo viene utilizzato da Giuseppe e Vincenzo anche nelle lavorazioni e ristrutturazioni nella zona del Salento, come succede, ad esempio, per la realizzazione degli elementi edilizi utilizzati per la costruzione dei trulli. Gli strumenti utilizzati sono quelli normalmente impiegati per la lavorazione del legno o del ferro. Per la produzione in serie viene invece utilizzata una macchina a controllo numerico impiegata solitamente per la realizzazione di gadget, bomboniere e omaggi aziendali su commissione. Anche gli stampi vengono realizzati completamente a mano su carta da disegno.

Negli ultimi anni la crisi del settore edilizio legato al restauro e alle ristrutturazioni, causata dalla riduzione dei costi della manodopera e da una concorrenza, per certi versi, improvvisata e poco attenta alla qualità del lavoro artigianale ha portato i due fratelli a ripensare il proprio lavoro. Per questi motivi, da qualche anno, Giuseppe e Vincenzo hanno iniziato a considerare di abbandonare del tutto il mercato edilizio e dedicarsi a nuovi progetti legati all'"elemento finito".

Dopo svariate collaborazioni con designer internazionali hanno deciso di intraprendere una nuova strada e creare un nuovo marchio dedicato ai complementi d'arredo e all'oggettistica di design. Con questo intento, nel 2017, da *Progetto Arte* nasce il marchio *TUFA - Piccole sculture* i cui prodotti sono attualmente esposti e messi in vendita presso il punto vendita in Via Bruno Buozzi, nel Sasso Caveoso<sup>238</sup>.

La natura offre ispirazione, forme semplici e materiali sorprendenti di cui gli artigiani possono esaltare le qualità. Così tra le nostre mani la pietra rivela la sua anima e si trasforma in qualcosa di bello, di prezioso e di unico. La calcarenite è un materiale povero, che fino ad ora non è stato impiegato per oggettistica di design, ma con il progetto Tufa gli è stata donata una nuova vita. Il design diventa accessibile, i colori neutri della pietra si sposano con qualunque tipo di ambiente. Le piccole sculture di Tufa sono pronte a diventare parte della vita di tutti<sup>239</sup>.

---

<sup>236</sup> *Progetto Arte Di Giuseppe e Vincenzo Rizzi*, Via dell'Agricoltura, 12, 75100 Matera.

<sup>237</sup> Vedi: <https://www.progettoarte.info/it/>.

<sup>238</sup> *TUFA - Piccole Sculture*, Via Bruno Buozzi, 20, 75100 Matera.

<sup>239</sup> Vedi: <https://www.tufaitaly.com>.

Il progetto prevedeva l'apertura di altri punti vendita dislocati in diverse città e, prima della crisi economica causata dalla pandemia di COVID-19 le attività commerciali erano in tutto tre. Nel maggio del 2019 i due fratelli hanno aperto un punto vendita in *Carrer de la Palla*, nel centralissimo quartiere del Barrio Gótico di Barcellona<sup>240</sup>. La scelta, avvenuta dopo svariati sopralluoghi e un'attenta analisi di fattibilità, era inizialmente ricaduta sull'isola di Lanzarote, nell'arcipelago spagnolo delle Isole Canarie. Purtroppo, il punto vendita a Barcellona è stato attualmente chiuso a causa delle difficoltà dovute all'emergenza mondiale causata dalla pandemia di COVID-19 con l'intenzione però di riprogrammarne presto la riapertura. Prima della sua chiusura l'attività aveva riscosso il successo del pubblico e rappresentato un'entrata importante in termini economici e di promozione, contribuendo a innestare una serie di rapporti commerciali all'infuori della vendita diretta. Grazie all'attività di Barcellona, Giuseppe e Vincenzo sono entrati in contatto con il *Collegi d'Arquitectes de Catalunya*, l'ordine regionale degli architetti, presso la cui sede in *Plaça Nova*, sono esposte e vendute le loro creazioni<sup>241</sup>. Questo ha permesso loro di intraprendere in Spagna rapporti commerciali importanti anche nel campo delle ristrutturazioni come stava accadendo ad esempio per i lavori di completamento della nota basilica della *Sagrada Família* progettata dall'architetto Antoni Gaudí<sup>242</sup>. Uno spazio vendita è presente anche all'interno dello *shop corner* di *Casa Vicens*, nel quartiere Gràcia di Barcellona: la prima casa progettata dal celebre architetto Antoni Gaudí, e recentemente restaurata e trasformata in un museo<sup>243</sup>. Anche il punto vendita a Matera, nella centralissima Via delle Beccherie, è stato chiuso per gli stessi motivi e anche in questo caso l'attività commerciale aveva riscosso il favore del pubblico soprattutto da un punto di vista della clientela locale. Questo spazio aveva permesso a Giuseppe e Vincenzo di riprendere contatto con la città e ottenere una discreta visibilità a livello locale.

Nel 2019 le loro creazioni in tufo hanno rappresentato la Basilicata abbellendo gli spazi espositivi della Borsa Internazionale del Turismo di Milano.

Oltre alla vendita diretta nei punti vendita dedicati, i prodotti del marchio *TUFA* possono contare anche su un discreto mercato on-line legato alle piattaforme *e-commerce*<sup>244</sup>.

Attualmente, per le ragioni che abbiamo già spiegato, non è stato possibile abbandonare del tutto il mercato dell'edilizia e Giuseppe e Vincenzo continuano ad occuparsi di restauro e ristrutturazioni di elementi in tufo. La richiesta locale legata ai Sassi di Matera si è però arrestata e il mercato di riferimento rimane per adesso quello salentino oppure quello locale connesso al restauro di Chiese e edifici ecclesiastici, come è successo ad esempio per la Cattedrale di Matera. Uno degli ultimi progetti li ha visti impegnati nella ristrutturazione e rifacimento di *Mulino Alvino*, storico pastificio che ha rappresentato uno dei luoghi simbolo dell'attività molitoria di Matera fino agli anni Ottanta del secolo scorso quando fu dismesso e abbandonato e oggi diventato *Alvino 1884 Hotel & Resort*.

Giuseppe e Vincenzo hanno all'attivo importanti collaborazioni, che li hanno visti impegnati negli anni in progetti e *stage* formativi con l'Accademia di Belle Arti di Brera, quella di Carrara e l'Accademia Albertina di Belle Arti di Torino, con lo scopo di promuovere nei giovani la cultura e le tradizioni collegate ai mestieri, alle arti e alle abilità manuali nel settore dell'arte e della lavorazione tradizionale del tufo. Durante uno di questi corsi, svolto nel 2012 presso il laboratorio di *Progetto Arte*, sono state realizzate diverse sculture che in parte sono state inviate all'Accademia di Brera dove sono state esposte. Un vero e proprio corso di scultura che ha messo insieme il tufo e l'acqua per sottolineare il forte rapporto della nostra città tra questi due elementi<sup>245</sup>. Tra i promotori dell'iniziativa anche lo scultore materano Franco Di Pede con il

---

<sup>240</sup> *TUFA – Small Sculptures*, Carrer de la Palla, 3, 08002 Barcellona, Spagna.

<sup>241</sup> La sede è situata in un moderno edificio nella centralissima *Plaça Nova*, dove si può ammirare l'unica opera a cielo aperto di Pablo Picasso.

<sup>242</sup> A causa della pandemia di Covid-19, i rapporti commerciali riferiti ai lavori di completamento per la *Sagrada Família* sono al momento rinviati. Intervista a Giuseppe Rizzi del primo settembre 2020.

<sup>243</sup> *Casa Vicens* è un palazzo di architettura modernista di Barcellona, nel quartiere Gràcia, al Carrer de les Carolines, 20 di Barcellona e fu la prima opera importante di Antoni Gaudí.

<sup>244</sup> Vedi: <https://www.tufaitaly.com>.

<sup>245</sup> Nel progetto sono stati coinvolti, oltre ai soggetti organizzatori e finanziatori, tutti gli enti e le amministrazioni locali ed ha avuto la durata di circa una settimana. Delle dodici sculture realizzate, sei sono diventate di proprietà del soggetto finanziatore, il centro wellness polifunzionale *Aqvaworld Bluwellness Family Club* ed esposte negli spazi antistanti alla struttura.

suo *Studio Arti Visive* di Matera<sup>246</sup>. Nel 2011, sempre insieme all'Accademia di Brera e all'artista Franco Di Pedè, *Progetto Arte* ha collaborato alla realizzazione del percorso denominato *Via Lucis* con i maestri Renato Galbusera e Maria Jannelli, docenti dell'Accademia. Un percorso allestito all'esterno della Chiesa di San Salvatore, in località Timmari, e composto da quattordici opere in tufo raffiguranti immagini relative alla resurrezione di Cristo. Qualche anno prima invece, nel 2009, l'artista toscano Piero Marchetti, dell'Accademia delle Belle Arti di Carrara ha realizzato, in collaborazione con lo *Studio Arti Visive* di Franco Di Pedè e il laboratorio *Progetto Arte*, la scultura dedicata al Cristo Redentore e installata sempre presso il Santuario di Timmari. La ditta *Progetto Arte* è attualmente inserita nel portale dedicato ai mestieri d'arte italiani d'eccellenza, *Italia su Misura*<sup>247</sup>.

Sebbene la scelta di un materiale come il tufo richiami per molti versi la tradizione locale, la contemporaneità delle forme e delle linee garantisce ai loro prodotti un consenso di pubblico che si colloca su un mercato internazionale. Consenso, in ogni modo, derivato anche dall'originalità del materiale utilizzato e della singolarità delle idee progettuali.

Solitamente, infatti, Giuseppe e Vincenzo si occupano anche della parte progettuale ma di recente, l'amicizia con l'artigiano e designer Tommaso Schiuma insieme alla collaborazione con l'agenzia di comunicazione EGO55<sup>248</sup>, ha portato verso un utile confronto dal quale sono emerse nuove idee progettuali. Insieme a Tommaso, l'obiettivo è quello di progettare nuovi oggetti di design, che raccontino la storia di Matera, attraverso l'integrazione di due elementi inseparabili: quello l'acqua e il tufo<sup>249</sup>.

Sempre la crisi economica indotta dall'attuale pandemia ha costretto Giuseppe e Vincenzo a licenziare seppure a malincuore gli operai che da qualche anno lavoravano con loro costringendoli a portare avanti la produzione in maniera completamente autonoma ed a rivolgersi, come abbiamo già sottolineato, nuovamente al mercato edilizio del restauro e delle ristrutturazioni. Il loro rimane un lavoro fisicamente impegnativo ed è stato difficile negli anni riuscire a trovare ragazzi che, come è successo per loro in passato, abbiano avuto la pazienza e la volontà di imparare questo mestiere. Ad aiutarli rimane soltanto Sabrina, moglie di Giuseppe, che da circa tre anni si occupa della parte amministrativa e della vendita diretta presso il punto commerciale di Via Bruno Buozzi.

Mentre intervisto Giuseppe, suo fratello Vincenzo è confinato a Barcellona a causa del *lockdown* annunciato dopo la crescita di contagi da coronavirus, registrata nuovamente nella regione catalana<sup>250</sup>.

#### **4.16 Daciarte Laboratorio di ceramica e pittura di Dacia Capriotti**

Dacia Capriotti è una giovane ceramista materana di 34 anni. La sua passione per l'arte le è stata trasmessa sin da piccola da suo nonno Luciano Capriotti, noto pittore dilettante trasferitosi a Matera dalle Marche, che ogni anno le regalava un libro di pittura o di scultura e la incoraggiava a disegnare e dipingere introducendola così al mondo dell'arte:

L'innamoramento verso tutto ciò che è arte nasce nei miei primi anni di vita; ed è solo grazie a mio nonno, pittore affermato, che ho fatto del "creare" il mio gioco preferito oltre che la mia passione<sup>251</sup>.

Da sempre appassionata di pittura e fotografia, dopo aver frequentato il Liceo artistico di Matera, Dacia si trasferisce in Puglia e si iscrive all'Accademia d'Arte di Lecce, dove studia scenografia. Passa del tempo

---

<sup>246</sup> Franco Di Pedè è un artista e scultore materano. Nato nel 1937, fu tra i primi, negli anni '60, ad esprimersi in un linguaggio astratto-geometrico, attraverso materiali alternativi, come il tufo, il ferro, la stoffa ed altro. I suoi lavori sono presenti in molti musei e collezioni private in Italia e all'estero. Da lui creata e diretta, la *Galleria Studio Arti Visive*, in via delle Beccherie 41 a Matera, ospita dal 1964 mostre personali e collettive.

<sup>247</sup> Vedi: <http://italia-sumisura.it>.

<sup>248</sup> Vedi: <https://www.ego55.com>.

<sup>249</sup> Vedi: Capitolo quarto: Etnografie di artigiani, paragrafo: 4.5 Schiuma Post Design di Tommaso Schiuma.

<sup>250</sup> Intervista a Giuseppe Rizzi del primo settembre 2020.

<sup>251</sup> Vedi: <https://daciarte.com>.

prima che Dacia possa trovare la sua vocazione, ma con il sostegno del padre, la giovane artista sceglie infine di dedicarsi alla ceramica per esprimere la sua inclinazione artistica.

La sua passione nasce per caso, quando, dopo aver studiato scenografia, e dopo aver percorso diverse strade nel mondo dell'arte, suo padre, appassionato di ceramiche e maioliche, le ha regalato una fornace. Dacia aveva già provato a dedicarsi alle tecniche artistiche della pittura, della cartapesta e della lavorazione del legno e in un primo momento era molto scettica sull'imparare questa nuova arte. Non era molto convinta che la ceramica potesse aiutarla a esprimere realmente la sua passione per l'arte ma ci ha provato e con il tempo ha trovato in quest'arte il modo di esprimere la propria creatività.

Ha imparato da autodidatta e inizialmente ha avuto non poche difficoltà nell'apprendere i segreti e le tecniche di lavorazione legate all'arte ceramica, come la cottura e l'utilizzo dei colori. Le è capitato nel tempo di rivolgersi agli artigiani più anziani o chiedere consiglio a ceramisti più esperti ma la sperimentazione è stata per lei fondamentale.

Nella ricerca di un linguaggio proprio, Dacia ha inizialmente letto molto e osservato con attenzione tutto ciò che poteva esserle di ispirazione fino a quando non ha trovato un proprio stile e una propria linea. I primi mesi sono stati per lei i più difficili ma dopo qualche tempo e tante prove andate male Dacia ha iniziato a vedere i primi risultati e a capire che grazie all'eleganza e alla compostezza di un'arte delicata come quella della ceramica e della maiolica poteva creare pezzi unici e ottenere una reale possibilità di mercato<sup>252</sup>.

Inizialmente ha fatto della sua abitazione a Lecce la sua officina artistica fino a quando, nel 2012, ha deciso di tornare a Matera, sua città natale, e aprire il suo laboratorio nella centralissima Via San Biagio, a ridosso dei Rioni Sassi<sup>253</sup>. Oltre allo spazio espositivo in cui sono disposte le ceramiche lo spazio comprende una zona destinata a laboratorio in cui la produzione è costante e quotidiana. I primi due anni è stato difficile inserirsi in un contesto, come quello materano, dove il turismo non garantiva ancora un flusso di vendite soddisfacente e il mercato locale probabilmente era ancora impreparato. Le vendite inizialmente riuscivano a malapena a coprire i costi di produzione che nel caso della ceramica sono molto elevati. Con il tempo la sua clientela si è ampliata e Dacia ha conquistato con successo anche il pubblico locale oltre a una discreta fetta di mercato internazionale che comprende oggi visitatori americani, particolarmente interessati alle sue creazioni e clienti che provengono dalla Germania, dalla Svizzera, dalla Francia e dall'Australia. Attraverso la promozione sulle piattaforme social vende e spedisce spesso all'estero, ma ammette anche che questo tipo di attività le porta via molto tempo e non sempre riesce a farlo. Al di fuori del suo laboratorio, le sue creazioni sono distribuite anche in alcuni punti vendita nella città di Bologna e nel Comune di San Felice Circeo vicino Roma.

Dacia utilizza soprattutto la tecnica della maiolica, dipingendo a mano i pezzi con tratti riconoscibili e molto personali. Tutto inizia dal biscotto, l'oggetto di terracotta precedentemente essiccato e cotto in forno, che successivamente viene smaltato per immersione e questa tecnica viene ripetuta per ogni singolo oggetto. Anche gli smalti sono fatti a mano, formulati e miscelati a mano. L'eventuale presenza di piccole imperfezioni è dovuta all'artigianalità dell'esclusiva lavorazione a mano e ogni manufatto è completamente unico. Le ceramiche sono smaltate utilizzando esclusivamente polveri non contenenti piombo, ottenuti da ossidi metallici, terre o minerali, e sono quindi destinabili anche all'uso alimentare. L'ultimo passaggio, con la cottura in forno a quasi mille gradi, detta "cottura del bello", fissa smalti e colori sul manufatto rendendolo sicuro per un utilizzo quotidiano.

La sua bottega-laboratorio offre creazioni in ceramica che vanno dai piccoli souvenir, come le colorate mongolfiere tenute insieme dal filo di ferro che richiama l'antico mestiere del *conciapiatti*, particolarmente apprezzate, ai grandi pezzi da tavola come piatti, ciotole e tazze, dalle piastrelle per la casa finemente decorate a mano, alle lampade e ai vasi da fiori. Tra le creazioni legate alle tradizioni locali i classici *cuccù* e i marchi da pane che si differenziano da quelli più tradizionali perché ceramicati in maiolica.

---

<sup>252</sup> Intervista a Dacia Capriotti del 21 settembre 2020.

<sup>253</sup> Daciarte - Laboratorio di ceramica e pittura, Via San Biagio, 17/19, 75100 Matera.

Dacia è specializzata nell'intaglio di motivi geometrici e decorativi e i suoi lavori rispecchiano il suo carattere giovane, la sua fantasia e la sua sensibilità artistica.

Lavora molto sull'accostamento dei colori e tra gli articoli che più la contraddistinguono ci sono la Linea Blu, o blu cobalto su bianco, e una Linea Verde Smeraldo mentre la sua nuovissima linea di oggetti utilizza motivi floreali e colori pastello. Dacia esegue i suoi disegni adoperando solo il pennello, senza l'utilizzo di bozzetti, seguendo il suo intuito e riportandolo direttamente sull'argilla smaltata.

Le sue maioliche colorate sono molto apprezzate tanto da far sì che nel 2017 il *New York Times Magazine* le dedicatesse uno spazio nell'editoriale *Where to Stay (and What to Eat) in Matera, Italy*, dedicato alla Città dei Sassi (2017).

Nel 2019 ha partecipato invece alla mostra collettiva *ULTRACERAMICA*, dedicata alla ceramica di design dell'Italia meridionale, ideata da Salvatore Cozzolino e Roberto Marcatti e promossa dalle delegazioni territoriali di ADI Campania, ADI Puglia e Basilicata, ADI Sicilia e ADI Lombardia.

Il lavoro in bottega la impegna molte ore al giorno, circa dieci, e non le lascia il tempo di prendere parte a fiere di settore e attività extra, come ad esempio i tour guidati. Uno dei suoi desideri è quello di partecipare in futuro al salone espositivo *Macef* di Milano, celebre salone internazionale della casa. Per questo, e per altri motivi, Dacia vorrebbe tralasciare, almeno in parte, la produzione dell'oggettistica più piccola e dedicarsi in futuro a pezzi ceramici di più grandi dimensioni, ma purtroppo, o, come lei stessa ammette, per fortuna, la grande richiesta di mercato le porta via molto tempo non lasciandole lo spazio necessario per avviare nuove produzioni e sperimentare nuove linee. Complice anche il flusso turistico, generato nel 2019 dalla nomina della città di Matera come Capitale Europea della Cultura, che ha messo in moto una richiesta di mercato costituita soprattutto da piccola oggettistica e souvenir.

Da circa un anno Dacia si fa assistere nella produzione da Francesca a cui ha insegnato le basi dell'arte ceramica e che si occupa di aiutarla proprio nella decorazione degli oggetti più piccoli oltre che nel rapporto con i clienti.

Una presenza costante è invece la sua gatta Nina, rannicchiata nei grandi piatti di ceramica esposti in vetrina e testimone silenziosa di tutto ciò che accade in bottega: in alcuni casi una vera e propria attrazione turistica alla quale Pasquale Doria, giornalista e scrittore materano, ha dedicato un breve testo:

Lo sanno e lo dicono. Nella loro vita precedente, diversi maestri Zen sono stati gatti. È noto anche che molti altri hanno fatto il percorso al contrario. Dopo aver assunto le sembianze umane, hanno avuto la possibilità di tornare a essere felini. Se nel periodo vissuto da esseri umani avevano maturato un'esperienza particolare, questa speciale attività, a quanto pare, non scompare, non del tutto: permane ancora qualcosa nel loro ciclo vitale. Anche questa forma di reminescenza è ben nota. In via San Biagio c'è un felino davvero popolare. La notte spesso dorme in vetrina, tra le maioliche decorate da Dacia, artigiana riservata, silenziosa quanto e forse più di chi la assiste durante il lavoro quotidiano. La simbiosi è perfetta. Sono tanti che fotografano il gatto delle maioliche. È ormai consapevole del suo forte richiamo e sembra quasi mettersi in posa, ma con molto distacco rispetto agli sguardi curiosi che di solito lo circondano. I suoi plateali sbadigli, le sue smorfie snob sono eloquenti. Osservandoli di nascosto si vede Dacia che decora sotto gli occhi attentissimo da supervisore del suo gatto Nina. Lo sa bene di essere sotto osservazione, ma sembra contenta. Due fiammelle seguono ogni movimento della mano e del suo naturale prolungarsi in rapide eppure morbide pennellate. Sensazioni nette, il maestro in pelliccia sembra guardare ogni gesto, preciso, misurato, un segnale, una lievissima corrente elettrica non più nascosta tra gli artigiani. Bisogna vederli. Stanno creando insieme, quasi trattenendo il respiro. Uno spettacolo, non voluto, ma sicuramente una forma di dialogo unico, silente, potente. Il loro segreto, forse Dacia nella vita precedente era un felino, ma il suo gatto era sicuramente un maestro Zen esperto di ceramica. Si capisce, impossibile non vedere, non cogliere il suo occhio che plasma e disegna, che ispira e guida la sua allieva. Non si manifesta per eccesso, il suo spirito aleggia leggero, vive e continua a creare oggetti bellissimi. Non ha bisogno neppure delle mani. Esplicitano fino in fondo quello che ripetevano gli antichi greci: è il vaso che fa il vasaio, non il contrario<sup>254</sup>.

---

<sup>254</sup> Vedi: <https://daciarte.com/home/dacia-nina/>.



Figura 19 | *Massimo Casiello. Massimo Casiello Tornitura Artistica Atelier del Legno. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 20 | *Marchi da pane realizzati in legno. Massimo Casiello Tornitura Artistica Atelier del Legno. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 21 | *Raffaele Pentasuglia. Bottega d'Arte Pentasuglia. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 22 | *Sculture in ceramica di Raffaele Pentasuglia. Figure della tradizione lucana. Bottega d'Arte Pentasuglia. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 23 | *Claudia e Michele Pentasuglia. Bottega d'Arte Pentasuglia. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 24 | *Ciotola e piatto decorati. Collezione ;Vivalavida! di Claudia Pentasuglia. Bottega d'Arte Pentasuglia. Foto di Claudia Pentasuglia*





Figura 25 | *Mario Daddiego. Il Bottegaccio di Mario Daddiego.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 26 | *La Pupa. Realizzazione di Mario Daddiego soggetta a copyright. Il Bottegaccio di Mario Daddiego.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 27 | *Angela Ramundo. Crea che Ricrea.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 28 | *Realizzazioni a maglia di Angela Ramundo. Crea che Ricrea.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 29 | *Tommaso Schiuma. Schiuma Post Design.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 30 | *Matrix. Marchio da pane. Schiuma Post Design.* Foto di Tommaso Schiuma





Figura 31 | *Dino Daddiego. Daddiego Ceramiche.*  
Foto di Ciriaca Coretti



Figura 32 | *Ettore Daddiego. Daddiego Arte.* Foto  
di Ciriaca Coretti



Figura 33 | *Valerio Daddiego. Daddiego Ceramiche.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 34 | *Cuccù in terracotta. Daddiego Ceramiche.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 35 | *Brahim Sissoko e Marco Daddiego. Daddiego Ceramiche.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 36 | *Bassorilievo in terracotta. Daddiego Ceramiche.* Foto di Ciriaca Coretti





Figura 37 | *Lela Campitelli. Materia Laboratorio di arte orafa e lignea di Lela Campitelli e Michele Ascoli. Foto di Ciriaca Coretti*

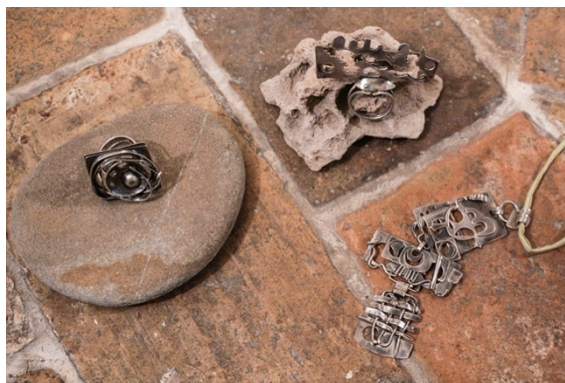


Figura 38 | *Creazioni orafe, serie "Recuperi". Laboratorio di arte orafa e lignea di Lela Campitelli e Michele Ascoli. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 39 | *Margherita Albanese. Arterego. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 40 | *Lampada realizzata con tessere a mosaico, polvere di tufo e cartapesta. Arterego. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 41 | *Piero Rizzi. Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 42 | *Enrico Rizzi. Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi. Foto di Ciriaca Coretti*





Figura 43 | *Eustachio Rizzi. Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi. Foto di proprietà della Famiglia Rizzi.*



Figura 44 | *Sculture in tufo. Sassi in miniatura di Eustachio Rizzi. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 45 | *Alessandro Castano. Alessandro Castano Ebanisteria & Restauro. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 46 | *Restauro portone d'ingresso Palazzo Malvinni Malvezzi di Matera. Alessandro Castano Ebanisteria & Restauro. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 47 | *Marco Brunetti. Geppetto Artigianato. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 48 | *Cuccù. Geppetto Artigianato. Foto di Ciriaca Coretti*





Figura 49 | *Elisa Tummillo e Johanna Curti. Elisa & Janna - Gioielli Scultura. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 50 | *Creazioni orafe, serie "Sassi dei Sassi". Elisa Tummillo e Johanna Curti. Elisa & Janna - Gioielli Scultura. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 51 | *Peppino Mitarotonda. Gi.Mi. Ceramiche di Giuseppe Mitarotonda. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 52 | *Maiolica. Particolare. Gi.Mi. Ceramiche di Giuseppe Mitarotonda. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 53 | *Maria Bruna Festa. Maria Bruna Festa - Ceramiche d'Arte. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 54 | *Cuccù. Maria Bruna Festa - Ceramiche d'Arte. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 55 | *Giuseppe e Vincenzo Rizzi. Progetto Arte. Foto di Ciriaca Coretti*

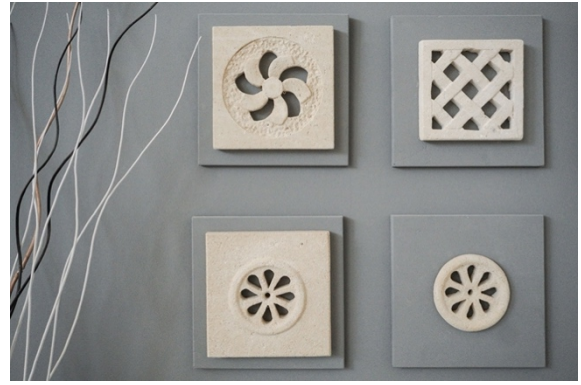


Figura 56 | *Formelle di tufo. Progetto Arte. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 57 | *Dacia Capriotti. Daciarte Laboratorio di ceramica e pittura. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 58 | *Ceramiche realizzate e dipinte a mano. Daciarte Laboratorio di ceramica e pittura. Foto di Ciriaca Coretti*



### 5.1 Il marchio *Empremtes de Catalunya*

Il *Centre d'Artesania Catalunya* è l'area del *Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Catalunya* che accredita, informa e promuove l'autenticità dell'attività artigianale catalana. Il Centro è stato istituito per promuovere il valore artigianale legato alle tradizioni della Regione e valorizzare le sue prestazioni, al fine di consolidare la contemporaneità del mestiere e salvaguardare gli interessi degli artigiani e dei prodotti artigianali locali. Il *Centre d'Artesania Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda* è essenzialmente un'impresa di promozione economica. Il Centro lavora costantemente per promuovere la trasversalità del settore artigianale e il dialogo con le comunità che lo rappresentano. Attualmente è in corso un progetto specifico di promozione di talenti destinato ai giovani artigiani, attraverso un programma di promozione portato avanti da Marina Calls i Xart, responsabile dei *Projectes de Promoció d'Artesania*. Nel 2019 il Centro si è fatto promotore del primo *Congrés Professional d'Artesania*, tenutosi l'11 marzo a Barcellona e organizzato allo scopo di generare una nuova piattaforma di riflessione e dibattito sui temi dell'artigianato. Un punto d'incontro per condividere risorse, strumenti, valori, e esperienze, e rafforzare il settore favorendo lo scambio di idee e sinergie tra i diversi attori creativi e produttivi. Il Centro fa parte del *World Crafts Council Europe (WCC)*, con il quale ha collaborato insieme ad Artex, Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana, anch'esso membro del WCC, in un progetto europeo che però non ha avuto un seguito. Il Centro ha inoltre all'attivo numerose collaborazioni con le associazioni locali, come l'*Associació Ceramistes de Catalunya* e la *Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya*. Numerose iniziative vengono ogni anno puntualmente portate avanti a favore dell'artigianato locale: esposizioni, convegni e progetti dedicati tanto agli specialisti del settore, quanto ad un pubblico più generico. Seppure in maniera non permanente, il Centro collabora attivamente con i musei locali della Regione, principalmente nella realizzazione di esposizioni e mostre al fine di accrescere i processi di divulgazione e promozione della tradizione artigiana catalana. Allo stesso scopo il *Centre d'Artesania Catalunya* si è fatto promotore negli anni di diverse iniziative come: l'istituzione del *Carnet d'artesà/ana*<sup>255</sup>, un accreditamento volontario, rilasciato dalla *Generalitat de Catalunya*, che può essere richiesto da qualsiasi persona fisica che esegua la propria produzione a mano; il *Diploma de Mestres Artesans*, conferito ogni anno a un artigiano che si è distinto per l'esercizio di un mestiere artigianale e riconosciuta esperienza professionale, in combinazione con la capacità di trasmettere la propria conoscenza; il *Premis Nacionals d'Artesania de la Generalitat de Catalunya*, che ha l'obiettivo di riconoscere le aziende artigianali che si distinguono per la propria produzione insieme al design, alla qualità, alla formazione, alla promozione, al marketing, alla divulgazione, alla valenza e al prestigio dell'artigianato catalano. L'iscrizione al *Carnet d'artesà/ana* è destinata a quelle attività incluse nel *Repertori de famílies d'oficis artesans*<sup>256</sup> che coinvolgono la formazione, la creazione, la produzione e la trasformazione di oggetti artigianali. Il risultato deve essere un *producte D'Artesania (D'A)*, individualizzato e realizzato con materia

---

<sup>255</sup> Esistono due tipologie di *Carnet d'artesà/ana*: il *Carnet d'artesà/ana professional*, destinata a coloro che si dedicano in modo professionale all'attività di artigiani e che sono registrati presso al *Cens d'empresaris* e all' *Agència Tributària*, insieme a coloro che svolgono la propria attività professionale attraverso la formazione continua nell'insegnamento delle arti artistiche; il *Carnet d'artesà/ana divulgatiu/iva*, destinata a coloro che svolgono professionalmente l'attività produttiva e commerciale e che diffondono l'attività artigianale attraverso dimostrazioni e attività di formazione o di sensibilizzazione.

<sup>256</sup> Vedi Allegato 9: *Repertori de famílies d'oficis artesans*.



prima naturale o materiale industriale riciclato che combini tecnica, tradizione e innovazione e che in nessun caso sia sensibile a una produzione industriale, completamente meccanizzata o in grandi serie. L'iscrizione comporta l'ottenimento di una tessera per gli artigiani, un badge per il prodotto e un badge per gli esercizi commerciali di artigianato catalano<sup>257</sup>. La costante evoluzione, negli ultimi anni, delle attività legate al settore artigianale ha portato a una modifica delle normative per regolare il comparto: il nuovo regolamento classifica le attività artigianali in un repertorio di 14 famiglie di artigiani e specifica, inoltre, i requisiti per l'ottenimento, i criteri di valutazione, la validità e le cause della revoca dei diversi badge relativi all'artigianato in Catalogna. Il *Premis Nacionals d'Artesania de la Generalitat de Catalunya* è stato invece istituito con l'obiettivo di dare prestigio all'attività artigianale e promuovere la commercializzazione dei prodotti artigianali catalani. Generalmente il premio viene assegnato durante la *Setmana d'Artesania de Catalunya* giunta, nel 2019, alla sua VIII Edizione e a cui ho avuto il piacere di partecipare durante la mia ricerca. La manifestazione, che si è tenuta dal 7 al 13 ottobre 2019, ha previsto diverse iniziative che hanno coinvolto i musei locali e le attività artigianali: dalle visite guidate, alle mostre audiovisive, dalle dimostrazioni dal vivo, alle attività per famiglie e bambini, e ancora, dalle conferenze, alle tavole rotonde, *masterclass* e dibattiti sul tema. Le iniziative si sono tenute per la maggior parte a Barcellona ma hanno coinvolto anche le località limitrofe. L'iniziativa nasce con lo scopo di rivendicare la funzione culturale, sociale, patrimoniale e economica dell'artigianato locale come valore trasversale della società catalana, in grado di combinare la conoscenza della tecnica e della materia, con la creatività, l'innovazione e l'identità, intesa come tradizione. Particolarmente interessante ai fini della ricerca è stata l'iniziativa che si è tenuta alla fabbrica *Pujol I Bausis, La Rajoleta*, all'Esplugues de Llobregat, dove abbiamo visitato i forni in cui negli anni sono stati realizzati alcuni dei pezzi più emblematici della ceramica architettonica del modernismo catalano, e assistito alla riproduzione artigianale di una piastrella, prodotta in passato con la tecnica artigianale dallo stesso stabilimento.

Connessa invece ai temi della commercializzazione e del turismo, l'iniziativa *Barcelona Genuine Shops Tour*, una visita guidata attraverso le botteghe e gli esercizi commerciali di artigiani e designer, i cui prodotti vantano il *Made in Barcelona*. Un itinerario destinato ai visitatori che vogliono scoprire le botteghe storiche della città ma anche l'arte e il design di quelle più recenti. Un'esperienza interessante che sottolinea l'importanza della tradizione e dell'autenticità dell'artigianato locale ma anche il suo valore commerciale ed economico connesso al mercato turistico. A tal proposito è stato pubblicato dal *BarcelonaTurisme* un volumetto, destinato a turisti e visitatori, che raccoglie e racconta le botteghe artigianali situate nei diversi quartieri della città: imprese artigianali, designer, disegnatori e marchi locali con più di cento anni di storia che recuperano la tradizione per offrire prodotti unici e di qualità, alle quali è stato assegnato dal *BarcelonaTurisme* il marchio *Barcelona Unique Shops* che riunisce i punti vendita unici della città<sup>258</sup>.

Un'altra iniziativa di protezione e supporto alle attività artigianali locali è stata quella di apporre una targa commemorativa, subito riconoscibile, all'esterno delle attività. Nel 1994, il Comune di Barcellona, attraverso l'Istituto municipale del paesaggio urbano e della qualità della vita, ha lanciato la campagna *Guapos per sempre* per distinguere gli stabilimenti commerciali storici, denominati anche *Botigues Emblemàtiques*. A tal fine è stato pubblicato il volume *Guapos per sempre*, che comprendeva, in una prima edizione del 2003, una serie di negozi della città attivi da più di cento anni e, in una seconda, nel 2007, un'altra serie di più di cinquanta. Oggi sono circa 125 i negozi di Barcellona, identificati da una targa posta sul marciapiede davanti alla loro entrata commerciale e il 92% sono collocati nei quartieri storici di *Ciutat Vella* e *Eixample*<sup>259</sup>. Nel 2012 il Dipartimento del Commercio e dei Consumi ha commissionato uno studio per identificare e oggettivare il concetto di "*comerç emblemàtic*", che tiene conto di diverse categorie, quali: facciata-architettura, storia, concetto del negozio, prodotto unico, antichità e/o notorietà e che comprende anche attività commerciali nel settore alimentare, della ristorazione, della farmaceutica e della, libreria-

---

<sup>257</sup> Intervista a Marina Calls i Xart del 19 marzo 2019.

<sup>258</sup> Vedi: <https://barcelonashoppingcity.com/ca/uniqueshops/>.

<sup>259</sup> *Mesura De Govern, Pla Específic De Protecció I Suport Als Establiments Emblemàtics, Regidoria de Comerç i Consum, Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació, Ajuntament de Barcelona*, Febbraio 2014.

cartoleria. L'obiettivo principale di questa iniziativa è quello di evidenziare le *Botigues Emblemàtiques*, e promuovere la loro redditività economica al fine di garantire la conservazione del patrimonio e il valore commerciale che esercitano.

Le ragioni si riassumono nella volontà di preservare il patrimonio di queste attività storiche: un patrimonio non solo architettonico, ma anche storico e culturale, a testimonianza dell'identità di una città e di un paese con una grande tradizione commerciale. La ricchezza e la diversità commerciale che esse rappresentano sono un vantaggio per la comunità in quanto cittadini, ma anche consumatori. E ovviamente si tratta anche di un'attrazione turistica, in un contesto dove le grandi città europee tendono a perdere il loro segno di identità.

Per tornare alle iniziative del *Centre d'Artesania Catalunya*: uno degli obiettivi strategici del Centro rimane lo sviluppo del marchio *Empremtes de Catalunya*, riferito all'artigianato catalano. Il marchio ha lo scopo di garantire sul mercato l'autenticità del prodotto e mettere in connessione i prodotti artigianali che rappresentano i segni dell'identità catalana in riferimento al paesaggio, agli usi popolari, all'arte e alla storia con le tradizioni del territorio e la contemporaneità.

Si tratta di un marchio registrato, dal *Centre d'Artesania Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda*, la cui progettazione ha avuto inizio nel 2006 e si è concretizzata nel 2010, quando si è inaugurato il primo punto di vendita e di esposizione, nonché sede del marchio e dello stesso Centro, situato a Barcellona, in *Carrer Banys Nous*. Il progetto nasce nello specifico dalla volontà di identificare i prodotti artigianali originari della regione catalana, e che ne illustrano la storia del paese, al fine di distinguere queste produzioni da quelle comunemente assimilabili al resto della Spagna. Questo impegno nasce dalla constatazione che tanto il pubblico locale, quanto i visitatori si trovano spesso ad acquistare prodotti che poco hanno in comune con la cultura locale, ma che più in generale fanno riferimento alla zona di Madrid. Il progetto nasce per offrire al pubblico e ai visitatori una gamma di prodotti che, da un lato racconta la cultura locale e dall'altro offre agli artigiani una via alternativa alla commercializzazione dei prodotti ampliando la richiesta di mercato. Il marchio identifica e distingue i prodotti dell'artigianato catalano, che sono sinonimo di identità e contemporaneità e che trasmettono i valori del paese veicolati attraverso l'arte, la cultura, la storia, la tradizione, l'architettura, il paesaggio e le tradizioni popolari che sono proprie del territorio e allo stesso tempo rappresenta un biglietto da visita che identifica la cultura e i costumi della Regione, in modo tale che il visitatore possa acquistare un oggetto e portare a casa un ricordo che garantisca realmente e totalmente l'immagine del territorio a cui fa riferimento e in cui è stato realizzato. Come afferma Xavier Villas i Balasch, Direttore del *Centre d'Artesania Catalunya*, il marchio *Empremtes de Catalunya* contraddistingue i: «*productes artesans catalans elaborats a Catalunya que expliquen la història de Catalunya, l'història, la tradició, els costums*»<sup>260</sup>.

La distinzione dei prodotti attraverso un marchio che distingue l'artigianato catalano permette tanto ai cittadini come alle centinaia di turisti che ogni anno visitano il paese di ammirare, acquistare e portare a casa un oggetto che rappresenti realmente e totalmente il territorio a cui fa riferimento e in cui è stato realizzato. L'oggetto artigianale ha, in questo senso, lo scopo di identificare un'esperienza riconducibile alla cultura del paese a cui appartiene e a un costume specifico; un'esperienza riconducibile al viaggio di cui è testimone anche fuori dal contesto che lo ha generato. Oscar Guayabero, disegnatore e curatore del catalogo, *Empremtes de Catalunya*® (2010), definisce gli oggetti artigianali come l'unico punto di connessione, fino ai tempi recenti, tra noi stessi e l'ambiente che ci circonda. Traducendo le sue parole:

[...] Vestivamo, mangiavamo e lavoravamo grazie all'artigianato, però, allo stesso tempo, ogni oggetto artigiano trasmetteva anche una narrativa locale, una tradizione propria, uno specifico adattamento di tecniche comuni. La funzione meccanica si andava accompagnando a una narrazione capace di potenziare il senso di appartenenza a un luogo, a un gruppo, spesso supportato da un ornamento tipico di un luogo e un tempo specifici. L'avvento dei prodotti costruiti in serie ha generato dei non-prodotti senza tempo, segnando una rottura tra noi e i nostri utensili. Il cammino verso il futuro dell'industria dell'artigianato è diverso e ricco, e una delle possibilità è esprimere il bisogno materiale

---

<sup>260</sup> Intervista a Xavier Villas i Balasch del 19 marzo 2019.



in termini di identità, come per il souvenir, dove la forma e il contenuto trattano e supportano la condivisione di una narrativa locale. Questo e molto altro è alla base della creazione del marchio. Ogni oggetto che appartiene al marchio non è frutto di un capriccio senza senso ma è elaborato a partire da un'icona, da un punto di riferimento e, fatto, seguendo tecniche particolari e utilizzando materiali locali. La combinazione di tutti questi fattori ci aiuta a comprendere meglio il significato dei souvenirs e pertanto a conoscere meglio il territorio di appartenenza.

Il marchio fa parte di un progetto governativo del *Centre d'Artesania Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda*, nato dalla collaborazione con la Direzione Generale del Turismo della *Generalitat de Catalunya*, l'*Institut d'Estudis Catalans* (IEC), il *Foment de les Arts i del Disseny* (FAD), il *Museu Nacional d'Art de Catalunya* e alcuni disegnatori indipendenti. La collaborazione ha dato vita a una ricerca notevole su quelli che sono i simboli iconografici rappresentativi dell'identità catalana, che è poi confluita nel volume *116 Icones Turístiques de Catalunya* (2010), con l'obiettivo di essere uno strumento che identifica i caratteri identitari del paese e differenzia l'offerta turistica. Il volume è concepito come un catalogo di icone che mira a identificare visivamente e concettualmente l'universo di elementi e significati che fanno parte del patrimonio tangibile e intangibile, che meglio definiscono la Catalogna come destinazione turistica.

Lo studio è durato due anni e dalle 116 icone identificate durante la ricerca ne sono state selezionate trenta, in rappresentanza delle trenta categorie del marchio *Empremtes de Catalunya*<sup>261</sup>. Le categorie identificate dal marchio erano originariamente 28, ma successivamente se ne sono aggiunte altre due, rispettivamente: *les colònies industrials*, in riferimento alla fabbricazione tessile e cartiera; la categoria dei prodotti del Novecentismo, prima assimilati alla categoria del Modernismo. Il progetto delle *Empremtes de Catalunya* è in continuo ampliamento e si sta pensando adesso a ulteriori categorie da aggiungere a quelle già esistenti, come ad esempio quella riferita all'arte e al disegno del ciclo XXI. Ogni categoria contribuisce a progettare e tracciare l'immagine del paese<sup>262</sup>. Una selezione dei prodotti afferenti al marchio è in vendita ed esposizione presso il negozio *Empremtes de Catalunya*®, situato a *Carrer Banys Nous*, al numero 11, di Barcellona e sono normalmente accompagnati da un tag esplicativo in tre lingue che ne indica anche la paternità<sup>263</sup>. Al momento non ci sono altri punti di commercializzazione esterna al di fuori della città di Barcellona, fatta eccezione per gli atelier privati degli artisti e artigiani da cui sono prodotti, ma l'intenzione è quella di espandere, in futuro, la commercializzazione anche nei comuni interessati dal progetto. A questo proposito il Centro sta lavorando allo studio e all'analisi del mercato, che, a partire dall'anno di creazione del marchio, è in continua evoluzione. La sede della marca è anche spazio di esposizione, con un programma annuale di mostre temporali con l'obiettivo di potenziare e dare visibilità ai prodotti. Le mostre vengono selezionate dal Centro, o previa approvazione di un'apposita commissione, dalle categorie di artigiani e artisti che ne fanno richiesta e hanno una durata di circa due mesi.

Una delle categorie del marchio particolarmente interessante ai fini della ricerca è quella afferente agli *Oficis Singulars*, la quale identifica un tipo di artigianato territorializzato, come ad esempio la ceramica de La Bisbal, la *terrisa negra* di Quart, la *terrisa* di Breda e Miravet, la palma delle Terres de l'Ebre, le piume di Arenys e L'Arboc, l'alabastro di Serral, e una serie di aree geografiche che nei secoli si sono specializzate in determinate lavorazioni a partire dalla materia prima di cui il territorio disponeva<sup>264</sup>. La regione catalana vanta una grande varietà di suoli e di climi e gode in tutto il territorio di manifestazioni artigianali di grande rilevanza e rappresentatività uniche ed esclusive a seconda delle diverse aree. La categoria delle *Oficis Singulars* riconosce l'identità di alcuni mestieri, cioè lavorazioni e prodotti unici strettamente legati alla storia delle comunità o alla demarcazione territoriale e identifica e promuove, i saperi artigiani legati al territorio e i prodotti unici e particolarmente vincolati alla tradizione artigianale di origine che altrimenti non sarebbero sopravvissuti alla mercificazione e non avrebbero avuto, ai giorni

<sup>261</sup> La lista completa delle trenta categorie che fanno riferimento al marchio è consultabile online su: [http://ccam.gencat.cat/web/.content/05\\_arees\\_actuacio/artesania/documents/centre\\_artesania\\_botiga/catalog.pdf](http://ccam.gencat.cat/web/.content/05_arees_actuacio/artesania/documents/centre_artesania_botiga/catalog.pdf).

<sup>262</sup> Intervista a Marina Calls i Xart del 19 marzo 2019.

<sup>263</sup> I prodotti si possono acquistare anche presso il *BarcelonaTurisme*, nel negozio SPA dell'Hotel Mandarin Oriental di Barcelona, al *Palau Moja* e presso la *Colònia Güell*. È attivo anche il negozio on line: <https://www.bcnrafts.com>.

<sup>264</sup> Vedi: Allegato 10: Mappa *Oficis Singulars*.

nostri, un mercato. Questo è successo, per fare un esempio, con la palma delle Terres de l'Ebre, utilizzata in gran parte per uso agricolo e che, grazie a questo processo di conversione, viene oggi impiegata nella creazione di oggetti e accessori unici. Si è cercato nella maggior parte dei casi di adattare i prodotti della tradizione al mercato attuale.

La ricerca, la definizione e la catalogazione delle attività artigianali con una denominazione di origine catalana costituiscono la base del progetto che ha portato alla classificazione degli *Oficis Singulars*. Gli obiettivi sono quelli di garantire la continuità e la conservazione del patrimonio artigianale catalano e promuovere le attività artigianali nelle aree rurali attraverso l'innovazione del prodotto e nuovi design che rispondono al mercato attuale.

Il processo di attuazione è stato avviato in diverse fasi che hanno riguardato: la regolamentazione delle denominazioni delle *Oficis singulars* presenti nella regione; la preparazione di un piano di lavoro in collaborazione con i consigli comunali coinvolti, basato sulla formazione e programmazione di corsi formativi; la creazione di un archivio documentario e bibliografico del mestiere; l'organizzazione di giornate di lavoro insieme a designer e artigiani e infine la commercializzazione dei prodotti attraverso campagne di promozione e diffusione del progetto. Dopo aver individuato le aree interessate, il *Centre d'Artesania Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda*, ha presentato il progetto ai Comuni e agli artigiani. Il Comune ha avuto il compito di contattare i disegnatori del prodotto, e ha ricevuto dal Consorzio una sovvenzione utile a coprire parte del compenso destinato al disegnatore. I disegnatori del prodotto sono stati individuati e presentati ai Comuni dal Consorzio stesso. L'accordo di lavoro è avvenuto in modo diretto tra Comune e artigiano, a cui non è stato richiesto nessun contributo economico se non quello derivante dal proprio tempo e dalla messa a disposizione della materia prima. Il disegnatore ha interagito con l'artigiano e da questa collaborazione sono stati creati nuovi prodotti dal design contemporaneo ma realizzati attraverso le tecniche tradizionali. Si tratta di un processo di creazione congiunto, in cui il disegnatore ha messo a disposizione la sua idea e la sua esperienza di mercato, mentre l'artigiano la tecnica e le materie prime. Il Comune ha avuto anche il compito, una volta finalizzato il progetto, di sollecitare la promozione dei prodotti. I progetti che più di altri hanno avuto una buona riuscita e che si sono affermati in modo durevole nel tempo, sono stati quelli che hanno interessato la palma delle Terres de l'Ebre, l'alabastro di Serral, e la lana *xisqueta*, e che devono la loro popolarità proprio all'unità di promozione turistica ed economica presente nei Comuni di riferimento, senza il cui impulso non si sarebbe raggiunto lo stesso risultato. Non avviene lo stesso processo per i prodotti appartenenti alle altre categorie di icone, per le quali invece il Centro ha un rapporto diretto con artigiani e artisti, il cui lavoro rientra nelle 14 categorie artigiane che compongono il *repertori de families d'oficis artesans*. In questo caso, a differenza degli *Oficis Singulars*, gli artigiani, che rientrano in una delle tipologie prestabilite, possono richiedere direttamente al Centro la possibilità di accreditarsi in una delle icone del marchio, a condizione che i propri prodotti rappresentino e illustrino uno degli aspetti caratterizzanti la storia, la cultura e i costumi del paese.

La sinergia di intenti e la collaborazione nella realizzazione del prodotto sono una caratteristica esclusiva della categoria degli *Oficis Singulars*, in quanto l'obiettivo rimane quello di creare una nuova categoria di prodotto che sia commercializzabile grazie all'aiuto e all'esperienza di un disegnatore che conosca il mercato e le sue tendenze commerciali. La maggior parte degli artigiani che hanno aderito all'iniziativa hanno dai 40 ai 60 anni di età e provengono solitamente dalle zone rurali più piccole della Regione dove questo tipo di iniziativa assume i risvolti più rilevanti soprattutto ai fini della commercializzazione e della ripresa economica.

Tra le aree territoriali caratterizzate da una tradizione artigiana rientrano al momento: l'alabastro di Sarral, la ceramica di Esparreguera e de La Bisbal, la ceramica nera di Quart e Verdú, i cucchiari di Tortellà, il legno di Sant Hilari Sacalm e il legno e vimini di nocciola di Pallars, la lana *xisqueta* della Vall d'Àssua, la palma delle Terres de l'Ebre, la pelle d'Igualada e Vic, il sale di Cardona, e la terracotta di Breda. In processo e di prossima attuazione, sono invece: il legno della Sènia, la punta di Arenys, Arboç e Barcellona, l'*imatgeria* di Olot, la terracotta di Miravet e la torneria della Vall del Ges.

## 5.2 Artigianato e Musei del XXI secolo

A partire dall'anno 1993, la *Generalitat de Catalunya* approva due leggi, ancora vigenti, che, sulla scia della *Mission du patrimoine ethnologique* (Francia, 1980), incoraggiano la salvaguardia e la promozione del patrimonio culturale catalano: la legge 2/1993 del 5 marzo, a promozione e protezione della cultura popolare e tradizionale e dell'associazionismo culturale e rivolta principalmente ai diversi campi della cultura tradizionale catalana, alle organizzazioni popolari di cultura, e alle entità che promuovono lo studio, la diffusione e la conservazione del patrimonio etnologico; la legge 9/1993, del 30 settembre, per il patrimonio culturale catalano, grazie alla quale viene creato il comitato consultivo per i beni culturali, in qualità di organo consultivo delle pubbliche amministrazioni in materia di patrimonio. La legge 2/1993 porta anche alla creazione del programma *Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya*, con lo scopo di ricerca, documentazione, diffusione, protezione e salvaguardia del patrimonio etnografico. Dal 1994, anno della sua creazione, fino al 2015 vengono portati a termine circa 267 progetti di ricerca che riguardano il patrimonio etnologico catalano. Si tratta di numeri considerevoli e di uno scenario di grande interesse ai fini della patrimonializzazione e della promozione dei patrimoni locali, materiali e immateriali che, tra le altre azioni, incoraggia le candidature catalane alla Lista Rappresentativa del Patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO e al Registro delle Buone pratiche di salvaguardia<sup>265</sup>.

Sebbene le due leggi e lo stesso programma *Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya*, non facciano esplicito riferimento al patrimonio artigianale tradizionale, la ricerca sul campo che ho condotto a Girona, nei mesi di aprile, maggio e giugno 2019, presso l'*Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural* (ICRPC), sotto la guida di Saida Palou Rubio, antropologa, e Xavier Ulled i Bertran, storico e responsabile della gestione culturale del patrimonio museale presso l'Istituto, ha evidenziato come, soprattutto i piccoli centri, siano caratterizzati da una forte tradizione artigiana di epoca rurale, che ne contraddistingue l'identità.

Tra gli ultimi anni '90 e gli anni 2000, vengono avviate numerose iniziative istituzionali a promozione dell'artigianato locale, soprattutto nei piccoli paesi, con la nascita, grazie a finanziamenti regionali ed europei, di numerosi musei di storia e cultura locale, molti dei quali connessi ai temi della tradizione artigiana, e al suo rinnovamento dopo il passaggio da un mondo prevalentemente rurale a uno industriale e moderno. Il fenomeno della creazione dei nuovi musei, e la riforma di quelli più antichi, ha caratterizzato gli ultimi anni, durante i quali, la totalità dei musei già esistenti è stata investita da un processo di rinnovamento, mentre la maggior parte dei musei recenti non esisteva fino a venti anni fa. Se è vero che le istituzioni non cambiano, o lo fanno molto lentamente, i musei catalani sono in questo caso l'eccezione che conferma la regola. Negli ultimi anni essi sono stati capaci di trasformarsi, di rinnovarsi e di proiettarsi al futuro, attraverso una conversione delle antiche correnti storico-collezionistiche e la fruizione di nuovi propositi museografici.

La particolarità di questi musei risiede innanzitutto nel loro carattere contemporaneo e nell'attenzione ai processi di trasformazione che hanno investito il mondo dell'artigianato e la meccanizzazione dei processi di produzione. Tale passaggio è rappresentato molto bene nell'allestimento del *Museu de la Vida Rural* che sorge nella piccola località de L'Espluga de Francolí<sup>266</sup>. Il Museo si presenta come un luogo di riflessione che a partire dalla conservazione delle memorie legate al mondo rurale racconta i processi di trasformazione sociale che hanno investito il territorio e le comunità. L'allestimento comprende una vasta collezione di oggetti, suddivisi in dodici sezioni, esposti in modo permanente e relativi alla società, alla cultura, ai processi agricoli, alle arti e ai mestieri. La proposta museale si compone di una complessa rete di elementi audiovisivi che dialogano con gli oggetti e riflettono sul patrimonio culturale, tecnologico, biologico, economico e paesaggistico frutto delle diverse rivoluzioni industriali e tecnologiche fino a giungere all'attuale presente urbano. Gli spazi all'aperto, l'architettura, le opere d'arte e la programmazione di attività

---

<sup>265</sup> Intervista a Rafael Folch Monclus, *Departament de Cultura Direcció General de Cultura Popular i Associacionisme Cultural, Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya*, del 11 ottobre 2019.

<sup>266</sup> *Museu de la Vida Rural de la Fundació Carulla*, Carretera de Montblanc, 35, L'Espluga de Francolí 43440, <https://museuvidarural.cat>.

e mostre temporanee completano l'esperienza museale, consentendo al visitatore di viaggiare nel tempo verso un presente proiettato nel futuro, attraverso le conoscenze accumulate nel tempo e le impronte dell'uomo che hanno trasformato il territorio e le relazioni tra i suoi abitanti. Un tratto importante sottolineato dalle esposizioni è la sostenibilità da tutti i punti di vista.

Allo stesso modo, i numerosi musei locali presenti nella Regione raccontano la storia attuale delle comunità partendo dal passato e dalle tradizioni del territorio e dialogando con il presente: una storia fatta di persone, di oggetti, di luoghi di lavoro, di strumenti, di materiali, di crisi, ripresa e riadattamento della tradizione artigiana alle nuove richieste e ai nuovi mercati.

La ricerca sul campo ha mostrato come le produzioni artigiane sopravvivono sul territorio proprio grazie ai musei locali, attraverso la collaborazione con i comuni, le associazioni locali di categoria, le scuole e gli artigiani stessi. Emerge, innanzitutto, il carattere divulgativo degli allestimenti museali. I musei locali, con le rispettive esposizioni permanenti hanno lo scopo di avviare un discorso, ognuno con le sue particolarità, attorno alla congiuntura temporale che ha riguardato la trasformazione delle antiche correnti di pensiero e i temi legati al consumo. Essi si propongono di essere, da una parte, centri strategici della cultura del territorio, attraverso la preservazione, conservazione e diffusione del patrimonio materiale e immateriale legato alle rispettive produzioni artigianali e, dall'altra, di diventare agenti proattivi e provocatori. È evidente come i musei locali siano caratterizzati da un forte legame territoriale, evidenziato generalmente dagli stessi spazi museali che il museo occupa.

Il *Museu de la Terrissa de Quart* e il *Terracotta Museu de Ceràmica de La Bisbal* occupano, ad esempio, i vecchi stabilimenti originari: antiche *rajolerie* (fornaci) attive nel passato destinate alla produzione artigianale di oggetti e mattoni, che, rilevate negli anni '90 dalle rispettive municipalità sono state riconvertite a museo nei primi anni 2000. A testimoniare il valore storico degli edifici, la loro ristrutturazione ha lasciato intatte alcune parti come, ad esempio, le ciminiere originali, le vasche e i forni di cottura, questi ultimi utilizzati per le esposizioni museali. Le antiche ciminiere testimoniano il passato ma caratterizzano anche il paesaggio urbano, al punto da essere un riferimento visivo nell'identificazione spaziale delle stesse strutture museali.

Il *Museu de la Terrissa de Quart*<sup>267</sup> si fonda essenzialmente sulla tradizione locale della produzione di *terrisa negra*: una lavorazione particolare che identifica la località di Quart. Questo tipo di produzione ha avuto in passato una grande capacità di adeguamento al mercato, costituito dapprima da una produzione ad uso domestico e dalla realizzazione di mattoni per la costruzione, e successivamente orientato al suo utilizzo decorativo nel campo dell'architettura.

Il Comune di Quart conta circa 4.000 abitanti. I primi documenti ufficiali che testimoniano a Quart un'attività legata alla sua *activitat terrissera*, risalgono al XIV secolo. Circa settecento anni di storia e tradizione che, generazione dopo generazione, hanno fatto del Comune di Quart una cittadina con una propria identità. La stessa importanza gli è stata riconosciuta anche dalla *Generalitat de Catalunya*, che nel 1990 gli ha assegnato la denominazione di *Zona d'Interès Artesanal* (ZIA), che nel 2015 cambierà denominazione in *Punt d'Interès Artesanal*, in seguito alla costituzione del marchio *Empremtes de Catalunya* e che ha dato alla ceramica di Quart una denominazione d'origine<sup>268</sup>. La storia della comunità di Quart è da secoli legata alla lavorazione della terracotta e quest'attività definisce la sua identità. I primi documenti di cui si ha disposizione datano al 1312 la fabbricazione di vasi di terracotta a Quart. Durante i successivi settecento anni l'artigianato della terracotta di Quart sperimenta il susseguirsi di cambiamenti e trasformazioni. Anche se i nomi e le date precise sono incerte, il documento del 1312 attesta una significativa e importante produzione commerciale (Pairolí, 1998, p. 167). Da alcuni documenti apprendiamo che: la terracotta di Quart aveva un ottimo mercato da Girona sino a tutto il vescovato; che era la migliore e la più economica; che la sua produzione era destinata all'uso domestico, per cucinare, per lavare i panni, per mangiare e per conservare i liquidi. Nella seconda decade del XX secolo la produzione

---

<sup>267</sup> Carrer Tren, 58, 17242 Quart, Girona, Spagna. Vedi: <https://www.museuterrissa.cat/ca/>.

<sup>268</sup> La nomina, sollecitata dalla municipalità di Quart in virtù di un accordo del 5 febbraio 1988, è stata ufficializzata il 2 luglio 1990 dal *Departament d'Industria i Energia de la Generalitat*.

è orientata a pezzi artistici e di ornamento. A partire dagli anni '60, la lavorazione della terracotta è influenzata, come il resto delle attività tradizionali, dalle grandi trasformazioni che attraversano la metà del secolo. Da un lato gli oggetti di uso domestico sono sostituiti da altri materiali, dall'altro il loro utilizzo diventa essenzialmente decorativo. Si diffonde in questi anni una sensazione di fine di un'epoca e di rinuncia, tanto che molte famiglie chiudono le loro attività iniziano a dedicarsi ad altre professioni. Le famiglie che invece si sono adattate alle nuove realtà sociali e tecnologiche iniziano a dedicarsi prevalentemente alla ceramica decorativa e alla scultura. La ceramica di Quart diventa con gli anni un'attrattiva turistica tanto da essere la protagonista della *Fira de Terrissa Catalana* che si celebra nel mese di maggio dall'anno 1989. La Fiera, insieme alla *Festa del Fang e al Concurs de Ceràmica*, istituito nel 1981, ha l'obiettivo di attirare l'attenzione dei visitatori e di incrementare l'attività imprenditoriale da parte dell'*Associació de Terrissaires Artesan de Quart*. A poco a poco, nel XVIII secolo, anche la terracotta *roja* entra a far parte della produzione di Quart, probabilmente a causa della competitività di altri centri che si erano dedicati a questa produzione, come nel caso di Breda<sup>269</sup>. Contemporaneamente alla produzione di oggetti, si sviluppa anche la produzione di mattoni, legata alla necessità concreta della costruzione di abitazioni. La *terrisa negra* rimane comunque la più caratteristica della tradizione storica di Quart. Il segreto del suo colore e della sua consistenza la resero particolarmente apprezzata nei secoli, tanto da avere un'utilità quotidiana e pratica e non decorativa. Il suo colore non deriva dalla materia prima ma dal tipo di cottura che era decisiva e che produceva una determinata reazione chimica che le donava questa caratteristica. La colorazione avveniva naturalmente a cottura finita, chiudendo ermeticamente il forno e facendo sì che la lenta combustione trasformasse l'ossigeno in monossido di carbonio che a sua volta si infiltrava nei pori della terracotta donandogli il colore, la consistenza e la resistenza caratteristiche di questo tipo di terracotta. Questa tecnica aveva lo scopo di rendere i pezzi particolarmente impermeabili e resistenti in modo che non ci fosse bisogno di utilizzare vernici; inoltre, il tipo di cottura li rendeva molto solidi e resistenti e da qui il particolare apprezzamento. A partire dal 1916, a Quart si iniziano a produrre anche destinati alla decorazione o all'ornamento di edifici. È un passaggio fondamentale perché si passa dalla denominazione di *terrisa* a quella di *ceràmica*. Questa trasformazione sarà molto accentuata e veloce e la ceramica si sostituirà alla terracotta a causa del cambio di costumi e materiali che si imporranno anche nell'uso quotidiano. L'apparizione della ceramica artistica e decorativa a Quart, si relaziona originariamente con il laboratorio della famiglia Marcó, e la collaborazione dei fratelli Marcó con l'architetto gironino Rafael Masó (1880-1935) e lo scultore di Reus, Gustau Violet (1873-1952). Nel corso del XX secolo ci sono comunque a Quart un gran numero di laboratori di terracotta che continuano a realizzare pezzi tradizionali. A partire dagli anni Cinquanta cambiano i costumi, la struttura familiare, le forme di produzione, i materiali e gli strumenti di lavorazione e questo cambiamento sociale porta a un processo di trasformazione delle officine tradizionali. In un sentire molto differente, appare anche il turismo di massa e negli ultimi anni si sono fatti sforzi considerevoli per adattarsi alle circostanze attuali di competitività commerciale e diffusione del proprio prodotto. Per sollecitazione della municipalità è stata anche costituita l'*Associació de Terrissaires Artesans de Quart*, che raggruppa i professionisti del settore e veicola negli ultimi anni le iniziative riguardanti la terracotta. Le politiche che ne sono seguite sono state mirate a far conoscere la tradizione della terracotta e le nuove tendenze commerciali. Ancora oggi la tradizione della terrissa e delle famiglie artigiane rimane viva a Quart.

In quest'ottica, il *Museu de la Terrissa de Quart* vuole essere uno spazio di conservazione e diffusione della tradizione locale, ma anche un centro di ricerca, con l'obiettivo di salvaguardare le conoscenze e le buone pratiche legate ai maestri artigiani della terracotta e alle loro officine artigiane<sup>270</sup>.

La struttura museale è stata rilevata nel 1990 dalla Municipalità di Quart e l'edificio è diventato un museo municipale circa venti anni dopo, nell'anno 2011 ed è attualmente diretta da Joan Vicens Tarré. Essa è un chiaro esempio di recupero del patrimonio industriale. L'esposizione museale, oltre a comprendere la visita

---

<sup>269</sup> I laboratori di Quart iniziarono a produrre la terracotta *roja*, denominata in seguito *vermella*. La terracotta rossa e verniciata aveva un processo di cottura più veloce e si adattava meglio alle esigenze di mercato e alla domanda del pubblico. Si tratta di una tradizione piuttosto moderna ma che ha alle spalle, comunque, almeno due secoli di storia.

<sup>270</sup> Si preferisce utilizzare il termine "officina" a quello di "bottega", in quanto si tratta di laboratori artigianali di grandi dimensioni.

al vecchio stabilimento di cui rimangono intatti alcuni forni e la ciminiera con il relativo meccanismo di tiraggio dei fumi, si suddivide in sei ambiti, e presenta il processo di produzione della ceramica dal rifornimento delle materie prime fino alla commercializzazione dei pezzi, senza dimenticare i maestri artigiani che hanno perpetuato questa tradizione<sup>271</sup>. Come afferma Joan Vicens Tarré, archeologo e direttore del museo, l'intenzione è che il visitatore esplori e interagisca con il patrimonio legato alla terracotta, a partire da un discorso interpretativo che mostra da un lato la tradizione artigiana del territorio e, dall'altro, la realtà storica di Quart<sup>272</sup>. Il museo è ubicato nell'antico mattonificio che apparteneva alla famiglia Ginesta e conserva ancora oggi alcuni degli elementi originali. Il mattonificio, nominato Santa Margarita, risale al XX secolo e fu costruito dopo che la famiglia perse in un incendio quello originario, ubicato a pochi km di distanza. L'edificio sorge accanto a quella che era fino al 1970 l'antica ferrovia dei treni ed è stato uno dei primi centri di produzione della ceramica.

Il *Terracotta Museu de Ceràmica de La Bisbal*<sup>273</sup> è incentrato invece sulle diverse lavorazioni della ceramica che, almeno dal XVIII secolo, è stata una delle principali produzioni del territorio e ha coinvolto molte famiglie di artigiani, creatori, artisti che, attraverso generazioni, si sono dedicati alla lavorazione di questa produzione attraverso la realizzazione di diverse tipologie di pezzi: utilitari, artistici, sperimentali e industriali. La ceramica bisbalenca ha sperimentato cambiamenti significativi nel corso della storia e la sua domanda di mercato è cresciuta negli anni in modo esponenziale, incrementando il numero degli artigiani ma anche la sua presenza nei mercati di Girona, Olot e Mataró. La lavorazione della ceramica a La Bisbal ha origini molto antiche e ciò che più la caratterizza è il fatto di essere una tradizione che permane ancora oggi.

La Bisbal d'Empordà è oggi uno dei centri di riferimento per la ceramica di tutta la Catalogna. L'importanza di quest'attività si riflette chiaramente nel suo paesaggio urbano, caratterizzato dalle antiche ciminiere. Le prime notizie documentate risalgono al 1502 e riguardano la produzione di mattoni, mentre al 1542 risale la documentazione che attesta la presenza del primo vasaio a La Bisbal, Rafael Prats; qualche anno dopo è invece attestata la presenza di altri due vasai: Pere Frigola (1556) e Vicens Albi (1560). A partire dalla metà del XVI secolo, la presenza degli artigiani va aumentando fino ad arrivare alla metà del VII secolo, quando a La Bisbal sono documentati circa 22 vasai. Fino al XVII secolo, però, la produzione sembra essere limitata a un ambito strettamente locale e provinciale. A partire dal secolo successivo, con l'aumento demografico, la domanda legata alla *terrisa bisbalenca*, crescerà in modo esponenziale e l'aumento della produzione incrementerà il numero degli artigiani ma anche la presenza della ceramica bisbalenca nei mercati delle località limitrofe. A partire dal XIX secolo, e soprattutto nella seconda metà del secolo, la *terrisa bisbalenca* vivrà la sua età d'oro. Nel corso del secolo si assisterà a un graduale processo di specializzazione che contemplerà l'introduzione di nuovi macchinari e tecniche di lavoro e l'incorporamento anche delle donne nei processi lavorativi. Il secolo XIX è essenzialmente il secolo della ceramica decorativa che è esportata in tutto il Principato, nel nord della Catalogna, a Mallorca, Aragona, Galizia, Andalusia ma anche nelle colonie spagnole di oltremare, come Cuba e le Filippine. Nel 1888, La Bisbal conta al suo attivo in tutto 52 artigiani della terracotta e 15 laboratori. Alla fine del XIX secolo fino agli inizi del XX, la fabbricazione di terracotta rimane l'attività maggioritaria, con due fabbriche di mattoni e circa venti laboratori di piccole dimensioni che davano occupazione a circa 150 lavoratori.

Nel corso del XX secolo, però, la manifattura tradizionale entra gradualmente in crisi, a causa delle trasformazioni che hanno investito la società rurale. Appaiono gradualmente manifatture alternative, come

---

<sup>271</sup> I sei ambiti dell'esposizione sono suddivisi in: terra e legna, le ragioni della ceramica, dalla terra alla ceramica, le produzioni tradizionali, le famiglie dei ceramisti del passato e della contemporaneità, la ceramica nella contemporaneità e nel futuro. I sei ambiti, presentano al loro interno sezioni di approfondimento, attraverso percorsi didattico-dimostrativi realizzati con l'ausilio di filmati, fotografie, ricostruzioni e meccanismi interattivi. Tutti gli oggetti esposti sono stati raccolti e realizzati appositamente. Il museo permette anche la visita a visitatori diversamente abili e non vedenti, predisponendo una lettura dei testi in formato *braille*. Il museo si compone anche di un'ulteriore sala, nella quale vengono ospitate le mostre temporanee e gli eventi e di un laboratorio nel quale, in collaborazione con l'*Associació de Terrissers Artesans de Quart* vengono tenuti regolarmente dei corsi di ceramica e che comprende anche un forno esterno realizzato appositamente per la cottura della *terrisa negra*. Il museo è dotato di uno spazio relativo alla vendita di prodotti in ceramica, testi di approfondimento e *gadgets* promozionali.

<sup>272</sup> Intervista a Joan Vicens Tarré del 18 febbraio 2019.

<sup>273</sup> Carrer del Sis D'Octubre de 1869, 99, 17100 Bisbal D'Empordà (La), Girona, Spagna. Vedi: <http://www.terracottamuseu.cat>.

la ceramica di tipo modernista e la ceramica architettonica, che darà un forte impulso al settore artistico, i cui valori estetici oltrepasseranno quelli legati alla funzione d'uso. A partire dagli anni '40, la produzione subisce un calo in concomitanza con i grandi cambiamenti culturali, economici e sociali dovuti all'abbandono graduale delle attività agricole in favore di un modello di società urbana e industriale e l'avvento di nuovi materiali, come la plastica e l'acciaio. Una situazione di declino che sarebbe stata definitiva senza l'apparizione e la consolidazione graduale del fenomeno turistico, che ha permesso a molti laboratori di riorientare la propria produzione e adattarla alle nuove necessità, trasformando le antiche produzioni in oggetti basicamente decorativi. Questa circostanza ha avuto conseguenze importanti sulla varietà di produzione, che perde la sua funzione di utilità legata a un uso esclusivamente domestico<sup>274</sup>. Negli ultimi anni un'intensa attività industriale ed economica è stata attuata a livello istituzionale su diversi livelli e con la partecipazione di attori importanti e radicati nel territorio che hanno lavorato in modo specifico e puntuale alla promozione del settore. *L'Escola de Ceràmica*, con i suoi aspetti formativi, ha contribuito in maniera fondamentale al processo di potenziamento e miglioramento della tradizionale produzione di ceramica, grazie alla trasmissione delle conoscenze, delle tecniche e del rinnovamento dei processi di lavorazione.

Attualmente la cittadina de La Bisbal conta la presenza in città di circa quaranta artigiani e si differenzia da altri centri legati alla ceramica per la sua produzione diversificata, come anche per la tipologia delle materie prime e dei processi di lavorazione: dalla ceramica applicata alle costruzioni, all'elaborazione di ceramica artistica e decorativa, dalla *terrisa negra*, a quella bianca, *vermella* e smaltata. A livello istituzionale, la cittadina vanta il titolo di *Città della ceramica*, attraverso la concessione, nel 2010, da parte dell'Unione Europea, del marchio registrato *Ceràmica de la Bisbal*, un marchio di origine protetta che serve a individuare, personalizzare e riconoscere i prodotti ceramici realizzati a La Bisbal e nei villaggi circostanti. Con l'obiettivo di promuovere il marchio e renderlo noto al consumatore finale e ai diversi mercati dei produttori ceramici, nel 2013 il Consiglio Comunale de La Bisbal d'Empordà ha avviato una campagna per promuovere e diffondere il marchio. Cinque anni dopo dalla sua fondazione, il marchio raggruppava già il 50% delle imprese del settore, per un totale di 21 produttori, e circa 21 punti vendita, con un incremento delle vendite nel settore commerciale del 70%.

Il *Terracotta Museu de Ceràmica*, sul versante culturale e di recupero delle testimonianze materiali e immateriali, ha contribuito alla preservazione, conservazione e diffusione del patrimonio materiale e culturale vincolato al mondo della *terrisa* e della ceramica industriale de La Bisbal. Il *Terracotta Museu de Ceràmica de La Bisbal* prende il suo nome dalla vecchia fabbrica *Terracotta*, presso la quale è ubicato. La fabbrica, *Terracotta*, era una delle industrie di ceramica più antiche de La Bisbal d'Empordà: fondata nell'anno 1928 e dismessa nel 1983, quando lo stabilimento viene acquistato dal Comune con l'intenzione di istituirci un museo. L'architettura industriale dell'edificio è ancora oggi evidente in molti elementi architettonici, come i pozzi per raccogliere la terra, le ciminiere e i forni. Questi elementi architettonici si integrano all'esposizione, facendo del museo uno degli edifici dell'archeologia industriale tra i più singolari.

Il museo si presenta come un museo monografico della ceramica e dei processi di lavorazione, la cui esposizione permanente comprende attualmente circa seicento pezzi, in aggiunta ai materiali fotografici e audiovisivi che fanno da corredo all'esposizione. Oltre alle collezioni permanenti e all'immenso deposito, parte del quale allestito a vista, le collezioni temporanee hanno un'importanza particolare e strategica al fine della collaborazione con gli artigiani locali, affinché anche loro si sentano partecipi del processo di valorizzazione e promozione della tradizione legata alla ceramica. Uno spazio espositivo è costituito, da

---

<sup>274</sup> L'iniziatore di questa corrente fu il pittore e ceramista Eusebi Díaz, che introdusse la tecnica dei riflessi metallici nella ceramica bisbalenca. Altri importanti novità sono legate ai nomi di Josep Pla Capell, con le sue sculture in terracotta, e di Josep Vilà Clara, che con le sue composizioni figurative e le influenze romaniche, darà sollievo e qualità alla produzione di ceramica bisbalenca. La generazione successiva, abbandonerà la ceramica figurativa a favore dell'astrazione, e in questa nuova linea stilistica si inseriscono i nomi di artisti e artigiani del momento: Joaquim Lleixà, Felip de Cabrera, Enric Segú, Lluís Rico, Joan Abras, Carles Sala. Uno dei massimi rappresentanti dell'avanguardia ceramista e delle nuove tendenze degli anni '70, legate alla nuova poetica povera, effimera e concettuale, rimane invece Pere Noguera, che crea sculture di processo, dove incorpora l'oggetto, lo spazio e la natura, e dove la materia prima appare come rivelazione, grazie al sovente utilizzo nelle sue creazioni della terra cruda.

un'esposizione temporanea, che cambia ogni anno, ed è dedicata alla ceramica artistica bisbalenca attuale. Un altro spazio è invece rappresentato da La Peixera, una zona espositiva pensata per la ceramica contemporanea e commissariata all'*Associació Ceramistes de La Bisbal*, che ne cura la programmazione e che ha attualmente sede nel Museo<sup>275</sup>. Come mi racconta Xavier Rocas, storico, archeologo e attuale direttore della struttura museale, la prima sala di esposizione viene inaugurata nel 1991, ma alla fine del 2015, il 29 dicembre, riapre ufficialmente le porte, dopo un anno di lavori di ristrutturazione che modificano radicalmente la sua istituzione e ne segnano il reale punto di inizio. La ristrutturazione ha comportato, da un lato, la monumentalizzazione dell'edificio, incrementando la sua capacità di promozione e attrazione, e l'adeguamento della struttura alle normative pubbliche, e dall'altro, la redazione ed esecuzione di un nuovo progetto museografico che ha permesso di rinnovare l'esposizione permanente e programmare un'offerta culturale rinnovata<sup>276</sup>. La riabilitazione architettonica del museo, insieme all'esecuzione e concretizzazione del nuovo progetto museografico in una esposizione permanente, ha avuto l'intenzione di sintetizzare le necessità strategiche legate all'attuale congiuntura locale: da un lato, consolidando il Museo come grande centro culturale della città, basato sulla preservazione, la conservazione e la diffusione del patrimonio materiale e immateriale vincolato alla ceramica bisbalenca e, dall'altro, esprimendo la chiara vocazione di essere una grande vetrina utile a diffusione e promozione della ceramica attualmente fabbricata a La Bisbal, con l'esplicita volontà di diventare un punto di riferimento nazionale di tutto il settore della ceramica<sup>277</sup>. Attualmente il museo fa parte della *Xarxa de Museus de les Comarques de Girona* e della *Xarxa de Museus de la Costa Brava*. Fino a pochi anni fa il museo de La Bisbal faceva parte della rete dei musei della ceramica, che però non ha avuto molto successo, tanto che lo stesso museo nazionale *Museo de Ceràmica de Barcelona*, fondato nel 1966, chiuse le sue porte nel 2012 per essere incorporato dal *Museu del Disseny de Barcelona*, inaugurato invece nel 2014.

Anche il *Museu del Suro de Palafrugell* recupera un vecchio edificio e sorge nella vecchia fabbrica di sughero del paese, punto di riferimento per i lavoratori che ne facevano parte e per la comunità che in qualche modo ne dipendeva<sup>278</sup>. La sua presenza è legata alla presenza della materia prima, rappresentata dalle querce da sughero che costituivano il presupposto all'incremento dell'industria *suro-tapera* del territorio<sup>279</sup>.

Fin dall'epoca romana le querce da sughero sono state utilizzate per la realizzazione dei coperchi delle anfore, di scarpe, ecc. e nel XVIII secolo gran parte della popolazione dei territori dell'*Alt e Baix Empordà*, Girona e Selva si sono specializzati nella lavorazione *suro-tapera*. La presenza di querce da sughero ha caratterizzato questi territori costituendo il presupposto all'incremento di questo tipo di produzione. Per tutto il corso del secolo la necessità di materia prima ha determinato alcune delle strategie di impresa.

Al lavoro in fabbrica si affiancavano l'industria ausiliare e l'economia sommersa del lavoro artigianale domiciliare, che teneva occupata gran parte della comunità locale, soprattutto le donne. Sebbene attualmente la lavorazione del sughero non sia più un'attività esercitata, la sua tradizione storica è ben documentata dal *Museu del Suro*, attraverso gli spazi e un allestimento attento ai processi che hanno accompagnato lo sviluppo di questo mercato almeno fino al suo completo declino. Il museo si presenta

---

<sup>275</sup> L'*Associació de Ceramistes de La Bisbal* raggruppa attualmente circa trentadue ceramisti, tra uomini e donne, tra i 40 e i 65 anni, della Baix Empordà. Nasce circa trent'anni fa, e con gli anni è diventata una delle più grandi associazioni nel settore della ceramica della Catalogna, sperimentando negli ultimi tempi una grande crescita culturale e artistica. L'associazione è composta da una giunta, composta da 9 membri che si occupano personalmente della promozione, della collaborazione con i musei, dei rapporti con le scuole. Il suo obiettivo principale è promuovere, coordinare e intensificare gli sforzi comuni per studiare, praticare, diffondere la ceramica e migliorarne la qualità.

<sup>276</sup> Intervista a Xavier Rocas del 22 marzo 2019.

<sup>277</sup> In questi ultimi anni, il Comune sta lavorando alla ristrutturazione degli spazi esterni all'edificio, come anche all'adeguamento di alcuni spazi interni che saranno dedicati una volta terminati i lavori, alle aule didattiche, alle aule di formazione del ciclo formativo della *Grau Mitjà de Terrisseria*, alla sede dell'*Associació Ceramistes de La Bisbal*. Il progetto dovrebbe terminare nel 2020 e interessa un totale di 4.000 metri quadri di superficie, che si vanno ad aggiungere ai 2.000 già occupati, per un costo di 2 milioni e mezzo di euro che si aggiungono ai 496.575,98 euro, impiegati per la ristrutturazione precedente. L'affluenza attuale è di circa 12.000 visitatori all'anno, ma grazie ai nuovi adeguamenti degli spazi e dei servizi, soprattutto quelli dedicati ai bambini, la previsione è quella di raddoppiare questi numeri per arrivare a circa 25.000 visitatori.

<sup>278</sup> Placeta del Museu del Suro, s/n, 17200 Palafrugell, Girona, Spagna. Vedi: <https://museudelsuro.cat>.

<sup>279</sup> La produzione *suro-tapera* consiste nella realizzazione di tappi in sughero a partire dalle querce da sughero.



come un'istituzione unica per il suo tema e la sua portata territoriale. Esso acquisisce, conserva, interpreta e valorizza l'eredità legata alla produzione e lavorazione del sughero in tutta la regione catalana. Il *Museu del Suro*, fa parte, tra le altre reti museali, del sistema del *Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya*, e oltre alle esposizioni permanenti composte da oggetti e materiali multimediali, comprende alcuni spazi dedicati alle esposizioni temporanee, alle attività didattiche e ai servizi educativi<sup>280</sup>. Attualmente il museo è in fase di riallestimento e comprende anche uno spazio «allestito in forma liquida», come lo definisce il suo direttore Joseph Espadalé i Reballí, destinato ai suggerimenti dei visitatori che contribuiscono di volta in volta al suo allestimento<sup>281</sup>.

Il *Museu del Càntir*, invece, sorge accanto alla vecchia sede, che attualmente accoglie l'archivio storico municipale, nella centrale Plaça de L'Església<sup>282</sup>; la nuova sede inaugurata nel 2000 ha rappresentato una tappa importante perché ha consolidato il ruolo del museo come istituzione scientifica e professionale e la sua vocazione di servizio pubblico, con un allestimento moderno e un importante numero di attività culturali. L'allestimento segue volutamente una suddivisione che non si basa su criteri geografici ma sulle tipologie e destinazioni d'uso del *càntir*, con l'obiettivo di sottolineare la sua specializzazione tematica che va, dall'origine, ai processi di fabbricazione e commercializzazione della brocca tradizionale. Le frequenti collaborazioni e scambi con altri paesi tra cui la Francia e l'Italia lo rendono un centro dinamico e di riferimento. Il *Museu del Càntir di Argentona* viene fondato nel 1975 su iniziativa di un gruppo di persone, denominato gli *Amics d'Argentona*, guidato da Jaume Clavell i Nogueras, storico locale, collezionista e esperto di ceramica e terracotta, a cui si deve il nucleo originario della collezione del Museo. I primi anni il museo è stato gestito da un gruppo di volontari denominati *Amics del Museu del Càntir*, fino al 1984 quando è stato istituito per conto della municipalità di Argentona, il *Patronat Municipal del Museu del Càntir* che ha permesso il ricorso a maggiori risorse economiche e una gestione professionale dell'istituzione. Nel luglio dell'anno 2000 è stata inaugurata la nuova sede del museo, con una superficie circa quattro volte più grande della precedente, un allestimento completamente rinnovato che esprime la sua vocazione didattica e i servizi di accoglienza al pubblico. È stata una tappa importante perché si è consolidato il suo ruolo di istituzione scientifica e professionale e la sua vocazione di servizio pubblico e didattico si è concretizzata con un allestimento moderno e un importante numero di attività culturali. Il direttore, Oriol Calvo i Vergés, responsabile tecnico del museo, storico e museologo, lo gestisce dal 1986, e ha dedicato al museo gran parte della sua carriera professionale. Uno dei suoi obiettivi fondamentali è stato dotare l'istituzione museale di quegli strumenti che gli hanno permesso di far conoscere a un largo pubblico la ricchezza della collezione e donare così visibilità a quella che era stata fino ad allora una missione silente<sup>283</sup>. Il *Museu del Càntir*, da essere una piccola istituzione locale è diventato un luogo di grande prestigio, conosciuto all'estero e per certi versi unico al mondo per la sua specializzazione. Il museo rappresenta uno dei primi esempi nel paese, di museo specializzato verso una specifica tematica. Per certi versi esso ha rappresentato un modello successivamente riprodotto da altre realtà comunali. L'alta qualità e l'elevato numero degli esemplari delle collezioni, permanenti e tematiche, che si è ampliato nel corso del tempo a partire dal 1975, ne fanno un'istituzione di grande prestigio. Il nucleo iniziale della collezione contava circa trecento esemplari, donati dal fondatore del museo, Jaume Clavell i Nogueras. Progressivamente la collezione si è ampliata con un importante deposito di esemplari dal XIV al XVIII secolo provenienti dal *Museu de Ceràmica de Barcelona*, e alcuni esemplari del *Concurs Nacional de Ceràmica i Terrissa*, indetto annualmente dallo stesso museo, e allo stesso tempo con le donazioni di alcuni grandi collezionisti, come quella di Emili Semperere, studioso di ceramica e collaboratore del museo. Negli ultimi anni ci sono stati importanti acquisti e donazioni come i quattro esemplari di Pablo Picasso. Attualmente il museo conta circa 4000 esemplari di cui solo una parte, circa 700, sono esposti al pubblico; gli altri pezzi sono conservati nell'edificio adiacente al museo, adibito temporaneamente a deposito, e

---

<sup>280</sup> Il Museo gestisce il *Centre d'Interpretació del Dipòsit Modernista de Can Mario* e il *Conjunt Monumental de Sant Sebastià de la Guarda a Llafranc*.

<sup>281</sup> Intervista a Joseph Espadalé i Reballí del 26 febbraio 2019.

<sup>282</sup> Plaça Església, 9, 08310 Argentona, Barcelona, Spagna. Vedi: <http://www.museucantir.org>.

<sup>283</sup> Intervista a Oriol Calvo i Vergés del 5 marzo 2019.

vengono periodicamente esposti in mostre tematiche e temporali. L'allestimento segue volutamente una suddivisione ed esposizione che non si basa su criteri geografici ma innanzitutto sulle tipologie e destinazioni d'uso, con l'obiettivo di sottolineare la specializzazione tematica del museo e il fatto di essere un punto di riferimento sui temi legati al *càntir*. L'allestimento segue tre linee tematiche rappresentate dall'origine, dalla storia e dal processo di fabbricazione e commercializzazione della brocca, e si sviluppa attraverso sei ambiti che compongono l'allestimento museale: l'acqua come elemento originario della vita; la morfologia del *càntir*, da cui deriva la sua funzione concreta; la storia, dall'antichità ai giorni nostri; le tipologie, circa trenta, ognuna con una destinazione d'uso specifica; il processo di fabbricazione, partendo dalle tecniche per arrivare al trasporto e alla commercializzazione; lo spazio Picasso, che come già accennato espone alcuni esemplari recentemente acquisiti dal museo. Nell'esposizione è presente anche una piccola parte dedicata ai *càntir* destinati all'attività di gioco dei bambini e un'altra che invece mostra come la lavorazione e la destinazione d'uso di questo utensile sia cambiata, e come da elemento utilitario sia diventato un elemento decorativo e abbia acquisito un valore patrimoniale. I video e le fotografie mostrano anche le differenze di genere in relazione ai processi di lavorazione delle brocche, la cui decorazione era solitamente responsabilità delle donne, come anche la sua fabbricazione, fino almeno all'introduzione del tornio a pedale utilizzato invece dagli uomini. All'esposizione classica delle brocche, si affiancano i documenti fotografici, le ricostruzioni a tema, come la comune bottega artigianale del passato, e i video in 3D che mostrano, in maniera molto efficace, i processi di lavorazione e cottura. Non meno importanti sono le didascalie, debitamente realizzate anche in linguaggio *braille* e affiancate da un sistema di esposizione che permette il riconoscimento tattile ai visitatori non vedenti. Sebbene l'esposizione principale sia rappresentata dalla mostra permanente, le esposizioni temporali e tematiche che si tengono una o due volte all'anno, permettono al museo di essere uno spazio sempre nuovo e vivo<sup>284</sup>.

Il museo nasce dalla forte tradizione presente ad Argentona, risalente al tradizionale pellegrinaggio in onore di Sant Domingo de Guzmán, protettore della città, quando le genti provenienti dalle comunità limitrofe, si dirigevano in pellegrinaggio verso la fonte dedicata al Santo guaritore, affinché coloro che bevessero quell'acqua fossero curati da febbri e malattie. Accadeva che le persone si affollassero verso la fonte, in una sfilata di brocche nuove e di forme pittoresche, che provenivano dai paesi vicini ed erano messe in vendita dagli artigiani terracottai. La tradizione voleva che le brocche fossero nuove, affinché non andassero perdute le virtù curative dell'acqua. Da questa tradizione nasce, nel 1951, l'attuale *Festa del Càntir*, organizzata dal museo, insieme al Comune di Argentona e all'associazione di commercio e servizio, e che prevede che ogni anno venga riprodotto un modello tradizionale di brocca, in vendita presso il museo e acquistato solitamente dai collezionisti. A partire dalla riconquista del territorio catalano, tra IX e il XV secolo, la brocca da acqua, utilizzata per bere, appare come un contenitore tradizionale e popolare della tradizione catalana; le forme e le dimensioni sono praticamente identiche a quelle attuali e la sua presenza si andrà consolidando negli anni, diventando uno dei contenitori più importanti della tradizione della terracotta catalana. La presenza del *càntir*, la brocca, è uno degli aspetti che differenzia la tradizione catalana dal resto del paese, in quanto non si registra al di fuori della Regione. La maggior parte delle

---

<sup>284</sup> Nel 2010 il *Museu del Càntir* è entrato a far parte della rete dell'*Associació Espanyola de Ciutats de la Ceràmica* (AeCC), costituita ad Argentona nel novembre 2007. L'associazione, inizialmente composta da 23 comuni, ha progressivamente incrementato il suo numero, arrivando a comprendere circa trenta città, accomunate da un forte vincolo con la ceramica. La rete si occupa anche di promuovere la cooperazione internazionale con alcuni paesi europei, in particolare con la Francia, l'Italia e la Romania, con le quali ha costituito nel 2014, la rete europea delle città della ceramica, *Agrupació Europea de Cooperació Territorial de Ciutats de la Ceràmica* – AEUCC, che conta attualmente al suo attivo circa cento città. Il museo fa anche parte della *Xarxa de Museus Locals* (XML), rete dei musei locali, uno strumento di supporto e collaborazione per i musei della provincia di Barcellona. Una particolare caratteristica del museo è rappresentata dalle attività esterne di cui è regolarmente organizzatore. Alcune di queste sono la *Festa del Càntir* e la *Fira Internacional de Ceràmica i Terrissa* che coincide con l'attuale *Festa Major d'Argentona*. Il Museo dirige anche la Scuola di Ceramica di Argentona, che oltre ad essere motivo di orgoglio per lo stesso, ne rappresenta la vocazione pedagogica e didattica. Il museo organizza spesso anche altre attività culturali e formative, come corsi, presentazioni di libri e scuole monografiche sui temi contingenti il museo. Le frequenti collaborazioni e scambi con altri paesi tra cui la Francia e l'Italia lo rendono un centro dinamico e di riferimento regionale e statale.

brocche risalenti al medioevo sono di terracotta rossa con la parte superiore verniciata di verde, per renderle impermeabili all'uso, oppure di terracotta nera, o *fumada*, di differenti forme e dimensioni.

Nel XVI secolo ha inizio nella regione in Catalogna un'abbondante produzione di brocche di terracotta rossa, verniciata, e nera utilizzate per l'acqua in funzione di secchi e contenitori. Durante l'epoca barocca, la novità è rappresentata dalla grande varietà di modelli e dalla diversificazione tipologica delle funzioni d'uso ma con l'affermarsi dello stile *rococó*, di derivazione francese, le manifatture reali diventano i maggiori produttori di pezzi di artigianato di alto livello e la ceramica decorata vive in Catalogna un periodo di decadenza. Contemporaneamente alla brocca popolare troviamo quella di ceramica decorata, risalente al periodo rinascimentale, introdotta nella penisola dai musulmani, realizzata con una copertura di stagno bianca, decorata nella parte superiore. Nei secoli XIII e XIV ha inizio la produzione ispanica di metallo che continuerà nei secoli successivi dando vita a pezzi di grande bellezza. Con la rivoluzione industriale e l'arrivo del treno a vapore e della ferrovia, la brocca si espande per tutta la penisola e la sua produzione si estende rapidamente in tutte le regioni verso la città di Aragona e i paesi valenciani, fino al Portogallo, al Nord Africa e alla Francia.

Le brocche di produzione spagnola, in generale, si distinguevano da quelle catalane per il fatto che avevano l'impugnatura disposta in modo trasversale ai due fori. Nella grande diversità di produzione possiamo distinguere: le brocche con funzione utilitaristica che si adattavano alle differenti necessità, come quelle domestiche, per il lavoro, per le barche, per i campi, ecc., le brocche decorative, che solitamente rappresentavano motivi popolari, immagini religiose, o ancora quelle decorate con iscrizioni allegoriche che simboleggiavano gli ideali politici di unità dei paesi catalani. Alla fine del XIX secolo, il Modernismo rappresenta uno dei periodi più brillanti dell'arte catalana. I principali centri di produzione erano le contee gironine di Olot, La Bisbal e Quart.

La produzione artistica del XX secolo segna l'epoca di massima produzione di brocche nella storia catalana. La maggior parte delle tipologie di brocca, circa trenta, ognuna destinata a un uso specifico, appartiene infatti a questo secolo. I centri della terracotta ne iniziano a produrre una quantità impressionante per far fronte alle necessità crescenti delle comunità urbane e rurali. Alcune città come Verdú e Alicante, grazie alla loro argilla di ottima qualità e all'esportazione su rotaia vivono un periodo di grande splendore. La produzione massima causa però l'abbassamento dei prezzi di mercato e una progressiva diminuzione dei centri produttori, soprattutto nelle zone a Nord della penisola. La guerra civile spagnola (1936-1939) chiude del tutto le porte alla produttività dei periodi precedenti, causando la sparizione di molti centri di produzione.

Negli anni '60 e '70 invece, con l'industrializzazione, la terracotta viene sostituita da nuovi materiali industriali, come la plastica, mentre nelle case viene installata l'acqua corrente. Gli artigiani che lavorano la terracotta cominciano a introdurre importanti modifiche nella lavorazione e nella tipologia dei prodotti, alternando tecniche e nuove forme e producendo oggetti destinati a uso decorativo. La brocca perde così il suo interesse funzionale ma viene apprezzata invece per il suo valore storico, etnologico e patrimoniale. Questa tradizione ha dato inizio a una nuova corrente di valorizzazione, studio e processo di patrimonializzazione del *càntir* tradizionale, promuovendo il collezionismo e gli studi specializzati e favorendo l'istituzione di centri di divulgazione come lo stesso *Museu del Càntir d'Argentona*.

In questo contesto appare evidente come i musei locali rappresentino un valore aggiunto per i territori in cui sorgono. La loro caratterizzazione identitaria investe la collettività a livelli diversi, rappresentando un punto di riferimento per le comunità locali ma anche per i visitatori, che desiderino conoscere la storia e le tradizioni locali. Essi sono soggetti attivi di partecipazione attraverso il coinvolgimento della comunità, e luoghi di cultura tramite l'organizzazione instancabile di iniziative, attività ed esposizioni che promuovono i talenti locali. Allo stesso tempo, contribuiscono alla produzione della località attraverso processi di promozione e valorizzazione del patrimonio locale. Un mosaico di tradizioni e culture che valorizza le differenze territoriali in un contesto globale di circolazione delle idee e di nuove proposte museali. Non trascurabile è sicuramente il ruolo che i direttori dei musei, insieme agli operatori museali, ricoprono sul territorio, attraverso una pratica costante di promozione e confronto.

### 5.3 *Ceràmiques Marcó* di Jaume Marcó Cambó e Pilar Alsina Marquez

La lavorazione della ceramica ha da sempre caratterizzato il Comune di Quart. Con il passare degli anni questa tradizione è diventata il sigillo d'identità di tutte quelle famiglie che, di generazione in generazione, hanno lavorato nell'ambito della ceramica. Tale attività definisce l'identità di Quart prima ancora della sua municipalità e si contano già nell'ultimo terzo del XVII secolo venti maestri terracottai.

La tradizione ceramica legata alla *terrisa* di Quart è viva oggi grazie al lavoro di cinque famiglie che di generazione in generazione hanno portato avanti la tradizione familiare e fatto di questo lavoro la propria ragione di vita nonostante le difficoltà causate dalla crisi socioeconomica intercorsa nelle ultime decadi.

L'apparizione della ceramica artistica e decorativa a Quart si identifica in ogni modo con la presenza in città del laboratorio di ceramica appartenente alla famiglia Marcó e nello specifico con la collaborazione tra i fratelli Marcó, l'architetto gironino Rafael Masó (1880-1935) e lo scultore di Reus, Gustau Violet (1873-1952) (Pairolí, 1998, pp. 169-170).

I Marcó sono un'antica famiglia di Quart, la cui attività è documentata sin dall'ultimo terzo del XVIII secolo attraverso la storia della *Confraria de Terrissers*, anche detti *Alfareros del lugar de Quart*, fondata nel 1710. Nel 1786, Josep Marcó, figlio di Miquel, entra a far parte della Confraternita, come anche la sua discendenza il cui lavoro proseguirà anche dopo la scomparsa della Confraternita. Dal XX secolo *Casa Marcó* si caratterizza per la lavorazione della *terrisa negra*. Nel 1900, Miquel Marcó fondò insieme ai suoi tre figli, Frederic, Augustí e Pere, l'attuale laboratorio e con uno di essi, Frederic, avviò alla fine del 1916, una proficua collaborazione con il famoso architetto novecentista gironino Rafael Masó. Una collaborazione molto fruttuosa che continuerà fino alla morte dell'architetto, nel 1935. A partire dal 1919, difatti, in tutte le opere più emblematiche dell'architetto gironino sono presenti elementi ceramici realizzati dalla famiglia Marcó. Il prestigio raggiunto da Frederic Marcó fu così notevole che altri architetti e numerosi artisti chiesero la sua collaborazione, tra questi ricordiamo: Frederic Marés, Joan Carrera, Domènec Fita, Ignasi Bosch e, più di tutti, Fidel Aguilar. Erano gli anni in cui a Girona si diffuse il movimento novecentesco vincolato ai criteri dell'estetica modernista. Il Modernismo a Girona è alle sue origini fondamentalmente un movimento letterario che si declinerà successivamente nella corrente conosciuta come Novecentismo e acquisirà un'importanza notevole nel campo dell'architettura proprio grazie al lavoro dell'architetto Rafael Masó, che sarà l'autore dei principali edifici novecenteschi della città diventando il massimo esponente e il referente principale del movimento novecentista. L'opera di Rafael Masó nella cultura gironina del XX secolo riveste una doppia importanza: come architetto e come promotore di numerosi artisti e artigiani nelle arti applicate, come ad esempio: lo scultore Fidel Aguilar, l'ebanista Adolf Fargnoli, i fratelli Busquets, decoratori e pittori e i fratelli ceramisti Marcó. Tutti lavoravano attorno a Rafael Masó. All'inizio del 1900, Frederic Marcó si trasferì nel laboratorio di Gustau Violet, che collaborò con Aristides Maillol, e in seguito si trasferì nei laboratori del Museo del Louvre, dove apprese nuove tecniche che importò in Catalogna. Frederic Marcó trasformò il suo laboratorio a Quart in uno spazio per l'apprendimento e la sperimentazione, un luogo di incontro per artisti come Rafael Masó, Esteve Monegal, Enric Casanoves, Fidel Aguilar, Aristides Maillol, Emili Ferrer, i fratelli Busquets e Adolf Fargnoli. Dopo essere tornato a Quart e aver collaborato con Gustau Violet e Rafael Masó, Frederic Marcó inizia ad applicare alla produzione familiare le indicazioni e gli insegnamenti acquisiti da Rafael Masó dando inizio a un nuovo orientamento che trasforma la terracotta di Quart in ceramica propriamente decorativa. Appare per la prima volta il termine *argerates*, coniato da Rafael Masó e riferito alla produzione di pezzi artistici e decorativi in terracotta, originariamente realizzati con la *terrisa negra* e ricoperti da una patina bronzo. Vi è un ampio utilizzo da parte dell'architetto gironino di questi pezzi elaborati dal laboratorio della famiglia Marcó e incorporati nell'architettura dei maggiori edifici da lui realizzati. L'interesse di Rafael Masó per la cosiddetta "ceramica popolare" deriva dal fatto che egli desiderava fortemente vincolare la sua opera alla tradizione artigianale radicata nel territorio, e dare vita a un nuovo linguaggio architettonico vivo e moderno, evitando di realizzare un'architettura spersonalizzata (Pairolí, 1998, pp. 197-209). Nel 1935 Rafael Masó muore e nel 1936 ha inizio la guerra civile spagnola. L'epoca di massima creatività e produzione artistica giunge quindi al suo termine. Verso la fine del secolo vengono

a mancare i fratelli Marcó e l'attività familiare subisce una frammentazione che avvia una separazione dei laboratori e delle rispettive firme in Marcó e Palahi-Marcó le cui famiglie portano avanti ancora oggi la tradizione che ha fatto della firma Marcó un nome conosciuto e rispettato nella storia della ceramica e delle arti applicate in tutta la Catalogna. A Frederic Marcó successe suo figlio Àngel che insieme a suo nipote Jaume Marcó Cambó avviò, come da tradizione, numerose collaborazioni con artisti e architetti come Ignasi Bosch Reitig e Josep Claret.

Dal 1990 Jaume Marcó gestisce insieme a sua moglie, Pilar Alsina Marquez, l'impresa familiare che rimane una delle tre officine di ceramica ancora attive nel Comune di Quart<sup>285</sup>. Jaume ha attualmente 69 anni e ha iniziato a lavorare la ceramica all'età di quattordici anni insieme a suo padre. Non gli piaceva molto studiare ma aveva le idee molto chiare sul suo futuro. Voleva a tutti i costi portare avanti la tradizione familiare e diventare un *terrissaire*. Lavorare la terracotta nell'azienda di famiglia lo affascinava molto e decise così di frequentare quella che successivamente diventerà l'*Escola de ceràmica de La Bisbal*<sup>286</sup>. Nel 1979 ottiene il suo primo diploma di ceramista per la sezione *Maestro Artesano* presso la *Escuela de Trabajo de la Diputación Provincial de Barcelona* e nel 1985 consegue il diploma in *Artes Aplicadas: Especialidad Cerámica* presso la *Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos* di Barcellona. Nel 1993 gli viene conferita la *Carta de Mestre Artesà* e nel 2004 gli è stato attribuito sempre dalla *Generalitat de Catalunya* il premio *Producte Artesà Qualificat (PAQ)*. Nel 2007 gli viene assegnato invece il titolo di *Diploma de Mestre Artesà* come *Ceramista i Terrissaire*. Sua moglie Pilar ha studiato invece Storia dell'Arte conseguendo il titolo di *Maestra Divulgativa de l'Artesania*. Ha conosciuto Jaume grazie a sua sorella e una volta sposati ha iniziato a lavorare con lui nell'azienda di famiglia.

Jaume e Pilar sono molto impegnati nella divulgazione e nell'insegnamento e collaborano a livello didattico con numerose scuole e percorsi formativi universitari, portando avanti l'apprendimento nel campo della ceramica. La loro officina offre al pubblico numerose iniziative come seminari, visite guidate e laboratori didattici dedicati ad adulti e ragazzi.

Casa Marcó ospita anche un'esposizione permanente che ripercorre le tappe più significative della storia familiare e ripropone le opere più importanti realizzate dalla *famiglia Marcó*. Una collezione artistica, fotografica e documentaria che inizia nel diciannovesimo secolo e arriva ai nostri giorni, un'eredità in cui è possibile trovare pezzi e forme che vanno dal modernismo al presente, senza dimenticare il novecentismo con opere realizzate dal laboratorio Marcó per il Museu Nacional d'Art de Catalunya, la Reial Acadèmia de Belles Arts de Sant Jordi, il Museu de Belles Arts Jacint Rigau de Perpinyà, il Museu Nacional de Ceràmica de Sevres, il Museu del Disseny de Barcelona, il Museu del Càntir d'Argentona, il Museu de la Ceràmica de la Bisbal e il Museu de la Terrissa de Quart.

Jaume lavora la terracotta riprendendo le stesse tecniche utilizzate dai suoi antenati che oltre a tramandargli questa preziosa arte gli hanno lasciato in eredità numerosi stampi utilizzati un tempo per la realizzazione di pezzi scultorei e decorativi destinati alle architetture degli antichi edifici di epoca novecentista; una preziosa eredità che gli permette ancora oggi di riprodurre opere originali. Jaume realizza tutti i suoi pezzi esclusivamente a mano utilizzando il tornio a pedale e insieme a Pilar si occupa di tutte le fasi della lavorazione, dal disegno fino alla cottura e alla decorazione. Entrambi sono molto legati al passato e alle tecniche tradizionali e Jaume mi racconta che: «*la dificultat no és crear una sola peça, sinó crear-ne dues exactament iguals*»<sup>287</sup>.

---

<sup>285</sup> *Ceràmiques Marcó*, Carrer Cira de Girona, 113, 17242 Quart, Girona, Spagna.

<sup>286</sup> L'*Escola de ceràmica de La Bisbal* si inaugura nel 1992. L'idea di creare una scuola di formazione di ceramica a La Bisbal, nasce dalla volontà e dalla tenacia di un gruppo di persone, e dall'iniziativa personale della direttrice, Dolors Ros Frigola, sua fondatrice che già dal 1971 aveva fondato, presso gli spazi del convento di La Bisbal, una scuola di formazione professionale. Difatti la scuola, con i suoi corsi, è uno dei primi centri specializzati di riferimento del sud Europa nella lavorazione ceramica. Seguendo l'esempio di altri paesi, a livello internazionale, l'*Escola de ceràmica de La Bisbal* rimane anche uno dei primi centri monografici a guardare alla ceramica in un'accezione più legata alle arti decorative.

<sup>287</sup> Traduzione: «la difficoltà non è creare un solo pezzo, ma crearne due esattamente uguali». Intervista a Jaume Marcó e Pilar Alsina Marquez del 29 marzo 2019.

Dal 2004 si unisce al gruppo di lavoro un giovane scultore de *l'Escola de Belles Arts d'Olot* e viene formalizzata anche una collaborazione esterna con altri due scultori. Queste collaborazioni permettono a Jaume e Pilar di rispondere a qualsiasi richiesta creativa.

Il carattere contemporaneo della loro opera non è rappresentato dalla meccanizzazione dei processi ma dalla capacità della ceramica di cambiare forma e funzione a seconda dei tempi e del contesto. In passato, ad esempio, l'impiego della ceramica era molto diffuso in architettura e la sua produzione completamente funzionale al suo utilizzo. La produzione di pezzi ceramici decorativi destinati alla realizzazione di edifici è ancora attiva ma attualmente Casa Marcó produce principalmente pezzi destinati all'arredamento degli esterni, pezzi decorativi e di uso domestico, riproduzioni di opere d'autore; tutti i pezzi sono numerati e certificati. Gran parte del loro lavoro consiste anche nel restauro di antichi edifici di epoca novecentista. La loro produzione si aggira intorno ai 10.000 pezzi all'anno e la loro clientela è soprattutto locale. Il mestiere del ceramista non è oggi un'attività estremamente redditizia e, a differenza della vicina cittadina de La Bisbal d'Empordà, il Comune di Quart non è una meta propriamente turistica.

Attenersi alle tecniche tradizionali di lavorazione manuale rimane sicuramente uno degli obiettivi principali di *Casa Marcó* ed è sicuramente un processo faticoso da portare avanti ma quello che Jaume e Pilar vorrebbero salvaguardare è la «*puresa de l'artesanía*»<sup>288</sup> che non avverrebbe con la meccanizzazione dei processi di produzione. La tecnologia potrebbe invece essere d'aiuto nella promozione e nella divulgazione di quest'arte.

L'officina *Marcó* occupa uno spazio immenso e comprende, oltre ai due spazi espositivi, uno spazio dedicato alla lavorazione della ceramica dove si tengono anche numerosi laboratori didattici e uno spazio dedicato invece alla cottura dove si trova uno dei primi forni a fiamma invertita della zona commissionato dall'architetto Rafael Masó. Tutti gli spazi sono visitabili.

L'utilizzo di nuovi materiali e la globalizzazione hanno costretto Jaume e Pilar a reinventarsi e convertire la loro esperienza in un'opportunità da offrire agli studenti di belle arti interessati ai segreti della ceramica. Con il *Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya* hanno lavorato per promuovere l'imprenditoria artistica tra gli studenti dell'ultimo anno di studi superiori in belle arti e design con il progetto *Talent-Art*. Il progetto fa parte di una proposta, che si basa sul potenziamento del talento creativo, aiutando i giovani interessati a lavorare nel mondo della ceramica per offrire loro nuove opportunità lavorative e sviluppare il proprio talento. Il progetto si inquadra in uno scenario più ampio che si basa sulla protezione, la valorizzazione e la conversione di un'eredità culturale, di una tradizione e di un patrimonio in risorse artistiche e pedagogiche utili a promuovere un'attività, come quella della ceramica, che agisce come attrattore economico del territorio. Il desiderio è entrare a far parte a pieno titolo della scena internazionale avviando un dialogo che incoraggia e promuove la mobilità dei giovani imprenditori nel campo della creazione artistica e artigianale contemporanea rafforzando le relazioni tra studenti e artisti e trasformando la loro vocazione in una professione economicamente redditizia. Un Centro in grado di aprire nuove strade per la creatività tra le diverse discipline; generare momenti di riflessione e dibattito volti a promuovere un dialogo multidisciplinare e interrelazionale a livello internazionale.

Negli ultimi anni, il lavoro di Jaume e Pilar è stato caratterizzato da una gestione trasversale, interdisciplinare e inclusiva che ha trasformato *Casa Marcó* in un laboratorio aperto a molti artisti, artigiani e architetti di tutto il mondo. A questo proposito hanno all'attivo molte collaborazioni con numerosi scultori provenienti da tutto il mondo, come ad esempio l'Italia, la Francia e Maiorca. Jaume e Pilar provano a fare della propria officina uno spazio di interazione e interscambio in modo che la loro attività non scompaia con loro.

Attualmente alla famiglia Marcó, e alle altre famiglie ceramiste, la cui lunga tradizione ceramica ha caratterizzato il Comune di Quart, è dedicato uno spazio espositivo permanente nel *Museu de la Terrissa de Quart*, con il quale Jaume e Pilar collaborano costantemente. Insieme ad altri musei locali hanno avviato numerose collaborazioni, come ad esempio, il *Museu de Montserrat*, i *Museus de Sitges* e attualmente il *Museu de l'art de la Pell de Vic* con una retrospettiva dell'opera di Josep Maria Pericas i Morros, uno degli

---

<sup>288</sup> Traduzione: «la purezza dell'artigianato». Intervista a Jaume Marcó e Pilar Alsina Marquez del 29 marzo 2019.

architetti catalani più importanti del XX secolo che, come Rafael Masó, ha collaborato in passato con la famiglia Marcó.

Nel 2006 Jaume Marcó realizza il pezzo commemorativo della *XVII Fira de Terrissa Catalana* di Quart<sup>289</sup>, una brocca novecentista utilizzata da Rafael Masó. Nel 2007 invece realizza il *càntir* rappresentativo per la *57a Fira del Càntir d'Argentona che si tiene* ogni anno nel Comune di Argentona in collaborazione con il *Museu del Càntir*<sup>290</sup>. Nel 2010 *Casa Marcó* ha partecipato, nella categoria degli *Oficis Singulars*, al progetto che ha dato vita alla creazione del marchio *Empremtes de Catalunya* rappresentando la “*terrissa negra i vermella*” di Quart e collaborando con i designer Jordi Peñaranda e Albio Nascimento alla creazione di nuovi prodotti da commercializzare per il *Centre d'Artesania Catalunya*<sup>291</sup>.

#### 5.4 Vilà Clara Ceramistes di Joan e Josep Vilà-Clara Garriga

La Bisbal d'Empordà, capitale della regione della Baix Empordà, è una città con una lunga tradizione ceramica, nonché uno dei più importanti centri di ceramica della Catalogna. Come per il Comune di Quart anche la ceramica de La Bisbal rientra nella categoria degli *Oficis Singulars* per il marchio *Empremtes de Catalunya*. La produzione artistica della ceramica caratterizza ancora oggi la cittadina de La Bisbal grazie alla presenza di circa 40 artigiani, che lavorano nelle proprie officine, generalmente familiari e di piccole dimensioni. I flussi turistici degli ultimi anni hanno favorito inoltre la nascita di molti punti vendita ma allo stesso tempo hanno causato il diffondersi di fenomeni di importazione di ceramiche dal vicino Portogallo. Per contrastare questo fenomeno di massificazione, nel 2012, è stato istituito il marchio *Ceramica de La Bisbal*, con la volontà di potenziare la produzione di ceramica della zona, garantirne l'autenticità attraverso un'attenta pianificazione e promuoverne la diffusione. Il marchio comprende tutte le tipologie di ceramica prodotta a La Bisbal: ceramica decorativa e artistica, *terrisseria*, *jardineria* e ceramica per rivestimenti<sup>292</sup>. *Vilà Clara Ceramistes* è tra le più antiche e importanti aziende di ceramica de La Bisbal d'Empordà ed è stata fondata nel 1950 da Josep Vilà Clara. Attualmente l'azienda è gestita dai suoi due figli, Josep e Joan Vilà-Clara Garriga, che disegnano e producono principalmente ceramiche decorative per la casa, articoli per la tavola e pezzi d'autore realizzati con argilla rossa autoctona della zona.

Josep Vilà Clara padre, è una figura quasi mitica della storia moderna della ceramica bisbalenca. È il fondatore di una famiglia di ceramisti molto antica e uno dei pionieri nel passaggio dalla ceramica tradizionale popolare a quella artistica.

Una personalità decisiva sia per la sua influenza politica che per la padronanza nell'arte della ceramica. Spettatore privilegiato e protagonista della trasformazione che la ceramica de La Bisbal subirà a partire dalla metà degli anni '40 fino alla seconda metà del XX secolo, Josep Vilà Clara morì nel 1989. Quando Josep iniziò la sua avventura come *artesà ceramista* il settore della ceramica a La Bisbal versava in una situazione di profonda crisi e trasformazione. Un contesto che avrebbe portato alla scomparsa di questa arte se, nei primi anni Cinquanta del ventesimo secolo, non fosse sopravvenuto il fenomeno turistico. Sarà in quegli anni che alcune officine bisbalenche riorientarono le loro produzioni riadattandole alle esigenze estetiche di questo nuovo mercato e trasformandole in oggetti sostanzialmente decorativi. Il merito principale di Josep Vilà Clara è, senza dubbio, quello di essere stato in grado di diventare, in modo

---

<sup>289</sup> La *Fira de Terrissa Catalana*, una volta detenuta dalla vecchia *Confraria de Santa Justa i Santa Rufina*, si celebra nel mese di maggio dal 1989. La Fiera, insieme alla *Festa del Fang* e al *Concurs de Ceràmica*, istituito nel 1981, ha l'obiettivo di attirare l'attenzione dei visitatori e di promuovere l'attività imprenditoriale dell'*Associació de Terrissaires Artesan de Quart*.

<sup>290</sup> La Fiera che andò perduta nel XIX secolo, è stata, grazie al *Museu del Càntir*, nuovamente istituita nel 1991 ed è visitata ogni anno da circa 25.000 visitatori che hanno la possibilità di conoscere e acquistare le produzioni artigianali provenienti da tutto il paese e dagli stati esteri. È nota confidenzialmente come *Fira del Càntir* ed è la fiera della ceramica più importante di tutto il paese. Si tratta di un evento espositivo e commerciale di grande portata e richiama ogni anno artigiani e ceramisti di tutte le nazioni, come Portogallo, Italia, Francia, Malta, Polonia, Olanda, Regno Unito, Russia e Marocco, per un totale di circa 70 stand espositivi. La fiera comprende al suo attivo molte attività culturali e didattiche che la rendono un'autentica festa intorno all'arte del fango: esposizioni di ceramica d'autore di prestigio internazionale, dimostrazioni, scuole di tornio, scuole di cottura della terracotta, concerti, e mostre di strumenti legati alla lavorazione della ceramica. In occasione della fiera vengono istituiti diversi concorsi e realizzato ogni anno un diverso modello di *càntir*.

<sup>291</sup> Cfr. Capitolo quinto *Artesania de Catalunya*, paragrafo: 5.1 La marca *Empremtes de Catalunya*.

<sup>292</sup> Cfr. Capitolo quinto *Artesania de Catalunya*, paragrafo: 5.2 Artigianato e Musei del XXI secolo.

totalmente autodidatta e contando solo sulla propria creatività, padronanza del disegno e spirito di ricerca, un ceramista esperto, che ha introdotto nella ceramica tradizionale de La Bisbal nuovi elementi di forma e colore pur restando sempre fedele al passato e alla tradizione della ceramica popolare. Dopo la guerra civile, tornato a La Bisbal, Josep iniziò a lavorare in attività occasionali come pasticciare fino a quando verso la metà degli anni Quaranta si unì al laboratorio di ceramica del maestro Farraró, dedicato alla produzione di parti ausiliarie per l'edilizia come canali, piastrelle, grondaie, tubi di scolo, e dove farà la conoscenza di altri due ceramisti, Serra e Poch, con i quali stabilirà un rapporto di amicizia e fiducia, tanto da assumere con loro il controllo dell'attività una volta che Farraró la lascerà per il pensionamento. Questa esperienza lavorativa è il primo contatto diretto che Josep Vilà Clara avrà con la ceramica. Dopo l'avventura comune con Serra e Poch, Josep si insedierà nella fabbrica di Sabater e realizzerà le prime stoviglie e le prime piastrelle decorate. Questi primi lavori segneranno lo stile a cui rimarrà fedele per tutta la sua carriera, caratterizzato dalle rinomate composizioni figurative ispirate alle scene in costume dell'Empordà (Rocas Gutiérrez, 2018). Nel 1955, di fronte al successo delle sue ceramiche, Josep Vilà Clara decise di acquisire una propria attività su *Carrer 6 d'Octubre* a La Bisbal d' Empordà, dove attualmente la famiglia possiede ancora il negozio di famiglia denominato *Vilà Clara Ceramistes*. Fin dall'inizio, collaborerà con suo figlio maggiore, anche lui di nome Josep, che svilupperà nel laboratorio *Vilà Clara* la sua personalità e il suo talento dando vita ad un proprio stile che si distinguerà da quello di suo padre per le linee sobrie e asciutte. Mentre il padre si occupava di tutte le questioni legate al disegno e alla gestione del negozio: il lavoro del figlio era orientato verso la produzione, come impastare l'argilla, modellare sulla ruota, cuocere al forno e sfornare i pezzi. Nel 1958 il successo e la crescente domanda di mercato dovuta al turismo straniero e a quello proveniente principalmente da Barcellona, determinerà la necessità di assumere personale esterno e l'azienda conterà al suo interno circa dodici collaboratori. Gli anni Sessanta e Settanta del ventesimo secolo saranno anni di grande attività per la famiglia Vilà Clara che inizierà a collaborare con artisti e architetti di fama internazionale. Alla fine degli anni Sessanta, la domanda di ceramiche continuerà a crescere e nel 1968 *Vilà Clara Ceramistes* migliorerà e modernizzerà tutte le attrezzature del laboratorio. Sarà in questi anni che inizieranno ad arrivare i primi riconoscimenti per Josep Vilà Clara padre, come la *Medalla de Bronze al Mèrit Turístic*, la *Medalla de Plata al Mèrit Artesà* e la *Medalla d'Or del Premi Nacional d'Artesania*. Nel 1971 a Josep Vilà Clara verrà riconosciuto il titolo nazionale di *Artesà Exemplar*. I lavori di riammodernamento avviati nel 1968 dureranno fino al 1972 quando il laboratorio si trasferisce nella zona di Rec d'en Tunyeca dove rimane fino al 2009. Fu in quel momento che Joan Vilà-Clara Garriga, figlio minore, entra a far parte dell'azienda di famiglia; da allora, oltre a lavorare in officina, Joan è responsabile della direzione aziendale, dei compiti tecnici, commerciali e amministrativi.

Con la morte del fondatore nel 1989, l'officina sarà gestita dai suoi due figli, Josep e Joan Vilà-Clara Garriga.

Negli anni Duemila una profonda crisi economica ha investito il settore della ceramica e Josep e Joan hanno dovuto chiudere l'azienda di famiglia che si occupava soprattutto della produzione di elementi per l'edilizia e ceramica industriale e hanno mantenuto attivo invece il laboratorio artistico presso il quale è situato anche il punto vendita e uno spazio espositivo dedicato agli artisti della zona. Attualmente sono soltanto quattro gli artigiani che producono presso le proprie botteghe ceramiche artistiche, le altre officine invece portano avanti un tipo di produzione industriale destinata all'edilizia<sup>293</sup>.

Oggi, *Vilà Clara Ceramistes* offre una vasta gamma di prodotti e pezzi destinati a diversi usi. Dal design moderno al più classico arredamento per la casa. Una vasta gamma di articoli per la tavola e decorativi e rivestimenti di qualità realizzati a mano. La clientela è composta soprattutto da acquirenti esteri ed estimatori della ceramica provenienti ad esempio dal sud della Francia, dall'Italia, dalla Germania e dagli Stati Uniti<sup>294</sup>. I due fratelli, Jaume e Joan Vilà-Clara, sono il miglior esempio di una delle aziende più rappresentative della ceramica bisbalenca contemporanea: un'azienda familiare che, partendo dal nulla, è cresciuta fino ad oggi aumentando costantemente i propri volumi di produzione senza rinunciare alla

---

<sup>293</sup> Intervista a Joan Vilà-Clara del 2 aprile 2019.

<sup>294</sup> Vilà Clara Ceramistes, Carrer del Sis D'Octubre de 1869, 27, 17100 Bisbal D'Empordà ( La ), Girona, Spagna.



qualità. Un alto livello di rigore, qualità e attenzione per la finitura del prodotto. Tutti i pezzi sono caratterizzati da una firma d'autore e sono decorati manualmente uno ad uno nell'officina stessa. Le opere di *Vilà Clara Ceramistes* sono il risultato di un atteggiamento esigente di superamento in cui si osserva il dialogo costante tra tradizione e rinnovamento, tecnica e improvvisazione. Josep Vilà-Clara guida la direzione artistica del laboratorio, creando pezzi ceramici di una grande libertà creativa e plastica. A differenza di suo padre, il suo lavoro e la sua ricerca prediligono la qualità dei materiali all'aspetto decorativo. Artista sobrio, dettagliato e paziente, inizialmente si allontana dalle discipline delle belle arti e da qualsiasi tradizione artistica. Il suo lavoro nasce invece da una costante ricerca e una profonda conoscenza del processo tecnico. Su questa scia abbandonerà gradualmente il repertorio dei temi figurativi e essenzialmente realistici per prediligere disegni molto più vicini all'astrazione. Un processo creativo che ha avuto inizio con l'esposizione *Ceràmica Moderna*, tenutasi nel 1975 nello stesso *Studio Vilà Clara*, e che si consolida nel 1977 con l'esposizione a la *Galeria Matisse* di Barcellona, dove i pezzi, lastre, pannelli, rilievi e sculture mostrano già la plasticità che caratterizzerà in futuro tutta la sua produzione ceramica. Una plasticità geometrica che trova particolare espressione nei rilievi e nelle placche murali e che richiama per certi versi la scultura. Joan, a differenza di suo fratello maggiore, utilizza temi figurativi più tradizionali pur associandoli a nuovi design e nuove decorazioni. Ha iniziato a lavorare nell'azienda di famiglia negli anni Settanta dopo aver terminato i suoi studi in ingegneria. Attualmente lavora insieme a Joan, una collaboratrice esterna che si occupa da qualche anno della parte decorativa, mentre la sua nipotina da circa un anno si diletta nell'imparare dal nonno l'antica arte di famiglia.

Joan Vilà-Clara è il presidente dell'*Associació de Ceramistes de La Bisbal*, che raggruppa circa trentadue ceramisti tra uomini e donne, dai 40 ai 65 anni, della regione della Baix Empordà<sup>295</sup>.

Nel 2018 presso il *Terracotta Museu de la Bisbal* si è tenuta l'esposizione *De Vilà Clara a Vilà-Clara. Família de ceramistes*, una retrospettiva che ha ripercorso la storia e il lavoro svolto negli anni nel laboratorio *Vilà Clara Ceramistes* da Josep Vilà Clara e Josep Vilà-Clara Garriga, padre e figlio. Nel 2018 presso il *Terracotta Museu* è stato presentato il catalogo della mostra realizzato in collaborazione con l'*Ajuntament de la Bisbal d'Empordà* (Rocas Gutiérrez, 2018).

---

<sup>295</sup> L'*Associació de Ceramistes de La Bisbal* nasce circa trent'anni fa, e con gli anni è diventata una delle più grandi associazioni nel settore della ceramica della Catalogna, sperimentando negli ultimi tempi una grande crescita culturale e artistica. L'associazione è composta da una giunta, composta da 9 membri che si occupano personalmente della promozione, della collaborazione con i musei, dei rapporti con le scuole. Gemma Ribet, che ho avuto il piacere di intervistare, è entrata in contatto con l'associazione nel 2015 grazie al suo lavoro in una fabbrica di argilla. Dal 2018, Gemma è volontaria presso l'*Associació de Ceramistes de La Bisbal* ed è la responsabile della comunicazione web. Dal 2015, l'associazione ha un suo spazio espositivo presso il *Terracotta Museu de Ceràmica de La Bisbal*, dove ogni anno gli associati espongono nuovi pezzi, al fine di rinnovare l'esposizione museale e segnare le nuove tendenze. L'associazione si occupa anche presso il Museo della programmazione dello spazio espositivo *La Peixera*, che ha lo scopo di promuovere il lavoro degli artigiani che, nel corso degli anni, si sono distinti per la sperimentazione e l'utilizzo di nuove tecniche e materiali ma che, nello stesso tempo sono poco conosciuti ai non addetti ai lavori. Una volta terminato il progetto di ristrutturazione del museo, l'associazione avrà la sua sede all'interno dello stesso, consolidandone il sostegno.



Figura 59 | *Empremtes de Catalunya. Sede del Centre Artesania Catalunya, luogo di esposizione e vendita di prodotti. Barcellona, Carrer Banys Nous, 11. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 60 | *Empremtes de Catalunya. Sede del Centre Artesania Catalunya, luogo di esposizione e vendita di prodotti. Barcellona, Carrer Banys Nous, 11. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 61 | *Prodotti con marchio Empremtes de Catalunya registrato dal Centre d'Artesania Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda. Foto di Ciriaca Coretti.*



Figura 62 | *Visita al Centre Artesania Catalunya. Setmana d'Artesania de Catalunya, 7-13 Ottobre 2019. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 63 | *Visita al Museu de Ceràmica La Rajoleta, Esplugues de Llobregat, Barcelona. Setmana d'Artesania de Catalunya, 7-13 Ottobre 2019. Foto di Ciriaca Coretti*



Figura 64 | *Marchio Barcelona Unique Shops, a cura di BarcelonaTurisme. Foto di Ciriaca Coretti*





Figura 65 | *Maioliche raffiguranti i mestieri della tradizione, Carred d' Avinyó, Barcelona.* Foto di Ciriaca Coretti

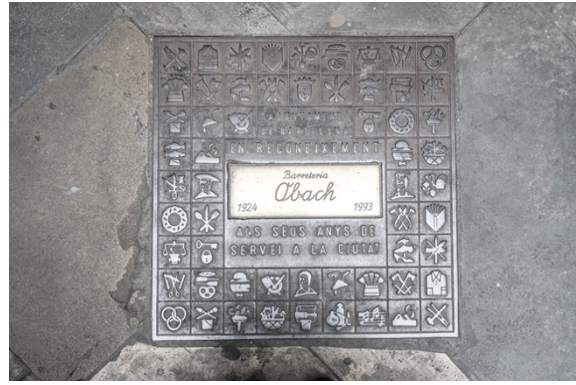


Figura 66 | *Targa di riconoscimento "Guapos per sempre", situata all'entrata delle botteghe storiche della città di Barcellona. Ajuntament de Barcelona.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 67 | *La Manual Alpargatera, Carrer d' Avinyó, 7, Barcelona. Visita alle botteghe storiche del marchio Barcelona Unique Shops, Setmana d'Artesania de Catalunya, 7-13 Ottobre 2019.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 68 | *Dualart, Pas de l'Ensenyança, 2 (Plaça de Sant Miquel), Barcelona. Visita alle botteghe storiche del marchio Barcelona Unique Shops, Setmana d'Artesania de Catalunya, 7-13 Ottobre 2019.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 69 | *Museu de la Vida Rural de la Fundació Carulla, Ctra. de Montblanc, 35, L'Espluga de Francolí, Tarragona.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 70 | *Museu de la Vida Rural de la Fundació Carulla, Ctra. de Montblanc, 35, L'Espluga de Francolí, Tarragona. Particolare dell'allestimento.* Foto di Ciriaca Coretti





Figura 71 | Museu de la Terrissa de Quart, Carrer Tren, 58, Quart, Girona. Foto de Ciriaca Coretti



Figura 72 | Museu de la Terrissa de Quart, Carrer Tren, 58, Quart, Girona. Foto de Ciriaca Coretti



Figura 73 | Terracotta Museu de Ceràmica de la Bisbal, Carrer del Sis D'Octubre de 1869, 99, La Bisbal d'Empordà, Girona. Foto de Ciriaca Coretti



Figura 74 | Terracotta Museu de Ceràmica de la Bisbal, Carrer del Sis D'Octubre



Figura 75 | Museu del Suro de Palafrugell, Carrer de Begur, 15, Palafrugell, Girona. Foto de Ciriaca Coretti



Figura 76 | Museu del Suro de Palafrugell, Carrer de Begur, 15, Palafrugell, Girona. Foto de Ciriaca Coretti





Figura 77 | *Museu del Càntir d'Argentona, Plaça Església, 9, Argentona, Barcelona.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 78 | *Museu del Càntir d'Argentona, Plaça Església, 9, Argentona, Barcelona.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 79 | *Jaume Marcó, Ceràmiques Marcó di Jaume Marcó Cambó e Pilar Alsina Marquez.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 80 | *Antico marchio di fabbrica. Ceràmiques Marcó di Jaume Marcó Cambó e Pilar Alsina Marquez, Carrer Cira de Girona, 113, Quart, Girona.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 81 | *Joan Vilà-Clara, Vilà Clara Ceramistes.* Foto di Ciriaca Coretti



Figura 82 | *Piatto in ceramica raffigurante la "Sardana", tradizionale danza catalana. Vilà Clara Ceramistes, Carrer del Sis D'Octubre de 1869, 27, La Bisbal D'Empordà, Girona.* Foto di Ciriaca Coretti

## Conclusioni

A conclusione di questo percorso vorrei soffermarmi sul tema principale che ha motivato la mia ricerca di dottorato, ovvero sul valore culturale dell'artigianato artistico come elemento distintivo nei processi di patrimonializzazione e costruzione della località e in riferimento alla produzione e al consumo delle attuali produzioni artigianali artistiche.

La ricerca riflette sul valore culturale dell'artigianato artistico come elemento che concorre ad attivare processi di patrimonializzazione e di produzione della località individuando nell'oggetto artigianale un valore simbolico, una funzione evocativa di testimonianza biografica, e la capacità di veicolare significati e memorie.

A tale proposito, in un saggio pubblicato sulla rivista *Antropologia Museale* e dedicato alle culture visive e alle parole chiave degli antropologi, Ferdinando Mirizzi riflette sul valore simbolico e sulla funzione evocativa degli oggetti come testimonianze biografiche, in riferimento alle collezioni etnografiche raccolte e curate dai collezionisti (Mirizzi, 2006, pp. 60-62). Mirizzi riporta la concezione, prevalente negli studi di cultura materiale degli anni '80, dell'oggetto come documento, definito dalla sua funzione sociale e storica utile a ricostruire, descrivere e comunicare non solo la storia dell'oggetto in sé ma soprattutto quella dei luoghi in cui gli oggetti sono stati costruiti e il loro valore d'uso connesso alla cultura a cui sono appartenuti. In riferimento alla fruizione etnografica del museo ciresiano come metalinguaggio, Mirizzi scrive, richiamando gli studi di Pietro Clemente: «l'oggetto non è più o solo l'autentico, l'unico, ma segno d'altro: di altri oggetti simili o di condizioni sociali che rappresenta» (Mirizzi, 2006, p. 60). Alla luce degli studi da lui condotti, sulle collezioni etnografiche di alcuni collezionisti come Pietro Locapo, Vincenzo Rosano e Michele Cascione, a tale riflessione, Mirizzi connette quella evocativa, che rimanda al carattere biografico degli oggetti: non soltanto quindi documenti della cultura materiale, ma anche testimonianze di vita. Negli oggetti è possibile rintracciare la memoria vissuta e le testimonianze dell'appartenenza a una comunità (Mirizzi, 2006, pp. 61-62).

Anche Mario Turci, direttore dal 2014 della Fondazione Museo Ettore Guatelli di Ozzano Taro, richiamando l'opera museale del collezionista nel suo saggio dedicato agli oggetti e riferito ai musei di cultura materiale, sottolinea come l'interesse etnografico si rivolga essenzialmente al carattere biografico degli oggetti<sup>296</sup>. A questa prospettiva Turci aggiunge altre premesse che vedono gli oggetti come partecipi della percezione della realtà, in quanto espressione di biografie individuali e ancora, gli oggetti come testimoni del passaggio che, a partire dalla loro produzione, attraversa la storia per mezzo del loro uso, fino all'ingresso in una fase di invecchiamento e obsolescenza e, nel caso dei musei, di un «possibile ingresso in una nuova vita» (Turci, 2009, pp. 27-29). Turci continua richiamando l'entità fisica dell'oggetto, la sua «forma plastica», in quanto espressione di un progetto che richiama la relazione con i saperi e ne testimonia la presenza. Provando a delineare una mappatura dell'oggetto, Mario Turci individua alcune regioni analitiche, contesti significanti in grado di restituire all'oggetto la sua forma plastica: la «regione materiale», costituita dalla forma, dalla materia e dalla produzione; la «regione di senso», costituita dalla percezione, dal senso, dall'uso e dalla sua funzione; la «regione di contesto», costituita infine dalla localizzazione, dagli autori, dal processo e dal sistema. Infine, Turci parlando dell'allestimento dell'opera museale di Ettore Guatelli, del quale si è occupato sin dal 2001 insieme a Pietro Clemente, analizza i percorsi di migrazione e obsolescenza degli oggetti, connessi a un ripensamento della loro originaria

---

<sup>296</sup> Fondazione Museo Ettore Guatelli, Ozzano Taro (PR). Vedi: <https://www.museoguatelli.it>.

funzione, d'uso che li introduce in un nuovo ambito frutto della loro transizione e del loro «stare al mondo» (Turci, 2009, p. 29).

In riferimento alla riconfigurazione degli oggetti il caso dei musei catalani, è indicativo di come lo spazio museo restituisca nuovo valore d'uso agli strumenti di lavoro e alle produzioni artigianali del passato, affiancandole a quelle più recenti in un contesto comunicativo che guarda sì alla contemporaneità, ma anche al futuro.

Allo stesso modo dei collezionisti, gli artigiani locali prestano la loro voce agli oggetti, trasmettendone non solo il valore storico e sociale ma comunicando anche le emozioni e i sentimenti in essi trasposti. Questo aspetto è particolarmente interessante se riportato al contesto dell'artigianato artistico contemporaneo, considerando che la produzione artigianale locale si caratterizza proprio per il richiamo alla cultura e alla tradizione del territorio, ma anche per l'appartenenza a un contesto contemporaneo caratterizzato da un mercato dei consumi che guarda alla memoria e alla specificità dei luoghi.

Nel caso specifico delle produzioni artistiche artigianali, riferite al caso della città di Matera, possiamo osservare come il richiamo alla tradizione e il suo recupero abbiano favorito il rilancio di un tipo di produzione legata ad alcuni oggetti che, non più pratici, avrebbero, come dice Mario Turci, raggiunto il loro punto zero (Turci, 2009, p. 29) e che oggi, invece, grazie alla maestria di abili artigiani, entrano a far parte di una nuova quotidianità, dovuta alla loro dimensione estetica connessa al loro valore economico e culturale sul mercato, e favorita sì dal sentimento di nostalgia di cui abbiamo più volte parlato nel corso della ricerca, ma anche dalle politiche di produzione e valorizzazione della località connesse ai processi di sviluppo dei territori.

Sul valore simbolico degli oggetti, è utile richiamare gli studi di Pietro Meloni, che nel volume *Antropologia del consumo. Doni, merci, simboli* (2018) affronta la pratica del consumo come fatto sociale e ci introduce a uno dei temi più classici dell'antropologia del consumo, e cioè la relazione tra processi di mercificazione e processi di simbolizzazione, partendo dalla continua tensione, presente nel campo di studi sin dalla sua genesi, del rapporto tra merce e dono. Successivamente la disamina restituita sulla definizione di *artigianato* e, in particolare, su quella di *artigianato artistico* rivela come esso produca valore in forme diverse: creando significati ed esperienze, fungendo da motore di innovazione per le comunità locali, garantendo la varietà del prodotto, innescando economie di delocalizzazione nei mercati globali e contribuendo a influenzare l'economia e i processi di costruzione e rappresentazione dell'identità locale. Attraverso l'analisi del dono, inteso come forma di scambio - il kula per Malinowski (*Argonauti del Pacifico occidentale*, 1922) e il potlach per Marcel Mauss (*Saggio sul dono*, 2000) -, l'autore evidenzia come, al di là della sua utilità pratica legata allo scambio commerciale di beni, il suo valore simbolico consista nella capacità di creare legami e tessere relazioni sociali. In riferimento alla forma cerimoniale del potlach, l'autore rintraccia nell'opera di Veblen, sociologo ed economista, *La teoria della classe agiata* (2007), il primo lavoro che parli esplicitamente di consumo come pratica utile alla comprensione del modo di agire delle società. Meloni prende in esame le teorie classiche del consumo formulate negli anni '70 del Novecento, riprendendo il tema dello scambio simbolico in contrapposizione ai processi di mercificazione, e sottolinea come, nella società contemporanea, il valore simbolico degli oggetti non è più quello espresso nello scambio, ma nell'attribuzione di un significato. L'autore individua, poi, negli studi di Miller un «forte carattere di globalità» che, a partire dai suoi lavori sul consumo di massa (*The Comfort of Things*, 2008; *Teoria dello shopping*, 1998), si serve dell'antropologia per indagare alcuni microcontesti riportando la riflessione sul significato di alcune pratiche in un quadro più ampio, o, se vogliamo, globale.

Alla luce di tali considerazioni, ritengo che la presente ricerca possa essere utile a investigare ulteriormente tali processi, a partire proprio dall'analisi e dalla valutazione dei due contesti di studio portati avanti.

Con riferimento alla divisione tra artigianato e arte, vi è senza dubbio l'elemento selettivo della manualità che consente di riconoscere una forma di artigianato a prescindere dal suo valore artistico. La divisione rinascimentale tra artigianato e arte, superata tra l'800 e il primo decennio del 1900, ha favorito il sorgere di una nuova categoria riferita a quello che possiamo definire artigianato artistico e tradizionale, dove l'aggettivo tradizionale indica il richiamo più o meno costante ai processi produttivi del passato o ancora alle forme, ai modelli e alle figure della tradizione.

In quanto antropologi è utile ricordare, in ogni caso, come la tradizione sia un concetto mutevole in quanto risultato di una conoscenza cumulativa progressivamente rinnovata la cui trasmissione e consolidamento si trasformano nel tempo di generazione in generazione. Parlando di artigianato artistico tradizionale sarebbe più opportuno, pertanto, riferirci a quelle produzioni ispirate a forme, modelli, decori, stili e tecniche tradizionali, ma allo stesso tempo frutto di linguaggi espressivi e creativi individuali che richiedono ricerca, sperimentazione e innovazione. La riscoperta dell'artigianato ha sicuramente consolidato la capacità di pensare a esso come a un processo cumulativo che si fonda oggi sulla creatività dei singoli e sull'innovazione dei processi produttivi. In questo contesto le ragioni riportate da Richard Sennett in riferimento alla differenziazione tra la figura dell'*artigiano* e quella dell'*artista* appaiono meno convincenti (Sennett, 2008) così come le conclusioni a cui giungono gli storici dell'arte Margot e Rudolf Wittkower (2008).

L'artigianato artistico contemporaneo diventa espressione della comunità ma anche della personalità dell'artigiano e del suo estro creativo che, attraverso le sue produzioni, fissa la sua intuizione che non prescinde certo dal gusto del committente o se vogliamo, più in generale, dalle richieste del mercato. Anche in questo caso è bene riportare le riflessioni di Pietro Meloni che, seguendo il pensiero di Mary Douglas e Pierre Bourdieu, sottolinea come le loro opere abbiano contribuito a una prima definizione di antropologia del consumo come campo di studio. A Mary Douglas si deve l'introduzione alla teoria del gusto, successivamente approfondita da Bourdieu ne *La distinzione. Critica sociale del gusto* (2011), in cui l'autore, partendo dall'analisi della borghesia parigina degli anni Sessanta, teorizza un sistema di competizione tra individui attraverso l'esternalizzazione dei gusti. Meloni sottolinea anche come a Bourdieu si debba l'introduzione, nel campo delle scienze sociali e antropologiche, di termini quali *habitus*, campo, capitale, riproduzione, tutti riconducibili a un sistema complesso di pratiche di consumo che concorrono alla distinzione e all'affermazione di uno stile di vita (Meloni, 2018).

Sulla questione dell'autonomia associata ai temi della committenza e del valore estetico dell'opera, efficaci risultano le considerazioni di Alberto Caoci, il quale immagina il modello di differenziazione tra *artigiano* e *artista* come una tipica sequenza storica. L'argomento è stato ulteriormente trattato dagli studi di Pietro Clemente e Alberto Caoci, che hanno contribuito alla riflessione riferita alle due categorie analitiche di "manufatto etnografico" come oggetto artigianale, da una parte, e "oggetto d'arte", dall'altra, individuando nella categoria di *artigianato artistico* una nuova forma di artigianato, per così dire *urbano*, in contrapposizione a quello *rurale*.

Alla luce delle considerazioni riportate nella ricerca, si è cercato di delineare il profilo di quello che, nel contesto contemporaneo, consideriamo come artigianato artistico, partendo dal presupposto che la contrapposizione tra arte e artigianato non è oggi più ammissibile se fondata su una distinzione puramente disciplinare.

I risultati dell'indagine inducono ad asserire, perciò, che la produzione artigianale artistica contemporanea si definisce come una produzione in cui la maestria tecnica incontra la personalizzazione del prodotto attraverso l'interpretazione e la rielaborazione soggettiva delle forme della tradizione. A conferma di tale tesi, ho rilevato su come il valore artistico dell'artigianato si leghi al personale linguaggio espressivo di chi lo produce, e certamente all'elevato valore estetico delle produzioni, e sia ispirato a forme e tecniche tradizionali trasmesse mutevolmente nel tempo.

La manualità dei processi produttivi rimane un fattore importante, ma va inevitabilmente contestualizzata in un'ottica contemporanea che, alle tecniche e ai processi produttivi tradizionali, accosta l'utilizzo di nuove tecnologie e strumenti di lavorazione, senza considerare che molti artigiani possiedono oggi un proprio *background*, il quale si relaziona con le esperienze provenienti dal mondo dell'arte, del design e dell'impresa, oltre alla capacità di scoprire sempre nuovi mercati e nuovi contesti di promozione e visibilità, come, ad esempio, le piattaforme dedicate all'*e-commerce*.

La relazione tra tradizione, modernità e circolazione dei beni presenta tuttavia alcuni aspetti problematici, legati soprattutto al fatto che le pratiche artigianali, come ho più volte sottolineato, si associno alle identità culturali e sociali delle comunità da cui derivano, e sono quindi soggette a problemi che coinvolgono la loro sopravvivenza e la loro rigenerazione.



In questo quadro la situazione tende a complicarsi nel momento in cui, con riferimento alle forme dell'artigianato artistico, si parla di politiche di patrimonializzazione e salvaguardia sostenute e promosse da enti istituzionali, e non, impegnati nella valorizzazione, promozione e commercializzazione dei prodotti artigianali legati ai territori di appartenenza. Il mercato dei consumi legato alla produzione industriale e il rinnovato interesse verso i temi della tradizione e delle culture locali, in contrapposizione all'omogeneizzazione culturale globale, hanno favorito le politiche globali di patrimonializzazione e salvaguardia dell'artigianato tradizionale come parte della cultura immateriale dei popoli, seppure inizialmente in un'ottica di "antropologia dell'urgenza" che ha coinvolto le comunità locali (cfr. Lai, 2004, pp.7-8). La stessa Carta Internazionale dell'Artigianato Artistico esordisce con una definizione che lega indissolubilmente gli oggetti dell'artigianato artistico all'identità locale e culturale delle popolazioni:

La creatività artigianale è la prima manifestazione che ha accompagnato la comparsa dell'umanità. Prima ancora di ogni altra forma evolutiva, organizzativa e produttiva, l'oggetto artigianale ha costituito la prima testimonianza identitaria della presenza della vita. In questo senso, gli oggetti dell'artigianato artistico concorrono a creare l'identità di un popolo, intesa come l'insieme delle tradizioni, delle conoscenze e dei tratti distintivi che ne sanciscono la riconoscibilità e unicità. Le creazioni dell'artigianato artistico sono quindi da considerarsi come espressione della cultura materiale, legata all'ambiente in cui i fenomeni artistici e gli oggetti d'arte si manifestano o vengono prodotti. Pertanto, gli oggetti dell'artigianato artistico e tradizionale vanno considerati opere dei popoli, recanti un messaggio spirituale e culturale, nonché testimonianze delle tradizioni e della creatività da trasmettere alle prossime generazioni<sup>297</sup>.

In un'ottica di promozione della diversità culturale, è noto a tutti come le politiche Unesco per la salvaguardia del patrimonio immateriale abbiano stimolato più volte la riflessione antropologica su temi quali l'autenticità e la genuinità della produzione artigianale connessa alla produzione, rappresentazione e promozione delle comunità locali. Alla luce dei processi di costruzione del patrimonio, le considerazioni antropologiche sviluppate negli ultimi anni convergono nel sottolineare il carattere performativo di tali processi e la centralità delle politiche di produzione e rappresentazione della località insite in essi. La Convenzione Quadro sul valore del patrimonio culturale per la società (Faro 2005), recentemente approvata in Italia in via definitiva dalla Camera dei Deputati (23 settembre 2020)<sup>298</sup> evidenzia il ruolo esercitato dalle stesse comunità locali nella definizione e gestione attiva del proprio patrimonio culturale.

Ecco come, per i casi di studio proposti, una considerazione importante riguarda proprio le politiche patrimoniali e di valorizzazione messe in atto e del loro contributo alla costruzione di un patrimonio locale garantito da marchi, certificazioni e autenticazioni, in contrapposizione ai fenomeni di omologazione, contraffazione e imitazione derivanti dai processi di globalizzazione dei mercati.

A tale proposito, le numerose negoziazioni intorno alla nozione di località hanno coinvolto, a vari livelli, la riflessione antropologica intorno ai termini quali autenticità e genuinità, delegando agli antropologi il ruolo di garante e "autenticatore" di ciò che è più o meno conforme o attinente alla tradizione, o sviluppato e reso innovativo rispetto ad essa. Ne sono un esempio i casi di studio di Costanza Lanzara e Gianpaolo Fassino citati in precedenza<sup>299</sup>.

Pare abbastanza ovvio che la logica della patrimonializzazione, intesa come tutela e valorizzazione, sembra fondarsi sul ritorno al tradizionale e all'autentico, in contrapposizione ai processi globali di trasformazione legati alla modernità e al pericolo di deterioramento e scomparsa dei patrimoni immateriali. Tale processo è esplicitato nelle parole di Roland Robertson e riportate da Franco Lai in un suo saggio sulla nozione di località:

---

<sup>297</sup> Vedi: Allegato 1: Carta internazionale dell'Artigianato Artistico.

<sup>298</sup> Legge 1° ottobre 2020, n. 133. Ratifica ed esecuzione della Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società, Faro 27 ottobre 2005, G.U. Anno 161°, N. 263. Vedi: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2020/10/23/263/sg/pdf>.

<sup>299</sup> Vedi: Capitolo secondo: artigianato artistico e produzione della località, paragrafo: 2.3 Gli oggetti del lavoro manuale come elemento distintivo nei processi di patrimonializzazione dei saperi locali.

Il capitalismo globale promuove sia l'omogeneità culturale sia l'eterogeneità culturale, e da entrambe è condizionato. La produzione e il consolidamento della differenza e della varietà costituiscono un elemento essenziale del capitalismo contemporaneo, il quale, in ogni caso, è alle prese con una varietà sempre crescente di micromercati (nazional-culturali, razziali ed etnici, di genere, di stratificazione sociale, e così via). Allo stesso tempo, il micro-marketing si svolge nell'ambito di una prassi economica di natura sempre più universale-globale (Lai, 2009, p. 73).

Compito dell'antropologia è esplicitare il carattere performativo di tale logica e sottolineare la natura mutevole del patrimonio immateriale, in riferimento ai processi contemporanei legati alla modernità, come la circolazione dei beni, la loro trasformazione d'uso, i processi economici, politici e commerciali di scambio, e alla presentazione delle identità locali su uno scenario più ampio legato ai mercati turistici e alla comunicazione globale.

In tale contesto le scelte politiche di valorizzazione delle culture locali, come anche i processi di produzione della località, sono sempre più spesso influenzate dal fattore turistico che rappresenta oggi una componente economica rilevante nel mercato globale dei consumi in funzione del contributo che esso può assicurare alla diffusione delle produzioni locali. Allo stesso modo, l'identità dei luoghi, espressa attraverso il rapporto più o meno esplicitato con la località, assicura alle stesse produzioni il loro successo sul mercato.

I due casi di studio portati avanti durante la ricerca mostrano come la località abbia assunto un ruolo centrale sia nei processi performativi di valorizzazione e promozione messi in atto dall'alto che nei processi produttivi messi in atto dalle stesse comunità. Comparando i due contesti, quello catalano e quello relativo alla città di Matera emerge come nel caso delle politiche patrimoniali messe in atto dal governo regionale catalano il processo di valorizzazione, salvaguardia e promozione delle pratiche artigiane sia legato alla valorizzazione e rappresentazione della propria eredità culturale in contrapposizione alle politiche unitarie attuate dallo Stato Nazionale, rendendo manifesto il carattere performativo delle iniziative patrimoniali. Ho deciso intenzionalmente di non indagare ulteriormente gli sviluppi politici legati alle politiche autonome della Catalogna che sottintendono a tali scelte patrimoniali in quanto si tratta a mio avviso di un processo politico complesso e ancora in corso che avrebbe richiesto tempi di ricerca certamente più lunghi.

In tale contesto, a ogni modo, il turismo ha avuto un ruolo determinante nel processo di costruzione e rappresentazione della località: da un lato l'esigenza di rafforzare il legame identitario delle comunità locali, dall'altro l'esigenza di rendere manifesta la specificità di una cultura altra all'interno del più ampio quadro nazionale. Una costruzione del patrimonio avvenuta grazie alla valorizzazione della tradizione artigianale dei territori che rivendica la propria specificità storica e culturale attraverso un'autorappresentazione collettiva che, coinvolgendo a più livelli le istituzioni locali, i musei, le comunità e gli artigiani stessi, si presenta come un processo essenzialmente istituzionale, a tratti partecipato dal basso dalle comunità di pratica, riconducibili alle associazioni artigianali e alle singole imprese di artigiani che ne garantiscono la sopravvivenza.

Nel caso della città di Matera non è invece possibile parlare di politiche adeguate di patrimonializzazione e salvaguardia, mancando quasi del tutto una politica istituzionale che a livello regionale o provinciale favorisse tali processi. In questo caso, come già sottolineato, le politiche istituzionali hanno subito un arresto dopo il Rapporto redatto nel 2005. Le iniziative, soprattutto culturali, di promozione e valorizzazione dell'artigianato artistico locale sono state sporadiche e non hanno garantito nel tempo una continuità di azione. Esse poggiano esclusivamente sulla valorizzazione della produzione artistica artigianale come elemento trainante delle politiche di rappresentazione e promozione del territorio in relazione essenzialmente ai mercati turistici. Difatti l'interesse dell'apparato istituzionale nei confronti dell'artigianato locale coincide per lo più con eventi e occasioni fieristiche organizzate a livello nazionale. Le iniziative portate avanti, invece, dalle associazioni di categoria locali, come ad esempio quelle riconducibili al Cna e alla Confartigianato, mostrano per certi versi un interesse già diverso per il comparto dell'artigianato artistico. L'attenzione rivolta al comparto, però, non risulta essere sufficientemente supportata: manca una progettualità a lungo termine, come anche il supporto delle istituzioni territoriali, Comune, Provincia e Regione, e infine manca il coinvolgimento degli stessi artigiani.

In tale contesto quelle che possiamo definire impropriamente politiche di promozione, valorizzazione e rappresentazione della località si riconducono spesso, quasi esclusivamente, all'iniziativa privata degli artigiani che, avendo interiorizzato le nuove richieste di mercato, legate senz'altro anche al settore turistico, hanno contribuito a tradurre le proprie produzioni artigianali in elementi di riconoscibilità di una tradizione storica e culturale. Pur con differenziazioni interne, dovute alla varietà delle materie prime e delle lavorazioni, l'artigianato materano mostra in generale una condivisione di modelli e di simboli e una comunanza culturale, risultato dell'interiorizzazione di un sistema simbolico-culturale che contribuisce alla produzione e alla rappresentazione della località. Si tratta di un processo autonomo, il più delle volte non intenzionale, che nasce dal basso, portato avanti indipendentemente dalla collaborazione con le istituzioni e le associazioni locali di categoria.

Ritengo che l'isolamento delle posizioni da parte degli stessi artigiani sia dovuto al fatto che essi non riescano a trovare nelle politiche istituzionali e locali una garanzia di continuità e una convergenza di interessi. Ciò, probabilmente, è dovuto al fatto che la sporadicità degli interventi economici e culturali a favore dell'artigianato artistico locale continui a generare un clima di sfiducia e un certo scetticismo da parte degli artigiani che, a parte qualche caso specifico, non si sentono probabilmente adeguatamente rappresentati da tali iniziative. D'altro canto, la varietà delle figure professionali, dovuta, come ho più volte ricordato, all'assenza di forme legislative adeguate, rende difficile definire il comparto e attuare politiche comunitarie.

In conclusione, la ricerca ha cercato di esplicitare, confrontando due casi di studio, quello materano e quello catalano, nei quali l'artigianato artistico caratterizza la tradizione storica e culturale del territorio, i processi di partecipazione a quella che più genericamente si può definire la costruzione del patrimonio.

Attraverso il dialogo con i protagonisti locali ho cercato di restituire l'operato all'interno del contesto in cui essi operano e con il quale ogni giorno si confrontano: un contesto locale che si presenta adesso su scenari più ampi legati al mercato globale e alle economie di delocalizzazione. Il ruolo degli attori locali, istituzioni, associazioni e singoli artigiani, attraverso forme di autorappresentazione, rimane decisivo nella costruzione di un patrimonio legato ai saperi artigianali della comunità e ne costituisce di fatto il tratto caratterizzante. In questo senso, la Convenzione di Faro supera la dimensione meramente istituzionale del patrimonio, associandola, nello stesso tempo, alla definizione di "comunità patrimoniale". L'articolo 2 della Sezione I, nella sua traduzione, recita nello specifico:

Per gli scopi della presente Convenzione,

a. il patrimonio culturale è un insieme di risorse ereditate dal passato che alcune persone considerano, a prescindere dal regime di proprietà dei beni, come un riflesso e un'espressione dei loro valori, credenze, conoscenze e tradizioni in continua evoluzione. Esso comprende tutti gli aspetti dell'ambiente derivati dall'interazione nel tempo fra le persone e i luoghi;

b. una comunità patrimoniale è costituita da persone che attribuiscono valore ad aspetti specifici del patrimonio culturale, che essi desiderano, nel quadro dell'azione pubblica, mantenere e trasmettere alle generazioni future<sup>300</sup>.

Tradurre la conoscenza artigiana e il contesto in cui essa agisce e si fa patrimonio di una comunità vuol dire sottolinearne l'importanza nella società contemporanea, non solo come valore produttivo ed essenzialmente economico, ma soprattutto come risorsa culturale per il futuro.

Nel caso della città di Matera, sebbene le istanze economiche legate al turismo possano rappresentare un fattore determinante nella progettazione di politiche future di patrimonializzazione, esse non possono costituire il fine ultimo di un processo in cui il coinvolgimento e la partecipazione degli attori locali sono fattori irrinunciabili. Come successo, per certi versi, per la regione catalana, occorrono politiche che promuovano e salvaguardino l'artigianato non solo per il suo ruolo strategico nella competizione economica

---

<sup>300</sup> Vedi: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2020/10/23/263/sg/pdf>.

globale, ma anche come produzione culturale di una comunità patrimoniale fatta di persone, composta dai consumatori locali ma allo stesso tempo anche dagli stessi artigiani, intesi come produttori di cultura. Spero che la mia ricerca possa rappresentare, a livello locale, un punto d'inizio per l'avvio di una progettualità futura e condivisa in grado di promuovere, salvaguardare e valorizzare adeguatamente le varie forme di artigianato presenti nel territorio in quanto parte di un patrimonio sociale e culturale riconosciuto innanzitutto dalla comunità. Il lavoro di ricerca effettuato potrebbe costituire un efficace modello di analisi dell'artigianato artistico locale nei contesti territoriali contemporanei.



### **Souvenir di viaggio. Il ruolo delle produzioni artigianali nel processo di rielaborazione dell'esperienza turistica.**

#### **Premessa**

Introdotta con le *Wunderkammern* nobiliari, dai navigatori, mercanti e avventurieri del Cinquecento di ritorno d'oltreoceano, la pratica di possedere, ostentare e allestire oggetti testimoni di viaggio, diventa comune nell'Ottocento, grazie al Pastore Thomas Cook e alla sua spedizione ferroviaria in Inghilterra (1841) che sancisce la massificazione della mobilità turistica un tempo prerogativa della classe aristocratica. Già dal Seicento, nell'epoca dei *Grand Tour*, i turisti più facoltosi venivano accerchiati durante i loro viaggi da mercanti e commercianti che proponevano loro occasioni e rarità prodotte in loco. Anche i pellegrinaggi religiosi dell'età medioevale focalizzavano la loro attenzione sull'acquisto di reliquie sacre la cui testimonianza rivestiva un aspetto devozionale. D'altronde ancora oggi il "souvenir religioso" legato ai pellegrinaggi vanta un mercato considerevole.

Se tra Medioevo e Rinascimento la cultura popolare era prerogativa di una classe subalterna, nel Novecento l'attenzione turistica si allarga alle manifestazioni del folclore e l'artigianato tradizionale attira la curiosità dei viaggiatori. La cosiddetta *arte naïf*, rappresentata dalle produzioni dell'artigianato tradizionale e dai simboli della festa popolare inizia a essere apprezzata. Un esempio è rappresentato dall'Esposizione Universale del 1911 presso quello che allora era il Museo delle Arti e Tradizioni Popolari di Roma, quando Lamberto Loria, etnologo italiano, fu incaricato di allestire una grande mostra etnografica e, aiutato da decine di ricercatori locali, in soli due anni raccolse quella che è attualmente la più vasta collezione italiana di oggetti folclorici provenienti da tutte le regioni d'Italia<sup>301</sup>.

#### **1 | Autenticità e nostalgia nei processi di rielaborazione dell'esperienza turistica**

L'oggetto artigianale testimonia inevitabilmente il suo contesto di provenienza poiché si carica dell'"autenticità culturale" connessa al luogo di origine. L'idea stessa del souvenir si fonda sul legame tra «l'esperienza soggettiva del luogo e l'oggetto destinato a evocarla» (Canestrini, 2001, p. 32). L'esperienza di viaggio e la certificazione di un altrove si condensano nell'acquisto di un oggetto che soddisfa i bisogni di diversificazione, di genuinità e qualità ma anche l'interesse del consumatore per l'identità e la tipicità.

Il circuito virtuoso tra turismo e artigianato ha avuto, e ha ancora oggi, un impatto incisivo se lo si associa a una particolare tipologia di prodotti artigiani che presentano i caratteri della tipicità della meta, della

---

<sup>301</sup> Nel luglio del 1908 l'etnologo Lamberto Loria, già fondatore nel 1906 del Museo di Etnografia di Firenze, viene nominato membro del Comitato organizzatore dell'Esposizione e, non appena ricevuto l'incarico ufficiale, si attiva per contattare gli interlocutori che avrebbero dovuto guidare le raccolte o acquisire direttamente gli oggetti da esporre a Roma per integrare quelli già conservati a Firenze. Oltre ai principali collaboratori di Loria si contano nel complesso circa 120 ricercatori locali, tra i quali vi sono enti e istituzioni. Nelle intenzioni di Lamberto Loria gli oggetti raccolti in occasione dell'Esposizione, che finirono per superare le 30.000 unità, avrebbero dovuto formare le collezioni del costituendo Museo Nazionale di Etnografia. Con la scomparsa dello studioso, nel 1913, e l'avvento della Prima Guerra Mondiale, la realizzazione del progetto incontrò una serie di difficoltà. Nel 1923 il museo venne comunque ufficialmente costituito, ma in assenza di una sede adeguata, i reperti, dopo varie vicissitudini, chiusi in casse, vennero trasferiti nella Villa d'Este a Tivoli. Il Museo Nazionale delle Arti e Tradizioni Popolari infine venne aperto al pubblico il 20 aprile del 1956 nell'attuale sede dell'EUR a Roma.

destinazione turistica e della originalità rispetto ai prodotti analoghi derivanti dalla grande distribuzione commerciale.

Come vedremo più avanti, la costante comunicazione tra le forme del passato, rappresentate dalla tradizione, e le forme del presente, legate alla mercificazione e all'urbanizzazione, caratterizza oggi la produzione artigianale destinata ai mercati turistici.

L'acquisto di un souvenir, ancor più nel caso di oggetti prodotti artigianalmente, è un atto che, attraverso il processo di simbolizzazione, rinvia all'esperienza vissuta di viaggio, come fosse un condensato delle attrattive naturali e culturali del luogo. Esso ha un valore di testimonianza di un altrove idealizzato e allo stesso tempo si carica inevitabilmente di quell'autenticità che lo sottrae alla sua naturalità e lo carica di un valore aggiunto rappresentato dall'esperienza turistica.

Duccio Canestrini, docente di Antropologia del turismo presso l'Università di Pisa, scrive:

[...] L'oggetto naturale sottratto alla sua naturalità viene allora caricato di un valore aggiunto, operazione tipica dell'*Homo sapiens*. [...] L'uomo è un animale culturale [...] Un linguista direbbe che investe il significante di significati. [...] Il vero souvenir nasce per essere tale, perché è l'intenzione che trasforma un oggetto in souvenir, sia esso naturale o un manufatto d'uso comune (Canestrini, 2001, p. 26).

Dal punto di vista di chi produce un oggetto artigianale per offrirlo ai viaggiatori, esso è un'espressione della cultura materiale del luogo che, più o meno consapevolmente, contribuisce alla definizione del profilo storico e culturale della comunità a cui appartiene: un concentrato di genuinità e identità passeggera, che lo rende affascinante agli occhi del visitatore. Dal punto di vista, invece, di chi lo acquista, c'è il desiderio di familiarizzare con una realtà immediatamente disponibile, rappresentata dall'identità locale.

I prodotti locali si caratterizzano pertanto come bene a forte differenziazione e devono la loro affermazione sul mercato proprio alla loro forte identità territoriale. Questa tendenza ha anche alcune implicazioni culturali.

Per certi aspetti si tratta di una sorta di riscoperta delle produzioni artigianali, dovuta in parte ad una nuova affermazione delle identità culturali locali in risposta al più generale processo di globalizzazione legato alla produzione industriale di oggettistica e in parte alla banalizzazione della cultura legata ai viaggi di massa. Per questioni legate ai numeri la produzione di oggetti ricordo si industrializza e si uniforma. La concorrenza rappresentata dal basso costo della mano d'opera facilita questo processo di standardizzazione: un esempio visibile sono i cosiddetti *airport shops*.

Recentemente la domanda di un tipo di turismo sempre più legato alle specificità ambientali e culturali caratterizza la riscoperta delle produzioni artigianali e il loro successo sul mercato rispettando la proposizione originaria di oggetto ricordo come espressione di identità e alterità.

Attualmente forme diverse di turismo si pongono come alternativa al modello del viaggio organizzato proponendo alla tradizionale dimensione di svago quella dell'esperienza (Aime, 2005, p. 10). L'oggetto artigianale assume in questo contesto un significato più ampio rispetto al tradizionale souvenir industriale in quanto espressione dell'incontro con l'altro.

La produzione artigianale costituisce un motore di innovazione per le comunità locali e nello stesso tempo garantisce la varietà del prodotto, innescando economie di delocalizzazione nei mercati globali, contribuendo in ogni caso a influenzare i processi di costruzione e rappresentazione dell'identità locale.

La capacità di recuperare e innovare il lavoro artigiano rappresenta una scommessa che va oltre i confini dell'economia locale, pur costituendosi come elemento di riconoscibilità di un territorio e come patrimonio collettivo di una comunità.

Le tendenze del gusto per quanto riguarda i manufatti artigianali sono un punto di contatto interessante tra antropologi ed economisti. Il turismo è un canale di diffusione importante, un settore in cui le specificità territoriali costituiscono alcuni tra gli elementi di maggior richiamo.

Numerosi oggetti ormai privati del loro contesto originario, sono diventati significativi per il loro valore simbolico. Agli oggetti che popolano il nostro ambiente di vita vengono attribuiti significati simbolici legati

al loro ciclo d'uso. Franco Lai ritiene che negli atti di consumo si esprimano non una ma diverse intenzionalità.

I prodotti artigianali locali sono dunque l'esito di varie intenzionalità e, pertanto, si caricano di vari significati. Essi devono essere “genuini” e “autentici”, e come tali devono portare con sé una biografia e una storia, non solo quella del loro percorso nel processo produttivo, ma anche quella del contesto a cui fanno riferimento e di cui sono i rappresentanti; comunicano una serie di significati che in modo più o meno esplicito fanno riferimento alla tradizione, alla cultura e così via.

Diventano così i simboli della cosiddetta “identità locale”, talvolta vissuta e, talvolta, perlopiù inventata e ostentata. Nel discorso politico e a vari livelli la parola che compare spesso è “valorizzazione”. Gli oggetti diventano così anche gli emblemi del riscatto delle regioni più sfavorite della storia nazionale che cercano una riaffermazione nel nuovo contesto europeo e nel mercato globale. Un vero e proprio processo di «produzione della località» e «costruzione dell'autenticità» garantito da marchi, procedure, esperti, provenienza e reputazione sul mercato che coinvolge più livelli decisionali (Lai, 2007, pp. 40-41)

Franco Lai ci ricorda che, in un volume monografico dedicato all'autenticità nel mondo dell'arte, la rivista francese di etnologia *Terrain* esordiva con queste parole: «non c'è autenticità senza procedura di autenticazione».

Lai prosegue dicendo che:

[...] i prodotti locali rappresentano per vari aspetti dei “falsi genuini”, o dei “falsi autentici” [...] I prodotti artigianali possiedono una serie di elementi che li caratterizzano come tali (materie prime del territorio, fasi della produzione, ecc.) ma non sono delle fedeli copie dell'originale. Vi intervengono, ormai a numerosi livelli, innovazioni tecnologiche rilevanti, elementi estetici nuovi, e così via. Innovazioni che spesso, peraltro, rendono tali prodotti di ancora più alta qualità e assai “creativi”. Sono “autentici” nella misura in cui le loro qualità sono attestate dal marchio, dal disciplinare di produzione, e in ogni caso dalla sua reputazione nel mercato. Che sia chiaro, non sto affermando che i prodotti locali sono dei falsi, voglio dire che la loro “autenticità” è garantita da marchi, procedure ed esperti (Lai, 2007, p. 38).

I marchi, le certificazioni, le garanzie e le autenticazioni da parte di studiosi ed esperti, certificano e garantiscono il successo sul mercato delle produzioni artigianali, nello stesso modo in cui le politiche patrimoniali e di valorizzazione concorrono alla costruzione del patrimonio stesso.

Il marchio diventa così la testimonianza della relazione tra l'oggetto, la storia personale di chi l'ha fabbricato, e il territorio di produzione, attestandone l'appartenenza e la provenienza sul mercato.

È interessante notare che una posizione di rilievo nei processi di autenticazione è spesso determinata dalla presenza dell'antropologo, come studioso, esperto, garante e autenticatore di ciò che è più o meno conforme o attinente alla tradizione, o sviluppato e reso innovativo rispetto ad essa. Sarebbe però opportuno problematizzare il concetto di autenticità quando esso è inevitabilmente associato all'idea di immutabilità. Le produzioni artigianali condensano passato e presente.

[...] Uno dei criteri che siamo soliti adottare per valutare l'originalità di un oggetto artigianale è il suo grado di vicinanza alla tradizione, dove per “tradizione” intendiamo un metodo, uno stile, un significato che affondano le loro radici in un tempo lontano. Quel manufatto ci parla del passato, porta fino a noi un linguaggio dalla storia lunga, ci lega a un'epoca remota (Aime, 2005, p. 135).

La nostalgia, allo stesso modo dell'autenticità, gioca un ruolo determinante in relazione alle tendenze di mercato. Essa costituisce uno degli elementi che caratterizza gran parte del consumo legato alle produzioni artigianali considerate residui di una cultura destinata a scomparire ma allo stesso tempo già in trasformazione.

A ben guardare, la stessa attenzione per il folklore in Italia ha radici che richiamano il romanticismo nostalgico dei materiali folklorici come residui del passato, in relazione al rapporto tra tradizione e modernità, campagna e città, paese e metropoli, in una sorta di antropologia dell'urgenza che presenta il passato come qualcosa d'immutabile. Tale visione non tiene conto del dinamismo delle società moderne e



proprio in quest'ottica estensiva la nostalgia si afferma nel suo carattere più transitorio di sentimento simulato. Nel volume di recente pubblicazione, *Nostalgia. Antropologia di un sentimento del presente* (2021), Vito Teti scrive:

[...] l'esplosione del vintage come moda, mediata dall'accesso inedito che internet offre a repertori, immagini, testi e frammenti del passato, sembra configurarsi come una voglia di nostalgia, per così dire, simulata. Rispetto a qualche decennio addietro [...] l'intervallo tra l'apparizione di un fenomeno e il suo recupero si è accorciato sempre di più. [...] La nostalgia, che un tempo funzionava con la "la regola dei vent'anni" e con il mito del decennio, adesso recupera tanti passati possibili e non ha molto a che fare con i ricordi personali (Teti, 2021, p. 197).

Sempre sulla nostalgia, Roberto Salizzoni, richiamando gli scritti di Arjun Appadurai (cfr. Appadurai, 2001), sulla storia e la durata del consumo in riferimento alla relazione tra persone e oggetti di consumo, scrive: «Che la nostalgia sia la tonalità dominante, un tratto comunque istitutivo del postmoderno è convinzione ampiamente condivisa. Vuol dire, come si sa, doloroso desiderio di tornare» (Salizzoni, 2007, p. 112). Tale affermazione, sebbene in un'ottica nostalgico-romantica, richiama perfettamente l'esperienza del viaggio, la familiarizzazione con una realtà immediatamente disponibile da cui è reduce il viaggiatore al suo ritorno a casa.

In riferimento ai suoi scritti sulla modernità e la produzione di esperienze turistiche, lo studioso Dean MacCannell, partendo dall'analisi delle merci di Marx circa il significato di merce come processo sociale di produzione, trasferisce questa stessa immagine all'esperienza turistica. La merce nella sua forma originale è una rappresentazione simbolica che di per sé anticipa l'esperienza dell'effettivo consumo. Allo stesso modo il valore della merce dipende dalla qualità e quantità di esperienza che essa promette.

Riferendosi più in generale alle attrazioni turistiche, MacCannell le definisce tutte esperienze culturali identificando due componenti che devono essere combinate insieme perché l'esperienza abbia luogo. La prima è da lui definita *modello* ed è rappresentata dalla percezione, un ideale incarnato, in sintesi un modello culturale; la seconda, *l'influenza*, è la convinzione o il sentimento cambiato, creato e intensificato sul modello. Il medium è il mediatore che connette un modello e la sua influenza ed è complice nella costruzione delle esperienze culturali. Partendo da questo presupposto le produzioni culturali diventano segni poiché esprimono una rappresentazione simbolica che guida l'esperienza prima dell'effettivo consumo. Il loro valore deriva dalla qualità e quantità di esperienza che essi promettono (MacCannell, 2005, pp. 23-33).

A questo proposito, traslando le considerazioni di MacCannell al nostro oggetto della ricerca, piuttosto che simboli di un'identità locale potremmo definire il souvenir di viaggio come messaggero di un'identità turistica passeggera e certamente a tempo determinato.

Gli oggetti di fattura artigianale certificano una tradizione artigianale tipica del luogo e sebbene persistano alcune caratteristiche di base legate alla forma o ai motivi decorativi, spesso, un cambiamento nelle dimensioni e nei materiali implica una semplificazione dei significati e un adeguamento alle richieste di mercato ad esempio dovute a una questione pratica di trasportabilità.

Marco Aime, antropologo, in riferimento alle sue ricerche sul turismo condotte a Timbuctu, racconta come la figura dell'artigiano rappresenti nell'immaginario del turista occidentale il rimando a un mondo passato intriso da un sentimento di nostalgia che riporta alla mente l'idea di «una persona che è ancora padrona dei propri mezzi di produzione, che con le sue mani modella la materia e la trasforma in un prodotto finito» (Aime, 2005, pp. 112-113).

Alla proposta commerciale è associato il racconto dell'oggetto che introduce l'acquirente in un universo simbolico che lo connette immediatamente con l'identità locale del luogo. L'elemento culturale e la tradizione diventano così parte integrante della pratica commerciale costituendone la cornice ideale e trasformando l'atto dell'acquisto in un esercizio esperienziale. Allo stesso modo nella pratica della contrattazione preliminare alla vendita l'incontro tra venditore e acquirente si fa più intimo.

Succede in altri casi, come riportato da Marco Aime, che in alcune comunità, come ad esempio per quelle indiane della costa nord-occidentale del Canada, si operi una netta distinzione tra produzione artigianale turistica e quella locale.

L'immagine turistica dei luoghi appare come il risultato di un processo, operato a più livelli, di mediazione e selezione della complessità culturale in elementi facilmente riconoscibili, identificativi e evocativi che trovano nel repertorio iconografico legato al turismo urbano una serie di allegorie e espressioni particolarmente "dense" (cfr. Aime, Papotti, 2012, pp. 11-12).

Riporto di seguito i casi della città di Matera, nel 2019 Capitale Europea della Cultura, dove le botteghe artigiane hanno recuperato oggi nuove identità e funzioni, e l'esperienza della regione autonoma della Catalogna, dove le politiche di promozione messe in atto a livello istituzionale hanno portato alla creazione del marchio *Empremtes de Catalunya* con lo scopo specifico di promuovere l'autenticità dell'artigianato catalano in contrapposizione alle produzioni artigianali comunemente assimilabili al resto della Spagna.

È innegabile che il turismo possa rappresentare per queste realtà una risorsa economica nella misura in cui esso riesce, tra le altre cose, a garantire la sopravvivenza di antichi saperi e pratiche artigianali da parte della comunità locale che trova nel mercato turistico nuove opportunità commerciali e di crescita economica.

## **2 | Le nuove botteghe artigiane della città di Matera**

Fino agli anni '50 del secolo scorso, quello di Matera appariva un artigianato povero di matrice agropastorale, comune e di servizio, la cui produzione interessava sostanzialmente l'uso domestico e il mercato locale.

Le rilevanti conseguenze prodotte dalle radicali trasformazioni intervenute nell'ambito produttivo a partire dagli anni '50, alterano profondamente la fisionomia agropastorale delle regioni meridionali, apportando da un lato significativi benefici come il miglioramento delle condizioni di lavoro e l'incremento della produzione, dall'altro inducendo la scomparsa di alcune figure professionali e produttive.

La scomparsa, la trasformazione o la ricollocazione di alcuni mestieri e attività legate al mondo contadino segnano il passaggio a un contesto urbano. A partire dal 1960 assistiamo infatti alla chiusura di molte botteghe ormai soprafatte dalla grande produzione.

In questo contesto, le profonde modificazioni portano alla progressiva scomparsa di molti mestieri tradizionali legati alla tradizione agropastorale dei luoghi. Alcuni di essi si sono in qualche modo adeguati, modificandosi e integrandosi a nuovi stili, nuove tecniche e nuovi modelli di consumo in relazione alle nuove sollecitazioni e concezioni provenienti dall'esterno.

Negli ultimi anni, complice l'aumento dei flussi turistici, le botteghe artigiane hanno recuperato nuove identità e funzioni, grazie anche ad una nuova imprenditoria giovanile che ha iniziato ad investire sul lavoro manuale e sul "saper fare". L'età media degli artigiani fa risalire il fenomeno riguardante la ripresa del lavoro manuale all'incirca agli ultimi anni Novanta.

L'artigianato, un tempo funzionale alle esigenze della comunità, assume una nuova connotazione artistica e accessoria.

Il nuovo artigiano appare una figura complessa che, agendo nella propria comunità locale, si inserisce in scenari più ampi, in cui il suo lavoro costituisce uno degli aspetti caratterizzanti di una comunità.

Si assiste all'evoluzione e all'adattamento della bottega stessa, intesa come luogo in cui la maestria tecnica e la personalizzazione del prodotto si incontrano per rinnovare i mestieri della tradizione locale e dare vita, in alcuni casi, a nuove lavorazioni artigianali, come nel caso del design d'autore.

Nel 1993, la riscoperta del territorio oltre i confini regionali e l'interesse mediatico nei confronti della città di Matera, dovute alla designazione nelle liste UNESCO, come Patrimonio Mondiale dell'Umanità e, nel 2019, alla nomina a Capitale Europea della Cultura, sono fattori che hanno influito, negli ultimi trent'anni, a un graduale aumento dei flussi turistici.

La scelta della città di Matera come set cinematografico di numerosi film, dalle pellicole degli anni '50 a *Il Vangelo secondo Matteo* di Pier Paolo Pasolini (1964), da *The Passion* di Mel Gibson (2004) alle riprese

nel 2016 del remake di *Wonder Woman*, fino al più recente *007* nel 2019, ha contribuito a incrementare un tipo di turismo legato alle location cinematografiche.

I nuovi mercati turistici, insieme ai processi di rigenerazione urbana e rivitalizzazione culturale, hanno influito sulla proliferazione di nuove botteghe di stampo artigianale, soprattutto nei settori artistici e del design, e al moltiplicarsi di nuove competenze artigianali.

Essendo il turismo una potenziale fonte di reddito, gli artigiani locali finiscono per seguire in un certo senso le leggi della domanda e proporre di conseguenza una loro offerta che mette insieme tradizione e innovazione. Quello che era il prodotto di un antico mestiere diventa così un oggetto che richiama la tradizione e risponde alle nuove esigenze di mercato.

L'artigianato materano, dagli oggetti più piccoli alle creazioni artistiche più impegnative, racchiude un concentrato di storia e tradizione; dai ricordi familiari di vicinato al patrimonio conoscitivo appreso con il tempo, esso narra la storia collettiva della città, un segno identificativo apparentemente riconoscibile da tutti.

Le materie prime legate al territorio, come l'argilla, il tufo o il legno vengono trasformate in oggetti testimoni di una memoria identitaria attraverso l'abilità e la creatività degli artigiani più giovani.

Le produzioni artigianali più rappresentative si identificano solitamente con la produzione di alcuni oggetti legati all'arte popolare e inseriti nel contesto sociale dell'epoca la cui originaria destinazione d'uso assume oggi nuovi significati simbolici. Molti di questi oggetti rivendicano nonostante tutto una forte continuità con i modi e le forme della tradizione.

Molto apprezzati per la loro originalità e varietà di forme sono i *marchi da pane*, la cui funzione principale era un tempo quella di marchiare il pane con le iniziali del capo famiglia subito prima della cottura e oggi riprodotti invece da numerose botteghe artigiane della città di Matera. Molto celebri quelli di Emanuele Mancini e Massimo Casiello ma anche l'interpretazione più recente, *Matrix*, del designer Tommaso Schiuma.

Il rinnovato interesse per questo oggetto e la sua riproduzione da parte degli artigiani materani si collega per certi versi anche alla riscoperta e alla promozione commerciale dei prodotti legati al pane.

Un altro oggetto fortemente connotativo è il *cuccù*, che insieme al marchio da pane costituisce uno dei simboli identificativi della città di Matera. La tradizione di questo particolare fischiotto è molto antica e accomuna le aree del materano come anche quelle della Murgia barese.

Fabbricati in terracotta o in ceramica presentano una grande varietà di forme e di colori. Ricercati dai visitatori e proposti come souvenir turistici per il loro valore simbolico e il richiamo alla tradizione, i *cuccù* insieme ai marchi da pane sono oggi realizzati da molti artigiani materani che hanno ripreso a fabbricarli inserendoli nella propria produzione artistica.

Richiamano, per certi versi, i colori e le forme più tradizionali i *cuccù* prodotti dalle famiglie Daddiego; particolarmente originali invece dal punto di vista artistico ed estetico sono quelli realizzati da Marco Brunetti, Maria Bruna Festa e Dacia Capriotti.

Alcune figure prodotte in terracotta rievocano invece i personaggi della tradizione e dei racconti popolari, come ad esempio il *Monachicchio* realizzato dalla bottega di Raffaele Pentasuglia o la *Pupa* di Mario Daddiego.

Altre produzioni artistiche richiamano più specificamente nelle forme o nei materiali gli antichi quartieri della città, come le creazioni orafe di *Materia* di Lela Campitelli e Michele Ascoli, e di *Elisa&Janna* o ancora le riproduzioni in tufo della bottega di Eustachio Rizzi e le creazioni artistiche di *ProgettoArte*.

A livello istituzionale, nonostante le numerose iniziative portate avanti negli anni dalle istituzioni e dalle associazioni di categoria, emerge la difficoltà di adottare politiche istituzionali in grado di garantire visibilità e continuità al settore dell'artigianato artistico.

Ad oggi, la tutela e lo sviluppo del comparto artigianale sono regolamentate dalla Legge Regionale n. 29 del 12 agosto 2015, che valorizza le produzioni artigianali nelle loro diverse espressioni territoriali,

artistiche e tradizionali che ratifica la qualifica di Maestro Artigiano<sup>302</sup>. Non esiste invece ad oggi un marchio di origine che identifica le produzioni artigiane riconducibili alla città di Matera o più in generale alla Regione Basilicata.

### 3 | *Artesania de Catalunya*

Il *Centre d'Artesania Catalunya* è l'area del *Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Catalunya* che accredita, informa e promuove l'autenticità dell'attività artigianale catalana e allo stesso tempo la sua contemporaneità salvaguardando i prodotti dell'artigianato locale.

Si tratta essenzialmente di un'impresa di promozione economica che lavora costantemente per promuovere la trasversalità del settore artigianale e il dialogo con le comunità che lo rappresentano.

Il Centro fa anche parte del *World Crafts Council Europe* (WCC) e numerose iniziative vengono ogni anno puntualmente portate avanti. Nel 2019 il Centro si è fatto promotore del primo *Congrés Professional d'Artesania*, tenutosi l'11 marzo a Barcellona e organizzato allo scopo di generare una nuova piattaforma di riflessione e dibattito sui temi dell'artigianato e, dal 7 al 13 ottobre invece, si è tenuta la *Setmana d'Artesania de Catalunya* giunta, nel 2019, alla sua VIII Edizione.

Uno degli obiettivi strategici del *Centre d'Artesania Catalunya* rimane lo sviluppo del marchio *Empremtes de Catalunya*, riferito all'artigianato catalano che ha lo scopo di garantire sul mercato l'autenticità del prodotto e mettere in connessione i prodotti artigianali che rappresentano i segni dell'identità catalana in riferimento al paesaggio, agli usi popolari, all'arte e alla storia con le tradizioni del territorio e la contemporaneità. Si tratta di un marchio registrato la cui progettazione ha avuto inizio nel 2006 e si è concretizzata nel 2010, quando si è inaugurato il primo punto di vendita e di esposizione, nonché sede del marchio e dello stesso Centro, situato a Barcellona, in *Carrer Banys Nous*.

Il marchio fa parte di un progetto governativo del *Centre d'Artesania Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda*, nato dalla collaborazione con la Direzione Generale del Turismo della *Generalitat de Catalunya*, l'*Institut d'Estudis Catalans* (IEC), il *Foment de les Arts i del Disseny* (FAD), il *Museu Nacional d'Art de Catalunya* e alcuni disegnatori indipendenti.

La collaborazione ha dato vita a una ricerca notevole su quelli che sono i simboli iconografici rappresentativi dell'identità catalana, che è poi confluita nel volume *116 Icones Turístiques de Catalunya* (2010), con l'obiettivo di essere uno strumento che identifica i caratteri identitari del paese e differenzia l'offerta turistica. Esso è concepito come un catalogo di icone che mira a identificare visivamente e concettualmente l'universo di elementi e significati che fanno parte del patrimonio tangibile e intangibile, che meglio definiscono la Catalogna come destinazione turistica. Lo studio è durato due anni e dalle 116 icone identificate durante la ricerca ne sono state selezionate trenta, in rappresentanza delle trenta categorie del marchio *Empremtes de Catalunya*<sup>303</sup>. Il progetto nasce nello specifico dalla volontà di identificare i prodotti artigianali originari della regione catalana, e che ne illustrano la storia, al fine di distinguere queste produzioni da quelle comunemente assimilabili al resto della Spagna. Questo impegno nasce dalla constatazione che tanto il pubblico locale, quanto i visitatori si trovano spesso ad acquistare prodotti che poco hanno in comune con la cultura locale, ma che più in generale fanno riferimento alla zona di Madrid. Il progetto nasce per offrire al pubblico e ai visitatori una gamma di prodotti che, da un lato racconta la cultura locale e dall'altro offre agli artigiani una via alternativa alla commercializzazione dei prodotti ampliando la richiesta di mercato.

Il marchio identifica e distingue i prodotti dell'artigianato catalano, che sono sinonimo di identità e contemporaneità e che trasmettono i valori del paese veicolati attraverso l'arte, la cultura, la storia, la tradizione, l'architettura, il paesaggio e le tradizioni popolari che sono proprie del territorio e allo stesso

---

<sup>302</sup> Nel 2017, come previsto dall'art. 39 della Legge Regionale n. 29/2015, la Regione Basilicata approva ed emana l'Avviso Pubblico per l'attribuzione della qualifica di "Maestro Artigiano" e lo schema di domanda relativo al conseguimento del titolo, il cui iter amministrativo è stato riaggiornato nel 2018/2019.

<sup>303</sup> La lista completa delle trenta categorie che fanno riferimento al marchio è consultabile online su: [http://ccam.gencat.cat/web/.content/05\\_arees\\_actuacio/artesania/documents/centre\\_artesania\\_botiga/catalog.pdf](http://ccam.gencat.cat/web/.content/05_arees_actuacio/artesania/documents/centre_artesania_botiga/catalog.pdf).

tempo rappresenta un biglietto da visita che identifica la cultura e i costumi della Regione, in modo tale che il visitatore possa acquistare un oggetto e portare a casa un ricordo che garantisca realmente e totalmente l'immagine del territorio a cui fa riferimento e in cui è stato realizzato. La distinzione dei prodotti attraverso un marchio che distingue l'artigianato catalano permette alle centinaia di turisti che ogni anno visitano il paese di ammirare, acquistare e portare a casa un oggetto che rappresenti realmente e totalmente il territorio a cui fa riferimento e in cui è stato realizzato. L'oggetto artigianale ha, in questo senso, lo scopo di identificare un'esperienza riconducibile alla cultura del paese a cui appartiene e ad un costume specifico; un'esperienza riconducibile al viaggio di cui è testimone anche fuori dal contesto che lo ha generato.

Una delle categorie del marchio è quella degli *Oficis Singulars* che identifica un tipo di artigianato territorializzato e una serie di aree geografiche che nei secoli si sono specializzate in determinate lavorazioni a partire dalla materia prima di cui il territorio disponeva. La categoria delle *Oficis Singulars* riconosce l'identità di alcuni mestieri, cioè lavorazioni e prodotti unici strettamente legati alla storia delle comunità o alla demarcazione territoriale, e identifica e promuove prodotti unici particolarmente vincolati alla tradizione artigianale di origine che altrimenti non sarebbero sopravvissuti alla mercificazione e non avrebbero avuto, ai giorni nostri, un mercato. Gli obiettivi sono quelli di garantire la continuità e la conservazione del patrimonio artigianale catalano e promuovere le attività artigianali nelle aree rurali attraverso l'innovazione del prodotto e nuovi design che rispondono al mercato attuale.

La sinergia di intenti e la collaborazione tra artigiani e designer nella realizzazione del prodotto sono una caratteristica esclusiva della categoria degli *Oficis Singulars*, in quanto l'obiettivo rimane quello di creare una nuova categoria di prodotto che sia commercializzabile grazie all'aiuto e all'esperienza di un disegnatore che conosca il mercato e le sue tendenze commerciali.

La maggior parte degli artigiani che hanno aderito all'iniziativa hanno dai 40 ai 60 anni di età e provengono solitamente dalle zone rurali più piccole della Regione dove questo tipo di iniziativa assume i risvolti più rilevanti soprattutto ai fini della commercializzazione e della ripresa economica.

Tra le aree territoriali caratterizzate da una tradizione artigiana rientrano al momento: l'alabastro di Sarral, la ceramica di Esparreguera e di La Bisbal, la ceramica nera di Quart e Verdú, i cucchiari di Tortellà, il legno di Sant Hilari Sacalm e il legno e vimini di nocciola di Pallars, la lana *xisqueta* della Vall d'Àssua, la palma delle Terres de l'Ebre, la pelle d'Igualada e Vic, il sale di Cardona, e la terracotta di Breda. In processo e di prossima attuazione sono invece: il legno della Sènia, la punta di Arenys, Arboç e Barcellona, l'*imatgeria* di Olot, la terracotta di Miravet e la torneria della Vall del Ges.

Connessa ai temi della commercializzazione e del turismo e promossa dallo stesso Centro, anche l'iniziativa *Barcelona Genuine Shops Tour*, una visita guidata attraverso le botteghe e gli esercizi commerciali di artigiani e designer, i cui prodotti vantano il *Made in Barcelona*. Un itinerario destinato ai visitatori che vogliono scoprire le storiche botteghe della città ma anche l'arte e il design di quelle più recenti; un'esperienza interessante che sottolinea l'importanza della tradizione e dell'autenticità dell'artigianato locale ma anche il suo valore commerciale ed economico connesso al mercato turistico<sup>304</sup>.

Se è vero che grazie al *Centre d'Artesania Catalunya* l'autenticità dell'artigianato locale è garantita dal marchio al Centro connesso, la sua reputazione sul mercato si deve anche alla presenza sul territorio di numerosi musei di storia e cultura locale, molti dei quali connessi ai temi della tradizione artigiana e al suo rinnovamento dopo il passaggio da un mondo prevalentemente rurale a uno industriale e moderno.

La tradizione artigiana è anche il sigillo d'identità di tutte quelle famiglie che, di generazione in generazione, hanno lavorato nel comparto artigianale caratterizzando con il proprio lavoro la produzione locale e contribuendo a promuoverne la diffusione.

## Conclusioni

Un'analisi di questo tipo, connessa ai temi del simbolismo connesso alla commercializzazione turistica, non può prescindere da un pensiero critico delle teorie del consumo. Nel volume, *Antropologia del*

---

<sup>304</sup> <https://barcelonashoppingcity.com/ca/uniqleshops/>.

*consumo. Doni, merci, simboli* (2018), Pietro Meloni affronta la pratica del consumo come fatto sociale e ci introduce a uno dei temi più classici dell'antropologia del consumo, e cioè la relazione tra processi di mercificazione e processi di simbolizzazione, partendo dalla continua tensione, presente nel campo di studi sin dalla sua genesi, del rapporto tra merce e dono. Attraverso l'analisi del dono, inteso come forma di scambio: il *kula* per Malinowski (*Argonauti del Pacifico occidentale*, 1922) e il *potlach* per Marcel Mauss (*Saggio sul dono*, 2000), l'autore evidenzia come, al di là della sua utilità pratica legata allo scambio commerciale di beni, il suo valore simbolico consista nella capacità di creare legami e tessere relazioni sociali. In riferimento alla forma cerimoniale del *potlach*, l'autore rintraccia nell'opera di Veblen, sociologo ed economista, *La teoria della classe agiata* (2007), il primo lavoro che parli esplicitamente di consumo come pratica utile alla comprensione del modo di agire delle società. Meloni prende in esame le teorie classiche del consumo formulate negli anni Settanta del Novecento, attraverso una riflessione sui lavori del sociologo francese, Jean Baudrillard, e sottolinea come, nella società contemporanea, il valore simbolico degli oggetti non è più quello espresso nello scambio ma nell'attribuzione di un significato. Collocando l'antropologia del consumo nel campo di indagine delle società contemporanee, e volendo traslare le teorie del consumo nel contesto attuale delle relazioni legate ai mercati turistici e alla commercializzazione di beni a carattere fortemente simbolico, è utile riportare le riflessioni dell'autore che, da una parte, intende, come consumo, la consapevolezza da parte del produttore di mettere parte di sé nell'atto di produzione, dall'altra, la consapevolezza del consumatore di sfuggire proprio attraverso le sue scelte ai processi di omologazione e mercificazione.

In relazione alla rielaborazione dell'esperienza turistica attraverso l'acquisto di oggetti prodotti artigianalmente è bene notare, in questo caso, come il consumo di beni a carattere fortemente simbolico si configuri come una critica all'omologazione globale e si opponga all'elementare approccio economico e materialistico.

In entrambi i casi di studio riportati le produzioni artigianali, connesse soprattutto al mercato turistico, hanno un ruolo determinante nel processo di rielaborazione dell'esperienza turistica proprio in virtù dei processi di costruzione e rappresentazione delle identità locali, connessi ai sentimenti di autenticità, nostalgia e richiamo alla tradizione, più volte evidenziati nel corso del testo. In tale contesto le merci diventano significati e forme che veicolano messaggi.

Tra omologazione e localismi si collocano i processi di valorizzazione portati avanti oggi a favore dei patrimoni locali, materiali e immateriali. I fatti locali, oggi, sono dunque pensati, declinati e costruiti come fatti globali-locali; specifiche manifestazioni culturali vengono pensate perché si presentino su uno scenario più ampio, come ad esempio, proprio quello legato ai mercati turistici o alla comunicazione globale. Il cambiamento di prospettiva, che vedeva i due concetti diametralmente opposti tra loro, ha rivitalizzato elementi culturali marginalizzati, ridando vita a usanze, manifestazioni e oggetti della cultura materiale e immateriale, modificando la percezione delle istituzioni, come è successo per la Catalogna, e delle stesse comunità, nel caso degli artigiani materani, in riferimento al proprio patrimonio culturale, materiale e immateriale e contribuendo a ricostruire le proprie specificità.

Sebbene attraverso strade diverse, la prima portata avanti essenzialmente in modo spontaneo, grazie all'iniziativa privata dei singoli artigiani, e la seconda, più istituzionale, le due realtà, quella materana e quella catalana, hanno portato avanti, con esiti diversi e ancora attualmente in corso, un percorso accomunato dalla volontà di promozione e caratterizzazione della propria identità storica e culturale attraverso una valorizzazione delle proprie produzioni locali associate all'artigianato artistico.

Infine, riportando le parole di MacCannell, in riferimento alla modernità e produzione di esperienze turistiche:

[...] Anche il valore di beni strettamente materiali dipende sempre di più dal grado in cui ci illudono di formare parte della nostra esperienza moderna. [...] La merce è diventata un mezzo per un fine. Il fine è un'immensa accumulazione di esperienze di rispecchiamento che sintetizzano fiction e realtà in un vasto simbolismo, il mondo moderno (MacCannell, 2005, p. 27).



# Carta internazionale dell'Artigianato Artistico

## Definizioni

1) La creatività artigianale è la prima manifestazione che ha accompagnato la comparsa dell'umanità. Prima ancora di ogni altra forma evolutiva, organizzativa e produttiva, l'oggetto artigianale ha costituito la prima testimonianza identitaria della presenza della vita. In questo senso, gli oggetti dell'artigianato artistico concorrono a creare l'identità di un popolo, intesa come l'insieme delle tradizioni, delle conoscenze e dei tratti distintivi che ne sanciscono la riconoscibilità e unicità.

Le creazioni dell'artigianato artistico sono quindi da considerarsi come espressione della cultura materiale, legata all'ambiente in cui i fenomeni artistici e gli oggetti d'arte si manifestano o vengono prodotti.

Pertanto, gli oggetti dell'artigianato artistico e tradizionale vanno considerati opere dei popoli, recanti un messaggio spirituale e culturale, nonché testimonianze delle tradizioni e della creatività da trasmettere alle prossime generazioni.

2) Sono definite lavorazioni dell'**artigianato artistico**:

- a) le creazioni, le produzioni e le opere di elevato valore estetico, siano esse ispirate a forme, modelli, decori, stili e tecniche tradizionali o della storia dell'arte oppure siano frutto di percorsi creativi individuali e di personali linguaggi espressivi ed artistici;
- b) le lavorazioni che vengono svolte prevalentemente con tecniche manuali, ad alto livello tecnico professionale, con l'ausilio di apparecchiature, ad esclusione di processi di lavorazione interamente in serie; sono ammesse singole fasi meccanizzate o automatizzate di lavorazione secondo tecniche innovative e con strumentazioni tecnologicamente avanzate.
- c) Rientrano nel settore delle lavorazioni artistiche anche le attività di restauro consistenti in interventi finalizzati alla conservazione, al consolidamento e al ripristino di beni di interesse artistico, od appartenenti al patrimonio architettonico, archeologico, etnografico, bibliografico ed archivistico<sup>1</sup>.

3) I settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali e le rispettive attività sono identificati attraverso corrispondenza con la classificazione europea delle attività economiche NACE rev.2 (pubblicata sul *Journal Officiel* del 20 dicembre 2006) e sono riportati nell'allegato della presente Carta.

## I Valori

Vari sono i valori di cui l'artigianato artistico è portatore:

- 1) **Valore economico.** L'Artigianato Artistico rappresenta, oltre che un patrimonio culturale, una risorsa economica e produttiva fondamentale: un tessuto produttivo diffuso costituito da microimprese, da laboratori e da piccole e medie imprese fortemente radicate nei territori di appartenenza, il cui valore economico non è trascurabile all'interno del valore prodotto dai settori manifatturieri.

<sup>1</sup> Dovranno essere individuate delle corrispondenze tra le varie definizioni teoriche e legislative delle attività di restauro a livello dei vari paesi, in modo da giungere a una definizione il più possibile univoca e condivisa.



**2) Valore culturale.** L'Artigianato Artistico costituisce un patrimonio culturale unico che caratterizza le società nelle sue diverse epoche di sviluppo. Le imprese artigiane sono il frutto di una tradizione artistica e produttiva secolare, depositarie di conoscenze materiali e immateriali, radicate nei territori di appartenenza e difficilmente replicabili altrove. Allo stesso modo sono portatrici di valori culturali "universali" in quanto produzioni attente al design, al progetto, alla storia, che entrano spesso in rapporto con settori culturali molto diversi tra loro.

**3) Valore sociale.** L'Artigianato Artistico è portatore di un "valore sociale" che il settore crea attraverso l'interazione con i soggetti economici e sociali del tessuto territoriale, con la collettività e con l'ambiente circostante. L'Artigianato Artistico presume infatti un forte radicamento nel territorio di riferimento, è parte integrante della cultura e influenza il tessuto sociale. In quest'ottica si può inquadrare il tema della trasmissione dei mestieri d'arte: infatti, oltre che per la salvaguardia delle tradizioni e del saper fare, tale trasmissione è fondamentale per la tutela del tessuto sociale dei territori. L'artigianato è infatti una forma di occupazione diffusa che alimenta l'economia locale e le piccole produzioni e che crea occupazione, stabilità sociale, e possibilità di sviluppo futuro. Molti territori sono caratterizzati da produzioni di antica tradizione a rischio di estinzione a causa della mancanza di ricambio generazionale. L'artigianato artistico è inoltre il primo volano di uno sviluppo economico sostenibile anche in aree di sottosviluppo e/o di degrado.

## Le proposte

### Verso un percorso politico europeo per l'Artigianato Artistico

#### Premessa

Alla luce di quanto fin qui detto, appare chiaro come l'artigianato artistico rappresenti un settore con caratteristiche assolutamente peculiari, sia da un punto di vista delle produzioni, sia da un punto di vista delle dimensioni aziendali, sia da un punto di vista dei contenuti culturali e sociali.

Devono quindi essere definite linee politiche, strategiche e di azione a livello europeo e internazionale, studiate appositamente per sostenere, tutelare, valorizzare e promuovere il settore dell'artigianato artistico.

**1. Comunicazione e Promozione.** È necessario svolgere una forte azione di comunicazione di promozione del settore, che non è chiaramente percepibile dal consumatore finale. I prodotti artistici di alto livello rientrano invece a pieno titolo nella categoria di un lusso "colto", concettuale, attento a valori non soltanto estetici e di *brand*. Allo stesso modo è poco diffusa la conoscenza dell'esistenza di veri e propri "distretti" delle produzioni artistiche, ossia di luoghi, di territori che sono storicamente sede di produzioni ad alto valore aggiunto, sia formale sia culturale. Infine, il mondo dell'artigianato artistico ha scarso *appeal*, così come presentato attualmente, rispetto alle giovani generazioni il che comporta il problema della trasmissione di impresa. L'immagine

dell'artigianato deve quindi essere "svecchiata" e diffusa presso più ampi strati della popolazione: ovviamente dovranno essere studiati vari messaggi, in funzione delle varie "anime" dell'artigianato artistico. Per comunicare e promuovere l'artigianato artistico dovranno essere utilizzati i più moderni media a disposizione, soprattutto per facilitare la comunicazione con le giovani generazioni: si può quindi pensare ad un uso sempre maggiore e più proficuo del web, anche attraverso la creazione di canali tematici in cui si possibile raccontare "storie".

**2. Internazionalizzazione e commercializzazione.** L'artigianato artistico necessita di progetti specifici per favorirne l'internazionalizzazione e per supportarne la commercializzazione. Attraverso l'artigianato artistico, i processi di internazionalizzazione spingono non soltanto i prodotti, ma anche uno stile di vita e una filosofia e un'etica della produzione: per questi motivi l'artigianato artistico è l'ambasciatore per eccellenza del "Made in...". I processi di internazionalizzazione e commercializzazione dovrebbero seguire quattro principali linee di indirizzo:

- a. **Partecipazione a fiere e saloni.** Dovrebbe essere creato un circuito di manifestazioni commerciali, destinate a operatori professionisti e/o al grande pubblico, "approvate" dalle associazioni di rappresentanza dell'artigianato artistico e destinate alla commercializzazione dei prodotti dell'artigianato artistico. Accanto alla manifestazione fieristica è necessario prevedere la messa a punto di strumenti di sostegno, formazione e accompagnamento delle imprese, che permettano loro di profittare al meglio delle occasioni commerciali ed espositive.
- b. **Negozi specializzati e/o gallerie.** È opportuno individuare e/o creare reti di negozi specializzati nella vendita dell'artigianato artistico.
- c. **Rapporti con circuiti commerciali generici e di arredamento di alto livello.**
- d. **Iniziative di co-promotion con GDO** (Grande Distribuzione Organizzata).

**3. Ricerca e innovazione.** Per rispondere strategicamente alle esigenze di innovazione delle imprese del settore si deve definire un nuovo concetto d'innovazione, compatibile con le dimensioni e con le caratteristiche delle imprese dell'artigianato artistico. Il nuovo concetto di innovazione contempla, accanto all'innovazione formale, di prodotto o tecnologica, un'innovazione dei processi cognitivi e organizzativi necessari per elaborare un'innovazione di tipo durevole e non sporadico. Si parla cioè di un'innovazione strategica, supportata da un'innovazione di tipo organizzativo, grazie anche alla messa a punto di modelli di sviluppo di sistemi a rete<sup>2</sup>.

**4. Formazione.** Sostenere modelli di formazione all'interno delle imprese e attivare circuiti di tutoraggio. Mappatura su scala europea della formazione a livello sia secondario che terziario riferibile all'artigianato artistico anche al fine di costituire un sistema europeo della formazione. Potrebbe essere costituita anche una rete di scuole di eccellenza che hanno l'artigianato artistico tradizionale all'interno dei loro percorsi formativi. Inoltre potrebbe essere considerata una sorta di "formazione continua" degli artigiani, o si preferisce un loro costante aggiornamento sugli aspetti tecnico-produttivi, estetico-formali,

<sup>2</sup> Il concetto d'innovazione strategico - organizzativa, connesso ad un modello a rete per l'innovazione, è perfettamente congruente con le linee guida comunitarie in materia di politica dell'innovazione.

di marketing, di comunicazione dei prodotti, normativi. Costituendo un sistema integrato di servizi inglobando anche le scuole come luoghi di ricerca. La formazione nei mestieri d'arte a livello europeo è sollecitata anche dai nuovi bisogni di formazione continua e formazione per tutto l'arco della vita che sono indotti dall'innovazione tecnologica, dalla comunicazione, e da altri aspetti dell'attività d'impresa.

**5. Istruzione.** Deve essere costruita una Storia dell'Artigianato Artistico a livello nazionale e internazionale, visto anche nel suo rapporto con l'evolversi e con la storia delle arti maggiori: si rileva infatti la necessità di introdurre Corsi di Storia dell'Artigianato Artistico a tutti i livelli di formazione. Ciò permetterebbe di rafforzare lo spazio culturale comune europeo e la creatività che sono necessari per favorire l'affermazione di una identità comune europea nell'artigianato artistico.

**6. Turismo.** L'industria del turismo rappresenta una delle principali industrie in Europa in termini di creazione di posti di lavoro e di volume di affari: circa l'80% dei turisti europei viaggia per motivi di piacere mentre il restante 20% per motivi di lavoro<sup>3</sup>. L'artigianato si configura come una componente fondamentale dell'offerta turistica<sup>4</sup>, come un vero e proprio "attrattore turistico", e diviene quindi fondamentale valorizzare le sinergie tra artigianato e turismo in un'ottica di reciproci valorizzazione e sviluppo.

**7. Musei.** Il rapporto tra artigianato artistico e musei e/o circuiti museali rappresenta un'altra faccia di quello strettissimo legame già citato tra artigianato artistico e cultura – intesa in senso ampio – del territorio di produzione e di appartenenza. Per questo motivo il sistema museale si prefigura come un partner importante nello sviluppo e nella valorizzazione dell'artigianato artistico, attraverso due principali linee di azione:

**a. Artigianato artistico e bookshop museali.** È auspicabile la produzione e la commercializzazione di oggetti ispirati al patrimonio artistico, con il proposito di sviluppare un collegamento tra artigianato e arte e di concorrere a sovvertire la logica del "souvenir", proponendo con prodotti di qualità, un'inusuale chiave di lettura dell'opera d'arte stessa.

**b. Mostre temporanee collegate a musei.** Gli spazi accessori e/o limitrofi alle istituzioni museali possono connotarsi come luogo deputato all'organizzazione di mostre temporanee – personali e/o collettive – dedicate alle eccellenze dell'artigianato artistico e tradizionale, contribuendo a connotare alcune produzioni come le moderne arti decorative. Dovranno essere sviluppate l'organizzazione e la co-organizzazione di mostre dedicate all'artigianato artistico in partenariato con i musei di riferimento.

<sup>3</sup> Fonte Organizzazione Mondiale del Turismo.

<sup>4</sup> Da una ricerca svolta a livello italiano nel 2002, l'artigianato artistico si colloca al terzo posto, dopo le bellezze paesaggistiche e il patrimonio artistico, tra i motivi di attrazione per i turisti italiani e stranieri. La maggior parte degli acquisti, viene fatta direttamente nelle botteghe, per rafforzare il legame con il territorio in cui si risiede, anche se temporaneamente, e per avere un ricordo ancora più vivo dell'esperienza vissuta.

## ALLEGATO / ANNEXE / APENDICE / ENCLOSURE



I settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali e le rispettive attività sono identificati attraverso corrispondenza con la classificazione europea delle attività economiche NACE rev.2 - European Classification of Economic Activities.



Les secteurs des travaux artistiques et traditionnels et leurs activités respectives sont identifiés par le biais d'une correspondance avec la classification européenne des activités économiques NACE rev.2 - European Classification of Economic Activities.



Los sectores de la artesanía tradicional y artística y sus respectivas actividades se definen de acuerdo con la clasificación europea de actividades económicas, NACE rev. 2 - European Classification of Economic Activities.



The sectors of traditional and artistic workmanship and their respective activities are defined in accordance with the european classification of economic activities NACE rev.2 - European Classification of Economic Activities.

Lavorazioni artistiche e tradizionali	Nomenclature officielle française (arrêté du 12 décembre 2003)	Sectores de la artesanía tradicional y artística	NACE Rev. 2 - European Classification of Economic Activities
I. Abbigliamento su misura	I. Mode textile	I. Textil	14.1 Manufacture of wearing apparel, except fur apparel / 14.2 Manufacture of articles of fur / 14.3 Manufacture of knitted and crocheted apparel
Sartorie e confezioni di capi, accessori e articoli per abbigliamento	Fabricant d'accessoires de mode	Sastre; Productor/a de trajes regionales; Modisto/a	14.13 Manufacture of other outerwear
Camicerie	Fabricant de chemise	Camisero /a; Corsetero /a	14.14 Manufacture of underwear
Fabbricazione di busti	Corsetier		
Fabbricazione di cravatte	Fabricant de cravatte		
Fabbricazione di berretti e cappelli	Chapellier	Sombrero /a	14.19 Manufacture of other wearing apparel and accessories
Fabbricazione di guanti su misura o cuciti a mano	Gantier	Guantero	
Modisterie	Modiste		

Confezione di pellicce e lavorazione delle pelli per pellicceria	Fourreur	Peletero	14.20 Manufacture of articles of fur
Sgheronatura delle pelli per pellicceria per la formazione dei teli			
Confezione a maglia di capi per abbigliamento	Fabricant de maille	Calcetero /a	14.3 Manufacture of knitted and crocheted apparel / 14.39 Manufacture of other knitted and crocheted apparel
Lavori di calzoleria	Coordonnerie	Zapatero /a; Alpargatero /a; Abarquero /a	15.20 Manufacture of footwear / 95.23 Repair of footwear and leather goods
Lavori di figurinista e modellista	Modelliste		74.10 Specialised design activities
Realizzazione di modelli per pellicceria			
Il. Cuoio, pelletteria e tappezzeria	Il. Cuir et maroquinerie / Maroquinerie, et tapisserie	Il. Cuero	15.1 Tanning and dressing of leather; manufacture of luggage, handbags, saddlery and harness; dressing and dyeing of fur / 95.24 Repair of furniture and home furnishings
Bulinatura del cuoio	Tanneur	Curtidor/a	15.1 Tanning and dressing of leather; manufacture of luggage, handbags, saddlery and harness; dressing and dyeing of fur / 95.24 Repair of furniture and home furnishings
Decorazione del cuoio			
Limatura del cuoio			
Ricamatura del cuoio (con fila di penne di pavone)			
Lucidatura a mano di pelli			
Fabbricazione di pelletteria artistica			
Fabbricazione di pelletteria comune		Marroquinero /a; Botero /a	
Pirografia			
Sbalzatura del cuoio		Repujador/a	
Fabbricazione di selle	Sellier	Guarnicionero /a	
Stampatura del cuoio con presse a mano			
Tappezzeria in cuoio	Tapisserie en cuir		



Tappezzeria in carta, in stoffa e in materie plastiche (di mobili per arredo e di interni)	Papier peint, en tissu et matière plastique	Tapicero /a	15.1 Tanning and dressing of leather; manufacture of luggage, handbags, saddlery and harness; dressing and dyeing of fur / 95.24 Repair of furniture and home furnishings
III. Decorazioni	III. Décoration	III. Decoración / Actividades de creación, artísticas	32. Other manufacturing / 90.03 Artistic creation
Lavori di addobbo e apparato	Staffeur-stuccateur	Cerero/a; Abaniquero/a; Muñequero/a; Productor/a de juegos; Productor/a de juguetes; Productor/a de flores artificiales; Productor/a de objetos con flor seca; Productor/a de nudos marinos; Productor/a de objetos de bambú, de corcho, de metacrilato; Productor/a de objetos deportivos; Productor/a de pelucas y postizos; Rotulista; Pirograbador/a; Calígrafo/a; Cartelista; Dibujante; Grabador/a; Iluminador/a; Esmaltista; Maquetista; Pintor/a-Decorador/a; Barnizador/a; Perfumista; Pirotecnico /a	32. Other manufacturing / 90.03 Artistic creation
Decorazioni con fiori e realizzazione di lavori con fiori, anche secchi e artificiali	Fabricant de composition florale et de fleurs artificielles		
Decorazione di pannelli in materiali vari per l'arredamento			
Decorazione artistica di stoffe (tipo Batik)	Décoration d'étoffe		
Lavori di pittura, stuccatura e decorazioni edili	Staffeur-stuccateur		
Lavori di pittura letteristica e di decorazione di insegne	Peinture de lettre et enseigne		
IV. Fotografia, riproduzione disegni e pittura	IV. Arts graphiques	IV. Actividades de fotografía	74.20 Photographic activities
Lavori di fotoincisione	Imprimeur en typographie	Serígrafo /a	18.12 Other printing / 18.13 Pre-press and pre-media services
Lavori di fotoritocco	Retouche photographique		
Riproduzione di acquaforti	Reproduction d'eaux fortes		
Realizzazione di originali litografici per riproduzioni policrome, foto d'arte e di opere dell'arte pittorica			74.20 Photographic activities
Riproduzione di litografie mediante uso di pietre litografiche			
Riproduzione di xilografie			
Riproduzione di disegni per tessitura	Reproduction de design textile		

Lavori di copista di galleria	Copiste		
Composizione fotografica (compresi i lavori fotomeccanici e fototecnici, escluse le aziende che hanno macchine rotative per la stampa del fototipo)	Photographe		74.20 Photographic activities
Lavori di pittura di quadri, scene teatrali e cinematografiche	Décorateur de théâtre, de cinéma, peintre en décor	Escenógrafo /a	90.02 Support activities to performing arts / 90.03 Artistic creation
V. Legno e affini	V. Bois	V. Madera	16. Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials / 31. Manufacture of furniture
Carpenteria in legno	Charpente en bois	Carpintero /a	16.21 Manufacture of veneer sheets and wood-based panels / 16.22 Manufacture of assembled parquet floors / 16.23 Manufacture of other builders' carpentry and joinery
Lavori di intaglio (figure, rilievi e decorazioni), intarsio e traforo	Marqueteur	Tallista; Taraceador/a	
Lavorazione del sughero	Travail du liège		
Fabbricazione di ceste, canestri, bigonce e simili	Vannier	Cestero /a de caña, de castaño, de junco, de mimbre, de palma	
Fabbricazione di oggetti in paglia, rafia, vimini, bambù, giunco e simili	Rotinier / Fabrication d'objet en raphia, paille, bambou	Productor/a de labores de paja	
Lavori di impagliatura di sedie, fiaschi e damigiane			16.29 Manufacture of other products of wood; manufacture of articles of cork, straw and plaiting materials
Fabbricazione e montaggio di cornici	Fabricant de corniche		
Fabbricazione di oggetti tipici (botti, tini, fusti, mastelli, mestoli e simili)		Productor/a de aperos de labranza; Productor/a de zuecos y madreñas; Bastonero /a; Tonelero /a	
Ebanisteria	Ebéniste	Marquetero /a; Ebanista	
Fabbricazione di pipe	Pipier	Productor/a de pipas	
Fabbricazione di oggettistica ornamentale e di articoli da regalo in legno	Fabrication d'objet à caractère ornamental	Modelista	

Fabbricazione di paranchi a corda, remi in legno e simili			28.22 Manufacture of lifting and handling equipment
Fabbricazione di carri, carrelli, carrocci, slitte e simili	Charron	Carpintero /a de ribera (30.11 Construcción de barcos y estructuras flotantes)	30.99 Manufacture of other transport equipment not elsewhere classified
Verniciatura di imbarcazioni in legno	Vernisseur, finisseur	Laquista	31.09 Manufacture of other furniture
Fabbricazione di stipi, armadi e di altri mobili in legno	Menuisier, fabrication de meubles		
Tornitura del legno e fabbricazione di parti tornite per costruzione di mobili, di utensili e attrezzi	Tourneur sur bois	Tornero /a	
Fabbricazione di sedie	Chaisier, menuisier en sièges	Sillero /a	
Lavori di doratura, argentatura, laccatura e lucidatura del legno	Doreur, laqueur	Dorador/a	90.03 Artistic creation
Lavori di scultura (mezzo e tutto tondo, alto e basso rilievo)	Sculpteur sur bois	Imaginero /a; Escultor/a	
VI. Metalli comuni	VI. Métal	VI. Metal	25. Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment
Lavori di fusione di oggetti d'arte, campane, oggetti speciali e micro fusioni	Sculpteur sur métal, campanologue, fondeur	Campanero /a; Cencerrero /a; Fundidor/a; Productor/a de armaduras	25. Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment
Lavorazioni di armi da punta e da taglio, coltelli, utensili e altri ferri taglienti	Coutellier	Cuchillero /a; Espadero /a; Navajero /a	
Lavori di damaschinatore	Damasquineur	Damasquinador/a	
Fabbricazione, sulla base di progetti tecnici, dei modelli di navi e di complessi meccanici navali	Fabrication de modèles maquettes navales		
Carpenteria in ferro o altri metalli per imbarcazioni di diporto	Charpenterie métallique		25.11 Manufacture of metal structures and parts of structures
Fabbricazione, lavorazione e montaggio di armi da fuoco	Armurier	Armero /a	25.40 Manufacture of weapons and ammunition
Lavori di cromatura			25.61 Treatment and coating of metals
Fabbricazioni di chiavi	Fabricant de clefs	Cerrajero /a	25.72 Manufacture of locks and hinges / 95.29 Repair of other personal and household goods
Lavorazione del ferro battuto e forgiato	Ferronnier	Forjador/a; Tornero /a; Calderero /a; Repujador/a; Herrero /a; Hojalatero /a; Metalistero /a	25.99 Manufacture of other fabricated metal products not elsewhere classified



Fabbricazione di manufatti edili in acciaio e metallo	Fabrication de mobilier urbain en acier et métal		
Modellatura dei metalli			
Fabbricazione di modelli meccanici	Fabrication de pièces mécaniques		
Battitura e cesellatura del peltro	Étainier		
Lavori di ramaio e caldaio (lavorazione a mano)		Forjador/a; Tornero /a; Calderero /a; Repujador/a; Herrero /a; Hojalatero /a; Metalistero /a	25.99 Manufacture of other fabricated metal products not elsewhere classified
Lavori di sbalzatura			
Lavori di traforatura artistica	Ciseleur		
Lavori di fabbro in ferro compresi i manufatti edili e gli utensili fucinati			
Lavori di ferratura, cerchiatura di carri e di maniscalco	Carrossier		
Lavorazione dell'ottone e del bronzo	Bronzier / Travail du cuivre et du laiton		
Fabbricazione di bigiotteria metallica e di oggettistica in metallo			32.13 Manufacture of imitation jewellery and related articles
Arrotatura di ferri da taglio	Aiguillage du fer	Afilador/a	95.29 Repair of other personal and household goods
VII. Metalli pregiati, pietre preziose, pietre dure e lavorazioni affini	VII. Bijouterie	VII. Joyeria	32.1 Manufacture of jewellery, bijouterie and related articles
Lavori di argenteria ed oreficeria in oro, argento e platino (con lavorazione prevalentemente manuale, escluse le lavorazioni in serie anche se la rifinitura viene eseguita a mano)	Bijoutier, argenteur	Bisutero; Orfebre; Platero/a; Joyero/a; Azabachero /a	
Lavori di cesellatura	Ciseleur	Cincelador/a	32.1 Manufacture of jewellery, bijouterie and related articles
Lavori della filigrana	Technique du filigrane	Filigranista	
Lavori di incisione di metalli e pietre dure, su corallo, avorio, conchiglie, madreperla, tartaruga, corno, lava, cammeo	Graveur sur ivoire et autres matériaux d'origine animale	Grabador/a	

Lavorazione ad intarsio delle pietre dure	Marqueteur de pierre		32.1 Manufacture of jewellery, bijouterie and related articles
Incastonatura delle pietre preziose	Sertisseur	Engastador/a	
Lavori di miniatura	Miniaturiste	Miniaturista	
Lavori di smaltatura	Emailleur		
Formazione di collane in pietre preziose, pregiate e simili (corallo, giada, ambra, lapislazzuli e simili)	Fabricant de collier pierre semi-précieuse	Lapidario / a	
Infilatura di perle	Enfileur de perle		
VIII. Strumenti musicali	VIII. Facture instrumentale	VIII. Instrumentos Musicales	32.20 Manufacture of musical instruments
Fabbricazione di arpe	Fabricant de harpe	Constructor/a de instrumentos de cuerda; Constructor/a de instrumentos de percusión; Constructor/a de instrumentos de viento; Constructor/a de instrumentos tradicionales; Organero	32.20 Manufacture of musical instruments
Fabbricazione di strumenti a fiato in legno e metallo	Fabricant d'instrument en bois et métal		
Fabbricazione di ottoni	Fabricant d'instrument en cuivre		
Liuteria ad arco, a plectro ed a pizzico	Luthier		
Fabbricazione di organi, fisarmoniche ed armoniche a bocca e di voci per fisarmoniche			
Fabbricazione di campane	Fabricant de percussion		
Lavori di accordatura	Accordeur	Afinador/a	95.29 Repair of other personal and household goods
Fabbricazione di corde armoniche	Fabricant de cordes		
IX. Tessitura, ricamo, ramendo ed affini	IX. Tissage, broderie et autres	IX. Textil	13.2 Weaving of textiles / 13.3 Finishing of textiles / 13.9 Manufacture of other textiles
Tessitura a mano (lana, seta, cotone, lino, batista, paglia, rafia e affini)	Tisserand	Tejedor/a de punto; Tejedor/a en telar; Tejedor/a de alfombras; Tejedor/a de tapices;	13.2 Weaving of textiles / 13.3 Finishing of textiles
Tessitura a mano di tappeti e stuoie	Tissage à la main de tapis et nattes	Esterero /a; Tintorero /a; Decorador/a de telas; Estampador/a textil; Hilandero /a	
Fabbricazione di arazzi		Repostero /a	13.92 Manufacture of made-up textile articles, except apparel
Confezione a mano di trapunte, coltroni, copriletto, piumoni e simili	Fabricant de couverture, couvre lit et autres	Productor/a de almazuelas, retacero /a (patchwork)	
Fabbricazione di vele	Fabricant de voile		

Lavorazioni di merletti, ricamo e uncinetto	Dentellier, brodeur	Bordador/a; Calador / a; Ganchillero /a; Pasamanero /a; Productor/a de artículos de fieltro; Redero /a; Encajero /a; Cordelero /a	13.99 Manufacture of other textiles not elsewhere classified
Lavorazione e produzione di arredi sacri	Fabricant d'objets sacrés en textile		
Fabbricazione e tessitura di bomboniere			
Fabbricazione di retine per capelli	Fabricant de voilette pour chapeaux		14.19 Manufacture of other wearing apparel and accessories
Fabbricazione e lavorazione manuale di materassi	Matelassier		31.03 Manufacture of mattresses
Lavori di disegno tessile	Designer textile		74.10 Specialised design activities
X. Vetro, ceramica, pietra ed affini	X. Verre, céramique pierre et autres	X. Vidrio/ Ceràmica / Canteria	23. Manufacture of other non-metallic mineral products
Fabbricazione di figurini in argilla, gesso, cartapesta o altri materiali	Santonnier		23. Manufacture of other non-metallic mineral products
Lavori di formatore statuaista	Statuaire		
Lavori di applicazione di vetri			23.1 Manufacture of glass and glass products
Lavori di decorazione del vetro	Décorateur sur verre	Decorador/a de vidrio	
Fabbricazione di perle a lume con fiamma	Fabricant de perles au chalumeau		
Lavori di incisione di vetri	Graveur sur verre		
Lavori di piombatura di vetri			
Fabbricazione di oggetti in vetro	Fabricant d'objet en verre		
Fabbricazione di vetrate	Vitrailiste	Vitralista	
Molatura di vetri	Thermoformage		
Modellatura manuale a fuoco del vetro	Verrier	Tallista de vidrio; Estirador/a de vidrio	
Soffiatura del vetro	Souffleur de verre	Soplador/a de vidrio	
Fabbricazione di specchi mediante argentatura manuale	Miroitier		
Produzione di ceramica, grès, terrecotte, maiolica e porcellana artistica o tradizionale	Potier grès, terre cuite, majolique porcelaine artisanique et traditionnelle	Alfarero /a; Belenista; Ceramista; Decorador/a de azulejos; Decorador/a de ceràmica; Porcelanista; Tejero /a	23.41 Manufacture of ceramic household and ornamental articles

Lavori di mosaico	Mosaïste	Mosaiquista	
Lavori di scalpello e di scultura figurativa ed ornamentale in marmo o pietre dure	Sculpteur, statuaire	Cantero de piedra y m�rmol	23.70 Cutting, shaping and finishing of stone
Lavorazione artistica dell'alabastro	Albatrier / Travail de l'albatre	Tallista de alabastro	
XI. Carta, attivit� affini e lavorazioni varie	XI. Arts graphiques , papier	XI. Papel y Cart�n	17.1 Manufacture of pulp, paper and paperboard / 17.2 Manufacture of articles of paper and paperboard
Fabbricazione di oggetti in pergamena			
Fabbricazione di modelli in carta e cartone			
Lavorazione della carta mediante essiccazione			17.1 Manufacture of pulp, paper and paperboard / 17.2 Manufacture of articles of paper and paperboard
Fabbricazione di ventagli	�ventailiste		
Fabbricazione di carri e oggetti in carta, cartone e cartapesta		Papelero /a; Productor/a de objetos de cart�n piedra	
Fabbricazione di maschere in carta, cartone, cartapesta, cuoio, ceramica, bronzo, etc.	Fabricant de masque		
Rilegatura artistica di libri	Restaurateur de livres	Encuadernador/a; Manipulador/a de papel y cart�n	18.14 Binding and related services
XII. Alimentaristi	XII. Alimentation, M�tiers de bouche		10. Manufacture of food products / 11. Manufacture of beverages
Lavorazione cereali e sfarinati			
Produzione di specialit� gastronomiche	Producteur de sp�cialit�s gastronomiques		10. Manufacture of food products
Produzione di conserve animali e vegetali	Fabricant de conserves v�g�tales et animales		
Lavorazione di grassi, strutto e frattaglie			10.11 Processing and preserving of meat
Lavorazione ed essiccazione di carni fresche			10.11 Processing and preserving of meat / 10.12 Processing and preserving of poultry meat

Produzione e stagionatura di salumi	Salaison		10.13 Production of meat and poultry meat products
Produzione e conservazione di prodotti ittici			10.20 Processing and preserving of fish, crustaceans and molluscs
Produzione di sciroppi, succhi, confetture, nettari, marmellate e altri prodotti similari			10.32 Manufacture of fruit and vegetable juice / 10.39 Other processing and preserving of fruit and vegetables
Lavorazione di funghi secchi e tartufi	Fabricant de champignons séchés et truffes		10.39 Other processing and preserving of fruit and vegetables
Lavorazione di erbe e aromi	Fabricants d'herbes et aromates		
Lavorazione di frutta secca e conservata			
Produzione di olio d'oliva			10.41 Manufacture of oils and fats
Produzione e stagionatura di formaggi, latticini, burro, ricotta ed altri prodotti caseari	Cremier		10.51 Operation of dairies and cheese making
Produzione di gelateria	Glacier		10.52 Manufacture of ice cream
Produzione di pane, grissini, focacce ed altri prodotti da forno	Boulangier		10.71 Manufacture of bread; manufacture of fresh pastrygoods and cakes
Produzione di pasticceria, cacao e cioccolato, confetteria e altri prodotti dolciari	Patissier		10.71 Manufacture of bread; manufacture of fresh pastrygoods and cakes / 10.72 Manufacture of rusks and biscuits; manufacture of preserved pastry goods and cakes / 10.82 Manufacture of cocoa, chocolate and sugar confectionery
Produzione di paste alimentari con o senza ripieno	Fabricant de pâtes alimentaires		10.73 Manufacture of macaroni, noodles, couscous and similar farinaceous products
Produzione di distillati e liquori	Fabricant de liqueur		11.01 Distilling, rectifying and blending of spirits
Produzione e invecchiamento di vini, aceti, mosti ed altri prodotti similari	Fabricant d'huile et vinaigre		11.02 Manufacture of wine from grape

XIII. Restauro	XIII. Restauration	XIII. Restaurador/a de obra de arte; Restaurador/a de piezas arqueológicas	90.03 Artistic creation
XIV. Tassidermisti	XIV. Taxidermiste	XIV. Taxidermista	32.99 Other manufacturing not elsewhere classified
XV. Produzione di orologi	XV. Fabricant d'horloge	XV. Relojero /a	26.52 Manufacture of watches and clocks
Riparazione di orologi	Réparateur de montres et horloges		95.25 Repair of watches, clocks and jewellery

## Allegato 2: Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale

*Traduzione*<sup>1</sup>

### **Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale**

Conclusa a Parigi il 17 ottobre 2003

---

*La Conferenza generale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura denominata qui di seguito UNESCO,*

riunitasi a Parigi dal 29 settembre al 17 ottobre 2003, nella sua trentaduesima sessione,

con riferimento agli strumenti internazionali esistenti in materia di diritti umani, in particolare alla Dichiarazione universale sui diritti umani del 1948, al Patto internazionale sui diritti economici, sociali e culturali del 1966 e al Patto internazionale sui diritti civili e politici del 1966,

considerando l'importanza del patrimonio culturale immateriale in quanto fattore principale della diversità culturale e garanzia di uno sviluppo duraturo, come sottolineato nella Raccomandazione UNESCO sulla salvaguardia della cultura tradizionale e del folclore del 1989, nella Dichiarazione universale dell'UNESCO sulla diversità culturale del 2001 e nella Dichiarazione di Istanbul del 2002 adottata dalla Terza tavola rotonda dei Ministri della cultura,

considerando la profonda interdipendenza fra il patrimonio culturale immateriale e il patrimonio culturale materiale e i beni naturali,

riconoscendo che i processi di globalizzazione e di trasformazione sociale, assieme alle condizioni che questi ultimi creano per rinnovare il dialogo fra le comunità, creano altresì, alla stregua del fenomeno dell'intolleranza, gravi pericoli di deterioramento, scomparsa e distruzione del patrimonio culturale immateriale, in particolare a causa della mancanza di risorse per salvaguardare tali beni culturali,

consapevoli della volontà universale e delle preoccupazioni comuni relative alla salvaguardia del patrimonio culturale immateriale dell'umanità,

riconoscendo che le comunità, in modo particolare le comunità indigene, i gruppi e in alcuni casi gli individui, svolgono un ruolo importante per la salvaguardia, la manutenzione e il ripristino del patrimonio culturale immateriale contribuendo in tal modo ad arricchire la diversità culturale e la creatività umana,

notando il considerevole impatto delle attività dell'UNESCO nello stabilire strumenti legislativi per la tutela del patrimonio culturale, in particolare la Convenzione per la tutela del patrimonio culturale e dei beni naturali del 1972,

notando inoltre che tuttora non esiste alcuno strumento per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale,

considerando che gli accordi, le raccomandazioni e le risoluzioni esistenti relative ai beni culturali e naturali necessitano di essere effettivamente arricchiti e completati per mezzo di nuove disposizioni relative al patrimonio culturale immateriale,

<sup>1</sup> Dal testo originale francese.



considerando il bisogno di creare una maggiore consapevolezza, soprattutto fra le generazioni più giovani, riguardo alla rilevanza del patrimonio culturale immateriale e alla sua salvaguardia,

ritenendo che la comunità internazionale dovrebbe contribuire, assieme agli Stati contraenti, alla presente Convenzione per salvaguardare tale patrimonio culturale in uno spirito di cooperazione e di assistenza reciproca,

ricordando i programmi dell'UNESCO relativi al patrimonio culturale immateriale, in particolare la proclamazione dei capolavori del patrimonio orale e immateriale dell'umanità,

considerando il rilevante ruolo del patrimonio culturale immateriale in quanto fattore per riavvicinare gli esseri umani e assicurare gli scambi e l'intesa fra di loro,  
*adotta la presente Convenzione il 17 ottobre 2003.*

## **Sezione 1: Norme generali**

### **Art. 1** Scopi della Convenzione

Gli scopi della presente Convenzione sono di:

- a) salvaguardare il patrimonio culturale immateriale;
- b) assicurare il rispetto per il patrimonio culturale immateriale delle comunità, dei gruppi e degli individui interessati;
- c) suscitare la consapevolezza a livello locale, nazionale e internazionale dell'importanza del patrimonio culturale immateriale e assicurare che sia reciprocamente apprezzato;
- d) promuovere la cooperazione internazionale e il sostegno.

### **Art. 2** Definizioni

Ai fini della presente Convenzione,

1. per "patrimonio culturale immateriale" s'intendono le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il know-how – come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale. Questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia e dà loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana. Ai fini della presente Convenzione, si terrà conto di tale patrimonio culturale immateriale unicamente nella misura in cui è compatibile con gli strumenti esistenti in materia di diritti umani e con le esigenze di rispetto reciproco fra comunità, gruppi e individui nonché di sviluppo sostenibile.



2. Il “patrimonio culturale immateriale” come definito nel paragrafo 1 di cui sopra, si manifesta tra l’altro nei seguenti settori:

- a) tradizioni ed espressioni orali, ivi compreso il linguaggio, in quanto veicolo del patrimonio culturale immateriale;
- b) le arti dello spettacolo;
- c) le consuetudini sociali, gli eventi rituali e festivi;
- d) le cognizioni e le prassi relative alla natura e all’universo;
- e) l’artigianato tradizionale.

3. Per “salvaguardia” s’intendono le misure volte a garantire la vitalità del patrimonio culturale immateriale, ivi compresa l’identificazione, la documentazione, la ricerca, la preservazione, la protezione, la promozione, la valorizzazione, la trasmissione, in particolare attraverso un’educazione formale e informale, come pure il ravvivamento dei vari aspetti di tale patrimonio culturale.

4. Per “Stati contraenti” s’intendono gli Stati vincolati dalla presente Convenzione e per i quali la presente Convenzione è in vigore.

5. La presente Convenzione si applica *mutatis mutandis* ai territori di cui all’articolo 33 che divengono Stati contraenti della presente Convenzione conformemente alle condizioni stabilite in detto articolo. In questo contesto l’espressione “Stati contraenti” si riferisce anche a questi territori.

### **Art. 3** Relazioni con altri strumenti internazionali

Nulla nella presente Convenzione potrà essere interpretato nel senso di

- a) alterare lo status o di diminuire il livello di protezione dei beni dichiarati parte del patrimonio mondiale secondo la Convenzione del 1972 per la protezione del patrimonio mondiale culturale e naturale a cui una parte del patrimonio culturale immateriale è direttamente associata; o
- b) pregiudicare i diritti e gli obblighi degli Stati contraenti derivanti da qualsiasi strumento internazionale correlato ai diritti della proprietà intellettuale o all’uso di risorse biologiche ed ecologiche di cui sono parte.

## **Sezione 2: Organi della Convenzione**

### **Art. 4** Assemblea generale degli Stati contraenti

1. Viene istituita un’Assemblea generale degli Stati contraenti, di seguito denominata “l’Assemblea generale”. L’Assemblea generale è l’organismo sovrano della presente Convenzione.

2. L’Assemblea generale si riunisce in sessione ordinaria ogni due anni. Essa può riunirsi in sessione straordinaria se così decide o su richiesta sia del Comitato intergovernativo per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale o di almeno un terzo degli Stati contraenti.

3. L'Assemblea generale adotta il proprio regolamento interno.

**Art. 5** Comitato intergovernativo per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale

1. Viene qui istituito nell'ambito dell'UNESCO un Comitato intergovernativo per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, in seguito denominato "il Comitato". Esso sarà composto dai rappresentanti di 18 Stati contraenti che vengono nominati dagli Stati contraenti riuniti in Assemblea generale dopo che la presente Convenzione sarà entrata in vigore conformemente all'articolo 34.

2. Il numero di Stati membri del Comitato sarà aumentato a 24 non appena 50 Stati contraenti avranno aderito alla presente Convenzione.

**Art. 6** Elezione e mandato degli Stati membri del Comitato

1. L'elezione degli Stati membri del Comitato si basa sui principi di un'equa alternanza e rappresentanza geografica.

2. Gli Stati membri del Comitato saranno eletti per un mandato di quattro anni dagli Stati contraenti della presente Convenzione che si riuniscono in Assemblea generale.

3. Tuttavia, il mandato di almeno metà degli Stati membri del Comitato eletti al momento della prima elezione è limitato a due anni. Questi Stati saranno scelti mediante estrazione a sorte durante la prima elezione.

4. Ogni due anni, l'Assemblea generale rinnoverà metà degli Stati membri del Comitato.

5. Essa eleggerà inoltre tutti gli Stati membri del Comitato necessari per occupare i posti vacanti.

6. Uno Stato membro del Comitato non può essere eletto per due mandati consecutivi.

7. Gli Stati membri del Comitato sceglieranno fra i loro rappresentanti le persone qualificate nei vari settori del patrimonio culturale immateriale.

**Art. 7** Compiti del Comitato

Fatte salve tutte le altre competenze assegnate al Comitato dalla presente Convenzione, i compiti di quest'ultimo consistono nel:

- a) promuovere gli obiettivi della presente Convenzione nonché sostenere e sorvegliare la sua attuazione;
- b) consigliare sulle migliori prassi da seguire e formulare raccomandazioni sulle misure volte a salvaguardare il patrimonio culturale immateriale;
- c) elaborare e sottoporre all'Assemblea generale per l'approvazione un progetto per l'uso delle risorse del Fondo, conformemente all'articolo 25;
- d) cercare il modo di accrescere le risorse e adottare tutte le misure necessarie a tal fine, in conformità con l'articolo 25;

- e) elaborare e sottoporre all'Assemblea generale per l'approvazione direttive operative ai fini dell'attuazione della presente Convenzione;
- f) esaminare, conformemente all'articolo 29, i rapporti sottoposti dagli Stati contraenti e riepilogarli per l'Assemblea generale;
- g) esaminare le richieste presentate dagli Stati contraenti e decidere, in merito conformemente ai criteri di selezione oggettivi che il Comitato dovrà stabilire e che saranno approvati dall'Assemblea generale per:
  - i) l'iscrizione nelle liste e le proposte menzionate ai sensi degli articoli 16, 17 e 18;
  - ii) la concessione dell'assistenza internazionale conformemente all'articolo 22.

**Art. 8**           Metodi di lavoro del Comitato

1. Il Comitato dovrà rispondere all'Assemblea generale; esso farà rapporto alla stessa su tutte le sue attività e decisioni.
2. Il Comitato adotterà il suo regolamento interno con una maggioranza di due terzi dei suoi membri.
3. Il Comitato può istituire, su base temporanea, qualsiasi organo consultivo che ritiene necessario per svolgere le sue mansioni.
4. Il Comitato può invitare alle sue riunioni qualsiasi organismo pubblico o privato, nonché persone fisiche aventi una competenza consolidata nei vari settori del patrimonio culturale immateriale, al fine di consultarli su questioni specifiche.

**Art. 9**           Accreditamento delle organizzazioni consultive

1. Il Comitato proporrà all'Assemblea generale l'accREDITamento di organizzazioni non governative aventi una fondata competenza nel settore del patrimonio culturale immateriale, per esercitare una funzione consultiva presso il Comitato.
2. Il Comitato proporrà inoltre all'Assemblea generale i criteri e le modalità di tale accREDITamento.

**Art. 10**          Il Segretariato

1. Il Comitato sarà assistito dal Segretariato dell'UNESCO.
2. Il Segretariato preparerà la documentazione dell'Assemblea generale e del Comitato nonché l'ordine del giorno delle loro riunioni e provvederà all'attuazione delle loro decisioni.

### **Sezione 3: Salvaguardia del patrimonio culturale immateriale a livello nazionale**

#### **Art. 11** Ruolo degli Stati contraenti

Ciascuno Stato contraente:

- a) adotterà i provvedimenti necessari a garantire la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale presente sul suo territorio;
- b) fra le misure di salvaguardia di cui all'articolo 2, paragrafo 3, individuerà e definirà i vari elementi del patrimonio culturale immateriale presente sul suo territorio, con la partecipazione di comunità, gruppi e organizzazioni non governative rilevanti.

#### **Art. 12** Inventari

1. Al fine di provvedere all'individuazione in vista della salvaguardia, ciascun Stato contraente compilerà, conformemente alla sua situazione, uno o più inventari del patrimonio culturale immateriale presente sul suo territorio. Questi inventari saranno regolarmente aggiornati.

2. Ciascuno Stato contraente sottopone periodicamente il suo rapporto al Comitato, in conformità con l'articolo 29, fornendogli così le informazioni rilevanti riguardo a tali inventari.

#### **Art. 13** Altre misure di salvaguardia

Per garantire la salvaguardia, lo sviluppo e la valorizzazione del patrimonio culturale immateriale presente sul suo territorio, ciascuno Stato contraente compirà ogni sforzo per:

- a) adottare una politica generale volta a promuovere la funzione del patrimonio culturale immateriale nella società e a integrare la salvaguardia di questo patrimonio nei programmi di pianificazione;
- b) designare o istituire uno o più organismi competenti per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale presenti sul suo territorio;
- c) promuovere gli studi scientifici, tecnici e artistici, come pure i metodi di ricerca, in vista di una salvaguardia efficace del patrimonio culturale immateriale, in particolare del patrimonio culturale immateriale in pericolo;
- d) adottare adeguate misure legali, tecniche, amministrative e finanziarie volte a:
  - i) favorire la creazione o il potenziamento di istituzioni di formazione per la gestione del patrimonio culturale immateriale e la divulgazione di questo patrimonio culturale nell'ambito di "forum" e spazi designati alla sua rappresentazione o alla sua espressione;
  - ii) garantire l'accesso al patrimonio culturale immateriale, pur rispettando le prassi consuetudinarie che disciplinano l'accesso agli aspetti specifici di tale patrimonio culturale;

- iii) creare centri di documentazione per il patrimonio culturale immateriale e facilitare l'accesso agli stessi.

**Art. 14** Educazione, sensibilizzazione e potenziamento delle capacità

Ciascuno Stato farà ogni sforzo, con tutti i mezzi appropriati, per:

- a) garantire il riconoscimento, il rispetto e la valorizzazione del patrimonio culturale immateriale nella società, in particolare mediante:
  - i) programmi di educazione, di sensibilizzazione e d'informazione destinati al pubblico in generale e in particolare ai giovani;
  - ii) programmi specifici di educazione e di formazione nell'ambito delle comunità e dei gruppi interessati;
  - iii) attività di potenziamento delle capacità nel campo della salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, in particolare della gestione e della ricerca scientifica;
  - iv) mezzi informali per la trasmissione delle conoscenze;
- b) informare costantemente il pubblico sui pericoli che minacciano tale patrimonio culturale, nonché sulle attività svolte ai fini della presente Convenzione;
- c) promuovere l'educazione relativa alla protezione degli spazi naturali e ai luoghi della memoria, la cui esistenza è necessaria ai fini dell'espressione del patrimonio culturale immateriale.

**Art. 15** Partecipazione delle comunità, dei gruppi e degli individui

Nell'ambito delle sue attività di salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, ciascuno Stato contraente farà ogni sforzo per garantire la più ampia partecipazione di comunità, gruppi e, ove appropriato, individui che creano, mantengono e trasmettono tale patrimonio culturale, al fine di coinvolgerli attivamente nella sua gestione.

**Sezione 4: Salvaguardia del patrimonio culturale immateriale a livello internazionale**

**Art. 16** Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità

1. Al fine di garantire una migliore visibilità del patrimonio culturale immateriale, di acquisire la consapevolezza di ciò che esso significa e d'incoraggiare un dialogo che rispetti la diversità culturale, il Comitato, su proposta degli Stati contraenti interessati, istituirà, aggiornerà e pubblicherà una Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità.

2. Il Comitato elaborerà e sottoporrà all'Assemblea generale, per approvazione, i criteri relativi all'istituzione, all'aggiornamento e alla pubblicazione di tale Lista rappresentativa.

**Art. 17**           Lista del patrimonio culturale immateriale che necessita di essere urgentemente salvaguardato

1. Al fine di adottare adeguati provvedimenti di salvaguardia, il Comitato istituirà, aggiornerà e pubblicherà una Lista del patrimonio culturale immateriale che necessita di essere urgentemente salvaguardato e iscriverà tale patrimonio nella Lista, su richiesta dello Stato contraente interessato.

2. Il Comitato elaborerà e sottoporrà all'Assemblea generale, per approvazione, i criteri per l'istituzione, l'aggiornamento e la pubblicazione di questa Lista.

3. In casi di estrema urgenza, i cui criteri obbiettivi saranno approvati dall'Assemblea generale su proposta del Comitato, il Comitato può iscrivere una voce del patrimonio culturale in oggetto nella Lista di cui al paragrafo 1, previa consultazione con lo Stato contraente interessato.

**Art. 18**           Programmi, progetti e attività per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale

1. Sulla base delle proposte presentate dagli Stati contraenti e conformemente ai criteri che dovranno essere definiti dal Comitato e approvati dall'Assemblea generale, il Comitato selezionerà e promuoverà periodicamente progetti, programmi e attività nazionali, subregionali e regionali per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale che a suo avviso meglio riflettono i principi e gli obiettivi della presente Convenzione, tenuto conto delle esigenze particolari dei paesi in via di sviluppo.

2. A tal fine il Comitato riceverà, esaminerà e approverà le richieste di assistenza internazionale degli Stati contraenti per l'elaborazione di tali proposte.

3. Il Comitato accompagnerà la realizzazione di tali progetti, programmi e attività, divulgando le prassi migliori secondo le modalità da lui determinate.

## **Sezione 5: Cooperazione e assistenza internazionali**

**Art. 19**           Cooperazione

1. Ai fini della presente Convenzione, la cooperazione internazionale comprende, tra l'altro, lo scambio di informazioni e di esperienze, di iniziative congiunte, nonché l'istituzione di un meccanismo di assistenza agli Stati contraenti nei loro sforzi volti a salvaguardare il patrimonio culturale immateriale.

2. Fatte salve le disposizioni della loro legislazione nazionale e del diritto e delle prassi consuetudinarie, gli Stati contraenti riconoscono che la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale è d'interesse generale per l'umanità e a tal fine essi

s'impegnano a cooperare a livello bilaterale, subregionale, regionale e internazionale.

**Art. 20** Obiettivi dell'assistenza internazionale

L'assistenza internazionale può essere concessa per i seguenti obiettivi:

- a) salvaguardia del patrimonio immateriale iscritto nella Lista del patrimonio culturale immateriale che necessita di essere urgentemente salvaguardato;
- b) preparazione degli inventari ai sensi degli articoli 11 e 12;
- c) supporto per programmi, progetti e attività intraprese a livello nazionale, subregionale e regionale al fine di salvaguardare il patrimonio culturale immateriale;
- d) ogni altro scopo che il Comitato potrebbe ritenere necessario.

**Art. 21** Forme di assistenza internazionale

L'assistenza concessa dal Comitato a uno Stato contraente sarà disciplinata dalle direttive operative previste all'articolo 7 e dall'accordo di cui all'articolo 24 della Convenzione e potrà assumere le seguenti forme:

- a) studi concernenti i vari aspetti della salvaguardia;
- b) messa a disposizione di esperti e di specialisti;
- c) formazione di tutto il personale necessario;
- d) elaborazione di misure normative o altre;
- e) creazione e gestione di infrastrutture;
- f) fornitura di attrezzatura e know-how;
- g) altre forme di assistenza tecnica e finanziaria, ivi compresa, ove appropriata, la concessione di prestiti a tassi d'interesse contenuti e di donazioni.

**Art. 22** Condizioni che disciplinano l'assistenza internazionale

1. Il Comitato istituirà la procedura per esaminare le richieste di assistenza internazionale e specificherà quali sono le informazioni da includere nelle richieste, come i provvedimenti previsti e gli interventi richiesti, assieme a una valutazione del loro costo.
2. In situazioni di emergenza, le richieste di assistenza saranno esaminate dal Comitato a titolo prioritario.
3. Al fine di pervenire a una decisione, il Comitato effettuerà gli studi e le consultazioni che ritiene necessari.

**Art. 23**            Richieste di assistenza internazionale

1. Ogni Stato contraente può sottoporre al Comitato una domanda di assistenza internazionale per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale presente sul suo territorio.
2. Questa domanda può altresì essere sottoposta da due o più Stati contraenti.
3. La domanda includerà le informazioni previste dall'articolo 22, paragrafo 1, assieme alla documentazione necessaria.

**Art. 24**            Ruolo degli Stati contraenti beneficiari

1. In conformità con le disposizioni della presente Convenzione, l'assistenza internazionale concessa sarà regolamentata per mezzo di un accordo fra lo Stato contraente beneficiario e il Comitato.
2. In linea di massima, lo Stato contraente beneficiario parteciperà, entro i limiti delle sue risorse, al costo delle misure di salvaguardia per le quali è fornita un'assistenza internazionale.
3. Lo Stato contraente beneficiario sottoporrà al Comitato un rapporto sull'uso che viene fatto dell'assistenza fornita per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale.

**Sezione 6:    Fondo per il patrimonio culturale immateriale**

**Art. 25**            Natura e risorse del Fondo

1. È istituito un "Fondo per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale" denominato qui di seguito "Il Fondo".
2. Il Fondo sarà costituito da fondi d'investimento, in conformità con il Regolamento finanziario dell'UNESCO.
3. Le risorse del Fondo sono costituite da:
  - a) contributi degli Stati contraenti;
  - b) fondi stanziati a tal fine dalla Conferenza generale dell'UNESCO;
  - c) contributi, donazioni o lasciti eventualmente forniti da:
    - i) altri Stati;
    - ii) organizzazioni e programmi del sistema delle Nazioni Unite, in particolare il Programma di sviluppo delle Nazioni Unite, nonché altre organizzazioni internazionali;
    - iii) organismi pubblici o privati, persone fisiche;
  - d) qualsiasi interesse dovuto sulle risorse del Fondo;
  - e) fondi ottenuti per mezzo di raccolte di fondi e derivanti da eventi organizzati a vantaggio del Fondo;



f) qualsiasi altra risorsa autorizzata dal regolamento del Fondo elaborato dal Comitato.

4. L'uso delle risorse da parte del Comitato sarà deciso in base a direttive stabilite dall'Assemblea generale.

5. Il Comitato può accettare contributi e altre forme di assistenza per scopi generali e specifici che si riferiscono a determinati progetti, purché tali progetti siano stati approvati dal Comitato.

6. Nessuna condizione politica, economica o di altro tipo, che sia incompatibile con gli obiettivi perseguiti dalla presente Convenzione, può essere imposta per i contributi erogati al Fondo.

#### **Art. 26** Contributi degli Stati contraenti al Fondo

1. Fatto salvo qualsiasi contributo volontario supplementare, gli Stati contraenti della presente Convenzione s'impegnano a versare al Fondo, almeno ogni due anni, un contributo il cui ammontare – stabilito sotto forma di una percentuale uniforme applicabile a tutti gli Stati – sarà fissato dall'Assemblea generale. Questa decisione dell'Assemblea generale sarà adottata dalla maggioranza degli Stati presenti e votanti che non hanno reso la dichiarazione di cui al paragrafo 2 del presente articolo. In nessun caso il contributo dello Stato contraente potrà superare l'1 per cento del contributo al bilancio preventivo regolamentare dell'UNESCO.

2. Tuttavia, ciascuno Stato di cui all'articolo 32 o all'articolo 33 della presente Convenzione può dichiarare, al momento del deposito dei suoi strumenti di ratifica, accettazione, approvazione o adesione, che non intende essere vincolato dalle disposizioni del paragrafo 1 del presente articolo.

3. Uno Stato contraente della presente Convenzione che ha reso la dichiarazione di cui al paragrafo 2 del presente articolo si sforzerà di ritirare tale dichiarazione mediante una notifica al Direttore generale dell'UNESCO. Tuttavia, il ritiro della dichiarazione non avrà effetto per quanto riguarda il contributo dovuto dallo Stato fino alla data in cui si apre la successiva sessione dell'Assemblea generale.

4. Per consentire al Comitato di pianificare efficacemente le sue operazioni, i contributi degli Stati contraenti della presente Convenzione che hanno reso la dichiarazione di cui al paragrafo 2 del presente articolo saranno pagati su base regolare almeno una volta ogni due anni e dovrebbero avvicinarsi il più possibile ai contributi di cui sarebbero stati debitori se fossero stati vincolati dalle disposizioni del paragrafo 1 del presente articolo.

5. Ogni Stato contraente della presente Convenzione che si trova in arretrato con il pagamento dei suoi contributi obbligatori o volontari per l'anno in corso e per l'anno civile immediatamente precedente non sarà eleggibile in quanto membro del Comitato; questa disposizione non si applica alla prima elezione. Il mandato di tale Stato già membro del Comitato terminerà alla data delle elezioni stabilita all'articolo 6 della presente Convenzione.

**Art. 27** Contributi volontari supplementari al Fondo

Gli Stati contraenti che desiderano fornire contributi volontari oltre a quelli previsti dall'articolo 26 informeranno al più presto il Comitato in modo da consentirgli di pianificare di conseguenza le sue attività.

**Art. 28** Campagne internazionali per la raccolta di fondi

Gli Stati contraenti forniranno nella misura del possibile il loro supporto alle campagne per la raccolta di fondi organizzate a vantaggio del Fondo sotto gli auspici dell'UNESCO.

## **Sezione 7: Rapporti**

**Art. 29** Rapporti degli Stati contraenti

Gli Stati contraenti sottoporranno al Comitato, nel rispetto delle forme e della periodicità definite del Comitato, rapporti sulle misure legislative, amministrative e le altre misure adottate per l'applicazione della presente Convenzione.

**Art. 30** Rapporti del Comitato

1. Sulla base delle sue attività e dei rapporti degli Stati contraenti di cui all'articolo 29, il Comitato presenterà un rapporto a ciascuna delle sessioni dell'Assemblea generale.
2. Il rapporto sarà sottoposto all'attenzione della Conferenza generale dell'UNESCO.

## **Sezione 8: Disposizioni transitorie**

**Art. 31** Relazione con la Proclamazione dei capolavori del patrimonio orale e immateriale dell'umanità

1. Il Comitato inserirà nella Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità le voci proclamate "capolavori del patrimonio orale e immateriale dell'umanità" prima dell'entrata in vigore della presente Convenzione.
2. La loro integrazione nella Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità non pregiudicherà in alcun modo i criteri per le future iscrizioni decise in conformità all'articolo 16, paragrafo 2.
3. Nessuna ulteriore proclamazione potrà essere effettuata dopo l'entrata in vigore della presente Convenzione.

## **Sezione 9: Disposizioni finali**

### **Art. 32**          Ratifica, accettazione o approvazione

1. La presente Convenzione è sottoposta alla ratifica, all'accettazione o all'approvazione degli Stati membri dell'UNESCO, conformemente alle loro rispettive procedure costituzionali.
2. Gli strumenti di ratifica, di accettazione o di approvazione sono depositati presso il Direttore generale dell'UNESCO.

### **Art. 33**          Adesione

1. La presente Convenzione è aperta all'adesione di tutti gli Stati non membri dell'UNESCO che sono invitati ad aderirvi dalla Conferenza generale dell'UNESCO.
2. La presente Convenzione sarà altresì aperta all'adesione dei territori che beneficiano di un'autonomia interna completa, riconosciuta in quanto tale dall'Organizzazione delle Nazioni Unite, ma che non hanno ancora raggiunto una completa indipendenza conformemente alla risoluzione 1514 (XV) dell'Assemblea generale e che sono competenti in questioni disciplinate dalla presente Convenzione, compresa la competenza di concludere trattati in questi ambiti.
3. Lo strumento di adesione sarà depositato presso il Direttore generale dell'UNESCO.

### **Art. 34**          Entrata in vigore

La presente Convenzione entrerà in vigore tre mesi dopo la data di deposito del trentesimo strumento di ratifica, di accettazione, di approvazione o di adesione, ma solo per gli Stati che hanno depositato in quella data o precedentemente i loro rispettivi strumenti di ratifica, accettazione, approvazione o adesione. Per ogni altro Stato contraente entrerà in vigore tre mesi dopo il deposito del suo strumento di ratifica, di accettazione, di approvazione o di adesione.

### **Art. 35**          Ordinamenti costituzionali federali o non unitari

Le seguenti disposizioni si applicano agli Stati contraenti aventi un regime costituzionale federale o non unitario:

- a) per quanto riguarda le disposizioni della presente Convenzione, la cui attuazione dipende dalla competenza dal potere legislativo federale o centrale, gli obblighi del Governo federale o centrale saranno gli stessi degli Stati contraenti che non sono Stati federali;
- b) per quanto riguarda le disposizioni della presente Convenzione, la cui attuazione dipende dalla competenza di tutte le unità costitutive quali Stati, paesi, province o cantoni che non sono tenute, in virtù del regime costituzionale della Federazione, a prendere misure legislative, il Governo federale informerà le autorità competenti delle unità costitutive tali Stati,

paesi, province o cantoni delle disposizioni in questione con un parere favorevole all'adozione.

**Art. 36** Denuncia

1. Ciascuno Stato contraente può denunciare la presente Convenzione.
2. La denuncia è notificata mediante uno strumento scritto depositato presso il Direttore generale dell'UNESCO.
3. La denuncia avrà effetto dodici mesi dopo la ricezione dello strumento di denuncia. Essa non modifica in alcun modo gli obblighi finanziari dello Stato contraente denunciante fino alla data in cui il ritiro ha effetto.

**Art. 37** Funzioni del depositario

In quanto depositario della presente Convenzione, il Direttore generale dell'UNESCO, informa gli Stati membri dell'Organizzazione, gli Stati non membri di cui all'articolo 33, nonché l'Organizzazione delle Nazioni Unite del deposito di tutti gli strumenti di ratifica, di accettazione, di approvazione o di adesione menzionati agli articoli 32 e 33 e delle denunce previste all'articolo 36.

**Art. 38** Emendamenti

1. Uno Stato contraente può, mediante una comunicazione scritta indirizzata al Direttore generale, proporre emendamenti alla presente Convenzione. Il Direttore generale trasmetterà questa comunicazione a tutti gli Stati contraenti. Se entro sei mesi dalla data di trasmissione della comunicazione almeno la metà degli Stati contraenti risponde favorevolmente alla domanda, il Direttore generale presenta tale proposta alla sessione successiva dell'Assemblea generale per discussione ed eventuale adozione.
2. Gli emendamenti sono adottati da una maggioranza di due terzi degli Stati contraenti presenti e votanti.
3. Una volta adottati, gli emendamenti alla presente Convenzione sono sottoposti agli Stati contraenti per ratifica, accettazione, approvazione o adesione.
4. Per gli Stati contraenti che li hanno ratificati, accettati o vi hanno aderito, gli emendamenti alla presente Convenzione entrano in vigore tre mesi dopo il deposito degli strumenti menzionati al paragrafo 3 del presente articolo da due terzi degli Stati contraenti. Successivamente, per ciascuno Stato contraente che ratifica, accetta, approva o aderisce a un emendamento, tale emendamento entra in vigore tre mesi dopo che lo Stato contraente ha depositato il suo strumento di ratifica, di accettazione, di approvazione o di adesione.
5. La procedura stabilita ai paragrafi 3 e 4 non si applica agli emendamenti apportati all'articolo 5 riguardanti il numero degli Stati membri del Comitato. Questi emendamenti entrano in vigore al momento della loro adozione.

6. Uno Stato che aderisce alla presente Convenzione dopo l'entrata in vigore degli emendamenti in conformità con il paragrafo 4 del presente articolo, se non esprime un'intenzione diversa, è considerato:

- a) Stato contraente della presente Convenzione in tal modo emendata; e
- b) Stato contraente della presente Convenzione non emendata in relazione a ogni Stato contraente non vincolato da tali emendamenti.

**Art. 39** Testi autorevoli

La presente Convenzione è stata redatta in lingua inglese, araba, cinese, spagnola, francese, russa, i sei testi facenti ugualmente fede.

**Art. 40** Registrazione

In conformità all'articolo 102 della Carta delle Nazioni Unite, la presente Convenzione sarà registrata presso il Segretariato delle Nazioni Unite su richiesta del Direttore generale dell'UNESCO.

**Allegato 3: Tabella di Pietrantonio Ridola in Davì Maria, Magno Lidia (a cura di), *Mestieri & Mestieri. Viaggio nel passato alla scoperta dei mestieri scomparsi*, Matera, Grafiche Paternoster, 1998**

Medici e chirurghi	14	Maestri di centimoli	4
Legali	15	Fioraie per cuffie ecc.	6
Farmacisti	5	Trainanti	40
Venditori di oggetti di privativa	9	Maestri muratori	10
Levatrici	5	Agrimensori	5
Proprietari di centimoli	16	Architetti civili	2
Salassatori - barbieri	18	Postieri di lotto	2
Proprietari di carrozze	10	Veterinari	2
Notai	6	Conciapelli	8
Fornai	11	Maniscalchi	2
Pizzicagnoli	21	Maestri calzolai	13
Orologiai	2	Maestri ferrai	7
Panettieri	18	Sarti	10
Tessitori a macchina	1	Orefici	1
Macellai	11	Negozianti di panni e seterie	5
Pirotecnici	6	Id. di generi coloniali e biscotterie	6
Fabbricanti di maccheroni	7	Argentieri	2
Maestri di cappella	1	Ceraiuoli	3
Caffettieri	9	Pittori di ornati	4
Professori di violino	2	Vasellai	10
Biliardieri	1	Sellai	2
Dilettanti di vari strumenti	20	Lavoratori di latta	3
Ostieri	5	Bastai	6
Armieri	4	Tessitrici e ricamatrici	molte
Locandieri	4		

***ALLEGATO A1 Elenco delle lavorazioni artistiche tradizionali e dell'abbigliamento su misura di cui al DPR 25 maggio 2001, n. 288 (elenco esemplificativo)***

**I - Abbigliamento su misura:**

lavori di figurinista e modellista;  
modisterie;  
confezione di pellicce e lavorazione delle pelli per pellicceria;  
sgheronatura delle pelli per pellicceria per la formazione dei teli;  
realizzazione di modelli per pellicceria;  
sartorie e confezioni di capi, accessori e articoli per abbigliamento;  
camicerie;  
fabbricazione di cravatte;  
fabbricazione di busti;  
fabbricazione di berretti e cappelli;  
confezione a maglia di capi per abbigliamento;  
fabbricazione di guanti su misura o cuciti a mano;  
lavori di calzoleria.

**II - Cuoio, pelletteria e tappezzeria:**

bulinatura del cuoio;  
decorazione del cuoio;  
limatura del cuoio;  
ricamatura del cuoio (con fila di penne di pavone);  
lucidatura a mano di pelli;  
fabbricazione di pelletteria artistica;  
fabbricazione di pelletteria comune;  
pirografia;  
sbalzatura del cuoio;  
fabbricazione di selle;  
stampatura del cuoio con presse a mano;  
tappezzeria in cuoio;  
tappezzeria in carta, in stoffa e in materie plastiche (di mobili per arredo e di interni)

**III - Decorazioni:**

lavori di addobbo e apparato;  
decorazioni con fiori e realizzazione di lavori con fiori, anche secchi e artificiali;  
decorazione di pannelli in materiali vari per l'arredamento;  
decorazione artistica di stoffe (tipo Batik);  
lavori di pittura, stuccatura e decorazioni edili;  
lavori di pittura letteristica e di decorazione di insegne.

**IV - Fotografia, riproduzione disegni e pittura:**

riproduzione di acquaforti;  
realizzazione di originali litografici per riproduzioni policrome, foto d'arte e di opere dell'arte pittorica;  
riproduzione di litografie mediante uso di pietre litografiche;  
riproduzione di xilografie;  
lavori di pittura di quadri, scene teatrali e cinematografiche;  
riproduzione di disegni per tessitura;  
lavori di copista di galleria;  
composizione fotografica (compresi i lavori fotomeccanici e fototecnici, escluse le aziende che hanno macchine rotative per la stampa del fototipo);

lavori di fotoincisione;

lavori di fotoritocco.

**V - Legno e affini:**

lavori di doratura, argentatura, laccatura e lucidatura del legno;

lavori di intaglio (figure, rilievi e decorazioni), intarsio e traforo;

lavori di scultura (mezzo e tutto tondo, alto e basso rilievo);

fabbricazione di stipi, armadi e di altri mobili in legno;

tornitura del legno e fabbricazione di parti tornite per costruzione di mobili, di utensili e attrezzi;

lavorazione del sughero;

fabbricazione di ceste, canestri, bigonce e simili;

fabbricazione di oggetti in paglia, rafia, vimini, bambù, giunco e simili;

lavori di impagliatura di sedie, fiaschi e damigiane;

fabbricazione di sedie;

fabbricazione di carri, carrelli, carrocci, slitte e simili;

fabbricazione e montaggio di cornici;

fabbricazione di oggetti tipici (botti, tini, fusti, mastelli, mestoli e simili);

ebanisteria;

fabbricazione di pipe;

fabbricazione di paranchi a corda, remi in legno e simili;

carpenteria in legno;

verniciatura di imbarcazioni in legno;

fabbricazione di oggettistica ornamentale e di articoli da regalo in legno.

**VI - Metalli comuni:**

arrotatura di ferri da taglio;

lavorazioni di armi da punta e da taglio, coltelli, utensili e altri ferri taglienti;

fabbricazione, lavorazione e montaggio di armi da fuoco;

fabbricazioni di chiavi;

lavori di damaschinatore;

fabbricazione, sulla base di progetti tecnici, dei modelli di navi e di complessi meccanici navali;

lavorazione del ferro battuto e forgiato;

fabbricazione di manufatti edili in acciaio e metallo (magnani);

modellatura dei metalli;

fabbricazione di modelli meccanici;

battitura e cesellatura del peltro;

lavori di ramaio e calderaio (lavorazione a mano);

lavori di sbalzatura;

lavori di ferratura, cerchiatura di carri e di maniscalco;

fabbricazione di bigiotteria metallica e di oggettistica in metallo;

lavorazione dell'ottone e del bronzo;

carpenteria in ferro o altri metalli per imbarcazioni di diporto;

lavori di cromatura;

lavori di fusione di oggetti d'arte, campane, oggetti speciali e micro fusioni.

**VII - Metalli pregiati, pietre preziose, pietre dure e lavorazioni affini:**

lavori di argenteria ed oreficeria in oro, argento e platino (con lavorazione prevalentemente manuale, escluse le lavorazioni in serie anche se la rifinitura viene eseguita a mano);

lavori di cesellatura;

lavori della filigrana;

lavori di incisione di metalli e pietre dure, su corallo, avorio, conchiglie, madreperla, tartaruga, corno, lava, cammeo;



lavorazione ad intarsio delle pietre dure;  
incastonatura delle pietre preziose;  
lavori di miniatura;  
lavori di smaltatura;  
formazione di collane in pietre preziose, pregiate e simili (corallo, giada, ambra, lapislazzuli e simili);  
infilatura di perle.

**VIII - Servizi di barbiere, parrucchiere ed affini ed attività di estetista:**

servizi di barbiere;  
lavorazione di parrucche;  
servizi di parrucchiere per uomo e donna;  
attività di estetista (come disciplinate dalla legge n. 1/1990).

**IX - Strumenti musicali:**

fabbricazione di arpe;  
fabbricazione  
fabbricazione di strumenti a fiato in legno e metallo;  
fabbricazione di ottoni;  
liuteria ad arco, a plettro ed a pizzico;  
fabbricazione di organi, fisarmoniche ed armoniche a bocca e di voci per fisarmoniche;  
fabbricazione di campane;  
lavori di accordatura;  
fabbricazione di corde armoniche.

**X - Tessitura, ricamo ed affini:**

fabbricazione di arazzi;  
lavori di disegno tessile;  
fabbricazione e lavorazione manuale di materassi;  
lavorazioni di merletti, ricamo e uncinetto;  
tessitura a mano (lana, seta, cotone, lino, batista, paglia, rafia e affini);  
tessitura a mano di tappeti e stuoie;  
confezione a mano di trapunte, coltroni, copriletto, piumoni e simili;  
lavorazione e produzione di arredi sacri;  
fabbricazione e tessitura di bomboniere;  
fabbricazione di vele;  
fabbricazione di retine per capelli.

**XI - Vetro, ceramica, pietra ed affini:**

lavori di applicazione di vetri;  
lavori di decorazione del vetro;  
fabbricazione di perle a lume con fiamma;  
lavori di incisione di vetri;  
lavori di piombatura di vetri;  
fabbricazione di oggetti in vetro;  
fabbricazione di vetrate;  
molatura di vetri;  
modellatura manuale a fuoco del vetro;  
soffiatura del vetro;  
fabbricazione di specchi mediante argentatura manuale;  
produzione di ceramica, grès, terrecotte, maiolica e porcellana artistica o tradizionale;  
fabbricazione di figurini in argilla, gesso, cartapesta o altri materiali;  
lavori di formatore statuista;  
lavori di mosaico;  
lavori di scalpello e di scultura figurativa ed ornamentale in marmo o pietre dure;

lavorazione artistica dell'alabastro.

**XII - Carta, attività affini e lavorazioni varie:**

rilegatura artistica di libri;

fabbricazione di oggetti in pergamena;

fabbricazione di modelli in carta e cartone;

lavorazione della carta mediante essiccazione;

fabbricazione di ventagli;

fabbricazione di carri e oggetti in carta, cartone e cartapesta;

fabbricazione di maschere in carta, cartone, cartapesta, cuoio, ceramica, bronzo, etc.

**XIII - Alimentaristi:**

lavorazione cereali e sfarinati;

produzione di paste alimentari con o senza ripieno;

produzione di pane, grissini, focacce ed altri prodotti da forno;

produzione di pasticceria, cacao e cioccolato, confetteria e altri prodotti dolciari;

produzione di gelateria;

produzione di sciroppi, succhi, confetture, nettari, marmellate e altri prodotti similari;

produzione di olio d'oliva;

produzione di conserve animali e vegetali;

produzione e conservazione di prodotti ittici;

produzione e stagionatura di salumi;

lavorazione ed essiccazione di carni fresche;

lavorazione di grassi, strutto e frattaglie;

produzione e stagionatura di formaggi, latticini, burro, ricotta ed altri prodotti caseari;

produzione di specialità gastronomiche;

produzione e invecchiamento di vini, aceti, mosti ed altri prodotti similari;

produzione di distillati e liquori;

lavorazione di funghi secchi e tartufi;

lavorazione di erbe e aromi;

lavorazione di frutta secca e conservata.

Legge Regionale 12 agosto 2015, n. 29.

**LEGGE REGIONALE “NUOVA LEGGE ORGANICA  
IN MATERIA DI ARTIGIANATO”**

IL CONSIGLIO REGIONALE

ha approvato

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

promulga

La seguente legge:

**PARTE PRIMA  
FINALITÀ, DESTINATARI, FUNZIONI  
DELLA REGIONE, DEGLI ENTI LOCALI  
E DELLE CAMERE DI COMMERCIO,  
DEFINIZIONE DELL’IMPRESA ARTIGIANA**

**Titolo I  
DISPOSIZIONI GENERALI**

**Art. 1  
Finalità e oggetto**

1. La Regione Basilicata, ai sensi dell’art. 45, comma 2, della Costituzione e nell’ambito della competenza legislativa di cui all’art. 117, comma 4, della Costituzione, riconosce al settore dell’artigianato un ruolo di primaria importanza ai fini della tutela, dello sviluppo, della valorizzazione economica e sociale del territorio e del sostegno all’occupazione.
2. Spetta alla Regione l’adozione di provvedimenti diretti alla tutela e allo sviluppo dell’artigianato e alla valorizzazione delle produzioni artigiane nelle loro diverse espressioni territoriali, artistiche e tradizionali, con particolare riferimento alle agevolazioni di accesso

al credito, alla ricerca applicata, alla formazione professionale, all’associazionismo economico, alla realizzazione d’insediamenti artigiani, alle agevolazioni per l’esportazione.

**Art. 2  
Destinatari**

1. Le norme della presente legge si applicano:
  - a) alle imprese che, in possesso dei requisiti previsti dalla presente legge, siano iscritte nell’Albo delle imprese artigiane;
  - b) ai consorzi e alle società consortili, costituiti tra imprese artigiane, iscritti nell’Albo delle imprese artigiane con la denominazione di “consorzio artigiano” o “società consortile artigiana”;
  - c) ai consorzi, alle società consortili, cui partecipano, oltre alle imprese artigiane, anche imprese di minori dimensioni ed enti pubblici o privati, con le finalità, le condizioni ed i requisiti previsti dalla presente legge iscritti nell’Albo delle imprese artigiane con la denominazione di cui alla lettera b);

d) ai confidi di cui all'art. 13 del D.L. 30 settembre 2003, n. 269 ("Legge confidi") recante "Disposizioni urgenti per favorire lo sviluppo e per la correzione dell'andamento dei conti pubblici" convertito dalla legge 24 novembre 2003 n. 326 e successive modifiche e integrazioni, che abbiano al loro interno almeno il 70% di soci iscritti nell'Albo delle imprese artigiane.

#### Art. 3

##### **Associazioni di categoria**

1. La Regione riconosce le associazioni di categoria artigiane a struttura nazionale, firmatarie di contratti collettivi nazionali di lavoro dell'artigianato, effettivamente presenti ed operanti in Basilicata, quali soggetti principali di riferimento dell'ente per sviluppare le politiche, le azioni e le attività a favore del comparto.
2. Si intendono per "effettivamente presenti ed operanti" quelle associazioni che dimostrino di avere strutture operative con personale dipendente e uffici stabilmente aperti sul territorio regionale;
3. In tutti gli articoli successivi della presente legge e di quelle in materia di artigianato, ogni richiamo alle associazioni di categoria è da intendersi fatto con riferimento a quelle previste con le modalità del presente articolo.

#### Art. 4

##### **Decentramento**

1. La Regione, con il concorso degli enti locali, della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura e delle associazioni di categoria dell'artigianato, persegue il raggiungimento delle finalità della presente legge, nel rispetto dei principi di sussidiarietà, differenziazione ed adeguatezza.

## Titolo II FUNZIONI DELLA REGIONE, DEGLI ENTI LOCALI E DELLA CAMERA DI COMMERCIO

#### Art. 5

##### **Funzioni e compiti della Regione**

1. La Regione esercita le funzioni e i compiti amministrativi relativi alla materia artigianato non attribuiti dalla presente legge ai Comuni o alla Camera di Commercio, al fine di assicurare l'esercizio unitario delle funzioni nel rispetto dell'articolo 118 della Costituzione;
2. La Regione, fermo restando il disposto di cui al precedente comma 1, esercita tutte le altre funzioni amministrative che non sono attribuite espressamente agli Enti locali e allo Stato.
3. Le funzioni di cui al comma 1 possono essere esercitate anche con l'utilizzo delle tecnologie informatiche e telematiche, attraverso il portale regionale e il sistema informativo, con particolare riguardo al coordinamento con il sistema informativo degli sportelli unici per le attività produttive.

#### Art. 6

##### **Funzioni dei Comuni**

1. In conformità a quanto stabilito dall'art. 18 della L.R. 8 marzo 1999, n. 7, sono attribuiti ai Comuni, in particolare, le funzioni ed i compiti seguenti:
  - a) l'individuazione, la realizzazione e la gestione di aree attrezzate per l'insediamento di imprese artigiane e loro forme associative, nel rispetto della pianificazione territoriale regionale, anche in collaborazione con i distretti industriali, le filiere e i clusters;

- b) la predisposizione di programmi per l'artigianato di servizi e per i mestieri artistici, tradizionali e dell'abbigliamento su misura;
- c) l'applicazione e la riscossione delle sanzioni amministrative, così come previsto dalla presente legge e dalle altre leggi di settore, con il rispetto delle procedure di cui alla legge 24 novembre 1981, n. 689 "Modifiche al sistema penale" e successive integrazioni e modificazioni;
- d) l'esercizio delle funzioni espressamente previste dalle leggi regionali in materia di artigianato.

#### Art. 7

#### **Funzioni della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura**

1. Sono delegate alla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, competente per territorio, di seguito denominata Camera di Commercio, le funzioni amministrative attinenti l'iscrizione, la modificazione e la cancellazione delle imprese artigiane, da esercitarsi secondo le modalità di cui alla presente legge.
2. Per l'esercizio delle funzioni delegate sono devoluti alla Camera di Commercio i proventi dei diritti di segreteria sugli atti e sui certificati relativi alle imprese artigiane, nonché i proventi derivanti dall'applicazione delle sanzioni amministrative di cui al successivo art. 21.

#### Art. 8

#### **Modalità di esercizio delle funzioni**

1. Gli enti di cui ai precedenti articoli esercitano le funzioni loro attribuite o delegate nel rispetto delle leggi e degli atti amministrativi di competenza del Consiglio e della Giunta regionale.

2. Sia la Regione che gli altri enti sono tenuti a fornire, a richiesta e reciprocamente, informazioni, dati statistici ed ogni altro elemento utile allo svolgimento delle rispettive funzioni.
3. Nel caso di mancato svolgimento delle funzioni delegate, la Regione invita l'ente inadempiente ad attuarle, assegnandogli un termine di giorni trenta entro il quale provvedere, decorrenti dalla diffida ad adempiere.
4. In caso d'inadempienza, la Regione provvede agli adempimenti avvalendosi del potere sostitutivo.
5. La delega all'esercizio delle funzioni può essere revocata dalla Giunta regionale, qualora accadano gravi violazioni nell'osservanza delle deleghe, nell'osservanza della legislazione statale o regionale o delle direttive impartite dalla Regione.

#### Titolo III

#### **COMMISSIONE REGIONALE PER L'ARTIGIANATO DELLA BASILICATA**

#### Art. 9

#### **Commissione regionale per l'Artigianato della Basilicata (CRAB)**

1. La Commissione regionale per l'Artigianato ha sede presso il Dipartimento Politiche di Sviluppo, Lavoro, Formazione e Ricerca ed è composta da:
  - a) dirigente dell'Ufficio competente in materia;
  - b) un funzionario della Regione Basilicata;
  - c) cinque rappresentanti effettivi e cinque supplenti, designati dalle organizzazioni artigiane comparativamente più rappresentative a livello regionale;
  - d) dal Presidente del Comitato tecnico regionale Artigiancassa.



2. La Commissione è costituita con decreto del Presidente della Giunta regionale e dura in carica cinque anni decorrenti dalla data di pubblicazione del decreto di nomina.
3. Le designazioni di cui al comma 1, lett. c) devono pervenire all'Ufficio regionale competente in materia di artigianato entro il sessantesimo giorno precedente la scadenza del termine di cui al comma 2. In caso di mancata designazione, la Regione provvederà a costituire la Commissione per quanto di competenza.
4. Le modalità di funzionamento della Commissione sono definite con il disciplinare di cui all'art. 42 della presente legge.
5. La partecipazione alla Commissione è a titolo gratuito salvo il rimborso spese.

#### Art. 10

##### **Compiti della Commissione Regionale per l'Artigianato**

1. La Commissione svolge le seguenti funzioni:
  - a) decide sui ricorsi proposti contro i provvedimenti della Camera di Commercio in materia di iscrizione, modificazione e cancellazione dall'Albo delle imprese artigiane;
  - b) effettua l'istruttoria delle istanze per l'attribuzione della qualifica di "maestro artigiano";
  - c) mantiene, aggiorna e cura l'elenco dei soggetti in possesso della qualifica di "maestro artigiano";
  - d) elabora e presenta alla Giunta regionale un rapporto annuale concernente i dati relativi all'attività svolta;
  - e) definisce le lavorazioni artistiche, tradizionali, della panificazione tipica, delle produzioni alimentari tipiche e dell'abbigliamento su misura, oggetto della presente legge.

2. La Commissione, inoltre, sotto il coordinamento dell'Assessore competente in materia, concorre:
  - a) alla programmazione regionale nel settore dell'artigianato;
  - b) alla elaborazione di un rapporto annuale sulle attività artigianali della Regione Basilicata ed alla valutazione dell'efficacia dei relativi interventi;
  - c) alla promozione di indagini, ricerche, studi, collaborazioni in materia di artigianato;
  - d) alla proposta di iniziative volte allo sviluppo e valorizzazione dell'artigianato;
  - e) alla realizzazione di seminari, pubblicazioni, convegni di studio in materia d'artigianato;
  - f) all'attivazione di un sistema permanente di rilevazione e studio delle problematiche del comparto mediante l'analisi dell'albo regionale delle imprese artigiane e delle sue dinamiche in una banca dati pubblica, informatizzata, inerente la raccolta e l'aggiornamento delle principali informazioni sul settore.

#### Titolo IV

##### DISCIPLINA DELLE IMPRESE ARTIGIANE

#### Art. 11

##### **Imprenditore artigiano**

1. E' "imprenditore artigiano" chi esercita personalmente, professionalmente e in qualità di titolare l'impresa artigiana, assumendone la piena responsabilità con tutti gli oneri ed i rischi inerenti alla sua direzione e gestione e svolgendo in misura prevalente il proprio lavoro, anche manuale, nel processo produttivo.
2. Sono escluse limitazioni alla libertà di accesso del singolo imprenditore all'attività arti-

giana e di esercizio della sua professione. Sono fatte salve le norme previste dalle specifiche leggi che disciplinano le singole attività artigiane.

3. L'imprenditore artigiano, nell'esercizio di particolari attività che richiedono una peculiare preparazione e implicano responsabilità a tutela e garanzia degli utenti, deve essere in possesso dei requisiti tecnico-professionali previsti dalle leggi di settore.
4. L'imprenditore artigiano può essere titolare di una sola impresa artigiana.

#### Art. 12

#### **Impresa artigiana**

1. E' "artigiana" l'impresa che ha per scopo prevalente lo svolgimento di un'attività di produzione e di trasformazione di beni, anche semilavorati o di prestazione di servizi, escluse le attività agricole e le attività di prestazione di servizi commerciali, di intermediazione della circolazione dei beni o ausiliarie di queste ultime, di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, le quali tuttavia possono essere svolte in via strumentale o accessoria all'esercizio dell'impresa artigiana.
2. E' "artigiana" l'impresa esercitata individualmente o che, nei limiti dimensionali di cui alla presente legge e con gli scopi di cui al precedente comma 1, è costituita ed esercitata in forma di società, anche cooperativa, escluse le società per azioni e in accomandita per azioni, a condizione che la maggioranza dei soci, ovvero uno nel caso di due soci, svolga in prevalenza lavoro personale, anche manuale, nel processo produttivo e che nell'impresa il lavoro abbia funzione preminente sul capitale.
3. L'impresa costituita ed esercitata in forma di società a responsabilità limitata che, operando nei limiti dimensionali di cui alla presente

legge e con gli scopi di cui al precedente comma 1, presenti comunicazione alla Camera di Commercio, ha diritto al riconoscimento della qualifica artigiana, all'iscrizione nel registro delle imprese con la denominazione d'impresa artigiana ed alla conseguente iscrizione nell'Albo delle imprese artigiane, sempreché la maggioranza dei soci, ovvero uno nel caso di due soci, svolga in prevalenza lavoro personale, anche manuale, nel processo produttivo, detenga la maggioranza del capitale sociale e rappresenti la maggioranza nell'organo amministrativo.

4. E', altresì, "artigiana" l'impresa che, nei limiti dimensionali di cui al successivo art. 13 e con gli scopi di cui al comma 1 del presente articolo:
  - a) è costituita ed esercitata in forma di società a responsabilità limitata con unico socio sempre che il socio unico sia in possesso dei requisiti indicati dall'art. 11 della presente legge e non sia unico socio di altra società a responsabilità limitata o socio di una società in accomandita semplice;
  - b) è costituita ed esercitata in forma di società in accomandita semplice, sempre che ciascun socio accomandatario sia in possesso dei requisiti indicati dall'art. 11 della presente legge e non sia unico socio di una società a responsabilità limitata o socio di altra società in accomandita semplice.
5. Alle imprese artigiane per la vendita nei locali di produzione, o in quelli adiacenti, dei beni di produzione propria, o per la fornitura al committente dei beni strumentali all'esecuzione delle opere o alla prestazione dei servizi commessi, non si applicano le disposizioni vigenti in materia di attività commerciali.
6. L'impresa artigiana può svolgersi in luogo fisso, presso un immobile idoneo allo scopo o in appositi locali o in altra sede designata dal

committente oppure in forma ambulante o di posteggio.

7. L'impresa artigiana può avvalersi di specifiche unità locali per lo svolgimento di fasi del processo produttivo o per lo svolgimento di attività amministrative e della gestione.

#### Art. 13

##### **Limiti dimensionali**

1. L'impresa artigiana può essere svolta anche con la prestazione d'opera di personale dipendente diretto personalmente dall'imprenditore artigiano o dai soci, sempre che non superi i seguenti limiti:

- a) per l'impresa che non lavora in serie:
- 1) un massimo di 18 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 9;
  - 2) il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 22, a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti;
- b) per l'impresa che lavora in serie, purché con lavorazione non del tutto automatizzata:
- 1) un massimo di 9 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 5;
  - 2) il numero dei dipendenti può essere elevato fino a 12 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti;
- c) per l'impresa che svolge la propria attività nei settori delle lavorazioni artistiche, tradizionali e dell'abbigliamento su misura:
- 1) un massimo di 32 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 16;
  - 2) il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 40 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti. I settori delle lavorazioni artistiche,

tradizionali e dell'abbigliamento su misura sono individuati dalla Commissione regionale per l'Artigianato;

- d) per l'impresa di trasporto: un massimo di 8 dipendenti;
- e) per le imprese di costruzioni edili:
- 1) un massimo di 10 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 5;
  - 2) il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 14, a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti.
2. Ai fini del calcolo dei limiti di cui al comma 1 del presente articolo non sono computati:
- a) per un periodo di due anni gli apprendisti passati in qualifica, ai sensi del D.Lgs. 14 settembre 2011, n. 167 "Testo Unico dell'Apprendistato" e successive modifiche ed integrazioni e mantenuti in servizio dalla stessa impresa artigiana;
- b) i dipendenti con contratto di inserimento di cui al D.Lgs. 10 settembre 2003, n. 276 "Attuazione delle deleghe in materia di occupazione e mercato del lavoro, di cui alla Legge 14 febbraio 2003, n. 30" e successive modifiche ed integrazioni;
- c) i lavoratori a domicilio di cui alla legge 18 dicembre 1973, n. 877 "Nuove norme per la tutela del lavoro a domicilio" e successive modifiche ed integrazioni, sempre che non superino un terzo dei dipendenti non apprendisti occupati presso l'impresa artigiana.
3. Ai fini del calcolo dei limiti di cui al comma 1 sono computati:
- a) i familiari dell'imprenditore, ancorché partecipanti all'impresa familiare di cui all'articolo 230-bis del codice civile, che svolgano la loro attività di lavoro prevalentemente e professionalmente nell'ambito dell'impresa artigiana;



- b) i soci, tranne uno, che svolgono il prevalente lavoro personale nell'impresa artigiana;
  - c) i dipendenti qualunque sia la loro mansione svolta.
4. Le imprese artigiane che abbiano superato fino ad un massimo del 20% e per un periodo non superiore a tre mesi nell'anno, i limiti dimensionali di cui al presente articolo, mantengono l'iscrizione all'albo.
  5. Nel computo dei dipendenti, rilevante ai fini della qualificazione di un'impresa come artigiana, non vengono cumulati gli assenti con diritto alla conservazione del posto di lavoro con gli eventuali sostituti.

#### Art. 14

##### **Consorzi, società consortili e associazioni tra imprese artigiane**

1. I consorzi e le società consortili, anche in forma di cooperativa, costituiti tra imprese artigiane sono iscritti nell'Albo delle imprese artigiane con la denominazione di "consorzio artigiano" o "società consortile artigiana";
2. I consorzi e le società consortili, anche in forma cooperativa, cui partecipano, oltre che imprese artigiane, anche piccole imprese purché in numero non superiore ad un terzo, nonché enti pubblici o privati di ricerca e di assistenza tecnica e finanziaria, sono iscritti in separata sezione dell'Albo delle imprese artigiane con la denominazione di cui al comma 1, a condizione che le imprese artigiane detengano la maggioranza negli organi deliberanti.

#### Art. 15

##### **Albo delle imprese artigiane**

1. E' istituito, presso la Camera di Commercio territorialmente competente, l'Albo delle imprese artigiane.

2. Nessuna impresa può adottare nella propria insegna, ditta o marchio, una denominazione in cui ricorrano riferimenti all'artigianato, se non iscritta nell'Albo delle imprese artigiane.
3. Nessun prodotto o servizio può essere denominato, venduto, prestato o pubblicizzato come artigiano, se non proveniente da imprese iscritte nell'Albo delle imprese artigiane.
4. L'iscrizione all'Albo delle imprese artigiane è condizione essenziale per la concessione delle agevolazioni previste a favore delle imprese artigiane e loro consorzi.
5. Ai fini di cui al comma 4, gli effetti dell'iscrizione all'albo decorrono dalla data di presentazione della comunicazione prevista all'art. 16 e gli effetti dei provvedimenti di modificazione dell'iscrizione e di cancellazione dall'albo medesimo decorrono, rispettivamente, dalla data del verificarsi dell'evento modificativo, dalla data di cessazione dell'attività o di perdita dei requisiti previsti dalla presente legge per ottenere l'iscrizione.
6. In caso d'invalidità, di riconoscimento dei benefici di cui alla legge 5 febbraio 1992, n. 104 "Legge-quadro per l'assistenza, l'integrazione sociale e i diritti delle persone handicappate", di morte o di intervenuta sentenza che dichiari l'interdizione o l'inabilitazione dell'imprenditore artigiano, la relativa impresa può conservare, a richiesta, l'iscrizione nell'Albo delle imprese artigiane, anche in mancanza di uno dei requisiti di cui al precedente art. 12, per un periodo massimo di cinque anni o fino al compimento della maggiore età dei figli minorenni, sempre che l'esercizio dell'impresa venga assunto dal coniuge, dai figli maggiorenni o minori emancipati o dal tutore dei figli minorenni dell'imprenditore invalido, deceduto, interdetto o inabilitato.
7. Le stesse previsioni di cui al comma 6 del presente articolo trovano applicazione anche

nelle ipotesi in cui all'imprenditore artigiano venga affiancato l'amministratore di sostegno di cui all'art. 404 del codice civile.

8. L'inosservanza delle disposizioni di cui sopra comporta l'applicazione delle sanzioni previste nella presente legge.

#### Art. 16

##### **Procedimento d'iscrizione**

1. Ai fini dell'avvio dell'attività di impresa artigiana il legale rappresentante dell'impresa presenta, anche tramite le Agenzie per le imprese di cui all'articolo 38 del D.L. 25 giugno 2008, n. 112, alla Camera di Commercio nel cui territorio e ubicata la sede operativa principale dell'impresa; una dichiarazione attestante il possesso dei relativi requisiti mediante la comunicazione unica per la nascita dell'impresa di cui all'articolo 9 del D.L. 31 gennaio 2007, n. 7 corredata da apposita segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) contenente le dichiarazioni specifiche relative all'iscrizione/modifica/cancellazione del requisito di "impresa artigiana". Il contenuto della scia artigiana è definito dalle circolari ministeriali e contenuto nella apposita modulistica per l'iscrizione al Registro Imprese.
2. La comunicazione attesta il possesso dei requisiti e determina l'iscrizione all'Albo delle imprese artigiane con decorrenza dalla data di presentazione della comunicazione stessa nonché l'annotazione con la qualifica "artigiana" nella sezione speciale del Registro delle Imprese, sussistendo tutti i presupposti di legge.
3. L'iscrizione è trasmessa dalla Camera di Commercio, per il tramite della comunicazione unica, alle competenti sedi dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS) e dell'Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro (INAIL), ai

fini previdenziali ed assistenziali, previa compilazione delle apposite modulistiche.

4. La Camera di Commercio può disporre accertamenti e controlli e adotta gli eventuali provvedimenti di cancellazione, avvalendosi dell'attività istruttoria dei Comuni. Gli interessati sono informati dell'avvio del procedimento all'indirizzo di posta elettronica certificata (PEC) individuata dall'impresa come recapito elettronico della sede legale, con facoltà di prendere visione ed estrarre copia della documentazione, nonché di far pervenire osservazioni e memorie e chiedere di essere sentiti.
5. La comunicazione può essere presentata per via telematica o su supporto informatico, in base alle vigenti normative disciplinanti la comunicazione unica.

#### Art. 17

##### **Attività istruttoria dei Comuni**

1. Nel caso in cui la Camera di Commercio disponga, avvalendosi dell'attività istruttoria dei Comuni, controlli e accertamenti ai sensi dell'art. 16, comma 4 della presente legge, i Comuni dovranno trasmettere le risultanze dell'istruttoria entro trenta giorni dal ricevimento della richiesta.

#### Art. 18

##### **Iscrizione d'ufficio**

1. La Camera di Commercio procede all'iscrizione nell'Albo delle imprese artigiane, delle imprese, dei consorzi e delle società consortili che, pur essendo in possesso dei requisiti di legge per chiedere l'iscrizione, non hanno provveduto alla presentazione della prescritta comunicazione.
2. Gli Ispettorati del lavoro, gli enti erogatori di agevolazioni in favore delle imprese artigiane

ne, le associazioni di categoria artigiane e qualsiasi pubblica amministrazione interessata, sono tenuti a segnalare, alla Camera di Commercio, le risultanze dei loro accertamenti, sia quando riscontrino il possesso dei requisiti di qualifica artigiana previsti dalla presente legge nei confronti di imprese che non risultino iscritte nell'Albo delle imprese artigiane, sia nel caso di quelle già iscritte che abbiano perduto i requisiti essenziali predetti.

3. La Camera di Commercio, sulla base delle segnalazioni di cui al precedente comma, avvia la procedura di accertamento e d'istruttoria per le decisioni di competenza, avvalendosi anche della collaborazione dei Comuni. La decisione è assunta entro sessanta giorni dalla data di ricevimento della segnalazione. Gli interessati sono informati dell'avvio del procedimento per l'iscrizione o la cancellazione d'ufficio, entro quindici giorni dall'avvio dello stesso, tramite PEC, se disponibile, oppure a mezzo di lettera raccomandata con avviso di ricevimento con facoltà di prendere visione e di estrarre copia della documentazione pervenuta alla Camera di Commercio, nonché di far pervenire alla stessa osservazioni e memorie e chiedere personalmente di essere sentiti.
4. Copia della relativa decisione deve essere trasmessa agli interessati, alla competente sede dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS), all'ente e all'autorità che, con la loro segnalazione, hanno dato luogo all'avvio della procedura d'iscrizione o di cancellazione d'ufficio.

#### Art. 19

##### **Modificazioni e cancellazioni**

1. I titolari di Imprese artigiane ed i legali rappresentanti di società, consorzi e società consortili, iscritte nel registro delle imprese, sono tenuti a comunicare alla Camera di Commercio, per il tramite di comunicazione unica, ogni variazione dello stato di fatto e di

diritto, rispetto a quello risultante dall'iscrizione, quando tale variazione abbia rilevanza ai fini del riconoscimento o meno della natura artigiana della impresa, del consorzio o della società consortile. La comunicazione deve pervenire alla Camera di Commercio entro il termine di trenta giorni dal verificarsi dell'evento oggetto della stessa.

2. Le domande di cancellazione sono presentate entro il termine di trenta giorni dalla cessazione dell'attività o di perdita dei requisiti artigiani.
3. La Camera di Commercio ha facoltà di disporre, in qualsiasi momento, accertamenti d'ufficio, per verificare il possesso dei prescritti requisiti da parte delle imprese artigiane iscritte nell'Albo delle imprese artigiane.
4. Prima di decidere sulla cancellazione, la Camera di Commercio deve informare l'interessato, assegnandogli un termine per far pervenire, ove lo ritenga, deduzioni o memorie scritte. La cancellazione ha effetto dalla data di cessazione dell'attività o di perdita dei requisiti necessari per l'iscrizione o dalla data del relativo provvedimento negli altri casi.

#### Art. 20

##### **Ricorsi**

1. Contro i provvedimenti della Camera di Commercio in materia d'iscrizione, modificazione e cancellazione dall'Albo delle imprese artigiane, è ammesso ricorso in via amministrativa alla Commissione regionale per l'Artigianato, entro il termine perentorio di sessanta giorni dalla avvenuta comunicazione, anche da parte di eventuali terzi interessati e degli organismi indicati all'art. 18, comma 2 della presente legge.
2. Il ricorso alla Commissione, redatto in carta libera e sottoscritto dal ricorrente, ha effetto sospensivo del provvedimento impugnato.



3. Le decisioni della Commissione sono comunicate alla Camera di Commercio che ha emanato l'atto impugnato e al ricorrente entro novanta giorni dalla presentazione del ricorso e possono essere impuginate entro sessanta giorni dalla comunicazione della decisione stessa dinanzi al Tribunale territorialmente competente.
4. La Camera di Commercio ha l'obbligo di dare esecuzione alla decisione della Commissione entro quindici giorni dalla comunicazione della decisione stessa.

#### Art. 21

#### **Sanzioni amministrative**

1. Le sanzioni amministrative, inflitte nei confronti di chi non osserva le disposizioni contenute nella presente legge, hanno lo scopo di prevenire, contrastare e reprimere l'esercizio abusivo di attività artigianali, di tutelare la professionalità degli imprenditori artigiani nonché il fine di garantire agli utenti il legittimo diritto ad usufruire di beni e di servizi prodotti secondo le regole della buona arte e della migliore qualità.
2. Le sanzioni amministrative consistono nel pagamento di una somma di denaro graduata in relazione alla gravità della violazione, all'opera svolta dal sanzionando per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione ed alle sue condizioni economiche.
3. L'ammontare delle sanzioni è così determinata:
  - a) per l'omessa presentazione della comunicazione di iscrizione: da un minimo di euro 150,00 ad un massimo di euro 1.500,00;
  - b) per l'omessa comunicazione delle modificazioni dello stato di fatto e di diritto rispetto a quello risultante dall'iscrizione, quando tale variazione abbia rilevanza ai fini del riconoscimento o meno della natura artigiana dell'impresa e di cessazione dell'attività: da un minimo di euro 100,00 ad un massimo di euro 1.000,00;
- c) per la dichiarazione di dati non veritieri o inesatti, fatta salva la comunicazione all'autorità giudiziaria di eventuali illeciti penali: da un minimo di euro 150,00 ad un massimo di euro 1.500,00;
- d) per l'uso da parte di imprese, consorzi e società consortili, non iscritte nell'Albo delle imprese artigiane con le denominazioni di cui all'art. 2 della presente legge, nella propria ditta, insegna o marchio di riferimenti all'artigianato: da un minimo di euro 250,00 ad un massimo di euro 2.500,00.
4. In caso di ritardo nella presentazione delle comunicazioni si applica una riduzione del 50% della sanzione.
5. La vendita di prodotti, le prestazioni e la loro promozione con il riferimento all'artigianato, quando provengano o siano riferite a imprese ed enti non iscritti nell'Albo delle imprese artigiane sono segnalate da parte della Camera di Commercio, dei Comuni e delle altre pubbliche amministrazioni alla competente Autorità giudiziaria, per l'accertamento degli eventuali reati e l'irrogazione delle relative sanzioni penali.
6. Copia degli atti di cui sopra e, altresì, trasmessa agli uffici competenti per territorio della Guardia di Finanza, dell'Agenzia delle Entrate, dell'Ispettorato del lavoro, dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS) e dell'Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro (INAIL).
7. Qualora l'infrazione sia rilevata a carico di dipendenti dell'amministrazione dello Stato, di enti locali o di altri enti pubblici, copia degli stessi atti è inviata anche all'amministrazione di appartenenza.

## Art. 22

**Applicazione e riscossione delle sanzioni**

1. Le funzioni riguardanti la determinazione, l'accertamento, la contestazione e la notificazione della violazione, l'applicazione e la riscossione delle sanzioni pecuniarie di cui al precedente articolo 21, ivi compresa l'emana-zione della ordinanza-ingiunzione, sono attribuite ai Comuni nei cui territori sono state accertate le trasgressioni.
2. I Comuni vi provvedono con l'osservanza delle modalità e delle disposizioni contenute nella legge 24 novembre 1981, n. 689 e nel D.P.R. 29 luglio 1982, n. 571 "Norme per l'attuazione degli articoli 15, ultimo comma e 17, penultimo comma della legge 24 novembre 1981, n. 689 concernente modifiche al sistema penale".
3. Entro il 31 gennaio di ciascun anno e con riferimento all'anno solare precedente, i Comuni trasmettono alla Camera di Commercio un'elencazione delle infrazioni accertate, con l'indicazione delle sanzioni irrogate, di quelle ancora da riscuotere e di quelle riscosse, con l'esposizione delle spese sostenute per l'esazione di ciascuna di esse. Entro lo stesso termine, i Comuni versano gli importi delle sanzioni riscosse, al netto delle spese sostenute per la riscossione, alla tesoreria della Camera di Commercio.

## Titolo I

**STRUMENTI A SOSTEGNO E SVILUPPO  
DELL'ARTIGIANATO**

## Art. 23

**Strumenti a sostegno e sviluppo  
dell'artigianato**

1. La Regione Basilicata, con la presente legge intende sostenere:
  - a) lo sviluppo degli investimenti;

- b) l'innovazione, la ricerca e la qualificazione delle imprese artigiane anche sul piano ambientale e organizzativo;
- c) la promozione di iniziative per la capitalizzazione;
- d) le reti di impresa anche attraverso la certificazione di qualità;
- e) l'export e l'internazionalizzazione;
- f) i programmi per strutture e infrastrutture per lo sviluppo delle imprese artigiane.

## PARTE SECONDA

**INTERVENTI PER L'OCCUPAZIONE GIOVANILE  
E LA FORMAZIONE PROFESSIONALE  
NELL'ARTIGIANATO, PER IL TRASFERIMENTO  
E LA CREAZIONE D'IMPRESA, INTERVENTI DIRETTI  
A INIZIATIVE PER LA VALORIZZAZIONE  
E COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI  
E DEI SERVIZI DELL'ARTIGIANATO DELLA BASILICATA**

## Titolo I

**INCENTIVAZIONE  
DELL'OCCUPAZIONE GIOVANILE  
E CORSI DI FORMAZIONE  
NEL SETTORE DELL'ARTIGIANATO**

## Art. 24

**Contributi regionali**

1. Allo scopo di promuovere l'occupazione dei giovani, la Giunta regionale può concedere contributi alle imprese artigiane e consorzi di imprese artigiane, aventi sede nel territorio della Regione, che assumono giovani lavoratori.
2. La struttura regionale competente, tenuto conto delle somme stanziare, predispone ed attua i programmi di intervento e individua i progetti e le iniziative ammesse a contributo.

## Art. 25

**Corsi di formazione**

1. Nell'ambito della sua attività a sostegno della formazione nell'artigianato, la Giunta regionale favorisce ed incentiva i corsi per la formazione di giovani artigiani e giovani professionisti che, nel perseguimento del proprio obiettivo professionale o imprenditoriale, abbiano bisogno di acquisire conoscenza di una particolare prassi artigianale o manualità e capacità lavorativa di uno specifico settore artigianale, attuandoli attraverso il coinvolgimento delle imprese singole o associate operanti nel territorio della Regione e delle associazioni di categoria artigiane.
2. I corsi di formazione sono organizzati in coerenza con il sistema regionale degli standard professionali, formativi, di certificazione e di attestazione, a garanzia di qualità e rispondenza dell'offerta, nell'ambito del sistema integrato per l'apprendimento permanente e il sostegno alle transizioni della vita attiva.

## Titolo II

**AIUTI AL TRASFERIMENTO D'IMPRESA  
E ALLA "CREAZIONE DI IMPRESA"  
O "START-UP" E INTERVENTI DIRETTI**

## Art. 26

**Interventi prioritari**

1. La Regione promuove;
  - a) iniziative intese ad attuare il trasferimento di proprietà di un'impresa artigiana da un titolare a un altro, al fine di non disperdere le attività imprenditoriali già in essere e di salvaguardare i livelli occupazionali;
  - b) iniziative intese a porre in essere aiuti alla creazione d'impresa, altrimenti denominata "start-up", al fine di accrescere la nascita di nuova imprenditorialità e di favorire la crescita occupazionale;

- c) iniziative anche innovative atte a favorire la nascita di nuove imprese artigiane;
  - d) iniziative finalizzate alla nascita di imprese artigiane gestite da disabili e composte a maggioranza di capitale e soci disabili;
  - e) iniziative finalizzate all'avvio ed al consolidamento di imprese artigiane gestite da donne imprenditrici e composte a maggioranza di capitale e soci donne, in particolare, favorendo le donne in fuoriuscita dal processo produttivo.

2. Le associazioni di categoria artigiane possono presentare alla Commissione regionale per l'Artigianato progetti intesi a sviluppare le politiche, le azioni e le attività a favore dell'artigianato, anche per le finalità di cui al precedente comma 1 del presente articolo.

3. La Giunta regionale, su proposta della Commissione regionale per l'Artigianato, può cofinanziare i progetti di cui al comma precedente con proprio motivato provvedimento, determinandone criteri e modalità operative

## Titolo III

**INIZIATIVE PER FAVORIRE  
LA COMMERCIALIZZAZIONE DEI PROGETTI  
E DEI SERVIZI DELL'ARTIGIANATO**

## Art. 27

**Iniziative promozionali**

1. La Regione promuove, coordina, organizza, favorisce, realizza e partecipa a manifestazioni, fiere, convegni, studi, pubblicazioni ed ogni altra iniziativa diretta a favorire la conoscenza, la valorizzazione e la diffusione dei prodotti e dei servizi dell'artigianato della Basilicata, sia presso gli operatori specializzati dei vari settori che presso il pubblico dei consumatori.



La Commissione regionale per l'Artigianato si fa promotrice e riceve le proposte presentate da enti pubblici, enti finalizzati allo sviluppo dell'artigianato riconosciuti dalla Regione, associazioni di categoria artigiane.

2. La Regione favorisce gli interventi di promozione delle produzioni delle imprese artigiane sia mediante proprie proposte ed iniziative, sia con il cofinanziamento di progetti di enti e soggetti pubblici e privati, sia con la concessione di contributi per il concorso nelle spese sostenute dai soggetti promotori.
3. Al fine di attuare le iniziative di cui ai precedenti comma, la Giunta regionale, su proposta della Commissione regionale per l'Artigianato, con proprio motivato provvedimento, determina modalità operative per la realizzazione delle stesse.

#### Art. 28

##### **Commercializzazione dei prodotti e dei servizi dell'artigianato**

1. La Giunta regionale può concedere contributi agli enti pubblici, ai consorzi e alle società consortili costituiti ai sensi della presente legge, per la realizzazione di progetti destinati a migliorare e sviluppare la commercializzazione dei prodotti e dei servizi dell'artigianato della Basilicata anche oltre l'ambito regionale.
2. I progetti di cui sopra possono avere come oggetto una o più delle seguenti attività:
  - a) la consulenza e l'assistenza finalizzata alla commercializzazione;
  - b) la realizzazione e la diffusione di cataloghi, filmati, materiale informativo, destinati a favorire la conoscenza dell'artigianato della Basilicata;
  - c) la stampa e la diffusione di guide tecnico-economiche per l'indirizzo delle produzioni;

d) l'effettuazione di indagini e ricerche di mercato ed il collegamento con banche dati, per l'individuazione di mercati e di clienti;

- e) la realizzazione di programmi di penetrazione commerciale;
  - f) la promozione di centri permanenti poli-funzionali rivolti alla tutela e valorizzazione dell'artigianato artistico e tradizionale;
  - g) la costituzione di piattaforme e di e-commerce;
  - h) la realizzazione di progetti in coworking o l'elaborazione di progetti sorti in hub di ideazione e sviluppo di start up.
3. Le modalità di presentazione delle domande, gli importi e le regole per la concessione dei contributi sono determinati dalla Giunta regionale con proprio motivato provvedimento.

#### Titolo IV

##### **PROMOZIONE DI INTERVENTI PER L'INNOVAZIONE**

#### Art. 29

1. La Regione promuove interventi finalizzati all'innovazione nelle imprese artigiane attraverso:
  - a) l'innovazione tecnologica, organizzativa e commerciale delle aziende artigiane;
  - b) la realizzazione di progetti di ricerca industriale o di sviluppo precompetitivo;
  - c) lo sviluppo delle lavorazioni innovative.

Gli interventi di cui alle lettere precedenti possono essere richiesti dalle imprese e preferibilmente realizzati con la compartecipazione di partner di riconosciuta importanza nello specifico settore di intervento (centri di ricerca pubblici o privati, fondazioni tecnico-scientifiche, Università, centri per l'innova-

zione e la nascita di start-up).

Particolare importanza può essere assegnata a progetti che coinvolgano più imprese e vedano la partecipazione attiva delle Associazioni di categoria.

2. Le modalità di accesso, istruttoria e concessione delle agevolazioni di cui al presente articolo sono stabilite mediante avviso pubblico.

### PARTE TERZA

#### INTERVENTI ECONOMICI E INCENTIVI A SOSTEGNO DELLE IMPRESE ARTIGIANE E DELLE LORO FORME ASSOCIATIVE

##### Titolo I

#### INTERVENTI CREDITIZI A FAVORE E PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE ARTIGIANE E DELL'OCCUPAZIONE

##### Art. 30

#### **Fondi di garanzia e accesso al credito**

1. La Regione promuove, lo sviluppo di un sistema di garanzie e di riassicurazione, diffuso nel territorio, rivolto anche all'abbattimento del costo delle operazioni di finanziamento, in particolare se collegate a processi di innovazione.
2. A tal fine la Regione può:
  - a) costituire propri fondi o integrare quelli destinati alla garanzia primaria e accessoria, per concederli ai soggetti abilitati, anche ai Confidi, ai sensi della normativa vigente in materia di garanzia e credito, tramite apposite convenzioni che definiscono i vincoli di destinazione dei fondi, i criteri di selezione dei beneficiari e le modalità di trasferimento delle risorse finanziarie;

- b) concedere contributi alle imprese artigianali al fine di ridurre il tasso di interesse sui finanziamenti erogati dagli istituti di credito convenzionati o dagli organismi abilitati nel settore della garanzia, a fronte di processi di sviluppo e consolidamento, diretti anche a favorire:
  - 1) il ricambio generazionale;
  - 2) la creazione d'impresa, specie innovativa;
  - 3) l'innovazione e la ricerca;
  - 4) l'internazionalizzazione del sistema;
  - 5) i progetti di intervento finalizzati al recupero e alla valorizzazione delle botteghe d'arte e degli antichi mestieri, di negozi e di locali a rilevanza storica e di imprese storiche ultracentenarie;
  - 6) la creazione di reti e partenariati, i progetti di filiera e integrati.

##### Art. 31

#### **Vincolo per i beneficiari dei finanziamenti**

1. La concessione dei finanziamenti alle botteghe d'arte e degli antichi mestieri ai negozi e ai locali a rilevanza storica, nonché alle imprese storiche ultracentenarie prevista dalla presente legge è subordinata alla stipula tra gli enti locali, i proprietari degli immobili ed i gestori delle relative attività, di un'apposita convenzione che stabilisce vincoli in ordine al mantenimento della destinazione d'uso e dei caratteri salienti del locale o dell'impresa, degli arredi, della conformazione agli spazi interni, delle vetrine e di ogni elemento di decoro e funzione descritti come meritevoli di tutela
2. La convenzione prevista nel comma 1 definisce i casi e le modalità di revoca dei contributi se i vincoli in essa previsti non sono rispettati.



## Art. 32

**Contributi alle Associazioni  
di categoria artigiane**

- 1 La Giunta regionale può riconoscere alle Associazioni di categoria artigiane specifici contributi per il finanziamento di iniziative ed attività finalizzate alla crescita professionale delle imprese artigiane ed al potenziamento delle attività di produzione e di servizio del settore, sulla base del numero degli associati determinati secondo idonea certificazione rifasciata degli enti delegati alla riscossione dei contributi associativi ovvero da soggetti terzi equivalenti.
2. Le modalità ed i criteri di erogazione dei contributi sono determinati, con proprio atto dalla Giunta regionale, sentita la Commissione consiliare competente.

## Art. 33

**Comitato tecnico regionale Artigiancassa**

1. Per gli interventi agevolativi di contributo in conto interessi sulle operazioni di finanziamento a favore delle imprese artigiane ai sensi della L. 25 luglio 1952, n. 949 e contributi in conto canoni sulle operazioni di locazioni finanziarie la Regione si avvale del Comitato tecnico regionale Artigiancassa di cui all'art. 37 della L. 25 luglio 1952, n. 949 e successive modificazioni e integrazioni ai sensi della L. 21 maggio 1981, n. 240, nonché per altri strumenti agevolativi.
2. Il Comitato di cui al comma 1 del presente: articolo dura in carica cinque anni, è costituito con decreto del Presidente della Giunta regionale ed è così composto:
  - a) Assessore regionale con delega all'artigianato, o suo delegato, con funzioni di Presidente;
  - b) due componenti designati dalle organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative sul territorio regionale;

c) due funzionari del Dipartimento Politiche di Sviluppo, Lavoro, Formazione e Ricerca, designati dall'Assessore regionale al ramo; le funzioni di segretario sono svolte dal direttore regionale Artigiancassa o da un suo delegato.

3. Nessun compenso e nessun rimborso spesa sono dovuti ai componenti del Comitato.

## PARTE QUARTA

**TUTELA E VALORIZZAZIONE  
DELL'ARTIGIANATO ARTISTICO,  
TIPICO E TRADIZIONALE  
DELL'ABBIGLIAMENTO SU MISURA**

## Titolo I

**ARTIGIANATO ARTISTICO  
TIPICO E TRADIZIONALE**

## Art. 34

**Finalità**

1. La Regione tutela, valorizza e promuove le lavorazioni artigianali che presentano elevati requisiti di carattere artistico, tipico e tradizionale o che manifestano valori economici collegati alla tipicità dei materiali impiegati, alle tecniche di lavorazione ed ai luoghi di origine.
2. Con riferimento alle lavorazioni indicate al precedente comma 1, la Regione persegue i seguenti obiettivi:
  - a) la valorizzazione delle lavorazioni artigianali artistiche, tipiche, tradizionali, della panificazione tipica delle produzioni alimentari tipiche e dell'abbigliamento su misura;
  - b) la formazione e l'aggiornamento o la qualificazione professionale di coloro che operano o intendono operare nel campo delle suddette lavorazioni;

- c) la promozione dei prodotti dell'artigianato artistico, tipico, tradizionale, della panificazione tipica, delle produzioni alimentari tipiche e dell'abbigliamento su misura;
- d) lo sviluppo delle imprese dell'artigianato artistico e tradizionale anche attraverso la concessione di agevolazioni finanziarie.
3. La Giunta regionale, su proposta della Commissione regionale per l'Artigianato, con proprio atto, definisce le lavorazioni artistiche, tradizionali, della panificazione tipica, delle produzioni alimentari tipiche e dell'abbigliamento su misura, oggetto della presente legge.
4. La Regione Basilicata, in conformità ai programmi generali di sviluppo e qualificazione professionale ed imprenditoriale, promuove interventi finalizzati a favorire il recupero di antichi mestieri artigiani della regione, a rischio di estinzione anche per mancanza di scuole o specifiche botteghe di apprendistato, con particolare attenzione ai giovani dai 18 ai 35 anni.
3. I compiti e le attività dei Consorzi di tutela sono definiti, con proprio atto, dalla Giunta Regionale.
4. La Giunta regionale riconosce, con proprio atto, i Consorzi di tutela a condizione che rispondano ai requisiti di seguito indicati:
- a) siano rappresentativi di imprese artigiane operanti nella produzione oggetto della tutela ricomprese nella zona interessata, secondo parametri definiti dalla Giunta regionale, sentite le associazioni di categoria artigiane;
- b) siano retti da statuti che consentano l'ammissione, senza discriminazione, delle imprese artigiane che operano nelle produzioni oggetto di tutela;
- c) dispongano di strutture e di risorse adeguate allo svolgimento dei compiti assegnati.
5. I Consorzi trasmettono alla competente struttura regionale una relazione annuale sull'attività svolta, oltre a dati ed informazioni sugli andamenti delle produzioni oggetto della tutela.
6. Nel caso del venir meno dei requisiti ovvero di grave inadempienza rispetto ai compiti definiti, la Giunta regionale, previa diffida da parte dell'ufficio regionale competente in materia, revoca l'atto di riconoscimento dei Consorzi.

#### Art. 35

##### **Consorzi di tutela**

1. La Regione: si avvale, quale strumento funzionale per la tutela e lo sviluppo dell'artigianato artistico, tipico tradizionale, della panificazione tipica e dell'abbigliamento su misura; dei Consorzi di tutela promossi degli enti locali e dalle associazioni di categoria artigiane allo scopo di garantire l'origine e la qualità delle produzioni.
2. I Consorzi sono costituiti da imprese dall'artigianato artistico, tipico, tradizionale, della panificazione tipica e dell'abbigliamento su misura. Ai Consorzi di tutela possono partecipare le associazioni di categoria artigiane.

#### Art. 36

##### **Disciplinari di produzione, contrassegni di origine e di qualità e disciplinari d'uso**

1. I disciplinari delle produzioni dell'artigianato artistico, tipico, tradizionale, della produzione tipica e dell'abbigliamento su misura definiscono le caratteristiche fondamentali dei prodotti, anche con riferimento alle tecniche di lavorazione impiegate, ai materiali utiliz-

zati all'origine e alle caratteristiche storico-geografiche. I disciplinari sono approvati dalla Giunta regionale.

2. La Giunta regionale istituisce, con proprio atto, il contrassegno di origine e qualità delle produzioni artigiane "artistiche", "tipiche", "tradizionali", "della panificazione tipica" e "dell'abbigliamento su misura". Il contrassegno di origine indica il tipo di lavorazione se "artistica", "tipica", "tradizionale", "della panificazione tipica" o "dell'abbigliamento su misura", l'origine geografica e il materiale utilizzato per lo specifico prodotto.
3. Il disciplinare d'uso del contrassegno di origine definisce le condizioni per la concessione in uso dello stesso alle singole imprese artigiane, nonché la modalità di esercizio della vigilanza ed i casi di revoca. Il disciplinare d'uso è approvato dalla Giunta regionale.
4. La Giunta regionale, con proprio atto, definisce criteri e modalità per la concessione del contrassegno di origine alle imprese artigiane che ne facciano richiesta.
5. La concessione del contrassegno è disposta con determinazione del dirigente della competente struttura della Giunta regionale, soggetta a pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione.

#### Art. 37

#### **Attribuzione del contrassegno di origine e di qualità, guida dei locali, negozi, botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica e delle imprese storiche ultracentenarie**

1. I locali, i negozi, le botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica e le imprese storiche ultracentenarie, nei quali sono svolte le attività che costituiscono gli elementi tipici della tradizione artistica della Regione, le attività artigiane e commerciali che hanno conservato antiche lavorazioni e tecniche di produzione derivanti da tradizioni o da culture locali, gli esercizi commerciali a rilevanza storica e le imprese storiche ultracentenarie connotate da particolare interesse storico, artistico e tradizionale, iscritte negli elenchi regionali o nel registro regionale possono avvalersi del contrassegno di origine e di qualità così come istituito al precedente articolo, da collocare all'esterno dell'esercizio e da utilizzare nella pubblicitaria, recante la dicitura "Locale a rilevanza storica della Basilicata", "Negozio a rilevanza storica della Basilicata", "Bottega d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica della Basilicata", "Impresa storica ultracentenaria della Basilicata".
2. L'utilizzo del logo di contrassegno di origine e di qualità è subordinata al mantenimento dell'iscrizione negli elenchi regionali o nel registro regionale.
3. La Giunta regionale promuove la predisposizione di una guida dei locali, dei negozi, delle botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica e delle imprese storiche ultracentenarie dove sono indicati:
  - a) la localizzazione, l'anno di origine ed il fondatore dell'esercizio commerciale o dell'impresa storica ultracentenaria;
  - b) la descrizione della sede e dell'attività;
  - c) gli eventuali fatti storici, culturali, oppure la presenza di personaggi illustri collegati all'esercizio o all'impresa.
4. L'utilizzo del contrassegno da parte di soggetti non iscritti negli elenchi regionali o nel registro regionale, oppure l'utilizzo di un logo non corrispondente al modello predisposto della Giunta regionale è soggetto ad una sanzione amministrativa da un minimo di euro 2.000,00 ad un massimo di euro 5.000,00.



All'irrogazione delle sanzioni amministrative provvedono i Comuni nel cui territorio sono ubicati i locali, i negozi, le botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica e le imprese storiche ultracentenarie.

Art. 38

**Censimento delle attività storiche,  
locali, delle botteghe d'arte  
e degli antichi mestieri a rilevanza storica**

1. La Regione istituisce, previo apposito censimento, gli elenchi regionali dei locali, dei negozi delle botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica.
2. Sono considerati:
  - a) locali a rilevanza storica: gli immobili di cui all'articolo 10 del D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 "Codice dei beni culturali e del paesaggio";
  - b) negozi di rilevanza storica: le attività commerciali che si svolgono da almeno cinquant'anni nella medesima struttura e dello stesso genere merceologico;
  - c) botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica le attività artigianali dedite da almeno cinquant'anni alla produzione di oggetti tradizionali di alto valore estetico e al restauro di oggetti di antiquariato o da collezione.
3. E' istituito, previo apposito censimento, il registro delle imprese storiche ultracentenarie aventi i seguenti requisiti:
  - a) l'età anagrafica e la durata dell'attività calcolata a partire dall'anno di fondazione oppure dalla prima testimonianza documentabile dell'avvio della medesima attività;
  - b) la tradizione familiare e il mantenimento della titolarità dell'impresa da parte di uno o più discendenti del fondatore della medesima attività;
  - c) la continuità della sede ed il suo mantenimento nella sede storica eppure nell'ambito territoriale di riferimento;
  - d) l'interesse storico-culturale dell'attività esercitata e la rilevanza dal punto di vista storico, artistico, culturale e tradizionale dell'attività svolta.
4. Entro centoventi giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge la Giunta regionale adotta la deliberazione concernente la determinazione dei criteri per l'individuazione dei locali, dei negozi e delle botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica, nonché delle imprese storiche ultracentenarie.
5. I Comuni, in conformità alle funzioni attribuite alla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, entro i novanta giorni successivi al termine previsto nel comma 4 individuano, sulla base dei criteri determinati dalla delibera di Giunta regionale, i locali, i negozi, le botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica, nonché le imprese storiche ultracentenarie presenti sul proprio territorio e trasmettono alla Giunta regionale i relativi elenchi.
6. La Regione, tenuto conto degli elenchi inviati dai Comuni, provvede:
  - a) al censimento sulla base della scheda e della metodologia prevista nel comma 5, verificando contestualmente la compatibilità con i criteri previsti nei commi 3, 4 e 5 della individuazione da parte dei Comuni dei locali, dei negozi, delle botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica, nonché delle imprese storiche ultracentenarie;
  - b) all'istituzione degli elenchi regionali dei locali, dei negozi, delle botteghe d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica e del registro delle imprese storiche ultracentenarie, con delibera della Giunta

regionale pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione Basilicata.

7. L'inserimento negli elenchi regionali e nel registro regionale comporta l'acquisizione della qualifica di locale, negozio, bottega d'arte e degli antichi mestieri a rilevanza storica, oppure di impresa storica ultracentenaria.
8. La Regione partecipa alla spesa sostenuta dai Comuni per l'effettuazione del censimento ripartendo il contributo previsto nella presente legge.

#### Art. 39

##### **Maestro artigiano**

1. Al titolare di impresa artigiana del settore dell'artigianato artistico, tipico, tradizionale, della panificazione tipica e dell'abbigliamento su misura, ovvero al socio di questa, purché partecipi personalmente all'attività, è attribuita, su richiesta dell'interessato, la qualifica di maestro artigiano con determinazione del dirigente della competente struttura regionale, previa istruttoria positiva da parte della Commissione regionale per l'Artigianato.
2. Le modalità e la specificazione dei requisiti per il conseguimento della qualifica di maestro artigiano sono stabiliti con disciplinare di attuazione di cui all'articolo 42 e la Giunta terrà conto di:
  - a) un'adeguata anzianità professionale maturata in qualità di titolare o socio dell'impresa artigiana;
  - b) un adeguato grado di capacità professionale desumibili dai titoli acquisiti.
3. Il maestro artigiano può svolgere attività di docenza e di tutor per la formazione pratica degli allievi artigiani.

4. L'elenco dei soggetti in possesso della qualifica di maestro artigiano è tenuto presso la Commissione regionale per l'Artigianato.
5. I Consorzi di Tutela, nell'ambito dei propri programmi promozionali, definiscono specifiche iniziative atte a valorizzare l'attività dei maestri artigiani.

#### Art. 40

##### **Bottega scuola**

1. Le imprese del settore dell'artigianato artistico e tradizionale di cui sia titolare o socio lavoratore un maestro artigiano ai sensi dell'art. 39, sono denominate "bottega scuola".
2. La Giunta regionale definisce modalità e criteri per valorizzare l'attività delle imprese e delle botteghe dell'artigianato artistico e tradizionale da individuare quali "bottega scuola".
3. La "bottega scuola" può svolgere attività formativa dei giovani allievi artigiani, nell'ambito dello specifico settore dell'artigianato artistico e tradizionale di cui è espressione ai sensi della vigente legislazione regionale.
4. Le modalità operative di funzionamento della "bottega scuola" sono stabilite dal disciplinare di cui all'art. 42.

#### Art. 41

##### **Sanzioni**

1. Chiunque utilizzi la qualifica di maestro artigiano nella bottega scuola, in violazione delle disposizioni di cui all'articolo 39, è punito con una sanzione amministrativa da euro 500,00 ad euro 1.500,00.
2. Chiunque utilizzi la qualifica di maestro artigiano senza averla conseguita ai sensi dell'articolo 39, è punito con una sanzione amministrativa da euro 500,00 ad euro 1.500,00.

3. Fermo restando le funzioni spettanti agli organi di polizia giudiziaria, l'accertamento delle violazioni compete, nei limiti della propria circoscrizione territoriale, agli organi amministrativi di polizia municipale ed alla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura.
4. Le sanzioni di cui ai commi 1 e 2 sono irrogate dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura territorialmente competente; la Camera di Commercio provvede all'introito dei proventi delle stesse.

## Art. 42

**Disciplinare**

1. Entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge la Giunta regionale, sentita la Commissione consiliare competente approva apposito disciplinare attuativo che, in particolare definisce:
  - a) le modalità di insediamento e funzionamento della Commissione regionale per l'Artigianato;
  - b) le modalità per il conseguimento della qualifica di maestro artigiano e per la "bottega scuola".
  - c) la definizione dei settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali e l'individuazione delle attività per ciascun settore.

## PARTE QUINTA

**NORME TRANSITORIE, FINANZIARIE E FINALI**

## Art. 43

**Abrogazioni**

1. Sono abrogate la:  
L.R. 1° marzo 2005, n. 22 "Disciplina degli organi amministrativi e di tutela dell'artigianato della Regione Basilicata nonché la

L.R. 25 luglio 1997, n. 33 "Istituzione dell'Osservatorio Regionale dell'Artigianato".

## Art. 44

**Disposizioni in materia di aiuti di stato**

1. Gli interventi previsti dalla presente legge sono attuati in conformità alla legge regionale 5 ottobre 2009, n. 31 "Disposizioni sulla partecipazione della Regione Basilicata al processo normativo comunitario e sulle procedure relative all'attuazione delle politiche comunitarie" e nel rispetto dei principi procedurali contenuti nei regolamenti comunitari in vigore in materia di aiuti di stato.

## Art. 45

**Disposizioni transitorie e finali**

1. Le Commissioni regionali e provinciali per l'artigianato di cui alla L.R. n. 22/2005 sono soppresse ed entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, devono terminare i procedimenti amministrativi ancora pendenti.
2. La Commissione regionale per l'Artigianato della Basilicata di cui all'art. 9 è costituita entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge.
3. Il Comitato tecnico regionale Artigian-cassa attualmente in carica, costituito con decreto del Presidente della Giunta regionale, rimane in carica fino alla sua scadenza naturale.

## Art. 46

**Norma finanziaria**

1. Agli oneri derivanti dal compimento delle attività connesse all'esercizio delle funzioni

amministrative di cui alla presente legge, stimati in euro 50,000.00 per l'anno 2015, si provvede con gli stanziamenti a valere sulla Missione 14 "Sviluppo economico e competitività" Programma 01 "Industria, PMI e Artigianato".

2. Per l'esercizio in corso e per gli anni successivi, agli oneri derivanti dall'applicazione della presente legge, si provvederà con le leggi di bilancio entro i limiti delle autorizzazioni annuali ivi contenute.

Art. 47

**Pubblicazione ed entrata in vigore**

1. La presente legge è pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione ed entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla data della sua pubblicazione.
2. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge della Regione Basilicata.

Potenza, 12 agosto 2015

PITTELLA



## REGIONE BASILICATA

DIP. POLITICHE DI SVILUPPO, LAVORO, FORMAZIONE E RICERCA,  
UFFICIO INDUSTRIA, ARTIGIANATO, COMMERCIO E COOPERAZIONE

Determinazione 05 dicembre 2017, n.2118

Approvazione dell'Avviso Pubblico per l'attribuzione della qualifica di "Maestro Artigiano" e dello schema di Domanda per il conseguimento del relativo titolo, ai sensi dell'art.39 della L.R. n. 29/2015, così come disciplinato dagli artt. 8 e 9 del Disciplinare adottato con D.G.R. n.1417/2016.

**IL DIRIGENTE**

- VISTO il D.Lgs. n. 165/2001, avente ad oggetto: "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche";
- VISTA la L. R. n. 12/96 e successive modificazioni ed integrazioni concernente la "Riforma dell'organizzazione Regionale";
- VISTE la D.G.R. n. 11/98 con la quale sono stati individuati gli atti rientranti in via generale nelle competenze della Giunta Regionale;
- VISTA la D.G.R. n. 539/08, concernente la disciplina dell'iter procedurale delle proposte di deliberazione della Giunta Regionale e dei provvedimenti dirigenziali di impegno e di liquidazione della spesa;
- VISTA la D.G.R. n. 227/14 avente ad oggetto: "Denominazione e configurazione dei dipartimenti Regionali relativi alle aree istituzionali 'Presidenza della Giunta' e 'Giunta Regionale'", così come parzialmente modificata dalla D.G.R. n. 693/14;
- VISTA la D.G.R. n. 694/14 e ss.mm.ii., avente ad oggetto: "Dimensionamento ed articolazione delle strutture e delle posizioni dirigenziali delle Aree Istituzionali della Presidenza della Giunta e della Giunta Regionale. Individuazione delle strutture e delle posizioni dirigenziali e declaratorie dei compiti loro assegnati";
- VISTA la D.G.R. n. 624/16 con la quale sono state approvate ulteriori modifiche all'assetto organizzativo regionale provvedendosi alla rideterminazione del numero complessivo e della denominazione dei Dipartimenti Regionali;
- VISTA la D.G.R. n. 233 del 19/02/2014, avente ad oggetto: "Conferimento dell'incarico di Dirigente Generale del Dipartimento Politiche di Sviluppo, Lavoro, Formazione e Ricerca";
- VISTE le DD.GG.RR.: n. 122 del 24/02/17, n. 483 del 26/05/17 e n. 818 del 31/07/2017 riguardanti i "Dirigenti Generali dei Dipartimenti regionali in scadenza di incarico";
- VISTA la D.G.R. n. 1033 del 29/09/17, avente ad oggetto: "Dirigente Generale del Dipartimento Politiche di Sviluppo, Lavoro, Formazione e Ricerca. Conferma incarico.";
- VISTA la D.G.R. n. 1260 del 30/09/2015 avente ad oggetto: "Presenza d'atto proposta C.I.C.O. incarichi dirigenziali ex D.G.R. n. 1139/2015 e D.G.R. n. 1140/2015;
- VISTO il D.lgs. n. 33, del 14 marzo 2013, in attuazione della legge 190/2012, concernente il riordino delle discipline sugli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle Pubbliche Amministrazioni;
- VISTA la D.G.R. n. 71 del 14 febbraio 2017 con la quale è stato approvato il Programma Triennale 2017/2019 per la trasparenza e l'integrità, in ottemperanza al Dlgs n. 33/2013;
- VISTO il D. Lgs. n. 118 del 23/06/2011 e ss.mm.ii., avente ad oggetto "Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli Enti Locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 5 maggio 2009, n. 42";
- VISTA la L.R. del 28/04/2017, n. 6, avente ad oggetto "Legge di stabilità regionale 2017";

VISTA	la L.R. del 28/04/17, n. 7, avente ad oggetto "Bilancio di previsione pluriennale per il triennio 2017/2019";
VISTA	la D.G.R. del 3/05/2017, n. 345, avente ad oggetto: "Approvazione della ripartizione finanziaria in capitoli dei titoli, tipologie e categorie delle entrate e delle missioni, programmi e titoli delle spese del 'Bilancio di previsione pluriennale per il triennio 2017/2019'";
VISTA	la D.G.R. del 16/05/2017, n. 403, avente ad oggetto: "Variazioni al bilancio di previsione pluriennale 2017/2019 per l'iscrizione di fondi vincolati vari (fsc 2014/2020, progetto life gppbest, fsc 2007/2013, valorizzazione edilizia, fse 2014/2020 ed altri), variazione compensativa sul fondo di accantonamento per i contenziosi e variazione su partite di giro."
VISTA	la L.R. del 30/06/2017, n. 18, avente ad oggetto: "Prima variazione al bilancio di previsione pluriennale 2017/2019";
VISTA	la D.G.R. del 5/07/2017, n. 685, avente ad oggetto: "Ripartizione finanziaria in capitoli dei titoli, delle tipologie e delle categorie delle entrate e delle missioni, dei programmi e dei titoli delle spese, in seguito alle variazioni apportate dalla L.R. 30 giugno 2017, n. 18, al bilancio di previsione pluriennale 2017/2019 della Regione Basilicata";
VISTA	la D.G.R. del 10/07/2017, n. 697, avente ad oggetto: "Riaccertamento dei residui attivi e passivi al 31 dicembre 2016 art. 3 comma 4 – D.Lgs 118/2011 e conseguente variazione del bilancio pluriennale 2017/2019.";
VISTA	la L.R. del 24/07/2017, n. 19, avente ad oggetto: "Collegato alla legge di stabilità regionale 2017";
VISTA	la L.R. 29 del 12/08/2015, avente ad oggetto: "Nuova legge organica in materia di Artigianato";
VISTA	la D.G.R. n. 1417 del 7 dicembre 2016, avente ad oggetto: "Art. 42 L.R. 29/2015 "Nuova Legge organica in materia di Artigianato". Approvazione Definitiva del Disciplinare attuativo;
VISTI	gli artt. 8 e 9 del suddetto regolamento regionale contenenti le modalità ed i requisiti per il conseguimento della qualifica di "Maestro Artigiano" - ai sensi dell'art. 39 della L.R. n. 29/2015 -;
RAVVISATA	la necessità di tutelare, valorizzare e promuovere le lavorazioni artigianali che presentano elevati requisiti di carattere artistico, tipico, tradizionale della panificazione tipica e dell'abbigliamento su misura;
RILEVATO	che l'Avviso pubblico per l'attribuzione della qualifica di "Maestro Artigiano", allegato alla presente determinazione quale parte integrante e sostanziale, persegue le predette finalità;
DATO ATTO	che, a norma della predetta legge regionale n.29/2015, è stata sentita la Commissione Regionale per l'Artigianato, le cui risultanze sono state verbalizzate e sottoscritte dai componenti della stessa in data 17ottobre 2017;
CONSIDERATO	che gli interventi previsti dall'Avviso pubblico di che trattasi non comportano impegni di spesa;
RITENUTO	pertanto, di dovere approvare l'Avviso Pubblico per l'attribuzione della qualifica di "Maestro Artigiano";

TANTO PREMESSO

## Determina

Per le motivazioni di cui in premessa che qui si intendono integralmente riportate di:

- 1) Approvare l'Avviso Pubblico per il conseguimento della Qualifica di "Maestro Artigiano", nel testo allegato alla presente Determina della quale costituisce parte integrante e sostanziale, unitamente al sottoelencato allegato:
  - Modulo richiesta di riconoscimento della qualifica di "Maestro Artigiano" – Art. 39, L.R. n. 29/2015;
- 2) disporre che le domande di richiesta per il riconoscimento della qualifica di "Maestro Artigiano", secondo le modalità previste nell'Avviso Pubblico, potranno essere presentate a partire dalla data di pubblicazione del presente Avviso inviando la domanda di riconoscimento alla Commissione Regionale per l'Artigianato c/o Regione Basilicata, Dipartimento Politiche di Sviluppo, Lavoro, Formazione e Ricerca- Ufficio Industria, Artigianato, Commercio e Cooperazione;
- 3) pubblicare il presente atto, completo degli allegati che ne formano parte integrante e sostanziale, sul BUR della Regione Basilicata;
- 4) dare atto che dalla presente Determina non deriva impegno di spesa a carico della Regione Basilicata.

**Savino Ciola**  
L'ISTRUTTORE

**Giuseppina Onofrio**  
IL RESPONSABILE P.O.

**Luigi Marotta**  
IL DIRIGENTE

La presente determinazione è firmata con firma digitale certificata. Tutti gli atti ai quali è fatto riferimento nella premessa e nel dispositivo della determinazione sono depositati presso la struttura proponente, che ne curerà la conservazione nei termini di legge.



REGIONE BASILICATA

**DIPARTIMENTO POLITICHE DI SVILUPPO,  
LAVORO, FORMAZIONE E RICERCA**  
UFFICIO INDUSTRIA, COMMERCIO, ARTIGIANATO  
E COOPERAZIONE

Via Vincenzo Verrastro n° 8  
85100 Potenza  
tel 0971/668616  
<http://www.basilicatanet.it>  
Email: [luigi.marotta@regione.basilicata.it](mailto:luigi.marotta@regione.basilicata.it)

**AVVISO PUBBLICO PER IL CONSEGUIMENTO DELLA QUALIFICA DI  
"MAESTRO ARTIGIANO", AI SENSI DEGLI ARTT. 8 E 9 DEL  
DISCIPLINARE ATTUATIVO DELLA L.R. n.29/2015 (D.G.R. n. 1417 del 7  
dicembre 2016)**

La Regione Basilicata emana il presente Avviso Pubblico per il conseguimento della qualifica di "Maestro Artigiano" ai sensi dell'art. 39 della legge regionale n. 29 del 12/08/2015 e degli artt. 8 e 9 del disciplinare attuativo adottato con DGR n.1417 del 7 dicembre 2016, rivolta ai titolari di impresa artigiana del settore dell'artigianato artistico, tipico, tradizionale, della panificazione tipica e dell'abbigliamento su misura, ovvero ai soci di questa, purché partecipi personalmente all'attività.

**A) ATTRIBUZIONE DELLA QUALIFICA DI "MAESTRO ARTIGIANO"**

La qualifica di "Maestro Artigiano", su richiesta dell'interessato, viene rilasciata con determinazione del Dirigente competente della struttura regionale, previa istruttoria positiva da parte della Commissione regionale per l'Artigianato (CRAB).

La CRAB potrà compiere ogni verifica in ordine alla sussistenza dei requisiti autocertificati nonché ogni atto propedeutico, consequenziale e connesso all'iscrizione del Maestro Artigiano in apposito Registro e la relativa pubblicazione, tenuta ed aggiornamento degli elenchi;

La mancata adozione di un provvedimento espresso di rigetto entro il termine di **30 giorni** a partire dal giorno di ricezione dell'istanza comporta automaticamente il riconoscimento della qualifica richiesta, ferme restando, in tal caso, le disposizioni di cui al comma 3 dell'art. 20 della legge n. 241/1990 e s.m.i.;

Il riconoscimento della qualifica-titolo-di Maestro Artigiano è espressamente menzionato nel certificato di iscrizione nell'Albo Artigiani e Registro Imprese e la relativa qualifica potrà essere utilizzata affiancata al nome dell'impresa, sull'insegna e/o logo aziendale;

**B) I REQUISITI PER IL CONSEGUIMENTO DELLA QUALIFICA DI  
MAESTRO ARTIGIANO SONO COSÌ SPECIFICATI:**

**D) ANZIANITÀ PROFESSIONALE NELLA STESSA ATTIVITÀ**

- a) Almeno dieci anni in qualità di titolare o di socio dell'impresa artigiana;
- b) Almeno otto anni in qualità di titolare o socio dell'impresa artigiana e almeno quattro anni in qualità di collaboratore familiare o dipendente;
- c) Almeno cinque anni in qualità di titolare o socio dell'impresa artigiana e almeno otto anni in qualità di collaboratore familiare o dipendente;

d) Nel caso di svolgimento di particolari attività nel comparto dell'artigianato artistico e tradizionale ed in presenza di specifici diplomi e/o attestati, la CRAB (Commissione regionale per l'Artigianato) può concedere il titolo di Maestro Artigiano anche con un periodo inferiore ai 10 anni di iscrizione all'Albo e comunque con almeno 5 anni di attività.

#### **II) GRADO DI CAPACITÀ PROFESSIONALE:**

desumibile dal conseguimento di titoli di studio, diplomi o attestati di qualifica, ivi compresi quelli conseguiti a seguito di partecipazione a corsi regionali di formazione, dall'esecuzione di saggi di lavoro o anche da specifica e notoria perizia e competenza o dallo svolgimento di attività formative, nonché da ogni altro elemento che possa comprovare la specifica competenza e a tal proposito dovrà essere presentato un curriculum professionale.

#### **IID) ATTIVITÀ ALL'INSEGNAMENTO DEL MESTIERE:**

desumibile da qualsiasi elemento che possa comprovare la specifica competenza, perizia ed attitudine all'insegnamento professionale.

L'elenco dei soggetti in possesso della qualifica di Maestro Artigiano è tenuto presso la Commissione regionale per l'Artigianato.

#### **C) MODALITÀ E TERMINI DI PRESENTAZIONE DELLA RICHIESTA**

Le domande di riconoscimento per la qualifica di “ Maestro Artigiano” possono essere presentate, a partire dal giorno successivo a quello della pubblicazione del presente Avviso Pubblico sul BUR della Regione, alla Commissione Regionale per l'Artigianato, c/o Regione Basilicata, Dipartimento Politiche di Sviluppo, Lavoro, Formazione e Ricerca, dichiarando il possesso dei requisiti richiesti per una attività ricompresa nell'**allegato A, colonna 2 della DGR n.1417/2016**, con allegata fotocopia di un documento di riconoscimento;

#### **La domanda di candidatura potrà essere presentata con una delle seguenti modalità:**

- **online**, compilando la modulistica disponibile sul portale istituzionale della Regione Basilicata secondo le modalità di seguito descritte:
  - 1) Collegarsi all'indirizzo: <http://www.regione.basilicata.it>, e cliccare sulla voce di menu a sinistra “Avvisi e Bandi” a partire dal giorno successivo a quello di pubblicazione del presente Avviso sul Bollettino Ufficiale della Regione Basilicata;
  - 2) Cliccare sull' Avviso Pubblico, cliccare sul tasto “Compila e inoltra istanza” e selezionare la modalità di autenticazione che si vuole utilizzare:
    - Entrare con SPID (Sistema Pubblico d'Identità Digitale): utilizzare le credenziali SPID per l'accesso. Per maggiori dettagli sul funzionamento e sul come richiedere le credenziali SPID consultar il seguente link: <http://www.spid.gov.it/>
    - Entrare con Regione Basilicata: utilizzare le credenziali rilasciate dal sistema di autenticazione: utilizzare le credenziali rilasciate dal sistema di autenticazione della Regione Basilicata mediante la seguente schermata ( solo per gli utenti



REGIONE BASILICATA

**DIPARTIMENTO POLITICHE DI SVILUPPO,  
LAVORO, FORMAZIONE E RICERCA**  
UFFICIO INDUSTRIA, COMMERCIO, ARTIGIANATO  
E COOPERAZIONE

Via Vincenzo Verrastro n° 8  
85100 Potenza  
tel 0971/668616  
<http://www.basilicatanet.it>  
Email: [luigi.marotta@regione.basilicata.it](mailto:luigi.marotta@regione.basilicata.it)

registrati prima del 19.04.2017). Nel caso specifico è possibile scegliere tra le seguenti modalità di autenticazione:

- a) Accesso Smart Card /USB Token;
- b) Accesso mediante inserimento di nome utente, password e del PIN;
- c) compilare l'ISTANZA, cliccare su Genera Istanza, scaricare il pdf generato dal sistema, firmare digitalmente il pdf ed allegarlo al sistema.
- d) Infine cliccare su: Protocolla Istanza.

**Oppure:**

- **posta certificata** al seguente indirizzo: [ufficio.industria@cert.regionebasilicata.it](mailto:ufficio.industria@cert.regionebasilicata.it), compilando la modulistica allegata, munita di firma digitale;

**Oppure:**

- **Spedizione a mezzo raccomandata A/R:** la relativa modulistica, corredata da fotocopia del documento di riconoscimento in corso di validità, potrà essere spedita alla Commissione Regionale per l'Artigianato, c/o Regione Basilicata, Dipartimento Politiche di Sviluppo, Lavoro, Formazione e Ricerca- Ufficio Industria, Artigianato, Commercio e Cooperazione, Via Vincenzo Verrastro, 8- 85100 POTENZA

Ai sensi del Dlgs 196/2003 e s.m.i., si informa che i dati in possesso dell'Ufficio competente verranno trattati nel rispetto della riservatezza e segretezza e senza alcuna altra finalità rispetto a quelle per cui sono richiesti.





**DIPARTIMENTO POLITICHE DI SVILUPPO,  
LAVORO, FORMAZIONE E RICERCA**  
UFFICIO INDUSTRIA, COMMERCIO, ARTIGIANATO  
E COOPERAZIONE

Via Vincenzo Verrastro n° 8  
85100 Potenza  
tel 0971/668616  
<http://www.basilicatanet.it>  
Email: [luigi.marotta@regione.basilicata.it](mailto:luigi.marotta@regione.basilicata.it)

## Allegato

**Alla CRAB c/o Regione Basilicata  
Dipartimento Politiche di sviluppo,  
Lavoro, Formazione e Ricerca**

**Ufficio Industria, Artigianato,  
Commercio  
e Cooperazione  
Via V. Verrastro, 8  
85100-POTENZA**

**OGGETTO: Richiesta di riconoscimento qualifica "Maestro Artigiano" L.R. n.29/2015 art.39.**

Il sottoscritto \_\_\_\_\_  
nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_\_\_ e residente in via \_\_\_\_\_  
n. \_\_\_\_\_ comune di \_\_\_\_\_ telefono \_\_\_\_\_ fax \_\_\_\_\_  
e-mail \_\_\_\_\_  
in qualità di titolare/socio dell'impresa:  
per ditte individuali C.F. della ditta \_\_\_\_\_  
P.IVA della ditta \_\_\_\_\_  
Domicilio fiscale (sede):  
comune di \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_ cap \_\_\_\_\_  
Via, Piazza, Corso \_\_\_\_\_  
Prefisso Tel. e Num. \_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_  
attività svolta: \_\_\_\_\_  
data iscrizione all'albo delle imprese artigiane \_\_\_\_\_ N. \_\_\_\_\_ Cod. ATECO \_\_\_\_\_

### CHIEDE

**Il riconoscimento della qualifica di Maestro Artigiano di cui all'art. 39 della L.R. n.29/2015,  
così come disciplinato dagli artt. 8 e 9 del Disciplinare adottato con DGR n. 1417/2015.**



REGIONE BASILICATA

**DIPARTIMENTO POLITICHE DI SVILUPPO,  
LAVORO, FORMAZIONE E RICERCA**  
UFFICIO INDUSTRIA, COMMERCIO, ARTIGIANATO  
E COOPERAZIONE

Via Vincenzo Verrastro n° 8  
85100 Potenza  
tel 0971/668616  
<http://www.basilicatanet.it>  
Email: [luigi.marotta@regione.basilicata.it](mailto:luigi.marotta@regione.basilicata.it)

A tal uopo

**DICHIARA**

Sotto la propria responsabilità e a conoscenza delle sanzioni penali previste dall'art. 76 del D.P.R. 28/12/2000 n.445 e s.m. in caso di dichiarazioni mendaci:

**I) ANZIANITA' PROFESSIONALE NELLA STESSA ATTIVITA'****a) Di avere maturato un'anzianità professionale in qualità di socio lavoratore dell'impresa:**

Denominazione \_\_\_\_\_

Settore di appartenenza \_\_\_\_\_

dal \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_

**b) Di avere maturato un'anzianità professionale in qualità di titolare dell'impresa:**

Denominazione \_\_\_\_\_

Settore di appartenenza \_\_\_\_\_

dal \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_

**c) Di avere maturato un'anzianità professionale in qualità di dipendente dell'impresa:**

Denominazione \_\_\_\_\_

Settore di appartenenza \_\_\_\_\_

dal \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_

**d) - Di avere conseguito i seguenti attestati/diplomi/ corsi di qualifica:**

Conseguito presso \_\_\_\_\_



REGIONE BASILICATA

**DIPARTIMENTO POLITICHE DI SVILUPPO,  
LAVORO, FORMAZIONE E RICERCA**  
UFFICIO INDUSTRIA, COMMERCIO, ARTIGIANATO  
E COOPERAZIONE

Via Vincenzo Verrastro n° 8  
85100 Potenza  
tel 0971/668616  
<http://www.basilicatanet.it>  
Email: [lujgi.marotta@regione.basilicata.it](mailto:lujgi.marotta@regione.basilicata.it)

Durata \_\_\_\_\_

Data di conseguimento \_\_\_\_\_

**II) GRADO DI CAPACITA' PROFESSIONALE( attestabile anche da curriculum professionale allegato)**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**III) ATTITUDINE ALL'INSEGNAMENTO DEL MESTIERE**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**A tale riguardo allega:**

- Fotocopia del documento di riconoscimento in corso di validità

**Luogo e data**

**FIRMA**

**Allegato 7: L'Artigianato artistico in Basilicata problematiche e aree di intervento\_Dicembre 2005\_allegato 2\_il questionario d'indagine**

**L'ARTIGIANATO TRADIZIONALE E ARTISTICO IN BASILICATA**

- Indagine sulle aziende dell'artigianato artistico -

**1. LE CARATTERISTICHE GENERALI DELL'AZIENDA**

Denominazione \_\_\_\_\_

Località \_\_\_\_\_ sito web: si  no

Cosa produce ? \_\_\_\_\_

1.1 In quale anno ha avuto inizio l'attività ? \_\_\_\_\_

1.2 L'azienda è stata fondata:

- dall'attuale titolare
- da un familiare del titolare   
(specificare quale \_\_\_\_\_)
- da altra persona che, a suo tempo, l'ha ceduta

1.3 Caratteristiche anagrafiche del titolare:

- età \_\_\_\_\_
- titolo di studio: laurea
- diploma scuola superiore
- qualifica/diploma professionale
- scuola dell'obbligo

1.4 Quanti addetti lavorano nella Sua azienda ?

- titolari/soci \_\_\_\_\_
- collaboratori familiari \_\_\_\_\_
- addetti non familiari \_\_\_\_\_

1.5 Dove ha sede il laboratorio ?

- nel centro storico
- in periferia

1.6 Dove ha sede lo spazio espositivo/il punto vendita ?

- nella stessa sede del laboratorio
- in altra sede ( nel centro storico  in periferia  )

1.7 La domanda dei prodotti della Sua azienda:

- è in espansione
- è stabile
- si sta contraendo

1.8 Se la domanda è in diminuzione, per quali motivi ? **(max 2 risposte)**

- congiuntura economica generale
- mancata tutela e promozione delle produzioni artigiane locali
- concorrenza dei prodotti importati
- concorrenza di altri produttori locali
- modifica dei gusti del consumatore/sostituzione con altri beni

1.9 Nel caso di una forte crescita della domanda, come si comporterebbe ?  
**(una risposta soltanto)**

- aumenterebbe i prezzi
- incrementerebbe le liste d'attesa
- rifiuterebbe gli ordini
- assumerebbe nuovi dipendenti o collaboratori
- cercherebbe la collaborazione con altri artigiani

1.10 Quali ritiene siano i fattori di successo della Sua azienda ?  
**(indicare 2 soltanto, disponendoli in ordine di importanza)**

- elevato valore estetico delle lavorazioni artistiche che si ispirano a modelli tipici del patrimonio storico-culturale \_\_\_\_\_
- aspetti innovativi delle lavorazioni, compatibili con la tradizione artistica dalla quale nascono \_\_\_\_\_
- requisiti di unicità del prodotto \_\_\_\_\_
- legame inscindibile con il territorio inteso come ambiente storico-culturale \_\_\_\_\_
- produzioni realizzate secondo tecniche e modalità che si sono tramandate nei costumi e nelle consuetudini a livello locale \_\_\_\_\_

## 2. IL MERCATO

2.1 Per quale tipo di clientela lavora la Sua azienda ? **(indicare la % sul totale delle vendite)**

- a) clienti diretti in negozio o in laboratorio \_\_\_\_\_%
- di cui: - turisti \_\_\_\_\_%
- collezionisti ("amatori") \_\_\_\_\_%
- clienti professionali ("investitori") \_\_\_\_\_%
- b) operatori commerciali \_\_\_\_\_%
- di cui: - negozianti \_\_\_\_\_%
- grossisti \_\_\_\_\_%
- gallerie, show room \_\_\_\_\_%

totale vendite 100%

2.2 Quali sono le dimensioni del mercato della Sua azienda ?  
**(indicare la % sul totale delle vendite)**

- mercato locale \_\_\_\_\_%
- mercato nazionale \_\_\_\_\_%
- mercato estero \_\_\_\_\_%

totale vendite 100%

2.3 Quali sono gli strumenti utilizzati per far conoscere e promuovere il prodotto ?

- attraverso la bottega artigiana
- passaparola
- pubblicità su riviste specializzate
- Internet
- partecipazione a fiere
- atelier / show room permanenti
- catalogo ( collettivo  personale  )

2.4 Ritieni che il tuo prodotto sia conosciuto sul mercato ?

- molto
- abbastanza
- poco

2.5 Quali strumenti ritieni che siano più efficaci per valorizzare l'attività commerciale ?  
**(li disponga in ordine di importanza, attribuendo una numerazione: 1°, 2°, ecc.)**

- catalogo ( collettivo  personale  )
- mostre, mostre-mercato, fiere, esposizioni in genere
- internet
- riviste specializzate
- rappresentanti/*promoter* commerciali

2.6 Dove sono localizzati i suoi principali concorrenti ?

- nello stesso territorio in cui opera l'azienda
- in altre regioni italiane
- all'estero

### 3. L'ARTISTICITA' DELLA PRODUZIONE

3.1 Dal punto di vista tecnico-creativo, la produzione si basa:

**(nel caso di più risposte, indicare per ciascuna la quota di produzione sul totale)**

- su modelli di propria creazione
- su indicazioni di professionisti del design e architetti
- su indicazioni della clientela
- su altri modelli
- totale produzione  100%

3.2 Cosa garantisce il successo dei tuoi prodotti ?

**(attribuisca un voto da 1 a 10 a ciascuna delle seguenti caratteristiche)**

- unicità dell'artefatto
- particolarità dei materiali utilizzati
- utilità dell'artefatto
- rapporto tra il prezzo e la qualità
- valore estetico

3.3 Le sue produzioni hanno ricevuto premi o riconoscimenti ?

- si
- no

3.4 Se si, di che tipo ?

- premi o riconoscimenti locali
- regionali
- nazionali
- internazionali

3.5 Quali innovazioni ha introdotto nella sua attività ?

- ricerca e sperimentazione di nuovi materiali
- nuove tecniche di lavorazione
- nessuna innovazione (è necessario rimanere fedeli alla manualità del vero artigiano)

#### 4. IL LEGAME CON IL TERRITORIO E LA FORMAZIONE

4.1 Quanto è importante per la Sua attività essere insediato in questo territorio ?

- molto
- abbastanza
- poco
- per niente

4.2 La produzione/lavorazione della Sua azienda è tipica del patrimonio storico-culturale del territorio ? (esiste una tradizione produttiva specifica del territorio ?)

- si
- no

4.3 Come potrebbe essere valorizzato il binomio territorio-artigianato artistico ?

- esposizioni/dimostrazioni collettive
- valorizzazione turistica dei luoghi
- recupero delle tradizioni storiche/culturali locali
- altro (specificare \_\_\_\_\_)

4.4 Quali sono le esigenze prioritarie per la Sua attività ?

**(le disponga in ordine di importanza, attribuendo una numerazione: 1°, 2° e 3°)**

- sviluppare l'attività (il mestiere) \_\_\_\_\_
- trasmettere e riprodurre le competenze \_\_\_\_\_
- ampliare gli scambi culturali e professionali con altre esperienze \_\_\_\_\_

4.5 Quale tra i seguenti strumenti formativi ritiene più adeguato per la formazione di nuovi artigiani artisti ? **(max 1 risposta)**

- corsi di formazione *ad hoc*
- apprendistato
- sperimentazioni di esperienze denominate "scuola-bottega" o "scuola-cantiere"
- altro (specificare \_\_\_\_\_)



4.6 Da 1 a 10, qual è la Sua propensione ad inserire giovani nella sua azienda per percorsi formativi specifici (tirocinanti, apprendisti) ? \_\_\_\_\_

## 5. LE POLITICHE PER L'ARTIGIANATO ARTISTICO

5.1 Come valuta l'operato delle Amministrazioni Pubbliche a sostegno dell'artigianato artistico rispetto ai seguenti temi ? **(attribuisca un voto da 1 a 10)**

- promozione del prodotto e dell'immagine \_\_\_\_\_
- formazione e sviluppo delle competenze \_\_\_\_\_
- promozione del legame con il territorio \_\_\_\_\_

5.2 Quali sono, a Suo giudizio, i campi di intervento prioritari per il comparto ? **(li disponga in ordine di importanza, attribuendo una numerazione: 1°, 2° e 3°)**

- la commercializzazione \_\_\_\_\_
- la formazione e il reperimento manodopera \_\_\_\_\_
- la regolamentazione del settore (disciplinari di produzione, marchi collettivi di origine e qualità, albi, ....) \_\_\_\_\_

5.3 Nell'ambito della commercializzazione, quali sono, a Suo giudizio, gli obiettivi prioritari da perseguire ? **(indicare i primi 2 in ordine di importanza)**

- maggiore visibilità delle produzioni \_\_\_\_\_
- penetrazione dei mercati esteri \_\_\_\_\_
- realizzazione di canali di distribuzione \_\_\_\_\_

5.4 Per sostenere gli sforzi di commercializzazione delle aziende dell'artigianato artistico, quali strumenti/iniziative occorrerebbe maggiormente utilizzare ? **(ne indichi al massimo 3, disponendoli in ordine di importanza: 1°, 2° e 3°)**

- supporti logistici e organizzativi per la partecipazione a mostre e fiere \_\_\_\_\_
- realizzazione di spazi espositivi permanenti \_\_\_\_\_
- promozione di concorsi e mostre collettive \_\_\_\_\_
- sostegno alla creazione di consorzi di tutele e valorizzazione \_\_\_\_\_
- campagne di comunicazione e pubblicità \_\_\_\_\_
- sostegno allo sviluppo di negozi specializzati nella vendita di oggetti di produzione artistica \_\_\_\_\_

5.5 Nell'ambito della formazione, quali strumenti occorrerebbe utilizzare ? **(max una indicazione)**

- creazione di scuole/corsi professionali specifici O
- creazione di percorsi formativi di scuola-bottega O
- attività di orientamento nelle scuole e di promozione del settore a livello locale O
- altro (specificare \_\_\_\_\_) O

5.6 Nell'ambito della regolamentazione del settore, quali interventi ritiene più opportuni?  
**(indicare i primi 2 in ordine di importanza)**

- adozione di marchi collettivi di origine e qualità delle produzioni artistiche e tradizionali \_\_\_\_\_
- valorizzazione del rapporto tra attività artigianali artistiche e patrimonio artistico culturale \_\_\_\_\_
- introduzione di un "albo professionale" per gli artigiani artisti \_\_\_\_\_
- misure di sostegno per il mantenimento delle aziende sul mercato (successione d'impresa, salvaguardia delle produzioni in via di cessazione, rilocalizzazione) \_\_\_\_\_
- altro (specificare \_\_\_\_\_) \_\_\_\_\_

Annotazioni:

# Allegato 8: Bando di Concorso per la costruzione del Carro Trionfale in onore di Maria SS. della Bruna Edizione 2020



Festa della Bruna  
2 Luglio

## CONCORSO per la costruzione del Carro Trionfale in onore di Maria SS. della Bruna Edizione 2020

### Art. 1 - ISTITUZIONE DEL CONCORSO

L'Associazione Maria SS. della Bruna, con sede in Matera Piazza Duomo 1, indice un concorso per selezione finalizzato alla costruzione del Carro Trionfale in onore di Maria SS. della Bruna, che sarà realizzato in cartapesta su supporto ligneo ed ultimato entro e non oltre il 15 giugno 2020. Il concorso è finalizzato alla scelta del miglior progetto da realizzare per la "Festa del 2 Luglio 2020, onde sensibilizzare la popolazione sui temi della pace, del rispetto e della solidarietà umana, supportata dalla fede.

### Art. 2 - OGGETTO DEL CONCORSO

Il tema del concorso per l'edizione della "Festa" dell'anno 2020 è il seguente: "Zaccheo, oggi devo fermarmi a casa tua (Mc. 10, 5-9) - La Cattedrale, casa di Dio tra le case degli uomini".

### Art. 3 - PARTECIPAZIONE

Possono partecipare al concorso, nella Sezione PROFESSIONALE, nei termini e nei modi previsti dal presente bando, in forma singola o associata, in concorso le firme di Associazione, Impresa, di Artisti e di altre artigiane, residenti o aventi sede legale in Matera e provincia da almeno un anno, o cittadini di Matera e provincia, esperti nella lavorazione della cartapesta, in grado di assumersi materialmente l'impegno di costruire, direttamente e con divieto di affidamento terzi, il Carro Trionfale secondo lo schema contenuto nello schema di Contratto che costituisce allegato del presente bando. Il presente Bando di Concorso, lo schema del Contratto e gli allegati modelli 1, 2 e 3 sono scaricabili collegandosi al sito internet [www.festadellabruna.it](http://www.festadellabruna.it) ovvero possono essere richiesti dagli interessati all'Associazione Maria SS. della Bruna sito in Via San Francesco d'Assisi n. 4.

Nel caso di partecipazione in forma associata, compresa A.T. o R.L., dovrà essere designato il capigruppo e indicata la tipologia al fine di definire le rispettive responsabilità; tutti i componenti del raggruppamento dovranno sottoscrivere una dichiarazione di impegno e costituirsi in compagnia unica.

Le ditte partecipanti al concorso, per la Sezione PROFESSIONALE, dovranno rispettare le seguenti condizioni:

a) In mancanza di possesso di partita IVA alla data di presentazione della domanda, dovranno presentare una dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà, resa ai sensi del D.P.R. n. 445/2000, con la quale si impegna a produrre, se vincitore, il certificato di attribuzione della Partita IVA prima di sottoscrivere il contratto di affidamento.

b) di sottoscrivere una dichiarazione di impegno, resa ai sensi del D.P.R. n. 445/2000, utilizzando l'allegato Modello 7.

c) ad adempiere, in caso di ricorso a mano d'opera, a tutto quanto previsto per legge sulle assunzioni, ad applicare i contratti collettivi di lavoro per categoria, ad osservare le norme di sicurezza sul lavoro, ad assumersi tutti gli oneri nei confronti dell'INPS e dell'INAIL, e di aderire all'Associazione Maria SS. della Bruna da ogni responsabilità per eventuali inadempimenti al riguardo.

d) ad assumere l'incarico di non esercitare nei locali concessi in uso siti in Matera, Piazza del Carro Trionfale (dicetto Marconi), o in altro sito da individuare, direttamente o tramite i propri eventuali collaboratori, nessun'altra attività o attività, se non quella strettamente necessaria alla realizzazione, sviluppo, manutenzione e gestione del Carro Trionfale, nel periodo dalla data di consegna delle chiavi dei locali suddetti e fino alla restituzione delle stesse, salvo autorizzazione scritta del Comune.

e) a) ad assumere, per sé o per i propri eventuali collaboratori, ragioni di tutela dell'immagine e di esclusiva pubblicitaria della Festa della Bruna da parte dell'Associazione Maria SS. della Bruna, che potrà utilizzare gli stessi per qualsiasi scopo, in concorso agli altri concorrenti, (dicetto Marconi), o in altro sito da individuare, né nella città di Matera e provincia, manifesti, cartelloni o striscioni con finalità commerciali, al fine di effettuare ogni altra forma di pubblicità, diretta o indiretta, che non sia autorizzata o gestita dall'Associazione Maria SS. della Bruna.

f) ad assumere l'incarico di non pubblicizzare, direttamente o tramite i propri eventuali collaboratori, con qualsiasi mezzo (temporale) i social, mezzi di comunicazione digitale, prodotti stampati, marchi, segni distintivi ecc. di qualsiasi natura durante tutte le fasi di costruzione del Carro Trionfale ed ad lavori ultimati, ovvero dalla data di ricezione della comunicazione di cui all'art. 4, terzo comma, fino alla data di consegna del Carro Trionfale all'incirca ricevuto, al meno in caso di esecuzione ed espletato e comunque al Carro Trionfale ed ai festeggiamenti in onore di Maria SS. della Bruna.

Al fine di sensibilizzare le coscienze di tutti desiderosi di offrire un contributo culturale ed artistico alla Festa in onore di Maria SS. della Bruna, anche nel corrente anno, possono presentare un proprio bozzetto, senza gli oneri di cui alle precedenti lettere, tutti coloro che non sono né materiali e consentire la possibilità di realizzare la costruzione del Carro Trionfale, siano essi artisti, senza alcuna struttura organizzativa, siano essi privati cittadini, studenti di ogni ordine e grado ecc., che saranno iscritti nella sezione NON PROFESSIONALE e considerati "buoi concorrenti".

### Art. 4 - PRESENTAZIONE DEI PROGETTI-TERMINI E MODALITÀ

I progetti contenenti i progetti dovranno pervenire, o essere depositati, presso la sede operativa dell'Associazione in Via San Francesco d'Assisi n. 4, entro e non oltre le ore 12:00 del 10/10/2020, avendo cura di indicarlo sul piano per quale sezione si concorre, e cioè PROFESSIONALE oppure NON PROFESSIONALE.

I progetti che pervengono oltre l'ora e la data sopra indicate saranno esclusi dal Concorso e dalla relativa graduatoria di merito.

In tal caso l'unico pervenuto fuori termine non si darà luogo all'esame del progetto di cui all'articolo 4, ma si procederà alla sua apertura della busta contraddistinta con la lettera "B" del successivo articolo 5 del bando di concorso e della graduatoria del partecipante.

Saranno ammessi, esclusi i progetti che, sebbene presentati regolarmente entro il termine previsto, siano, rispetto alla documentazione di cui ai successivi articoli 7 e 8, difforme ed incomplete, anche solo parzialmente, e/o privi di firma. In tal caso, la documentazione difforme o incompleta, anche solo parzialmente, e/o privi di firma i progetti saranno esclusi dal concorso e dalla relativa graduatoria di merito di cui all'articolo 5.

I progetti dovranno essere contenuti in involucri di colore bianco non deformabili, su cui dovrà essere apposta solo ed esclusivamente la dicitura: "Progetto per la costruzione del Carro Trionfale in onore di Maria SS. della Bruna Anno 2020". L'indicazione della Sezione per la quale si concorre, e cioè PROFESSIONALE oppure NON PROFESSIONALE.

### Art. 5 - PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

Sul piano e progetto sono dovuti essere apposta la firma del concorrente, pena l'esclusione dal concorso.

I concorrenti sono tenuti a presentare, oltre al bozzetto di cui al successivo art. 4, altre due buste mezzo foglio di colore bianco, chiuse e sigillate ai lembi con nastro adesivo trasparente.

La prima busta, che il concorrente dovrà contraddistinguere con la lettera "A", dovrà contenere massimo 5 fogli di colore bianco in formato A4, su cui sarà riportata una relazione descrittiva del progetto su massimo 4 facciate di non oltre 30 righe per ogni facciata; la busta non necessita altro foglio dovrà essere firmata, ad indicare quali identificativi, pena l'esclusione dal concorso.

La seconda busta, che il concorrente dovrà contraddistinguere con la lettera "B", dovrà contenere, oltre a copia, debitamente sottoscritta, di carta d'identità o passaporto in corso di validità, né 6 fogli di colore bianco in formato A4 su cui saranno riportati:

• 1 foglio - le proprie generalità, la residenza con indirizzo e numero civico, e dichiarazione di impegno, resa ai sensi del D.P.R. 445/2000, a realizzare il Carro Trionfale entro il 15 Giugno 2020 nei locali siti in Matera, Piazza del Carro Trionfale (dicetto Marconi), o in altro sito da individuare, come meglio descritto nello schema di contratto, utilizzando l'allegato Modello 7.

• 1 foglio - generalità di tutti gli eventuali collaboratori, con l'indicazione dell'indirizzo di residenza e numero civico e codice fiscale;

• 1 foglio - il proprio curriculum, in forma sintetica, circa l'attività svolta nell'arte della cartapesta;

• 1 foglio - autocertificazione, resa ai sensi del D.P.R. 445/2000, di avere i requisiti di cui alle lettere a) e b) del precedente art. 3;

• 1 foglio - dichiarazione di impegno, resa ai sensi del D.P.R. 445/2000, come da lettera c) del precedente art. 3, contenente quanto previsto alle lettere c), d), e), f), g), h), i) ed j) del precedente art. 3;

• 1 foglio - dichiarazione di impegno, resa ai sensi del D.P.R. 445/2000, di avere previsione della schema di contratto di affidamento per la realizzazione del Carro Trionfale in onore di Maria SS. della Bruna - Anno 2020 e di accettare incondizionatamente tutte le clausole e condizioni, redatta utilizzando l'allegato Modello 7.

Tutti i suddetti fogli contenuti nella busta "B" dovranno essere datati e sottoscritti con firma leggibile, mentre la busta non dovrà riportare segni identificativi pena l'esclusione dal concorso e dalla graduatoria di merito.

La busta non dovrà essere firmata.

Il concorrente della sezione NON PROFESSIONALE dovrà, invece, allegare una sola busta mezzo foglio di colore bianco, sigillata ai lembi con nastro adesivo trasparente, contenente un foglio firmato A4, su cui saranno riportate le proprie generalità, la residenza con via e numero civico, detto foglio dovrà essere sottoscritto con firma leggibile, pena l'esclusione.

Il concorrente vincitore della sezione NON PROFESSIONALE, è richiesta e previa autorizzazione del Presidente dell'Associazione Maria SS. della Bruna, potrà prendere visione dei lavori di costruzione del manufatto durante le varie fasi lavorative.

Il bozzetto dovrà essere realizzato su cartoncino o su tela o su supporto ligneo di dimensioni 20x30x20,00 cm, con tecnica coloristica a scelta.

Al concorrenti della Sezione Professionale, che presenteranno il bozzetto come da precedente comma, verranno da allegati elaborati grafici riprodotti la facciata laterale, quella anteriore e quella posteriore, sarà assegnato un punteggio aggiuntivo, come da successivo art. 8.

Il bozzetto e tutti gli elaborati non devono presentare alcuna firma o segno di riconoscimento, pena l'esclusione dal concorso e dalla graduatoria di merito.

Nella elaborazione e realizzazione del manufatto, il concorrente dovrà tenere conto delle dimensioni del Carro e della base di appoggio, tenendo conto che saranno tali da consentire l'accesso della stessa in Piazza Duomo.

La struttura lignea (scheletro) del Carro ed i locali ove saranno luogo i lavori di costruzione del Carro, edizione 2020, sito in Matera, Piazza del Carro Trionfale (dicetto Marconi), o in altro sito da individuare, potranno essere visitati, facendo richiesta scritta all'Associazione Maria SS. della Bruna; in mancanza, si interviene che i concorrenti sono a perfetta conoscenza sia della struttura lignea che dei locali sopraccitati.

I concorrenti potranno ritirare, presso la sede dell'Associazione Maria SS. della Bruna, lo schema dello scheletro del Carro.

I concorrenti della sezione NON Professionale dovranno presentare il bozzetto, come indicato dal comma 1 del presente articolo.

**Art. 7 - IMPORTO DELLA SPESA**

L'importo onnicomprensivo per la realizzazione del manufatto è stabilito in € 3.000,00 (Tremila) oltre IVA come per legge, che sarà a totale carico dell'Associazione Maria SS. della Bruna ed erogato nei modi e nei termini stabiliti dal contratto.

### Art. 8 - PREMIO INCENTIVANTE DI PRODUTTIVITÀ

È istituito un premio incentivante di produttività fino ad un massimo di € 1.000,00 (mille) oltre IVA come per legge, qualora l'esecutore del manufatto apportasse variazioni migliorative in corso d'opera nella parte decorativa storica e nella stanzatura rispetto al bozzetto. Tali variazioni devono essere preventivamente approvate dal Comitato e dal Delegato Arcivescovo.

Tali variazioni, a richiesta dell'incisore, e completamento dei lavori, saranno valutate dalla Commissione di cui al comma 2 del successivo art. 5, che deciderà, a non indichibile giudizio, l'entità del premio che potrà eventualmente essere corrisposto in toto o in parte e, cioè, da 0% fino per cento al 100% (cento per cento) dell'importo sopraccitato.

L'importo per cento della misura che sarà determinata dalla Commissione, è a totale carico del Comitato.

### Art. 9 - ESAME DEI PROGETTI

Ogni membro della commissione avrà a disposizione punti da 0 a 10 per ogni progetto.

I progetti saranno sottoposti all'esame di un'apposita Commissione, nominata insindacabilmente dal Consiglio di Amministrazione dell'Associazione Maria SS. della Bruna e sarà composta dal Presidente del suddetto Sindacato, dal Delegato Arcivescovo e da tre membri esterni all'Associazione, con almeno DCE figure professionali aventi conoscenze e competenze artistiche.

Il Segretario, senza diritto di voto, sarà nominato in sede di riunione della suddetta Commissione.

Tutti i componenti della Commissione potranno esprimere il proprio giudizio, avendo ogni membro a disposizione complessivamente 20 punti, da assegnare come di seguito indicato, tenendo conto:

a) **Aderenza del progetto al tema religioso:** ogni membro della commissione avrà a disposizione punti da 0 a 10 per ogni progetto; il candidato sarà escluso dal concorso nel caso in cui ottenga un punteggio complessivo pari a 20 punti inferiori;

b) **Armonia artistica ed equilibrio dell'insieme,** che comprende: a) forma visiva; b) percezione e struttura; c) peso; d) colore e percezione; e) luce; f) significato artistico.

Ogni membro della commissione avrà a disposizione punti da 0 a 10 per ogni progetto.

Al paragrafo della Sezione PROFESSIONALE che presenteranno, oltre al bozzetto, gli elaborati grafici di cui al comma 2 del precedente art. 6, sarà attribuito un punteggio aggiuntivo, relativo agli elaborati grafici, di punti TRE per ogni facciata presentata, per un massimo di punti NOVE.

I punteggi aggiuntivi attribuiti a ciascun candidato della Sezione PROFESSIONALE dovranno essere sommati a quelli della Commissione.

Sarà formata un'apposita graduatoria dei partecipanti non esclusi dal concorso.

Risulterà vincitore il candidato della Sezione PROFESSIONALE che avrà complessivamente raggiunto il punteggio più elevato tra coloro che non risultarono esclusi dal concorso e dalla graduatoria di merito, come previsto dai precedenti articoli 4 e 6.

A parità di punteggio, la Commissione valuterà il curriculum del candidato e ogni membro della stessa, escluso il Segretario, avrà a disposizione punti 1 (uno), da assegnare al candidato ritenuto più meritevole.

Risulterà vincitore il candidato che complessivamente presenterà più punti.

La decisione della Commissione sarà resa nota al vincitore a mezzo di comunicazione scritta anche a mezzo mail P.E.C.

I progetti dei candidati della Sezione NON PROFESSIONALE saranno valutati con gli stessi criteri (vedi in precedenza, agli stessi non saranno attribuiti voti aggiuntivi).

La Commissione valuterà inoltre la sussistenza di requisiti di NON professionalità dei partecipanti.

**Il giudizio della Commissione è insindacabile.**

### Art. 10 - DISPOSIZIONI FINALI

L'elaborato che risulterà vincitore, le relative schede e ogni altra documentazione inerente l'elaborato, non saranno restituiti e resteranno di proprietà esclusiva dell'Associazione Maria SS. della Bruna, che potrà utilizzare gli stessi per qualsiasi scopo, in concorso agli altri concorrenti.

L'Associazione Maria SS. della Bruna si riserva il diritto di comunicare, durante il periodo di costruzione del Carro Trionfale, l'accesso per eventuali visite guidate e/o per l'esecuzione di riprese che dovranno essere per servizi giornalistici. In tal caso sarà cura dell'Associazione dare permesso di almeno 14 ore, in tal caso, in tal caso, in tal caso.

A riceverne la data di pubblicazione del presente bando di concorso, è fatto assoluto divieto di assumere, da parte di tutti i partecipanti e dei loro collaboratori, plottatori fuori di protesta e di espressione ed interruzione direttamente o indirettamente e/o approvazione sui vari mezzi di comunicazione (non confidare allo spirito religioso e festoso della Festa della Bruna e a qualsivoglia atteggiamento ostile e irrispettivo).

Qualora all'apertura delle buste contenenti l'identità del candidato, siano tra i partecipanti, i suoi eventuali collaboratori, si sia reso responsabile di tali comportamenti, sarà escluso dalla graduatoria di merito e dal concorso di costruzione del Carro Trionfale, con conseguente esclusione dall'aggiudicazione, senza ulteriori comunicazioni all'interessato, e con immediata assegnazione dell'incarico al secondo classificato, e così di seguito.

Il concorso verrà comunque espletato anche se sarà presentato un solo progetto.

Il caso non previsto dal presente articolo, si applica al presente bando, l'Associazione Maria SS. della Bruna procederà all'affidamento diretto del incarico di costruzione del Carro Trionfale Anno 2020 ad una ditta liberamente scelta, in possesso dei requisiti di partecipazione al bando.

Qualora nessuna ditta interpellata accetti l'incarico, si procederà all'affidamento diretto anche in deroga al comma dell'art. 1 (partecipazione del presente bando).

### Art. 11 - INFORMAZIONI

Gli interessati potranno chiedere informazioni e chiarimenti all'Associazione Maria SS. della Bruna presso la sede operativa sito in Matera, Via San Francesco d'Assisi n. 4, tutti i venerdì e sabato compresi tra il 10 ottobre e il 13 novembre 2020, dalle ore 18:00 alle ore 19:00.

Informazioni art. 11 D.Lgs. 96/2003

Matera, 16 Ottobre 2020

Il Presidente dell'Associazione Maria SS. della Bruna  
Bruno Caciola



## Allegato 9: Repertori de famílies d'oficis artesans

# CCAM

Consorci de Comerç,  
Artesania i Moda  
de Catalunya

### Àrea d'Artesania

Banyes Nous, 11  
08002 Barcelona  
Tel. 93 467 46 60  
ccam.artesania@gencat.cat  
www.ccam.cat  
facebook.com/ccam.cat

## REPERTORI DE FAMÍLIES D'OFICIS ARTESANS

### ARTS DEL LLIBRE (família 1 / tipus B)

1.1	Cal·lígraf/a
1.2	Enquadernador/a
1.3	Fotògraf/a tradicional
1.4	Gravador/a
1.5	Il·lustrador/a
1.6	Impressor/a

### CERÀMICA (família 2 / tipus A)

2.1	Ceramista
2.2	Mosaicista
2.3	Rajoler/a
2.4	Terrissaire

### PELL/CAIR (família 3 / tipus A)

3.1	Baster/a
3.2	Boter/a
3.3	Marroquiner/a
3.4	Pelleter/a
3.5	Repussador/a
3.6	Sabater/a

### CONSTRUCCIÓ (família 4 / tipus B)

4.1	Estucador/a
4.2	Mestre/a d'obres en construcció artesanal
4.3	Mosaïsta hidràulic

### FERRO/METALL (família 5 / tipus A)

5.1	Bronzer/a
5.2	Couper/a, llauner/a
5.3	Esmaltador/a
5.4	Ferre/a
5.5	Ferre/a de tall
5.6	Fonedor/a
5.7	Forjador/a
5.8	Repussador/a i cisellador/a

### ELEMENTS NATURALS (família 6 / tipus A)

6.1	Art bonsai
6.2	Art floral
6.3	Barraquer/a
6.4	Cerer/a
6.5	Cisteller/a
6.6	Corder/a
6.7	Espardenyer/a
6.8	Estorer/a
6.9	Herbolari/ària
6.10	Manufacturer/a de mobles
6.11	Manufacturer/a d'objectes i complements
6.12	Perfumista
6.13	Sabonaire
6.14	Surer/a

### FUSTA (família 7 / tipus A)

7.1	Cadiraire
7.2	Constructor/a d'objectes de fusta
7.3	Culleraire
7.4	Daurador/a, policromador/a
7.5	Ebenista
7.6	Fuster/a
7.7	Lacador/a
7.8	Marqueter/a
7.9	Mestre/a d'aixa
7.10	Ornamentador/a
7.11	Retaulista
7.12	Tallista
7.13	Tapisser/a de mobles
7.14	Turner/a

### INSTRUMENTS MUSICALS (família 8 / tipus B)

8.1	Afinador/a
8.2	Constructor/a d'instruments de corda
8.3	Constructor/a d'instruments de percussió
8.4	Constructor/a d'instruments de vent
8.5	Lutier
8.6	Orguener/a

### JOIERIA (família 9 / tipus B)

9.1	Argenter/a
9.2	Encastador/a (o clavador/a)
9.3	Gravador/a
9.4	Joier/a
9.5	Modelador/a en cera de joieria
9.6	Orfebre

### PAPER (família 10 / tipus A)

10.1	Cartoner/a
10.2	Paperaire

### PEDRA/MINERAL (família 11 / tipus A)

11.1	Lapidari/ària
11.2	Manufacturer/a objectes de sal
11.3	Manufacturer/a objectes d'alabastre
11.4	Picapedrer/a
11.5	Tallador/a

### TÈXIL (família 12 / tipus A)

12.1	Brodador/a
12.2	Catifer/a
12.3	Confeccionista
12.4	Enfellerador/a
12.5	Estampador/a
12.6	Filador/a
12.7	Manufacturer/a d'objectes i complements
12.8	Manufacturer/a de labors de retalls ( <i>patchwork</i> )
12.9	Matalasser/a
12.10	Puntaire
12.11	Tapisser/a, tapissos
12.12	Teixidor/a
12.13	Tintorer/a

### VIDRE (família 13 / tipus A)

13.1	Bufador/a
13.2	Decorador/a
13.3	Forner/a de vidre
13.4	Vitralier/a

### ARTESÀ/ANA INTERDISCIPLINARI/ÀRIA (família 14 / tipus B)

14.1	Aparadorista
14.2	Conservador/a i Rehabilitador/a de vehicles històrics a motor
14.3	Emmollador/a
14.4	Escenògraf/a
14.5	Escultor/a
14.6	Figurista de pessebre
14.7	Imatger/a
14.8	Maquetista
14.9	Miniaturista
14.10	Modelista
14.11	Pessebrista
14.12	Relloger/a
14.13	Titellaire
14.14	Multidisciplinar

### TIPOLOGIA DE FAMÍLIES DE FAMÍLIES




Tipus A	Família d'oficis artesans relacionada amb la creació a partir de matèries primeres o matèries manipulades
Tipus B	Família d'oficis artesans relacionada amb diferents tècniques de creació de peces artesanes

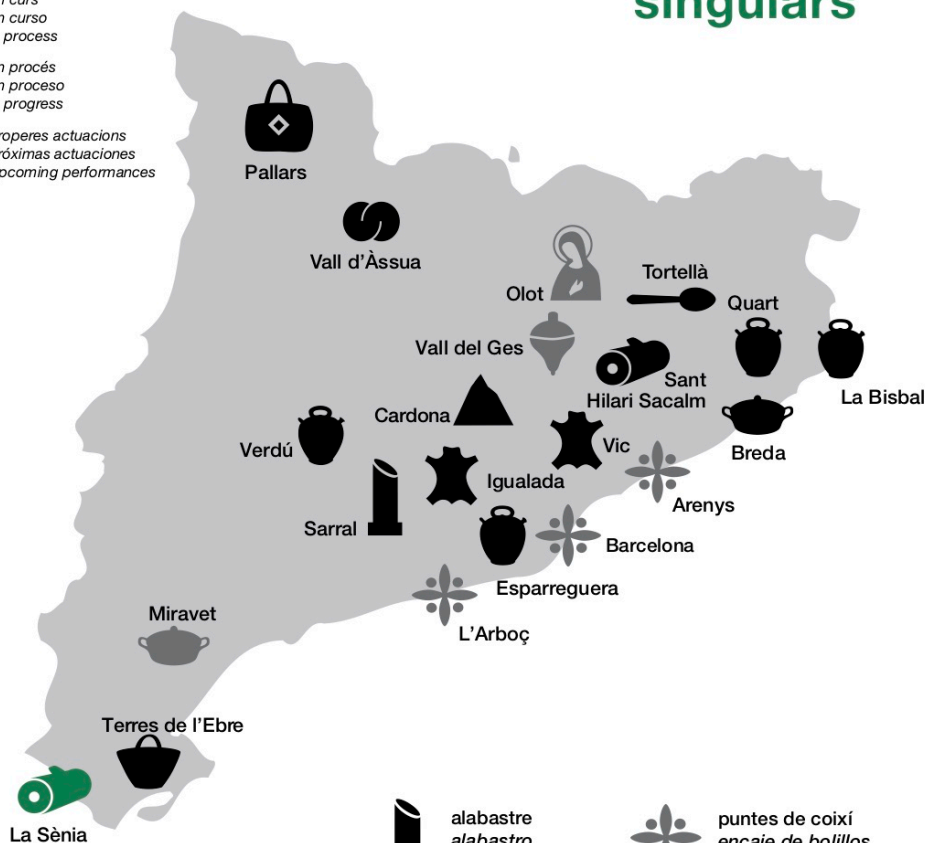

















## Allegato 10: Mappa *Oficis Singulars*



# oficis singulars

-  *En curs*  
*En curso*  
*In process*
-  *En procés*  
*En proceso*  
*In progress*
-  *Properes actuacions*  
*Próximas actuaciones*  
*Upcoming performances*



- |   |   |   |   |  |  |  |  |
|---|---|---|---|--|--|--|--|
|  |  | <i>terrisa</i><br><i>alfareria</i><br><i>pottery</i>                                |  | <i>alabastre</i><br><i>alabastro</i><br><i>alabaster</i>                             |  | <i>puntes de coixí</i><br><i>encaje de bolillos</i><br><i>bobbin lace</i>            |  |
|  | <i>imagineria</i><br><i>imagineria</i><br><i>religious imagery</i>                  |  | <i>ceràmica</i><br><i>cerámica</i><br><i>ceramic</i>                                |   |   |  | <i>pauma</i><br><i>palma</i><br><i>palm crafts</i>   |
|  | <i>torneria</i><br><i>torneria</i><br><i>pottery wheel</i>                          |  | <i>pell</i><br><i>cuero</i><br><i>leather</i>                                       |   | <i>culleres</i><br><i>cucharas</i><br><i>spoons</i>                                  |  | <i>cistelleria d'avellaner</i><br><i>cesteria de avellano</i><br><i>hazelnut tree basketry</i> |
|   |   |  | <i>llana</i><br><i>lana</i><br><i>wool</i>  |  | <i>sal</i><br><i>sal</i><br><i>salt</i>  |  |  |





## Riferimenti bibliografici:

AA.VV. (1998). *Mestieri & Mestieri. Viaggio nel passato alla scoperta dei mestieri scomparsi*. Matera: Grafiche Paternoster.

AA.VV. (2008). *1° Rassegna dell'Artigianato artistico e tipico tradizionale della provincia di Matera*, catalogo della rassegna dal 24 al 27 luglio 2008, Provincia di Matera Assessorato Attività Produttive, Matera, BMG Editrice & Stampanti.

AA.VV. (2010). *Empremtes de Catalunya®. Crafts with identity*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament d'Inovació, Universitats I Empresa, Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM).

AA.VV. (2010). *116 Icones turístiques de Catalunya*. Barcelona: Ara Llibres.

AA.VV. (2011). Quaderni di ricerca sull'artigianato. *Rivista di Economia, Cultura e Ricerca Sociale dell'Associazione Artigiani e Piccole Imprese Mestre CGIA*, 59.

AA.VV. (2012). Quaderni di ricerca sull'artigianato. *Rivista di Economia, Cultura e Ricerca Sociale dell'Associazione Artigiani e Piccole Imprese Mestre CGIA*, 60.

AA.VV. (2014). *Poche storie, siamo artigiani. Dodici botteghe narrate tra realtà e finzioni*. Bologna: Edizioni Pendragon/Bottega Finzioni.

AA.VV. (2015). *Costa Brava and Girona Pyrenees. Culture and Identity. Where the land speaks of roots, festivals and genius*. Girona: Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

AA.VV. (2016). *Paraules que treballen el fang*. Valls: Cossetània Edicions.

AA.VV. (2017). *Fuori traccia. Insoliti itinerari materani*. Matera: Altrimedia.

AA. VV. (2017). *Fatto a mano. Artigianato in Italia*. Milano: Touring Club Editore.

AA.VV. (2018). *Matera Capitale Europea della Cultura 2019, Le guide ai sapori e ai piaceri*. Roma: La Repubblica.

AA.VV. (2018). Giù al Sud Matera Superstar. *Gioia Summer*, 22.

AA.VV. (2019). Basilicata - Carta pesta. *Storie di Artigianato Italiano*, 10-15.

Aime, M. (2005). *L'incontro mancato. Turisti, nativi, immagini*. Torino: Bollati Boringhieri.

Aime, M., Papotti, D. (2012). *L'altro e l'altrove. Antropologia, geografia e turismo*. Torino: Giulio Einaudi Editore.



- Amalfi, G. (1898). La festa della Bruna in Matera. *Archivio per lo studio delle Tradizioni Popolari*, XVII, 372-378.
- Angioni, G. (1986). *Il sapere nella mano. Saggi di antropologia del lavoro*. Palermo: Sellerio.
- Angioni, G. (1984). Il Lavoro e le sue rappresentazioni. *La ricerca folklorica. Contributo allo studio della cultura delle classi popolari*, 9.
- Angioni, G. (2007). Se l'artigianato è artistico. In A. Caoci e F. Lai, *Gli "oggetti culturali". L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale* (pp. 58-92). Milano: Franco Angeli Editore.
- Appadurai, A. (1986). *The social Life of Things*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Appadurai, A. (2012). *Modernità in polvere*. Milano: Raffaello Cortina Raffaello.
- Arduini, M., e Puccini, S. (2016). *Dal locale al globale: Prospettive antropologiche tra passato, presente e futuro*. Viterbo: Edizioni Sette Città.
- Ballacchino, K. (2015). *Etnografia di una passione. I Gigli di Nola tra patrimonializzazione e mutamento ai tempi dell'UNESCO*. Roma: Armando.
- Barile, D. (1988). *U Strimml. Lavoro in azione*. Matera: Paternoster.
- Becattini, G. (2015). *La coscienza dei luoghi. Il territorio come soggetto corale*. Roma: Donzelli.
- Belmonte, G. (2019). *Basilicata. Guida agli oggetti della tradizione*. Lecce: Grifo.
- Beniscelli, G. (1976). *Un lavoro sulla porta di casa. Artigiani di Calabria e Basilicata*. Cosenza: Cassa di Risparmio di Calabria e di Lucania.
- Bodei, R. (2009). *La vita delle cose*. Roma-Bari: Laterza.
- Bonetti, R., e Simonicca, A. (a cura di) (2016). *Etnografia e processi di patrimonializzazione*. Roma: CISU Centro d'Informazione e Stampa Universitaria.
- Bonnot, Th. (2002). *La vie des objets. D'utensiles banals à objets de collection*. Paris: MSH.
- Bortolotti, A., Calidoni, M., Mascheroni, S., e Mattozzi, I. (2008). *Per l'educazione al patrimonio culturale 22 tesi*. Milano: Franco Angeli.
- Bortolotto, C. (2008). Dal "paese della mano" al "bel paese": problemi di traduzione del concetto di "tesoro umano vivente". In *Il patrimonio immateriale secondo l'UNESCO: analisi e prospettive* (pp. 145-168). Roma: Lebreria dello Stato- Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato.
- Bortolotto, C. (2010). The Giant Cola Cola in Gravina. Intangible Cultural Heritage, Property, and Territory between Unesco Discourse and Local Heritage Practice. *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology*, 39 (2), 82-94.
- Bourdieu, P. (1983). *La distinzione. Critica sociale del gusto*. Bologna: Il Mulino.

- Bracco, E. (1961). *Arte di pastori*. Matera: “La Scaletta”.
- Bramanti A. (2012). Artigiani e politiche: una metafora dell’Italia che potrebbe farcela. *Quaderni di ricerca sull’artigianato, Rivista di Economia, Cultura e Ricerca Sociale*, 60, 3-40.
- Bravo, G. L. (2001). *Italiani. Racconto etnografico*. Roma: Meltemi.
- Bravo, G. L., Tucci, R. (2007). *I beni culturali demoetno-antropologici*. Roma: Carocci.
- Broccolini, A. (2008). *Scena e retroscena di un patrimonio: artigianato, turismo e cultura popolare a Napoli*. Verona: QuiEdit Edizioni.
- Broccolini, A. (2019). Ascoltare, dialogare, condividere. Riflessioni sui dilemmi dell’intervista in antropologia. *Archivio di Etnografia*, 2 (XIV), 9-46.
- Bronzini, G.B. (1985). *Homo laborans. Cultura del territorio e musei demologici*. Galatina: Congedo.
- Buttita, A. (1996). L’artista popolare e le sue ragioni. In D’Agostino, G., *Arte popolare in sicilia: le tecniche i temi i simboli* (pp. 9-25). Palermo: Flaccovio.
- Caforio, A. (2005). *Il ciclo della vita e la festa nella tradizione popolare italiana*. Roma: EDUCatt Università Cattolica.
- Canestrini, D. (2001). *Trofei di viaggio. Per un’antropologia dei souvenir*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Caoci, A., Lai, F. (2007), *Gli “oggetti culturali”. L’artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale*. Milano: Franco Angeli.
- Caoci, A. (2009). Artigianati. *Antropologia Museale, Rivista quadrimestrale della Società Italiana per la Museografia e i Beni Demoetnoantropologici*, 22 (8), 9 -11.
- Caporaso G., Pentasuglia R. (2020). *Basilicata in rima*. Potenza: Il Salone dei Rifiutati.
- Caracciolo, E. (2014). *Matera. La città dei sassi - The city of the Sassi, Le Guide di Viatoribus*. Portogruaro (VE): Ediciclo Editore.
- Carta, T. (a cura di) (1974). *Artigianato in Puglia e Basilicata*. Roma: Carlo Bestetti Edizioni d’Arte.
- Carulli, R. (a cura di) (2018). *Matera e la Basilicata*, Guide EDT Lonely Planet, seconda edizione, EDT.
- Cascione, D. (2012). *I racconti del museo*. III edizione, Matera: Arteprint.
- Cavalli, A. (2014). *Il valore del mestiere. Elementi per una valutazione dell’eccellenza artigiana*. Venezia: Marsilio.
- Ceci, C. (2019). *Carnet de Voyage. Marie Claire Maison*.
- Chisena, L. A. (1984). *Matera dalla Civita al Piano. Stratificazione, classi sociali e costume politico*. Matera: Congedo.

- Chiva, I. (1990), Le patrimoine ethnologique: l'exemple de la France, in *Encyclopedia Universalis*. Parigi: Symposium.
- Ciabbari, R. (a cura di) (2018). *Cultura materiale. Oggetti, immaginari, desideri in viaggio tra mondi*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Cicchetti, S. (2020). Sarà un bel souvenir: tour virtuale del meglio dell'artigianato made in Italy. *Vanity Fair*, 28-29.
- Cirese, M. A. (1977). *Oggetti, segni, musei. Sulle tradizioni contadine*. Torino: Einaudi.
- Clavell i Nogueras, J. (1976). *La xarbotada: La festa del càntir d'Argentona dins l'antic aplec de Sant Domingo*. Argentona: Museu del Càntir d'Argentona.
- Clemente P. (1980 – 1984). L'arte popolare nell'attuale prospettiva critica. In “*Nuove conoscenze e prospettive del mondo dell'arte*”, supplemento *EUA (Enciclopedia Universale dell'Arte)* pp. 530-549. Novara: De Agostini.
- Clemente P., Rossi E. (a cura di) (1999). *Il terzo principio della museografia. Antropologia, contadini, musei*. Roma: Carocci.
- Clemente, P. (2007). Tra folklore, arte e saperi: le strade intermedie dell'artigianato. In Caoci, A., Lai, F., *Gli “oggetti culturali”. L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale* (pp. 46-57). Milano: Franco Angeli.
- Cogni, F. (2007). La mente creativa, la mano intelligente: il codice Cellini. In Colombo, P. (a cura di), *La grande Europa dei mestieri d'arte. L'artigianato artistico d'eccellenza nei paesi dell'Unione Europea* (p. 12). Milano: Vita e Pensiero.
- Colombo, P. (a cura di) (2007). *La grande Europa dei mestieri d'arte. L'artigianato artistico d'eccellenza nei paesi dell'Unione Europea*. Milano: Vita e Pensiero.
- Connor, S. (2014). *Effetti personali. Vite curiose di oggetti quotidiani*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Coretti, C. (2018). *Artigianato, patrimonializzazione e turismo. Saperi tecnici e creatività culturale*. In AA.VV., *Fucina Madre. Expo dell'artigianato e del design in Basilicata. Basilicata Design & Craft Expo* (pp. 54-59). Matera: APT Basilicata.
- Cossu, G. (2019). *La signora della cartapesta. L'effimero a Matera*. Roma: Nane Edizioni.
- D'Imperio, N., (2019). Mi regali un cuccù. In Russo, M., *Il richiamo dei magici cuccù* (pp. 5-7). Matera: Edizioni Magister.
- Davì, M., Magno, L. (a cura di) (1988). *Mestieri & Mestieri. Viaggio nel passato alla ricerca dei mestieri scomparsi*. Matera: Grafiche Paternoster.
- Dei, F. (2006). Antropologia critica e politiche del Patrimonio. *Antropologia Museale, Rivista quadrimestrale della Società Italiana per la Museografia e i Beni Demoetnoantropologici*, 2 (1), 34-37.

- Dei, F., Meloni, P. (2015). *Antropologia della cultura materiale*. Roma: Carocci.
- De Luca, M. (a cura di) (1962). *L'artigianato della Basilicata. Caratteristiche, problemi, prospettive*. Potenza: Ministero dell'Industria e del commercio, Direzione Generale dell'Artigianato e delle Piccole Industrie.
- De Varine, H. (2005). *Le radici del futuro. Il patrimonio culturale al servizio dello sviluppo locale*. Bologna: CLUEB.
- Dimatteo, T. (a cura di) (2009). *Il piccolo Carro*. Matera: Fondazione Cassa di Risparmio di Calabria e Basilicata.
- D'Aquino, M. (2019). *Nel nome del pane. Segni della cultura agropastorale in Basilicata*. Matera: Altrimedia.
- Espadale, J. (1993). El cas de la industria suro-tapera. *Revista de Girona*, 161, 84-91.
- Fabietti, U., Matera, M. (1997). *Etnografia. Scritture e rappresentazioni dell'antropologia*. Roma: Carocci.
- Fabietti, U. (2015). *Materia sacra. Corpi, oggetti, immagini, feticci nella pratica religiosa*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Fassino, G. (2020). Il caffè espresso: un tratto costitutivo della vita degli italiani. *Palaver*, 9 (2), 167-187.
- Ferracuti, S. (2014). *Manipolazioni: un progetto visivo di Ciriaca Coretti*. *Archivio di Etnografia*, 1 (VII), 45-54.
- Flammia, E. (2017). *Storia dell'arte della cartapesta. Cosa e come è stato costruito con la cartapesta nel corso dei secoli*. Roma: Dino Audino Editore.
- Frescura, P. (2015). *Altri tempi. Attività e mestieri svaniti*. Matera: Edizioni Magister.
- Friel, M. (2011). Artigianato, industrie creative ed economia della creatività. *Quaderni di ricerca sull'artigianato, Rivista di Economia, Cultura e Ricerca Sociale*, 35, 35-45.
- Gentile, P. (1989). *L'artigianato lucano: un cuore antico che guarda al domani*. Potenza: Società Editrice Sud.
- Giampietro, A., Giampietro, D. (1991). *I carri della Bruna. Un secolo di immagini*. Matera: IEM Editrici.
- Giampietro, A. (1997). *I mestieri nell'arte*. Matera: Istituto meridionale di studi demoantropologici, Direzione Provinciale di Matera.
- Graburn, N. H. H. (1984). The evolution of Tourist Arts. *Annals of Tourism Research*, 11, (3), 393 - 419.
- Herzfeld, M. (2004). *The Body Impolitic. Artisans and Artifice in the Global Hierarchy of Value*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Herzfeld, M. (2015). Artigianato e società: pensieri intorno a un concetto. *Antropologia*, 2 (2), 19 - 33.

- Hannerz, U. (2001). *La diversità culturale*. Bologna: Il Mulino.
- Ingold, T. (2019). *Making. Antropologia, archeologia, arte e architettura*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Lai, F. (2004). *Fare e saper fare. I saperi locali in una prospettiva antropologica*. Cagliari: CUEC Editrice.
- Lai, F., (2007). Saperi locali e produzione della località. In Caoci, A., Lai, F., *Gli "oggetti culturali". L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale* (pp. 28-45). Milano: Franco Angeli Editore.
- Lai, F. (2009). Località. *Antropologia Museale, Rivista quadrimestrale della Società Italiana per la Museografia e i Beni Demotnoantropologici*, 8 (22), 72 - 74.
- Lanzara, C. (2016). Patrimonializzare il Made in Tuscany. Gli antropologi chiamati alla certificazione culturale. In Bonetti, R., Simonicca, A., *Etnografia e processi di patrimonializzazione* (pp. 157-178). Roma: CISU Centro d'Informazione e Stampa Universitaria.
- Lochmann, A. (2020). *La lezione del legno. Il lavoro manuale e l'etica del fare*. Milano: Ponte alle Grazie.
- Lombardi Satriani, L. M., e Mazzacane, L. (1991). *I mestieri di un tempo. Le perle della memoria, V. 2*. Roma: 5o&PIU' Società Cooperativa arl.
- MacCannell, D. (2005). *Il turista. Una nuova teoria della classe agiata*. Torino: UTET Università.
- Malinowski, B. (2004). *Argonauti del Pacifico occidentale. Riti magici e vita quotidiana nella società primitiva*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Malo, A. (2018). *Il senso antropologico dell'azione*. Roma: Armando Editore.
- Matera, V. (2015). *La scrittura etnografica. Esperienza e rappresentazione nella produzione di conoscenze antropologiche*. Milano: Elèuthera.
- Mauss, M. (1969). *Manuale di etnografia*. Milano: Jaca Book.
- Mauss, M. (2002). *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*. Torino: Einaudi.
- Mazzilli, A. (2010). *Suono nelle mani. L'arte di Tommaso Niglio*. Matera: La Stamperia Edizioni.
- Maxwell, K. (2017). Where to Stay (and What to Eat) in Matera, Italy. An ancient city of stone and caves, what was old is new again. *The New York Times Style Magazine*, 11.
- Meloni, P. (2011). *La cultura materiale nella sfera domestica*. In Bernardi, S., Dei, F., e Meloni, P., *La materia del quotidiano per un'antropologia degli oggetti ordinari* (pp. 183 -201). Pisa: Pacini.
- Meloni, P. (2018). *Antropologia del consumo. Doni, merci, simboli*. Roma: Carocci.
- Micelli, S. (2011). *Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani*. Venezia: Marsilio.
- Miller, D. (1998). *Teoria dello shopping*. Roma: Editori Riuniti.
- Miller, D. (2013). *Per un'antropologia delle cose*. Milano: Ledizioni SRL.

- Miller, D. (2008). *The Comfort of Things*. Cambridge: Polity Press
- Miller, D. (2014). *Cose che parlano di noi. Un antropologo a casa nostra*. Bologna: Il Mulino.
- Mirizzi, F. (2002). I mestieri della memoria. In Santoro, P., *I mestieri della memoria*. Altamura: Pro Loco Altamura.
- Mirizzi, F. (2005). Tradizioni, oggetti e paesaggio nella prospettiva dei patrimoni culturali. In *Oggetti ritrovati. La cultura agropastorale dell'Alta Murgia* (pp. 29-53). Altamura: Torre di Nebbia Edizioni.
- Mirizzi, F. (2006). Oggetto. *Antropologia Museale, Rivista quadrimestrale della Società Italiana per la Museografia e i Beni Demoetnoantropologici*, 14, 60 - 62.
- Mirizzi, F. (2012). Oggetti, memoria, narrazioni. In Cascione, D., *I racconti del museo, III edizione* (pp. 14-17). Matera: Museo Laboratorio della civiltà contadina.
- Mirizzi, F. (2014). Pane e Pani a Matera e altrove, In Pellettieri, A. (a cura di), *Come sa di sale lo pane altrui. Il Pane di Matera e i Pani del Mediterraneo. Atti del Convegno Internazionale di Studio promosso dall'IBAM-CNR nell'ambito del Progetto MenSALe, Matera, 5-7 Settembre 2014* (pp. 257-269). Foggia: Edizioni Centro Grafico.
- Mirizzi, F. (2018). Un'introduzione al tema della patrimonializzazione. *Tradizione, didattica e patrimonializzazione della musica popolare. Carlo Gesualdo da Venosa. Quaderni el Conservatorio*, II, 13.
- Mirizzi, F. (2019). Prefazione. In D'Aquino, M., *Nel nome del pane. Segni della cultura agropastorale in Basilicata* (pp. 5-7). Matera: Altrimedia.
- Miserocchi, A., Odorizzi, E. (a cura di) (2016). *Mani*. Trento: Italian Stories.
- Mollona, M., Papa, C., Redini, V., Siniscalchi, V. (2021). *Antropologia delle imprese. Lavoro, reti, merci*. Roma: Carocci.
- Morelli, M. (2006). *La festa della Bruna*. Matera: Edizioni Adecom.
- Motta, C., Padula, M. (1989). *La Visitazione e la Festa della Bruna*. Matera: Editrice BMG.
- Nicoletti, N. (2020). Di tradizione in arte: le bizzarrie artistiche del Maestro Raffaele Pentasuglia. *Mathera, Rivista trimestrale di storia e cultura del territorio*, 13, 186 – 190.
- Padiglione, V. (2006), Souvenir. *Antropologia Museale, Rivista quadrimestrale della Società Italiana per la Museografia e i Beni Demoetnoantropologici*, 14 (4), 84 - 86.
- Pairolí, M. (1998). *Quart. Natura, Historia i Artesania*. Quart: Ajuntament de Quart.
- Palumbo, B. (2021). *Lo sguardo inquieto. Etnografia tra scienza e narrazione*. Torino: Marietti.
- Papa, C. (2000). Il prodotto tipico tra patrimonio e mercato: il caso dell'olio extravergine di oliva "Umbria". *Anales de la Fundacion Joaquin Costa*, 17, 193 - 204.

- Paratore, E. (2013). Il patrimonio culturale immateriale dell'Unesco. *Semestrale di Studi e Ricerche Geografia*, 1 (XXV), 205-224.
- Pavanello, M., Borgogni, D., e Romano, A. (1984). *Antropologia ed economia dell'artigianato artistico. Il caso di Torre del Greco*. Milano: Franco Angeli Editore.
- Pavanello, M. (2009). *Fare antropologia. Metodi per la ricerca etnografica*. Bologna: Zanichelli.
- Pennacini, C. (2010). *La ricerca sul campo in antropologia. Oggetti e metodi*. Roma: Carocci.
- Petrucci, M., (2019), I presepi di cartapesta tra i Sassi di Matera. Intervista a Mario Daddiego. *Storie di Artigianato Italiano*. Numero speciale, 12-14.
- Piangerelli, P. (1995). Il soffio magico. *Artigianato tra arte, funzione e design, Rivista Trimestrale*, 17 (V), 14-25.
- Pitzalis, L. (2007). L'artigianato tipico tradizionale tra passato futuro. In Caoci, A., e Lai, F., *Gli "oggetti culturali". L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale* (pp. 162-169). Milano: Franco Angeli.
- Prats, L. (2014). El caràcter magmàtic del patrimoni etnològic. *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 39, 152 - 159.
- Puccini, S. (2005). *L'itala gente dalle molte vite. Lamberto Loria e la mostra di etnografia italiana del 1911*. Roma: Meltemi.
- Rami Ceci, L. (2002). *Porcellane, ninnoli e martingale*. Roma: Armando Editore.
- Rasmussen, H. (1997). Panificazione in Italia meridionale. In Cavalcanti, O., *Paesi e campagne del Sud. Ricerche etnologiche nella Calabria e nella Basilicata degli anni '50* (pp.44-72). Soveria Mannelli (Cz): Rubbettino.
- Redini, V. (2021). Oggetti, prodotti, merci. In Mollona, M., Papa, C., Redini, V., Siniscalchi, *Antropologia delle imprese. Lavoro, reti, merci* (pp. 157-196). Roma: Carocci.
- Riccardi, R. (2018). *Riscatto materano. La vocazione «del fare» della borghesia cittadina*. Bari: Les Flâneurs Edizioni.
- Rizzi, N. (2019). A proposito di timbri del pane. In D'Aquino, M., *Nel nome del pane. Segni della cultura agropastorale in Basilicata* (pp. 15-20). Matera: Altrimedia.
- Robertson, R. (1999). *Globalizzazione. Teoria sociale e cultura globale*. Trieste: Asterios Editore.
- Rocas Gutiérrez, X. (2018). *De Vilà Clara a Vilà-Clara. Família de ceramistes*. La Bisbal d'Empordà: Terracotta Museu, Ajuntament de la Bisbal d'Empordà.
- Rocas Gutiérrez, X. (2017). 500 anys de ceràmica artesana de La Bisbal: entre la tradició i la modernitat. *Ceràmica i terrissa, Revista del Baix Empordà*, 59, 12 - 16.



- Rocas Gutiérrez, X. (2017). El nou Terracotta Museu. Un museo del segle XXI. *Ceràmica i terrissa, Revista del Baix Empordà*, 59, 26 - 29.
- Rocas Gutiérrez, X., Vicens, J. (2016). El terracotta i el de la terrissa. *Dossier Rajolers i Terrissers, Gavarres Rivista*, 30, 35 - 83.
- Romero i Vidal, A., Rosal i Sagalés J. (2014). *La terrissa a Catalunya*. Figueres: BRAU Edicions.
- Ruskin, J. (1982). *Le sette lampade dell'architettura*. Milano: Jaca Book.
- Russo, M. (2019). *Il richiamo dei magici cuccù*. Matera: Edizioni Magister.
- Salizzoni, R. (2007). Arte e comunicazione. Estetizzazione e nostalgia. In Caoci, A., Lai, F., *Gli "oggetti culturali". L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale* (pp. 107-116). Milano: Franco Angeli.
- Santanach i Soler, J., Rosal i Sagalés, J., e Suñol i Ferrer, M. (1998). *La Ceràmica de Quart en la memòria viva: els obradors*. Quart: Ajuntament de Quart e Associació de Terrissers Artesans de Quart.
- Santoro, P. (2002). *I mestieri della memoria*. Altamura: Pro Loco Altamura.
- Sassu, A. (2007). Elementi nuovi, anzi vecchi, per lo sviluppo economico regionale. In Caoci, A., Lai, F., *Gli "oggetti culturali". L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale* (pp. 170-178). Milano: Franco Angeli.
- Scafoglio, D. (2019). Il Sacro Saccheggio. In Cossu, G., *La signora della cartapesta. L'effimero a Matera* (pp. 21-23). Roma: Nane Edizioni.
- Schama, S. (1993). *Il disagio dell'abbondanza. La cultura olandese dell'epoca d'oro*. Milano: Mondadori.
- Semplici, A. (2019). *Il carro e il leone*. Matera: LaStamperia.
- Sennett, R. (2008). *L'uomo artigiano*. Milano: Feltrinelli.
- Simonica, A. (2004). *Antropologia del turismo. Strategie di ricerca e contesti etnografici*. Roma: Carocci.
- Simonica, A. (2010). Patrimonio, comunità, turismo, (sintesi della discussione a cura di Letizia Pellegrini). *Antropologia Museale, Rivista quadrimestrale della Società Italiana per la Museografia e i Beni Demoetnoantropologici*, Anno 9, 25/26 (9), IX - XII.
- Siniscalchi, V. (2007). Sapere antropologico, potere e patrimonializzazione dei saperi in Francia. In Caoci, A., Lai, F., *Gli "oggetti culturali". L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale* (pp. 148-161). Milano: Franco Angeli.
- Spera, E. (1977). *Il Legno del Caprone. Il mondo di un oggetto*. Vol.1. Matera: Il Subbio.
- Spera, E. (1992). Il marchio da pane: l'oggetto, il gesto, il segno. In Papa, C., *Il Pane* (pp. 101-107). Perugia: Electa Editori Umbri.
- Teti, V. (2020). *Nostalgia. Antropologia di un sentimento del presente*. Bologna: Marietti.

- Tarpino, A. (2008). *Geografie della memoria. Case, rovine, oggetti quotidiani*. Torino: Giulio Einaudi.
- Toschi, P. (a cura di) (1967). *Il Folklore. Tradizioni, vita e arti popolari. Conosci l'Italia*, Volume XI. Milano: Touring Club Italiano.
- Tucci, R. (2018). *Le voci, le opere e le cose. La catalogazione dei beni culturali demoetnoantropologici*. Roma: Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, Istituto centrale per il catalogo e la documentazione.
- Turci, M. (2009). Cultura materiale. *Antropologia Museale, Rivista quadrimestrale della Società Italiana per la Museografia e i Beni Demoetnoantropologici*, 22 (8), 27 - 29.
- Wittkower, M., e Wittkower, R. (2008). *Nati sotto Saturno. La figura dell'artista dall'antichità alla Rivoluzione francese*. Torino: Einaudi.

## **Documenti, leggi e testi normativi:**

Articolo 45 comma 2 della Costituzione Italiana.

Articolo 2083 del Codice Civile “piccoli imprenditori”.

Avviso Pubblico DGR n. 196 del 15/03/2019: PO FESR Basilicata 2014-2020-Asse 3 “Competitività” Azione 3B.3.3.2, “La filiera produttiva turistica, culturale e creativa per la fruizione dei beni del patrimonio culturale e naturale della Regione Basilicata. Aiuti ad iniziative per lo sviluppo di imprese delle filiere culturali, turistiche, creative, dello spettacolo e dei prodotti tradizionali e tipici funzionali alla fruizione dei beni del patrimonio culturale e naturale della regione Basilicata”.

Bando di Concorso per la costruzione del Carro Trionfale in onore di Maria SS. della Bruna Edizione 2020.

Carta Internazionale dell’Artigianato Artistico, 2010.

Centro Studi Unioncamere Basilicata, La subfornitura artigiana, Rapporto dell’Osservatorio Regionale sull’Artigianato, Maggio 2004.

Determinazione 5 dicembre 2017 n. 2118.

D.P.R. 288 del 25 maggio 2001.

Empremtes de Catalunya®. Crafts with identity, Generalitat de Catalunya, Departament d’Inovació, Universitats I Empresa, Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM), Barcellona, 2010.

Gazzetta Ufficiale n.164 del 17 luglio 2001, Regolamento concernente l’individuazione dei settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali, nonché dell’abbigliamento su misura.

IRER, Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, L’artigianato artistico e tradizionale in Lombardia, Dicembre 2003.

Legge 1° ottobre 2020, n. 133. Ratifica ed esecuzione della Convenzione quadro del Consiglio d’Europa sul valore del patrimonio culturale per la società, Faro 27 ottobre 2005, G.U. Anno 161°, N. 263.

Legge 11 novembre 1986, n. 771, Conservazione e recupero dei rioni Sassi di Matera.

Legge Quadro n. 443 dell’8 agosto 1985 Art. 1.

Legge regionale 12 agosto 2015 n. 29.

Mesura De Govern, Pla Específic De Protecció I Suport Als Establiments Emblemàtics, Regidoria de Comerç i Consum, Àrea d’Economia, Empresa i Ocupació, Ajuntament de Barcelona, Febbraio 2014.

Raccolta delle Leggi regionali a favore dell'Artigianato, Regione Basilicata, Ufficio artigianato, Villa d'Agri (PZ), Ars Grafica, 1989.

Regione Basilicata, Centro Studi Unioncamere Basilicata, L'Artigianato artistico in Basilicata: problematiche e aree di intervento, Dicembre 2005.

Regione Toscana, Unioncamere Toscana, CNA Toscana, Confartigianato Toscana, Le imprese dell'artigianato artistico e tradizionale in Toscana, Firenze, Ottobre 2001.

## Sitografia:

<http://artigianato.matera.it>

<https://barcelonashoppingcity.com/ca/uniqeshops/>

<http://ceramisteslabisbal.com>

<http://ccam.gencat.cat/>

<https://daciarte.com>

<http://italia-sumisura.it>

<https://museolaboratorio.it>

<https://museudelsuro.cat>

<http://museuslocals.diba.cat>

<https://museuvidarural.cat>

<http://patrimoni.gencat.cat/xarxamuseusgirona>

<https://whc.unesco.org>

<https://www.anticamatera.it>

<http://www.artex.firenze.it/>

<https://www.basilicataturistica.it/tag/fucina-madre/>

<http://www.bottegascuola.it>

<https://www.casagrottadelcasalnuovo.com>

<https://www.carifacarte.it/it>

<https://www.ciudades-ceramica.es>

<https://www.divergo.org/it/>

<https://www.ego55.com>

<https://www.elisajanna.com>  
<https://www.festadellabruna.it>  
<http://www.fondazionecologni.it/>  
<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2020/10/23/263/sg/pdf>  
<http://www.giuseppemitarotonda.it>  
<http://www.homifashionjewels.com>  
<https://www.instagram.com/claudiapentasuglia/>  
<http://www.institut-metiersdart.org/>  
<http://www.italianstories.it/>  
<http://www.lascaletta.net>  
<http://www.manifgatturesigarotoscano.it>  
<https://www.massimocasiello.it>  
<http://www.materasassiinminiatura.it/>  
<http://www.mestieridarte.it>  
<https://www.museoguatelli.it>  
<http://www.museucantir.org/ca>  
<http://www.museuterrissa.cat/>  
<http://www.osservatoriomestieridarte.it/>  
<https://www.progettoarte.info/it/>  
<https://www.schiumapostdesign.com>  
<http://www.scuolemestieridarte.it>  
<http://www.terracottamuseu.cat>  
<https://www.tufaitaly.com>

