

Artigianalità valenzana: retorica e manifattura in un distretto industriale italiano

DI MICHELE FILIPPO FONTEFRANCESCO*

Abstract

Il concetto di artigianalità nel corso degli ultimi due secoli è diventato centrale nel dibattito culturale occidentale. Laddove diverse scuole di pensiero ancora si interrogano sull'effettivo significato del termine, questo articolo esplora etnograficamente l'uso di questo concetto all'interno di una comunità, quella di Valenza, internazionalmente conosciuta per la sua produzione orafa di alta gamma. Analizzando le retoriche che si legano a esso, la ricerca dimostra come "artigianalità" non si riferisce unicamente a un particolare modo di produzione, ma sia una parola chiave che ci parla delle basi culturali di una comunità, delle sue trasformazioni e delle sfide che sta affrontando.

Parole chiave: retorica, gioiello, artigianato, Italia, etnografia.

Ancora recentemente Hewitt (2013), descrivendo gli ultimi cinque anni di storia europea, ha sottolineato come il continente oggi appaia sperduto di fronte alle sfide economiche e politiche che scandiscono il suo orizzonte presente. In tale contesto, l'Italia ha sicuramente vissuto in modo drammatico l'impatto del *credit crunch* e quindi della crisi dell'eurozona. Di fronte al sempre più percettibile declino economico del Paese, il dibattito scientifico si sta concentrando alla ricerca di quegli *asset*, di cui il nostro tessuto imprenditoriale dispone, che possono essere motori di crescita. L'artigianalità appare oggi al centro di questo dibattito, venendo indicata come il principale tratto caratterizzante l'industria nostrana capace di offrire un orizzonte di nuovo sviluppo del paese.

Se, come sottolineato da Micelli (2011), il futuro italiano può essere un "futuro artigiano", è da notare come questo dibattito di assoluta attualità possa essere considerato l'ultimo capitolo di un più ampio dibattito culturale che, iniziato sul finire del Settecento, ha indicato il sapere artigiano come una risorsa e un'alternativa vincente ai paradigmi produttivi dominanti. Se fu la rivoluzione industriale a dare origine all'artigianalità quale categoria

* m.fonтеfrancesco@ unisg.it

analitica, come sottolineato da Greenhalgh (1997) e più recentemente da Adamson (2013), nel corso di due secoli di dibattito culturale questo concetto, dal significato dibattuto, si è affermato come parola chiave (Williams 1983) caratterizzante una galassia eterogenea di fenomeni sociali che hanno come massimo comun denominatore la centralità dell'*agency*, delle conoscenze e del lavoro dell'individuo all'interno di un ciclo produttivo. Da Slow food alle diverse forme di *craftismo* che stanno animando il mondo anglosassone, artigianalità appare la parola attraverso cui è data voce a nuove e vecchie alternative a quegli aspetti del mondo contemporaneo e della sua politica economica percepiti come deleteri per la condizione umana e l'integrità ambientale. Poiché, dunque, il concetto di artigianalità è senza dubbio centrale nel contesto attuale, questo contributo intende esplorare etnograficamente il significato ideale e sociale del concetto di artigianalità all'interno di una comunità e di un tessuto imprenditoriale italiano che più di altri ha legato il suo nome a un modello di produzione basato sulla scarsa meccanizzazione, l'alta creatività, e sul valore dei suoi prodotti: Valenza, uno dei tre principali centri della produzione orafa italiana. Come Herzfeld (2004) ha dimostrato nella sua indagine sugli artigiani di Rethymnon, un approccio emico a tale tema permette di indagare le profonde istanze culturali, i meccanismi di riproduzione dei gruppi sociali che sostanziano economie e realtà locali. In tal senso, l'indagine di come il concetto di artigianalità diventa parte del vissuto degli orafi di Valenza è un modo per indagare le basi culturali dell'economia di quest'industria, mettendo in luce le sue trasformazioni e le sfide che sta affrontando.

Una nota metodologica

Quest'articolo si basa sui dati raccolti durante una ricerca sul campo condotta nel distretto industriale di Valenza, in provincia di Alessandria, tra il 2008 e il 2013.

Valenza è un rappresentativo caso di industria italiana del *made in Italy* e di distretto industriale (Gaggio 2007; Gereffi 2007; Garofoli 2004; Fontefrancesco 2013). L'arte orafa della città è stata fatta conoscere in campo internazionale dai grandi marchi, quali Damiani, Bulgari, Gucci, Cartier e Boucheron¹, che producono a Valenza le loro collezioni. Al di là del contributo dato da queste grandi imprese internazionali, la fortuna di Valenza si lega principalmente alla micro-imprenditorialità che ha contraddistinto i quasi duecento anni dell'industria orafa cittadina. Complessivamente queste aziende descrivono un'economia di rete che "includes a mix of horizontal

¹ www.damiani.it, www.bulgari.com, www.boucheron.com, www.cartier.com, www.gucci.com.

(competitive), vertical (input-output), and diagonal (related services and instruments) specialised activities” (Becattini, Bellandi, e De Propris 2009, p. XVIII). Tale rete produttiva, nel 2004, era costituita da oltre 1.200 ditte e 7.000 addetti (Garofoli 2004): dati che in una città di poco più di 21.000 abitanti evidenziano da una parte il ruolo centrale della gioielleria per la città; dall'altra la natura polverizzata dell'imprenditoria locale (Benzi, Fugagnoli 2004b)². Questa è per larga parte identificabile con realtà organizzate attorno al lavoro, l'esperienza e l'intraprendenza di uno o pochi artigiani-imprenditori direttamente coinvolti nella produzione e coadiuvati da un limitato numero di dipendenti impiegati nella manifattura o nella gestione amministrativa della ditta. La caratteristica fondamentale di questa realtà produttiva, però, non è la frammentarietà imprenditoriale quanto la sua fondamentale integrazione. Infatti, complessivamente, “piccole” e “grandi” imprese costituiscono un sistema produttivo che si espande in una rete relazionale e produttiva dalle “grandi” aziende e dai commercianti di gioielli per arrivare ai più piccoli laboratori artigiani: un'organizzazione economica potenzialmente positiva in momenti di crescita del mercato, ma assai fragile nei momenti di recessione come si è visto nell'ultimo quinquennio (De Marchi, Lee e Gereffi 2013).

La ricerca da me condotta investigava la realtà della produzione locale e l'impatto socio-culturale che la profonda crisi economica iniziata nel 2008 ha avuto sul tessuto produttivo, sui lavoratori della gioielleria e gli abitanti della città (Fontefrancesco 2013). Nell'arco di cinque anni la realtà produttiva ha vissuto la precarizzazione e perdita di circa il 65% dei posti di lavoro e la chiusura del 40% delle aziende come effetto di una crisi del mercato nazionale ed internazionale del gioiello diretta conseguenza del *credit crunch* e della crisi economica dell'Eurozona (De Marchi et al. 2013).

Rimando ad altre sedi per un'analisi approfondita sulle trasformazioni in corso nella città, nel suo essere “città orafa” e a come questo caso studio possa contribuire al dibattito antropologico sui distretti industriali e l'economia flessibile (Fontefrancesco 2013). In questa sede prenderò spunto dai

2 Approssimativamente il 15% delle imprese valenzane, nel primo decennio del XXI secolo, avevano un organico superiore alle 50 unità; solo il 2% oltre le 150 unità (Benzi, Fugagnoli 2004a). La scala ridotta degli impianti produttivi locali può essere letta come una diretta conseguenza della specializzazione produttiva locale, l'alta gioielleria (Gaggio 2007; Gereffi 2007), una produzione che solo nell'ultimo decennio ha iniziato a conoscere una qualche forma di robotizzazione (Paradiso 2008) e che si avvale, ancora oggi, principalmente del lavoro e della maestria manuale degli orafi piuttosto che della complessità tecnologica e della serializzazione della produzione (Gaggio 2007; Gaibisso 1995; Garofoli 2004). Con questo è da considerare, inoltre, il basso costo dell'attrezzatura necessaria per avviare un'attività, stimata nell'ordine delle migliaia di euro, il facile accesso al credito offerto dalle banche locali per l'approvvigionamento delle materie prime (Benzi, Fugagnoli 2004b; Gaggio 2007) e il diffuso *outsourcing* all'interno del distretto che ha caratterizzato l'industria orafa valenzana nel corso del Novecento.

dati di terreno raccolti per riflettere circa il significato sociale del concetto di *artigianalità* per gli orafi della città di Valenza: un concetto particolarmente caro alla città stessa, come si può evincere da una semplice ricerca su internet dei siti anche istituzionali di promozione della città o riviste del settore orafa (per esempio: *L'Orafo* o *18 Karati*) per descrivere l'industria cittadina e la sua economia. Ne deriva un'assoluta pregnanza e frequenza di questa parola all'interno della comunità orafa che la fa parola chiave per descrivere i prodotti, la manifattura e il tessuto imprenditoriale del distretto, l'*ethos* che contraddistingue l'esperienza orafa e la difficile negoziazione tra la realtà produttiva locale e istanze di cambiamento comportate dall'affacciarsi al mercato globale e dalla recente crisi economica. In tal senso, artigianalità è la principale parola chiave del mondo orafa: una porta privilegiata per esplorare questa realtà e il farsi della sua cultura. Da ciò, seguendo una linea epistemologica radicata nell'antropologia della retorica di Carrithers (2005) e Herzfeld (2004), mi soffermerò principalmente non sulla resa pubblicistica di questo discorso, bensì nel discorso quotidiano, nella parola viva degli artefici di questa retorica e di quest'economia, gli orafi, anche utilizzando alcuni lacerti delle interviste raccolte sul campo.

Antropologia e retorica

Per Carrithers:

rhetoric adds to [...] previous depiction[s] of human sociality a more vivid sense of (1) the moving force in interaction, (2) the cultural and distinctly human character of that force, and (3) the creation of new cultural forms in social life (2005, p. 579).

Laddove la dimensione retorica non è un ambito riconducibile alla sola parola (ivi, p. 582), ma una complessa occorrenza di parole e gesti mossi da un intento comunicativo espressione dell'*agency* degli individui inseriti in un contesto definito dal sistema di relazioni e istituzioni di cui sono parte (e vivono), l'analisi della pratica retorica diventa il modo per mettere in luce il farsi di questo sistema di interazioni, significati e relazioni. In tal senso, quest'approccio applicato al nostro ragionamento sul concetto di artigianalità si allontana da una più radicata prassi accademica che ha visto in esso una categoria analitica, attraverso cui classificare, spiegare, valutare le esperienze produttive di particolari terreni e contesti sociali. Anziché definire a priori cosa sia artigiano e cosa non lo sia, l'indagine condotta guarda all'uso corrente del termine all'intero di una comunità, derivandone quindi il senso profondo come strumento per ordinare, classificare, comprendere sé e il mondo. Se, per esempio, Carrithers (2008) ha dimostrato che lo stu-

dio della pronominalizzazione è uno strumento efficace per comprendere il crearsi di barriere identitarie tra gruppi sociali, in questo articolo ci si focalizzerà sul definirsi di una comunità attraverso il concetto di artigianalità. Si guarderà a come questo concetto viene usato dagli orafi e dalla comunità valenzana per raccontare il prodotto, la tecnica produttiva, le forme imprenditoriali di Valenza. Laddove, quindi, questo concetto si lega a diversi aspetti del mondo orafa, tali differenti traiettorie di significato³ mettono in luce elementi minimi distintivi dell'esperienza qualitativa della realtà orafa: usando la terminologia adottata da Chumley e Harkness (2013, pp. 4-6), fondamentali *qualia* della realtà orafa. Alla ricerca di questi "elementi primi" considererò le più frequenti traiettorie di significato riscontrate durante il lavoro sul campo, considerandole come distinti oggetti etnografici. Laddove esse divergeranno, lascerò insoluta l'aporia evitando di imporre unificanti teorie generali dell'artigianato valenzano. Questa scelta non solo va nella direzione di un verismo etnografico, ma vuole restituire al lettore quell'incoerenza che è parte integrante della capacità evocativa di questo concetto e che gli permette di stimolare emozioni e pensieri negli orafi, portandoli a parlare del loro modo di vivere i vari aspetti del loro lavoro. Il mio intento è, quindi, quello di tratteggiare quella specificità poetica che sostanzia tale parola all'interno della comunità e che ne fa una parola chiave, ovvero, come spiega Williams (1983), una parola e un concetto dal valore prominente in una comunità che è al centro di un intenso dibattito culturale.

Il profilo semantico

Per comprendere lo specifico valenzano è, però, necessario tratteggiare brevemente il profilo semantico del termine "artigiano" nella lingua e nella cultura di cui Valenza è parte.

Artigiano in italiano è una parola di derivazione latina che si attesta nel Basso Medioevo per descrivere le produzioni risultanti da particolari tecniche manuali) codificate, *artes*, capaci di donare all'oggetto particolari qualità estetiche e funzionali. Semanticamente vicino a parole quali "artista" e "artistico", artigiano si distingue da esse a partire dal Rinascimento. Seppure la distinzione tra questi sia sostanzialmente lasca, all'artista si riconosce un'attinenza con la singolarità delle tecniche utilizzate, della produzione e del suo attore, mentre all'artigiano si riconosce invece una maggiore standardizzazione delle pratiche utilizzate, una maggiore partecipazione comunitaria al

³ Parlo di traiettorie di significato piuttosto che più semplicemente di significati per definire quei più ampi ambiti semantici che si esprimono coralmente e diacronicamente in cui singole puntuali e momentanee ricorrenze del termine si trovano accomunate mettendo in luce intendimenti comuni e condivisi all'interno del gruppo sociale.

lavoro, e una complessiva minore qualità estetica assoluta della produzione.

Con l'industrializzazione, il termine artigiano conobbe la stessa risemantizzazione che *craft* conobbe nel mondo anglosassone (Adamson 2013), diventando la parola usata per definire un modo di produzione alternativo a quello meccanizzato dell'industria, quindi manuale, individuale, di piccola scala.

Laddove il senso di alterità rispetto alla grande industria si è quindi trasferito anche al campo giuridico, in cui il termine artigiano è diventato sinonimo di piccola impresa, come espresso dalla stessa costituzione della Repubblica italiana (art. 45), il dibattito intellettuale e pubblico ha continuato a usare il termine per descrivere esperienze altre rispetto a quelle della produzione di massa, riconoscendo a esse una maggiore creatività, unicità e un più profondo legame con il territorio in cui esse si esprimono. È in questo contesto semantico che si esprime e si colloca l'*artigianalità* valenzana.

Prodotto artigiano

La retorica identitaria della città di Valenza, come ho già avuto modo di dimostrare (Fontefrancesco 2013, pp. 31-59) è incentrata sulla coincidenza tra la città e l'industria orafa. Nella figura dell'artigiano orafo questa trova il suo simbolo principale. In particolare, la copiosa documentazione fatta di documentari, mostre, ricerche e opere letterarie, che a partire dagli anni Settanta⁴ ha documentato la città e la sua economia hanno identificato l'artigianalità del gioiello valenzano a un primato della manualità dell'orefice.

La mano fabbrile è spesso celebrata tanto nelle parole quanto nei materiali promozionali prodotti dalle ditte cittadine. Un esempio rappresentativo è il materiale pubblicitario prodotto annualmente in occasione di Valenza gioielli, la fiera organizzata dall'Associazione orafa valenzana riservata agli operatori del settore in cui sono presentate annualmente le nuove collezioni delle principali ditte valenzane⁵ in cui la manifattura di gioielli della città è presentata attraverso tre foto d'archivio che raffigurano, in bianco e nero e a colori, la mano di un orafo che, con matita, seghetto e cesello, realizza anelli e collane, idealmente in questo modo completando, manualmente, con semplici strumenti, l'intero ciclo produttivo (Regione Piemonte, Associazione orafa valenzana 2011, p. 14).

La descrizione del prodotto valenzano che queste fonti producono tende quindi a ricalcare una radicale dicotomia uomo-macchina, che tace la reale complessità della produzione orafa odierna e riconduce l'esperienza produttiva a quei modelli preindustriali che, seppure ancora largamente praticati nel secondo dopoguerra (Molina Manenti, 1994), non attengono

4 Per una selezione bibliografica al riguardo: Fontefrancesco 2013, p. 122.

5 Cfr. www.expovalenzagioielli.com.

al presente della città. Questa retorica della manualità, che da vicino ricalca i temi cari ai pensatori del movimento dell'*Arts and Crafts* (cfr. Morris 1888; Ruskin 1851), si esprime da una parte con il riconoscimento e la celebrazione del primato delle capacità creative e produttive degli orafi locali, dall'altro, e soprattutto, con una precisa strategia di attribuzione di valore che va a privilegiare il prodotto fatto a mano rispetto a quello serializzato delle macchine. Infatti, laddove quest'ultimo è descritto dagli orafi come "anonimo", "tutto uguale", "banale", "semplice", il gioiello fatto dalla mano dell'orafo è "unico", "speciale", "innovativo", "originale". Questa retorica definisce quindi i gioielli valenzani come prodotti a pieno titolo di lusso. Se, infatti, come spiegato da Appadurai (1986, pp. 38 e 44), un prodotto di lusso si distingue per la sua scarsità, unicità e "virtuosismo semiotico" che fa di questi oggetti strumenti capaci di esprimere particolari messaggi sociali, il gioiello valenzano, in virtù del lavoro manuale e della manualità dei suoi artefici corrisponde a questo profilo ideale.

È da notare come questo processo simbolico è reso possibile per le caratteristiche della lavorazione locale⁶. Questo dato segna una sostanziale distinzione del prodotto valenzano rispetto a quelli degli altri centri di produzione italiana, in particolare Arezzo e Vicenza. Come dimostrato da Gaggio (2007) nella sua disanima storica sulla nascita dei tre distretti orafi italiani, queste città, nel corso del Novecento, hanno fondato la loro produzione orafa su forme di produzione meccanizzate e serializzate, distinguendo i loro prodotti attraverso retoriche che ne hanno enfatizzato principalmente la qualità e la finezza delle materie preziose, prima tra tutte l'oro⁷.

Attraverso la distinzione tra produzioni "fatte a mano" e "fatte a macchina", e nel riconoscimento del prodotto valenzano come prodotto frutto della manualità degli orafi viene a definirsi una chiara equazione identitaria:

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{prodotto artigiano} \Leftrightarrow \text{prodotto fatto a mano} \Leftrightarrow \text{prodotto valenzano} \\ \text{prodotto non artigiano} \Leftrightarrow \text{prodotto fatto a macchina} \Leftrightarrow \text{prodotto non valenzano} \end{array} \right.$$

Sulla base di quest'equazione è definito il valore e il prestigio delle diverse produzioni, affermando, implicitamente ed esplicitamente, il primato del prodotto valenzano.

6 Con ciò è da notare che la produzione valenzana si è distinta principalmente per la lavorazione di metalli nobili (oro, argento, platino e piombo) e l'uso massiccio di pietre preziose (diamanti, smeraldi, rubini, zaffiri), solo in pochi casi esplorando materiali meno pregiati. In tal senso, la fantasia che caratterizza le produzioni cittadine non si è particolarmente espressa nell'ambito dei *custom jewelry* quanto in quella dell'alta gioielleria.

7 È un esempio celebre il caso della principale ditta aretina, la Unoerre S.p.a. (www.unoerre.it), che a partire dal dopoguerra ha legato la politica del proprio marchio, Uno-A-Erre, quindi le strategie di attribuzione di valore alla propria produzione all'esaltazione della finezza dell'oro utilizzato piuttosto che al lavoro di produzione (Gaggio 2007, p. 179).

In questa retorica è possibile ravvisare i fondamentali elementi di un processo di mercificazione del locale che richiama da vicino le tesi dei coniugi Comaroff. Nella loro analisi comparativa sui processi di mercificazione dei patrimoni culturali locali, essi hanno sottolineato che, quando una comunità intraprende un processo di mercificazione delle proprie specificità locali, è inevitabile la definizione di un “noi” e di un “altro”, in cui a quest’ultimo è riconosciuto uno *status* socio-culturale minoritario, e l’enfaticizzazione, spesso la creazione, delle caratteristiche della realtà locale (Comaroff J.L., Comaroff J. 2009, p. 140) Le caratteristiche locali vengono quindi selezionate e trasformate in *ethno-commodities* (*ivi* p. 20) in cui la realtà locale è racchiusa e quindi pubblicizzata e venduta, nascondendo all’interno le eventuali discrepanze e le incongruenze tra reale e narrato. Seguendo questo ragionamento si potrebbe concludere che la retorica che riconosce nel lavoro manuale dell’orafo il tratto saliente della produzione locale rappresenta un esempio di mercificazione etnica che va a rispondere ai desideri di un pubblico del settore del lusso sempre più interessato a prodotti “autentici”, “locali”, “artigianali”. Se è sicuramente vero che questa retorica si rivolge all’esterno della comunità, al mondo non-valenzano, e che quindi nel silenzio sull’impegno di tecniche meccanizzate e/o computerizzate nella produzione vi sia un certo livello di intenzionalità commerciale, l’elemento razionale non è da esasperare. Come sottolineano i Comaroff (*ivi* pp. 117-138), infatti, i processi di mercificazione etnica tendono a creare retoriche, modi di intendere che si riverberano anche all’interno della comunità, segnandone l’immaginario e portando la stessa comunità a non riconoscere, a non vedere quelle incongruenze nascoste all’interno della scatola nera della merce. Questo, a mio avviso, è il caso di Valenza in cui possiamo vedere i segni di un’assolutizzazione dell’ideale di produzione che va nella direzione di una costruzione della componente intangibile del prodotto capace di soddisfare le esigenze e i desideri di un mercato globale del lusso sempre più interessato a oggetti che si allontanano da produzioni seriali, di massa.

Laddove la retorica del prodotto sembra precludere a ogni forma di avanzamento tecnologico nella manifattura, ciò non avviene nella prassi, seppure l’adozione di nuovi strumenti e metodi di lavorazione risulti oggetto di difficile negoziazione ideale quando gli orafi si apprestano a descrivere il tratto distintivo del loro lavoro.

Esperienza artigiana

Il concetto di artigianalità nel suo uso quotidiano conosce altre sfaccettature semantiche che suggeriscono una non completa riconducibilità di questo concetto a una mera contrapposizione tra “umano” e “non umano” nella manifattura. In tal senso, è particolarmente pregnante la riflessione che si

lega all'essenza del lavoro, a quella tensione creativa e pratica alla base del lavoro orafa che permette a un braccialetto a maglie frutto per lo più del lavoro di un modellatore di catene, o un anello realizzato attraverso una modellazione e una prototipazione computerizzata di essere pienamente riconosciuti come lavori artigianali da parte degli orafi della città.

Per comprendere il profilo di questa dimensione, le parole di una delle mie intervistate, Lucia, possono offrire un primo elemento d'analisi.

Le nuove generazioni pensano che l'unica cosa che serve per creare un gioiello sia un computer. Non ho nulla contro il computer. Ogni giorno lo uso per il mio lavoro e credo che sia un ottimo strumento perché mi aiuta a fare cose che altrimenti non potrei fare. Ma un computer non è l'unica cosa che serve. Loro? Loro non lo capiscono e credono che basti un programma per creare gioielli. Questa è la tomba dell'artigianalità. Sanno a malapena come tenere in mano una matita o una lima e quando trovano una difficoltà si lamentano che è colpa del computer. Cari ragazzi, quello che fate però è la tomba dell'artigianalità! Se non si sa come usare le mani e fare la macchina parte di te, e non viceversa, come si può sperare di raggiungere una qualsiasi forma di artigianalità? Al più ti rischi di ridurre a un'appendice di un computer.

Questo passaggio è tratto da una discussione tra amici e colleghi del marzo del 2009. Durante la conversazione, Lucia, una modellista con oltre trent'anni di esperienza lavorativa e della città, ha raccontato di quando frequentava un corso di formazione per Rinocheros, un programma molto usato nel campo della modellazione digitale di gioielli. Parlando dei suoi compagni di corso, per lo più giovani attorno ai vent'anni con minime esperienze nel campo della gioielleria, e comparando la loro attitudine al lavoro orafa con la sua esperienza professionale, si lamentava di quella che ai suoi occhi appariva una fede acritica nelle potenzialità offerte da una macchina e da un programma. Vedeva questa fiducia come eccessiva perché portava i giovani a non interrogarsi sulle caratteristiche dell'intero processo produttivo. In particolare, quello che condannava apertamente come "tomba dell'artigianalità" era la tendenza a non arricchire e informare l'uso della macchina con altre conoscenze e competenze attinenti alla lavorazione del gioiello, in particolare con quelle tecniche per lo più manuali, quali la cesellatura e la smaltatura, che sono state alla base delle lavorazioni orafe ancora fino a un recente passato (Lenti 1994; Molina Manenti 1994). In tal senso, Lucia concludeva che l'attitudine dei giovani che si affacciano al mestiere orafa rischia di farne mere "appendici di un computer" anziché istradarli a diventare partecipi attori del sapere artigiano del distretto.

Le parole di Lucia ricordano altre testimonianze che individuano l'artigianalità non tanto in una manualità fine a se stessa e antagonista all'uso di avanzati strumenti di lavoro, quanto nel modo, nella tensione interiore, con cui erano usate anche le più complesse strumentazioni. In altre parole, l'essenza artigiana del lavoro orafa coinciderebbe con la capacità dell'individuo

di mantenere e imporre la propria *agency* all'interno del complesso network umano e non-umano del laboratorio manifatturiero grazie alla propria consapevolezza del processo produttivo, alla propria creatività e sapere tecnico.

È chiaro che questa retorica rappresenti una fondamentale idealizzazione dell'esperienza e del mestiere orafa e, quindi, uno strumento attraverso cui la comunità orafa si pensa e individua i propri elementi fondanti, identitari, e si colloca all'interno del più vasto mondo, definendo punti di forza ma soprattutto debolezze rispetto alle trasformazioni, agli stimoli che riceve. La comunità definita dalla sua artigianalità è quindi un gruppo sociale dai confini incerti che si identifica attraverso, usando le parole di Ingold (2000, pp. 295 e 396) e Sennett (2008, pp. 11 e 20), una particolare condizione umana di partecipazione consapevole alla produzione che passa attraverso l'uso di strumenti, di movimenti del corpo e di modi di pensare i materiali e il prodotto: una caratteristica intangibile del lavoro la cui attribuzione è spesso incerta, legata a un giudizio, formulato dai pari o dall'individuo stesso, di "innovatività", "creatività", "precisione" del prodotto e della lavorazione condotta dall'orafa. Attraverso la qualità del proprio lavoro, un orafa si riconosce ed è riconosciuto come artigiano: un vero orafa valenzano. È da notare, quindi, che lo statuto di artigiano non sia una caratteristica innata dell'individuo, quanto un tratto acquisito risultato di un lento e costante apprendimento, quindi d'incorporazione delle abilità e conoscenze tecniche che dovrebbe essere guidato da una tensione verso il miglioramento delle proprie capacità e la conoscenza del prodotto. In tal senso, l'esperienza orafa ascrivibile all'ideale artigiano è implicitamente agonistica e ogni forma di abbandono di questa lotta è in qualche modo censurata, come le parole di Lucia forniscono prova. Le ragioni di quest'abbandono sono molteplici: se la marginalizzazione della conoscenza delle tecniche manuali può essere un esempio, le vicissitudini della vita lavorativa e le dinamiche di mercato ne possono presentare altre. Usando le parole di uno dei miei intervistati:

Il successo di un particolare prodotto o di una lavorazione; una domanda costante nel tempo e numerosa per un determinato oggetto possono portare anche il migliore artigiano a sedersi... a smettere la ricerca. Poi c'è sempre chi si accontenta, chi sta bene a fare sempre le stesse cose senza cercare di imparare ogni giorno qualcosa di nuovo. In questi casi il sapere artigiano viene meno.

Emerge quindi la profonda fragilità dell'*artigianalità* del lavoro, cui l'individuo è in qualche modo chiamato a trovar rimedio continuando un percorso di ricerca e coltivando uno sguardo attento sulla produzione. Le parole, commento di un mastro orafa di settant'anni, in passato impegnato direttamente nella formazione professionale, però, spronano a una riflessione più ampia rispetto alla comunità orafa e al suo interagire all'interno di un mercato globale. Il riconoscimento della sostanziale fragilità di quello che è

visto come il principale tratto identitario della comunità orafa è un'implicita dichiarazione della sostanziale debolezza della comunità, quantomeno al presente, di fronte alle sfide poste dal mercato globale. Se questo può essere considerato come uno sprone per la creatività e il saper fare orafa in quanto ricettivo a nuovi prodotti che per foggia, materiali e lavorazione si distinguono da quelli già disponibili, dall'altro la necessità di serializzare la produzione, o la tendenza a un conformismo produttivo che distingue lo sviluppo stesso dell'offerta possono risultare in dinamiche deleterie nella durata delle propensioni creative del tessuto produttivo locale.

Questa relazione segnata da una fondamentale ambivalenza sembra suggerire una sostanziale marginalità della comunità orafa rispetto al mercato globale del gioiello, al vasto mondo di una realtà da cui si raccolgono stimoli, risorse materiali e immateriali, ma con la quale il rapporto è segnato da una sostanziale difficoltà di controllo e anticipazione, che fanno di questo inevitabilmente una fonte di rischi per la tenuta complessiva della comunità. Questo modo di sentire e parlare del mercato che oggi è percepibile nella comunità è fortemente stridente con le narrazioni che ci testimoniano un'ampia bibliografia scritta tra gli anni Settanta e gli anni Novanta (per una disanima: Fontefrancesco 2013, pp. 4-8). In tale periodo di espansione del tessuto orafa e della sua affermazione all'interno del mercato internazionale, il mercato globale era visto come dimensione da dominare e dominata proprio attraverso quell'artigianalità che oggi, dopo un quinquennio di forte recessione e, più generalmente, d'un decennio di difficoltà, si vede messa implicitamente in pericolo.

Se dunque la particolare contingenza del presente può avere inciso nel definire un senso di fragilità nella comunità, un altrettanto forte senso di marginalità rispetto al vasto mondo si può leggere nella diffidenza verso l'impiego di tecniche di meccanizzazione della produzione, di cui si è detto. Questo può essere letto come l'espressione culturale di una storia locale in cui le tecnologie principali che hanno segnato lo sviluppo della gioielleria valenzana nell'ultimo cinquantennio (dalla fionda per la fusione introdotta negli anni Cinquanta, ai più recenti sistemi Cad/Cam, introdotti sul finire degli anni Novanta) non sono stati risultati di esperienze locali, quanto piuttosto strumenti importati dall'esterno, dalle altre città orafe o dall'estero. Il fatto che la tecnologia sia descritta come un elemento minaccioso, da essere addomesticato e comunque tenuto a bada, poiché potenzialmente capace di sovvertire e pervertire il micro-cosmo artigianale, mette in luce quest'alterità e ci presenta il ritratto di una realtà produttiva che, a dispetto di lusinghiere descrizioni, è per lo più soggetto passivo e non propositivo degli sviluppi tecnologici del settore orafa. Si tratta dunque di una situazione di subalternità mai completamente superata in città a dispetto delle numerose iniziative di promozione tecnologica, tra queste l'organizzazione di V+, un'esposizione dedicata alle nuove tecnologie per il settore manifatturiero, organizzata annualmente dall'Associazione orafa valenzana.

Alla luce di ciò, si può concludere che la retorica dell'artigianalità del lavoro orafa non solo palesa un'ideale *ethos* produttivo in cui la comunità orafa si riconosce, ma soprattutto evidenzia il fondamentale senso di fragilità, di incertezza che la segna di fronte alle sfide economiche del presente.

Impresa artigiana

La retorica di artigianalità si lega quindi ai prodotti e al metodo di produzione orafa tracciando distinte traiettorie di significato che ci raccontano del distretto orafa, della sua storia e delle sfide del presente. Tale retorica si lega, inoltre, più generalmente all'intero tessuto valenzano e in particolare alle sue aziende.

Considerando la specifica configurazione del *milieu* produttivo, costituito da diverse centinaia di aziende e con una media complessiva di sei addetti ciascuna, questa retorica sembrerebbe indicarci una completa adesione della narrazione emica al lessico giuridico italiano. Laddove, però, la definizione giuridica vede il numero complessivo di lavoratori e la partecipazione del proprietario all'attività produttiva come fondamentali elementi definenti un'azienda artigiana (ex legge 443 del 1985), il carattere artigiano di un'impresa è riconosciuto nel suo essere espressione di uno specifico modello di partecipazione all'interno della comunità che coinvolge l'individuo a partire dal suo apprendistato. Per comprendere lo statuto di artigianalità di un'impresa è quindi utile brevemente ripercorrere l'itinerario che scandisce la vita lavorativa di un orafa, distinguendo fra tre fasi: apprendistato, maturità e impresa.

L'apprendistato copre i primi anni di lavoro. Comprende generalmente un periodo di formazione formale nelle scuole professionali cittadine⁸ e continua durante i primi anni di attività lavorativa (Benzi, Fugagnoli 2004a). L'apprendistato formale è regolato dal Decreto legislativo 273/2006, e prevede un periodo di lavoro temporaneo di massimo tre anni che combina momenti di formazione all'impegno diretto nella produzione. Al di là di questo, l'apprendistato dei giovani si sviluppa attraverso altre pratiche formali e informali che vedono la partecipazione dell'individuo alla produzione. Durante questo periodo, il giovane è generalmente affiancato da un orafa più esperto che lo guida nella produzione e dal quale impara, "ruba

8 Fino al 2013 sono state due le scuole che impartivano corsi di studio mirati all'apprendimento dei mestieri orafi: la Scuola di formazione Foral e l'Istituto statale d'arte Benvenuto Cellini, che ha cessato attività dopo la conversione in liceo artistico. L'Isa Cellini fu aperto nel 1950, come primo istituto professionale della città, per iniziativa dell'Associazione orafa valenzana. Ha offerto corsi di studio superiori di cinque anni con un triennio sostanzialmente comune e un biennio di specializzazione. Il Foral offre un corso professionale triennale per studenti con licenza media e corsi semestrali o annuali di approfondimento legato a tecniche e strumenti particolari, quali la progettazione Cad/Cam.

con gli occhi” le tecniche del lavoro⁹.

A differenza di quanto poteva succedere nelle gilde medievali descritte da Sennett (2008, p. 58) dove l'apprendistato orafa terminava ritualmente con la realizzazione di un “capolavoro”, di un'opera di particolare maestria tecnica, nessun rito di passaggio segna la fine di questa fase di vita lavorativa. Il passaggio alla maturità è graduale e il nuovo *status* è sostanzialmente riconosciuto per l'autonomia dell'individuo nel processo produttivo. Usando le parole di uno dei miei intervistati: “Uno è maturo quando non ha bisogno che qualcuno di più esperto gli stia dietro tutto il tempo.”

Un marcatore importante seppure non rituale dell'avanzamento della carriera è l'assunzione a tempo pieno da parte di una ditta: un fondamentale attestato di fiducia espresso da una ditta nei confronti delle capacità presenti e future di un individuo e quindi un formale accreditamento dell'individuo all'interno della comunità orafa.

La maturità lavorativa, spesso raggiunta da ragazze e ragazzi durante i loro vent'anni, è segnata da un lavoro a tempo pieno, ufficialmente di quaranta ore settimanali, seppure nei momenti di punta dell'anno non siano rari i casi in cui si superino le sessanta ore, impegnando sabati e domeniche. La giornata lavorativa trascorre dalle otto alle diciotto, con una pausa di una o due ore per il pranzo. Seppure possa essere richiesto ai lavoratori di svolgere qualche commissione al di fuori della ditta, per lo più la giornata è spesa all'interno del laboratorio, in un microcosmo fatto di poche stanze, un banchetto, pochi strumenti e un numero spesso molto limitato di colleghi (vedi figura 4).

La vita lavorativa di un orafa può esprimersi interamente in un'esperienza di lavoro dipendente, spesso segnata da cambi di ditte legati ad aumenti di salario. A dispetto di ciò, mi è stato più volte indicato che il culmine dell'esperienza lavorativa non consiste tanto nella crescita progressiva del compenso quanto nell'apertura di una propria ditta: “Avere una fabbrica è il top di una carriera. Non si è più dipendenti... non si ha più un capo, anzi si è un capo”.

L'impresa è intesa quindi come un mezzo di auto-realizzazione dell'individuo. Questo dato avvicina l'esperienza di Valenza agli altri distretti investigati dal dibattito antropologico¹⁰, ma laddove più comunemente l'apertura di un'impresa rappresenta un obiettivo spesso difficile da raggiungere, dati gli

9 Seppure ampia letteratura abbia descritto l'apprendistato come una fase di apprendimento sostanzialmente antagonista tra maestro e apprendista, scandita da silenzi e dalla furtiva osservazione delle pratiche produttive (Herzfeld 2004; Maher 2007; Sennett 2008), tale non mi è parso il caso a Valenza. Nei laboratori visitati, gli artigiani più esperti sembravano aperti nei confronti dei più giovani, richiedevano la loro vigile attenzione e disponibilità a seguirli anche dopo le ore di lavoro per continuare a esercitarsi con le tecniche e gli strumenti del mestiere.

10 Per una disanima: Fontefrancesco 2013, pp. 11-16.

alti costi d'impianto e avviamento, a Valenza questa è stata una possibilità alla portata della maggioranza degli addetti del settore. Infatti, la scarsa meccanizzazione della produzione, il complessivo basso costo delle attrezzature, la limitata necessità di spazi, ha permesso un costo di *start-up* dell'ordine di poche decine di migliaia di euro¹¹. Queste condizioni hanno portato alla creazione di un vasto tessuto di micro e piccole aziende manifatturiere, profondamente integrato da processi di esternalizzazione della produzione (Gereffi 2007). In tale contesto, in particolare per le "fabbriche" nate prive di una vocazione commerciale e spesso specializzate in specifiche fasi del ciclo produttivo, la risorsa fondamentale risiedeva nella capacità dell'imprenditore di essere integrato nel tessuto distrettuale¹², trovando in esso le commesse necessarie per la propria impresa sfruttando i propri contatti personali con altri imprenditori, prima di tutto il proprio precedente datore di lavoro¹³.

È riferendosi a questo modo di fare azienda, che ha segnato e distinto il successo del distretto orafa nel corso del Novecento (Gaggio, 2007), che durante il lavoro sul campo gli orafi intervistati avevano visto nella crisi iniziata nel 2008 un venir meno dell'artigianalità del territorio. Il repentino azzeramento delle ordinazioni internazionali degli ultimi mesi del 2008 e del 2009, l'arretramento della posizione del prodotto italiano sul mercato estero, il crollo del mercato interno italiano a partire dal 2009 (De Marchi et al. 2013) furono la cornice in cui si venne a definire il paesaggio, la quotidianità di Valenza a partire dal 2008. Mentre l'esperienza del mestiere orafa si legò sempre più a cicli di cassa integrazione, licenziamenti, rinegoziazioni in senso peggiorativo di contratti, tra il 2008 e il 2012 da un punto di vista imprenditoriale si vide il rafforzamento delle aziende orientate commercialmente, attraverso processi di re-internalizzazione delle produzioni prima estese all'interno del distretto, e il tracollo delle aziende contoterziste, quelle cioè che più rappresentavano l'ideale di artigianalità imprenditoriale. Il risultato di questo processo si legge

11 Inoltre, l'approvvigionamento delle materie prime, in particolare dell'oro, si è legato a pratiche di prestito bancario agevolato che hanno ridotto sostanzialmente l'ammontare dei capitali finanziari necessari per intraprendere questo tipo di impresa.

12 Infatti, seppure non manchino le ditte con una vocazione commerciale, capaci quindi di sviluppare le proprie collezioni e quindi venderle sul mercato finale, come ancora recentemente rimarcato (Gereffi 2007, De Marchi et al. 2013), il distretto valenzano si caratterizza per una diffusa produzione di reti dove la maggior parte delle aziende ha come core business la lavorazione in conto terzi per altre ditte del distretto o per grandi aziende del settore del lusso (Fontefrancesco 2013).

13 In tal senso, laddove il più delle ditte nascono dalla decisione di un orafa di lasciare il rapporto di subordinazione, un ruolo fondamentale nell'avvio delle nuove attività è svolto dagli stessi ex-datori di lavoro. Dall'Ottocento, infatti, è comune nella città il fenomeno della cosiddetta figliolanza (Gaggio 2007, p. 78), cioè l'usanza da parte di un datore di lavoro di fronte alla crescita del talento di un particolare dipendente – e quindi di fronte al rischio di perderlo perché attratto dalle offerte economiche di altre ditte – di incoraggiarlo e sostenerlo a mettersi in proprio, con la prospettiva di produrre in conto terzi parte dei gioielli.

in due stime, ribadite pubblicamente il 16 aprile 2014 dal responsabile della sede territoriale di Valenza e già presidente nazionale della Confederazione nazionale dell'artigianato e della piccola e media impresa artistico e tradizionale, Luciano Ponticello: -65% di occupazione; - 40% di aziende dal 2008 al 2012. Usando una metafora proposta da uno dei miei intervistati, un imprenditore orafo cinquantenne con trentacinque anni di attività nel settore: "Il grande albero della gioielleria di Valenza si è ridotto al suo tronco, lasciando cadere quasi tutte le sue foglie e i rami".

In questo lungo autunno, assieme alle fronde sembra venire meno quel modello di impresa che era coronamento della partecipazione all'economia *artigiana* orafa iniziando a far intravedere una nuova stagione di gioielleria dominato da imprese più grandi, internazionali, in cui la manualità, le tecniche che hanno scandito il passato anche recente del distretto verranno a essere inserite in una nuova cornice economica dal profilo ancora incerto.

Conclusioni

Di fronte al crescente dibattito sul tema del sapere artigiano e del suo ruolo nel futuro dell'economia italiana e occidentale, in questo contributo ho voluto abbandonare un intento nomotetico nei confronti del tema dell'artigianato. Più che cercare universali definizioni di artigianalità e quindi provare l'aderenza, o la non aderenza, del caso locale a tale alto ideale, ho inteso esplorare etnograficamente questo concetto, mostrando come esso rappresenti uno strumento capace di investigare le idealità che si legano in una comunità, come quella di Valenza, al prodotto, all'esperienza lavorativa, alla struttura stessa della sua economia. Ho fatto ciò ricostruendo le retoriche che legavano il concetto di artigianalità a questi tre aspetti dell'economia orafa della città piemontese, lasciando evidenti le differenze e le distanze che dividono le diverse retoriche. Alla luce di queste aporie si può concludere che il concetto di artigianalità non possa essere considerato una categoria analitica esprimente un'ideale teoria emica dell'artigianato valenzano, o dell'artigiano valenzano; piuttosto, esse aprono un ampio campo semantico in cui gli individui possono sviluppare le proprie narrazioni. Pertanto, artigianalità diventa parola evocativa capace di esprimere precise geografie produttive e di affetti che caratterizzano la storia passata e presente di questa comunità.

La capacità di questo concetto di parlare delle sfide che la città sta vivendo apre però una domanda circa il futuro. La profonda precarizzazione dell'esperienza lavorativa e il difficile rapporto con il mercato globale che colpiscono la comunità sono oggi viste sempre più chiaramente come cause di una prossima fine dell'artigianalità valenzana: una fine della comunità, delle pratiche e delle basi economiche che hanno retto e contraddistinto l'esperienza industriale cittadina. È sicuramente possibile che questo giudi-

zio sia segnato da un pessimismo figlio dell'emozione e non di un calcolo preciso; ciò non deve però far sottostimare la debolezza che oggi vive questa realtà territoriale, più volte indicata nel dibattito accademico come un caso rappresentativo di distretto industriale italiano. La percezione di tale fragilità dovrebbe indurre a una riflessione sul più generale futuro della nazione e dell'effettiva capacità delle sue realtà produttive di sapere di diventare attivi poli di sviluppo in un contesto di ripresa economica europea.

In conclusione, allargando il respiro della riflessione, il caso valenzano può rappresentare uno strumento per ripensare al dibattito circa il tema dell'artigianato. Abbandonando per un momento la fiera contrapposizione tra scuole di pensiero, il sovrapporsi, contrapporsi, o semplicemente allinearsi della moltitudine di definizioni che sviluppano il discorso sembrano suggerirci non tanto la mancanza di una teoria generale dell'artigianato; piuttosto, si potrebbe concludere che non solo in una cittadina sulle rive del Po i concetti di artigianato e di artigianalità, più che categorie analitiche, rappresentino complessivamente oggetti evocativi capaci di raccontarci e ripensare il mondo in cui viviamo cercando di superarne i limiti e forse costruire più solide fondamenta umane alla presente economia. La sfida più emozionante probabilmente sta nel domandarsi come porre queste nuove basi, piuttosto che lottare per scoprire ideali e prime verità.

Bibliografia

- Adamson, G., (2013), *The Invention of Craft*, Oxford, Bloomsbury Academic.
- Appadurai, A., (1986), Introduction: Commodities and the Politics of Value, in Appadurai, A., ed., *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 3-63.
- Becattini, G., Bellandi, M. e De Propriis, L., (2009), *A Handbook of Industrial Districts*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Benzi, C., Fugagnoli, P., (2004a), Mercato del lavoro. Problemi di reclutamento e strategie formative, in Garofoli, G., a cura di, *Il distretto orafa di Valenza. Tendenze evolutive e prospettive*, Milano, Franco Angeli, pp. 103-108.
- (2004b), Struttura e dinamica del sistema orafa valenzano, in Garofoli, G., a cura di, *Il distretto orafa di Valenza. Tendenze evolutive e prospettive* Milano, Franco Angeli, pp. 31-56.
- Carrithers, M., (2005), Why Anthropologists Should Study Rhetoric, *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 11, pp. 577-583.
- (2008), From Inchoate Pronouns to Proper Nouns: A Theory Fragment with 9/11, Gertrude Stein, and an East German Ethnography, *History and Anthropology*, 19, pp. 161-186.
- Chumley, L.H., Harkness, N., (2013), Qualia, *Anthropological Theory*, 13,

pp. 3-11.

- Comaroff, J.L., Comaroff, J., (2009), *Ethnicity, Inc.*, Chicago, University of Chicago Press.
- De Marchi, V., Lee, J. e Gereffi, G. (2013), Globalization, Recession and the Internationalization of Industrial Districts: Experiences from the Italian Gold Jewellery Industry, *European Planning Studies*, 12, pp. 1-19.
- Fontefrancesco, M.F., (2013), *The End of the City of Gold? Industry and Economic Crisis in an Italian Jewellery Town*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars.
- Gaggio, D., (2007), *In Gold We Trust: Social Capital and Economic Change in the Italian Jewelry Towns*, Princeton, Princeton University Press.
- Gaibisso, A.M., (1995), *L'industria orafa italiana. Struttura e strategie di settore*, Milano, Franco Angeli.
- Garofoli, G., a cura di, (2004), *Il distretto orafa di Valenza. Tendenze evolutive e prospettive*, Milano, Franco Angeli.
- Gereffi, G., (2007), La catena del valore dell'oro e del gioiello nel distretto di Valenza, *Newsletter dell'Osservatorio del distretto di Valenza*, 1, pp. 20-44.
- Greenhalgh, P., (1997), The History of Craft, in Dormer, P., ed., *The Culture of Crafts*, Manchester, Manchester University Press.
- Herzfeld, M., (2004), *The Body Impolitic: Artisans and Artifice in the Global Hierarchy of Value*, Chicago, University of Chicago Press.
- Hewitt, G., (2013), *The Continent Lost*, London, Hodder&Stoughton.
- Ingold, T., (2000), *The Perception of the Environment: Essays on Liveliness, Dwelling and Skill*, London, Routledge.
- Lenti, L., (1994), *Gioielli e gioiellieri di Valenza. Arte e storia orafa 1825-1975*, Torino, Allemandi.
- Maher, V., (2007), *Sarte, sartine e cambiamento sociale 1860-1960*, Torino, Rosenberg & Sellier.
- Micelli, S., (2011), *Futuro Artigiano: L'innovazione nelle mani degli Italiani*, Venezia, Marsilio.
- Molina, M.G., Manenti, M.C., (1994), *Oro e lavoro. Cento anni di oreficeria in Valenza 1840-1940*, Torino, Lindau.
- Morris, W., (1888). The Revival of Handicraft, *Forthnightly Review*, pp. 331-341.
- Paradiso, R., (2008), All'interno delle imprese per rilanciare il distretto. Lo *study tour*, *Newsletter dell'Osservatorio del distretto di Valenza*, 1, pp. 12-20.
- Regione Piemonte, Associazione orafa valenzana (2011), *Valenza gioielli. Catalogo 2011*, Valenza, Associazione orafa valenzana.
- Ruskin, J., (1851), *The Stones of Venice*, London, Smith, Elder & Co.
- Sennett, R., (2008), *The Craftsman*, London, Penguin.
- Williams, R., (1983), *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, London, Fontana.



*Figura 4 – Banco orafa attrezzato. Valenza (AL), 2012.
Scatto Michele Filippo Fontefrancesco. DIRITTI RISERVATI.*