

GLI OGGETTI COME MERCI NEL TARDO MEDIOEVO

Fonti scritte e fonti materiali

A CURA DI RICCARDO RAO E FEDERICO ZONI



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO
DIPARTIMENTO DI STUDI STORICI



Milano University Press

Gli oggetti come merci. Un'introduzione

di Riccardo Rao - Federico Zoni

in *Gli oggetti come merci nel tardo medioevo: fonti scritte e fonti materiali*

Dipartimento di Studi Storici 'Federico Chabod'
dell'Università degli Studi di Milano - Milano University Press

Quaderni degli Studi di Storia Medioevale e di Diplomatica, VIII

<<https://riviste.unimi.it/index.php/SSMD>>

ISSN 2612-3606

ISBN (edizione cartacea) 979-12-5510-271-7

ISBN (edizione digitale) 979-12-5510-272-4

DOI 10.54103/2611-318X/28188

Gli oggetti come merci nel tardo medioevo: fonti scritte e fonti materiali

Quaderni degli Studi di Storia Medioevale e di Diplomatica, VIII

<<https://riviste.unimi.it/index.php/SSMD>>

ISSN 2612-3606

ISBN 979-12-5510-271-7 (edizione cartacea)

ISBN 979-12-5510-272-4 (edizione digitale)

DOI 10.54103/2611-318X/28188

Gli oggetti come merci. Un'introduzione*

Riccardo Rao

Università degli Studi di Bergamo

riccardo.rao@unibg.it

Federico Zoni

Università degli Studi di Bergamo

federico.zoni@unibg.it

1. Gli oggetti degli storici

Acceso nel corso del Novecento dalle ricerche etnografiche e antropologiche, l'interesse per gli oggetti da parte degli storici è cresciuto con il passare dei decenni¹. In particolare, gli studi prodotti per il basso medioevo (spesso inteso nel suo prolungamento verso il Rinascimento) negli ultimi decenni ruotano attorno a due aspetti, almeno in parte collegati: da un lato, il consumo, nelle differenze tra città e campagna e dall'altro, in relazione con le ricerche storico-artistiche, la moda e il gusto per le cose (anche collezionistico per l'età moderna), che ha finito per centrare l'attenzione soprattutto sugli oggetti di lusso e stravaganti².

* Il paragrafo 1 è a cura di Riccardo Rao; il paragrafo 2 a cura di Federico Zoni; il paragrafo 3 è a cura di entrambi.

¹ V. almeno i seminali lavori di MALINOWSKI, *Argonauti del Pacifico occidentale*; MAUSS, *Saggio sul dono*.

² Per l'ambito italiano, si devono almeno citare i fondamentali lavori di MUZZARELLI, *Valore/valori e oggetti della moda nel Basso Medioevo*; GOLDTHWAITE, *Ricchezza e domanda nel mercato dell'arte*; WELCH, *Shopping in the Renaissance; Una nuova cultura del consumo*. V. anche MAZZI - RAVEGGI, *Gli uomini e le cose nelle campagne fiorentine*. Per la modernistica e per l'influenza della storiografia

A livello europeo, la messa a fuoco sugli oggetti come merci e sulle loro specificità è avvenuta soprattutto attraverso l'articolata riflessione sul valore delle cose, grazie alla campagna di indagini lanciata da Laurent Feller e Ana Rodriguez, dove peraltro la situazione dell'Italia tardomedievale non viene, se non marginalmente, toccata³. Di qui lo spunto per rilanciare un'indagine che, a partire dal caso italiano e dalla messa in relazione tra fonti scritte e fonti materiali, si focalizzi sul tema della circolazione degli oggetti come merci nel tardo medioevo e sulla svolta nella commercializzazione rappresentata da tale epoca⁴. Solo, infatti, attraverso una lettura consapevole di tali differenti categorie di fonti possono essere letti in profondità i meccanismi che associavano in maniera inestricabile produzione, consumo e commercio⁵. E le connessioni che legano gli oggetti al piano locale e a quello globale, così come sono state ricostruite per l'età moderna⁶.

Anche se non mancano nel dibattito definizioni diversificate, che nelle versioni più ampie includono tutto ciò che fa parte del sentito degli individui, l'oggetto si distingue dalla cosa innanzitutto per i legami che intesse con la società, vale a dire per le relazioni di vario tipo – economiche, affettive, materiali – che vengono stabilite con le persone, talvolta in maniera differenziata per gruppi sociali⁷.

In una prospettiva più circoscritta che intendiamo qui adottare, l'oggetto rispetto ad altre tipologie di merci si distingue per tre caratteristiche: la natura di manufatto, l'individualità e il fatto di essere un prodotto finito. L'individualità – tanto che degli oggetti si può ricostruire persino una biografia – si definisce in buona misura in base al valore che proprietari, produttori, compratori e donatori attribuiscono a questi beni, incluso il legame affettivo che ne può scaturire: gli oggetti «consistono non soltanto in cose, ma anche nel significato che detengono per le persone»⁸. Da questo punto di vista, il processo di qualificazione e aggettivazione degli oggetti, stimolato dalle classificazioni merceologiche che presiedono alla loro commercializzazione, risulta decisivo. Prendiamo in considerazione a tal proposito e solo a titolo di esempio i daziari, una tipologia di fonte che ha ricevuto un'attenzione storiografica limitata, ma che con i suoi elenchi di prodotti di varia natura disponibili sul mercato e sottoposti a dazio, per lo più classificati per tipologia, costituisce un eccellente punto di osservazione della variegata vita degli oggetti nelle città italiane. Tra i vari beni che menzionano, compaiono spesso elenchi ben descritti dei tessuti, e in particolare dei panni di lana, che si

italiana sull'argomento, v. AGO, *Il gusto delle cose*.

³ *Objets sous contrainte; Expertise et valeur de choses au Moyen Âge*.

⁴ Per la commercializzazione tardomedievale v. almeno *Dynamiques du monde rural*.

⁵ Sono fondamentali, da questo punto di vista, gli spunti contenuti in FELLER, *Culture matérielle et histoire économique*.

⁶ V. al riguardo *The Global Lives of Things*.

⁷ All'interno di un dibattito vastissimo, in cui spicca almeno *The Social Life of Things*, rimando alla recente sintesi di WILSON, *Commerce and Consumers*, in particolare a p. 381 per la distinzione tra cose e oggetti proposta da Jervis, Briggs e Tompkins).

⁸ La citazione è tratta da GERRITSEN - RIELLO, *Material culture history*. Per la biografia delle cose: KOPYTOFF, *The Cultural Biography of Things*. Per oggetti ed emozioni, v. almeno *Feeling things*.

potevano trovare al mercato. Il processo di definizione va di pari passo con la specializzazione bassomedievale delle produzioni, in base alle caratteristiche tecniche e alla provenienza. È del resto in quest'epoca che si diffonde un vocabolario della distinzione tessile ancora in uso nelle mercerie fino a pochi decenni fa. La provenienza, in particolare, diviene un elemento qualificativo di rilievo anche dal punto di vista denominativo: si dice, per esempio, «panni di Poperinge», «panni di Malines», «panni di Monza», «panni della Valle Imagna», «bercandi di Udine», «saia d'Irlanda», «saia di Scozia» e così via. Oppure il colore, il materiale, una decorazione o una caratteristica possono divenire distintivi dell'individualità, spesso comunque associata a una provenienza: i daziari menzionano quindi «panni sottili» (a Beinette vicino a Cuneo), «panni scarlatti» e «baraccani vergati vermigli» (a Cagliari), o i «panni bianchi di Lille», le «mezzelane veronesi» e quelle bresciane (a Milano). Così come può esserlo, passando a insieme più circoscritti di oggetti (per esempio quelli identificati dagli inventari), la proprietà, espressa anche attraverso segni distintivi apposti sui manufatti, come sulle balle di lana; oppure il marchio di fabbrica, come nel caso degli utensili in ferro o persino delle filigrane per la carta.

In maniera analoga, anche la natura di prodotto finito dipende in buona misura dal modo in cui gli oggetti vengono percepiti ed esplicitati nelle fonti. Per esempio, nella maggior parte degli inventari, difficilmente troveremo chiodi e porte che compongono una casa, poiché i redattori le assimilano alla casa stessa: a meno che non assumano un valore particolare o non vengano ritenute isolabili dal resto del contenitore, tali 'componenti' vengono per lo più taciute. Tuttavia, non sempre è così: nella zona di Bormio, anche rispetto ad altre aree limitrofe della montagna lombarda, gli inventari in maniera sistematica menzionano le porte e descrivono nel dettaglio la presenza di serrature e chiavi⁹. La cultura notarile locale insegna dunque ai notai a percepire l'individualità di oggetti che altrove rimangono invisibili nei documenti. E, aggiungiamo, ne rafforza più in generale l'individualità e la dimensione relazionale qualificandoli, in misura crescente soprattutto fra Tre e Quattrocento, attraverso attributi spaziali: dicendo cioè in quali stanze di una casa si può trovare un determinato oggetto.

Anche le fonti scritte legate alla circolazione degli oggetti come merci non sono esenti da simili dinamiche, in cui la percezione rafforza (o indebolisce) la natura di prodotto finito e la sua individualità. Torniamo ai daziari, che fanno pochissimi riferimenti agli oggetti in ceramica: almeno in parte, tale sottorappresentazione potrebbe essere legata alla possibilità che i manufatti ceramici che contenevano merci, per esempio spezie, non venissero registrati, in quanto percepiti e considerati come semplici involucri. Insomma, allo stesso modo per cui oggi le etichette

⁹ Soltanto a titolo di esempio, BRACCHI, *Passaggio di proprietà di una torre in Bormio*: «vide licet canipa una murata cum buleo uno in ipsa canipa, becheria una cum hostio feri, seratura et catenazio ac clave feri ad ipsam canipam». Tale considerazione apre il campo alla grande questione storiografica della relazione tra percezione dello spazio e cultura notarile, aperta, in ambito anglosassone, soprattutto dagli studi di SMAIL, *Cartografie immaginarie*.

del supermercato descrivono prodotti senza considerare lo scatolame: vale a dire, riportano 'latte' o 'pomodori' e non 'latte in contenitore di cartone' o 'pomodoro in scatola di plastica'. Se tale considerazione è valida, ci aiuta a meglio comprendere la natura subordinata di alcuni manufatti ceramici, usati come contenitore, rispetto ai loro contenuti di maggior valore sul mercato. E dunque come ancora una volta la grande commercializzazione bassomedievale degli oggetti abbia influito sui processi di definizione di questi ultimi, nella loro distribuzione materiale, ma anche nella loro percezione culturale.

Per meglio definire la relazione tra oggetti e merci, ci sembra utile ricorrere agli studi sui consumi. Negli ultimi decenni, essi hanno mostrato una decisa intensificazione bassomedievale dei beni individuali, che poté essere agevolata dalle trasformazioni sociali successive alla peste, che aumentarono le disponibilità di ricchezze di molte famiglie.

La crescita dei consumi avrebbe coinciso con un vero e proprio *object turn*, se si può applicare quest'espressione coniata per descrivere la crescente attenzione storiografica agli oggetti anche all'ingresso più massiccio di questi ultimi nelle case delle persone di ogni estrazione¹⁰. L'*object turn* è infatti innanzitutto una metamorfosi sociale, poiché gli oggetti non solo ampliano la loro gamma di disponibilità sul mercato, ma smettono di essere innanzitutto un prodotto per le élite per divenire accessibili ad ampi settori della popolazione¹¹.

In particolare, due sono i processi economici che guidano il trionfo tardomedievale degli oggetti, la commercializzazione e la 'commodificazione' (dall'inglese *commodification*): è più familiare agli storici il primo, che riguarda la penetrazione capillare dei commerci nel mondo urbano, ma anche nei mercati dei borghi e nelle campagne¹². La relazione con la grande diffusione delle cose è ben nota. Da questo punto di vista, il presente volume aiuta a meglio definire il rapporto tra la commercializzazione e le geografie economiche locali e globali del tardo medioevo: in questo, ci sembra di potere proporre un superamento producendo una vista d'insieme che non si limiti alla constatazione di tali processi e alla loro penetrazione nella società, ma li spazializzi in funzione delle dinamiche produttive locali e della relazione con gli itinerari commerciali. Forse perché si ritiene implicita la relazione tra oggetto e consumo, la riflessione è stata invece finora minore sulla 'commodificazione' degli oggetti tardomedievali, vale a dire sulla dinamica che porta alcune categorie di beni, non necessariamente prodotti per essere venduti, a trasformarsi in merci. Ma questa relazione non è così scontata. Nell'epoca considerata, i manufatti escono in larga misura dalle dinamiche dell'autoproduzione e finiscono per diventare beni acquistati sul mercato. Ben documentato dalle fonti archeologiche, lo studio delle fonti scritte, e degli inventari in particolare, getta ulteriore luce su questo aspetto decisivo per l'avvento dell'età degli oggetti.

¹⁰ *Object Links*.

¹¹ SMAIL, *Legal Plunder*, pp. 15-16.

¹² BRITNELL, *The Commercialisation of English society*.

In questo processo, essi conquistano una loro *agency* nello spazio sociale: fanno la storia, perché la loro presenza condiziona e determina sempre più le categorie mentali e le modalità della percezione emotiva delle persone¹³, cioè il loro modo di vivere. Si tratta per certi versi di una svolta epocale, che raggiunge il suo culmine nella società contemporanea, se, come ricorda Frank Trentmann nel suo fondamentale *L'impero delle cose*, oggi un normale cittadino europeo possiede circa 10000 oggetti¹⁴. Si tratta di scale ben diverse dal centinaio di oggetti, che, dagli inventari tardomedievali raccolti nel progetto *Documentary Archaeology of the Late Medieval Europe* coordinato da Daniel Smail, sembrano costituire la media tardo-medievale¹⁵. Eppure, è in quel momento che si è attuata la svolta che conduce al mondo dei consumatori attuali.

2. Oggetti e archeologia: una convergenza naturale

L'archeologia, d'altro canto, non può non parlare di oggetti. Tuttavia, a seconda dei momenti storiografici, e delle varie tappe di maturazione di una disciplina come l'archeologia medievale, o dell'archeologia post-classica in generale, il loro ruolo è cambiato notevolmente¹⁶.

Credo sia noto ormai a quasi tutti: l'oggetto principe per l'archeologo è senz'ombra di dubbio la ceramica, secondo quella maledizione evocata da Moses Finley, e ribadita da molti, sull'indistruttibilità dei cocci¹⁷. Il vantaggio del punto di vista della ceramica è dato appunto dalla sua eccellente conservazione negli strati archeologici (si tratta di un materiale pressoché impossibile da riciclare), che ne garantisce un campione abbastanza affidabile, ma anche dai suoi aspetti qualitativi, sui quali l'archeologia si interroga da tempo. Il periodo che qui si esamina vede una rottura drastica nella cultura materiale medievale con la comparsa delle ceramiche rivestite, come le maioliche e le graffite, che compaiono generalmente tra la fine del Duecento (maioliche arcaiche) e la metà del Trecento (graffite arcaiche). A differenza di quelle precedenti, che sembrerebbero soprattutto legate a una drastica regionalizzazione dei commerci, le produzioni basso e tardo medievali si diffondono, in particolare dall'inoltrato XIV secolo e nel corso del successivo, in modo capillare sul territorio nazionale e internazionale¹⁸. Le principali aree di produzione (senza pretesa di completezza) sembrerebbero essere stati i grandi centri padani, come Bologna e Faenza, Venezia e la Lombardia orientale, oltre ai famosi centri della Toscana quali Pisa, Montelupo Fiorentino e Cafaggiolo, dell'I-

¹³ *Feeling Things*.

¹⁴ TRENNMAN, *L'impero delle cose*, p. XI.

¹⁵ Il sito del progetto si trova all'url: <https://dalme.org/>.

¹⁶ Desidero ringraziare vivamente il prof. Sauro Gelichi per la rilettura del testo, per il confronto sul tema e per le utili indicazioni fornite al momento della stesura del contributo.

¹⁷ FINLEY, *The Ancient Economy*.

¹⁸ In generale, si rimanda all'ormai classico *Ceramiche, città e commerci*.

talia centrale, come Deruta, Pesaro e Urbino, per non citare gli ulteriori grandi centri produttori dell'Italia meridionale¹⁹.

Ma qual è stato per gli archeologi il ruolo degli oggetti, e della ceramica in particolare? I primi studi, come già ricordato, furono senz'altro guidati da interessi di tipo antiquario. Si parla di lavori iniziati già a cavallo tra XIX e XX secolo, proliferati almeno fino agli anni '60 del secolo scorso, per una rassegna dei quali il profilo migliore continua a essere quello tracciato, ormai da tempo, da Sauro Gelichi²⁰. Sebbene caratterizzati da un approccio di tipo collezionistico, questi lavori che potremmo definire 'tassonomici' delle ceramiche rivestite influenzarono notevolmente la nascita delle archeologie post-classiche. Attraverso la sistemazione di importanti seriazioni cronotipologiche, iniziate dalle collezioni e successivamente affinate con i rinvenimenti dai primi scavi urbani (stratigrafici e non), le ceramiche medievali divennero un vero e proprio fossile guida al pari delle grandi seriazioni tipologiche delle ceramiche antiche. Tali studi di lì a poco dettero il via a numerose sequenze sub-regionali che definirono sempre meglio le tappe di espansione di questi manufatti.

Tuttavia, uno degli aspetti che maggiormente separano l'archeologia medievale vera e propria da questi primi studi fu la nascita in seno alla scuola di Tiziano Mannoni dell'archeologia della produzione²¹, rivolta non solo alle ceramiche, ma a tutti gli aspetti delle produzioni preindustriali. Si tratta inizialmente di un punto di vista dalla prospettiva del consumo²², che ben presto si emancipa dalla storia della tecnica per indagare i meccanismi sociali ed economici che sottendono al ciclo produttivo²³, oltre alle conseguenze sociali e ambientali della produzione²⁴.

L'aspetto qualitativo delle ceramiche (soprattutto di quelle basso e tardo medievale che caratterizzano l'arco di tempo analizzato da Loc-Glob) ha aperto diverse riflessioni. Non solo si è cercato di verificarne l'effettiva rilevanza nelle economie antiche, come oggetto finito o come oggetto funzionale al trasporto di altre materie prime, ma anche, attraverso gli studi formali e produttivi, come spia dei flussi commerciali. Dal punto di vista sociale, invece, la ceramica si è dimostrata particolarmente utile come potenziale indicatore di status socioeconomico²⁵. Le ceramiche rivestite, in particolare, hanno prestato in più occasioni il fianco a interpretazioni portate da una lettura estetizzante: la presenza di ceramiche di im-

¹⁹ NEPOTI, *La maiolica arcaica nella Valle padana*; GELICHI - NEPOTI, *La "maiolica arcaica" a Bologna*; GELICHI, *La ceramica a Faenza nel Trecento*; BLAKE, *Maiolica medievale in Lombardia*; BERTI - CAPPELLI - FRANCOVICH, *La maiolica arcaica in Toscana*. Per un quadro generale v. GELICHI, *Introduzione all'archeologia medievale*, pp. 210-216, oltre ad AUGENTI, *Archeologia dell'Italia medievale*, pp. 232-239.

²⁰ GELICHI, *Introduzione all'archeologia medievale*, pp. 51-70.

²¹ MANNONI - GIANNICHEDDA, *Archeologia della produzione*.

²² *Archeologia delle attività estrattive*.

²³ GIANNICHEDDA, *Antichi mestieri*.

²⁴ MANNONI - GIANNICHEDDA, *Archeologia della produzione*, p. XVII; GELICHI, *Introduzione all'archeologia medievale*, p. 206.

²⁵ ORTON - TYERS - VINCE, *Pottery in Archaeology*; FORNACIARI, *La maiolica di Montelupo*.

portazione dai grandi atelier urbani veniva ricondotta direttamente a uno status sociale elevato del proprietario, a discrete capacità economiche, e alla possibilità di attingere e rifornirsi su un mercato di ampio raggio²⁶.

Tuttavia, questa sorta di sillogismo 'ceramica rivestita - oggetto di pregio - indicatore di status elevato' negli ultimi anni è stato ampiamente messo in discussione nel momento in cui si è resa manifesta la necessità di comprendere quale ruolo questo indicatore possa avere in una verosimile ricostruzione di storia sociale attraverso un approccio più quantitativo, che qualitativo. Alessandra Molinari, in un bilancio critico sulla sezione di archeologia della produzione del II congresso nazionale di archeologia medievale, mette esplicitamente in risalto il problema dell'utilizzo della ceramica come diretto indicatore dello status sociale²⁷. Ad esempio, la presenza di materiali di importazione non deve essere semplicisticamente ricondotta a un maggiore o minore riconoscimento sociale, quanto, piuttosto, a una maggiore o minore facilità di approvvigionamento di un sito.

Questa svolta quantitativa nello studio degli oggetti basso medievali da parte degli archeologi ha portato di fatto a più ampie considerazioni sul trend generale dei consumi tra XIII e XV secolo.

Ciò che infatti sembra caratterizzare maggiormente questo periodo è, oltre allo stacco tecnico e tecnologico nella produzione ceramica, una progressiva e sempre più capillare diffusione dei prodotti finiti, anche in contesti che difficilmente possono essere ricondotti a cosiddetti *central places*. È un fenomeno che sembra affermarsi soprattutto dal XIV secolo. Non più un uso di ceramica decorata da parte delle élite, ma una sua diffusione via via sempre maggiore anche nei ceti medi. Una richiesta che influenzò anche le produzioni, che a partire da questo periodo si fecero difatti sempre più imponenti, sino a raggiungere la creazione di distretti che potremmo quasi definire proto-industriali. È noto, ad esempio, come dopo le esperienze urbane legate alla prima comparsa delle maioliche arcaiche, nel corso del Trecento si assistette a una progressiva delocalizzazione dei grandi centri produttivi. È il caso delle produzioni di Montelupo Fiorentino, un fenomeno probabilmente di portata sovra regionale²⁸. Recentemente Paola Orecchioni ha mostrato, inoltre, come questa linea di tendenza non sia esclusiva solo dell'Italia, ma si riscontri anche nelle produzioni inglesi; si ribadisce, di fatto, il progressivo aumento non solo delle produzioni ma anche degli areali di distribuzione di questi prodotti che, nel corso del Trecento, divennero un vero e proprio fenomeno 'globale'²⁹.

²⁶ *Maiolica in Italy and Beyond*; FORNACIARI, *La sostanza delle forme*. Sui rinvenimenti di maiolica mediterranea in Inghilterra v. da ultimo BLAKE, *Archaic Maiolicas in the North*.

²⁷ MOLINARI, *La ceramica medievale in Italia*.

²⁸ BERTI, *Il Museo della Ceramica di Montelupo*.

²⁹ ORECCHIONI, *Produzione, circolazione e consumo*, p. 103; MOLINARI - ORECCHIONI, *La dinamica dei consumi attraverso le fonti archeologiche*, p. 267.

3. Un oggetto interdisciplinare d'indagine

Riflettere dunque sugli oggetti come merci costituisce innanzitutto una sfida metodologica, capace di mettere in evidenza attraverso la comparazione le deformazioni prospettiche e il sovradimensionamento che la narrazione di alcune classi merceologiche ha assunto rispettivamente e in forme diverse nei percorsi storiografici e nei percorsi archeologici.

Si pensi soltanto alla rilevanza dei manufatti in ceramica come fonti materiali, che finiscono per costituire il principale indicatore economico per l'archeologia e che sono invece un attore marginale nelle fonti scritte. Viceversa, quelli in legno costituiscono, soprattutto nell'Italia settentrionale, un elemento importante delle economie locali e delle dotazioni di mobilio tardomedievali, realizzate attraverso specifiche produzioni che Rinaldo Comba ha ricostruito grazie alle fonti scritte³⁰. In maniera analoga, i tessuti, in particolare quelli in lana, costituiscono il cuore del dibattito storico-economico sul tardo medioevo, ma sono un attore pressoché assente dalla grande narrazione archeologica.

Si pensi poi agli oggetti in metallo. Tra quelli più numerosi con visibilità archeologica contenuti nei dazari vi sono senza dubbio quelli in ferro. Questa classe di materiali è probabilmente quella con più coerenza, dal punto di vista quantitativo, tra fonti storiche e archeologiche. Parallelamente, difatti, i manufatti in ferro sono quelli in assoluto più numerosi sia nei dazari medievali, sia nei materiali provenienti da scavi di XIII-XV secolo. Tuttavia, a differenza della ceramica, questi giungono a noi con un carico informativo ben inferiore. Ciò è dovuto al fatto che la maggior parte di questi sono oggetti per il lavoro, o per la vita quotidiana, o ancora per la casa, tutti comunque (o quasi) ascrivibili a quelle classi di manufatti che ben presto raggiunsero il cosiddetto ottimo tecnologico. Sono oggetti che non mutano né nella forma, né nella sostanza, che solo a volte possono essere ricondotti a periodi cronologici definiti (ma solitamente abbastanza ampi) e che sono pressoché impossibili da ricondurre a specifiche produzioni. Si tratta dunque di manufatti che difficilmente possono aiutare l'archeologo nella ricostruzione dei quadri economici antichi. Ancora, oggetti trascurati tanto dagli storici quanto dagli archeologi, perché nel complesso marginali ai grandi circuiti economici, che possono tuttavia essere riscoperti, come è avvenuto per i cassoni studiati da Kathleen Wilson³¹.

Il volume qui proposto offre dunque un contributo a una migliore comprensione della circolazione degli oggetti nel basso medioevo. Insieme alla riflessione metodologica sulle fonti proposta dai saggi qui raccolti, l'emersione degli oggetti nella vita di tutti i giorni e i processi di commercializzazione che li interessano possono essere interpretati alla luce di chiavi di lettura cronologiche e geografiche. Cronologiche, poiché è possibile identificare in tutta Italia una frattura che

³⁰ COMBA, *Contadini, signori e mercanti*, p. 114.

³¹ WILSON, *Commerce and Consumers*. Sui cassoni v. anche TANGHERONI, *Fonti e problemi della storia del commercio*, p. 18, con rimando a BALDUCCI PEGOLOTTI, *La pratica della mercatura*.

nel corso del Trecento rende sempre più capillare la circolazione delle merci d'importazione non soltanto nei centri maggiori, ma anche nelle campagne: ciò si riscontra, per esempio, tanto in Sicilia, quanto in Italia settentrionale. Geografiche poi, perché proprio fra XIV e XV secolo emergono due dinamiche parallele. Da un lato si rileva con sempre maggiore chiarezza un'Italia globale, che condivide ormai una grammatica comune degli oggetti, identificabili spesso in formule linguistiche analoghe, in molte delle fonti scritte prese in esame, per esempio nell'ambito tessile. L'Italia tardomedievale diviene dunque globale grazie a processi di intensificazione della connettività che consentono di reperire ormai qualsiasi oggetto su qualsiasi mercato, e alla diffusione su larga scala di alcuni prodotti: pensiamo soltanto alle ceramiche siriane ritrovate nei contesti alpini. Dall'altro, però, si delinea anche un'Italia fatta di distretti economici che si differenziano su scala regionale per la circolazione degli oggetti. Quest'Italia delle regioni assume profili ben caratterizzati: così, per esempio, la Puglia guarda con maggiore decisione all'Egeo, mentre la Sardegna guarda al Tirreno e al Mediterraneo occidentale.

BIBLIOGRAFIA

- RENATA AGO, *Il gusto delle cose. Una storia degli oggetti nella Roma del Seicento*, Roma 2006.
- Archeologia delle attività estrattive*, a cura di RICCARDO FRANCOVICH, Firenze 1993.
- ANDREA AUGENTI, *Archeologia dell'Italia medievale*, Roma-Bari 2016.
- FRANCESCO BALDUCCI PEGOLOTTI, *La pratica della mercatura*, Cambridge 1936.
- FAUSTO BERTI, *Il Museo della Ceramica di Montelupo*, Firenze 2008.
- GRAZIELLA BERTI - LAURA CAPPELLI - RICCARDO FRANCOVICH, *La maiolica arcaica in Toscana*, in *La ceramica medievale nel Mediterraneo Occidentale*, Firenze 1986, pp. 483-510.
- HUGO BLAKE, *Archaic Maiolicas in the North, c. 1280-1450*, in *Maiolica in Italy and Beyond* [v.], pp. 25-56.
- HUGO BLAKE, *Maiolica medievale in Lombardia*, in *Scritti in ricordo di Graziella Massari Gaballo e di Umberto Tocchetti Pollini*, Milano 1986, pp. 333-341.
- REMO BRACCHI, *Passaggio di proprietà di una torre in Bormio nel 1452*, in «Bollettino storico dell'Alta Valtellina», 1 (1998), pp. 23-62.
- RICHARD HUGH BRITNELL, *The Commercialisation of English society, 1000-1500*, Manchester 1993.
- Ceramiche, città e commerci nell'Italia tardomedievale*. Atti del convegno (Ravello 3-4 maggio 1993), a cura di SAURO GELICHI, Mantova 1998.
- RINALDO COMBA, *Contadini, signori e mercanti nel Piemonte medievale*, Roma-Bari 1990.
- Documentary Archaeology of the Late Medieval Europe*, <https://dalme.org/>.

- Dynamiques du monde rural dans la conjoncture de 1300. Échanges, prélèvements et consommation en Méditerranée occidentale*, éd. MONIQUE BOURIN - FRANÇOIS MENANT - LLUÍS TO FIGUERAS, Roma 2014.
- Expertise et valeur de choses au Moyen Âge, II, Savoirs, écritures, pratiques*, éd. LAURENT FELLER - ANA RODRIGUEZ, Madrid 2016.
- Feeling things. Objects and emotions through history*, ed. by STEPHANIE DOWNES - SALLY HOLLOWAY - SARAH RANGLES, Oxford 2018.
- LAURENT FELLER, *Culture matérielle et histoire économique*, in *La culture matérielle: un objet en question. Anthropologie, archéologie et histoire*, éd. LUC BOURGEOIS - DANIELLE ALEXANDRE-BIDON - LAURENT FELLER - PERRINE MANE - CHATERINE VERNA - MICKHAËL WILMART, Caen 2018, pp. 161-174.
- ALESSANDRA MOLINARI, *La ceramica medievale in Italia ed il suo possibile utilizzo per lo studio della storia economica*, in «*Archeologia Medievale*», XXX (2003), pp. 1-10.
- MOSES ISRAEL FINLEY, *The Ancient Economy*, Berkeley-Los Angeles 1973.
- ANTONIO FORNACIARI, *La maiolica di Montelupo: un indicatore di status socio-economico?*, in *Pensare/classificare. Studi e ricerche sulla ceramica medievale per Graziella Berti*, a cura di SAURO GELICHI - MONICA BALDASSARRI, Firenze 2012, pp. 111-126.
- ANTONIO FORNACIARI, *La sostanza delle forme: morfologia e cronotipologia della maiolica di Montelupo Fiorentino*, Firenze 2016.
- SAURO GELICHI, *La ceramica a Faenza nel Trecento. Il contesto della Cassa Rurale e Artigiana*, Faenza 1992.
- SAURO GELICHI, *Introduzione all'archeologia medievale. Storia e ricerca in Italia*, Roma 1997.
- SAURO GELICHI - SERGIO NEPOTI, *La "maiolica arcaica" a Bologna*, in *Atti del XXVI Convegno internazionale della ceramica*, Albisola 1990, pp. 183-201.
- ANNE GERRITSEN - GIORGIO RIELLO, *Material culture history. Methods, practices and disciplines*, in *Writing material culture history*, ed. by ANNE GERRITSEN - GIORGIO RIELLO, London 2021.
- ENRICO GIANNICCHEDDA, *Antichi mestieri. Archeologia della produzione*, Genova 1996.
- The Global Lives of Things. The Material Culture of Connections in the Early Modern World*, edited by ANNE GERRITSEN - GIORGIO RIELLO, London-New York 2016.
- RICHARD GOLDTHWAITE, *Ricchezza e domanda nel mercato dell'arte in Italia dal Trecento al Seicento*, Milano 1997.
- IGOR KOPYTOFF, *The Cultural Biography of Things*, in *The Social Life of Things* [v.], pp. 64-94.
- Maiolica in Italy and Beyond. Papers of a symposium held at Oxford in celebration of Timothy Wilson's Catalogue of Maiolica in the Ashmolean Museum*, ed. by JOHN MALLET - ELISA PAOLA SANI, Oxford 2021.
- BRONISŁAW MALINOWSKI, *Argonauti del Pacifico occidentale*, Torino 2004.
- TIZIANO MANNONI - ENRICO GIANNICCHEDDA, *Archeologia della produzione*, Torino 1996.
- MARCEL MAUSS, *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Torino 2002.

- SERENA MAZZI - SANDRO RAVEGGI, *Gli uomini e le cose nelle campagne fiorentine del Quattrocento*, Firenze 1983.
- ALESSANDRA MOLINARI - PAOLA ORECCHIONI, *La dinamica dei consumi attraverso le fonti archeologiche. Secoli VIII-XV*, in *La Crescita economica dell'Occidente medievale. Un tema storico non ancora esaurito*. Atti del convegno (Pistoia, 14-17 maggio 2015), Roma 2017, pp. 255-276.
- MARIA GIUSEPPINA MUZZARELLI, *Valore/valori e oggetti della moda nel Basso Medioevo*, in «Reti Medievali Rivista», 24/1 (2023), pp. 439-448 (<https://doi.org/10.6093/1593-2214/10022>).
- SERGIO NEPOTI, *La maiolica arcaica nella Valle padana*, in *La ceramica medievale nel Mediterraneo occidentale*. Atti del III congresso internazionale (Siena 8-12 ottobre - Faenza 13 ottobre 1984), Firenze 1986, pp. 409-418.
- Una nuova cultura del consumo? Paradigma italiano ed esperienze europee nel tardo Medioevo*. Atti del convegno del Centro italiano di studi di storia e d'arte (Pistoia, 17-19 maggio 2019), Roma 2021.
- Object Links. Dinge in Beziehung*, Wien 2020.
- Objets sous contrainte. Circulation des richesses et valeur des choses au Moyen Âge*, éd. LAURENT FELLER - ANA RODRIGUEZ, Paris 2013.
- PAOLA ORECCHIONI, *Produzione, circolazione e consumo della ceramica nel Trecento. Analisi comparata di alcuni contesti toscani e inglesi*, in «Archeologia Medievale», XLIII (2016), pp. 97-113.
- CLIVE ORTON - PAUL TYERS - ALAN VINCE, *Pottery in Archaeology*, London 1993.
- DANIEL LORD SMAIL, *Legal Plunder. Households and debt collection in Late Medieval Europe*, Cambridge-London 2016.
- The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, ed. by ARJUN APPADURAI, New York 1986.
- MARCO TANGHERONI, *Fonti e problemi della storia del commercio mediterraneo nei secoli XI-XIV*, in *Ceramiche, città e commerci* [v.], pp. 11-22.
- FRANK TRENTMANN, *L'impero delle cose. Come siamo diventati consumatori. Dal XV al XXI secolo*, Torino 2023.
- EVELYN WELCH, *Shopping in the Renaissance. Consumer cultures in Italy, 1400-1600*, Yale 2009.
- KATHERINE ANNE WILSON, *Commerce and Consumers: the Ubiquitous Chest in the Late Middle Ages*, in «Journal of Interdisciplinary History», 51/3 (2020), pp. 377-404 (https://doi.org/10.1162/jinh_a_01591).

Tutti i siti citati sono da intendersi attivi alla data dell'ultima consultazione: 31 ottobre 2024.

TITLE

Gli oggetti come merci. Un'introduzione

Objects as commodities. An introduction

ABSTRACT

L'interesse per gli oggetti nella ricerca storica è cresciuto nel tempo, con particolare attenzione al basso medioevo, quando la commercializzazione e la diffusione dei beni di consumo subirono una trasformazione significativa. Questo contributo esplora la circolazione degli oggetti come merci attraverso l'analisi di fonti scritte e materiali, evidenziando il ruolo centrale della commercializzazione e della 'commodificazione' nel tardo medioevo. L'indagine si concentra sull'Italia, mettendo in relazione produzioni locali, commercio e consumo. Si analizzano fonti come i daziari, che rivelano classificazioni merceologiche e il valore attribuito agli oggetti. Inoltre, il contributo considera il ruolo dell'archeologia nel ricostruire la storia economica attraverso la ceramica e altri manufatti. L'object turn medievale segna l'inizio di una trasformazione sociale che porterà all'economia del consumo moderno, con oggetti sempre più presenti nella vita quotidiana e accessibili a strati più ampi della popolazione.

The interest about objects in historical research has grown over time, with a particular focus on the late Middle Ages, when the commercialization and diffusion of consumer goods underwent a significant transformation. This study explores the circulation of objects as commodities through the analysis of written and material sources, highlighting the central role of commercialization and 'commodification' in the late medieval period. The investigation focuses on Italy, linking local production, trade, and consumption. Sources such as tax records reveal the classification of goods and the value attributed to objects. Additionally, the study examines the role of archaeology in reconstructing economic history through ceramics and other artifacts. The medieval object turn marks the beginning of a social transformation that would lead to today's consumer economy, with objects becoming increasingly present in daily life and accessible to broader segments of the population.

KEYWORDS

Oggetti, Commercio, Consumo, Fonti storiche, Cultura materiale.

Objects, Trade, Consumption, Historical sources, Material culture.