

Carte Semiotiche 2023

Fotografia analogica e fotografia digitale: un riesame



la casa
USHER

Carte Semiotiche
Annali 8

Carte Semiotiche

Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine
Annali 8 - Settembre 2023

Fotografia analogica e fotografia digitale: un riesame

A cura di
Dario Mangano e Miriam Rejas Del Pino

SCRITTI DI
AMAGLIO, BEATO, CRESCIMANNO, DEL PILAR,
FONTCUBERTA, MANCHIA, MANGANO, MIGNANO,
MOLAY, REJAS DEL PINO, SANZERI

la casa
USHER

Carte Semiotiche
Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine
Fondata da Omar Calabrese
Serie Annali 8 - Settembre 2023

Direttore responsabile
Lucia Corrain

Redazione
Manuel Broullon Lozano
Stefano Jacoviello
Valentina Manchia
Angela Mengoni
Miriam Rejas del Pino (Segretaria di redazione)
Giacomo Tagliani
Mirco Vannoni (Segretario di redazione)
Francesco Zucconi

CROSS - Centro interuniversitario di Ricerca "Omar Calabrese"
in Semiotica e Teoria dell'Immagine
(*Alma Mater Studiorum* – Università di Bologna, Campus di Ravenna,
Università di Siena, Università Iuav di Venezia)
SEDE Università degli Studi di Siena
Via Roma, 56
53100 Siena

Copertina
Guido Guidi, *Ronta 23 Luglio 1980*
Tutti i diritti e il copyright per la pubblicazione dell'immagine
sono di Guido Guidi.
ISSN: 2281-0757

© 2023 by VoLo publisher srl
via Ricasoli 32
50122 Firenze
Tel. +39/055/2302873
info@volopublisher.com
www.lacasausher.it

Carte Semiotiche
Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine
Fondata da Omar Calabrese

Comitato scientifico

Maria Cristina Addis	Università di Siena
Luca Acquarelli	Université de Lyon
Emmanuel Alloa	Universität St. Gallen
Denis Bertrand	Université Paris 8
Maurizio Bettini	Università di Siena
Giovanni Careri	EHESS-CEHTA Paris
Francesco Casetti	Yale University
Lucia Corrain	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Georges Didi-Huberman	EHESS-CEHTA Paris
Umberto Eco †	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Ruggero Eugeni	Università Cattolica di Milano
Paolo Fabbri †	Università LUISS di Roma
Peter Louis Galison	Harvard University
Stefano Jacoviello	Università di Siena
Tarcisio Lancioni	Università di Siena
Eric Landowski	CNRS - Sciences Po Paris
Massimo Leone	Università di Torino
Anna Maria Lorusso	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Jorge Lozano †	Universidad Complutense de Madrid
Gianfranco Marrone	Università di Palermo
Francesco Marsciani	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Angela Mengoni	Università Iuav di Venezia
W.J.T. Mitchell	University of Chicago
Pietro Montani	Università Roma Sapienza
Ana Claudia Mei Alves de Oliveira	PUC - Universidade de São Paulo
Isabella Pezzini	Università Roma Sapienza
Andrea Pinotti	Università Statale di Milano
Wolfram Pichler	Universität Wien
Bertrand Prévost	Université Michel de Montaigne Bordeaux 3
François Rastier	CNRS Paris
Carlo Severi	EHESS Paris
Antonio Somaini	Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3
Victor Stoichita	Université de Fribourg
Felix Thürlemann	Universität Konstanz
Luca Venzi	Università di Siena
Patrizia Violi	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Ugo Volli	Università di Torino
Santos Zunzunegui	Universidad del País Vasco - Bilbao

«Carte Semiotiche», fin dalla sua nascita nel 1984 per iniziativa di Omar Calabrese, si propone di gettare uno sguardo, il più possibile coerente e coeso, su ciò che avviene nella realtà contemporanea, traguardandone gli aspetti più originali e innovativi, senza dimenticare il necessario confronto con il nostro passato prossimo e remoto. È con lo stesso spirito che ne prendo ora la direzione, nella consapevolezza che la semiotica continui a rappresentare un banco di prova indispensabile per meglio vedere e comprendere ciò che si muove intorno a noi e per mantenere vivo e vivace un dialogo fra studiosi di ambiti disciplinari anche diversi. Nello spirito del suo fondatore, al fianco del quale ho lungamente collaborato, ritengo un mio preciso dovere garantire la continuità e il rigore scientifico di una rivista che si può considerare, a pieno titolo, ormai storicamente consolidata nel campo degli studi semiotici. La rivista, inoltre, è l'organo di riferimento del CROSS, il centro di ricerca interuniversitario intitolato a Omar Calabrese.

Lucia Corrain

Sommario

Fotografia analogica e fotografia digitale: un riesame

a cura di

Dario Mangano e Miriam Rejas Del Pino

Introduzione <i>Dario Mangano e Miriam Rejas Del Pino</i>	10
Comerse la fotografía con patatas <i>Joan Fontcuberta</i>	13
Rilevare per rivelare. Richard Mosse tra visualizzazione e fotografia documentale <i>Valentina Manchia</i>	26
Foto d'interni. Non giudicare mai una rivista dalla copertina <i>Elisa Sanzeri</i>	45
La quantità non ha ucciso la qualità. Alcune riflessioni intorno a Stephen Shore <i>Emanuele Crescimanno</i>	75
Strategie e forme del divismo: sguardi analogici e sguardi digitali a confronto <i>Massimo Roberto Beato</i>	88
Bricolage di sguardi. Immagini deboli, sintassi fotografica e fotolibro <i>Michele Amaglio</i>	105
Materialità dell'analogico e pervasività del digitale: nuove forme culturali nell'epoca della proliferazione visuale <i>Valentina Mignano</i>	120
Spatialiser, positionner. L'espace analogique et le moi photographique <i>Doriane Molay</i>	137
Orphaned photos in Rigg's Miss Peregrine's Home for Peculiar Children <i>Maria del Pilar</i>	154

Corpi sovraesposti e visibilità precarie <i>Miriam Rejas Del Pino</i>	176
Postfazione Fotografia e desiderio <i>Dario Mangano</i>	194
Biografie delle autrici e degli autori	211

***Fotografia analogica e fotografia digitale:
un riesame***

Foto d'interni. Non giudicare mai una rivista dalla copertina.

Elisa Sanzeri

Abstract

From a socio-semiotic perspective, the article aims to investigate the relationship between domestic space and photography by examining four covers and corresponding articles from four different interior magazines (Casa Facile, Cose di Casa, AD and Marie Claire Maison). We will investigate the way in which the photographic image and the written word are related in the covers on a semantic and plastic level, and we will show how the four magazines, by combining photos, cover lines, puffs and pugs, give shape in their covers to aesthetics based on the plastic articulation of the texts. Starting from the syntagmatic series of photographs that make up the articles, we will reconstruct the paths of an observer passing through the photographed spaces, allowing a glimpse of the enunciation-contractions between enunciator and enunciated. Furthermore, considering photography as a form of narration of space, we will highlight how it, like the word, can translate spatiality by providing a description based on different models (De Certeau 1990). Finally, we will identify the logics of spatial organization underlying the photographic series and the images of the home that each magazine proposes. The hypothesis that guides the passage from the covers to the inside of the magazines, and which we will examine, is that the cover as a condensing element, in its plastic treatment, already presents in nuce a structuring organization of space that is developed and expanded beyond the cover.

Keywords: Cover; interior design; enunciation; plastic semiotics; space;

1 Introduzione

Uno dei luoghi privilegiati d'incontro tra fotografia e spazio domestico è rappresentato dalle riviste d'architettura, arredamento e design, dove le foto d'interni hanno trovato un terreno fertile di diffusione. Tuttavia, basta sfogliare qualche storico mensile italiano, da *Casabella* a *Domus* passando per *Abitare*, per accorgersi che delle case fino a qualche decennio fa si fotografava per lo più la scatola muraria, rendendo di fatto l'interno impenetrabile. Che si trattasse di riviste rivolte ad architetti e designer e che per lungo tempo, almeno in Italia, non siano esistiti mensili d'interior indirizzati al grande pubblico è un dato da non sottovaluta-

re. Che l'interno non avesse pari dignità dell'esterno? che qualche forma di pudore non consentisse di accedere allo spazio privato per eccellenza? Probabilmente entrambe le cose e l'una non esclude ovviamente l'altra. Sta di fatto che mentre in America o in Francia la relazione tra interno domestico e fotografia risulta consolidata e di lunga data¹, in Italia bisognerà aspettare gli anni Settanta-Ottanta del secolo scorso per cominciare a vedere tra le pagine delle riviste quel che si cela oltre le mura domestiche. È di questi anni, ad esempio, il debutto partenopeo di *AD*, mensile edito in Italia dal 1981 a partire dall'esperienza dell'omonimo magazine statunitense. Di lì a poco le foto d'interni hanno iniziato a diffondersi sempre più, svincolandosi man mano dai soli mensili indirizzati ai professionisti, per aprirsi a pubblici più vasti. Oggi, a dispetto di chi sostiene che l'editoria sia morta, le riviste continuano a essere pubblicate e numerosissime e diversificate sono quelle incentrate sullo spazio domestico, rivolte a pubblici dei più disparati.

Nelle pagine che seguono ci soffermeremo, secondo una prospettiva sociosemiotica, sul legame tra spazio domestico e fotografia che si istituisce nelle riviste d'interior con l'obiettivo di mettere in luce il modo in cui queste, sfruttando linguaggi espressivi differenti, costruiscano e ripropongano certe idee di casa². Prenderemo in esame quattro testate – *Casa Facile*, *Cose di Casa*, *AD* e *Marie Claire Maison* – e per ciascuna di esse partiremo dapprima con l'analisi di uno dei loro elementi più pregnanti, ovvero la copertina, per poi spostarci al loro interno osservando il modo in cui lo spazio esposto nella cover venga ritratto e messo in forma nei servizi di punta. L'ipotesi che guida il passaggio dalle copertine all'interno dei mensili, e che si tratterà di vagliare, è che la cover in quanto elemento condensante, nel suo trattamento plastico, presenti già *in nuce* un'organizzazione strutturante dello spazio che si trova sviluppata ed espansa al di là della copertina.

Si indagherà il modo in cui immagine fotografica e parola scritta entrano in relazione nelle cover a livello semantico e plastico, ma anche come le quattro riviste, combinando foto, coverline, puffs e pugs diano forma nelle proprie copertine a vere e proprie estetiche (Floch 1986) fondate sull'articolazione plastica dei testi. A partire dalla successione sintagmatica delle fotografie lungo i servizi e dalla loro costruzione interna, si ricostruiranno i percorsi di un osservatore viandante che attraversa gli ambienti fotografati, lasciando intravedere in controluce i contratti enunciazionali stipulati tra enunciatore ed enunciatario e le immagini di casa che ciascun mensile propone. Considerando inoltre la fotografia come una forma di narrazione dello spazio, metteremo in luce come essa possa, come la parola, tradurre la spazialità fornendone descrizioni che poggiano su modelli differenti (De Certeau 1990). Alla fine si ricaveranno le logiche di organizzazione dello spazio che sottostanno alle serie fotografiche e che rendono manifeste certe concezioni di casa.

In questa trattazione dunque occupandoci delle copertine (§2, 3, 4) considereremo la componente verbale sia in relazione al suo apporto semantico sia in termini prettamente visivi (posizionamento, allineamento, etc.), mentre dedicandoci alla serie fotografica (§5, 6, 7) tratteremo il visivo come un testo verbale, capace di raccontare l'ambiente domestico. Con uno slogan si potrebbe dire che considereremo la visualità del verbale e la verbalità del visivo, per andare di fatto al di là delle sostanze espressive e soffermarci sulle forme.

Il corpus, di natura paradigmatica, sarà costituito da quattro copertine, una per ciascun mensile, e i corrispettivi servizi di punta, ma non mancheranno rimandi ad altre cover e altri servizi delle stesse riviste al fine di esplicitare ancor meglio i risultati delle analisi. Dopo aver sfogliato numerosi magazine attualmente in com-

mercio in Italia, ci si è accorti che quelli selezionati erano in grado di richiamarsi a vicenda, rinviando gli uni agli altri secondo un sistema strutturale di analogie e differenze. Benché le riviste considerate si differenzino nel mercato italiano sulla base di criteri economico-sociologici come prezzo, target, etc., la costruzione del corpus è avvenuta secondo il criterio dell'esaurimento del modello (cfr. Greimas & Courtés 1979, voce "corpus"). A partire dalla rilevazione di effetti di *continuità* e *discontinuità*, riscontrati in fase preliminare sia osservando le copertine che i servizi fotografici di diversi magazine, è stato possibile selezionare progressivamente l'insieme dei testi rintracciando modelli esplicativi comprovati dalla teoria semiotica – dall'opposizione *classico* vs *barocco* a quella *molteplicità* vs *unità* – in grado di mettere in luce le dinamiche significative implicate e considerate rilevanti sulla base della domanda e dell'ipotesi di ricerca. La scelta delle quattro riviste è quindi da considerarsi non come il frutto di un campionamento, bensì come l'esito di un lavoro di pertinentizzazione che ha condotto, secondo un doppio movimento, ad allargare e poi restringere i casi esaminati sino a esaurire le possibilità date dalle regole-modello ritenute capaci di conferire una maggiore intelligibilità dei fenomeni semiotici su cui si voleva gettar luce. In modo analogo, le quattro copertine e i corrispettivi servizi fotografici sono da considerarsi come testi-modello, rappresentativi delle dinamiche di senso rintracciate trasversalmente dall'osservazione di più numeri degli stessi magazine. Infatti, mettendo a confronto diversi numeri delle medesime riviste, tanto per le cover quanto per gli articoli, sono emerse una serie di invarianti. Dalla parte delle copertine si è notato come, nonostante la variabilità di superficie e la specificità di ciascuna cover, vi fosse una coerenza interna a livello dell'organizzazione plastica complessiva e un trattamento ricorrente delle relazioni tra verbale e visivo. Allo stesso modo, dalla parte degli articoli, ci si è resi conto di come, pur variando gli spazi rappresentati, venissero mantenute le medesime strategie enunciative, le forme di racconto, percorso e descrizione, e di messa in forma dello spazio a partire dalle immagini fotografiche.

2 A partire dal margine

Un vecchio adagio recita "non giudicare mai un libro dalla copertina". Come ogni buon proverbio, detto o luogo comune, esso racchiude in sé una saggezza popolare fondata su un universo di valori tradizionale e solido³. L'invito è quello di non fermarsi alle apparenze, alla prima impressione. Eppure, volenti o dolenti, dobbiamo ammettere che non facciamo altro. Non solo quando a partire dal modo di vestire, parlare e atteggiarsi ricostruiamo l'immagine dell'altro e stabiliamo, come si dice, un po' a pelle se quella persona ci è simpatica o meno, ma lo facciamo di fronte a qualunque fenomeno del mondo. È il nostro destino in quanto animali semiotici: percepiamo qualcosa e ci troviamo senza saperlo a esercitare un fare interpretativo, a giudicare e cogliere il senso di quanto ci passa sotto gli occhi, con effetti talvolta molto concreti sulle nostre vite (cfr. Marrone 2018). Così, quando entriamo in un'edicola, di norma solo per dare un'occhiata, e usciamo poi con un paio di riviste sotto braccio, non possiamo non constatare che buona parte delle nostre scelte d'acquisto sia stata determinata proprio da un primo sguardo.

Chi di copertine si intende lo sa bene. I direttori editoriali mobilitano ogni volta diverse figure professionali per costruire la cover perfetta, consapevoli di quanto questo elemento ai margini sia uno dei fattori chiave per il successo della rivista. Sua parte imprescindibile, la copertina è di fatto la faccia della rivista, il suo bi-

glietto da visita, capace di tradurre una certa idea editoriale, condensare l'identità del suo produttore, fornire informazioni sul contenuto che si sviluppa al suo interno, etc. Si tratta di uno dei luoghi principali di manifestazione dell'identità della testata oltre che di uno dei mezzi attraverso cui essa instaura un rapporto diretto con il suo lettore. Aspetti questi già messi in luce da Genette nel suo *Soglie* (1987). Nel volume l'autore, come è noto, si concentra su tutti quegli elementi che si collocano nei dintorni del testo, ivi comprese le copertine, e che battezza con il termine *paratesto*, di cui sottolinea il carattere presentificante e la condizione liminale. Si tratta di produzioni eteroclitiche che affiancano il testo, «lo contornano e lo prolungano, per *presentarlo*, [...] per *renderlo presente*, per assicurare la sua presenza nel mondo, la sua “ricezione” e il suo consumo» (*Ibid*: 3). Zona di transizione tra il fuori e il dentro, il paratesto in quanto soglia non solo unisce e insieme separa due mondi, quello del testo e quello del pubblico, senza appartenere di fatto né all'uno né all'altro, ma ha anche degli effetti pragmatici sui lettori. I paratesti infatti sono oggetti prefigurativi (Acquarelli, Cogo, Tancini, a cura, 2013) che funzionano un po' come delle istruzioni per l'uso: guidano la lettura dei pubblici costruendo nei lettori specifici sistemi di attese.

L'articolazione tra testo e paratesto avanzata da Genette si fonda tuttavia su un'idea referenziale e ristretta di testo che oggi la semiotica rifiuta (Pozzato 2001), allargando la nozione di testo e intendendo quest'ultimo non come oggetto empirico ma costruito teorico, un modello per l'analisi dei fenomeni di senso i cui limiti sono definiti di volta in volta alla luce del progetto di descrizione dell'analista (Marrone 2010). Testo può essere di fatto una qualsiasi porzione di realtà significativa in grado di veicolare determinati significati, una trama di relazioni tra espressione e contenuto capace di costruire una configurazione di senso unitaria. Così, posto che anche un elemento paratestuale come la cover di una rivista possa assurgere a testo, una domanda sorge spontanea: una copertina si legge o si vede? Nei magazine d'interior la foto in copertina assume un ruolo centrale: è intorno a essa che si costruisce il tema del numero e lo spazio che mostra rappresenta l'oggetto del servizio di punta. Tuttavia, la fotografia non lavora da sola alla costruzione del senso della cover. Le copertine sono infatti testi sincretici, forme testuali che sfruttano sostanze espressive diverse per veicolare i propri contenuti. I linguaggi coinvolti, verbale e visivo, cooperano nella produzione di senso, frutto non della semplice somma di significati locali ma delle relazioni reciproche che i vari elementi intrattengono tra loro. Di fronte a una copertina allora ci si può chiedere quali siano gli effetti di senso risultanti dal complesso intreccio tra semiotiche differenti.

3 Tra immagine e parola

La relazione tra immagine e parola è stata al centro di numerose riflessioni semiotiche. Shapiro (2002) nel campo della semiotica delle arti si è interessato al tema osservando il rapporto tra manoscritto e illustrazione ma anche tra il dipinto e le parole poste sul suo margine o al suo interno. Pure Barthes si è occupato della questione diffusamente, prendendo tra l'altro in esame in uno dei suoi lavori proprio le riviste. Nel *Sistema della Moda* (1967), per abordare il fenomeno vestimentario, il semiologo decide infatti di andare a vedere come i magazine, parlando di moda, la realizzano, in che modo *Elle* e *Jardin des modes*, raccontando la moda, costruiscono e ricostruiscono determinate mitologie sociali che ruotano

intorno al vestito, lasciando quindi emergere come esse giochino un ruolo importante nella produzione e circolazione del senso umano e sociale. Qui Barthes⁴ in realtà opera una restrizione del corpus escludendo dalla propria analisi le fotografie per concentrarsi sulle didascalie che le accompagnano. Difatti, come ben sintetizza Marrone (1998a: xxi), il senso sociale del vestito per Barthes è affidato totalmente all'«enunciato verbale che, posto in fondo alla pagina della rivista, suggerisce alla lettrice cosa deve guardare, qual è il dettaglio che, variando di anno in anno, fa sì che un indumento sia più o meno alla moda». L'ipotesi che sta al fondo di questa scelta, e che attraversa le riflessioni del semiologo sul rapporto tra parola e immagine, è che il linguaggio verbale sia primo rispetto al visivo, capace di permeare tutti gli altri sistemi di segni. Un'idea che infatti in altri saggi e scritti, come in quelli intorno alla natura del messaggio fotografico (1961) e pubblicitario (1964), Barthes aveva già avanzato, proponendo la nota nozione di *ancoraggio*: l'immagine per l'autore si apre a significazioni troppo generali e sfuggenti, a catene fluttuanti di significati che la lingua verbale deve in qualche modo fermare, ancorare appunto, guidando l'interpretazione dell'immagine o offrendone una descrizione denotata.

Come ricorda Marrone (2016), benché accolta all'inizio con grande entusiasmo, la tesi di Barthes circa il primato del verbale sul visivo è stata dopo rivalutata, mostrando non solo come le immagini nelle riviste non siano subordinate alle didascalie che le devono esplicitare, ma anche come la netta separazione tra le due non abbia ragion d'essere nel momento in cui si prendono in esame testi fondati su semiotiche diverse. Così, oggi, più che parlare di messaggi di diverso tipo facenti capo a differenti linguaggi, come Barthes fa analizzando il famoso annuncio Panzani (1964), si lavora sulla configurazione generale del testo, di qualsiasi sostanza esso sia, e sulla sua articolazione (Marrone 2016).

Tuttavia, sembra che nelle copertine dei magazine d'interior non sempre la parola collabori con l'immagine fotografica, o meglio che nel loro interfacciarsi non sempre si producano forme di continuità e coesione semantica che garantiscono l'effetto di unità testuale. Spesso tra le due componenti infatti si creano forme di discontinuità semantica, nonostante le riviste, un po' come i tg analizzati da Marrone (1998b), tendano a omogeneizzare la superficie della cover, tentando di farla apparire come un qualcosa di unitario. Anzi, pare quasi che più le didascalie si intreccino con l'immagine fotografica a livello dell'organizzazione plastica, costruendo un flusso continuo, più queste a livello semantico se ne distacchino. Così, ad esempio, nella copertina di *Casa Facile* di Fig. 1, quello che si realizza è un vero e proprio scollamento semantico nonostante a livello plastico si produca continuità e coesione tra verbale e visivo molto forte. Le parti verbali si distribuiscono in maniera casuale e caotica, riempiendo ogni spazio disponibile, ma non entrano in relazione semantica con l'immagine nel suo insieme, né a ben vedere con le singole porzioni di spazio o figure in cui cadono e che le incorniciano (ad esempio le didascalie sul divano parlano di parquet, frigoriferi, animali domestici, etc.). Laddove la presenza di attori umani impegnati in faccende domestiche⁵, l'ambiente casalingo, dal design ricercato ma non eccessivo né stravagante, e la luce naturale che si distribuisce creando zona d'ombra, contribuiscono a rintracciare la quotidianità come configurazione tematica principale⁶, i coverline portano avanti contenuti semantici diversi. Si passa dall'isotopia dell'arredamento (es. “in cerca dello stile giusto: 6 ispirazioni da copiare subito”, “trend 2023 = quello che vuoi adesso”), a quella del giardinaggio (es. “la guida per pollici neri”, “le piante



Fig. 1. Copertina di Casa Facile (anno 27, n. 1, gennaio 2023).



Fig. 2. Copertina di AD (n. 491, dicembre 2022).

più longeve, gli agrumi per il terrazzo”), attraversando quella dell’economia domestica (es. “accessori per il frigorifero perfetto”, “asciugare e stirare in fretta e bene”), fino ad arrivare a discorsi intorno alla rivista stessa (es. “la nuova rubrica per conoscere architetti e designer”). L’effetto prodotto è quello di una parcellizzazione del senso della copertina.

Del tutto opposto è l’effetto prodotto nella cover di *AD* di Fig. 2. Qui, didascalia, nome della testata e strapline si collocano in maniera ordinata, lineare e chiara, sulla superficie topologica, all’interno e lungo la cornice che chiude la cover e inquadra la fotografia. Essa raffigura una sala da pranzo, ma l’impressione più in generale è quella di trovarsi in una galleria, dove, sullo sfondo di uno spazio intriso d’arte e di storia, vengono esposte opere contemporanee. Basti pensare alle *cloche* in vetro sul tavolo, spogliate della loro funzione di coprivivande ed esibite in quanto oggetti di design dal valore estetico. Emerge qui una tipica forma di vita che oppone alla funzionalità degli oggetti e degli ambienti, a una quotidianità piatta, inespressiva e banale, tutto un sistema di valori contrario fondato sull’estetizzazione del quotidiano. Il tema proposto dall’immagine di copertina è dunque l’arte ed è facile rintracciare in essa un racconto *in nuce* già suggerito dal coverline. Posto lungo il margine inferiore e in posizione centrale, in linea con il tavolo e il grande lampadario a sospensione, esso recita “abitare l’arte”. Che vuol dire “abitare l’arte” se non vivere quotidianamente l’arte, rendere l’arte parte del proprio quotidiano, trasformando, come racconta la fotografia, le proprie case in veri e propri musei?

Osserviamo cosa avviene nella copertina di *Marie Claire Maison* di Fig. 3 che fotografa un rigoglioso giardino effetto giungla arredato come fosse un salotto. La disposizione delle didascalie rispetta regole di composizione come la ricerca di ordine e simmetria, risultando calcolata e volta a costruire una forma di equilibrio interno alla cover. La costruzione figurativa e plastica dell’immagine suggerisce



Fig. 3. Copertina di Marie Claire Maison (marzo 2023).



Fig. 4. Copertina di Cose di Casa (Anno 28, n. 1, gennaio 2023).

una contrapposizione tra due spazi, quello del salottino ordinato (in basso, policromatico e dominato da parallelismi, ortogonalità e organizzazioni simmetriche e speculari) e quello della natura caotica della foresta (in alto, con un monocromatismo verde e caratterizzato da una composizione eidetica irregolare) che tuttavia entrano in dialogo in un unico ambiente, un singolare giardino, spazio composito frutto della loro giustapposizione: insieme un interno chiuso e un esterno aperto, qualcosa di naturale e selvaggio e al contempo artificiale e costruito. La storia *in nuce* è quella dunque della tentata trasformazione di una foresta in salotto, o – che è lo stesso – di un salotto in foresta, che a livello profondo realizza una conciliazione mitica tra i poli semantici contrari *esterno vs interno* e *natura vs cultura*. Lo spazio raffigurato è allora qualcosa di davvero “oltre il giardino”, come recita il coverline tematico, che trascende le opposizioni che pur pone: uno spazio capace di accoglierci come un salotto, ma ancora meglio perché *en plain air*. Se il coverline tematico si rapporta alla fotografia, contribuendo alla costruzione del suo senso e producendo una coesione semantica interna alla copertina, gli altri coverline di fatto parlano d’altro, portano avanti temi differenti, lasciano emergere nuovi valori e proiettano il lettore-spettatore, attraverso *débrayage* spaziali, in altri luoghi ben diversi da quelli rappresentati in copertina (la casa di Torino o il deserto).

Ancora diverso è quanto avviene nella cover di *Cose di Casa* di Fig. 4. A esser rappresentata è una zona giorno, simile a quella proposta dalla copertina di *Casa Facile*. Si tratta anche qui di un open space² che si articola in zona salotto, pranzo e angolo cucina con penisola. Anche in questo caso la profondità di campo accentua la continuità tra gli spazi ma la prospettiva, un po’ più alta e decentrata, permette di non schiacciare troppo le varie figure che la popolano, di modo che non si realizzi una vera e propria fusione tra le aree che mantengono tra loro una, seppur parziale e debole, distinzione. È curioso allora che laddove l’immagine rac-

conti di uno spazio *non-discontinuo*, il coverline tematico faccia riferimento a uno spazio *non-continuo*. L'operazione a cui allude "come separare cucina e living" è assimilabile a una negazione della *continuità*, piuttosto che a una negazione della *discontinuità*. In una certa misura, quindi, anche qui si realizza uno scollamento semantico tra l'immagine e le parole, più debole rispetto a quello di *Casa Facile* ma comunque evidente, ancor di più se si considerano gli altri coverline presenti nella copertina. Posti sul margine sinistro in un unico grande puffs da cui tentano continuamente di rifuggire (si noti il nome della testata che benché ancorato al blocco ne oltrepassa il margine ma anche altre due didascalie che istituiscono dei micro-blocchi che si estendono al di là del puffs), gli altri coverline si pongono come un lungo indice che riporta i contenuti che verranno trattati nel numero.

4 Forme di visione

Questi aspetti relativi al rapporto tra immagine e parola risultano trasversali alle testate e non specifici delle singole copertine qui presentate. Confrontando più cover delle stesse testate ci si è accorti infatti che ciascuna rivista, al di là della variabilità che realizza in ogni numero, struttura sempre in questi termini tali rapporti, tanto dal punto di vista semantico, quanto dal punto di vista plastico.

Per suffragare quanto detto riportiamo qualche altro esempio. In altre copertine di *Casa Facile* come quella di Fig. 5, si riscontrano gli stessi procedimenti di Fig. 2. I coverline si inseriscono in ogni spazio disponibile e trovano posto anche all'interno di alcune figure che le incorniciano come avviene con la didascalia che annuncia un articolo sulla fotografia della casa, racchiusa in una boiserie, o con quella posta su un puff che racconta di bagni trasformati in spa e angoli studio delle serie tv. Non c'è alcun riferimento alla pratica fotografica entro l'immagine, né si rappresenta un bagno o una zona studio, né infine le didascalie hanno rapporti semantici con le figure entro le quali si collocano. La copertina di *AD* di Fig. 6, oltre a ripresentare le caratteristiche già evidenziate, permette di far emergere l'utilizzo di giochi retorici di cui spesso la rivista si serve per chiarire a un doppio livello, semantico e plastico, il senso delle proprie cover. La didascalia recita "la grande fuga". La sua disposizione richiama i gradini presenti nell'immagine, costituendo di fatto una rima eidetica, e figurativizza l'idea di evasione permettendo di tracciare una linea obliqua, vera e propria linea di fuga, che taglia la cover. Così, il coverline entra in stretta relazione con lo spazio rappresentato, un'oasi in cui rifugiarsi per fuggire dalla vita quotidiana. Nella copertina di *Marie Claire*



Fig. 5. Copertina Casa Facile (anno 27, n. 3, marzo 2023).



Fig. 6. Copertina AD (n. 487, luglio/agosto 2022).



Fig. 7. Copertina Marie Claire Maison (febbraio 2023)



Fig. 8. Copertina Cose di Casa (anno 28, n. 3, marzo 2023)

Maison di Fig. 7 le didascalie sono posizionate in modo da garantire un equilibrio interno all'intera cover, riempiendo spazi della fotografia che sembrano esser pensati proprio per accogliere le parole. Mentre il coverline tematico spiega quanto la fotografia mostra, gli altri coverline parlano d'altro e ci proiettano, attraverso *débrayage* spaziali, in altri luoghi e spazi. Infine, nella copertina di *Cose di Casa* di Fig. 8 possiamo vedere come si ripresenti il riquadro a mo' di indice destinato ad accogliere le didascalie e il coverline tematico nell'angolo in basso a destra. Anche qui l'indice fornisce un eccesso di informazioni mentre il coverline tematico, benché legato all'immagine, mette in luce aspetti fin troppo generali costruendosi più come mantra da seguire che come una didascalia esplicativa.

Una categoria che potrebbe far al caso nostro per mettere a sistema i differenti rapporti tra parola e immagine nelle cover potrebbe essere quella di *chiarezza vs oscurità*, una delle cinque coppie oppostive che presiedono alla distinzione tra classico e barocco proposta da Wölfflin (1915) e riarticolata semioticamente da Floch (1986, 1995). Essa non ha a che fare con la luce o l'ombra in quanto tali ma riguarda il modo in cui la luce, cadendo sugli oggetti, può produrre un effetto di chiarezza o di oscurità intellettuale. Essa, in altre parole, deve esser pensata come un elemento in grado di scandire narrativamente quanto si rappresenta. Al di là dell'effettiva illuminazione presente nelle cover, possiamo dunque intendere *chiarezza* e *oscurità* come due effetti di senso connessi alla leggibilità della copertina. Così, laddove in *AD* le didascalie, come la luce classica, scandiscono la narrazione, chiarendo l'immagine a livello visivo e semantico, in *Casa Facile* esse, come la luce barocca, cadono in maniera irrazionale e causale portando a una proliferazione semantica e un'invasione visiva che confonde e offusca il senso della cover. In *Marie Claire Maison* invece si nega l'oscurità barocca attraverso coverline che supportano i contenuti veicolati dall'immagine fotografica e la costruzione simmetrica della superficie topologica senza tuttavia arrivare alla chiarezza di *AD* ancor più esplicativa nel caso dei giochi retorici. Infine in *Cose di casa* le didascalie, con la loro disposizione fissa e immutabile che prescinde dalla fotografia, rifiutano qualsiasi forma di arguzia retorica e propongono contenuti semantici che finiscono per negare la chiarezza classica.

È lecito a questo punto chiedersi se è possibile individuare un più generale trattamento plastico riconducibile a differenti forme estetiche. Domandarsi, in altre parole, se nelle cover delle riviste selezionate i formanti plastici, lavorando in sinergia, arrivano a costruire delle estetiche che è possibile mettere in luce mediante la dicotomia *classico vs barocco*, rintracciando quindi nelle diverse testate le altre categorie su cui si fonda tale opposizione. D'altra parte, come ben illustra Marrone (2007) analizzando gli annunci di Armani/Casa e Versace Home Collection, spesso è proprio attraverso un uso sapiente dal linguaggio plastico, che può fondarsi come nel caso esaminato dal semiologo sull'opposizione *classico vs barocco*, che un'identità visiva può esser costruita in maniera contrastiva e dialettica. Si ricorderà che *classico* e *barocco* nella trattazione semiotica non sono intesi in termini storico-artistici, in riferimento alle correnti della storia dell'arte, ma sono considerati come due modalità di visione, due «modi di vedere» (Floch 1986: 61) definiti l'uno in relazione all'altro. Indipendenti dalle sostanze espressive attraverso cui si realizzano, si tratta di «forme semiotiche» (*ibid*) fondate proprio sul livello plastico del senso.

Come ogni categoria, anche tali coppie oppostive sono suscettibili di essere espanse e articolate nel quadrato semiotico, attraverso cui è possibile non solo

Classico	vs	Barocco
<i>Lineare</i>	vs	<i>Pittorico</i>
<i>Piano</i>	vs	<i>Profondo</i>
<i>Chiuso</i>	vs	<i>Aperto</i>
<i>Molteplicità</i>	vs	<i>Unità</i>
<i>Chiarezza</i>	vs	<i>Oscurità</i>

mostrare la loro struttura interna ma anche arricchire e specificare il panorama generale delle possibilità di visualizzazione. Di fianco al *classico* e al *barocco* si possono quindi prevedere altre due forme di visualità, *non-classico* e *non-barocco*, frutto proprio dell'articolazione logica delle cinque coppie di termini. Ne vengono fuori quattro forme di visualità interdefinite che realizzano nel nostro caso quattro logiche di organizzazione plastica delle copertine.

AD	<i>Lineare</i>	<i>Pittorico</i>	Casa Facile
	<i>Piano</i>	<i>Profondo</i>	
	<i>Chiuso</i>	<i>Aperto</i>	
	<i>Molteplicità</i>	<i>Unità</i>	
	<i>Chiarezza</i>	<i>Oscurità</i>	
	Classico	Barocco	
	Non-barocco	Non-classico	
	<i>Non-pittorico</i>	<i>Non-lineare</i>	
	<i>Non-profondo</i>	<i>Non-piano</i>	
	<i>Non-aperto</i>	<i>Non-chiuso</i>	
	<i>Non-unità</i>	<i>Non-molteplicità</i>	
Marie Claire Maison	<i>Non-oscurità</i>	<i>Non-chiarezza</i>	Cose di Casa

Per quanto riguarda la categoria che oppone *lineare* e *pittorico*, mentre in *Casa Facile* si nota subito un primato della massa con la concatenazione e sovrapposizione delle figure rappresentate, garante di un effetto *pittorico*, in *AD* possiamo individuare il primato della linea. In *Casa Facile* infatti gli oggetti, dati per frammenti e schiacciati gli uni sugli altri, perdono i loro contorni che si fanno sempre più sfumati, si allacciano, si fondono e si confondono tra loro di modo che, ad esempio, in Fig. 1 la consolle posta dietro il divano finisce per sovrapporsi al tavolo da pranzo. In Fig. 2 invece si distinguono chiaramente il tavolo, le sedie, le *cloches*, la consolle, etc. e ciascuna di esse presenta dei profili netti nonostante siano chiaramente in relazione tra loro. Unica eccezione in questa cover è il lampadario a sospensione, che, con le sue pieghe, grinze e curve, funge da contrappunto barocco. Laddove poi *Marie Claire Maison* nega la massa a favore di una costruzione più lineare ma comunque composita, *Cose di Casa* esegue l'operazione inversa, negando le linee e i contorni senza tuttavia arrivare a produrre l'effetto massa barocco. In Fig. 3 si realizza una distinzione netta tra il salottino e la foresta: la prima definita da una composizione regolare che evita accavallamenti delle figure, circoscrivendo ciascuna di esse in un determinato punto; la seconda da

una costruzione più irregolare, con una sovrapposizione delle figure e la realizzazione di una forma-massa che tuttavia viene ricondotta ad una composizione più lineare grazie all'albero che si staglia come elemento dalla forma definita su uno sfondo caotico e indifferenziato. In Fig. 4 invece benché oggetti e spazi tendono a sovrapporsi, la distanza che intercorre tra loro permette ancora di distinguerli. In altre parole, se in *Casa Facile* le figure sono schiacciate l'una sull'altra, concatenante a tal punto che i contorni risultano del tutto dissolti, in *Cose di Casa* le figure appaiono più distese, legate tra loro ma ancora capaci di esser selezionate e in qualche modo circoscritte.

Passando alla categoria che oppone *piano vs profondo*, in *AD* è possibile distinguere *piani paralleli*. In Fig. 2, ad esempio, si individuano chiaramente un primo piano occupato da tavolo, chiosche e sedie, un secondo piano, corrispondente alla parete sullo sfondo, occupato da consolle e tenda, mentre il lampadario anche in questo caso funge da contrappunto barocco. In *Casa Facile* si produce invece un effetto di *profondità*. La concatenazione di oggetti e spazi produce una moltiplicazione esasperata dei piani, sottolineata ancor di più da dispositivi come specchi, finestre e quadri che spesso si trovano nelle copertine di questa rivista. In Fig. 1, ad esempio, le figure si distribuiscono secondo fenomeni di folla lungo la superficie non consentendo di enumerare piani distinti a cui esse possano ancorarsi e anzi portando a una deriva di piani data dall'apertura sull'esterno e dallo specchio posto in fondo. A negare la proliferazione dei piani *Marie Claire Maison* che si serve di diversi dispositivi per fermare la deriva di piani a cui le sue cover danno adito. In Fig. 3 è la macchina verde a svolgere questo ruolo costruendosi come una barriera che ostacola il viaggio dello sguardo in profondità, ma può essere anche una finestra parzialmente schermata (Fig. 7) o un dipinto monocoloro della stessa tinta della parete. *Cose di Casa* invece tende a negare l'articolazione per piani. Come in *Casa Facile*, non è possibile individuare piani distinti a cui si agganciano le figure e si registra una immediata prossimità degli oggetti posti in primissimo piano. Tuttavia, laddove in *Casa Facile* l'occhio si fa mobile ed esegue un percorso in profondità, intrusivo, *attraverso* gli innumerevoli piani, in *Cose di Casa* lo sguardo tende invece a muoversi *sui* piani, balzando dall'uno all'altro seguendo i rimandi, figurativi o plastici, che la copertina mette in gioco. Così, in Fig. 4 il rimando cromatico permette di passare dal blocco-indice di coverline alle mele sul tavolo, come il verde della spiga ci fa balzare, passando per la zucca sulla penisola, alla bottiglietta d'olio sul piano della cucina.

Andiamo all'opposizione tra *aperto e chiuso*. In *AD* è la cornice a garantire l'effetto di chiusura della cover. Semioticamente, il dispositivo della cornice si configura come un limite che segnala la distanza tra lo spazio della rappresentazione e lo spazio della visione (Stoichita 1998). Dal punto di vista plastico, la cornice chiude l'immagine e con essa la copertina assegnando anche agli elementi verbali – la sigla della testata, il nome per esteso, lo strapline e il coverline – un appoggio saldo all'interno della cover. A sottolineare di solito questo aspetto della forma non solo la generale simmetria della composizione ma anche la riproposizione della cornice nello spazio rappresentato, come in Fig. 1 dove la parete in fondo appare circoscritta e incorniciata. In *Casa Facile* è la forma aperta a prevalere: nessuna cornice inquadra la cover e l'immagine, le figure fuoriescono dal supporto, mentre la disposizione caotica dei coverline elude qualsivoglia forma di stabilità e si sottrae dal segnalare i confini della copertina. Spesso elementi come il soffitto (Fig. 1) contribuiscono all'effetto di apertura presentandosi come evanescenti, come se

si disfaccessero man mano che ci si avvicina ai margini della copertina. Anche nel trattamento delle forme, *Marie Claire Maison* si pone come contraddittorio a *Casa Facile*, usando didascalie e figure per segnalare i confini. Si vede bene in Fig. 3, dove la negazione dell'apertura è affidata a parole e figure che, poste in modo simmetrico e speculare, si occupano di arginare la forma aperta e condurla verso una chiusura. Inoltre anche qui sono riproposte cornici interne, tuttavia, a differenza di quanto avviene in *AD*, in *Marie Claire Maison* l'inquadramento è relativo e un po' sfuggente, come si vede in Fig. 7 dove la prospettiva accidentale altera la geometria di cornici e nicchie sulla parete. In *Cose di Casa* invece le simmetrie sono del tutto evitate, la composizione appare sbilanciata su un lato e le figure fuoriescono dal supporto della cover. Componenti figurative come i soffitti tendono a schiudere la copertina ma allo stesso tempo risultano più definite se comparate a quelle di *Casa Facile*. Dall'altra parte i riquadri destinati alle didascalie lasciano intravedere un lembo della foto e non sembrano segnare i margini della cover come in *Marie Claire Maison*: più che indicarne i confini, richiudendo su sé stessa la copertina, i blocchi verbali fanno rifuggire gli oggetti, sottolineando la tendente apertura della cover.

L'ultima categoria oppone *unità a molteplicità*. In *AD* la cover si costruisce come una pluralità di elementi che, benché accordati tra loro, rimangono distinti, permettendo così di considerare ciascuno di essi per sé stesso. La composizione di Fig. 1 mostra come figure, parti verbali e altri elementi grafici si situino gli uni in relazione agli altri e alla totalità della copertina. L'effetto prodotto è quello di un insieme ordinato e divisibile composto da più parti che dialogano tra loro. In *Casa Facile* è invece l'effetto di *unità* ad essere prodotto. Qui, oggetti e spazi, figure e parole entrano in relazioni sintagmatiche tra di loro talmente strette da costruire l'effetto di un tutto solidare, a tratti magmatico. È questa unitarietà che viene negata in *Marie Claire Maison*, senza tuttavia arrivare a produrre un effetto di molteplicità articolata e organizzata. Gli elementi che compongono la cover, più che articolarsi, tendono a isolarsi separandosi dal resto e funzionando in autonomia. Così, ad esempio, in Fig. 3 si registra non solo una marcata separazione tra la foresta e il salotto, sottolineata anche a livello plastico attraverso l'organizzazione topologica, eidetica e cromatica, ma anche le didascalie vengono relegate in alcuni punti, isolate entro alcuni confini. Infine in *Cose di Casa* non si realizza quell'unità assoluta e totalizzante prevista nel barocco bensì un'indivisibilità delle forme, degli oggetti e degli spazi. Nelle copertine di *Cose di Casa* si possono individuare infatti come dei link interni, che fanno capo colori, forme o figure, mediante cui si costruisce un legame tra i vari elementi presenti. In altri termini, la negazione della molteplicità si realizza proprio grazie alla connessione tra gli elementi che si implicano e richiamano vicendevolmente.

5 Viaggio oltre la cover

Gli spazi domestici presentati in copertina si trovano all'interno delle riviste sviluppati, ripresi, approfonditi, espansi. Il servizio stesso rappresenta una forma di racconto dello spazio, di cui le fotografie costituiscono la parte più consistente. Ora, in una certa misura si può dire che il racconto fotografico dello spazio si configura al contempo come un percorso attraverso lo spazio. La serie fotografica che dà forma al racconto mette in luce come all'interno di ogni servizio si concretizzi lo sguardo di un osservatore in movimento, del tutto implicito,

un viandante che percorre gli ambienti raccontati in virtù dell'itinerario che l'enunciatore ha predisposto⁸. A partire quindi dalla sintagmatica delle fotografie, dalle loro costruzioni interne e delle relazioni reciproche che tra loro intessono, è possibile ricostruire l'itinerario che ciascuna rivista propone. Itinerario che è insieme, come vedremo, una descrizione dello spazio e una sua lettura e che, di conseguenza, ne costituisce anche la messa in forma.

Ciascuna delle riviste prese in esame costruisce i percorsi all'interno degli spazi domestici in maniera differenziale e mantenendo la medesima strutturazione al di là del singolo servizio che qui mostreremo. Tali itinerari si organizzano a ben vedere a partire dall'opposizione categoriale *continuità* vs *discontinuità*.

Nel servizio di *Casa Facile* (Fig. 9) l'itinerario si configura come *continuo*. La serie fotografica simula lo spostamento dello sguardo lungo gli ambienti, rendendo le foto fotogrammi di un piano sequenza. Spesso vengono proposte in successione più immagini dello stesso ambiente colto secondo prospettive diverse ma con un cambiamento del punto di vista per lo più graduale. Inoltre, il passaggio da una foto all'altra, e quindi da un ambiente a un altro, è di norma segnalato a livello figurativo da porte aperte, specchi o vetrate⁹ che consentono di cogliere spazi altri o porzioni dell'ambiente fuori campo e che verranno inquadrati nell'immagine successiva. Tali elementi fungono così da connettori, dispositivi che garantiscono il passaggio tra gli spazi. Infine, le foto immortalano gli ambienti della casa riproponendo sempre un continuum che va dagli spazi di maggiore socializzazione, come i salotti, a quelli più intimi, camere da letto e bagni. Il percorso appare dunque fluido e senza particolari picchi, caratterizzato da una gradualità tanto diffusa che appiana ogni differenza. È un *home tour* quello offerto da *Casa Facile*, una passeggiata attraverso gli spazi, una gita all'interno della casa. Proprio nelle due pagine successive a quelle di apertura, che ripropongono la foto di copertina, troviamo immortalati i proprietari-architetti, in una piccola foto a margine, come nel servizio qui preso in esame, o nella fotografia principale. Lo spazio è un salotto o un soggiorno, in ogni caso un ambiente con un bel divano in mostra, dove gli ospiti-visitatori si fanno accomodare per due chiacchiere prima di addentrarsi nella casa¹⁰. Inoltre a circa metà del servizio, di norma prima di accedere agli spazi più intimi, viene proposta una planimetria. La mappa si presenta non solo come un quadro sinottico delle articolazioni interne dello spazio ma prefigura anche una serie di percorsi possibili offrendosi come una paradigmatica (Marin 1994) di cui la serie fotografica costituisce la sintagmatica. Nella relazione tra paradigma e sintagma emerge uno scarto tale per cui laddove la mappa risulta completa, presentando l'intera articolazione spaziale dell'ambiente domestico, la serie fotografica esclude alcuni spazi. Ad ogni modo, la presenza della mappa rende l'osservatore sempre pronto all'attraversamento dello spazio, accompagnato costantemente dall'enunciatore che pare quasi tenerlo per mano.

A partire dal percorso allora si può rintracciare la configurazione generale del viaggio che pone il lettore come un vero e proprio turista e l'enunciatore come una sorta di guida. Così, se il percorso è una visita guidata all'interno della casa, la casa di *Casa Facile* si configura come un luogo turistico. D'altro canto, l'ultima pagina che chiude il servizio, che ripresenta la foto di apertura e "gli ingredienti base" per riprodurre lo stile proposto, pur portando avanti l'isotopia del ricettario, finisce per configurarsi come una sorta di bookshop in cui acquistare, alla fine del tour, un ricordo dell'esperienza vissuta. Gli "ingredienti" non sono infatti necessariamente gli stessi di quelli visti durante il percorso, ma per lo più

copie, elementi che somigliano loro, veri e propri souvenir che replicano l'aroma dello spazio attraversato.







Fig. 9. Servizio di Casa Facile (anno 27, n. 1, gennaio 2023, pp. 30-43).

In *AD* (Fig. 10) invece l'itinerario risulta *discontinuo*. A essere inquadrati, ogni volta, sono ambienti diversi. Anche quando, raramente, si fotografa lo stesso spazio secondo punti di vista differenti, le foto non sono mai poste in successione di modo che non sia possibile ricreare quell'effetto dello sguardo in movimento come piano sequenza riscontrato in *Casa Facile*. Benché talvolta vengano inquadrare delle porte, esse, più che funzionare come elementi di raccordo tra i diversi spazi e dispositivi di passaggio, si configurano come *dispositivi di confinamento* (Giannitrapani 2013) che marcano la distanza, la discontinuità, la separazione tra gli ambienti. Quando presenti, in *AD* le porte sono infatti chiuse o socchiuse, oppure se ne fotografa solo l'anta, non consentendo di vedere quale spazio si sviluppi al di là di esse. Non si individua infine quel continuum graduato, previsto in *Casa Facile*, che dalle aree della casa più pubbliche porta a quelle più private. Salotti, soggiorni, bagni, cucine, camere da letto sono presentati senza alcun ordine apparente. Oltre a non aprirsi mai con la foto di copertina e solo di rado con un salotto, i servizi di *AD*, non si chiudono quasi mai con lo stesso ambiente con cui si aprono e nessuna mappa o planimetria appare tra le pagine. Lanciato all'interno della casa, il lettore-visitatore è come se la attraversasse passando per vie segrete senza capire dove stia andando, quale sia la direzione. Il percorso che viene proposto è allora sempre diverso, non solo *discontinuo* ma per nulla chiaro. All'osservatore presupposto non importa cogliere lo spazio nella sua interezza né percorrerlo e l'informatore a sua volta non intende fornire indicazioni su come attraversarlo o come esso si articola. Sembra piuttosto che il rapporto tra i due si fondi su logiche di mostrazione e visione: dalla parte del primo si tratta di godere della visione; dalla parte del secondo di mostrare gli ambienti e gli arredi, di cui si valorizza il carattere estetico, esibendo gli spazi come quinte teatrali. D'altra parte, le foto stesse sono spesso incorniciate da grandi bordature bianche e accompagnate da didascalie che, poste al di fuori dell'immagine, riportano informazioni relative agli oggetti di design che popolano gli ambienti (il nome-titolo, l'autore-produttore e pochi altri attributi, come i materiali, l'epoca o lo stile) come se si trattasse di etichette affisse sotto opere d'arte. Nell'ultima pagina del servizio inoltre, che non a caso è chiamata "backstage", *AD* non riporta l'insieme degli arredi che compongono la casa e non ripropone un'immagine della stessa, ma seleziona uno degli elementi caratteristici dello spazio, in questo caso il

lampadario, da cui estrae un tratto semantico, la “poeticità”, e mostra una serie di variabili che possono prendere il suo posto e realizzarlo. Così, la configurazione che emerge dall’insieme degli elementi rintracciati è quella dello spettacolo: la casa proposta da AD e con essa le fotografie che la presentano sono opera in almeno due sensi: opera d’arte e opera teatrale.



Fig. 10. Servizio AD (n. 491, dicembre 2022, pp. 154-165).

Marie Claire Maison (Fig. 11) propone invece un itinerario che *nega la continuità*. Spesso alcuni ambienti vengono fotografati due volte secondo prospettive diverse e le foto poste in successione ma l'utilizzo di controcampi finisce per negare il percorso di uno sguardo in continuità che si muove tra gli spazi. Quando vengono immortalati elementi di raccordo come porte o scale, non solo gli spazi a cui dovrebbero condurre appaiono in penombra, rendendo difficile coglierli, ma la fotografia che segue subito dopo né ripete tali figure né immortalata quello spazio a cui danno adito. Esse lasciano solo presagire l'articolazione di un altrove che tuttavia non viene colto, almeno nell'immediatezza della foto successiva, portando di fatto a un vicolo cieco. Sebbene sia possibile notare un passaggio da spazi di socializzazione a spazi intimi, tale gradualità è interrotta da una pagina patchwork che riporta diverse fotografie disposte a formare un mosaico. Esse rappresentano ambienti disparati, senza alcun ordine, già visti e ancora da vedere, colti con una prospettiva ampia o secondo uno sguardo ravvicinato. Il percorso così appare frammentario, un continuo avanti e indietro attraverso gli ambienti, lungo direttrici sconosciute. Laddove in *AD* esso, pur essendo tortuoso e privo di una direzionalità chiara, evita di ricondurre sugli stessi ambienti, in *Marie Claire Maison* finisce per diventare un vero e proprio labirinto. Il soggetto si trova a intraprendere traiettorie che conducono a *culs-de-sac* e, trovandosi a stazionare a più riprese in ambienti già attraversati, finisce per fruire di un percorso *non-continuo*, fatto di punti salienti che creano forme di discontinuizzazione dell'itinerario.

Ma forse, più che di labirinto, si potrebbe parlare di una passeggiata per una via animata del centro. In *Marie Claire Maison* le fotografie infatti si configurano come vere e proprie vetrine e il percorso che esse attualizzano attraverso la sintagmatica è davvero una camminata tra i negozi: si guarda una vetrina e poi si prosegue per guardarne qualcun'altra, salvo poi ritornare sulla prima senza decidersi a entrare nel negozio e così all'infinito. La pagina patchwork esprime già quest'idea dell'esposizione in vetrina dove le fotografie diventano vedute sugli ambienti della casa, ma anche l'ultima pagina del servizio rimanda alla vetrina. Essa non riporta oggetti, arredi o mobili effettivamente presenti nello spazio raccontato ma elementi che possono ricostruirne l'atmosfera, anche se non fanno parte del mondo dell'arredamento, come una borsa da donna. D'altra parte, il rapporto tra enunciatore ed enunciatario è tutto fondato sull'idea di ispirazione che ben rima con la vetrina: l'enunciatario presupposto è qualcuno che non vuole solo guardare, godendo di una visione fine a sé stessa, ma vuole anche lasciarsi ispirare, così come l'enunciatore vuole ispirare il suo enunciatario, evocando attraverso i vari ambienti e le diverse case che mostra un certo *mood* nei confronti dell'arredamento ma anche della vita. Così, la casa di *Marie Claire Maison* emerge come un vero e proprio oggetto da esposizione.

Infine, *Cose di Casa* organizza il proprio percorso in modo *non-discontinuo*. Come in *Casa Facile*, anche qui è previsto il succedere di più foto dello stesso ambiente colto secondo punti di vista differenti. Tuttavia, tale variazione risulta più repentina e marcata rispetto a quella realizzata in *Casa Facile*, dal momento che spesso la macchina fotografica si sofferma su alcuni particolari degli ambienti, come un cassetto aperto, che vengono immortalati a distanza ravvicinata. In questo senso, la successione fotografica più che costruire uno sviluppo e spostamento graduale, produce uno sguardo che pare balzare da un punto a un altro della stanza, soffermandosi anche sui dettagli. Pure qui inoltre la costruzione sintagmatica è



Fig. 11. Servizio Marie Claire Maison (marzo 2023, pp. 108-117).

caratterizzata da un andamento che va dagli spazi più pubblici a quelli più privati delle case. Figure come porte, vetri e finestre non arrivano tuttavia a funzionare fino in fondo come dispositivi di passaggio garantiti dell'effetto di continuità riscontrato nella prima rivista, benché neghino la funzione di confinamento che si rintraccia in *AD*. Esse infatti o fungono da semplici elementi di raccordo che

si ripetono in due o più fotografie, o si pongono come crocevia tra l'insieme degli ambienti più socializzanti (salotti, soggiorni, sale da pranzo, cucine) e di quelli più intimi (camere da letto, bagni, sgabuzzini, lavanderie), oppure ancora si presentano come vie d'accesso alla porzione di spazio oggetto della singola fotografia, venendo inquadrate da quest'ultima ma senza essere richiamate nelle foto precedenti. La sintagmatica delle fotografie e la loro costruzione interna permette dunque di percepire sì delle forme di continuità tra gli spazi e nel percorso ma non tanto forti come quelle che si realizzano in *Casa Facile*. Vale la pena allora sottolineare che anche in *Cose di Casa* si presenta una planimetria dello spazio ma la posizione che occupa in relazione alla successione di fotografie e la sua costruzione sono diverse rispetto a quelle di *Casa Facile*. La mappa, con un grado di densità figurativa maggiore, iper-dettagliata e con tanto di legenda, chiude infatti il servizio, funzionando solo come summa dell'organizzazione dello spazio che si è attraversato e non come il postulato di un percorso possibile ancora da fare o in fieri.

L'itinerario che si costruisce quindi in *Cose di Casa* assomiglia a quello che ci propongono gli agenti immobiliari quando adocchiamo una casa di nostro gradimento. Lo stile enunciativo generale del servizio, d'altra parte, è caratterizzato da una carica dimostrativa che si esplicita tanto nella componente verbale, che riporta minuzie, tanto in quella visiva che, come detto, dà mostra di cassetti, ante o letti a scomparsa aperti, grafiche di prospetti e planimetrie. La marca distintiva del rapporto tra enunciatore ed enunciatario sembra proprio risiedere in questo fare dimostrativo e descrittivo, fondato tutto su una certa esigenza dell'enunciatore di provare in maniera diffusa le scelte estetiche e funzionali che caratterizzano gli ambienti. Come ogni buon agente immobiliare, l'enunciatore è qualcuno che sa tutto ciò che di scibile c'è in materia di casa – dai materiali più adatti per rendere accoglienti gli ambienti alle scelte di design passando per l'impiantistica e le norme edilizie. L'immagine di casa che ne viene fuori è quella di una casa in vendita.





Fig. 12. Servizio Cose di Casa (Anno 28, n. 1, gennaio 2023, pp. 32-41).

6 Vedere e andare

Come afferma De Certeau, «ogni racconto è un racconto di viaggio, – un'esperienza dello spazio» (1990: 174). Secondo l'autore infatti il racconto, qualsiasi sia il suo oggetto, organizza sempre dei cammini, trasformando incessantemente i *luoghi*, ovvero l'estensione spaziale considerata come una geometria di posizioni, in *spazi*, vale a dire questa stessa estensione attraversata da entità mobili, praticata e vissuta. Tale narrazione per De Certeau può avvenire secondo due grandi tipi di descrizione. Lo studioso distingue la *mappa*, ovvero la rappresentazione e organizzazione dei *luoghi*, dal *percorso*, da intendere invece come una sequenza di operazioni che mette in tensione le unità costitutive dell'articolazione spaziale facendo emergere vettori di direzionalità. Si tratta di fatto di due forme di enunciazione dello spazio fondate l'una sul *vedere* e l'altra sul *fare* declinato nella forma di un *andare*: laddove la prima si configura come un insieme di sguardi che costruiscono una strutturazione di posizioni, la seconda è un complesso di azioni che organizza dei *movimenti*. *Mappe* e *percorsi* in De Certeau non sono quindi da intendere come oggetti o processi concreti ma come forme attraverso cui si organizza il racconto degli spazi. Benché De Certeau pensi a descrizioni orali e scritte degli spazi, nulla vieta di trattare le foto alla loro stregua dal momento che anche la fotografia è un linguaggio e come la parola può tradurre e testualizzare la spazialità fornendone delle descrizioni.

Anche alla luce degli itinerari emersi e delle immagini di casa che ne abbiamo tratto, cerchiamo di esplicitare il tipo di descrizione dello spazio che ciascuna rivista propone a partire dalle immagini fotografiche. All'interno delle riviste pare infatti che queste due forme descrittive non smettano di intrecciarsi.

Così, in *Casa Facile* la descrizione dello spazio si sviluppa come un vero e proprio *percorso* nei termini di De Certeau costituito da una serie di unità che vettorializzano lo sguardo secondo movimenti fluidi. Benché sia presente la planimetria della casa, che permette di cogliere l'intero ambiente, essa si pone per lo più come un contrappunto-mappa. La costruzione fotografica e la successione sintagmatica che realizza un itinerario *continuo* fa prevalere infatti il *percorso* come stile descrittivo, dando luogo a un racconto che si configura come un

tragitto. Le fotografie si costruiscono qui come una serie discorsiva di operazioni, di spostamenti che mostrano come accedere a ogni ambiente.

In *AD* invece il racconto mediante le fotografie si fonda su una descrizione di tipo *mappa*, nonostante non siano presenti planimetrie dello spazio, volta sola a identificare i punti salienti di cui si compone lo spazio, senza tuttavia offrire la possibilità al lettore-viaggiatore di cogliere la sua completa articolazione. È la logica del *vedere* a fare qui da padrone che fa emergere i singoli ambienti della casa e le foto stesse come dei quadri.

Benché anche in *Marie Claire Maison* non si proponano mappe propriamente dette, la rivista pare fondare la sua descrizione sul modello della *mappa* che viene tuttavia reso mobile da brevi *percorsi*. La pagina a mosaico, che costituisce il fulcro dello sviluppo sintagmatico, restituisce una serie di vedute sullo spazio-casa che funzionano come una sequela di “c’è” e “ci sono” e anche prima e dopo tale pagina le foto mostrano per lo più dei punti salienti dell’ordine dello spazio. Eppure, c’è un “però” che emerge proprio se si pensa ad alcune caratteristiche evidenziate per ricostruire il modo in cui si struttura l’itinerario in *Marie Claire Maison*. Come visto, i passaggi da spazi più pubblici a spazi più intimi sono interrotti e lo sguardo in continuità è negato da foto che secondo punti di vista diversi immortalano con controcampi marcati i medesimi ambienti. Tuttavia, tali strategie sono ancora dell’ordine dei movimenti e dei vettori e finiscono così per punteggiare la descrizione *mappa* permettendo al *fare* di iscriversi nel *vedere*.

Lo stile della narrazione per immagini di *Cose di Casa* sembra procedere invece in senso opposto. Qui è il *vedere* che si iscrive nel *fare*. L’itinerario *non-discontinuo* fa il paio con una descrizione dello spazio fondata su azioni spazializzanti costellate da descrittori-mappa: non solo la mappa, intesa in termini stretti, ma anche le figure delle porte, le fotografie di dettaglio e altre grafiche riconducibili alla medesima strategia – come i prospetti di zone cottura, pareti attrezzate, etc. che si interpongono spesso nella serie fotografica – si pongono tanto come indici che realizzano brevi tappe all’interno dell’itinerario tanto come indicatori statici che hanno più la funzione di far vedere che quella di sviluppare dei movimenti. Tali elementi, d’altra parte, nell’economia generale del servizio, funzionano davvero come mappe, come punti in cui «*esporre* – come scrive De Certeau (*Ibid.*: 181) – *i prodotti* del sapere, [...] quadri di risultati *leggibili*».

7 Delle copertine ci si può fidare?

Alla luce di quanto è emerso nei paragrafi precedenti possiamo adesso cercare di vedere se e in che termini la costruzione plastica delle cover preannuncia e condensa un’organizzazione logica dello spazio che viene dentro le riviste riproposta ed estesa attraverso le fotografie. Vedere, in altre parole, se delle copertine in fondo ci si può fidare. I percorsi che abbiamo intrapreso entro gli spazi domestici e le descrizioni che le fotografie forniscono lasciano emergere infatti strutturazioni dello spazio ogni volta diverse.

In *AD* lo spazio si presenta parcellizzato, frazionato in singole unità che valgono per sé stesse e risultano isolate tra loro. Ogni foto, immortalando porzioni dello spazio di volta in volta diverse, oltre a dar luogo a un percorso *discontinuo*, segmenta la casa in una serie di ambienti che funzionano come spazi autonomi. La marcata frattura che viene esercitata nell’itinerario e lo stile descrittivo fondato sulla identificazione di punti-posizioni salienti che dimenticano il sistema entro

il quale si collocano rende impossibile cogliere l'ambiente domestico come un intero. Ogni spazio è quindi qui singolare, una porzione unica che non sembra possibile ricondurre a un tutto di cui sarebbe la parte.

In *Cose di Casa* si individua invece un dialogo tra le parti che compongono la casa. Il percorso *non-discontinuo* e la descrizione dello spazio basata su *movimenti* punteggiati da *descrittori-mappa* consentono di cogliere l'ambiente domestico come un insieme di parti molteplici. Le porzioni in cui si articola la casa, dai singoli vani agli spazi realizzati da cassettiere, stipetti, armadi, etc., tendono a entrare in relazione tra loro articolandosi vicendevolmente ma non vengono assorbite in una forma unica. L'effetto che viene prodotto qui non è quello di uno spazio totalizzante, di uno spazio in cui le parti che lo compongono finiscono per sparire a favore dell'intero, ma in cui le unità trovano la loro ragion d'essere nell'insieme. In questo caso la planimetria finale che mostra la totalità della strutturazione dello spazio definisce le unità che lo compongono come porzioni dell'insieme.

In *Casa Facile* lo spazio invece emerge come un insieme di ambienti, un fascio di porzioni della casa che costituiscono delle unità capaci di richiamarsi le une con le altre attraverso i dispositivi di connessione e raccordo. Se in *Cose di Casa* è l'insieme a definire le unità a partire dalla mappa finale, in *Casa Facile* sono le unità a produrre l'insieme: i singoli ambienti, nella loro successione, si riconoscono come parti di qualcosa di più vasto, attualizzando quanto hanno in comune e risultando indivisibili. La planimetria a metà percorso non fa altro che accentuare questo aspetto permettendo di cogliere le parti dell'ambiente e quanto le lega prima ancora che venga concluso il tragitto: la mappa mostra sempre più di quanto viene fotografato, così nella relazione tra la serie fotografica e la planimetria si evidenzia come l'ambiente domestico non possa esser colto né come una totalità strutturata (dal momento che nelle fotografie si registrano dei gap) né come una totalità indifferenziata (visto che l'articolazione del percorso e il contrappunto-mappa mettono comunque in luce le connessioni tra gli ambienti evitando di produrre un'indistinzione assoluta delle parti).

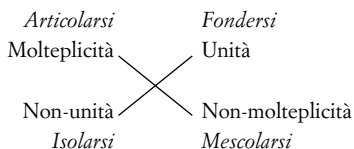
Infine, in *Marie Claire Maison* lo spazio emerge come un tutto unificato dove ogni parte entra in dialogo con le altre producendo un effetto di fusione. È alla pagina patchwork che è affidato il compito di mettere in relazione gli ambienti permettendo di realizzare un'unificazione e una totalizzazione della casa. Qui nessuna gerarchia può essere stabilita tra le parti e lo spazio finisce per presentarsi come una massa. Il percorso in avanti e indietro, privo di direzionalità chiara, intensifica l'effetto dando luogo a un ambiente che viene colto come un intero benché sia impossibile capire se nella sua interezza. L'immagine che ci viene restituita è quella quindi di uno spazio unitario che, pur essendo costituito da parti, finisce per neutralizzarle a favore dell'insieme.

Così, l'organizzazione dello spazio domestico che ciascuna rivista propone sembra poter esser esplicitata attraverso una categoria che abbiamo già incontrato occupandoci delle copertine. Si tratta dell'opposizione *molteplicità vs unità* che, non a caso, è stata ripresa da Floch (1999) in uno studio sugli ambienti di lavoro. Nello specifico, essa riguarda il modo in cui si organizza la relazione tra la parte e il tutto e articolata sul quadrato semiotico dà luogo a quattro forme di organizzazione dello spazio: uno spazio concepito come una *molteplicità* potrà essere decomposto in parti che, benché indipendenti, assumono senso solo in relazione alle altre; uno spazio pensato come *unità* si fonderà sul principio di unificazione e fusione tale per cui ogni parte che lo compone perde una qualunque autonomia in virtù

dell'insieme; uno spazio che *nega la molteplicità* sarà organizzato in modo tale che le sue parti si mescolino senza tuttavia produrre un unico; uno spazio che *nega l'unità* si fonderà sul principio dell'isolamento e della frazione dando luogo a spazi le cui parti risultano autonome le une dalle altre.

Cose di Casa

Marie Claire Maison



AD

Casa Facile

Sulla base di quanto detto allora lo spazio di *Marie Claire Maison* si presenta come un'*unità* dove ogni singola parte che lo compone si fonde e si confonde con le altre generando una totalità indifferenziata. È la logica dell'assorbimento che fa da sfondo all'organizzazione spaziale della casa di *Marie Claire Maison*: gli ambienti non valgono mai per sé stessi ma solo nel loro insieme, grazie alla loro capacità di unirsi in una forma unica e totale. L'ambiente domestico di *AD* invece si realizza come una *negazione* dell'*unità* presentandosi come una sfilza di parti che non entrano in relazione tra loro e, isolate, danno forma a uno spazio che risulta frazionato, diviso in compartimenti autonomi secondo una logica di cellularizzazione. Complementare allo spazio di *AD* è quello di *Cose di Casa* che si presenta come *molteplice*, un insieme ordinato di ambienti accordati tra loro ma distinti dove a valere è in primo luogo la costruzione interna e la relazione reciproca che ogni estensione spaziale intrattiene con le altre. Ne viene fuori uno spazio che risulta articolato sotto ogni aspetto secondo una logica di strutturazione. A *negare* la *molteplicità* e le logiche sottostanti è infine *Casa Facile*. Gli ambienti che costituiscono lo spazio domestico sono pensati come parti di un insieme che si implicano e richiamano a vicenda grazie ai dispositivi di connessione che puntellano ogni fotografia. L'effetto di fusione è mancato grazie alla mappa che qui gioca un doppio ruolo: da una parte rimarca come le parti che compongono l'ambiente siano in relazione tra loro risultando indivisibili ma non fuse insieme; dall'altra, a partire dal divario tra gli ambienti in planimetria e quelli mostrati in fotografia, mette in luce come la logica della strutturazione venga negata preferendo quella della implicazione.

Dunque, le fotografie e la loro sintagmatica entro le riviste costruiscono una nuova articolazione formale degli spazi a partire dal modo in cui essi vengono resi percepibili visivamente come una totalità ora strutturata, ora indifferenziata, ora indivisibile, ora segmentata. Il confronto tra l'organizzazione plastica delle cover in relazione alla categoria *molteplicità* vs *unità* e quella dello spazio sviluppato tra le pagine dei magazine consente di notare un posizionamento reciproco tra le testate del tutto differente. Come se, dopo aver articolato plasticamente sul proprio margine dei rapporti specifici tra gli elementi, che includono non solo le didascalie e il modo in cui si relazionano alla fotografia ma anche l'organizzazione stessa gli spazi immortalati, le riviste per mettere in forma, raccontare e descrivere l'ambiente domestico della cover, riarticolassero tali rapporti, scambiandosi di fatto le parti. Nel passaggio, in altre parole, dalle cover ai servizi la fotografia

costruisce nuovi sistemi che a livello profondo strutturano diversamente lo spazio domestico. Se dunque è vero che le copertine hanno un carattere presentificante e costruiscono certe attese nei lettori, dall'altra parte l'analisi porta a evidenziare come i servizi non ricalchino le medesime forme di organizzazione nel momento in cui affidano alla fotografia, e con essa ad altri elementi grafici, il compito di condurre il racconto degli spazi. In un certo senso, quindi viene meno quell'aspetto prefigurativo che la cover, nel connubio tra immagine e parola, si trova a esercitare, almeno per quel che riguarda le forme di organizzazione spaziale degli ambienti domestici. Forse allora quel vecchio detto non è invecchiato poi così male.

8 Conclusioni e rilanci: fotogenia della casa

Se la fotografia è un linguaggio (Floch 1986, Mangano 2018), come lo è anche lo spazio (Greimas 1976, Giannitrapani 2013), fotografare lo spazio domestico non è una pura e semplice forma di rappresentazione, bensì una vera e propria traduzione (Lotman 1984, 1993). Laddove la fotografia mette in forma l'ambiente domestico, anche lo spazio in qualche modo informa la fotografia, dando luogo da una parte a certe idee di casa e dall'altra a certi modi di fotografare e di utilizzare le foto per raccontare gli spazi. Il tutto all'interno di una specifica cornice enunciativa, la rivista appunto, entro la quale emerge che il valore dell'ambiente domestico e della fotografia trascendono la sfera dei bisogni e quella meramente tecnica per accedere a una più ampia socialità. In altre parole, le riviste plasmano e amplificano il senso degli ambienti domestici, portando con loro determinate concezioni della fotografia, certi usi e certe forme di organizzazione e narrazione dello spazio che prendono forma proprio a partire dalla fotografia stessa. Esse, rivolgendosi a noi, parlano anche di noi, della nostra società e della nostra cultura, dei nostri modi di intendere lo spazio domestico e fotografarlo, traducendo al proprio interno gusti, tendenze, mode e valori che fanno già parte del sociale ma che rilanciano nel mondo mutuati per i propri scopi.

Quelle rintracciate sono dunque messe in forma dello spazio-casa mediante il linguaggio fotografico che raccontano non solo delle maniere in cui i magazine si pongono nell'arena concorrenziale – differenziandosi nei contratti enunciazionali, nelle tipologie di narrazioni e descrizioni, nei percorsi che consentono di condurre e nelle immagini di casa a cui danno adito – ma di fatto anche dei nostri modi di percepire la casa e dunque di viverla e interpretarla assegnandole valori di volta in volta diversi. Ci sarebbe quindi da chiedersi se al di sotto di queste articolazioni spaziali fondate su logiche differenti – *articolarsi, mescolarsi, fondersi, isolarsi* – sia possibile ritrovare un certo modo di intendere le relazioni sociali entro le mura domestiche. Chiedersi, in altre parole, se tali logiche manifestino specifiche forme di convivialità e convivenza. D'altra parte, come ha sottolineato Hammad, l'abitazione è quello spazio destinato «in primo luogo alla regolazione dell'interazione sociale» (2003: 167). Tali forme di socialità potrebbero allora emergere anche e soprattutto a partire dal modo in cui si articolano le relazioni tra *pubblico* e *privato* proprio all'interno della casa, spazio che nell'immaginario comune rappresenta il privato per eccellenza. Ma come ha mostrato sempre Hammad (*ibid*), un luogo non è mai dato una volta e per tutte come *privato*, ma viene costruito come tale attraverso strategie che possono far capo al controllo e al dominio e che sono riconducibili alla modalità del *potere* (*poter accedere, passare, vedere*, etc.) la quale può essere acquisita anche transitoriamente: la casa si apre

agli altri a partire da un *dono* di natura modale, un *potere* appunto, che consente anche solo per un istante di averne accesso. Fermo restando che il *pubblico* e il *privato* che attribuiamo a uno spazio non cambiano solamente alla luce di tale dono modale, ma mutano anche al variare del punto di vista adottato. Non a caso, attraversando gli ambienti domestici messi in scena dalle fotografie (§5), abbiamo parlato di spazi pubblici e spazi privati della casa. È ciò che aveva notato anche Floch (1985) analizzando la Casa Braunschweig di Baines e riscontando in essa un'articolazione della categoria *pubblico vs privato* tale da definire l'abitazione in questione come una "casa nella casa". Come non pensare così a Lotman e alla sua idea di "testo nel testo"? Lasciando il pubblico cittadino e spostandoci all'interno del privato domestico, ecco che nella casa si ritrova quella opposizione che a livello superiore articola il senso di due entità diverse (il fuori cittadino e il dentro domestico) e che adesso struttura e definisce i rapporti tra le parti che compongono l'abitazione.

La fotografia in questo senso potrebbe essere un campo fertile di osservazione in cui sondare semioticamente queste ipotesi. Non solo perché permettere di accedere a degli spazi difficilmente raggiungibili, ma anche perché la fotografia d'interni, la sua diffusione, il suo uso e la sua fruizione manifestano già una riorganizzazione delle relazioni tra *pubblico* e *privato* che investono lo spazio domestico. Al di là del mondo editoriale infatti la casa è diventata da qualche tempo un soggetto fotografico. Se è improbabile scovare in qualche polveroso album di famiglia una foto del salotto di casa o della cucina, se non come sfondo, ciascuno di noi ha oggi nella galleria dello smartphone almeno una foto della propria casa. Di più: la foto d'interni impazza sul web, enorme serbatoio di prodotti fotografici dove anche gli spazi domestici trovano una propria cornice. Con l'avvento della rete e di social network come Instagram o Pintarest c'era forse da aspettarselo, tuttavia il moltiplicarsi di fotografie sugli ambienti domestici, così come l'esposizione stessa dello spazio-casa (Mazzucchelli 2021), non possono essere attribuiti alla maggiore opportunità di fotografare, all'abbattimento dei costi dato dal digitale o all'emersione di forme di vita *onlife* (Floridi 2015). Se la casa si è scoperta sempre più fotogenica, la ragione non è tanto da rintracciare nelle possibilità tecniche e tecnologiche o nei mutamenti sociali, ma nella relazione reciproca tra i due.

Bibliografia

-
- Acquarelli, Luca, Cogo, Michele & Tancini, Francesca (a cura di)
2013 *Il peritesto visivo. Copertine e altre strategie di presentazione*, EIC Rivista Italiana di Studi Semiotici, Anno VII, vol. 13.
- Bartezzaghi, Stefano
2019 *Banalità. Luoghi comuni, semiotica, social network*, Milano, Bompiani.
- Barthes, Roland
1961 “Le message photographique”, in *Communications*, n. 1, 127-138; ora in Id, *L'obvie et l'obtus*, Paris, Seuil, 1982 (tr. it. “Il messaggio fotografico”, in *L'ovvio e l'ottuso*, Torino, Einaudi, 1985, 5-21).
1964 “Rhétorique de l'image”, in *Communications*, n. 4, pp. 40-51; ora in Id, *L'obvie et l'obtus*, Paris, Seuil, 1982 (tr. it. “Retorica dell'immagine”, in *L'ovvio e l'ottuso*, Torino, Einaudi, 1985, 22-41).
1967 *Système de la Mode*, Paris, Seuil (tr. it. *Sistema della Moda*, Torino, Einaudi, 1970).
2006 *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*, Torino, Einaudi.
- Burgio, Gianluca
2023 *Della porta. Indagine su un oggetto ordinario*, Milano, Meltemi.
- Capomaggi, Julia
2015 *DOMUS 1948-1978. La conformación del espacio interior doméstico a través del mobiliario*, Tesi di Dottorato, Universidad Politécnica de Catalunya, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona.
- De Certeau, Michel
1990 *L'invention du quotidien. I Arts de faire*, Gallimard, Paris (tr. it. *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Edizioni Lavoro, 2001).
- Floch, Jean-Marie
1985 “La maison Braunschweig de Georges Baines”, in Id, *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit*, Paris-Amsterdam, Hades-Benjamin (tr. it. “La casa Braunschweig di Georges Baines”, in Id, *Bricolage. Analizzare pubblicità, immagini e spazi*, Milano, FrancoAngeli, 2013, 183-198).
1989 *Les formes de l'empreinte*, Pierre Fanlac, Périgueux; (tr. it. *Forme dell'impronta. Brandt, Cartier-Bresson, Doisneau, Stieglitz, Strand*, Milano, Meltemi, 2018).
1995 *Identités visuelles*, Paris, Universitaires de Frances (tr. it. *Identità visive. Waterman, Apple, Ibm, Chanel, Ikea e altri casi di marca*, Milano, Franco Angeli, 1996).
1999 “Concevoir et manager l'espace de travail, l'apport de la sémiotique”, in Legris-Desportes, Fraenkel, (a cura di), *Entreprise et sémiologie. Analyser le sens pour maîtriser l'action*, Paris, Dunod, 167-182; (tr. it. “Concepire e gestire lo spazio di lavoro. L'apporto della semiotica”, in Pezzini, Isabella & Finocchi, Riccardo (a cura di), *Dallo spazio alla città. Letture e fondamenti di semiotica urbana*, Milano, Mimesis, 2020, 357-370).
- Floridi, Luciano (a cura di)
2015 *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*, Cham, Springer.
-

- Fontanille, Jacques
1989 *Les espaces subjectifs. Introduction à la sémiotique de l'observateur*, Paris, Hachette (tr. it. parziale "L'osservatore come soggetto enunciativo", in Fabbri, Paolo & Marrone, Gianfranco (a cura di), *Semiotica in nuce II. La teoria del discorso*, Roma, Meltemi, 2001, 44-63).
- Genette, Gérard
1987 *Seuils*, Paris, Seuil (tr. it. *Soglie. I dintorni del testo*, Torino, Einaudi, 1989).
- Giannitrapani, Alice
2013 *Introduzione alla semiotica dello spazio*, Roma, Carocci.
- Greimas, Algirdas Julien
1976 *Sémiotique et sciences sociales*, Seuil, Paris (tr. it. *Semiotica e scienze sociali*, Torino, Centro scientifico editore, 1991).
- Greimas, Algirdas Julien & Courtés, Joseph
1979 *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette (tr. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Mondadori, 2007).
- Greimas, Algirdas Julien, Del Nino, Maurizio & Fabbri, Paolo
2021 *Sui proverbi*, Roma, Sossella.
- Hammad, Manar
2003 *Leggere lo spazio, comprendere l'architettura*, Roma, Meltemi.
- Landowski, Eric & Grignaffini, Giorgio
2002 "L'arredamento di uno spazio abitabile", in Landowski, Eric & Marrone, Gianfranco (a cura di), *La società degli oggetti*, Roma, Meltemi, 61-70.
- Latour, Bruno
2021 *Politiche del design. Semiotica degli artefatti e forme della socialità*, Milano, Mimesis.
- Lotman, Jurij Michajlovi.
1984 "O semiosfere", in *Trudy po znakovym sistemam* n. 17, Tartu (tr. it. *La semiosfera*, Venezia, Marsilio, 1985).
- 1993 *Kul'tura I Vzryv. Moskva, Gnosis* (tr. it. *La cultura e l'esplosione. Prevedibilità e imprevedibilità*, Milano, Feltrinelli, 1993).
- Mangano, Dario
2018 *Che cos'è la semiotica della fotografia*, Roma, Carocci.
- 2019a "Voci di un lessico industriale", in ID, *Ikea e altre semiosfere. Laboratorio di sociosemiotica*, Milano-Udine, Mimesis, 207-267.
- 2019b "Open space", in ID, *Ikea e altre semiosfere. Laboratorio di sociosemiotica*, Milano-Udine, Mimesis, 191-204.
- Marin, Louis
1994 *De la représentation*, Paris, Gallimard-Seuil (tr. it. *Della rappresentazione*, Roma, Meltemi, 2001).
- Marrone, Gianfranco
1992 "Effetti di falsità: i luoghi comuni", in ID (a cura di), *La menzogna*, Palermo, Quaderni del Circolo semiologico siciliano, 297-307.
- 1994 "Luoghi comuni: un'ipotesi semiotica", in La Fauci, Nunzio (a cura di), *Il telo di Pangloss. Linguaggio, lingue, testi*, Palermo, L'epos.
- 1998a "Introduzione" in Barthes, Roland, *Scritti. Società, testo e comunicazione*, Torino, Einaudi.
- 1998b *Estetica del telegiornale*, Roma, Meltemi.
- 2007 *Il discorso di marca. Modelli semiotici per il branding*, Roma-Bari, Laterza.
- 2016 *Roland Barthes: parole chiave*, Roma, Carocci.
- 2018 *Prima lezione di semiotica*, Roma-Bari, Laterza.
- Mazzucchelli, Francesco
2021 "La quarta parete di casa. Il pubblico dentro lo spazio domestico", in *Semestrale di studi e ricerche di geografia*, XXXIII, Bologna, BUP, 177-182.
- Pozzato, Maria Pia
2001 "Le figure del racconto di Gérard Genette", in ID, *Semiotica del testo. Metodi, autori, esempi*, Roma, Carocci, 231-247.
- Schapiro, Meyer
2002 *Per una semiotica del linguaggio visivo*, Roma, Meltemi.
- Stoichita, Victor
1993 *L'instauration du tableau*, Paris, Klincksieck (tr. it. *L'invenzione del quadro*, Milano, Saggiatore, 1998).

Wölfflin, Heinrich

1915 *Kunstgeschichtliche Grundbegriffe. Das Problem der Stilentwicklung in der neueren Kunst*, München, Schwabe & Co. (tr. it. *Concetti fondamentali della storia dell'arte*, Milano, Longanesi, 1984).

Note

¹ Due esempi possono essere *AD* per gli States, edito dal 1920, e *Marie Claire Maison* per la Francia, alle stampe dal 1967.

² Pochi sono gli studi intorno al rapporto tra fotografia d'interni e spazio domestico. Interessante tuttavia citare la ricerca dottorale condotta da Capomaggi (2015) incentrata sulle riconfigurazioni spaziali dell'ambiente domestico attraverso il mobilio e sviluppata a partire dalla disamina di fotografie d'interni tratte dalla rivista *Domus*. Benché si tratti di un lavoro che si situa nel campo dell'architettura e non considera nello specifico la fotografia come linguaggio capace di mettere in forma lo spazio, interessandosi più al contenuto enunciato dalle immagini fotografiche che alle forme della sua enunciazione, si possono rintracciare alcune linee di convergenza con l'approccio semiotico: dall'idea che gli oggetti che popolano gli ambienti siano in grado di trasformare lo spazio attivando, diremmo in semiotica, meccanismi di significazione che ne modificano il senso e dando luogo a nuove forme di spazialità (Landowski, Grignaffini 2002), a quella secondo cui le riviste d'interior conducano un vero e proprio discorso sociale intorno all'ambiente domestico.

³ Per alcune riflessioni semiotiche sui proverbi si veda Greimas, Del Ninno, Fabbri (2021). Sul luogo comune si veda Marrone (1992 e 1994) nonché Bartezzaghi (2019).

⁴ Sulla moda in Barthes si veda anche la raccolta di testi a cura di Marrone (Barthes 2006). Per una ricostruzione più generale del lavoro di Barthes si rimanda a Marrone (2016).

⁵ Si tratta di una grande rarità per le riviste d'interior, dove le tracce umane all'interno degli ambienti immortalati sono spesso ridotte al minimo.

⁶ Tali aspetti avvicinano tra l'altro la cover di *Casa Facile* alle immagini del catalogo Ikea su cui si è soffermato Mangano (2019a): un ambiente caratterizzato da un'armonia tanto perfetta quanto irraggiungibile eppure assolutamente credibile. La scena non è solo popolata o attiva ma *viva* e a produrre tale effetto è l'orchestrazione sapiente di tutta una serie di dettagli – come quelli poco sopra enunciati – che permette a noi osservatori di passare “dal guardare una fotografia al vedere una scena di vita quotidiana” (*ibid*: 219). Un qualcosa che si tenta di realizzare anche lungo il servizio (cfr. §5 e Fig. 9) dove, tra le grinzhe sul divano, un lembo di coperta che tocca per terra e qualche libro fuori posto, lo stile di arredamento che si vuole comunicare passa anche e soprattutto attraverso un frammento di vita.

⁷ Sugli open space si veda Mangano (2019b).

⁸ Il riferimento è a Jacques Fontanille (1989) e ai concetti di informatore e osservatore che sottoarticolano quello che il semiologo definisce come un *soggetto enunciativo cognitivo*, un simulacro che a livello dell'enunciazione e tramite l'enunciato manipola e stabilisce la competenza cognitiva e visiva dell'enunciataro.

⁹ Su porte, finestre, specchi, etc. in pittura, capaci di assolvere una funzione metapittorica, si veda Stochita (1993). Per alcune riflessioni dal carattere sociale, antropologico e semiotico sulle porte in quanto artefatti si rimanda alla raccolta di saggi di Latour (2021) a cura di Mangano e Ventura Bordenca. Sulle porte come dispositivi spaziali e la loro sparizione entro le mura domestiche si veda Mangano (2019b). Per una recente e ampia indagine sulle porte si rinvia infine a Burgio (2023) che ne sottolinea a più riprese la duplice azione di unificazione e separazione.

¹⁰ Si noti che il trafiletto di accompagnamento, vero e proprio corpo del servizio, riporta in estrema sintesi le scelte d'arredamento, i “tocchi di stile” e le soluzioni architettoniche degli architetti-designer proprietari di casa, ma tutto il servizio è costellato da didascalie, note e pop-up con la stessa funzione.

Biografie delle autrici e degli autori

Michele Amaglio

Fotografo e curatore. Laureato in Photography presso The University of Brighton (2015) e in Semiotica presso l'Università di Bologna, accompagna la sua pratica artistica alla pratica di curatore di progetti incentrati sulla fotografia e le arti visive. Nel 2016 fonda l'organizzazione Ardesia Projects dedita a progetti curatoriali sulla fotografia contemporanea in Italia all'estero.

Massimo Roberto Beato

Dottore di ricerca in Philosophy, Science, Cognition, and Semiotics presso l'Università di Bologna, sotto la supervisione di Maria Pia Pozzato e Claudio Paolucci, si occupa di sociosemiotica del teatro, gestualità e corporeità, semiotica e teoria dell'immagine, semiotica dello spazio, semiotica dell'esperienza, narrazioni sincretiche, narrazioni seriali, metodologia semiotica di analisi testuale, teorie dell'enunciazione e della soggettività, media immersivi e tecnologie enattive, forme e modelli di scrittura. Ha pubblicato articoli sulle riviste scientifiche «ElC», «Carte Semiotiche», «Mimesis Journal», «Topoi» e «Annali di studi religiosi». Attualmente, è docente a contratto di Storia del teatro e dello spettacolo (L-ART/05) presso l'Università degli Studi della Tuscia, dove tiene anche un laboratorio di Scrittura creativa.

Emanuele Crescimanno

Professore di Estetica presso l'Università degli Studi di Palermo; svolge la propria attività didattica nei corsi di studio in Scienze della comunicazione; compone il Collegio dei docenti del Dottorato di ricerca in Cultura visuale. Si occupa delle intersezioni tra estetica e cultura visuale, con particolare attenzione alla fotografia, ai media digitali e alle nuove forme di esperienza estetica.

Maria Del Pilar Martínez

has been a teacher educator for more than forty years in Argentina. She holds a postgraduate

degree in EFL, a postgraduate degree in technology and a M.A. degree in Anglo American literature (UNRC). She was head of department and vice principal of the English Teacher Trainer College in Pergamino. She co-coordinated the CPD EFL program of the Ministry of Education in the Buenos Aires province. She has written courses, delivered presentations and published on EFL and Literary criticism. At present she lectures on Literature and Cultural Studies at UTN San Nicolás, B.A, facilitates workshops for advanced students of the Teacher training college and coordinates literary workshops. Her main research interests are CPD and multimodal literature.

Joan Fontcuberta

È artista, insegnante, critico, storico della fotografia e curatore di mostre. Ha scritto una dozzina di libri, tra cui *El Beso de Judas. Fotografía y verdad* (1997), *Ciencia y fricción* (1998), *La (foto)cámara de Pandora, o La Furia de las imágenes (notas sobre la Postfotografía)* (2016). Le sue opere sono state collezionate ed esposte in musei d'arte e di scienza di tutto il mondo, dal MoMA di New York al Science Museum di Londra. Nel 2013 ha ricevuto il premio internazionale Hasselblad.

Valentina Manchia

Insegna presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano, nel corso di laurea magistrale in Design della Comunicazione, e presso l'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna, oltre che a ISIA Urbino, ISIA Faenza e IAAD Torino. Dottore di ricerca in Semiotica e Comunicazione simbolica presso l'Università di Siena, collabora con il Centro Interateneo di Ricerca CROSS (Centro di Ricerca Omar Calabrese di Semiotica e Scienze dell'immagine) ed è redattrice delle riviste «Carte Semiotiche» e «Ocula».

Tra i suoi interessi di ricerca le intersezioni tra verbale e visivo e tra rappresentazione e visualizzazione, con particolare attenzione per

la comunicazione visiva, la *data visualization* e il panorama visuale contemporaneo.

Dario Mangano

È professore ordinario di Semiotica all'Università di Palermo dove insegna Semiotica del brand e tiene un Laboratorio di teoria e tecniche del linguaggio audiovisivo nei corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione. Nella stessa università dirige inoltre il Laboratorio di Comunicazione del Dipartimento Culture e Società. È presidente dell'Associazione Italiana Studi Semiotici (AISS). I suoi interessi di ricerca sono rivolti al design, alla pubblicità, alla fotografia e alla gastronomia. Ha pubblicato diversi libri e articoli fra cui *Ikea e altre semiosfere* (Mimesis, 2019), *Che cos'è la semiotica della fotografia* (Carocci, 2018) *Che cos'è il food design* (Carocci, 2014), *Semiotica e design* (Carocci, 2008).

Valentina Mignano

Dottore di ricerca in Studi culturali, rappresentazioni e performance, è ricercatrice (tip. A) presso il dipartimento Culture e Società dell'Università di Palermo, dove insegna Storia della fotografia, Storia del cinema, Studi Culturali e Visual Design. I suoi principali ambiti di ricerca sono: cultura visuale, mediologia, studi sulla fotografia digitale e sulla proliferazione dell'immagine. Tra le sue pubblicazioni: *Schermi. Immagini, corpi, condivisioni* (Palermo University Press 2019); *Biopolitik am Bildschirm*, in V. Borsò e M. Cometa (a cura di) *Die Kunst, das Leben zu Bewirtschaften* (Bielefeld, Transcript Verlag, 2013, pp. 251- 269). È membro della redazione del sito www.studiculturali.it: il portale italiano degli studi culturali, e della rivista *Visual Culture Studies* (VCS).

Doriane Molay

Graduated from the École Nationale Supérieure des Beaux-Arts de Paris, Doriane Molay is currently completing a thesis at the EHESS, where she is a member of the CESPPRA. Her research, which focuses on the practice of the photographic album from a social aesthetics perspective, examines the narration of the self and its impact on the constitution of the subject: what can produce in real life the production of aesthetic forms, and what does everyday life provoke in the production of such aesthetic systems? In these perspectives, she has worked for a few months at the Warburg Institute and the Houghton Library (Harvard University). At the

same time, Doriane Molay is co-director of the project *Fiction and the Ethical Turn* supported by the Fondation Maison des Sciences de l'Homme, in which she is mainly interested in the works of the Bloomsbury Group, and is presently a laureate of the research programme of the Institut pour la Photographie des Hauts-de-France, through which she is beginning an essay on the Stephen sisters, Virginia Woolf and Vanessa Bell. She has presented her studies at various international conferences in France, The United Kingdom and Germany, as well as in Italy and Portugal, and she has published in journals and collective books on sociology, image theory and literature. Also, she frequently translates scientific articles from Italian and English into French.

Miriam Rejas Del Pino

È dottoranda in Storia dell'Arte presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, e nel 2023 realizza un soggiorno di visiting all'EHESS di Parigi. Rejas ha lavorato come curatrice e archivista dell'Archivio di Laura de Santillana dal 2021 al 2022, e co-cura la mostra "Laura de Santillana: Oltre la Materia" alle Gallerie dell'Accademia di Venezia (2023). Nel 2019 Rejas si è laureata in Arti Visive allo IUAV, e ottiene il riconoscimento di "Best Visual Arts Dissertation Award". Al termine del Master frequenta CAMPO presso la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo e nel 2020 co-fonda TBD Ultramagazine, un progetto editoriale che ha già pubblicato cinque volumi. Rejas ha scritto saggi in cataloghi e riviste scientifiche e non (Venezia Arti), fa parte del comitato di redazione di *Carte Semiotiche*, è membro del CROSS Centro di Ricerca e del LABIM.

Elisa Sanzeri

Laureata Magistrale in Semiotica (Università di Bologna), svolge attualmente il Dottorato di Ricerca in Semiotica all'Università degli Studi di Palermo con un progetto incentrato sullo spazio domestico. I suoi interessi di ricerca ruotano intorno alla problematica delle soglie e alla definizione delle relazioni tra casa e città.