



Comitato Scientifico / Scientific Advisory Board

Atxu Aman - Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid
Roberta Amirante - Università degli Studi di Napoli Federico II
Pepe Ballestreros - Escuela Superior de Arquitectura, Universidad Politécnica de Madrid
Guya Bertelli - Politecnico di Milano
Pilar Chias Navarro - Universidad de Alcalá
Christian Cristofari - Institut Universitaire de Technologie, Università di Corsica
Antonella di Luggo - Università degli Studi di Napoli Federico II
Agostino De Rosa, Università IUAV di Venezia
Alberto Diaspro - Istituto Italiano di Tecnologia - Università degli Studi di Genova
Newton D'souza - Florida International University
Francesca Fatta - Università Mediterranea di Reggio Calabria
Massimo Ferrari - Politecnico di Milano
Roberto Gargiani - École polytechnique fédérale de Lausanne
Paolo Giardiello - Università degli Studi di Napoli Federico II
Andrea Giordano - Università degli Studi di Padova
Andrea Grimaldi - Università degli studi di Roma La Sapienza
Hervé Grolier - École de Design Industriel, Animation et Jeu Vidéo RUBIKA
Michael Jakob - Haute École du Paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève
Carles Llop - Escuela Técnica Superior de Arquitectura del Vallés-Universitat Politècnica de Catalunya
Areti Markopoulou - Institute for Advanced Architecture of Catalonia
Luca Molinari - Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli
Philippe Morel - École nationale supérieure d'architecture Paris-Malaquais
Carles Muro - Politecnico di Milano
Élodie Nourrigat - École Nationale Supérieure d'Architecture de Montpellier
Gabriele Pierluisi - École Nationale Supérieure d'Architecture de Versailles
Jörg Schroeder - Leibniz Universität Hannover
Federico Soriano - Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid
José Antonio Sosa - Escuela Superior de Arquitectura, Universidad de Las Palmas
Marco Trisciuglio - Politecnico di Torino
Guillermo Vázquez Consuegra - architect, Sevilla

Direttore scientifico / Scientific Editor in chief

Niccolò Casiddu - Università degli Studi di Genova

Direttore responsabile / Editor in chief

Stefano Termanini

Vicedirettore / Associate Editor

Valter Scelsi - Università degli Studi di Genova

Comitato di indirizzo / Steering Board

Maria Linda Falcidieno, Manuel Gausa, Andrea Giachetta,
Enrico Molteni, Maria Benedetta Spadolini, Alessandro Valenti

Comitato editoriale / Editorial Board

Maria Elisabetta Ruggiero (coordinamento/coordinator)
Davide Servente, Beatrice Moretti, Luigi Mandraccio

Revisione testi / Texts Editing

Luigi Mandraccio

Progetto grafico e Layout / Graphic Project and Layout

Davide Servente, Beatrice Moretti
con Giulia Accomo, Giulia Analdi, Giada Buzzi, Fulvia Casagrande, Giovanna Castellano, Annalisa Croce,
Mara Cuccu, Giovanna Dagnino, El Shaymaa Daoud, Federica Marin, Giorgia Marullo, Giulia Mazzucco, Be-
atrice Merluzzi, Alessia Moi, Martina Pallavicini, Daniele Panozzo, Francesca Paoli, Beatrice Parisi, Emanuela
Revello, Valentina Ricci, Marta Rivarola, Jonathan Segura, Erika Tiella, Francesco Trucchi, Serena Zianni

Editore / Publisher

Stefano Termanini Editore,
Via Domenico Fiasella, 3, 16121 Genova
Autorizzazione del tribunale di Firenze n. 5513 in data 31.08.2006

Proporre alla riflessione dei nostri autori una riflessione sull'Analogia – così come la redazione ha fatto per questo primo numero del 2021 di GUD Design, terzo della nuova serie – è stata premessa generosa di conseguenze. In nuce così come ex post.

Analogia come modo della percezione, come sostrato, tela, riferimento costante, posto tra il “vecchio”, presente come modello, e il “nuovo” che è chiamato a esistere dentro un tessuto di relazioni. Analogia come linguaggio: ci mette nella condizione di parlare dell'ignoto, mentre ci induce a ragionare sul noto. Analogia come riflesso della cultura “alta”, che si riverbera e attenua in una cultura più diffusa e popolare. Che prende la via della moltiplicazione, non semplice produzione di multipli, priva di originalità, ma riscoperta e, qualche volta, addirittura reinvenzione. Analogia come sviluppo di echi, rimandi, risonanze. Esito (o recupero) dell'inesauribile suggestione del classico, fungibilità dentro la permanenza, eterno ritorno e risemantizzazione degli archetipi.

Per il numero dedicato all'Analogia di GUD questa varietà – che più ancora che nei numeri precedenti corrisponde a varietà delle scritture – trova spazio e disposizione in un rinnovato progetto grafico. Il nuovo layout, che GUD si dà a partire da questo numero, ci pare anche più del precedente limpido e chiaro, capace di dare risalto a immagini e disegni e di accomodarli nello spazio bianco della pagina, in armonia con il testo e con la sua leggibilità.

Stefano Termanini



TRA IMMAGINARIO E PROGETTO

SUTURA PER BIZZARRE ANALOGIE DOMESTICHE

Laura Arrighi

Domestic architecture and its relationship with the media are major themes that have characterised 20th century architecture. Where conventional criticism portrays modern architecture as a high art practice, in opposition to mass culture, Colomina (1996) sees the emerging communication systems - the mass media - as the real site within which it was produced, considering architectural discourse as the intersection of a series of representational systems, such as drawings, models, photographs, books, films and advertisements. The media terrain on which this discourse has been nurtured is rich and jagged, encompassing not only different media but also multiple narrative strategies that have materialised individual domestic desires in the collective imagination.

Already in the first decades of the 20th century, for example in the periodical *Esprit Nouveau*, editorial projects did not perform a function of pure criticism of the discipline of architecture, but were rather tools for communicating or rather educating about a new way of living. The best, the most functional, the most ergonomic. The aim of the magazine was to promote a Modern architecture that was difficult to live in and a design that was equally difficult to use. At the turn of the Second World War, there was an evolution in communication techniques and therefore in the purpose of the messages expressed. It was no longer about educating, but about making people dream. The magazine did not tell you "how you should live" but "how you could live". If until a few years before the individual was as if deprived of his personality to adhere to a predefined domestic model now the inhabitant became the protagonist of the domestic space. (Giberti, 2015).

Many journals follow this new narrative path, in a more or less resistant way, one can detect from a cross-reading between scientific and popular publishing, a contamination of new narrative methods and tools. This reading underlines the emergence of a convergence of objectives and contents that can clarify how the construction of an imaginary has contributed to the formulation of architectural theories.

The essay intends to sew up the apparent dichotomy between theory and design imagery through an analytical reading and comparison of elements found in a number of scientific and commercial journals, both trade and non-trade, in the historical period from the immediate post-war period to the early 1960s.

L'architettura domestica e le sue relazioni con i media, sono i grandi temi che hanno caratterizzato l'architettura del Novecento. Laddove la critica convenzionale ritrae l'architettura moderna come un'alta pratica artistica, in opposizione alla cultura di massa, Colomina (1996) vede i sistemi di comunicazione emergenti – i mass media – come il vero sito all'interno del quale questa è stata prodotta, considerando il discorso architettonico come l'intersezione di una serie di sistemi di rappresentazione, quali disegni, modelli, fotografie, libri, film e pubblicità. Il terreno mediale su cui si è alimentato questo discorso, è ricco e frastagliato e comprende non soltanto diversi mezzi di comunicazioni ma anche molteplici strategie narrative che hanno materializzato i desideri individuali riguardo la casa nell'immaginario collettivo.

Tra editoria scientifica e commerciale

In America, come ben argomenta Timothy Mennel in *Miracle House Hoop-La* (2005: 340-361), i media utilizzarono negli anni Quaranta il termine “*dream house*” in una vera e propria retorica della casa post-bellica immaginata come una sorta di “casa miracolosa” costruita su un immaginario tecnologico che distoglieva l'attenzione dalle difficili condizioni economiche in cui versava in paese. Questo sviluppo della retorica corporativa indusse cambiamenti nel modo in cui le case erano percepite a livello popolare. A dispetto della pubblicità che alimentò il mercato ideale della casa “autopulente”, “autorespirante”, del bagno “autosterilizzate” ecc. negli anni successivi alla fine del conflitto molte persone arrivarono a credere di aver effettivamente ottenuto la “casa miracolosa”, grazie ad una cucina a misura di elettrodomestico, alla lavanderia elettrica e alle finestre panoramiche. «E chi potrebbe contestare la felicità, in qualunque modo sia stata costruita?» (Mennel, 2005: 357). Mennel sottolinea inoltre come le riviste commerciali più popolari ebbero un ruolo cruciale, insieme a quelle scientifiche, nella diffusione di questa retorica. In modo differente, anche in Europa il desiderio di abitare case moderne o “da sogno” è stato alimentato dai media, attraverso narrazioni di nuovi stili di vita che avevano l'obiettivo di plasmare o meglio suggerire un modo di essere “moderno” attraverso usi, costumi, oggetti. Per fare un esempio, *Domus*, pur essendo una rivista di architettura, fin dalla sua fondazione si proponeva di non fare pura critica disciplinare, ma di considerare tutti gli aspetti che da spazio costruito e allestito internamente, rendono la casa abitazione. Trattava quindi anche le arti minori, quali “l'ornamento”, il giardinaggio, la cucina, la gestione pratica della casa (Ponti, 1928: 7). Concetto che Gio Ponti ribadì nel 1948, rientrando alla direzione di *Domus* dopo la breve ma significativa esperienza di *Stile*, periodico da lui fondato nel 1941 e che diresse fino al 1947, con l'intento di promuovere un programma di diffusione della cultura artistica e architettonica per la formazione di una “cultura dell'abitare” che includesse arti, letteratura, cinema, moda. Non settoriali ma comunque decisive, furono le riviste popolari femminili, come *Amica*, *Annabella*, *Gioia!*, *Grazia*, che con la loro ampia diffusione contribuirono a divulgare il nuovo gusto domestico tra le classi medie attraverso rubriche dedicate all'arredamento e al design industriale (Banali, 2015: 89). Una tipologia di rivista popolare interessante è stata il fotoromanzo. Definito per diverso tempo “fumetto”, è stato a lungo guardato con sospetto tanto dalla sinistra quanto dal mondo cattolico, come se si trattasse di un'intrusione americana nella cultura nazionale. Silvana Turzio ha sottolineato la sua importanza nella diffusione dell'immaginario abitativo, analizzando come «la fotografia inglobasse volutamente dettagli del set per raccontare la localizzazione della vicenda e la sua evoluzione [...] elementi

spazio-temporali e socio-culturali a costruire ciò che Roland Barthes definisce *l'effetto del reale*; dettagli piccoli e apparentemente insignificanti che permettono di indicare l'ambientazione sociale e locale. [...] Molte sono le immagini esteticamente interessanti che raccontano la storia degli interni, dalle cucine ai soggiorni, dai luoghi privati a quelli pubblici» (2019: 58). (Fig. 1) Ragionando sui periodici “di genere” e tornando agli Stati Uniti, non può mancare il riferimento a *Playboy*, rivista maschile nata negli anni Cinquanta che, come sottolinea nel suo libro *Pornotopia*, Beatriz Preciado, si è rivelata «un meccanismo capace di proiezione pubblica del privato e spettacolarizzazione della domesticità» (2011: 8) rivoluzionando non solo il modo di comunicare determinati argomenti, ma anche quello di leggere la società, mettendo in relazione la vita stessa delle persone con il proprio habitat domestico. Il fondatore di *Playboy* ha realizzato «per mezzo delle pagine del suo periodico, ma anche mediante le foto della sua casa, e poi dei Playboy Club, la teatralizzazione dello spazio domestico, sottraendolo al dominio della donna e destinandolo a quello del maschio eterosessuale, singolo, magari anche divorziato: un James Bond della vita quotidiana» (Belpoliti, 2011).

Iconografia dell'abitare e immaginario

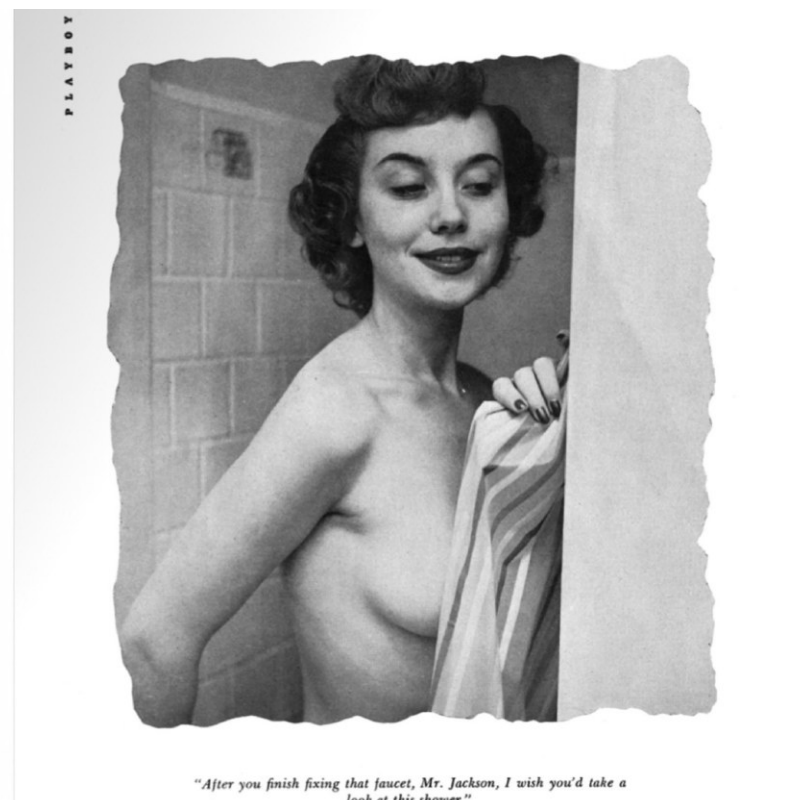
Nel capitolo dedicato all'iconografia dell'abitare Maurizio Vitta afferma che «tra la concretezza dell'abitare e il suo palpitante sentimento s'interpone una mediazione sociale fatta di stereotipi, valori estetici egemoni, indirizzi di moda. La trasformazione della pura abitazione in “casa”, ovvero in esperienza più o meno intensamente vissuta, passa di necessità attraverso il filtro di un tessuto culturale che avviluppa le nostre esistenze e, pur senza compromettere del tutto la libertà soggettiva di giudizio, ne plasma i contorni, facendola tendere nella direzione di una “normalità” stabile e consolidata. Si tratta di un filtro [...] che si manifesta soprattutto sul piano dell'immagine, la quale si concretizza e si organizza nel repertorio visivo delle soluzioni abitative diffuse per lo più dai media (le riviste specializzate, le rubriche dei periodici, i libri sull'arredamento, la pubblicità) e dalle esposizioni commerciali (fiere, saloni, vetrine aziendali)» (2018: 342).

L'iconografia proposta dalle riviste sopra citate e da molte altre, ha fatto probabilmente leva su artifici narrativi e uso di tecniche raffinate di retorica che attraverso le immagini, ad esempio quelle pubblicitarie, hanno rimandato piuttosto che ai contenuti dei singoli prodotti, alle strategie esistenziali su cui essi tendenzialmente si fondavano. Lo hanno fatto attraverso l'uso della figura retorica dell'*exemplum*, uno degli accorgimenti destinati a dimostrare, «sulla base di numerosi casi simili, che una cosa è in un certo modo [...] l'iconografia che da essa è derivata insiste sull'esperienza del prodotto, proiettando il singolo caso raffigurato in una dimensione generale, senza tuttavia togliere ad esso nulla della sua irriducibile individualità. In breve, rendendo esemplare l'immagine proposta» (Vitta 2018: 346). In modo più o meno resistente, si può rilevare da una lettura incrociata tra editoria settoriale ed editoria a carattere più divulgativo-popolare, una contaminazione di metodi e strumenti narrativi che hanno lavorato sull'iconografia della casa. Esempi che possiamo raccogliere a posteriori in curiose analogie nelle quali viene rilevato quello che Roland Barthes dissertando sulla fotografia teorizzava come *punctum*. A differenza dello *studium* che Barthes individuava come ciò che nella fotografia interessa, ma senza destare un particolare turbamento, il *punctum* infrange o scandisce invece quello stato d'animo: «questa volta non sono io che vado in cerca di lui (dato che investo della mia superiore coscienza il campo dello *studium*) ma è lui che, partendo dalla scena, come una freccia, mi



Fig. 1, In alto: Collage analogico.
A sinistr: scena di un fotoromanzo - Grand Hotel 611 (1958).
A destra: immagine sull'architettura americana - Domus 209 (1946).

Fig. 2, In basso
A sinistra: pubblicità di Manifattura Ceramica Pozzi - Domus 273 (1952).
A destra: servizio fotografico - Playboy, December (1953).



**RIUSCIRÀ ELLA A SCOPRIRE
l'invisibile nemica
PRIMA CHE SIA TROPPO TARDI?**

**ECCO COME COMBATTERE
"L'INVISIBILE NEMICO"**

1. Lavate regolarmente i vostri denti, almeno due volte al giorno, con la *Dental Cream Squibb*. Essa li rende bianchi senza esporti ad alcuna azione nociva. Ma non fermatevi qui...
2. Lasciate penetrare la crema tra i denti prima di risciacquarli; ciò vi garantisce di sfruttare al massimo l'azione neutralizzante dell'idrossido di magnesio.

Troppe persone si rendono conto dell'esistenza "dell'Invisibile Nemico" quando è ormai troppo tardi.

Questo "Invisibile Nemico," è l'acidità batterica. Voi non lo vedete, ma esso è lì che attacca lo smalto dei vostri denti causando la formazione di cavità.

Per combattere l'acidità batterica voi dovete lavare regolarmente i vostri denti. Dovete inoltre essere certi di usare un dentifricio adatto, la *Dental Cream Squibb*, che rappresenta qualcosa di più di un semplice dentifricio.

Dato il piacevole sapore della *Dental Cream Squibb* sarà più facile per voi ricordare di lavare i vostri denti almeno due volte al giorno.

La *Dental Cream Squibb* contiene idrossido di magnesio che neutralizza efficacemente l'acidità batterica.

SQUIBB DENTAL CREAM

dentifricio che vi offre ogni

GARANZIA

Odol

Il dentifricio ODOL mantiene la perfetta igiene della bocca grazie alle sue qualità antisettiche, detergenti e schiumogene.

Un prodotto speciale
I' AKTISULFON-H6

studiato e preparato nei laboratori ODOL esplica un eccezionale potere antifermentativo e deodorante che previene la carie ed elimina totalmente l'alito cattivo.

Odol
bocca fresca - denti bianchi

Odol pasta
tubo grande L. 220

PUBBL. LEO N. 263

Fig. 3, A sinistra: pubblicità del dentifricio Squibb - Domus 278 (1953). A destra: trafiletto pubblicitario, dentifricio Odol - Novella, gennaio (1955).

trafigge» (1980: 28).

Partendo da questa riflessione è interessante ricercare il *punctum* nelle pagine delle riviste che hanno creato, nel secondo dopoguerra, il sogno domestico. Immagini che per la loro natura o per la singolare situazione nella quale erano poste, colpiscono e hanno colpito il lettore, creando la curiosità, il sogno, l'aspirazione.

Curiose analogie

Nella costruzione dell'immaginario un peso importante è ricoperto dalla pubblicità. La maggior parte delle riviste, anche settoriali, avendo carattere commerciale le dedicano numerose pagine.¹ L'aspetto interessante è come la rivista di architettura proponga pubblicità in gran parte "di genere". Come già dichiarato, *Domus* vuole suggerire attraverso le immagini un nuovo modo di essere. Così sfogliando le pagine non è difficile imbattersi nella promozione di prodotti per l'igiene personale, profumi, accessori e abiti. Questo avviene in concomitanza con una modificazione dell'architettura popolare in cui il bagno comincerà ad essere una prerogativa centrale nella costruzione delle nuove abitazioni. «I nuovi dettami in materia di igiene vengono accolti da architetti e urbanisti per passare dal modello rurale (ma non solo) del bagno esterno, privo di fognature, a quello urbano che prevedeva una nuova stanza destinata all'igiene personale» (Banali, 2015: 135). (Fig. 2-3)

D'altra parte riviste di architettura a carattere più divulgativo,

pubblicizzano un nuovo modo di abitare, riproducendo tecniche proprie della comunicazione del progetto architettonico, con donne in abito da sposa che tengono in mano modellini di case da sogno, avvicinando così il pubblico più vasto alla cultura architettonica. (Fig. 4)

Sfogliando le pagine di *Playboy* ci si imbatte costantemente in rimandi al mondo dell'architettura. Un esempio si rintraccia nella vicenda della schiena di Vikki Dougan al banchetto di premiazione della Hollywood Foreign Press Association del 1957. Un servizio fotografico apparso su *Playboy* a giugno di quello stesso anno, intitolato *The Back*, mostra la *playmate* ritratta in un abito che lasciava scoperta la schiena e anche parte del sedere: «I bulbi oculari maschili scoppiarono, così come i flash della United Press [...] Si è parlato di "cattivo gusto" da parte delle donne che presentavano una scollatura più convenzionale esposta, Vikki ha detto [...] che la gente in abiti di vetro non dovrebbe scagliare pietre» (1957: 60). Beatriz Preciado (2020: 94-96) sottolinea come per mezzo di Dougan, *Playboy* denunciasse l'ipocrisia dell'abito trasparente, un concetto associabile all'architettura di vetro modernista, per cui la soglia trasparente era necessaria per mostrare. In realtà l'operazione di Dougan, che *Playboy* operava attraverso le telecamere all'interno dell'appartamento, convertiva davvero, secondo la rivista, il privato in pubblico. E lo faceva attraverso una precisa "selezione di immagini". La schiena di Vikki Dougan suggerisce l'analogia visuale con un progetto di Philip Johnson pubblicato sul primo volume di *Perspecta* (1952: 26-28). La *House on the Hudson* scelta dalla rivista per parlare del maestro, suggerisce l'allontanamento di Johnson dall'architettura della *Glass House*. L'allontanamento da un'architettura che come un "abito di vetro" gli permetteva di mostrarsi

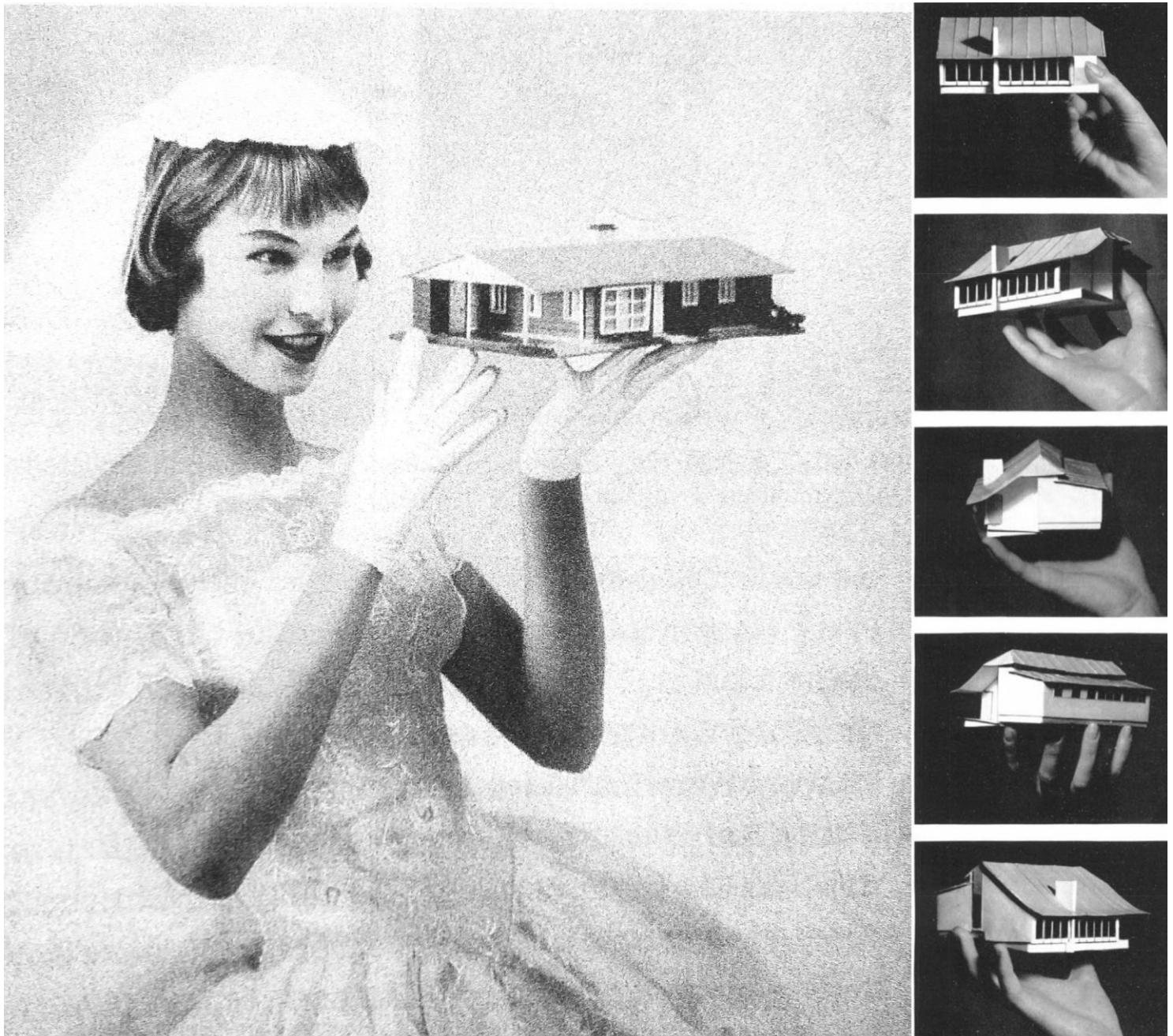


Fig. 4, Collage analogico.
A sinistra: foto dell'ultima di copertina - House Beautiful, May (1956).
A destra: Modelli della Casa sulla sponda del Magra -
M. Tedeschi - Domus 278 (1953).



She sunbathed in it -



She watered my lawn in it -



She even ate lunch in it -

Fig. 5, Collage analogico.

In alto: foto di una piscina privata - F. Albini - Domus 269 (1952).

In basso: servizio fotografico - rubrica di Playboy, December (1953).

al mondo, per intraprendere la sperimentazione di nuovi materiali e nuove spazialità e forse di una nuova relazione interno-esterno, pubblico-privato, operata attraverso una precisa selezione visuale. Il *punctum* nelle pagine di riviste non si limita alla fotografia e all'immagine, ma si trova spesso nei testi, nelle didascalie, che distolgono dalla figura apparentemente principale per aprire nuovi immaginari. In una rubrica di *Playboy* (1953: 27-28) viene raccontata la "geniale" trovata di realizzare una piscina nella casa affittata da un lettore, alla ricerca di un luogo di soggiorno "terapeutico". Un ospite incontrata qualche mese prima, aveva così apprezzato la piscina da passarci intere giornate a mangiarci, curare il verde, prendere il sole. Il lettore aveva deciso allora di prolungare il contratto per tre anni. «La piscina ha un mosaico realizzato con pattern ad intreccio che decora tutto il bordo. Interessante eh?» si legge in una didascalia. La piscina è un terreno di sperimentazione per gli architetti. Come si legge nel volume 269 di *Domus* (1952: 18-19) da quelle di Ponti, a Minoletto a Viganò, sono numerosi gli specchi d'acqua artificiali presentati nelle pagine del periodico. Tutte con caratteri molto diversi tra loro. Il rigore della piscina privata progettata da Albini, inserita all'interno di un prato circondato da alberi, con bar spogliatoio simile ad una *roulotte*, spazi predisposti per il bagno di sole, per la ginnastica e la corsa e con un "bellissimo trampolino" è un microcosmo di benessere. In questo caso, al testo di descrizione tecnica sono accompagnate foto ambientate. Fotografie che narrano le possibilità di vivere lo

spazio aperto in molteplici modi e momenti della giornata. (Fig. 5) Oltre alle pagine pubblicitarie, ai set, e ai servizi giornalistici di approfondimento e alle rubriche, le pagine di notiziario sono sezioni che, soprattutto nel caso delle riviste "di genere", servono ad alimentare la curiosità di una popolazione che si sta, grazie ai media, acculturando. In un fascicolo del 1958 del periodico a fotoromanzi *Grand Hotel* compare una struttura geodetica simile ad una delle declinazioni della *Dymaxion* di Buckminster Fuller, presentate in modo approfondito in numerose pubblicazioni settoriali e riporta la didascalia: «Vorreste una casa simile? Un architetto del Surrey (Inghilterra) ha costruito per sé e per la giovane moglie questa strana casa a strutture geometriche che verrà, secondo lui, prescelta dalle generazioni dell'avvenire». L'edificio a cupola fotografato su *Grand Hotel* è la casa sperimentale progettata ed eretta dall'architetto inglese Hugh Pope composta da una struttura esterna di legno che sostiene 150 triangoli di vetro. Sul primo numero di *Perspecta*, Fuller propone «di eliminare del tutto la casa sempre più ridotta e sempre meno economica e di concentrarci completamente sull'amplificazione della meccanica. Andiamo in campeggio con un armamentario competente che ci renda padroni del nostro ambiente e del tempo come l'uomo non ha mai osato sognare» (1952: 30). (Fig. 6) Questi sono solo alcuni esempi di come le numerose analogie che si rilevano dalla lettura incrociata di periodici scientifici e commerciali, di settore e non, sottolineano l'emergere di una convergenza di obiettivi e contenuti che può chiarire come la costruzione di un'iconografia domestica abbia contribuito alla formulazione di teorie architettoniche, suturando così l'apparente dicotomia tra immaginario e progetto.

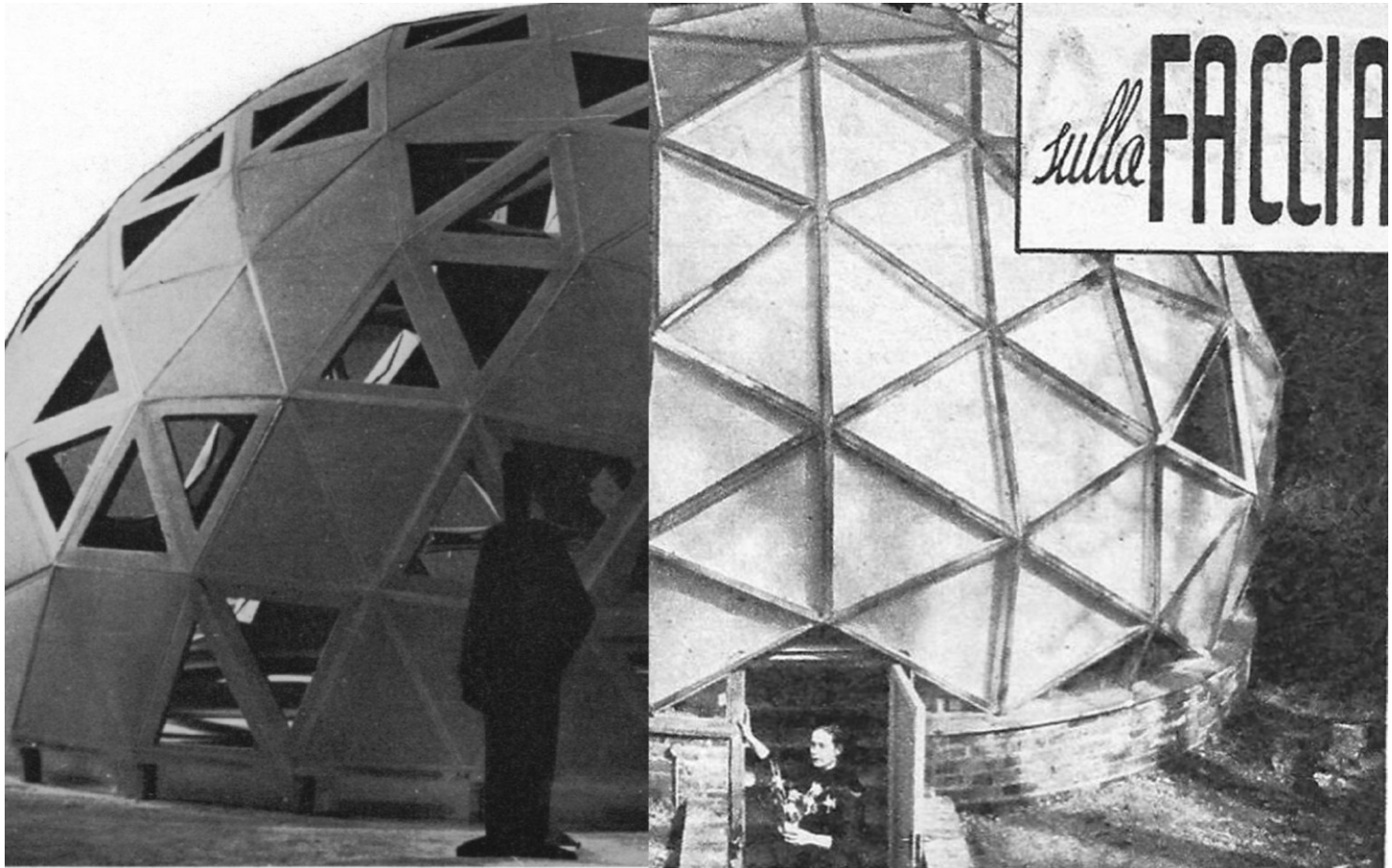


Fig. 6, Collage analogico.
a sinistra: modello della cupola geodetica di B.Fuller - Perspecta 2 (1953).
a destra: cupola di Hugh Pope - Grand Hotel 623 (1958).

1. Banali, A. (2015). Interni immaginati. La casa italiana degli anni Cinquanta e Sessanta nelle riviste femminili dell'epoca. Tesi di Laurea, Università degli Studi di Padova, Dipartimento di Scienze Storiche, Geografiche e dell'Antichità, Corso di Laurea Magistrale in Scienze Storiche, relatore Prof.ssa Carlotta Sorba.

Riferimenti bibliografici

«The Back». Playboy, June 1957, 59-61.

«An open letter from California». Playboy, December 1953, 27-28.

«Buckminster Fuller». Perspecta, 1, 1952, 29-37.

«Philip Johnson». Perspecta, 1, 1952, 26-27.

«Un disegno classico». Domus, 269, 1952, 18-19.

Banali, A. (2015). Interni immaginati. La casa italiana degli anni Cinquanta e Sessanta nelle riviste femminili dell'epoca. Tesi di Laurea, Università degli Studi di Padova, Dipartimento di Scienze Storiche, Geografiche e dell'Antichità, Corso di Laurea Magistrale in Scienze Storiche, relatore Prof.ssa Carlotta Sorba.

Barthes, R. (2003). La camera chiara. Nota sulla fotografia, Tradotto dal francese da Renzo Guidieri. Torino: Einaudi [Barthes, R. (1980). Le chambre claire. Note sur la photographie. Seuil: Edition Gallimard].

Belpoliti, M. (2011). Pornotopia, "Doppiozero" [Online]. Disponibile in: <https://dev.doppiozero.com/materiali/fuori-busta/pornotopia> [17 aprile 2021].

Colomina, B. (1996). Privacy and Publicity. Modern Architecture as Mass Media. Cambridge: The Mit Press.

Giberti M. (2015) Piccolo Manuale d'Uso. Genova, Sagep Editori.

Mennel, T. (2005). «Miracle House Hoop-La: Corporate Rhetoric and the Construction of the Postwar American House». Journal of the Society of Architectural Historians, (3) 64, 340-361.

Ponti, G. (1928). «La casa all'italiana». Domus, 1, 7.

Preciado, P.B. (2011). Pornotopia. Playboy: architettura e sessualità, Tradotto dallo spagnolo da Elena Rafanelli. Roma: Fandango Libri [Preciado P.B. (2010). Pornotopia: arquitectura y sexualidad en 'Playboy' durante la guerra fría. Barcelona: Editorial Anagrama].

Turzio, S. (2019). Il fotoromanzo. Metamorfosi delle storie lacrimevoli. Torino: Meltemi.

Vitta, M. (2018). Dell'abitare: Corpi spazi oggetti immagini. Torino: Einaudi.

Laura Arrighi
 Architetto, Ph.D.
larrighi@iuav.it

GUD 03.2021**ANALOGIA ANALOGY**

Stefano Termanini Editore, giugno 2021

www.stefanotermaninieditore.it

Immagine di copertina

Eliot Elisofon, *Woman & Crane*, 1937

Revisori / Referees

Carlo Battini - Università di Genova

Nicola Canessa - Università di Genova

Alessandro Canevari - Architetto, PhD, Genova

Mara Capone - Università degli Studi di Napoli Federico II

Enrico Cicalò - Università degli Studi di Sassari

Edoardo Dotto - Università di Catania

Luca Emanuelli - Università di Ferrara

Raffaella Fagnoni - Università IUAV di Venezia

Sara Favargiotti - Università di Trento

Davide Tommaso Ferrando - Università di Bolzano

Massimo Ferrari - Politecnico di Torino

Maddalena Ferretti - Università di Ancona

Guido Fiorato - Accademia Ligustica di Belle Arti di Genova

Claudio Gambardella - Università della Campania Luigi Vanvitelli

Gaetano Ginex - Università Mediterranea di Reggio Calabria

Andrea Gritti - Politecnico di Milano

Gianni Lobosco - Università di Ferrara

Anna Orlando - Storica dell'arte, Genova

Romolo Ottaviani - Università di Roma La Sapienza

Giacomo Pala - University of Innsbruck

Anna Maria Parodi - Università di Genova

Davide Rapp - Università di Genova

Ludovico Romagni - Università di Ascoli Piceno

Ruggero Torti - Università di Genova

Ornella Zerlenga - Università della Campania Luigi Vanvitelli

GUD

A magazine about Architecture, Design and Cities

indice

- 01 **Nota editoriale**
- 02 **ANALOGIA**
Valter Scelsi
- 10 **IL DEMONE DELL'ANALOGIA.
OVVERO AFFINITÀ E DIVERGENZE FRA IL COMPAGNO ARISTOTELE E NOI**
Nicola Braghieri
- 20 **FINGE VIDERE. DESCRIZIONI DI DESCRIZIONI INTORNO ALL'ALBERGO DEI POVERI DI GENOVA**
Angelo Del Vecchio
- 28 **TRA IMMAGINARIO E PROGETTO. SUTURA PER BIZZARRE ANALOGIE DOMESTICHE**
Laura Arrighi
- 36 **ANALOGIE TRA DESIGN E PROGETTO: DALLE ROVINE MEDITERRANEE ALL'ARCHITETTURA
NEOCLASSICA MITTELEUROPEA**
Francesca Fatta
- 46 **LA GRAMMATICA DEI PORTI. UNA MORFOLOGIA SPECIALE DI PAESAGGI ANALOGHI,
IL CASO DEL *GRAIN ELEVATOR* DI BUFFALO**
Beatrice Moretti
- 56 **DA *TABULA LITTERARIA CUM CAPITULO* AD ARCHITETTURA DEL PAESAGGIO:
LA VOLIERA DI VARRONE A CASINUM**
Silvana Errico
- 64 **LA CITTÀ DELL'ANALOGON RATIONIS.
RAGIONE E ANALOGIA IN ALDO ROSSI E ALEXANDER GOTTLIEB BAUMGARTEN**
Giovanni Galli
- 70 **PROGETTARE CON L'ANALOGIA**
Angelo Torre
- 74 **VERSO UNA COMPLESSITÀ. TEORIA E RAPPRESENTAZIONE IN LE CORBUSIER E ROBERT VENTURI**
Domenico Pastore, Francesca Verso
- 82 **FRAMMENTI DI ANALOGIA**
Valerio Paolo Mosco
- 88 **LA MEMORIA COME *LOCUS*.
IL PROGETTO ATTRAVERSO LA RELAZIONE TRA OGGETTO E ARCHETIPO**
Martina Crapolicchio, Rossella Gugliotta
- 94 **IL MODELLO TIBURTINO.
ANALOGIE FONDATIVE NELLE ARCHITETTURE D'ACQUA CHE DISEGNANO IL PAESAGGIO DELL'ANIENE**
Greta Allegretti, Sara Ghirardini
- 104 ***ANTE LITTERAM*. ANALOGIE CONCETTUALI**
Olga Starodubova
- 112 **PROGNOSI *QUOAD VITAM*.
IL PROGETTO DELLE OPERE PROVVISORIALI COME PREVENZIONE DELLA DEVASTAZIONE**
Maria Masi
- 120 **APOLLO MITTELEUROPEO.
CASA E CITTÀ NELLA *WEISSENHOF SIEDLUNG* DI MIES VAN DER ROHE**
Orsina Simona Pierini
- 132 ***TROIS DÔMES***
Massimo Corradi
- 140 **SULL'ANALOGIA. UN RAFFINATO AGGEGGIO NARRATIVO**
Gabiella Lo Ricco
- 146 ***AFFINITIES AND ANALOGIES***
Andrew Kovacs



€ 25,00