

Sentidos de los espacios de consumo

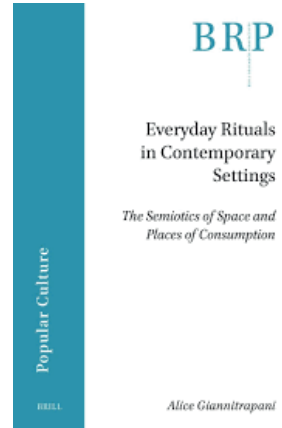
Senses of consumption places

GIANNITRAPANI, ALICE. 2025. *Everyday Rituals in Contemporary Settings. The Semiotics of Space and Places of Consumption*. Brill, 191 páginas.

SEBASTIÁN MORENO - ORCID 0000-0003-3551-7117

Universidad ORT Uruguay

(pág 215 - pág 218)



Descubrí el libro *Everyday Rituals in Contemporary Settings. The Semiotics of Space and Places of Consumption*, de Alice Giannitrapani, por casualidad, durante el congreso de 2025 de la Asociación Italiana de Estudios Semióticos (AISS), en Palermo. Al leer el título, pensé inmediatamente en los dos números que el equipo editorial de *Designis* estaba preparando en ese momento: uno sobre rituales de consumo, que fue publicado en enero de 2026, y el otro sobre vida cotidiana, en el que se publica esta reseña. De acuerdo con las palabras elegidas para su título, el libro de Giannitrapani, cuyo trabajo sobre semiótica del espacio, la comida y el turismo conozco desde hace ya varios años y me parece ejemplar en cuanto a cómo hacer semiótica aplicada, prometía posicionarse en una intersección entre el sentido del consumo y los sentidos de la vida cotidiana.

Sin embargo, a pesar de que los “rituales cotidianos” tienen una clara centralidad en el título, el libro es ante todo un trabajo dedicado a la semiótica del espacio, con especial atención a espacios de consumo que de cotidiano tienen poco, como cruceros, hoteles, restaurantes exclusivos, monumentos memoriales y fundaciones de arte. El libro presenta un conjunto de estudios de caso que resultan novedosos e interesantes por su componente *extraordinario*, esto es, por ser espacios en los que lo ordinario y reiterativo de la vida cotidiana se ven interrumpidos y son objeto de una discontinuidad en la rutina. Por eso, mi expectativa de encontrar insumos actuales, apoyados en teoría y metodologías analíticas robustas (como suele ser el caso en los trabajos de la autora), sobre el sentido del día a día de la vida cotidiana se vio defraudada. Lo cual no es un problema, dado que se trata de un campo ya bien cubierto en distintos círculos académicos —incluido el de los semiotistas— y en varias latitudes del planeta, al que este volumen de *Designis*, bajo la supervisión de Marita Soto, realiza un gran aporte.

Por lo tanto, entiendo que el contenido específico de *Everyday Rituals in Contemporary Settings. The Semiotics of Space and Places of Consumption* queda condensado más adecuadamente en su subtítulo, ya que el volumen es ante todo uno de semiótica del espacio, con un enfoque analítico en un conjunto de lugares (espacios) de consumo (prácticas). Es esta un área de

trabajo a la que la autora ha dedicado una vasta atención a lo largo de su trayectoria, especialmente respecto al consumo culinario y turístico. Por ejemplo, su manual *Introduzione alla semiotica dello spazio*, publicado en 2014 por Carocci, se ha convertido en una introducción de referencia a este campo de los estudios sobre sentido y significación en Italia.

El libro está organizado en cuatro partes, precedidas por una introducción (p. 1–8). En ella, la autora abre su trabajo declarando que “el espacio es una de las dimensiones fundamentales de la experiencia, un elemento que estructura la vida de las personas” (p. 1), a lo que añade que, “lejos de ser un mero contenedor de personas y objetos, el espacio contribuye a estructurar relaciones, expresar valores y a definir los modos en que las personas que viven en él actúan” (ibidem). Luego, Giannitrapani presenta, grosso modo, el marco teórico, conceptual y metodológico que empleará para estudiar una selección de espacios de consumo, a los que propone abordar como textos. Como es habitual en el grupo de semiotistas de la Università degli Studi di Palermo, el recurso a la semiótica de A. J. Greimas es central en su elaboración teórica, conceptual y metodológica. La premisa de trabajo, de sumo interés para quienes investigan en semiótica de la cultura, es que “los modos en que los lugares son articulados y concebidos son en sí mismos elementos fundacionales importantes de los sistemas culturales” (p. 1).

La primera parte del libro, titulada “El espacio como lenguaje” [“Space as Language”], se presenta como una introducción general al campo de la semiótica de los espacios de consumo. Mientras que el capítulo 1, “La semiótica del espacio” [“The Semiotics of Space”, p. 11–21] está dedicado al origen y desarrollo de la semiótica del espacio, el capítulo 2, “Lugares de consumo” [“Places of Consumption”, p. 22–35] se concentra en los espacios de consumo, con una interesante argumentación respecto a cómo concebir el “consumo”, apoyándose en las nociones de proxémica, hibridación, redes relacionales y espacios liminales. Estos dos capítulos son un aporte fundamental a las ciencias sociales, no solo por su claridad y solidez, sino también porque funcionan muy bien de manera independiente del resto del contenido del libro (que es analítico), por ejemplo, para presentar de manera introductoria cómo la semiótica puede abordar el espacio como lenguaje signifiicante, concretamente desde una perspectiva textualista. Dado que este tipo de abordaje ha sido desarrollado mayoritariamente en Italia (también en Francia y Brasil), el capítulo ofrece un panorama general sobre obras fundamentales del campo, de autores como G. Marrone, I. Pezzini, M. Hammad, A. C. de Oliveira y otros que han trabajado el espacio desde un marco analítico greimasiano.

La segunda parte del libro, titulada “Establecimientos de restauración” [“Dining Establishments”], trabaja en una intersección entre dos campos de *expertise* de Giannitrapani: el espacio y la comida, abordados como lenguajes, dado que “comunican aspectos de nuestras identidades individuales y colectivas” (p. 39). Esta parte, ya de corte analítico, aunque también rica en su dimensión conceptual, estudia dos fenómenos vinculados al consumo de comida desde una perspectiva amplia, interesada por las relaciones entre los espacios dentro de los restaurantes y el entorno urbano que los rodea. El capítulo 3, “Mesas en la ciudad” [“Tables in the City”, p. 39–47], está dedicado a estudiar las interacciones entre los restaurantes y la ciudad y, concretamente, a abordar la ciudad desde una perspectiva gastronómica, como forma de explicar cómo el *homo restauranticus* puede identificarse con los espacios de consumo gastronómico que frecuenta. Por su parte, en el capítulo 4, “Comer fuera” [“Eating out”, p. 48–78], Giannitrapani estudia cómo los restaurantes

comunican valores y filosofías a través de su configuración espacial, en tanto “complejo *dispositivo* orquestado para ofrecer una experiencia gastronómica” (p. 48).

La tercera parte, “Turismo” [“Tourism”], está dedicada a dos tipos de alojamiento: cruceros y hoteles de montaña. Se trata de una selección que, como mencionamos más arriba, decididamente aleja el foco analítico del aspecto cotidiano, ya que se trata de espacios vacacionales en los que, si bien es posible desarrollar una rutina diaria —y, con ella, ciertos patrones ritualísticos “cotidianos” durante la estadía— las experiencias turísticas que se desarrollan en estos tipos de espacios suponen ante todo una discontinuidad respecto a la reiteración y monotonía de la vida cotidiana, que muchas veces se ve teñida por un régimen interactivo de programación tan fuerte, que el sentido de nuestras prácticas en este marco se vuelve casi invisible. En el capítulo 5, “Microcosmos flotantes: ir a un crucero” [“Floating Microcosms: Going on a Cruise”, p. 81–95], Giannitrapani estudia la experiencia turística en el crucero, un espacio de consumo al que califica como un “microcosmo flotante” y al que, siguiendo la conceptualización de M. Foucault, aborda como una heterotopía. La autora sostiene que los cruceros son, ante todo, “poderosas maquinarias narrativas” (p. 81) y los aborda desde la experiencia de quien viaja en ellos como pasajero turístico. Por su parte, el capítulo 6, “Adultos y niños viajando: el hotel familiar de montaña” [“Adults and Kids Travelling: the Family Mountain Hotel”, p. 96–119], se concentra en los hoteles de montaña (alpinos) con foco en la actividad familiar, para dar cuenta de un tipo de turismo en el que el alojamiento cumple un papel fundamental (junto con los servicios ofrecidos) y no solamente es concebido como un espacio para descansar de la exploración turística del destino elegido para vacacionar. Personalmente, dado que he tenido la oportunidad de vivir ambos tipos de experiencias turísticas, estos dos capítulos fueron de los más disfrutables del libro, con muy acertados *insights* respecto a estos espacios de consumo (e incluso algunas de las referencias bibliográficas a las que llegué en mi búsqueda de darle un sentido a esas experiencias, como *A Supposedly Fun Thing I'll Never Do Again*, de David Foster Wallace).

La cuarta y última parte, “Patrimonio cultural” [“Cultural Heritage”], estudia dos obras definidas por su componente artístico. De hecho, los títulos de estos dos últimos capítulos relacionan el sustantivo “arte” con “moda” y “memoria”, respectivamente. En el capítulo 7, “Arte y moda: el caso de la Fondazione Prada” [“Art and Fashion: the Case of the Fondazione Prada”, p. 123–144], viajamos a Milán para conocer la semiosis vinculada a la institución cultural Fondazione Prada, en un diálogo interesante que integra bibliografía e insumos de interés para quienes estudian la semiótica de los museos. En el capítulo 8, “Arte y memoria: el *Grande Cretto* de Gibellina” [“Art and Memory: the *Grande Cretto* of Gibellina”, p. 145–175], viajamos a Sicilia para interiorizarnos en las grietas de la obra *Grande Cretto*, del artista Alberto Burri, un espacio memorial construido en el sitio donde, en un terremoto de 1968, fue destruido el pueblo de Gibellina.

En síntesis, si bien es cierto que *Everyday Rituals in Contemporary Settings. The Semiotics of Space and Places of Consumption* deja al lector con ganas de un mayor tratamiento de prácticas cotidianas, sin lugar a duda es un excelente trabajo que combina solidez y claridad teórico-metodológica con lucidez y originalidad analítica. Además, la publicación cuenta con nada menos que 86 imágenes, todas ellas impresas a color, lo que suma un inmenso valor para poder ver los objetos analizados junto a las descripciones verbales de la autora (curiosamente, la gran mayoría de estas imágenes fueron creadas por la autora

utilizando ChatGPT, con fines ilustrativos, lo que da cuenta de una nueva tendencia que posiblemente se imponga con velocidad en el marco de las publicaciones académicas).

Finalmente, también resulta llamativa la ausencia de un capítulo de conclusiones. Este capítulo, aunque hubiera sido breve, habría sido útil para hilvanar los análisis presentados en la segunda, tercera y cuarta parte y sus principales conclusiones, y para argumentar cómo estos contribuyen a delinear un método semiótico para el análisis del espacio y el consumo, replicable al estudiar otros objetos. Sin embargo, a pesar de esta ausencia, se trata de un volumen de excelente calidad, sumamente recomendable a quienquiera que se interese por el espacio y la significación, escrito con claridad y de manera accesible, que contribuirá a difundir exitosamente los abordajes semióticos desde una perspectiva textual en lengua inglesa. Ojalá podamos disponer pronto de una versión en español.

