

## 1. Discorso turistico

Si è soliti contrapporre il “racconto/resoconto/diario di viaggio” alla “guida turistica”: due generi diversi tra loro che rifletterebero, nella genesi, nei contenuti e nella struttura due differenti esperienze di viaggio: il viaggio “già fatto”, descritto e commentato da chi, per disparati motivi (dalla “moda” del *Grand Tour* alle necessità di lavoro, al desiderio di esplorazione) ha prima intrapreso, e poi documentato la propria esperienza; ed il viaggio “da fare”, che, sebbene basato su conoscenze acquisite in seguito a visite pregresse, è tuttavia proiettato sul futuro, indirizzato ad illustrare come il lettore potrà orientarsi in luoghi, per lui, ancora sconosciuti (Santulli 2007, p. 85).

I due generi, sebbene affermatasi in momenti diversi (Calvi 2005), una volta coesistenti sembrano delineare due tipologie di soggetti-destinatari: il viaggiatore ed il turista<sup>1</sup>. Il presente contributo si sofferma su questa opposizione, peraltro efficacemente descritta e documentata in letteratura (anche con spunti ironici, cfr. Urbain 1991), ed assunta come coppia antinomica e assiologizzata anche in guide turistiche recenti (Moirand 2004), tanto da divenire un *topos* nel settore (economico ed esperienziale) qui esaminato. In quanto segue cercherò di mostrare come l’opposizione tra viaggiatore e turista, storicamente prodotta dal discorso, sia attualmente – e sempre a livello discorsivo – sottoposta ad una revisione che ne sposta i confini, distribuendo diversamente i tratti pertinenti che la fondano.

Prima di affrontare l’argomento sulla base delle evidenze testuali, che, è questo l’auspicio, dovrebbero rendere meno radicale tale opposizione, o almeno stemperarla in una visione più articolata del “discorso turistico”, vorremmo brevemente delineare il quadro teorico in cui muove questo articolo.

L’etichetta (discorso turistico) ha una duplice valenza. Da un lato si affianca ad altre denominazioni simili (discorso politico, pubblicitario, giuridico) con lo scopo di delimitare una sfera linguistica legata ad un settore dell’attività umana: il turismo, appunto, che si costituisce e sviluppa attraverso una miriade di attività, tanto economiche (organizzazioni, strutture di accoglienza) quanto linguistico-testuali (dalla pubblicità alle piantine dei musei). Dall’altro (discorso) intende cogliere i nessi inscindibili che legano le attività concrete alle produzioni testuali, senza per questo ridurre tale rapporto ad una mera “emanazione”, come nell’indirizzo ermeneutico che vede i testi come prodotto o espressione di un determinato contesto sociale, politico o economico.

È soprattutto in ambito letterario che quest’ultima concezione ha trovato sostenitori, probabilmente come reazione alla visione, opposta, dei fautori di una “critica” stilistica o, successivamente, strutturale, entrambe del tutto estranee alla relazione tra testo e contesto. Ma, è stato autorevolmente obiettato (Maingueneau 2004), concepire le opere letterarie come riflesso di una realtà sociale già data (come emanazione di un posizionamen-



## Viaggiatori e testi: identità discorsive

Donella Antelmi

to nel “campo letterario” cfr. Bourdieu 1992), significa occultare il contributo stesso dei testi, e dell’attività enunciativa espressa attraverso di essi, alla creazione del loro proprio contesto, tanto letterario quanto sociale. Il compito di ricomporre questo dualismo è stato assunto dall’analisi del discorso, come specifico del proprio approccio (Charaudeau, Maingueneau 2002; Maingueneau 2005).

Il ragionamento può essere facilmente esteso ad ambiti anche non letterari, quale quello, ibrido, che qui ci interessa<sup>2</sup>. In altri termini, prendere in esame il discorso significa osservare i meccanismi all’opera in un testo che ne giustificano l’enunciazione, e che, con tale attività, modificano la scena d’enunciazione<sup>3</sup> stessa.

Una siffatta concezione è evidentemente derivata dalla nozione di discorso elaborata da Foucault, il quale enuncia così il proprio programma:

“Vorrei mostrare che il discorso non è una sottile superficie di contatto, o di scontro, tra una realtà e una lingua, il groviglio di un lessico e di un’esperienza; vorrei mostrare, con esempi precisi, che, analizzando i discorsi stessi, si vede allentarsi la stretta apparentemente tanto forte delle parole e delle cose, e farsi luce un insieme di regole proprie della pratica discorsiva. [...] [il compito n.d.r.] consiste nel non trattare – nel non trattare più – i discorsi come degli insiemi di segni (di elementi significanti che rimandino a contenuti o a rappresentazioni), ma come delle *pratiche che formano sistematicamente gli oggetti di cui parlano.*” (Foucault 1969, p. 66; corsivo mio)

Se l’opera di Foucault ha additato la strada per una analisi del discorso non limitata a ricognizioni sociologiche, l’apporto delle scienze del linguaggio (linguistica e semiotica) ha permesso di rendere “operative” queste idee, e di “rifondare” le pratiche di analisi dei testi nella prospettiva di fare emergere come questi agiscano, attraverso il loro dispositivo enunciazionale ed attraverso



la scenografia che mostrano, sulla situazione di enunciazione e sul più ampio contesto sociale.

Rapportando questa interpretazione di “discorso” (ed analisi del discorso) ai testi di cui qui ci occupiamo, sarà dunque necessario fare intervenire nozioni quali “scenografia” ed “ethos”, quali caratteri costruiti o emergenti dai testi stessi, che portano a superare la visione un po’ ingenua del genere preso in esame (sia esso racconto, resoconto di viaggio o guida) come scaturito dalla volontà espressiva dell’autore o dalle esigenze di un settore economico in espansione. Non che questi elementi non intervengano, ovviamente, ma non costituiranno, se non marginalmente, un argomento privilegiato per l’interpretazione qui proposta.

Il contributo prenderà in esame il posizionamento dell’enunciatore, attraverso il quale viene costruita la figura, correlativa, dell’enunciatario, ed è così articolato: scene di enunciazione e scenografie; l’ethos della guida e la costruzione del “turista”.

## 2. Scenografia

Ogni testo è prodotto ed agisce in un contesto storico-sociale determinato. Parlando di scena di enunciazione si è tentati di considerarla in riferimento alle coordinate concrete di tale contesto: epoca, autore, committente, pubblico, cioè in relazione ad una reale situazione comunicativa. Ma, al di là di queste – ben legittime, d’altronde – fonti che incidono sulla genesi di un determi-

nato testo, qui ci interessa mettere a fuoco la situazione che il testo stesso mette in scena, attraverso il proprio dispositivo linguistico e la propria inerenza ad un genere. Sebbene il genere di appartenenza costituisca già un vincolo ed una guida per l’interpretazione (Jauss 1977), esso non è sufficiente, da solo, a delineare il posto ed il ruolo che nel testo vengono assegnati rispettivamente ad enunciatore ed enunciatario. L’analisi del discorso utilizza il termine “scenografia” per indicare questo posizionamento dei soggetti coinvolti nell’enunciazione, che emerge dalla scrittura del testo e che, attraverso questa, legittima il testo stesso. Con le parole di Maingueneau: “la scénographie se trouve aussi bien en aval de l’œuvre qu’en amont: c’est la scène de parole que le discours présuppose pour pouvoir être énoncé et qu’en retour il doit valider à travers son énonciation même” (2004, p. 192).

Dunque, nella guida turistica, pur in osservanza degli stereotipi del genere, che prevedono l’esercizio di tre funzioni principali (far conoscere, far vedere, dire come fare/non fare; cfr. Moirand 2004, p.152<sup>4</sup>), può venire costruita una scenografia in cui gli attori (autore e lettore iscritti nel testo) intrattengono una relazione più o meno simmetrica, dando luogo a dispositivi linguistici e testuali caratterizzati da una minore o maggiore didatticità: forme di iscrizione della persona, scelte lessicali, forme verbali. Ma altri elementi testuali e paratestuali convergono a determinare la scenografia che legittima il testo: titolo, immagini, *lettering*...Basti pensare alla

funzione di riconoscimento costituita dal colore delle *guide rosse* e *guide verdi* del Touring, così come alle scenografie (di volta in volta centrate su natura, esotismo, lusso, comodità) dei *visual* pubblicitari per le località di destinazione<sup>5</sup>.

Un confronto con altri generi di letteratura di viaggio può essere utile per mostrare in modo più radicale la funzionalità della scenografia nella validazione dell'opera.

Per fare un esempio concreto, per quanto limitato alle “soglie”<sup>6</sup> del testo, il titolo, basti considerare il *Viaggio sentimentale di Yorik lungo la Francia e l'Italia* di Sterne (1768), e le *Passeggiate romane* di Stendhal (1829). Nel primo la scelta del nome Yorik, dietro cui si cela l'autore, mostra un gioco di rinvii e intersezioni tra le identità di autore, narratore, personaggio (che peraltro accompagna tutta la vicenda letteraria di Sterne)<sup>7</sup> che non è estranea alla concezione di viaggio che qui si racconta, ma ne costituisce la scenografia. Per quanto appartenente, cronologicamente, alla letteratura di viaggio dell'epoca del *Grand Tour*, il “viaggio” di Sterne è infatti “sentimentale”: il percorso geografico è in realtà un percorso di conoscenza, di ricognizione del proprio sé, che trova nella dimensione spaziale una rappresentazione simbolica, come viene ricordato al lettore: “Per ora il lettore mio si accontenti, se da quanto potrà qui discernere e meditare s'abiliterà ad assegnarsi (s'ei fu viaggiatore) il luogo e il grado che più in questo catalogo gli si adatta...E sarà così men lontano di un passo dalla cognizione di se medesimo” (Sterne 1768, p. 50). Quanto alle *Passeggiate romane*, per Stendhal l'aspetto intellettuale del viaggio è senz'altro superato dal suo apporto edonistico; come più volte rammenta nelle lettere e nei testi, Beyle viaggia per piacere<sup>8</sup>: ecco dunque che questo resoconto denso di descrizioni, suggerimenti, impressioni, concepito e recepito come “guida”<sup>9</sup>, si sviluppa in forma di diario, una scenografia anticipata dal titolo (“passeggiate”: dunque un girovagare non prestabilito), che permette di inserire nella struttura didascalica e descrittiva aneddoti, considerazioni, giudizi.

### 3. Nelle guide

Rispetto agli esempi sopra commentati, legati al nome di un Autore ed alla sua soggettività, le guide turistiche si presentano come un genere molto più codificato, che, per assolvere in modo efficace alle tre funzioni essenziali cui abbiamo accennato, lascia poco spazio alla costruzione di una scenografia originale. Troviamo diversità nella organizzazione della materia, che può privilegiare una disposizione tematica (paesaggio, musei, chiese, ristoranti, ecc.) oppure una topografica (zone, quartieri, regioni), scelta che tuttavia è spesso condizionata dall'estensione territoriale coperta dalla guida stessa, in particolare se si tratta di città o di stati. Malgrado ciò l'azione della guida non si discosta dalla “presa in carico” del suo lettore, che si estrinseca nelle tre azioni ricordate (far conoscere, far vedere, consigliare). Eppure è proprio nelle modalità con le quali il lettore viene

“guidato” che troviamo la “messa in scena” discorsiva, la scenografia che fa da sfondo alle identità dei soggetti iscritti nel testo.

“Dal Duomo si segue la *via de' Cerretani* [...] Seguendo sulla d.[estra] della piazza la *via Nazionale*, e deviando quindi a sin. Nella *via Faenza*, si trova, al N. 42, l'ingresso al Cenacolo di Fuligno e Galleria Feroni [...]” (*Guida Breve*, p. 51)

“Alcuni metri più avanti, sul lato destro della Kärntnerstrasse, si giunge ad una breve svolta che conduce direttamente al Neuer Markt. Sulla destra di questa piazza, dalla parte opposta, vi è la Kapuzinerkirche (Chiesa dei Cappuccini), anch'essa di circa seicento anni.” (*Austria*, p. 109)

“Per un ultimo sguardo al Barrio Chino, iniziate da La ramala e incamminatevi in carter Nou de La Ramala. Alla vostra sinistra [...] Arrivati in fondo girate a destra per Sant Pau del Camp, silenziosa chiesa romanica all'ombra di alte palme.” (*Barcellona*, p. 39)

Dove viene messo in scena un vero e proprio “accompagnamento” dell'ospite per le vie della città; ad esso si forniscono, oltre a indicazioni “procedurali” (*seguido, deviando, incamminatevi*) (Santulli 2007a) per percorrere l'itinerario previsto, notizie descrittive e storiche sui siti di volta in volta incontrati<sup>10</sup>. In altri termini la scenografia mima il percorso guidato da una guida in carne ed ossa, che si sofferma sui luoghi di interesse additando i particolari sui quali il visitatore deve dirigere lo sguardo.

Come nei viaggi organizzati, al turista può essere lasciato anche lo spazio di girovagare a proprio piacere, ma questa libertà è associata a suggerimenti e raccomandazioni esplicite, su cosa fare e perché:

“Scoprirete da soli quali aspetti di Vienna vi attirano di più, ma certe caratteristiche della città possono esservi d'aiuto per analizzare l'atmosfera di una delle capitali più attraenti del mondo. [...] Ascoltare i Wiener Sängerknaben, che cantano tutte le domeniche mattina nella cappella dell'Hofburg, è un evento memorabile.” (*Austria*, p. 71)

“Non dimenticate, durante le vostre esplorazioni, che ci sono centinaia di caffè intorno al centro e che sono luoghi ideali per il riposo...” (*Austria*, p. 105).

In altri casi, sebbene preceduta da una sezione di “consigli” (“da non perdere”, “Parigi in...due giorni”, *Lonely Planet Francia*) la descrizione dei luoghi non segue un itinerario rigidamente prestabilito, ma fa riferimento alla piantina allegata, confidando sulla capacità di orientarsi del visitatore. Non a caso le guide che sviluppano questa scenografia sono le guide più recenti, *Routard* e *Lonely Planet*, che evidentemente costruiscono e si rivolgono ad un visitatore giovane, presumibilmente già informato, e comunque capace di confezionarsi a suo piacere un percorso di visita. Ma la scenografia costruita si basa anche – e nel caso delle *Routard* direi soprattutto – sul

tono del discorso, sullo stile linguistico dell'autore, che abbandona l'accento volutamente impersonale e didattico da "accompagnamento" per rivolgersi al lettore da pari a pari, esibendo la propria identità e non esitando ad esprimere giudizi personali:

"Saint-Germain-l'Auxerrois: place du Louvre. M[etro]: Louvre. Qui proverete la sensazione di vedere doppio (toh, vi direte, due chiese al prezzo di una) prima di afferrare che quella di sinistra è il municipio del 1° arrondissement. Originalità da architetti! Forse più di una coppia un po' troppo emozionata sarà finita per errore in quella di destra e avrà pensato che l'assessore che li sposava indossava uno strano abito! La vera chiesa risale al XII secolo..." (*Routard Parigi*, p. 95).

Il registro colloquiale e scherzoso, lo stile *embrayé* del discorso sono evidentemente funzionali alla messa in scena di una relazione di complicità col lettore, non più considerato un turista frettoloso e ingenuo da guidare, bensì un turista curioso, informato, autonomo (Urbain 1991, p. 6). Altri elementi sostengono questa mutazione, che possiamo analizzare nella prospettiva dell'*ethos*.

#### 4. *Ethos* discorsivo

L'"immagine di sé" – l'*ethos* – che costituisce una delle parti della retorica<sup>11</sup> è, sin dalle origini, riferita al discorso, non alle qualità "reali" dell'oratore. È ciò che viene mostrato, fatto trasparire attraverso le parole, che dispiega le virtù dell'oratore e dà credibilità al discorso. Si tratta dunque, nella interpretazione più fedele al testo aristotelico<sup>12</sup>, di un *ethos discorsivo*, o "mostrato" nella enunciazione, anche se di esso è possibile trovare una traccia esplicita ("detta") nell'enunciato, ad esempio per mezzo di richiami all'enunciazione ("sono un turista come voi", cfr. oltre)<sup>13</sup>.

*Ethos* mostrato e scenografia costruiscono l'identità discorsiva della "guida" (o dell'autore, nel caso dei racconti di viaggio), attraverso la quale viene anche a precisarsi quella del lettore-viaggiatore. Di quest'ultimo viene non di rado precisata una immagine in forma esplicita, inscritta nella materialità del testo (Moirand 2004, p. 158), ma, ai fini di questa ricognizione, preferiamo partire da quello che può essere chiamato l'"*ethos* della guida" per osservare come attraverso questo posizionamento si determini un corrispondente posizionamento del lettore implicato dal testo, dunque dell'immagine del "lettore" che la guida (o il racconto) costruisce in modo del tutto implicito. Ci serviremo, per questa ricognizione, delle pagine introduttive o di presentazione della guida stessa, là dove vengono definiti scopi, limiti, metodi; dove, in ogni caso, prima delle informazioni vere e proprie, è sfruttata l'opportunità di illustrare le intenzioni del testo<sup>14</sup>.

Che il destinatario dei racconti di viaggio non sia ancora un "turista" (nel senso spregiativo che il termine ha progressivamente acquisito nel secolo scorso) è evidente da questa avvertenza di Stendhal, il quale pure parla

delle sue *Promenades* come di una *guida* e del suo lettore come di un *turista*:

"Questa guida sarà dunque priva della pedanteria d'obbligo. Ma perché non potrebbe meritare egualmente d'esser letta dal turista che va a Roma? Non ho grandi capacità né eloquenza, ma ho visitato con molta attenzione i monumenti della città eterna; cominciai a prendere appunti nel 1817, e li ho riveduti ad ogni nuovo viaggio. [...] molti altri illustri italiani che nominerei se fossero morti, avrebbero scritto molto più facilmente di me questo libro che io intraprendo da povero straniero. Probabilmente ci saranno errori, mai però l'intenzione d'ingannare, di adulare, di denigrare: io dirò la verità. [...] Poiché credo che capiterà a qualcuno di uscire per Roma, la mattina, con uno di questi volumi in tasca è [...]" (1829, pp. 5-6)

Una guida non pedante ma sincera, destinata ad un "turista" che la mattina esce per ripercorrere i passi dello scrittore, con il volume in tasca. Ma può essere questo un turista? A dispetto dell'etichetta, all'epoca un neologismo divulgato da Stendhal stesso, il destinatario della sua guida non può essere che un personaggio facoltoso, colto, con tempo sufficiente da poter prolungare la sua visita accompagnando le proprie personali *promenades* con letture che affiancano alla descrizione dei luoghi notizie e riflessioni di ordine sociale e politico, e la cui autorità viene dall'essere prodotte dallo scrittore Stendhal; in una parola, il destinatario ideale della sua guida non è dissimile – quanto a *status* e cultura – da Stendhal stesso (e dunque, in termini già moderni, un "viaggiatore").

Ben diverso dal lettore cui si rivolgono le prime guide della Consociazione Turistica Italiana (poi Touring), preoccupate di presentarsi come originate da un intento didattico ed un atteggiamento oggettivo:

"La Guida Breve d'Italia ha lo scopo di accompagnare il turista affrettato nella visita delle città e delle regioni italiane, indicandogli le cose più notevoli e dandogli di esse una sobria descrizione. [...] la forma del testo è oggettiva, concisa e talvolta quasi telegrafica." (*Guida Breve*, p. 8)

Se "accompagnare" ed "indicare" possono dirsi verbi abbastanza neutri – in questo contesto – non c'è dubbio che il passo successivo riveli in modo più pregnante la volontà didattica dell'autore, che si autoinveste dell'autorità di decretare cosa è utile o inutile durante la visita:

"Si consiglia però vivamente di seguire gli itinerari di questa guida, che sono stati studiati e controllati in luogo, in modo da evitare al turista percorsi inutili." (*Guida Breve*, p. 10)

Itinerari dunque non proprio obbligati, ma tuttavia vivamente consigliati, in omaggio ad una ideologia del viaggio fondata su criteri di economia, sull'ottimizzazione del tempo disponibile attraverso l'individuazione di percorsi che consentono di muoversi rapidamente

attraverso i vari luoghi degni di essere visitati. È la guida che organizza il viaggio: sulla base di conoscenze storiche e di gusti estetici presentati come oggettivi, stabilisce una scala di valori e decide cosa è indispensabile vedere, programmando di conseguenza i movimenti opportunamente finalizzati al raggiungimento dello scopo. Il destinatario implicito si rivela dunque come il turista che, adeguandosi al progetto, si limita, in rapporto al tempo che ha a disposizione per la visita, ad una eventuale ulteriore selezione sulla base dei criteri valutativi riflessi nella struttura linguistica del testo (oltre che nelle forme e rilievi di tipo grafico).

Dagli esordi del genere in Italia (la *Guida Breve* è del 1939) all'oggi le motivazioni che vengono fornite dall'editore/autore non cambiano:

“Questa guida vi aiuta a trarre il meglio dal vostro soggiorno [...] fornisce consigli di esperti e dettagliate informazioni pratiche. [...] La sezione descrive il paesaggio, la storia e le caratteristiche di ogni zona, nonché il suo sviluppo nei secoli e le attrattive da vedere. [...] Le città più importanti e gli altri posti da visitare sono descritti in dettaglio [...]. All'interno di ogni città si trovano informazioni sulle attrattive principali.” [7]

“La guida è divisa in due parti [...] la prima, descrittiva, con indicazioni generali sul viaggio, propone un'ideale rassegna su tutto quanto può essere turisticamente interessante [...]. Nell'intento, quindi dei compilatori (sic), di garantire una pratica e rapida consultazione di questa guida.” [6]

“Evitando di trascinare il lettore – e potenziale visitatore – in una labirintica congerie di notizie e indicazioni per dare retta alle quali la permanenza in India si protrarrebbe per anni, essa [scil. la guida] gli fornisce un quadro conoscitivo essenziale, ordinato nelle tre classiche sezioni rispettivamente riguardanti le informazioni generali sul paese, le descrizioni dei più significativi luoghi da visitare, le notizie pratiche [...]” [8]

Il ripetersi, a distanza di anni, pur nella diversità di destinazioni e di editori, degli stessi *topoi* (contenuti “essenziali”, attrattive “principali” o “turisticamente interessanti”, consigli di “esperti”) testimonia l'aderenza ad un modello duraturo, quello prestigioso delle prime guide, in cui, come si è detto, l'enunciatore assume su di sé una funzione educativa nei confronti del turista non preparato e frettoloso, quando non addirittura imbecille, come incautamente viene definito qui il turista “ortodosso”:

“Lo scopo di questa guida è semplice, è quello di aiutarvi entro i confini di questo Eden terrestre in proporzione alle vostre disponibilità finanziarie, facilitandovi le scelte e aiutandovi a prendere per mano i vostri desideri che speriamo non siano quelli del turista ortodosso, di quell'imbecille che munito di macchina fotografica perquisisce le città...” [14]

Se le guide del Touring hanno costituito un modello per l'editoria del genere, anche per ciò che riguarda le

relazioni istituite con i lettori, possiamo vedere come, già alla fine degli anni Ottanta, queste relazioni si vadano modificando, attenuando l'impianto didattico in direzione di un accompagnamento non direttivo e dialogicamente aperto al gradimento del pubblico:

“Vogliamo che i tanti nostri soci e amici interessati anche a terre lontane, possano disporre di un “compagno di viaggio” intelligente e discreto, che suggerisce, spiega, sottolinea, indica senza per questo risultare noioso o troppo invadente. [...] Se [...] abbiamo fatto un buon lavoro lo diranno i lettori.” [5]

La presentazione, centrata sui propri propositi e aspettative, prefigura, nel contempo, un enunciatario diverso, che ha bisogno solo di un “compagno di viaggio” ed è in grado di giudicare la “bontà” del prodotto. L'*ethos* messo in scena dalla guida configura anche, dunque, un diverso destinatario, non più riconoscibile nello stereotipo, a lungo disprezzato, del turista.

Questo processo è ancora più evidente in altre guide, dove l'enunciatore si “materializza”: non più l'editore o una voce anonima, ma uno o più autori che si presentano e parlano in prima persona:

“Questa ‘Guida vissuta’, iniziativa del centro studi di Avventure nel Mondo, è unica nel suo genere ed è tentativo originale di rendere e trasmettere non soltanto dati, notizie e informazioni su un paese di indiscusso fascino, ma soprattutto le sensazioni di chi ha vissuto l'esperienza del viaggio. [...] Abbiamo scelto 34 scene... [...] articoli scritti da diletanti [...]” [23]

“Una guida è un libro semplice e complesso. Deve dare informazioni, deve essere affidabile e di facile lettura. Ma, per me, è anche il tentativo di raccontare un paese, di ascoltarne le anime più profonde. Non riesco a capire se questa guida sia un tentativo riuscito o meno: aspetto che siano altri a dirmelo.” [22]

“[la voglia di parlare dell'America] si è trasformata in una guida, sommando alle mie diverse esperienze di viaggio e di giudizio sia di amici che di decine di ‘viaggiatori’ che il lavoro mi permette di incontrare [...]” [21]

In questi casi il “formato” guida si confà al modello informativo consolidato, ma si riappropria anche, grazie alla presenza in prima persona dell'autore, del genere “racconto di viaggio”, che, proprio per questo, modella a sua immagine il lettore: il turista è scomparso. D'altronde, la famosa *Lonely Planet* parla esplicitamente ad un viaggiatore:

“Per adattare il testo alle esigenze del lettore-viaggiatore italiano... [...] La Lonely Planet agisce inoltre come catalizzatore di informazioni per la comunità mondiale dei viaggiatori [...] Lonely Planet e EDT ringraziano i viaggiatori che hanno scritto per fornire utili informazioni e aneddoti interessanti.” [4, 18, 19, 20]



Anche in questo caso, al di là delle scelte terminologiche (che potrebbero essere solo un tributo al *politically correct*), è nella immagine di sé fornita dalla guida che si ravvisa la costruzione di un interlocutore diverso: dalla autopresentazione della Casa Editrice, alla biografia dei collaboratori di ciascun volume, al sollecito ai lettori di partecipare con aggiornamenti e precisazioni, che annulla le distanze tra gli effettivi esploratori che hanno compilato le guide e gli utenti ultimi, ai quali è riconosciuta la stessa competenza. Un avvicinamento di competenze che di fatto rende obsoleta la distinzione tra viaggiatore e turista, peraltro oggi annullata anche dalla abbondanza di informazioni su luoghi e popolazioni, da un lato, e dalla facilità dei trasporti, dall'altro, che rendono più prevedibile e meno avventuroso ogni viaggio. Piuttosto, nuove categorie si stanno affermando, con la rideterminazione dei due termini oppositivi: si ha così turismo culturale o turismo eno-gastronomico, turismo religioso e turismo (ahimè) sessuale. Di pari passo il viaggiatore avventuroso potrà trovare soddisfazione unendo al viaggio esperienze estreme: *rafting*, scalate, immersioni o estenuanti tour ciclistici. Se l'opposizione e assiologizzazione dei due *clichés* ha perso vigore – almeno nella rappresentazione identitaria che ci viene offerta dalle guide turistiche – l'immaginario legato ad esperienze di viaggio continua a produrre miti, dalla ricerca dell'unicità della destinazione, al luogo “fuori dai sentieri noti”<sup>15</sup>, ma tende a trasferire su altre caratteri-

stiche i valori positivi del soggetto in viaggio: ecco così il turismo ecologico, e il turista responsabile.

## 5. Conclusioni

Nelle brevi osservazioni fatte fino a qui si è cercato di delineare alcuni tratti del discorso turistico, quelli che emergono dalle scenografie e dagli *ethoi*<sup>16</sup> costruiti in racconti di viaggio e guide turistiche, testi qui affiancati o contrapposti in modo abbastanza estemporaneo, senza riguardo alle coordinate storiche e sociali della loro comparsa nel campo letterario. Si è cercato di mostrare come l'identità dell'enunciatore costruita nel testo possa essere un punto di partenza per l'individuazione dell'enunciatario, che assume, nelle diverse manifestazioni testuali, vesti più o meno congruenti con i *clichés* del “turista” o del “viaggiatore”. Che queste due etichette rimandino a fantasmi o simulacri costruiti nel discorso è peraltro stato rimarcato: il “turista” è una creazione per antitesi del “viaggiatore”; quest'ultimo è l'eroe che si (auto)celebra nei suoi racconti di viaggio e che deve prendere le distanze dall'*Altro da sé*. L'identità del turista è dunque, all'inizio, costruita discorsivamente attraverso il conflitto con il viaggiatore, il cui discorso accoglie il simulacro del turista per negarlo al suo interno. Ovvero, una identità si costruisce dialogicamente per opposizione ad un'altra nell'interdiscorso<sup>17</sup>: “Senza preferenze d'autore, sarà dunque in questa vasta letteratura [di viaggio, n. d. a.] che bisognerà avventurarsi

per scoprire il turista: alcune parole, una frase, o due, in fondo a una pagina o a un paragrafo. Perché è così che *L'Altro del viaggiatore* si insinua nel racconto” (Urbain 1991, p. 53).

Ma quando la guida turistica si affianca alla letteratura di viaggio, tendendo poi a sostituirla (almeno quantitativamente), questa dicotomia costruita nel discorso si sgretola progressivamente. Oggi la guida mantiene i caratteri descrittivi ed informativi della letteratura di viaggio, ma non ne accoglie i simulacri, ovviamente confacenti ad una configurazione sociale non più attuale. Ecco dunque che l'appartenenza del destinatario diviene incerta, sfumata, oscillante tra l'essere incluso in un noi-turisti, che ingloba l'Autore della guida, e un voi-viaggiatori, che lo stesso Autore decreta a proposito del proprio pubblico (Moirand 2004, pp. 158-160). Le identità costruite dalla guida fanno piuttosto riferimento ad altre opposizioni, come quella tra turista-ecologico o no, globale o meno ecc., mentre l'iperonimo comune, “turista” ha oramai assunto su di sé i tratti un tempo distintivi del viaggiatore<sup>18</sup>.

Siamo tutti, dunque, “viaggiatori”? Piuttosto converrebbe dire che siamo tutti turisti, ma anche che oramai il termine vede sbiadire sempre più le connotazioni negative retaggio di una eredità ottocentesca, e che le differenze qualificanti si giocano sugli attributi di questo nome, come “responsabile”, “consapevole”, “rispettoso”...: ancora una volta, il discorso è creatore di realtà.

## Note

<sup>1</sup> Ovviamente destinatari, rispettivamente, del racconto di viaggio e della guida.

<sup>2</sup> Sulla guida turistica come genere discorsivo ibrido, cfr. Kerbrat-Orecchioni (2004), ed una discussione in Santulli (in questo stesso volume). Nell'ambito della letteratura di viaggio rientrano anche racconti e memorie che, in alcuni casi, data la statura dell'autore (Stendhal, Goethe, Dumas), possono ben essere considerate appartenenti al genere letterario nel senso tradizionale; sulla nozione di genere cfr. Mortara Garavelli (1988).

<sup>3</sup> Uso il termine “scena d'enunciazione” nel senso di Maingueneau (2007): con esso si intende non il contesto concreto in cui il testo viene prodotto o consumato, bensì il mondo che viene definito attraverso l'atto enunciativo; Maingueneau distingue tre tipi di “scena”: inglobante, generica, scenografia, ed è a quest'ultima che farò in particolare riferimento.

<sup>4</sup> L'autrice riprende un più ampio lavoro di Mourlohon-Dallies (1995).

<sup>5</sup> Cfr. Held (2004), Held (2007).

<sup>6</sup> Cfr. Genette (1987).

<sup>7</sup> Yorik è infatti un personaggio del *Tristram Shandy*, in cui il Narratore Tristram raffigura l'identità dello stesso Sterne. Ovviamente anche il richiamo shakespeariano non è casuale.

<sup>8</sup> “Perché insomma io viaggio non per conoscere l'Italia, ma per il mio piacere”, così si confessa Stendhal, cfr. *Rome, Naples et Florence* (1826), citato in *Prefazione a Passeggiate romane*, p. xxx.

<sup>9</sup> Così Sainte-Beuve: “Beyle è per l'Italia una guida penetrante, piacevole, sicura [...] vi indica sempre ciò che vi è di bello da vedere...”, citato in *Prefazione a Passeggiate romane*, p. xxxii.

<sup>10</sup> Sullo stile linguistico, e come anche questo segnali un posizionamento dell'enunciatario, torneremo tra breve.

<sup>11</sup> Assieme a *logos e pathos*, Aristotele, *Retorica*, 1356b.

<sup>12</sup> Il termine non ha ancora, tuttavia, un senso stabile. Ci riferiamo, per la sua interpretazione nell'ambito del discorso, a Ducrot (1984, pp. 201 e segg.); cfr. anche Amossy (1999) e Eggs (1999).

<sup>13</sup> La distinzione terminologica tra ethos prediscorsivo (riferito alle qualità della persona in carne ed ossa) ed ethos discorsivo (emergente dalla parola) è di Maingueneau (2002); la distinzione tra ethos detto e ethos mostrato è di Ducrot (1984), ma già sottolineata da Barthes (1972).

<sup>14</sup> Tale “presentazione” non è sempre data nel campione esaminato; in alcuni casi (che segnaliamo in Appendice) è affidata alla penna di qualche visitatore illustre, estraneo peraltro alla stesura della guida, ma che funziona come garante (una sorta di “testimonial”). Il campione totale è costituito da 23 esemplari, elencati in appendice, cui si farà riferimento con il numero progressivo assegnato nell'elenco. A questi si aggiunge la *Guida Breve* della Consociazione Turistica Italiana, sempre in Appendice.

<sup>15</sup> È soprattutto la pubblicità di destinazione che sembra recuperare l'idealizzazione dell'autenticità ed unicità del viaggio a scapito della meta “solamente” turistica, riproponendo dunque l'opposizione dei due stereotipi (cfr. Urbain 1991, p. 245), Held (2007).

<sup>16</sup> O *ethe*, secondo altre interpretazioni traduttive, e comunque in assenza di fonti certe su questo plurale.

<sup>17</sup> La nozione di interdiscorso, originariamente formulata da Bachtin (1988), è stata ulteriormente elaborata da Maingueneau (1996).

<sup>18</sup> Utilizzando una terminologia strutturalista, desueta ma facilmente comprensibile, potremmo parlare – scherzosamente – di un “arciturista” (o “arciviaggiatore”).

## Bibliografia

- Aristotele, 2006, *Retorica e Poetica*, Torino, UTET.
- Amossy, R., 1999, *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux et Niestlé S.A.
- Bachtin, M., 1988, *L'autore e l'eroe. Teoria letteraria e scienze umane*, Torino, Einaudi.
- Baider, F., Burger, M., Goutsos, D., a cura, 2004, *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, Paris, L'Harmattan.
- Barthes, R., 1972, *La retorica antica*, Milano, Bompiani.
- Bourdieu, P., 1992, *Les règles de l'art: genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil.
- Calvi, M. V., 2005, *Il linguaggio spagnolo del turismo*, 2ª edizione, Viareggio-Lucca, Baroni.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D., 2002, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Le Seuil.
- Ducrot, O., 1984, *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- Eggs, E., 1999, “Ethos aristotélicien, conviction et pragmatique moderne”, in Amossy, 1999, pp. 31-60.
- Foucault, M., 1969, *L'archéologie du savoir*, Paris, Gallimard; trad. it. *L'archeologia del sapere*, Milano, BUR, 1998.
- Genette, G., 1987, *Seuils*, Paris, Seuil.

- Held, G., 2004, "L'annuncio pubblicitario di destinazione. Osservazioni su un tipo di testo multimodale nella stampa odierna", in P. D'Achille, a cura, *Generi, architetture e forme testuali*, Firenze, Cesati, pp. 257-277.
- Held, G., 2007, "Spazi, segni e sogni: l'annuncio di destinazione, testo multimodale nella comunicazione turistica", in Antelmi, D., Held, G., Santulli, F., a cura, *Pragmatica della comunicazione turistica*, Roma, Editori Riuniti, pp. 219-285.
- Jauss, H.R., 1977, *Alterität und Modernität der mittelalterlichen Literatur*, München, Fink; trad. it. *Alterità e modernità nella letteratura medioevale*, Torino, Bollati Boringhieri, 1989.
- Kerbrat-Orecchioni, C., 2004, "Suivez la guide! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques: l'exemple de l'île d'Aphrodite", in Baider, F., Burger, M., Goutsos, D., a cura, pp. 133-150.
- Maingueneau, D., 1996, *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- Maingueneau, D., 2002, "Problèmes d'ethos", *Pratiques* n° 113-114.
- Maingueneau, D., 2004, *Le discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation*, Paris, Colin.
- Maingueneau, D., 2005, *L'analyse du discours. Etat de l'art et perspectives*, numéro spécial de *Marges linguistiques*, 9.
- Maingueneau, D., 2007, *Analysar les textes de communication*, 2ª edizione, Paris, Colin.
- Moirand, S., 2004, "Le même et l'autre dans le guides de voyage au XXI<sup>e</sup> siècle", in Baider, F., Burger, M., Goutsos, D., a cura, pp. 151-172.
- Mortara Garavelli, B., 1988, "Textsorten/Tipologia di testi", in Holtus, G., Metzeltin, M., Schmitt, Ch., a cura, *Lexikon der Romanistischen Linguistik*, vol. IV, Tübingen, Niemeyer, pp. 157-168.
- Mourlohon-Dallies, P., 1995, "Variations discursives d'écrits touristiques: l'exemple de Venise", in S. Moirand et al., a cura, *Parcours linguistiques de discours spécialisés*, Berne, Peter Lang, pp. 231-240.
- Proietti, P., 2005, "Cronaca di una coscienza che si forma nell'incontro con l'altro", in Puglisi, G., a cura, pp. 239-243.
- Puglisi, G., a cura, 2005, *Laurence Sterne, Viaggio sentimentale di Yorik lungo la Francia e l'Italia*, Edizioni Università IULM, Milano.
- Santulli, F., 2007, "Le parole e i luoghi. Descrizione e racconto", in Antelmi, D., Held, G., Santulli, F., a cura, *Pragmatica della comunicazione turistica*, Roma, Editori Riuniti, pp. 81-153.
- Santulli, F., 2007a, "Il discorso procedurale come tratto distintivo della guida turistica: evoluzione diacronica e variazioni sincroniche", in Garzone, G., Salvi, R., a cura, *Linguistica, linguaggi specialistici, didattica delle lingue. Studi in onore di Leo Schena*, Roma, CISU, pp. 227-240.
- Stendhal, 1829, *Promenades dans Rome*, Delaunay; trad. it. *Passeggiate romane*, Milano, Garzanti, 2004.
- Sterne, L., 1768, *A Sentimental Journey Through France and Italy*; trad. it. *Viaggio sentimentale*, Milano, Garzanti, 1983.
- Urbain, J.-D., 1991, *L'idiote du voyage, Histoires de touristes*, Paris, Plon.; trad. it. *L'idiota in viaggio*, Roma, Aporie, 1997.

## Appendice: campione di guide consultate

- 1 – *Austria*, Valmartina, Firenze, 1984.
- 2 – *Le guide Routard. Parigi*, Touring Editore, Milano 1998 (ed. or. Hachette Livre 1998).
- 3 – *Must-see Barcellona*, Editinera, Messina 2001 (ed. or. Tomas Cook Publishing, 2000).
- 4 – *Lonely Planet Francia*, EDT, Torino, 2007.
- 5 – *Guide del mondo. Egitto*, Touring Club Italiano, Milano, 1987.
- 6 – *Vedere New York. Le guide del gabbiano*, Edizioni Primavera, Firenze, 1982 (con pagine di Giorgio Saviane)
- 7 – *Siviglia e Andalusia*, City Book Corriere della sera, RCS, Milano, 2005.
- 8 – *Guide ai paesi lontani. India*, Touring Club Italiano, Milano, 1991.
- 9 – *Le ville venete. Itinerari tra Veneto e Friuli*, Istituto regionale per le ville venete, Marsilio, Venezia, 1998.
- 10 – Tiziana Conte, Patrizia Rossi, *Itinerari feltrino. Guida alla città e al territorio*, Libreria Pilotto Editrice, Feltre, 1998.
- 11 – *Nei giardini del Veneto*, Edizioni Ambiente, Milano, 1996.
- 12 – *I paesi del mondo. Israele*, Edizioni Futuro, Verona, 1982.
- 13 – *Libri per viaggiare. Marocco*, Guide Oro, Touring Club Italiano, Milano, 1994 (ed. or. Gallimard 1993).
- 14 – *New York. Guida per i non residenti alle sue meraviglie e alle sue perversioni*, Arcana Editrice, Roma, 1979.
- 15 – *Guida per viaggiare in... Stati Uniti*, Mozzi editore, Milano, 1981 (ed. or. *La guide du routard. États Unis, Canada*, Hachette, 1981).
- 16 – Sandro Pirovano, *Berlino. Con un'intervista a Peter Schneider*, CLUP Guide, Milano, 1987.
- 17 – *Scozia. Guide Apa*, Zanfi Editori, Modena, 1988.
- 18 – *Lonely Planet Guatemala e Belize*, EDT, Torino, 2001.
- 19 – *Lonely Planet India del sud*, EDT, Torino, 1998.
- 20 – *Lonely Planet Libia*, EDT, Torino, 1998.
- 21 – Francesco di Molfetta, a cura, *U.S.A.*, CLUP Guide, Milano, 1981.
- 22 – *Paesi. Libia*, CLUP Guide, Utet, Torino, 1998.
- 23 – *Egitto. Guida turistica vissuta*, Calderini, 1989.

Ed inoltre:

- Guida Breve. Italia centrale*, Cons. Turistica Italiana, 1939.
- Austria*, cfr. n. 1 sopra.
- Barcellona*, cfr. n. 3 sopra.
- Routard Parigi*, cfr. n. 2 sopra.
- Lonely Planet Francia*, cfr. n. 4 sopra