

L'ITALIANO DELLE GUIDE TURISTICHE: UNO STUDIO DELLA LINGUA ORALE DEL TURISMO

*Elena Mauri*¹

La interpretación del patrimonio es el «arte» de revelar in situ el significado del legado natural o cultural, al público que visita esos lugares en su tiempo libre.

J. Morales Miranda

1. INTRODUZIONE

Il linguaggio del turismo, benché raramente oggetto di studio, rientra tra le produzioni linguistiche che possono considerarsi “speciali” in quanto, pur essendo caratterizzato da una componente tematica di difficile definizione, è proprio di un preciso ambito professionale e riconducibile a numerosi e qualificati operatori del settore quali la guida turistica.

Questa figura professionale, che accoglie il viaggiatore all’arrivo in una nuova destinazione fornendogli una varietà di informazioni rispetto alla specifica area geografica di competenza, si configura come uno tra i professionisti più rappresentativi di una comunicazione orale turistica tra esperto e pubblico.

Questo studio, che, nello specifico, avrà come oggetto di analisi il discorso orale delle guide turistiche, si propone di mettere in evidenza alcune delle caratteristiche proprie di questa tipologia di linguaggio, evidenziandone le componenti grammaticali e lessicali in relazione alla frequenza d’uso, alle modalità e finalità di impiego e a partire dalla creazione di un *corpus* costituito da diciotto *file* di trascrizione di registrazioni di visite guidate, in lingua italiana, svolte da guide turistiche straniere all’estero.

2. IL LINGUAGGIO DEL TURISMO

2.1. *Il linguaggio del turismo: una lingua speciale*²

Numerose e diversificate sono le denominazioni che, nel tempo, sono state attribuite a tutti quei linguaggi che, sottoinsiemi della lingua comune, vengono impiegati in precisi ambiti professionali. Sobrero³, ad esempio, ha fatto uso di appellativi quali “lingue specialistiche” e “lingue settoriali” per riferirsi, nel primo caso, a linguaggi propri di «discipline ad alto grado di specializzazione»⁴, nel secondo caso a lingue appartenenti a

¹ Master Promoitals, Università degli Studi di Milano.

² Per redigere questo paragrafo mi sono riferita prevalentemente al testo di Calvi 2000.

³ Sobrero 1993, p. 239.

⁴ Ne sono un esempio la fisica, l’informatica, la linguistica, ecc.

«settori, o ambiti di lavoro, non specialistici»⁵. Balboni, al contrario, ha utilizzato una terminologia quale «microlingue scientifico-professionali» per descrivere tutte quelle produzioni linguistiche «usate nei settori scientifici e professionali con gli scopi di comunicare nella maniera meno ambigua possibile e di essere riconosciuti come appartenenti a un settore scientifico o professionale»⁶.

Nonostante la grande varietà di denominazioni e classificazioni che sono state elaborate, Calvi⁷ ha messo in evidenza come sia possibile attribuire a questa tipologia di lingue che chiameremo speciali alcune caratteristiche comuni. Innanzitutto, riprendendo la classificazione di Sobrero⁸, è plausibile individuare, in ognuno di questi linguaggi, un livello “scientifico”, più proprio degli operatori del settore e caratterizzato da una maggiore densità di lessico e regole specifiche, e un livello “divulgativo”, più vicino alla lingua comune seppur non privo di tecnicismi. Calvi⁹ riconosce inoltre in ognuno di essi una componente “tematica”, che consiste nell’insieme delle conoscenze e delle realtà proprie di un determinato ambito professionale, e una componente “comunicativa” determinata da variabili quali la finalità del messaggio, l’interlocutore, il contesto in cui avviene la comunicazione, ecc.

Quest’ultima componente può essere suddivisa, a seconda della specializzazione del discorso, in tre livelli principali: la trasmissione dei significati, infatti, può avvenire tra esperti, tra professionisti e non, tra operatori e pubblico. È logico supporre che ad una maggiore competenza nella materia corrisponda una più elevata specializzazione terminologica a livello comunicativo mentre, ai fini di una chiara e immediata trasmissione dei contenuti, l’esperto, nel rivolgersi al pubblico, cercherà di attuare una mediazione tra linguaggio di specialità e lingua comune.

Benché poco studiato a causa, forse, della sua «sfuggente fisionomia linguistica»¹⁰, anche il linguaggio del turismo, oggetto di questa analisi, può essere considerato una lingua speciale in quanto, pur essendo caratterizzato da una componente tematica risultante dalla combinazione di numerose e variegata aree tecnico-disciplinari, è riconducibile a un ambito professionale ben definito e articolato in diversi settori¹¹, oltre che a numerose figure professionali, quali, ad esempio, accompagnatori e guide turistiche.

2.2. *La guida turistica: tra interpretazione e mediazione*

Uno degli operatori del settore più rappresentativi di una comunicazione turistica tra esperto e pubblico è di certo la guida turistica. La legge 217/83 definisce «guida turistica chi, per professione, accompagna persone singole o gruppi di persone nelle visite ad opere d’arte, a musei, a gallerie, a scavi archeologici, illustrando le attrattive storiche, artistiche, monumentali, paesaggistiche e naturali»¹². Questa figura professionale, che

⁵ Ne sono un esempio la lingua dei giornali, della televisione, della politica, ecc.

⁶ Balboni 2000, p. 9.

⁷ Calvi 2000, p. 13.

⁸ Sobrero 1993, pp. 241-242.

⁹ Calvi 2000, p. 17.

¹⁰ Ivi, p. 33.

¹¹ Agenzie di viaggio, *Tour Operator*, Alberghi, Trasporti, ecc.

¹² Legge 217/83, art.11. <http://www.comune.jesi.an.it/MV/leggi/l217-83.htm>.

accoglie il visitatore all'arrivo in una nuova città, museo, area archeologica, ecc., ha quindi l'importante compito di fornire una chiave di lettura adeguata dei beni storici, artistici, naturali, ecc. dell'area geografica di competenza a una persona di passaggio, generalmente con poco tempo a disposizione e dalla predisposizione incerta ad una reale conoscenza della destinazione. Imprescindibile alla trasmissione di un'adeguata "interpretazione del patrimonio", intesa come «el arte de revelar *in situ* el significado del legado natural, cultural o histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio»¹³, sarà perciò la scelta di un appropriato livello comunicativo e l'attuazione di strategie discorsive in funzione «della fisionomia del destinatario, delle sue aspettative e del suo grado di alfabetizzazione nella materia»¹⁴.

Ai fini di una chiara e immediata trasmissione del messaggio, la guida turistica metterà dunque in pratica quella mediazione tra linguaggio di specialità e lingua comune tipica della comunicazione tra esperti e pubblico, nella consapevolezza che la buona riuscita di una visita guidata non sia determinata dal mostrare le proprie competenze o dalla trasmissione del maggior numero possibile di informazioni ma dalla capacità di motivare e interessare il turista, di renderlo protagonista della scoperta del nuovo che si accinge a compiere. Detto in altre parole: «No es tan importante contarle *todo lo que se sabe*, sino transmitirle la pasión y la experiencia directa a través de un contacto *de primera mano* con los seres, bienes o lugares que provocaron su viaje»¹⁵.

Nei paragrafi seguenti si impronterà l'analisi del discorso orale proprio delle guide turistiche che si configura, dunque, come il risultato della traduzione del «linguaggio tecnico, relativo alla descrizione dell'ambiente (paesaggio, storia, cultura) in termini più accessibili al turista»¹⁶, un linguaggio scarsamente caratterizzato da un lessico di tipo specialistico ma in cui predomina una componente tematica che coinvolge una gamma molto ampia di settori disciplinari e aree lessicali quali quelle evidenziate da Calvi¹⁷: storia e storia dell'arte, alimentazione e gastronomia, artigianato, spettacoli e divertimenti, sport, geografia, psicologia, ecc.

Si riporta, di seguito, a titolo esemplificativo, una delle trascrizioni delle registrazioni del discorso orale turistico che sarà oggetto di studio nei paragrafi seguenti:

GT 04_TBE1_B

«Faceva parte di una chiesa molto grande che prendeva un po' tutta questa piazza che è stata bombardata nel 1943. Nel dopoguerra questa decisione molto discussa anche all'epoca di lasciare la torre come rovina, di togliere il resto e di ricostruire poi la chiesa nuova a fianco. Qui a fianco c'è una chiesa nuova. La fontana sulla sinistra è quella del globo terrestre: rappresenta un po' un'astrazione del nostro mondo. Davanti a noi c'è una scultura piuttosto astratta che risale al 1987 e si chiama *Berlin Berlin*, scultura che rappresenta la città divisa. Quattro tubi come quattro erano i settori: quello francese, quello inglese, quello americano, quello britannico e il taglio in cima a simboleggiare la divisione. Però vedete i tubi si abbracciano anche allo stesso tempo quindi simbolo di un'unità spezzata, è questo che vuole dire questa scultura. Sulla destra, il negozio di abbigliamento più importante di Berlino, *Peek and Cloppenburg*. Quattro piani, c'è solo da vestire e poi

¹³ Morales Miranda 1998, p. 31.

¹⁴ Calvi 2000, p. 22.

¹⁵ Bertonatti 2005, p. 3.

¹⁶ Ivi, p. 46.

¹⁷ Ivi, p. 43.

anche credo l'abbiate già visto il *KaDeWe*. Quindi se domani avete un po' di tempo merita visita in questo grande magazzino adesso sulla destra, non tanto forse per le grandi firme quanto per il reparto alimentari. Il sesto piano è veramente una cosa unica al mondo. Ci sono qualcosa come milletrecento tipi di formaggi, milleduecento tipi di prosciutti e salumi, circa quattrocento tipi di pane quindi è veramente il tempio della gastronomia. Non, non c'è al mondo una cosa simile, credo. Paté di tutti i tipi. Ci sono anche i paté di Magenta, credo, il famoso paté di Magenta, eh, di Robecco. Ah no una cosa interessante: le specialità italiane vengono da *Peck*. Loro lavorano con *Peck*, di Milano. È uno dei pochi posti dove trovo anche lo stracchino che io amo molto ma che a Berlino è raro. Pochi lo conoscono. Il gorgonzola è molto conosciuto, il gorgonzola è molto conosciuto. I formaggi italiani più conosciuti sono il parmigiano, il gorgonzola e la mozzarella chiaramente. Però lo stracchino non lo conosce nessuno. Questo è uno dei pochi posti dove ogni tanto si trova. È un formaggio delicato, lo sapete, dev'essere fresco. Non è molto, non è molto adatto all'importazione. Si può fare anche la pizza con lo stracchino e rucola. Ecco Berlino è piena di sculture moderne, ne vediamo una anche adesso sulla sinistra. Si chiama semplicemente *Ar*, *Argot*, in francese perché l'artista è francese, un certo *Bernard Benet*. E ha un significato. Ma tutto ha un significato: bisogna cercarlo. Allora, rappresenta un arco di collegamento fra Berlino e Parigi: se sulla cartina geografica si disegna un arco di questo raggio si ottiene il collegamento tra le due città. Questo è quello che vuole dire. Sulla destra invece il centro culturale *Urania*. All'interno del complesso ci sono sale per conferenze, sale per premiazioni cinematografiche; quindi è un centro così per la cultura popolare piuttosto di antica tradizione anche se l'edificio è moderno però è un'istituzione che risale alla fine del diciannovesimo secolo. E adesso siamo in una delle numerose parti della città dove di antico non c'è niente. Dove guardate non c'è niente di antico. Berlino è stata ferocemente bombardata durante la seconda guerra mondiale. Si calcola che il settanta per cento della città è andato distrutto e questa è una tipica zona totalmente rifatta nel dopoguerra quindi non, non c'è traccia della Berlino antica, ci sono veramente solo fantasmi. No, c'è una cosa antica: Ercole col cinghiale, a destra, in fondo, nel prato. Quella è una scultura dei primi novecento. Lo vedete Ercole con, povero Ercole deve sempre fare delle fatiche e lì combatte il cinghiale perimantico. Passiamo fra poco sopra il canale di *Landwehr*, uno dei dodici canali artificiali di Berlino. Berlino è piena di acqua, l'avete già forse notato. Abbiamo qualcosa come duecento chilometri di vie navigabili. Sulla sinistra il cosiddetto *Ferro Da Stiro* di Angelina. La conoscete Angelina no? Noi la chiamiamo anche *Angy* affettuosamente, poverina. C'è stato uno scandalo avete sentito?! Ah ah, uno scandalo finanziario. Si è scoperto che nel millenovecentonovantasei il cancelliere *Helmut Kohl* le ha dato cinquanta marchi per il parrucchiere: ancora oggi non sappiamo dove son finiti quei soldi!».

3. PRESENTAZIONE DELLA RICERCA E DEL CORPUS

3.1. *La guida turistica: scelta e illustrazione del corpus*

Come descritto dalla legge 217/83¹⁸, la guida turistica è una figura professionale dall'ampia cultura generale in grado di fornire al turista in arrivo in una città o Paese

¹⁸ Legge 217/83, art.11.

differente dal proprio una varietà di informazioni rispetto alla specifica area geografica di competenza, attinenti tanto ad ambiti storico-artistici quanto a tematiche socio-culturali o tradizionali. Nel caso in cui eserciti la propria professione con gruppi di turisti che presentino una L1 differente dalla propria, la trasmissione di una tale mole di contenuti non potrà prescindere da una padronanza fluente della L1 del gruppo in oggetto, tale da consentire l'impiego di una terminologia propria di diverse aree disciplinari.

Dato il carattere orale delle spiegazioni delle guide turistiche e la possibilità di accedere, grazie alla mia professione di accompagnatore turistico¹⁹, a una tipologia di comunicazione operatore-pubblico difficilmente reperibile e raramente oggetto di analisi, ho scelto di condurre questo studio concernente la lingua orale del turismo a partire da un *corpus* costituito da diciotto *file* di trascrizione di registrazioni di visite guidate, in lingua italiana, svolte da guide turistiche straniere all'estero nel corso di giri città in autobus o a piedi durante tour organizzati da me accompagnati in un periodo compreso tra luglio 2013 e settembre 2013.

Le registrazioni, effettuate in Francia e Germania, concernono otto differenti parlanti di L1 tedesca o francese, di cui è stato trascritto uno *speech* complessivo compreso tra i quattro minuti e trenta secondi e i sette minuti e trenta secondi, tenuto conto delle pause, delle interferenze di altri parlanti e dei rumori di sottofondo presenti nei *file* audio originali. A ciò si aggiunga che il rapporto tra lunghezza della registrazione e numero di parole costituenti il testo orale è spesso inversamente proporzionale e che l'ammontare dei minuti riconducibili a una medesima guida turistica può risultare, nel caso di un discorso unitario e prolungato, della trascrizione di un unico *file* audio oppure di più testi orali di lunghezza inferiore.

Tabella 1

GT	M/F	L1	N. File audio	Minuti trascritti	N. Parole	N. caratteri spazi esclusi
01	M	francese	3	6.10	723	3.774
02	F	francese	1	6.00	714	3.709
03	F	francese	2	6.53	786	3.701
04	M	tedesco	1	6.00	689	3.552
05	F	tedesco	1	6.00	588	2.966
06	M	tedesco	3	4.39	642	3.229
07	F	tedesco	4	7.26	781	4.007
08	F	tedesco	3	5.48	621	3.701

Ciò nonostante, ai fini della definizione del *corpus* orale turistico oggetto della mia analisi, si è optato per far coincidere ad ogni singolo *file* di trascrizione un'unica registrazione audio, la cui corrispondenza è stata codificata in maniera trasparente e

¹⁹ «È accompagnatore turistico o corriere chi, per professione, accompagna persone singole o gruppi di persone nei viaggi attraverso il territorio nazionale o all'estero; fornisce elementi significativi e notizie di interesse turistico sulle zone di transito al di fuori dell'ambito di competenza delle guide». *Ibidem*.

univoca in relazione a diversi parametri²⁰. Di seguito, dunque, mediante l'analisi linguistica di un *corpus* così costituito, si metteranno in evidenza le caratteristiche del linguaggio orale delle guide turistiche, evidenziandone le componenti grammaticali e lessicali in relazione alla frequenza d'uso, alle modalità e finalità di impiego.

3.2. I file di trascrizione²¹

Operazione preliminare alla formazione di un *corpus* orale analizzabile è stata la determinazione di una norma convenzionale per la trascrizione ortografica del parlato. Trattandosi di testi orali spontanei, si è provveduto, in primo luogo, alla “sbobinatura” delle registrazioni, scegliendo di tralasciare i fenomeni vocali non verbali (inspirazioni, risate, ecc.) e i rumori di sottofondo, in quanto non funzionali ad un'analisi di tipo grammaticale e lessicale del discorso orale turistico. Si sono omessi inoltre eventuali interventi di terzi o dialoghi che, pur coinvolgendo la guida turistica, non rientrassero in modo diretto nella spiegazione rivolta al visitatore²², sulla quale si è concentrata l'analisi. Sono state invece prese in considerazione tutte le componenti verbali non-lessicali quali errori di pronuncia, frammenti di parole, troncamenti, articolazioni di esitazione, ecc. ed è stata eseguita una trascrizione attenta e univoca di tutti gli elementi lessicali relativi alla produzione. In particolare: i numeri o le sequenze di numeri sono stati trascritti in lettere; le citazioni e i titoli di libri, di film, di canzoni, ecc. sono stati riportati senza virgolette ma con la lettera maiuscola per ciascuna parola facente parte della citazione o del titolo; abbreviazioni, sigle e acronimi sono stati trascritti così come pronunciati; le parole o le sequenze inintelligibili sono state indicate come UNCLEAR. È stato, inoltre, impiegato un inventario minimo di punteggiatura e simboli in quanto non compatibili con il *software AntConc 3.2.4* impiegato a supporto dell'analisi testuale. Sempre in funzione di un corretto utilizzo del *software*, per i *file* di trascrizione si è prediletto il formato ASCII, estensione TXT.

A ciò si aggiunga che, per facilitare l'attribuzione univoca delle registrazioni alle rispettive trascrizioni e una catalogazione chiara e sistematica di entrambe, a ciascun *file* è stata assegnata una denominazione univoca e trasparente sulla base di diversi parametri. In primo luogo, tutti i testi trascritti sono stati identificati mediante la sigla GT, «Guida Turistica», identificativa del tipo di *corpus* di cui fanno parte. Segue poi un numero, in ordine crescente, che fa' riferimento al parlante a cui lo *speech* appartiene. Di quest'ultimo viene specificata anche la L1, indicata mediante una lettera maiuscola: «F» nel caso del francese, «T» nel caso del tedesco.

Segue poi la specificazione dell'area geografica dove la guida turistica ha svolto la sua professione:

²⁰ I parametri per la codifica dei nomi attribuiti tanto ai *file* audio quanto alle trascrizioni sono spiegati al paragrafo 2.2.

²¹ Per redigere questo paragrafo mi sono riferita prevalentemente alle specifiche del Progetto CLIPS.

²² È il caso ad esempio delle istruzioni che, sottovoce, la guida rivolge all'autista.

Tabella 2

LO	PA	BN	BE	DR	PO	NO	RA
Loira	Parigi	Bretagna	Berlino	Dresda	Postdam	Norimberga	Ratisbona

Viene, inoltre, puntualizzato con un numero, in ordine crescente, a quale registrazione di una medesima guida turistica faccia riferimento la trascrizione. Si specifica infine con una lettera maiuscola il contesto in cui è avvenuta la spiegazione: «E» per «esterno», «B» per «bus».

In base a questo tipo di codificazione, i nomi dei *file* di trascrizione costituenti il *corpus* hanno la forma seguente:

1.	GT01_FLO1_E	=	Guida Turistica 1, Francese, Loira, reg. n. 1, esterno
2.	GT01_FLO2_E	=	Guida Turistica 1, Francese, Loira, reg. n. 2, esterno
3.	GT01_FLO3_B	=	Guida Turistica 1, Francese, Loira, reg. n. 3, bus
4.	GT02_FPA1_B	=	Guida Turistica 2, Francese, Parigi, reg. n. 1, bus
5.	GT03_FBN1_B	=	Guida Turistica 3, Francese, Bretagna, reg. n. 1, bus
6.	GT03_FBN2_B	=	Guida Turistica 3, Francese, Bretagna, reg. n. 2, bus
7.	GT04_TBE1_B	=	Guida Turistica 4, Tedesco, Berlino, reg. n. 1, bus
8.	GT05_TDR1_B	=	Guida Turistica 5, Tedesco, Dresda, reg. n. 1, bus
9.	GT06_TPO1_E	=	Guida Turistica 6, Tedesco, Postdam, reg. n. 1, esterno
10.	GT06_TPO2_E	=	Guida Turistica 6, Tedesco, Postdam, reg. n. 2, esterno
11.	GT06_TPO3_E	=	Guida Turistica 6, Tedesco, Postdam, reg. n. 3, esterno
12.	GT07_TNO1_E	=	Guida Turistica 7, Tedesco, Norimberga, reg. n. 1, esterno
13.	GT07_TNO2_E	=	Guida Turistica 7, Tedesco, Norimberga, reg. n. 2, esterno
14.	GT07_TNO3_E	=	Guida Turistica 7, Tedesco, Norimberga, reg. n. 3, esterno
15.	GT07_TNO4_E	=	Guida Turistica 7, Tedesco, Norimberga, reg. n. 4, esterno
16.	GT08_TRA1_E	=	Guida Turistica 8, Tedesco, Ratisbona, reg. n. 1, esterno
17.	GT08_TRA2_E	=	Guida Turistica 8, Tedesco, Ratisbona, reg. n. 2, esterno
18.	GT08_TRA3_E	=	Guida Turistica 8, Tedesco, Ratisbona, reg. n. 3, esterno

I *file* audio sono catalogati mediante un'identica denominazione, a cui è stata fatta precedere la lettera «R» di «registrazione».

3.3. L'analisi: il software *AntConc* 3.2.4 e il criterio della frequenza

A supporto dell'analisi linguistica dei testi trascritti si è scelto di utilizzare il *software AntConc* 3.2.4, che consente di velocizzare, mediante l'impiego di diversi *tools* e a partire da un *corpus* dato, l'individuazione di parole o frasi frequenti delle quali viene specificato il numero di occorrenze, il testo di provenienza e la posizione rispetto ad altri elementi lessicali, tutti dati di notevole importanza per la comprensione dell'uso di una lingua e, nel nostro caso, dell'italiano orale impiegato dalle guide turistiche straniere. Ai fini della mia ricerca ho optato in particolare per l'utilizzo di due applicazioni messe a

disposizione dal *software*: la prima, *Word List*, mi ha permesso di individuare, mediante la creazione di un elenco in ordine decrescente per numero di occorrenze, le parole con una maggiore frequenza all'interno del *corpus*; la seconda, *Concordance*, mi ha invece consentito di determinare per ogni elemento linguistico da me selezionato, non solo il numero di occorrenze e il *file* di appartenenza, ma anche la posizione all'interno della frase in relazione ad altre parti del discorso.

L'analisi svolta tramite l'applicazione *Word List* ha avuto come esito la creazione di un elenco di 1689 parole differenti delle quali, ai fini di questa ricerca, sono state prese in considerazione solamente quelle riconducibili ad almeno due occorrenze, per un totale di 679 parole diverse. È a partire da queste ultime che si è condotta l'analisi testuale di alcune delle parti del discorso che sono risultate essere di uso più comune.

Di seguito viene riportata, a titolo esemplificativo, la prima parte dell'elenco prodotto dal *tool Word List*. Ogni parola è preceduta da due numeri: il primo relativo alla posizione all'interno dell'elenco, il secondo alla frequenza.

<i>Total No. of Word Types: 1689</i>								
<i>Total No. of Word Tokens: 5844</i>								
1	149	di	26	35	E	51	16	lo
2	143	è	27	34	più	52	16	ma
3	113	il	28	30	perché	53	16	parte
4	109	che	29	29	molto	54	16	tutti
5	106	un	30	28	questa	55	16	UNCLEAR
6	105	la	31	28	qui	56	15	anni
7	95	e	32	26	era	57	15	dei
8	84	a	33	25	destra	58	14	adesso
9	73	eh	34	23	ha	59	14	ancora
10	62	in	35	23	La	60	14	d
11	62	si	36	23	po	61	14	fiume
12	57	per	37	22	nel	62	14	però
13	56	non	38	22	vedete	63	14	quindi
14	55	anche	39	20	ci	64	13	dell
15	53	una	40	19	al	65	13	delle
16	51	sono	41	19	città	66	13	dove
17	49	c	42	19	così	67	13	erano
18	46	le	43	19	Il	68	13	ponte
19	44	del	44	19	Parigi	69	13	sempre
20	42	della	45	18	come	70	12	alla
21	42	i	46	18	poi	71	12	chiama
22	40	con	47	18	questi	72	12	dunque
23	40	da	48	17	hanno	73	12	noi
24	40	l	49	16	avete	74	11	A
25	39	questo	50	16	già	75	11	eeh

3.4. *Analisi*

3.4.1. *“Vedere” e “conoscere”: l’impiego delle forme verbali*

L’immagine del turista, di cui sovente la letteratura di viaggio ironizza in contrapposizione alla figura del viaggiatore, non di rado coincide con quella di un visitatore superficiale e frettoloso, desideroso non tanto di comprendere il significato del patrimonio, degli usi e dei costumi del paese in cui si trova ma di collezionare una serie di scatti fotografici che ritraggano possibilmente quei *sight-seeing* che i manuali o il sentire comune etichettano come “à voir”²³. Poco importa se, come sostenuto da Boyer, «aucun lieu, aucun site, n’est touristique en soi»²⁴ e che quei luoghi, monumenti, quadri, ecc. considerati “imperdibili” non siano esenti dal fluttuare delle mode e del gusto.

Pur non incarnando una tipologia di visitatore per la quale il viaggio si trasforma in un’esperienza unica solo se non privo della possibilità di affidarsi alla volontà del momento e alla casualità degli incontri, chi sceglie di partecipare a una visita guidata decide di non limitarsi a un’osservazione superficiale di ciò che lo circonda ma di approfondirne la conoscenza. L’operatore professionale, infatti, accompagnando il turista nella visita, non solo gli mostrerà le principali attrazioni della destinazione, rispondendo all’esigenza di “vedere”, ma gli fornirà anche tutta una serie di informazioni che permetteranno a quest’ultimo di “conoscere”, cioè di identificare e comprendere ciò che vede.

A questo riguardo, si considerino i verbi più frequenti all’interno del *corpus*:

Tabella 3

Essere (271)		Avere (84)	
<i>Forma verbale</i>	<i>N. occorrenze</i>	<i>Forma verbale</i>	<i>N. occorrenze</i>
è	143	ha	23
sono	51	hanno	17
era	26	avete	16
erano	13	abbiamo	9
fu	11	avevano	9
stato	11	aveva	8
siamo	9	avete	2
essere	7		

Tabella 4

ARE	ERE	IRE
Chiamarsi (12)	Vedere (31)	Dire (25)
Fare (9)	Potere (6)	Costruire (4)
Trovarsi (7)	Volere (6)	Finire (2)

²³ Boyer, Viallon 1994, p. 3.

²⁴ Ivi, p. 11.

Chiamare (5)	Sapere (3)	
Andare (5)	Prendere (3)	
Creare (4)	Chiedere (2)	
Rappresentare (3)	Conoscere (2)	
Arrivare (2)		
Dare (2)		
Cominciare (2)		

Il verbo *essere*, a cui corrispondono 271 occorrenze, è il più utilizzato nel discorso orale turistico analizzato, tanto in forme verbali vere e proprie quanto come ausiliare. Tutte le accezioni riscontrate corrispondono al modo indicativo e, nello specifico, i tempi verbali più frequenti sono il presente (148), l'imperfetto (36) e il passato prossimo (20). Si è riscontrato, inoltre, un abbondante uso della forma passiva (23): «Una squadra che si chiama *Dynamo* una volta è stata gestita dalla polizia»²⁵, «per paura dunque dell'arrivo dei tedeschi a Parigi sono stati portati qua in mezzo al nulla»²⁶, «E il maestro cantore più famoso era un calzolaio. Fu chiamato calzolaio e poeta»²⁷. Anche il verbo *avere*, rappresentato in 84 accezioni, è ampiamente utilizzato al modo indicativo. I tempi verbali prevalenti sono il passato prossimo (43), il presente (26) e l'imperfetto (13). Seguono poi i verbi «vedere» (31), «dire» (25), «chiamarsi» (12), ecc., che appartengono, nella maggior parte dei casi, al modo indicativo, tempo presente (78) e all'infinito (23).

Sulla base dei dati rilevati, è possibile osservare come le scelte verbali rispondano perfettamente alle esigenze professionali della guida turistica che, come menzionato sopra, ha il compito principale di mostrare e spiegare al visitatore le principali attrattive dell'area geografica di competenza. Da evidenziare, a questo riguardo, l'importante impiego del verbo *vedere*, il più frequente dopo gli ausiliari, utilizzato nella gran parte dei casi (24) al modo indicativo, tempo presente, 2ª persona plurale: «A destra vedete le macchine no. Se guardate di qua vedete dal piano terra fino all'ultimo piano»²⁸, «Qui, la cantina piccola che vedete qui è la prima cantina delle salsicce»²⁹, «degli edifici vedete tutto sommato non tanto alti eh fanno cinque piani»³⁰. La guida turistica, il cui destinatario, a differenza dei manuali cartacei, è tutt'altro che ideale, predilige richiamarne l'attenzione in modo diretto, evitando forme impersonali e contribuendo così al suo coinvolgimento.

Ai fini di questa analisi è interessante, inoltre, sottolineare come il verbo *essere* sia impiegato di frequente per veicolare un «valore locativo attenuato»³¹ mediante costrutti quali *c'è* (39), *ci sono* (14), *c'erano* (9): «Avete notato che dietro alla Tour Eiffel c'era un grandissimo campo eh»³², «non allontanatevi troppo, ci sono i funghi sì ma il cinghiale ama molto i funghi pure»³³, «a un tre quarti d'ora di macchina da qua c'è *Dekendorf* quella

²⁵ GT05_TDR1_B.txt.

²⁶ GT01_FLO1_E.txt.

²⁷ GT07_TNO3_E.txt.

²⁸ GT05_TDR1_B.txt.

²⁹ GT08_TRA1_E.txt.

³⁰ GT02_FPA1_B.txt.

³¹ Serianni 1991, p. 252.

³² GT02_FPA1_B.txt.

³³ GT01_FLO1_E.txt.

città dove praticamente nuotavano le macchine»³⁴. La ricorrenza del pronome *ci* in combinazione con la 3^a persona singolare o plurale del verbo *essere* risponde all'esigenza dell'operatore professionale di descrivere la realtà circostante, precisando e definendo al suo ascoltatore cosa sta o non sta guardando, deduzione non sempre immediata per chi non conosce o non è esperto in materia: «Dove guardate non c'è niente di antico. Berlino è stata ferocemente bombardata»³⁵, «Davanti a voi c'è la seconda metà di questo parco pubblico enorme»³⁶, «Vediamo solo le travi e l'intonaco. Ma fra le travi c'è questa struttura»³⁷.

All'osservazione della realtà, si affianca poi l'esigenza di “conoscere”, di poter identificare e denominare ciò che si sta guardando. A questa seconda esigenza del visitatore la guida turistica risponde spesso mediante l'impiego del verbo *chiamarsi* (12): «Eh gli *Hobenzollern*, così si chiama questa famiglia comunque»³⁸, «La fontana bella. La guglia dorata si chiama La Fontana Bella»³⁹, «il principale si chiama *La Villaine* e quell'altro più piccolo si chiama *l'Ile*»⁴⁰. Il verbo *dire*, rilevato in 25 occorrenze, è invece principalmente utilizzato come intercalare al modo indicativo, tempo presente, 1^a persona plurale.

Si sottolinea, infine, l'uso sporadico della 1^a persona singolare, rilevata solamente in 3 occorrenze: «Adesso, come passiamo, faccio vedere»⁴¹, «Qui a destra voglio farvi vedere ancora questa attrazione»⁴², «Un anello, inserito nell'inferriata, sì, vi faccio vedere subito»⁴³. Questa caratteristica differenzia in modo netto i diari di viaggio, in cui la narrazione viene effettuata in prima persona, dalle spiegazioni turistiche, orali o scritte. Nonostante la guida turistica, infatti, mettendo a disposizione il proprio sapere, si configuri come il soggetto nonché il protagonista dell'enunciazione, è evidente il tentativo di oscurarne la presenza, come messo in evidenza da Adam⁴⁴, anche a un livello orale.

3.4.2. “Mediare” e “interpretare”: l'orientamento visivo del turista

A differenza dei manuali cartacei, genere discorsivo caratterizzato, come sottolineato da Kerbrat-Orecchioni⁴⁵, da una forte componente di tipo procedurale, il discorso orale delle guide turistiche è privo di sequenze che spieghino, in modo dettagliato, come raggiungere e visitare un monumento, un museo o un'attrazione particolare. Il momento dell'incontro tra l'operatore professionale e il turista, infatti, avviene in loco e presuppone, fin dal principio, la decisione consapevole di quest'ultimo di affidare la scelta del proprio itinerario di visita a un esperto del settore che selezionerà quali e

³⁴ GT08_TRA1_E.txt.

³⁵ GT04_TBE1_B.txt.

³⁶ GT05_TDR1_B.txt.

³⁷ GT07_TNO2_E.txt.

³⁸ GT06_TPO1_E.txt.

³⁹ GT07_TNO1_E.txt.

⁴⁰ GT03_FBN1_B.txt.

⁴¹ GT03_FBN1_B.txt.

⁴² GT05_TDR1_B.txt.

⁴³ GT07_TNO1_E.txt.

⁴⁴ Adam 2001, p. 22.

⁴⁵ Kerbrat-Orecchioni 2004, p. 134.

quante “choses à voir”⁴⁶ mostragli nel tempo a disposizione⁴⁷ in base alle proprie competenze e ai *must*⁴⁸ richiesti dal viaggiatore, dal *tour operator* o considerati tali.

Il visitatore, dunque, per raggiungere i luoghi di interesse, dovrà limitarsi, nel caso di una visita a piedi, a seguire i passi della guida turistica oppure a “lasciarsi trasportare”, se il percorso si svolge in autobus. L'esperto, da parte sua, non avvertirà alcuna necessità di esplicitare i propri movimenti mediante l'impiego di espressioni quali *prendre le, remonter la, poursuivre le*⁴⁹ frequenti nelle guide turistiche cartacee⁵⁰ e atte all'orientamento spaziale di una persona che, da sola, si accinge a muoversi alla scoperta di una destinazione sconosciuta. Al professionista saranno infatti sufficienti i propri movimenti o l'impiego di un discorso di tipo procedurale rivolto al conducente, nel caso ci si sposti in autobus, per condurre il turista in prossimità di monumenti, chiese, opere d'arte, ecc. per poi, solamente una volta in loco, integrare alla propria spiegazione orale appropriati indicatori spaziali finalizzati, non tanto all'orientamento dei movimenti del turista quanto a quello del suo sguardo.

Il viaggiatore è così invitato a ricercare e visualizzare nello spazio che lo circonda ciò di cui l'esperto sta parlando e questo *modus operandi*, tipico della guida turistica, trova un riscontro nella rilevante presenza, nel *corpus* analizzato, di avverbi che «specificano il luogo di un'azione, la collocazione di un oggetto nello spazio, la distanza di un oggetto dagli interlocutori»⁵¹. Non è un caso, inoltre, che tra gli avverbi di luogo più frequenti, l'impiego di *là* (9) e *lì* (7), che «identificano un luogo distante [...] sia da chi parla sia da chi ascolta»⁵², sia nettamente inferiore rispetto a quello di *qui* (34) e *qua* (12), che si riferiscono invece a «un luogo prossimo [...] vicino a chi parla»⁵³ e, nel nostro caso, anche a chi ascolta in quanto operatore e pubblico si trovano nello stesso luogo: «La parte più vecchia ce l'abbiamo qua: un bel, un grande tetto di ardesia»⁵⁴, «Federico secondo è qui sotto in questa sua cripta»⁵⁵, «qui c'è un edificio con una forma di, di fungo un po'»⁵⁶. A ciò si aggiunga che *qui* e *qua* sono di frequente rafforzati da indicatori spaziali quali *a destra*, *a sinistra*⁵⁷, *davanti* (2), *dietro* (4), *sopra* (6), *sotto* (8), di cui non si esclude un impiego indipendente: «Qui a sinistra avete due belle case di, di paglia»⁵⁸, «Davanti a noi c'è una scultura piuttosto astratta»⁵⁹, «guardate sopra, conchiglie di Venere»⁶⁰.

All'orientamento dello sguardo del turista concorrono, inoltre, gli aggettivi dimostrativi riscontrati con una frequenza indubbiamente maggiore rispetto alle forme pronominali. In particolare, come per gli avverbi di luogo, si evidenzia la predilezione

⁴⁶ Boyer, Viallon 1994, p. 3.

⁴⁷ Le visite guidate si svolgono generalmente in un tempo compreso tra le due e le otto ore.

⁴⁸ A Milano, il Duomo. A Roma, il Colosseo. A Parigi, la Tour Eiffel. Ecc.

⁴⁹ GB 2010.

⁵⁰ Si veda, a titolo esemplificativo, lo studio da me effettuato per la laurea triennale dal titolo «*La chose à voir*. La lingua come strumento di *avenglement* nelle guide turistiche francesi».

⁵¹ Serianni 1991, p. 500.

⁵² Ivi, p. 501.

⁵³ *Ibidem*.

⁵⁴ GT01_FLO2_E.txt.

⁵⁵ GT06_TPO1_E.txt.

⁵⁶ GT03_FBN1_B.txt.

⁵⁷ Si faccia riferimento al paragrafo 3.

⁵⁸ GT03_FBN2_B.txt.

⁵⁹ GT04_TBE1_B.txt.

⁶⁰ GT01_FLO2_E.txt.

per *questo* (31), *questa* (27), *questi* (18) e *queste* (3), che includono l'idea di vicinanza⁶¹, a discapito di *quel* (4), *quello* (7), *quella* (4), *quelli* (1) e *quelle* (3), che veicolano un'idea di lontananza⁶²: «Vedrete molti mulini eh su questo, su questo pezzo di, di costa»⁶³, «poi a destra vedete anche la copertura di questa piscina perché funziona tutta l'annata»⁶⁴, «Oltre a questi edifici che sempre vediamo ancora a destra»⁶⁵.

Si sottolinea, infine, come la gestualità accompagni spesso le indicazioni orali sopra analizzate.

3.4.2. "Collocare" e "specificare": le preposizioni semplici

Alla funzione di collocare nello spazio l'oggetto della spiegazione o dell'osservazione, specificandone le caratteristiche, tende anche l'ampio uso delle preposizioni, categoria grammaticale con la maggiore frequenza all'interno del *corpus* analizzato. Serianni definisce la preposizione come «una parte del discorso invariabile che serve a esprimere e determinare i rapporti sintattici tra le varie componenti della frase»⁶⁶. Si concentrerà l'attenzione, in particolare, sulle preposizioni semplici:

La preposizione di, la più utilizzata grazie anche all'ampia gamma di relazioni che è in grado di stabilire tra due parole, compare in 149 occorrenze, la maggior parte delle quali con un valore semantico di specificazione in senso lato: «intorno a voi avete una riserva di caccia presidenziale con circa settecento cervi»⁶⁷, «questa fabbrica ha creato seicento posti di lavoro per fare esclusivamente l'assemblaggio»⁶⁸, «Non bastava costruire la casa o la casa a forma di mulino. Doveva proprio servire»⁶⁹. Tra queste, se ne distinguono 14 in cui la preposizione *di* viene impiegata per indicare appartenenza o proprietà: «là è ancora conservato l'importante quadro di Caravaggio, la incredulità di San Tommaso»⁷⁰, «Sulla sinistra il cosiddetto Ferro Da Stiro di Angelina. La conoscete Angelina no?»⁷¹, «Sono anche conosciuti perché c'è un'opera di Bach con il titolo»⁷². Gli usi specifici, invece, sono circoscritti a un numero limitato di occorrenze, fatta eccezione per il complemento di materia, che si riscontra in 8 accezioni: «questo museo ospita animali di vetro, una donna trasparente»⁷³, «Guardate la casa di paglia a sinistra»⁷⁴, «Con la costruzione, con il ponte di pietra, la prima volta avete risolto per sempre»⁷⁵.

⁶¹ Serianni 1991, p. 276.

⁶² *Ibidem*.

⁶³ GT03_FBN2_B.txt.

⁶⁴ GT05_TDR1_B.txt.

⁶⁵ GT02_FPA1_B.txt.

⁶⁶ *Ivi*, p. 327.

⁶⁷ GT01_FLO1_E.txt.

⁶⁸ GT05_TDR1_B.txt.

⁶⁹ GT03_FBN2_B.txt.

⁷⁰ GT06_TPO2_E.txt.

⁷¹ GT04_TBE1_B.txt.

⁷² GT07_TNO3_E.txt.

⁷³ GT05_TDR1_B.txt.

⁷⁴ GT03_FBN2_B.txt.

⁷⁵ GT08_TRA1_E.txt.

La preposizione *a*, riscontrata in 84 occorrenze, viene impiegata prevalentemente con un valore di stato in luogo a cui corrispondono 18 accezioni: «La sede del Vescovo luterano si trova a Monaco»⁷⁶, «il duomo San Pietro, insieme ad un altro duomo a Colonia, sono le uniche due cattedrali in Germania che seguono il modello del gotico francese»⁷⁷, «Allora, qui eeh quindi siamo a *Rennes* che è la capitale della, della Bretagna»⁷⁸. Questa preposizione è inoltre impiegata in 28 occorrenze in combinazione con indicatori spaziali quali *destra* e *sinistra* in funzione dell'orientamento dello sguardo del turista: «Oltre a questi edifici che sempre vediamo ancora a destra e a sinistra»⁷⁹, «A destra vedete lo stadio della *Dynamo*»⁸⁰, «Guardate la casa di paglia a sinistra»⁸¹.

La preposizione *in*, rilevata in 62 occorrenze, viene utilizzata in prevalenza per la formazione del complemento di stato in luogo, a cui corrispondono 26 riscontri: «Adesso è chiaro, si. Si trova in Germania, in Francia, in Olanda»⁸², «Federico secondo è qui sotto in questa sua cripta»⁸³, «c'era una resistenza importante in questo parco di Chambord da parte di repubblicani spagnoli»⁸⁴.

La preposizione *per*, che compare in 57 occorrenze, ha prevalentemente un valore finale, al quale sono attribuibili 20 accezioni: «All'interno del complesso ci sono sale per conferenze, sale per premiazioni cinematografiche»⁸⁵, «erano in fondo cani adatti soprattutto per le sue guerre»⁸⁶, «Ad esempio, non ci sono dighe in mezzo al fiume per regolarne il livello»⁸⁷.

La preposizione *da* è stata rilevata in 40 occorrenze e il suo impiego è vario. È infatti utilizzata in 9 occorrenze nella funzione di complemento d'agente o causa efficiente: «tre giorni prima eh dell'invasione da parte di Hitler della Polonia»⁸⁸, «Norimberga città autonoma, governata da ricchi commercianti»⁸⁹, «sponsorizzato da un industriale famoso tedesco»⁹⁰. 8 sono, invece, le accezioni che veicolano una determinazione temporale: «Da noi cattolici la confessione c'è da circa novecento anni»⁹¹, «Questa fabbrica completamente trasparente esiste da quindici anni all'incirca»⁹², «disperato, si butta nel fiume e da quel momento lì abbiamo i nostri vortici»⁹³. Si è riscontrato inoltre un numero rilevante di occorrenze con valore locativo: «però qui, eh a tre quarti d'ora da

⁷⁶ GT07_TNO4_E.txt.

⁷⁷ GT08_TRA3_E.txt.

⁷⁸ GT03_FBN1_B.txt.

⁷⁹ GT02_FPA1_B.txt.

⁸⁰ GT05_TDR1_B.txt.

⁸¹ GT03_FBN2_B.txt.

⁸² GT07_TNO2_E.txt.

⁸³ GT06_TPO1_E.txt.

⁸⁴ GT01_FLO1_E.txt.

⁸⁵ GT04_TBE1_B.txt.

⁸⁶ GT06_TPO1_E.txt.

⁸⁷ GT01_FLO3_B.txt.

⁸⁸ GT01_FLO1_E.txt.

⁸⁹ GT07_TNO3_E.txt.

⁹⁰ GT05_TDR1_B.txt.

⁹¹ GT07_TNO4_E.txt.

⁹² GT05_TDR1_B.txt.

⁹³ GT08_TRA2_E.txt.

qua era una tragedia veramente»⁹⁴, «protegge questa parte eh della costa perché da qui fino a Cancale»⁹⁵, «Queste piante da noi non resistono al gelo»⁹⁶.

Le preposizioni tra e fra, che presentano una frequenza inferiore alle 10 occorrenze, sono utilizzate per lo più per indicare «una posizione intermedia tra due (o più) punti di riferimento»⁹⁷: «sembra una cosa elegante con il prezzo tra ottantamila e centoventimila euro costa»⁹⁸, «racconta la leggenda della scommessa tra costruttore del ponte e costruttore del duomo»⁹⁹, «Allora, rappresenta un arco di collegamento fra Berlino e Parigi»¹⁰⁰.

Non è stato possibile, infine, svolgere un'analisi relativa alle preposizioni *con* e *su* in quanto, sulla base delle accezioni riscontrate nel *corpus*, non è emerso un valore semantico prevalente.

4. CONCLUSIONI

Pur non incarnando una tipologia di visitatore per la quale il viaggio si trasforma in un'esperienza unica solo se non privo della possibilità di affidarsi alla volontà del momento e alla casualità degli incontri, chi sceglie di partecipare a una visita guidata decide di non limitarsi a un'osservazione superficiale di ciò che lo circonda ma di approfondirne la conoscenza. L'operatore professionale, perciò, guidando il turista nell'itinerario di visita, non solo sarà tenuto a mostrare le principali attrazioni della destinazione, rispondendo all'esigenza del "vedere", ma anche a fornire tutta una serie di informazioni atte al "conoscere", cioè al poter identificare e comprendere ciò che si vede.

Sulla base dell'analisi svolta e tenuto conto delle caratteristiche del discorso orale turistico che sono emerse, è possibile affermare come esso si declini in funzione delle esigenze e della fisionomia del destinatario, come proprio di una comunicazione tra esperto e pubblico. In primo luogo, si evidenziano le scelte verbali effettuate dalla guida turistica: mentre al bisogno di conoscenza si risponde di frequente mediante l'impiego del verbo *chiamarsi* (12), a quello relativo all'osservazione si fa' ricondurre l'importante impiego del verbo omonimo, il più ricorrente dopo gli ausiliari, utilizzato nella maggioranza dei casi (24) al modo indicativo, tempo presente, 2^a persona plurale. Al medesimo scopo tende anche il frequente impiego del verbo *essere* (271) con «valore locativo attenuato»¹⁰¹ in costrutti quali *c'è* (39), *ci sono* (14), *c'erano* (9): l'operatore professionale, infatti, sperimenta la necessità, nell'atto di illustrare la realtà circostante, di precisare al suo ascoltatore cosa sta o non sta effettivamente guardando, deduzione non sempre immediata per chi non conosce o non è esperto in materia.

⁹⁴ GT08_TRA1_E.txt.

⁹⁵ GT03_FBN2_B.txt.

⁹⁶ GT06_TPO3_E.txt.

⁹⁷ Serianni 1991, p. 351.

⁹⁸ GT05_TDR1_B.txt.

⁹⁹ GT08_TRA2_E.txt.

¹⁰⁰ GT04_TBE1_B.txt.

¹⁰¹ Serianni 1991, p. 252.

Il turista, da parte sua, è invitato a ricercare nello spazio ciò di cui il professionista sta parlando, sollecitazione che trova riscontro nella rilevante presenza, nel *corpus* analizzato, di avverbi che «specificano il luogo di un'azione, la collocazione di un oggetto nello spazio, la distanza di un oggetto dagli interlocutori»¹⁰². Tra questi, prevalgono quelli che si riferiscono a «un luogo prossimo [...] vicino a chi parla»¹⁰³ e, nel nostro caso, anche a chi ascolta come ad esempio *qui* (34) e *qua* (12) rafforzati da indicatori spaziali quali *a destra*, *a sinistra*¹⁰⁴, *davanti* (2), *dietro* (4), *sopra* (6), *sotto* (8), di cui non è escluso un impiego indipendente. A ciò si aggiunga che all'orientamento dello sguardo del turista concorrono, anche aggettivi dimostrativi quali *questo* (31), *questa* (27), *questi* (18) e *queste* (3), che ancora una volta includono un'idea di vicinanza¹⁰⁵. Questa scelta si può motivare facendo riferimento al *modus operandi* tipico delle guide turistiche, che forniscono spiegazioni in loco, cioè generalmente in prossimità dell'attrazione in oggetto. Per la medesima ragione il discorso orale turistico rivolto al visitatore non è caratterizzato da una forte componente di tipo procedurale¹⁰⁶, contrariamente ai manuali cartacei.

Alla funzione di collocare nello spazio l'oggetto della spiegazione o dell'osservazione, specificandone le caratteristiche, tende anche l'ampio uso delle preposizioni, categoria grammaticale con la maggiore frequenza all'interno del *corpus* analizzato. In particolare prevale il valore locativo, di stato in luogo, veicolato da un ampio impiego delle preposizioni *a*, *in*, *tra*, *fra* e *da*. La specificazione dell'oggetto del discorso è invece veicolata da *di*.

Infine, si è rilevato come, a differenza dei diari di viaggio, nel discorso turistico si tenda a oscurare la presenza dell'enunciatore¹⁰⁷, anche a livello orale, mediante un impiego sporadico della 1ª persona singolare, rilevata solamente in 3 occorrenze.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Adam J.M. (2001), "Entre conseil et consigne: les genres de l'incitation à l'action", in *Pratiques*, 111/112, pp. 7-38.
- Balboni E. (2000), *Le microlingue scientifico-professionali, Natura e insegnamento*, UTET, Torino.
- Barthes R. (1957), "Le Guide Bleu", in Id. *Mythologies*, Seuil, Paris, pp. 136-139.
- Bertonatti C. (2005), "Interpretación y turismo: ¿nos interesa dejar un mensaje al turista?" in *Boletín de Interpretación*, 12, pp. 2-4.
- Boyer M. (1997), *Il turismo: dal grand tour ai viaggi organizzati*, trad. di S. Marzocchi, Universale Electa/Gallimard, Torino.
- Boyer M., Viallon P. (1994), *La communication touristique*, Presses Universitaires de France, Paris.

¹⁰² Serianni 1991, p. 500.

¹⁰³ *Ibidem*.

¹⁰⁴ Si faccia riferimento al paragrafo 3.

¹⁰⁵ Serianni 1991, p. 276.

¹⁰⁶ Kerbrat-Orecchioni 2004, p. 134.

¹⁰⁷ Adam 2001, p. 22.

- Calvi M. V. (2000), *Il linguaggio spagnolo del turismo*, Baroni, Viareggio.
- Castoldi C. (2010), *Nuovo manuale di tecnica turistica e amministrativa*, Hoepli, Milano.
- GB (2010), *Provence, le Guide Bleus Hachette*, Paris.
- Gritti J. (1967), “Le contenus culturels du Guide Bleu. Monuments et sites ‘à voir’”, in *Communications*/10, 1967, pp. 51-64.
- Kerbrat-Orecchioni C. (1980), *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Colin, Paris.
- Kerbrat-Orecchioni C. (2004), “Suivez le guide! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques : l'exemple de l'île d'Aphrodite”, in *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, l'Harmattan, Paris, pp. 133-150.
- Mauri E. (2011), *La chose à voir. La lingua come strumento di aveuglement nelle guide turistiche francesi*, Università degli Studi di Milano, tesi di laurea A. A. 2009-2010.
- Morales Miranda J. (1998), “Guía práctica para la interpretación del patrimonio: el arte de acercar el legado natural cultural al público visitante”, Consejería de Cultura, Andalucía.
- Progetto CLIPS, *Corpora e Lessici di Italiano Parlato e Scritto*
<http://www.clips.unina.it/it>
http://www.clips.unina.it/it/documenti/11_specifiche_trascrizione_ortografica.pdf
- Serianni L. (1991), *Grammatica italiana. Italiano comune e lingua letteraria* (in collaborazione con A. Castelveccchi), UTET, Torino.
- Sobrero A. A. (1993), “Lingue speciali”, in Id. (a cura di), *Introduzione all'italiano contemporaneo, vol. II, La variazione e gli usi*, Bari, Laterza, pp. 237-277