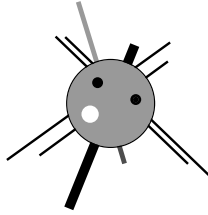


La Piazza Universale



Alice Giannitrapani

Viaggiare: istruzioni per l'uso

Semiotica delle guide turistiche



Edizioni ETS

Indice

PREMESSA	11
CAPITOLO 1: Riferimenti metodologici e definizione del corpus	15
1. Letteratura critica sulle guide turistiche	17
2. Che cosa è una guida turistica	21
3. Tra letteratura e socialità	25
4. Cenni sulla metodologia semiotica	28
5. Il corpus	34
CAPITOLO 2: La spazialità: immagini di città mediterranee	37
1. Messa in forma dello spazio: prime suddivisioni	39
2. La città come forma parziale	43
3. La città come forma globale	56
4. Dal parziale al globale: percorrere la città	70
5. Le guide ordinatrici	79
CAPITOLO 3: Edifici sacri: strategie descrittive	81
1. Il sacro e il turistico	83
2. L'ekphrasis	86
3. Edifici analizzati	87
4. Invarianti: il sublime matematico e la verticalità	88
5. Il focus, la sineddoche	91
6. Turista-fedele?	93
7. Il sacro alla deriva	98
8. Effetti di luce	113
9. Guardare il sacro: la specificità editoriale	121

CAPITOLO 4: Il tempo: articolazioni della visita	123
1. Ciclicità e linearità della vacanza	124
2. Ritmo e agogia	127
3. Frequenza e durata	137
4. Aspettualità	141
5. Tempo della Storia	146
6. Tra tempo vissuto e tempo cosmico	151
CAPITOLO 5: Attori in vacanza	153
1. Attività vacanziero	153
2. Oppositori	162
3. Host/Guest	167
4. Corpo, estesia, anticipazioni	180
5. La figura del turista	184
6. Lettori e strategie comunicative	193
CAPITOLO 6: Regimi di sguardi tra immagini e parole	195
1. L'osservatore	196
2. L'informatore	206
3. Panorami e punti di vista preferenziali	214
4. Giochi ottici	218
5. Sguardi e narritività	220
CAPITOLO 7: Le peculiarità editoriali	223
1. La guida parla della guida	223
2. Il patto comunicativo	241
3. Ideologie di viaggio	253
4. Effetti di realtà	258
CAPITOLO 8: Per volontà o per caso: turismo in tv	261
1. L'enunciatore: guida o turista?	265
2. La guida e il racconto di viaggio	274
3. Interagire con l'altro: lo sguardo e la partecipazione	277

4. L'autenticità, il tipico e l'incontaminato	281
5. Molle narrative e andamenti tensivi	286
6. La morale e il turismo responsabile	295
7. Libri e tv	301
CONCLUSIONE	303
BIBLIOGRAFIA	307