

**UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANI E SOCIALI

CORSO DI LAUREA IN

Lingue e comunicazione per l'impresa e il turismo

ANNO ACCADEMICO

2022/2023

TESI DI LAUREA

L'immagine della Thailandia nelle guide italiana, francese, inglese e spagnola:

il caso del *farang*

DOCENTE 1° relatore: Prof. Françoise Rigat

STUDENTE: 20 E02 801, Giulia Rampazzo

L'immagine della Thailandia nelle guide
italiana, francese, inglese e spagnola:
il caso del *farang*

Indice

Introduzione.....	5
CAPITOLO PRIMO:	6
IL FARANG in Thailandia: etimologia, storia, significati	6
1.1. Il farang: etimologia e definizione	6
1.2. Visioni, culture e valori del farang.....	7
CAPITOLO SECONDO:	17
Presentazione del corpus di studio.....	17
2.1 La guida turistica come genere discorsivo.....	17
2.2 Presentazione del corpus	18
2.2.1 La guida turistica italiana: Thailandia, di Paolo Piuma	19
2.2.2 La guida turistica francese: Thaïlande, Le Routard.....	24
2.2.3 La guida turistica inglese: Thailand, Lonely Planet	32
2.2.4 La guida turistica spagnola: Tailandia, Guía Azul.....	37
CAPITOLO TERZO.....	42
Analisi critica delle guide.....	42
3.1 Gli stereotipi.....	42
3.2 La diversità: destreggiarsi nella cultura thailandese	46
3.3 L'alterità	51
3.4 Il paragone	55

3.5 L'euforia	57
3.6 La disforia	60
3.6.1 Le truffe.....	62
Conclusione.....	65
Bibliografia.....	67
Sitografia.....	69

Introduzione

In seguito al mio stage presso l'agenzia di viaggi Easia Travel a Bangkok e al contatto diretto con la società thailandese, ho ritenuto interessante approfondire quanto possano essere molteplici e caleidoscopiche le percezioni che i thailandesi hanno nei confronti "dell'occidentale", inteso sia come persona fisica che come consuetudine di un popolo.

La correlazione tra i due mondi viene facilitata dall'intermediazione delle guide turistiche, che preparano e accompagnano il turista prima e durante il viaggio. La guida turistica non è soltanto un opuscolo con immagini ed elenchi di posti da visitare ma è anche soprattutto il riflesso del pensiero occidentale nei confronti della cultura del mondo orientale.

Questo elaborato si propone di stabilire dapprima il legame tra occidente e oriente e in secondo luogo di analizzare le caratteristiche strutturali del linguaggio del turismo, individuandone le peculiarità testuali. Per raggiungere questo obiettivo si è scelto di considerare quattro guide turistiche sulla Thailandia, scritte in quattro lingue diverse: italiano, francese, inglese e spagnolo.

Nel primo capitolo si delinea una cornice storica e sociologica della figura del "farang" nella molteplicità dei suoi aspetti, a partire dall'etimologia e il suo utilizzo come sostantivo o aggettivo per riferirsi a tutto ciò che è occidentale, confrontando la duplice visione e interpretazione, positiva e negativa, che ha assunto nel corso degli anni. In seguito si descrive l'evoluzione della presenza dei "farang" in Thailandia dal XVI al XX secolo, a partire dai primi visitatori della zona, i commercianti, fino agli attuali turisti che si recano nel paese per usufruire del mercato del sesso. Nel secondo capitolo si approfondisce la tipologia testuale delle guide turistiche come genere discorsivo, si descrivono le caratteristiche dello stile letterario di ogni opera e si conduce un'analisi strutturale con approfondimenti relativi al "visuel", ovvero all'impaginazione e al layout grafico di ciascuna guida, scelta per la sua eccellenza o unicità nel settore. Il terzo capitolo è di approfondimento al genere testuale delle guide e si analizzano i fenomeni e le peculiarità testuali quali lo stereotipo, la diversità, l'alterità, il paragone, l'euforia e la disforia con truffe e problemi. Per ognuno di questi fenomeni, si elencano dapprima alcuni esempi espliciti dei testi considerati e in seguito si riportano le relative descrizioni e analisi, individuando gli elementi linguistici più rilevanti in ambito turistico.

CAPITOLO PRIMO:

IL FARANG in Thailandia: etimologia, storia, significati

1.1. *Il farang: etimologia e definizione*

Il termine thailandese¹ *farang* è sia un aggettivo che un sostantivo, un insieme di marcatori di identificazione che si riferisce agli occidentali senza limitarsi alla nazionalità, alla cultura, alla lingua, alla religione o ad altre connotazioni strettamente associate alle caratteristiche della cultura occidentale.

Secondo il professore dell'Università Nazionale di Singapore, Pattana Kitiarsa (2010), letteralmente il termine può essere ricondotto ad “albero di guava” o “frutto che cresce da un uccello”. Dai suoi studi, si ritrova che *farang* deriva da “*Frenghi*”, ovvero il nome che veniva utilizzato da diverse popolazioni, nelle zone dell'Egitto, della Grecia e del Mediterraneo, per rivolgersi agli europei occidentali. A questo proposito, il principe Damrong, padre della storiografia thailandese, ha scritto:

Questo nome si diffuse poi in Asia, dove gli asiatici [...] si rivolgevano a tutti gli europei chiamandoli "*Frank*", che in seguito divenne *Frenghi*. I portoghesi giunsero in India prima di tutti gli altri europei e gli indiani si rivolgevano a loro come "*Frenghi*". Nonostante il contatto con molte nazionalità europee, gli indiani hanno mantenuto questo nome per i portoghesi e per i loro discendenti di sangue misto. (Naritsara Nuwattiwong e Damrong Rachanuphap 1962, p. 61, trad.)²

Con questa parola i Thailandesi identificano e si riferiscono ai popoli e a tutto ciò che deriva dall'occidente. Come aggettivo, secondo il dizionario thailandese, il termine *farang* viene utilizzato per definire gli stranieri bianchi caucasici (gli afroamericani, infatti, sono chiamati

¹ La parola Thailandia e i suoi derivati sono stati scritti mantenendo l'utilizzo della lettera “h” seguendo il rimando del dizionario Garzanti che riporta la parola “Thailandia” e non “Tailandia”, benché in Italia siano entrambe corrette.

² Citato da KITIARSA Pattana, 2010.

farang dam, cioè *farang* neri). Per quanto riguarda, invece, l'attribuzione del termine a determinate caratteristiche fisiche, il riferimento è fatto corrispondere a stranieri bianchi “di origine caucasica con caratteristiche dominanti come la carnagione bianca o più chiara, una struttura corporea ampia, un naso appuntito, una varietà di colori di capelli e occhi che proviene per lo più dai Paesi occidentali in Europa, America e Australia” (Chaisiri, 2016, p 47, trad.).

1.2. Visioni, culture e valori del *farang*

Il termine *farang* a volte può risultare ingannevole per via del suo significato caleidoscopico e di conseguenza delle varie sfaccettature che può assumere. Benché molto generico, può essere inteso con una connotazione dispregiativa, infatti, è sovente usato per descrivere un occidentale maleducato o scortese. In questo senso, *farang* è un “occidentalismo thailandese per descrivere una reazione ostile all'Occidente” (Wagner, 2005, trad.)³.

Secondo quanto riportato da Chaisiri (2016), docente dell'Università di Khon Kaen, il termine *farang* può assumere una duplice visione da parte delle culture di riferimento: i thailandesi sono convinti che gli occidentali siano tutti ricchi poiché arrivano da paesi più sviluppati, attribuendogli il termine con connotazione negativa; questi ultimi però lo conoscono, secondo il docente, e vivono talvolta delle esperienze ostili con i thailandesi subendo furti o dovendo acquistare merce ad un prezzo triplicato (Esara 2009, Howard 2009, Maher & Lafferty 2014)⁴ identificandosi quindi nello stereotipo. Lo scrittore thailandese Wise (1997, trad.)⁵ riporta alcune espressioni usate dai thailandesi in riferimento agli occidentali: “grossi, pelosi, goffi e puzzano di carne, teste calde, lussuriosi, irascibili, arroganti”.

Se da un lato Chaisiri (2016) compie una distinzione di visione tra le due culture, dall'altro lato, Kitiarsa (2010) ha una visione di confronto, sostenendo che lo scambio tra occidentali e thailandesi può mettere in discussione le radici culturali di questi ultimi, suscitando reazioni nazionaliste dei conservatori, poiché temono un'eccessiva dipendenza dalla cultura straniera⁶.

³ Citato da KITIARSA Pattana, 2010.

⁴ Citato da CHAISIRI Phakhawadee, 2016.

⁵ Citato da CHAISIRI Phakhawadee, 2016.

⁶ Per cultura “straniera” si intende cultura “occidentale”

A comprovare questa preoccupazione, vi è il commento di un personaggio del romanzo *Khwam-phit khrang raek* (Il primo errore⁷) di Dokmaisot del 1930 che si riferisce così agli atteggiamenti “da *farang*” dei giovani thailandesi:

Non è giusto che i giovani uomini che tornano da *meuang⁸ farang* si rifiutino di fare i saluti [thailandesi] corretti (*wai*), di sedersi e di usare altre maniere tradizionali, mentre le giovani donne fanno solo truccarsi la faccia. (Em-orn, 1996, p 69, trad.)⁹

Copiare dall’America o dall’Europa in maniera acritica e senza prevedere i possibili risvolti, può secondo l’attivista e professore thailandese Sulak¹⁰ (1997) essere pericoloso anche dal punto di vista religioso, perché è inevitabile che vengano messi in discussione i principi del Buddha. Ad aver contribuito, continua Sulak (1997), alla perdita della fede nel Buddismo e nella morale tradizionale a seguito dell’influenza occidentale, è la dicotomia tra i *farang*, più evoluti per le questioni mondane e materiali e il Siam¹¹ molto più forte sotto l’aspetto morale e spirituale (Davisakd, 1997)¹². Kitiarsa (2010), però, sottolinea che buona parte degli intellettuali thailandesi che condannano la cultura occidentale ha studiato in Europa, ha interagito con i *farang* per lavoro e quindi le loro critiche sono state rese possibili grazie alle conoscenze acquisite, proprio in occidente.

Il professore associa al termine *farang* il “fascino della *farangità*” (Kitiarsa, 2010, trad.) ovvero, caratteristiche, sia riferite a cose o persone, migliori rispetto alle controparti thailandesi; il termine assume la valenza culturale del cosmopolitismo ed esprime il valore positivo che i thailandesi hanno riconosciuto nella cultura occidentale. Il *farang*, per Kitiarsa (2010), non è soltanto un’allusione etnoculturale tra oriente e occidente bensì un solido progetto portato avanti tra storia e cultura per mantenere un costante equilibrio basato sui cambiamenti tra Siam e occidente. Il *farang*, quindi, rimanda ad un’espressione che descrive anche il desiderio orientale di conoscenza del mondo occidentale e di approfondimento culturale, senza far mancare la critica e la condanna quando necessario. Non bisogna dimenticarsi, continua

⁷ Traduzione in italiano del titolo del romanzo originale in lingua thailandese

⁸ Tradotto dal thailandese, letteralmente “estero”

⁹ Citato da KITIARSA Pattana, 2010.

¹⁰ Citato da KITIARSA Pattana, 2010.

¹¹ Siam era il nome della Thailandia prima del 1939

¹² Citato da KITIARSA Pattana, 2010

Kitiarsa (2010), che l'occidente è sempre stato visto, e lo è tutt'ora, dall'Oriente, come un'entità potente e a volte pericolosa.

Il significato del termine *farang* si può ritrovare nel modo e nel contesto in cui viene utilizzata, dal tono della voce e dallo stato d'animo di chi la usa e di chi la riceve. La flessibilità e l'efficacia del linguaggio ci consentono molteplici interpretazioni anche a seconda dell'esperienza individuale. (Adler & Town 1990, Beebe & Redmond 2011, Hayakawa 1978, van Lier 1995)¹³. Chaisiri (2016) a questo proposito, aggiunge che è comprensibile l'attribuzione di una connotazione xenofoba ma allo stesso modo è facile riconoscergli un significato di rispettosa ammirazione. Si deduce che solamente l'interazione interculturale, l'apertura e la comunicazione possano trovare chiave di lettura veramente efficace.

Pattana Kitiarsa (2010) sostiene che il *farang* non è altro che una rappresentazione ed espressione di una realtà diversa nella quale il thailandese vuole identificarsi: una specie di versione thailandese dell'occidente, uno specchio etnoculturale tra la Thailandia e "l'Altro". Da questo punto di vista, il *farang* può essere interpretato come un disegno di occidentalizzazione popolare perpetrato negli anni, avviato dalla classe dirigente del Siam del XIX secolo, alimentato dalla dittatura del XX secolo, sino ad arrivare ai giorni nostri, dove è perseguito dai mass media.

I *farang* sono stati accolti e accettati e addirittura utilizzati per aprire gli orizzonti della Thailandia verso la modernità occidentale. Il potere occidentale, quindi, è stato ridotto poiché inglobato nella "*thailandesità*" (Kitiarsa, 2010).

1.3 Stranieri in Thailandia: dai commercianti, ai soldati fino ai turisti

La corrente accezione del termine *farang* deriva da una lunga storia di contatti e scambi tra occidente e oriente, nel corso di vari secoli. Il professore Kitiarsa ripercorre questi periodi,

¹³ Citato da CHAISIRI Phakhawadee, 2016.

seguendo l'evoluzione dell'impero di Ayutthaya fino al colonialismo, per spiegare come sono cambiate le attribuzioni e i comportamenti verso il termine in questione.

Dal XVI al XVIII secolo Ayutthaya è stato uno dei porti più floridi dell'oriente, attirando l'arrivo dei *farang* che non erano visti come dei colonizzatori, bensì come mercanti, commercianti e missionari che portavano invenzioni e nuove tecnologie in Oriente (armi da fuoco, tecniche per le costruzioni di navi e di palazzi). Solo i missionari destavano un po' di sospetto tra i locali, perché vennero coinvolti nella gestione politica di Ayutthaya (Nidhi, 1980)¹⁴. In particolare, i missionari portoghesi che avevano cercato di convertire i siamesi al cattolicesimo romano, causarono una rivoluzione anti-estera e anticristiana e fecero nascere un sentimento xenofobo tra la popolazione locale, tanto da essere costretti a esiliarsi su un'isola, parallelamente anche alcuni inglesi vennero arrestati e i francesi dovettero addirittura abbandonare il regno (Wyatt, 1984)¹⁵. Dopo questa rivoluzione, i *farang* vennero trattati con molto sospetto e si alimentò l'idea che il loro scopo fosse quello di ottenere vantaggi economici e solo secondariamente convertire i buddisti al cristianesimo.

Benché considerati pericolosi, approfittatori e non degni di fiducia, i *farang* erano comunque considerati come un simbolo di una civiltà più evoluta. A metà del XIX secolo il popolo thailandese cominciò ad importare le più importanti invenzioni euro-americane, dimostrando l'apprezzamento per il progresso occidentale. Tuttavia, nonostante l'influsso dei *farang*, la cultura e le usanze occidentali non vennero assorbite dal popolo thailandese anche se permaneva la consapevolezza che fosse ormai inevitabile avere a che fare con loro.

Una data importante fu il 1842, quando la Cina -tradizionale potenza della regione- fu militarmente sconfitta dall'Inghilterra; in seguito, a questo episodio, i siamesi si convinsero che era necessario acquisire maggiore conoscenza del popolo occidentale, in modo da essere preparati a qualsiasi eventualità futura (Damrong, 1930)¹⁶. Vennero attuate delle riforme che favorirono e rafforzarono i rapporti con l'occidente. La cultura occidentale venne accettata e apprezzata.

Nella seconda metà dell'800, la cultura occidentale cominciò ad essere considerata anche dalla gente comune, così che a Bangkok nacquero i primi "magazzini *farang*" e la Thailandia scoprì

¹⁴ Citato da KITIARSA Pattana, 2010.

¹⁵ Citato da KITIARSA Pattana, 2010.

¹⁶ Citato da KITIARSA Pattana, 2010.

il telegrafo, i tram, i battelli a vapore, le uniformi per la polizia e il cinema (Khun Wichitmatra,1997)¹⁷. La presenza di questi “prodotti occidentali” suscitava un piacere cosmopolita che stava ad indicare la nascita di nuove identità culturali; copiare i *farang* significava essere moderni.

Alla fine del XIX secolo la cultura occidentale era ambita da tutti e considerata estremamente alla moda, anche se, in questo periodo, i matrimoni misti thailandesi-occidentali non erano ancora accettati, anche perché all'immagine delle donne thailandesi era accostata una visione stereotipicamente connotata. Esse erano viste come mogli in affitto o prostitute, quando si accompagnavano ai soldati occidentali durante la guerra del Vietnam.

Nei primi anni del XX secolo la presenza dell'occidente arriva anche nella letteratura; infatti, sono stati pubblicati diversi libri con protagonisti i *farang*. Questi romanzi venivano ambientati in Europa, in quanto ricca di cultura, alla moda, al passo con le tendenze e meta essenziale per poter far parte dell'alta borghesia thailandese. Furono proprio i romanzi thailandesi a descrivere il contatto tra le due culture, ovvero la classe emergente orientale che negli anni Venti riconobbe e apprezzò le idee di provenienza occidentale negli scritti dei romanzieri dell'epoca. Nel romanzo *Lakhorn haeng chiwit* (Il circo della vita) di Arkartdamkeung del 1929 i giovani laureati occidentali erano rappresentati come prede allettanti tra le nubili orientali e la loro preparazione scolastica era considerata una via di facile accesso per le professioni più ambite.

1.4 Aspetti culturali: i matrimoni interetnici tra farang e donne thai

I connubi tra donne thailandesi e uomini occidentali emergono come un rilevante fenomeno sociale nell'attuale contesto thailandese. La docente di sociologia e antropologia presso l'Università di Khon Kaen, Lapanun (2013) analizza i matrimoni, esplorando la dicotomia tra il concetto di amore romantico e gli incentivi di natura materiale. Lapanun spiega che questi matrimoni sono in continua crescita e sono diventati una realtà ormai consolidata. I matrimoni misti – definiti interetnici o transnazionali o internazionali– sono fenomeni diffusi in

¹⁷ Citato da KITIARSA Pattana, 2010.

Thailandia, soprattutto nella Regione nord-orientale (Isan) e hanno caratteristiche e modalità molteplici (Lapanun, 2013).

I matrimoni transnazionali hanno spesso un'ulteriore peculiarità extraterritoriale poiché i mariti e le mogli, che viaggiano abitualmente tra i rispettivi paesi, mantengono vive le relazioni con le terre d'origine per custodire il legame con la tradizione.

I matrimoni transnazionali hanno comunque origini antiche (Wyatt, 1984)¹⁸: già dal XVI secolo arrivarono in Siam i primi immigrati dell'occidente, per lo più europei di varie nazionalità, presumibilmente mercanti o navigatori. All'epoca alcuni mercanti portoghesi sposarono donne locali per avere non solo compagnia ma un valido aiuto sia nelle faccende domestiche che commerciali: se i loro mariti avevano beni da vendere, aprivano negozi o barattavano i suddetti beni nei mercati.

Alcuni matrimoni, invece, hanno avuto il loro inizio con una semplice relazione di comodo: i ricchi occidentali avevano concubine o amanti per evitare le prostitute, per avere una quotidiana assistenza e spesso anche una valida collaborazione professionale.

Questi legami cominciarono addirittura a turbare il re Ekathosarot che, nei primi anni del 1600, emanò un editto con cui proibiva alle donne thailandesi di sposarsi con uomini stranieri – si cita ad esempio gli inglesi (Mat – taringanond e Thongyou, 2011)¹⁹ - per questione di sicurezza nazionale e religiosa. Temeva infatti la conversione ad una diversa religione o che potessero essere divulgate notizie che potevano mettere in pericolo la sicurezza del Paese. Se una famiglia thai avesse concesso alla figlia di sposare un farang avrebbe potuto rischiare addirittura la pena di morte (Mat – taringanond e Thongyou, 2011)²⁰.

Dopo la firma del Trattato di Bowring²¹ (Weisman, 2000)²² nel 1855 il numero degli occidentali in Siam aumentò a dismisura, così come i matrimoni tra thai e farang anche se questi erano regolamentati da rigide normative e motivo di ambigue contestazioni.

Parlando dei matrimoni interculturali è inevitabile citare la presenza delle truppe militari in Thailandia: prigionieri di guerra olandesi durante la Prima Guerra Mondiale (1939-1945) e

¹⁸ Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

¹⁹ Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

²⁰ Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

²¹ importante accordo commerciale con l'Inghilterra

²² Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

soldati americani durante la Guerra del Vietnam (1965-1975). La maggiore concentrazione dei matrimoni si è avuta con i soldati americani tanto da dare origine al termine “sposa di guerra siamese” (Lapanun, 2018, trad.), tuttavia anche gli Olandesi segnarono il passaggio: nel 1945 vi furono circa 2.000 matrimoni tra thailandesi e olandesi.

Lapanun (2018) continua aggiungendo alcune ripercussioni negative: viaggiando verso l'Europa alcune donne thai vennero bloccate in Indonesia o in Egitto e abbandonate dai loro mariti olandesi in queste terre straniere dove furono costrette a prostituirsi per poter sopravvivere. Mentre il governo thailandese indagava sull'accaduto, dall'Olanda pervennero cento lettere di donne thailandesi che sostenevano di vivere felici e contente con i loro partner. Solo successivamente alcune spose di guerra residenti nei Paesi bassi confessarono di aver dovuto lottare contro la convinzione degli olandesi che le consideravano merce dell'Industria del sesso e che questa credenza era ben radicata nella coscienza occidentale.

Anche oggi le motivazioni alla base di queste unioni sono molteplici (Lapanun, 2018). Oltre al bisogno fisico di trovare una compagna asiatica durante la guerra, da parte dei soldati americani, c'era e permane il desiderio della donna, intesa come moglie e madre ideale, ovvero strettamente legata ai valori della famiglia e della tradizione, in grado di prendersi cura del proprio marito, della propria casa e dei propri figli, senza interessi o distrazioni. Secondo Lapanun (2018), questo non accadrebbe con le donne occidentali che, al contrario, studiano, lavorano, hanno una carriera e passioni che alle volte non prevedono nemmeno una figura maschile al loro fianco, perciò un emblema di donna indipendente in tutto e per tutto, non adatta alla figura ideologica di moglie e madre che invece verrebbe perfettamente ricoperta dalle donne thailandesi.

Ad avvalorare questa idea tradizionalista e stereotipicamente supportata, c'è anche il desiderio degli uomini occidentali di dare un senso alla propria esistenza, ad esempio in seguito al fallimento nelle relazioni precedenti con donne occidentali, focalizzate sulla loro carriera e sulle loro ambizioni.

Dalla parte delle donne thailandesi invece, le motivazioni propense al matrimonio sono più legate a questioni sociali ed economiche, finalizzate a rivoluzionare la propria vita non solo dal punto di vista ideologico ma anche pratico, per sfuggire alle condizioni di povertà materiale e sociale e abbracciare la modernità occidentale. Inoltre, il desiderio di un partner occidentale troverebbe la sua motivazione anche in riferimento alla figura degli uomini thailandesi che, per stereotipo, sono descritti come immaturi e incapaci di assumersi la responsabilità di creare una

famiglia e di averne cura poiché troppo occupati a perdere il loro tempo tra giochi d'azzardo, alcol e prostitute, alle volte lontani da casa per un lavoro che consente miseri guadagni o dovendo fare i conti con i vari fallimenti in ambito professionale. Lapanun (2018) evidenzia che questo discutibile *modus vivendi* è da loro stessi considerato simbolo di mascolinità.

Ben lontani da queste occupazioni, ci sono i *farang* occidentali, tanto ambiti dalle donne thai, che, unendosi in matrimonio, raggiungono il grado massimo di ideale di famiglia con la nascita di figli dal “sangue misto”. Benché le unioni tra le due culture e la relativa nascita di figli “misti” fosse già diffusa durante il florido periodo di Ayutthaya, divennero un fenomeno normale solo dalla fine del XX secolo. In precedenza, ciò accadeva ma solo in maniera circoscritta ad un esiguo numero di persone che era a stretto contatto con i *farang* o tra coppie socialmente elevate (Jackson e Cook 1999; Mills 1999; C. Reynolds 1999; Van Esterik 2000; Weisman 2000)²³. Dagli anni Settanta, i militari americani che erano di stanza nei territori thailandesi, intrapresero relazioni affettive con le giovani ragazze che lavoravano nelle campagne, creando nuovi gruppi familiari misti ma anche forti discriminazioni nei confronti di quei bambini, i cui padri erano di origine, ad esempio, afroamericana.

Solo dopo gli anni Ottanta, i figli nati da padri caucasici furono tollerati e considerati come un'espressione moderna di “thailandesità”. Dagli anni Novanta, addirittura i “*luuk kreung*”²⁴ hanno raggiunto la popolarità, proprio per queste loro singolari origini, diventando addirittura attori o cantanti famosi, sicuri di sé, spavaldi e testimoni della “mercificazione della bellezza” (Reynolds, 1999; Van Esterik, 2000)²⁵ della cultura thailandese (Weisman, 2000)²⁶.

L'attuale Thailandia, moderna e tollerante, è ormai una protagonista attiva nel teatro globale, lo si deduce anche grazie a numerose iniziative, impensabili fino ad una manciata di anni fa.

La Thailandia sta sviluppando la sua modernità attraverso i concorsi di bellezza, le industrie pubblicitarie, l'intrattenimento e il turismo. Questo desiderio di civilizzazione ha senz'altro subito il fascino dei *farang* nel pensiero comune, manifestando ancora una volta il “desiderio di *farang*” in tutto ciò che è materiale, mentale e fisico, dando vita ad una vera e propria “*farangizzazione*” individuale e nazionale (Kitiarsa, 2010).

²³ Citato da LAPANUN Patcharin, 2013.

²⁴ Tradotto letteralmente dal thailandese “*luuk kreung*” significa “figli dal sangue misto”

²⁵ Citato da LAPANUN Patcharin, 2013.

²⁶ Citato da LAPANUN Patcharin, 2013.

Non tutte le relazioni tra le due culture si sono tradotte con matrimoni o unioni finalizzate alla creazione di una famiglia. Buona parte degli occidentali ha cercato in questa terra solo il divertimento e il sesso a buon mercato.

L'avidità del popolo thailandese ha avuto quindi un ruolo fondamentale nella creazione di una delle più redditizie attività del paese, legata appunto al sesso.

1.5 Il farang e il turismo sessuale

L'industria turistica è una tra le principali fonti di guadagno del paese, attraversando tre passaggi fondamentali: esotico, erotico, terapeutico e fornisce un'immagine della Thailandia come un centro di benessere sia fisico che spirituale (Sunanta, 2014)²⁷. Furono proprio i contatti tra le donne thailandesi e i militari americani che crearono i presupposti affinché le aziende di intrattenimento e di servizio sviluppassero il turismo transnazionale, vedendo in esso un'opportunità economica.

Nel 1987 venne istituita la campagna "visit Thailand year", rivolta ai turisti uomini stranieri interessati ad esperienze sessuali. Uno dei principali motivi di attrazione per il turismo maschile era rappresentato dall'industria del sesso, che era addirittura pubblicizzata negli opuscoli turistici e nelle guide. Questo fenomeno ha moltiplicato il numero delle attività ricettive thailandesi di proprietà occidentale rendendo possibile gli incontri tra donne thai e *farang* (Bishop e Robinson 2002, Hamilton 1997)²⁸.

Le statistiche indicano che dagli anni Ottanta il turismo thailandese è aumentato da 629.000 ingressi nel paese nel 1970 a 22,3 milioni nel 2012 con un rapporto di due a uno tra i turisti maschi e femmine (Truong, 1990)²⁹. In diversi paesi europei le compagnie organizzano viaggi per soli turisti maschi aventi come destinazione per lo più Bangkok e Pattaya con lo scopo di soddisfare le fantasie maschili di un Oriente erotico oltre che esotico (Bishop e Robinson 1998

²⁷ Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

²⁸ Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

²⁹ Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

e Cohen, 1996)³⁰, tanto che la prostituzione turistica è assimilabile al lavoro industriale. Per Sassen (2000)³¹ la presenza delle donne è in continua crescita nell'economia globale, le donne impegnate in questa attività sono risorse essenziali per la sopravvivenza delle famiglie e per lo sviluppo del territorio. Hantrakul definisce l'industria del sesso come l'espressione del dilagante consumismo che incoraggia questa attività così come le credenze religiose thailandesi sulla subordinazione delle donne (Hantrakul, 1988, Thitsa, 1980)³². In Thailandia il lavoro legato al sesso e al turismo viene considerato come una normale attività lavorativa utile al raggiungimento del benessere materiale, senza nessuna implicazione di carattere morale.

Alla base del turismo sessuale vi è la convinzione da parte dei *farang* che le donne thailandesi siano affettuose, innocenti, miti e convinte della superiorità degli uomini bianchi; questi stereotipi contribuiscono a consolidare il sostegno all'industria del sesso thailandese e addirittura, a volte, convincono il maschio occidentale a considerare queste donne come fidanzate e non come prostitute. Alcuni legami possono addirittura svilupparsi a tal punto che diverse associazioni nate in ambito turistico intervengono per cambiare lo status delle persone, organizzando matrimoni.

Si è visto che il ruolo delle agenzie turistiche e delle persone legate alla sfera dei viaggi è essenziale per l'economia e la società thailandesi, che senza la presenza totale dell'occidente, sia con i suoi lati positivi che con quelli negativi non avrebbero raggiunto gli obiettivi prefissati e la notorietà.

Senza ombra di dubbio, il primo approccio di qualsiasi potenziale turista che desidera visitare la Thailandia è la guida, fino a pochi anni fa cartacea, che con le foto e le descrizioni allettava le persone e le convinceva a visitare questo meraviglioso paese.

³⁰ Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

³¹ Citato da LAPANUN Patcharin, 2018.

³² Citato da LAPANUN Patcharin, 2018

CAPITOLO SECONDO:

Presentazione del corpus di studio

In questo capitolo presenteremo una definizione della guida turistica ed il nostro corpus di studio. Verranno analizzate quattro guide per evidenziarne le caratteristiche principali e i tratti distintivi della loro struttura.

2.1 La guida turistica come genere discorsivo

Il termine “guida turistica” nel linguaggio comune costituisce una sovrapposizione terminologica, in quanto indica sia la figura professionale che il libro cartaceo.

La guida turistica, intesa come libro, nasce intorno alla metà del XIX secolo per soddisfare i nuovi propositi dei viaggiatori (che si accingono a diventare “turisti”) non più tramite l’utilizzo di pesanti volumi che narravano storie di viaggi già fatti, bensì degli agili e pratici manuali tascabili pronti a fornire informazioni utili e direttive pratiche ad un lettore che intraprende un nuovo genere di viaggio, dedicato all’evasione e alla scoperta di un viaggio non ancora fatto e non più solo all’arricchimento culturale (Santulli Francesca, 2009 e 2018).

La guida assume fin da subito il ruolo di compagna “dell’habitus touristique” (Devanthery Ariane, Reichler Claude, 2019) permettendo al “lecteur sédentaire”, di pianificare l’itinerario del suo viaggio nel paese di destinazione tramite la descrizione dei luoghi, della flora e della fauna e delle usanze locali, tenendo conto delle diverse forme di turismo esistenti, basandosi su un prototipo di cliente e mirando a soddisfare le sue aspettative; e al “lecteur ambulante” di poter verificare le informazioni visuali direttamente in loco, accompagnandolo durante il soggiorno (Seoane Annabelle, 2013).

Solitamente si compone di una parte narrativa che racconta la storia del paese che andremo a visitare, anche se questa nei prodotti più recenti sta venendo meno, e un’altra parte di

esposizione solitamente strutturata con elenchi, tabelle e schemi che ci aiutano a comprendere meglio la tematica di riferimento. (Kerbrat-Orecchioni Catherine, Traverso Veronique, 2004).

Una guida deve fornire informazioni chiare e di facile comprensione sulla località di destinazione, con l'obiettivo di "creare discorsivamente un altrove desiderabile e accessibile, reso reale dal viaggio del lettore" (Seoanne Annabelle, 2013); formando un prodotto "ibrido" che fonde diverse forme di discorso: descrittivo, espositivo, argomentativo, narrativo e regolamentativo, in cui risulta naturale la convivenza di "diversi atteggiamenti e strategie testuali" (Santulli Francesca, 2018).

Esistono due tipologie di guida: la guida letteraria e la guida pratica. La prima è caratterizzata da un'impaginazione essenziale e ordinata, con un numero limitato di illustrazioni e nessuna organizzazione in colonne o sequenze particolarmente distinte. Vi è inoltre la preferenza all'uso dell'ipotassi, con una scelta di parole più ricercata, una struttura meno frammentata e uno stile più letterario. La seconda, al contrario, ha sviluppato l'organizzazione del testo in due colonne, con immagini a colori che mettono in risalto i luoghi imperdibili. L'obiettivo di istruire viene pienamente realizzato sia tramite gli elementi visivi che attraverso i contenuti testuali (Annabelle Seoane, 2013).

2.2 Presentazione del corpus

Il corpus di studio è formato da quattro guide sulla Thailandia, rispettivamente in lingua italiana, francese, inglese e spagnola. Ogni guida è un testo articolato in più sezioni, guidato dalla vocazione educativa, ovvero dall'obiettivo di riportare notizie di carattere pratico e culturale, come la storia, i servizi e il *sightseeing*³³ sulla destinazione di riferimento.

³³ Con il termine sightseeing si intende l'attività di visitare luoghi interessanti, specialmente da persone in vacanza (Cambridge Dictionary)

2.2.1 La guida turistica italiana: Thailandia, di Paolo Piuma

La prima guida presa in considerazione è quella italiana, scritta da Paolo Piuma ed edita nel 2023. Abbiamo selezionato questa guida in quanto è l'unica guida letteraria che tratta della Thailandia nei suoi aspetti socioculturali.

Le altre pubblicazioni di editori italiani, quali ad esempio “TravelGuide – Thailandia” del 2019 della collana “Traveler” edito da White Star di Novara è in realtà una traduzione della guida della National Geographic; parimenti la guida “Thailandia” edita da Feltrinelli è una traduzione dell'opera equivalente pubblicata dall'editore “Rough Guides” e allo stesso modo la guida “Thailandia” di Mondadori Electa è la versione in lingua italiana dell'originale inglese stampato da DK edizioni.

Inoltre, esistono altre guide sulla Thailandia dedicate però a tematiche specifiche come ad esempio le imposte, la cucina o limitate a determinate zone del paese, senza considerare la nazione nella sua completezza. A titolo esemplificativo riportiamo: “Il sistema delle Imposte in Thailandia: la Guida essenziale sulle imposte reddito società ‘The Tax System in Thailand’ di Salvatore Parisi, “Cucina Thai” edito da Guido Tommasi editore – Datanova traduzione dello scritto di Tom Kime e titoli quali “Ko Samui”, “Phuket”, “Chiang Mai”, “Bangkok” che trattano le singole località con dettagli relativi ad attrazioni, musei, opzioni di alloggio, cucina locale e periodi ottimali per il viaggio.

Teniamo a precisare che nel tentativo di ricerca delle fonti di riferimento non siamo riusciti a trovare informazioni sull'autore e sulla pubblicazione menzionata. Abbiamo contattato il servizio clienti del noto rivenditore online presso cui è stata acquistata, ma nemmeno loro sono stati in grado di fornirci ulteriori dettagli. Ci siamo rivolti al Gruppo Messaggerie Italiane, che gestisce il più ampio database di codici ISBN e che fino al 2015 era l'ente responsabile del loro rilascio, tuttavia, il codice ISBN stampato sul libro non è risultato attribuibile in modo univoco.

Attualmente, sul mercato non sono disponibili guide turistiche in italiano redatte da autori italiani; risultano essere tutte traduzioni di guide provenienti da altre nazioni. Nonostante ciò, avendo a disposizione una copia cartacea e volendo mantenere la completezza delle quattro lingue studiate, abbiamo deciso comunque di includerla nel corpus.

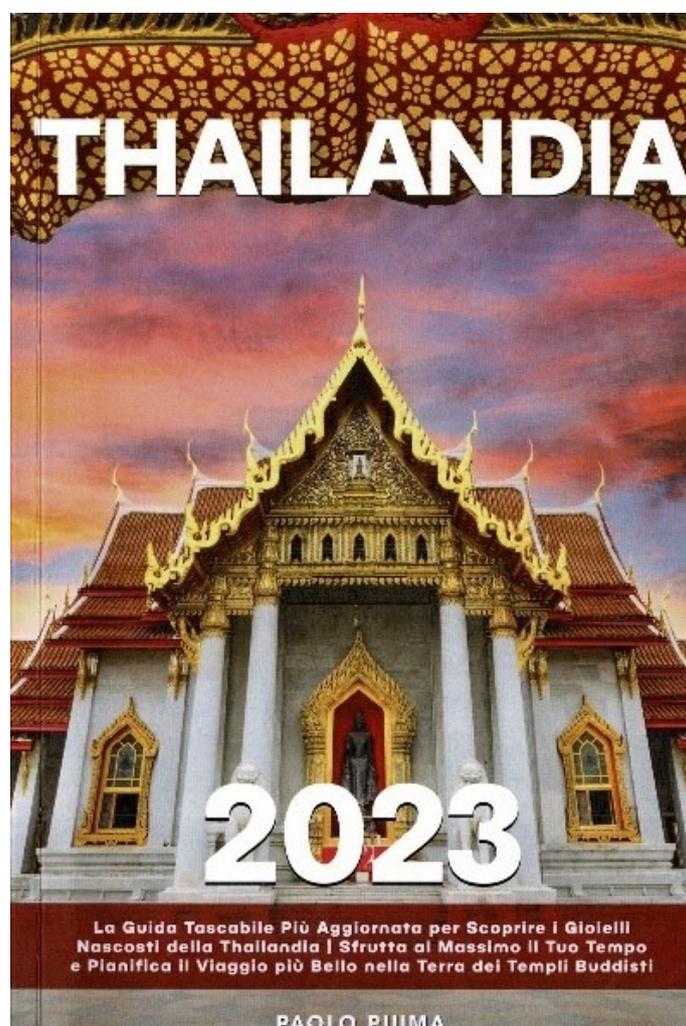


Figura 1
Wat Benchamabophit, conosciuto anche come “Il Tempio di Marmo”, è un tempio buddhista situato a Bangkok nel distretto Dusit.
“Thailandia 2023” di Paolo Piuma, copertina.

La guida viene proposta con una copertina flessibile e molto colorata, sui toni del marrone e del giallo che mette in risalto un tempio facente parte del complesso del palazzo reale di Bangkok. È una guida di modeste dimensioni, che in copertina viene definita “tascabile”, composta da 84 pagine, suddivise in nove capitoli, oltre all’introduzione e alla conclusione. Di seguito ne riportiamo l’indice.

Sommario

Introduzione	7	I luoghi più significativi da visitare a Bangkok	26
Capitolo 1: Preparativi prima del viaggio	9	Consigli per i trasporti urbani a Bangkok	28
Consigli sul periodo migliore per visitare la Thailandia	9	Cibo di strada a Bangkok: cosa provare e dove	29
Cosa mettere in valigia per la Thailandia: cosa indossare e attrezzature speciali necessarie	11	Suggerimenti per lo shopping a Bangkok	31
Informazioni essenziali sul visto e procedure di ingresso	14	Capitolo 4: Il nord della Thailandia	34
Suggerimenti per la prenotazione di voli e alloggi	16	Attrazioni principali di Chiang Mai e Chiang Rai	34
Capitolo 2: Cultura e costume thailandese	18	Introduzione al triangolo d'oro e ai tour etnici	36
Usanze e comportamenti da seguire per rispettare la cultura locale	18	Escursioni in montagna e trekking nel nord della Thailandia	37
Un'introduzione alla cucina thailandese e suggerimenti per i cibi da provare	20	Festival ed eventi culturali nel nord della Thailandia	39
La lingua thailandese: frasi di base per i viaggiatori	22	Capitolo 5: Il sud della Thailandia e le isole	42
Suggerimenti su come negoziare i prezzi in Thailandia	23	Le migliori spiagge e isole da visitare nel sud della Thailandia	42
Capitolo 3: Bangkok	26	Guida al diving e snorkeling nelle isole thailandesi	44
		Informazioni sul parco marino di Koh Samui e Koh Phangan	46
		Festival ed eventi principali nel sud della Thailandia	47
		Capitolo 6: Salute e sicurezza	50

Figura 2
Indice guida italiana
"Thailandia 2023" di Paolo Piuma, pp. 3-4

Suggerimenti per evitare problemi di salute comuni in Thailandia	50	Capitolo 9: Cosa fare in caso di problemi	74
Consigli sulla sicurezza personale per i viaggiatori	52	Come gestire problemi con il visto o la polizia locale	74
Assicurazione di viaggio: perché è importante e come sceglierla	53	Come affrontare problemi medici o incidenti	76
Numeri di emergenza e strutture sanitarie in Thailandia	55	Che fare in caso di perdita o furto di beni personali	77
Capitolo 7: Spostarsi in Thailandia	58	Contatti utili in caso di emergenza	79
Opzioni di trasporto interno: treni, bus, voli interni e barche	58	Conclusioni	82
Consigli per noleggiare una moto o un'auto in Thailandia	60		
Informazioni su come utilizzare i taxi e i tuk-tuk	62		
Guida ai trasporti pubblici urbani	63		
Capitolo 8: Consigli utili e trucchi da viaggiatori esperti	66		
Consigli per evitare le truffe comuni in Thailandia	66		
Suggerimenti per risparmiare soldi durante il viaggio	68		
Consigli per l'utilizzo di Internet e la connettività mobile in Thailandia	70		
Consigli su come interagire con la fauna locale	72		

Figura 3
Indice guida italiana
"Thailandia 2023" di Paolo Piuma, pp. 5-6.

Nel primo capitolo si ha la parte dedicata ai preparativi del viaggio: partendo dal periodo migliore in cui andare, elenca e spiega le caratteristiche delle tre stagioni (calda, umida e secca) per consigliare cosa mettere in valigia. Seguono le indicazioni per il visto e le procedure d'ingresso e le informazioni logistiche per le prenotazioni di voli e alloggi.

Nel capitolo due vengono trattati gli argomenti legati alla cultura e alle abitudini thailandesi, tra cui usanze e consuetudini da seguire, la cucina con i cibi da assaggiare e alcune espressioni in lingua thailandese utili da imparare.

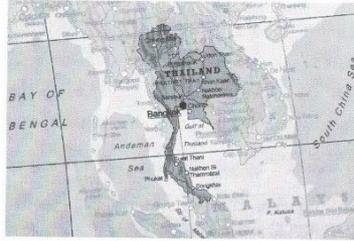
Il capitolo tre è incentrato su Bangkok, la capitale, con i luoghi da visitare, i consigli su come muoversi, quali piatti provare e dove fare shopping.

I capitoli quattro e cinque descrivono il Nord, il Sud e le isole della Thailandia, elencando le attrazioni principali e le possibili escursioni in montagna per il Nord e le migliori spiagge e siti per il diving e lo snorkeling per il Sud e le isole. Comune a tutte tre le zone è il calendario dei festival e degli eventi principali.

Il capitolo sei fornisce consigli sulla salute e sicurezza dei viaggiatori, mentre il capitolo sette propone le opzioni per muoversi all'interno del paese. Il capitolo otto e nove aiutano ad evitare i problemi più comuni e a gestire eventuali difficoltà burocratiche o situazioni di emergenza.

Si tratta di una guida letteraria, in quanto fin dall'introduzione possiamo notare che il testo è strutturato come un racconto molto discorsivo, quasi come fosse un romanzo. Il carattere del testo è di grandi dimensioni e si trovano inoltre molti spazi. All'inizio di ogni capitolo è presente una piccola immagine in bianco e nero che precede il titolo e che richiama il contenuto dei sottocapitoli successivi: a titolo esemplificativo mostriamo come nel primo capitolo, intitolato "preparativi prima del viaggio", l'immagine rappresenti una cartina della Thailandia:

Capitolo 1: Preparativi prima del viaggio

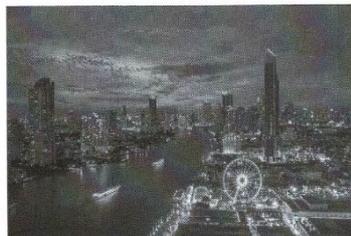


Consigli sul periodo migliore per visitare la
Thailandia

Figura 4
Cartina geografica Thailandia.
"Thailandia" di Paolo Piuma, p. 9.

Nel terzo capitolo, dedicato a Bangkok, vi è un altro esempio, in cui l'immagine rappresenta la città fotografata probabilmente da uno dei famosi «*rooftop bar*», i bar all'ultimo piano dei palazzi più alti.

Capitolo 3: Bangkok



I luoghi più significativi da visitare a Bangkok

Figura 5
Skyline di Bangkok ripreso da un rooftop "Thailandia",
di Paolo Piuma, p. 26.

Dalle immagini notiamo che non sono presenti didascalie che accompagnano le illustrazioni a inizio capitolo, così come nell'intera pubblicazione vi è l'assenza di schemi, tabelle e mappe.

Le sintetiche descrizioni, pur nella loro brevità, risultano funzionali a chi ama la semplicità e la sintesi, poiché queste ultime rendono immediatamente chiaro l'obiettivo dell'autore, che mira a riportare gli aspetti più significativi di un'esperienza di viaggio in Thailandia, in modo tale fornire informazioni utili a chiunque volesse raggiungere questa meta.

2.2.2 La guida turistica francese: *Thaïlande, Le Routard*

La seconda guida è «*le Routard*». in lingua francese, scritta da vari autori, tra cui Philippe Gloaguen e Michel Duval e pubblicata nel 2023 da Hachette Livre³⁴. Abbiamo scelto questa guida pratica in quanto inserita nella collana di guide francesi per eccellenza, appunto «*le Routard*».

Le Routard nasce nel 1973, da un'iniziativa di Philippe Gloaguen che pubblica la “Route des Indes”, gli appunti e i consigli del suo viaggio con l'amico Michel Duval da Parigi allo Sri Lanka, fatto in autostop. L'idea di base era quella di ridefinire il concetto di viaggio, trasformandolo da un'esperienza di massa standardizzata ad un'avventura improntata all'indipendenza; da qui i termini “autostoppista”, “giramondo”, “viaggiatore con lo zaino in spalla” che si ricollegano al logo simbolo della collana: un uomo con il mondo come zaino, simboleggiando l'idea di esplorare il pianeta.

Uno stile leggero, basato sull'iniziativa, la libertà e l'avventura con risorse limitate (Annabelle Seoane, 2013) incontra il favore dei nuovi giovani turisti, contribuendo al successo della collana nei suoi cinquant'anni di storia, confermato anche dai 55 milioni di copie vendute dalla prima pubblicazione. (Touring Club italiano, 2023)

Le Routard ha fin da subito tentato, con ottimi risultati, di differenziare i propri contenuti innovativi dalla consueta uniformità delle guide contemporanee, citiamo ad esempio la Guide

³⁴ Dal vocabolario Treccani: casa editrice francese, fondata a Parigi nel 1826 da Louis-Christophe-François

Bleu³⁵, pur mantenendo un equilibrio costante tra i due opposti. Ha infatti testimoniato lo sconvolgimento sociale del '68³⁶, sostenendo le contestazioni di Kerouac³⁷ e la ricerca della spiritualità fusa alla materialità e, analogamente, ha saputo aderire alle ideologie dei cosiddetti “lettori-viaggiatori”, impegnati nell'apprendere tutti gli aspetti dell'evoluzione sociale in corso (Annabelle Seoane, 2013).

Questa guida, pertanto, viene riconosciuta come un elaborato dallo stile pacato, particolarmente attento alle emozioni legate all'avventura e alle esplorazioni, condotte con budget limitati e rivolti alla ricerca della genuinità, senza fronzoli e falsificazioni. Trapela dalle sue pagine un pacifico linguaggio informale che ha lo scopo di creare con il lettore una relazione umana e quasi divertente, non accademica.

È destinata ad un pubblico libero e anticonformista poiché offre contenuti autentici, veri e immediati, non edulcorati e artefatti come quelli delle guide antecedenti. È evidente che il motivo per il quale abbia avuto così tanto consenso del pubblico sia proprio questo.

Le Routard è diventata quindi, nel tempo, una compagna di viaggio imprescindibile per tutti quei viaggiatori dinamici e alla ricerca dell'autenticità (Annabelle Seoane, 2013).

³⁵ La Guide Bleu è una collana di guide turistiche in lingua francese, che hanno come editore Hachette Livre.

³⁶ Nel 1968, in Europa e negli USA, vi fu una rivolta etica contro i valori della società capitalista.

³⁷ Scrittore e poeta americano che ha aderito alle rivolte del '68.

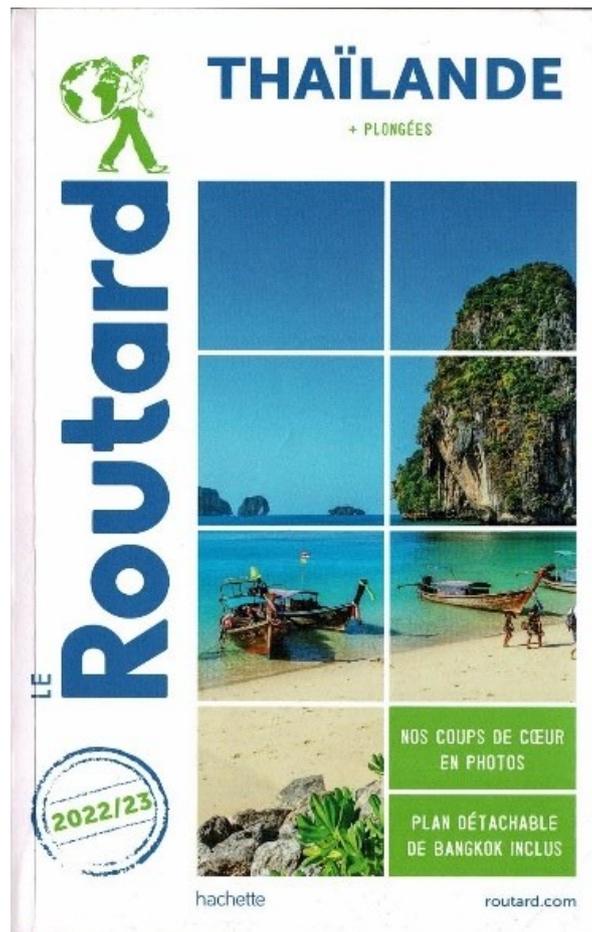


Figura 6
Spiaggia thailandese
"Le Routard Thaïlande", copertina

La copertina è flessibile e colorata, sui toni dell'azzurro e del verde che rappresenta una spiaggia thailandese in una splendida giornata di sole, oltre al marchio che identifica l'editore «*le Routard*». È una guida composta da 660 pagine, con nove sezioni, a loro volta suddivise in argomenti di carattere generale e temi geografici.

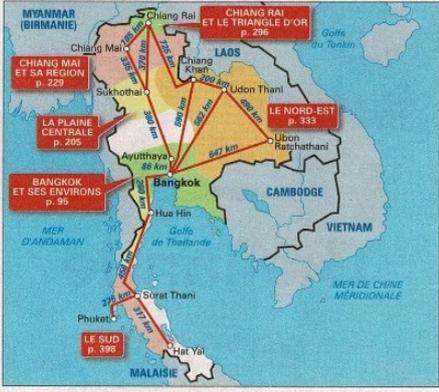
2		3	
TABLE DES MATIÈRES		TABLE DES MATIÈRES	
		<ul style="list-style-type: none"> • Pourboire.....80 • Santé.....80 • Sites internet et réseaux sociaux.....83 • Tabac - cigarettes électroniques.....84 • Téléphone - Internet.....85 • Toilettes.....87 • Transports.....87 • Urgences.....94 	
BANGKOK ET SES ENVIRONS 95		BANGKOK ET SES ENVIRONS 95	
<ul style="list-style-type: none"> • Bangkok (Krung Thep).....95 		<ul style="list-style-type: none"> • Bangkok (Krung Thep).....95 	
AU SUD-EST DE BANGKOK 147		AU SUD-EST DE BANGKOK 147	
<ul style="list-style-type: none"> • Ancient City et le musée Erawan.....147 • Ko Samet.....150 		<ul style="list-style-type: none"> • Ancient City et le musée Erawan.....147 • Ko Samet.....150 	
La province de Trat 159		La province de Trat 159	
<ul style="list-style-type: none"> • Ko Chang.....160 • Ko Kood.....175 		<ul style="list-style-type: none"> • Ko Chang.....160 • Ko Kood.....175 	
À L'OUEST DE BANGKOK 180		À L'OUEST DE BANGKOK 180	
<ul style="list-style-type: none"> • Nakhon Pathom.....180 • Damnoen Saduak (Floating Market).....181 • Kanchanaburi et la rivière Kwai.....182 		<ul style="list-style-type: none"> • Nakhon Pathom.....180 • Damnoen Saduak (Floating Market).....181 • Kanchanaburi et la rivière Kwai.....182 	
AU NORD DE BANGKOK 190		AU NORD DE BANGKOK 190	
<ul style="list-style-type: none"> • Ayutthaya.....190 • Lopburi.....200 		<ul style="list-style-type: none"> • Ayutthaya.....190 • Lopburi.....200 	
LA PLAINE CENTRALE 205		LA PLAINE CENTRALE 205	
<ul style="list-style-type: none"> • Kamphaeng Phet.....205 • Pitsanulok.....209 • Sukhothai.....213 		<ul style="list-style-type: none"> • Kamphaeng Phet.....205 • Pitsanulok.....209 • Sukhothai.....213 	
CHIANG MAI ET SA RÉGION 229		CHIANG MAI ET SA RÉGION 229	
<ul style="list-style-type: none"> • Chiang Mai (Chiang Mai).....229 • Treks à la rencontre des ethnies montagnardes.....263 • Virées à moto.....269 		<ul style="list-style-type: none"> • Chiang Mai (Chiang Mai).....229 • Treks à la rencontre des ethnies montagnardes.....263 • Virées à moto.....269 	
À L'OUEST DE CHIANG MAI : LA PROVINCE DE MAE HONG SON 270		À L'OUEST DE CHIANG MAI : LA PROVINCE DE MAE HONG SON 270	
<ul style="list-style-type: none"> • De Chiang Mai à Pai.....271 • Pai.....271 • De Pai à Mae Hong Son par Soppong.....279 • Mae Hong Son.....282 • De Mae Hong Son à Chiang Mai par Mae Sariang.....290 • Mae Sariang.....290 • De Mae Sariang à Chiang Mai.....293 		<ul style="list-style-type: none"> • De Chiang Mai à Pai.....271 • Pai.....271 • De Pai à Mae Hong Son par Soppong.....279 • Mae Hong Son.....282 • De Mae Hong Son à Chiang Mai par Mae Sariang.....290 • Mae Sariang.....290 • De Mae Sariang à Chiang Mai.....293 	
CHIANG RAI ET LE TRIANGLE D'OR 296		CHIANG RAI ET LE TRIANGLE D'OR 296	
<ul style="list-style-type: none"> • Thaton (Mae Ai).....296 • Chiang Rai.....298 		<ul style="list-style-type: none"> • Thaton (Mae Ai).....296 • Chiang Rai.....298 	
LA RÉGION DU TRIANGLE D'OR 312		LA RÉGION DU TRIANGLE D'OR 312	
<ul style="list-style-type: none"> • Mae Salong.....313 • Mae Sai.....319 • Sop Ruak.....321 • Chiang Saen.....324 • Chiang Khong.....328 		<ul style="list-style-type: none"> • Mae Salong.....313 • Mae Sai.....319 • Sop Ruak.....321 • Chiang Saen.....324 • Chiang Khong.....328 	
PRÉAMBULE		PRÉAMBULE	
<ul style="list-style-type: none"> • La rédaction du Routard.....8 • Introduction.....11 • Nos coups de cœur.....12 • Itinéraires conseillés.....28 • Interview #experieroutard.....33 • Comment bien choisir son île?.....34 • Les questions qu'on se pose avant le départ.....36 		<ul style="list-style-type: none"> • La rédaction du Routard.....8 • Introduction.....11 • Nos coups de cœur.....12 • Itinéraires conseillés.....28 • Interview #experieroutard.....33 • Comment bien choisir son île?.....34 • Les questions qu'on se pose avant le départ.....36 	
ARRIVER - QUITTER 39		ARRIVER - QUITTER 39	
<ul style="list-style-type: none"> • Les compagnies régulières.....39 • Les organismes de voyages.....40 • Quitter la Thaïlande.....52 		<ul style="list-style-type: none"> • Les compagnies régulières.....39 • Les organismes de voyages.....40 • Quitter la Thaïlande.....52 	
THAÏLANDE UTILE 54		THAÏLANDE UTILE 54	
<ul style="list-style-type: none"> • ABC de la Thaïlande.....54 • Avant le départ.....54 • Argent, banques, change.....60 • Achats.....62 • Budget.....64 • Climat.....65 • Dangers et ennuis.....66 • Décalage horaire.....70 • Electricité.....70 • Fêtes et jours fériés.....70 • Hébergement.....73 • Langue.....74 • Livres de route.....78 • Musées et sites.....80 • Photos.....80 • Poste.....80 		<ul style="list-style-type: none"> • ABC de la Thaïlande.....54 • Avant le départ.....54 • Argent, banques, change.....60 • Achats.....62 • Budget.....64 • Climat.....65 • Dangers et ennuis.....66 • Décalage horaire.....70 • Electricité.....70 • Fêtes et jours fériés.....70 • Hébergement.....73 • Langue.....74 • Livres de route.....78 • Musées et sites.....80 • Photos.....80 • Poste.....80 	

Figura 8
Indice guida francese "Le Routard Thaïlande", pp. 2-3.

4		5	
TABLE DES MATIÈRES		TABLE DES MATIÈRES	
LE NORD-EST 333		HOMMES, CULTURE, ENVIRONNEMENT 591	
<ul style="list-style-type: none"> • LES PARCS DE LA PROVINCE DE LOEI.....333 • Loei.....334 • Le parc national de Phu Rua.....336 • Le parc national de Phu Krudung.....337 • DE CHIANG KHAN À NONG KHAI, LE LONG DU MÉKONG.....339 • Chiang Khan.....339 • Au fil du fleuve.....343 • Nong Khai.....343 • UDON THANI, KHON KAEN ET LEURS ENVIRONS.....351 • Udon Thani.....351 • Khon Kaen.....353 • DE NONG KHAI À THAT PHANOM.....360 • Nakhon Phanom.....361 • That Phanom.....362 • DE MUKDAHAN À UBON RATCHATHANI.....364 • Mukdahan.....364 • Ubun Ratchathani.....371 • Khong Chiam.....367 • SUR LA ROUTE DES CITADELLES KHMÈRES.....375 • Surin.....375 • Prastat Phanom Rung et Muang Tham.....380 • Phimai.....384 • Nakhon Ratchasima (Khorat).....387 • LA RÉGION DE KHAO YAI.....390 • Pak Chong.....390 • Le parc national de Khao Yai.....392 • LE SUD : ITINÉRAIRE BANGKOK - HAT YAI 398 • DE HUA HIN À SURAT THANI.....398 • Hua Hin.....398 • Entre Hua Hin et Surat Thani.....402 • Surat Thani.....405 • À L'EST : LES ÎLES ENTRE KO SAMUI ET KO TAO.....406 • Ko Samui.....407 • Ko Phangan.....430 • Ko Tao.....444 • À L'OUEST : DE PHUKET À HAT YAI, LA CÔTE DE LA MER D'ANDAMAN 457 • Phuket.....458 • Kura Buri.....494 • Ko Surin.....496 • Les îles Yao : Ko Yao Noi et Ko Yao Yai.....497 • Phang Nga.....501 • Khao Lak.....504 • Ko Kho Khao.....510 • Ranong.....514 • Ko Phayam.....517 • Khao Sok.....521 • Ko Phi Phi (Ko Pee Pee).....527 • Krabi.....543 • Ko Lanta.....539 • Trang.....573 • Hat Yai (Had Yai).....579 • Le parc maritime de Ko Tarutao.....581 • Ko Bulon Lae.....588 		<ul style="list-style-type: none"> • Boissons.....591 • Cuisine.....592 • Curieux, non ?.....595 • Droits de l'Homme.....596 • Économie.....597 • Environnement.....598 • Géographie.....600 • Histoire.....600 • Médias.....607 • Patrimoine culturel.....608 • Personnages.....616 • Prostitution.....617 • Religions et croyances.....619 • Savoir-vivre et coutumes.....625 • Sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco.....628 • Sports et loisirs.....628 • Index général.....653 • Liste des cartes et plans.....658 	
<p>UNE PANDÉMIE INOULTE ! Depuis toujours, Le Routard se plaît à dénicher hôteliers et restaurateurs qui accueillent nos lecteurs avec sourire et professionnalisme. Malgré toute notre vigilance, certains d'entre eux auront malheureusement fermé quand ce livre sortira. De même, les horaires et modalités d'accueil de certains sites et musées auront été momentanément modifiés. Cette terrible pandémie de coronavirus a, on le sait, des conséquences importantes pour tous les professionnels du tourisme. Nous sommes de tout cœur avec eux !</p>		<p>Important : dernière minute Entre deux parutions du Routard, des événements fortuits (conditions sanitaires, catastrophes naturelles, mais aussi formalités, taux de change, conditions d'accès aux sites, fermetures inopinées, etc.) peuvent modifier vos projets de voyage. Pour éviter les déconvenues, nous vous recommandons de consulter la rubrique « Guide » par pays de notre site routard.com - et plus particulièrement les dernières <i>Actus voyageurs</i>.</p>	
		<p>Ombrelles peintes à la main à Bo Sang, Chiang Mai</p>	

Figura 7
Indice guida francese "Le Routard Thaïlande", pp. 4-5.

Nelle prime pagine gli autori propongono le «*nos coup de cœur*» dove vengono consigliate le attrazioni e le attività principali di cui fruire in Thailandia e suggerite alcune destinazioni, come Chiang Mai e Chiang Rai, con i relativi itinerari. Questo preambolo si conclude con l'elenco di possibili domande che il lettore può porsi prima di intraprendere il viaggio, come la necessità di un visto, il periodo migliore per recarvisi, il costo della vita o quali tipi di strutture ricettive si possono trovare e le relative risposte.

Le sezioni, invece, sono suddivise per argomento, come «*arriver et quitter*», in cui vengono elencate le migliori compagnie aeree e le loro specificità, come aeroporti di arrivo e partenza e i periodi di offerte con prezzi ribassati. La seconda sezione si intitola «*Thaïlande utile*» e contiene una vasta gamma di questioni eterogenee, dalle accortezze antecedenti la partenza, come il visto o l'assicurazione sanitaria, ai numeri utili per tutti i tipi di emergenza, fino alla sicurezza del paese e i trasporti pubblici. La sezione «*hommes, culture, environnement*», analizza tematiche differenti, dall'acqua e la sua contaminazione alla cucina e i piatti da provare, dalla situazione economica e politica della Thailandia al suo patrimonio culturale e religioso, dalle tradizioni e costumi popolari al turismo sessuale.

Nell'indice possiamo notare anche una suddivisione relativa alle diverse zone geografiche dove, oltre a Bangkok, vengono dettagliate le zone centrali, il nord con Chiang Mai e Chiang Rai, il Nord-Est e il Sud, con tutte le città più rilevanti per ogni provincia o zona del paese.

Si tratta di una guida pratica in quanto per l'elaborazione del testo è stato utilizzato un carattere molto piccolo, in alcune sezioni diviso su due colonne, solitamente dove vengono proposti degli elenchi. In altre sezioni della guida sono presenti invece delle caselle di testo, in aggiunta al testo principale, utilizzate per inserire delle curiosità e dei numeri telefonici o indirizzi di pubblica utilità. Il testo presenta diversi stili e colori, passando dal grassetto al corsivo e dal nero a varie tonalità di rosso, addirittura verde e azzurro per mettere in evidenza i diversi itinerari consigliati. I titoli, i sottotitoli, le sottocategorie, i nomi, gli indirizzi e i numeri sono scritti in rosso o nero, in maiuscolo o minuscolo, evidenziati o no, in corsivo o in stampatello, risultando comunque evidenti rispetto al resto della pagina e permettendoci di capire subito di quale argomento tratterà la parte successiva.

des échangeurs, les rames d'un métro aérien high-tech à l'ombre desquelles des petites mains tressent des fleurs fraîchement coupées... ça klaxonne, ça grouille, ça s'agit dans tous les sens... Pas de doute, Bangkok rugit, bouillonne ! Et si l'aube marque le temps du recueillement et des visites au Bouddha, la nuit, elle, offre aux résidents et voyageurs des *rooftops* pour faire la fête et des quartiers chauds et animés pour s'encanailler. Le jour, ce sera plutôt canaux, marchés, shopping, visites (de temples, musées)... et l'une des meilleures cuisines du monde à prix plancher !

BANGKOK ET SES ENVIRONS

Arrivée à l'aéroport

➔ **Aéroport international Suvarnabhumi (Suvarnaphum)** – สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ (hors plan détachable par G5) : à 25 km à l'est de la ville. Infos générales : ☎ 02-132-18-88. ● airportthai.co.th/en ● Accueille à la fois les vols internationaux et une partie des vols domestiques. Petit topo :
 – Niveau 2 : hall des arrivées (domestiques et internationales). On y trouve bureaux de change (taux défavorable) et distributeurs de billets, loueurs de voitures et opérateurs téléphoniques (pour l'achat de cartes SIM thaïes). Également, au niveau de la porte 3, un office de tourisme (TAT), ouvert en principe 24h/24, un bureau de la *Tourist Police* (☎ 1155) et le service de *navettes gratuites (en présentant son billet) avec l'aéroport de Don Muang* (ttes les 30-60 mn, 5h30-minuit ; compter min 45 mn-1h). Porte 4, consigne à bagages (100-150 Bts/24h, selon taille du bagage).
 – Niveau 1 : *food-court*, parkings, dispensaire médical (*lun-ven 5h-20h*), taxis et, porte 8, les bus pour le centre-ville mais aussi pour Pattaya, Hua Hin et Ko Chang (voir plus loin).
 – *Sous-sol (Basement Level)* : départ des trains de l'*Airport Rail Link* (voir plus loin).

FAISONS SIMPLE !

Les Thaïs disent plus couramment « Krung Thep » (qui signifie « cité des anges ») que « Bangkok ». Mais le nom complet de la ville n'est autre que : Krung Thep Maha Nakhorn Amon Rattanakosin Mhindraythaya Mahadilokrop Noparatana Rajdhani Buriram Udorn Rajnivet Mahasatan Amorn Pimarn Avatarn Satit... Ce qui signifie : « grande cité des anges, autel suprême des bijoux divins, forteresse invincible, vaste et sublime royaume, capitale royale et sans pareille des neuf nobles bijoux, demeure magnanime du monarque », etc. Pas de panique, « Krung Thep » suffira !

– Niveau 3 : restos, boutiques, massages, banques, dispensaire médical (*w-e et j, fériés 24h/24*) et pharmacie.
 – Niveau 4 : hall des départs (à gauche les vols domestiques, à droite les vols internationaux). Poste, consigne à bagages (même chose qu'au niveau 2), bureau de remboursement de la TVA et objets perdus (☎ 02-132-18-80 ; ● baggage.services@airportthai.co.th ●).
 – Niveau 7 : Observation Deck.

Comment gagner la ville depuis Suvarnabhumi ?

Taxis

Le moyen le plus simple de rejoindre votre hôtel depuis l'aéroport. Ils attendent à l'extérieur du niveau 1. Prendre un ticket aux machines (en sélectionnant *small* – si vous êtes 2 ou 3 – ou *large taxi* – si vous êtes 4 ou 5), lequel ticket indique le numéro (de 1 à 64) de l'emplacement du taxi à prendre, tous alignés devant le terminal. On paie à l'arrivée le prix affiché au compteur, majoré d'une surcharge (aéroport) de 50 Bts. Pour le plupart des destinations dans le centre, compter environ 400-500 Bts, mais cela dépend du trafic. Quoi qu'il en soit, c'est plus pratique que les transports

communs, avec lesquels il faut souvent prendre encore un taxi à l'arrivée pour rejoindre son hôtel.

Airport Rail Link

Il relie ttes les 12-20 mn, 5h30-minuit, le sous-sol de l'aéroport (*Basement Level*) à Phaya Thai (*plan détachable, D2*). À peine 8 stations et 30-45 mn de trajet. Billet : 15-45 Bts selon distance. De Phaya Thai, le plus simple pour rejoindre le quartier de Khao San Road est de prendre un taxi. Sinon, connexion avec le BTS (*Skytrain*) pour rejoindre notamment Victory Monument (*plan détachable, E2*) ou Sukhumvit. Infos : ● bangkokairporttrain.com ●

Bus

2 bus relie directement l'aéroport (niveau 1) et le centre-ville :
 – Le *S1*, en face de la porte 7. Il s'agit d'un vieux bus orange, mais qui a le mérite d'aller jusqu'à Khao San Road (le quartier routard), avant de se diriger vers Sanam Luang (*plan détachable, A2-3*). Départ env ttes les 40 mn 5h-20h (7h-21h depuis Sanam Luang). Billet (achat dans le bus) : 60 Bts.
 – Le *Silom Bus*, qui passe aussi par Khao San Road, avant de rejoindre Silom (*plan détachable, D-E4-5*). Bus blanc plus rapide et plus luxueux que l'autre (avec en prime le wifi à bord) mais 3 fois plus cher ! Départ ttes les 30 mn 9h30-0h30. Achat des billets au niveau de la porte 8. Infos : ● limobus.co.th ●

S'orienter

Bangkok est grand ! Les distances sont longues et les temps de parcours tout autant. Embouteillages aux heures de pointe comme aux heures normales, difficile en fait de voir la différence. La partie la plus touristique (et la plus intéressante) correspond au berceau historique de la ville, à savoir l'île de Rattanakosin, bordée par le fleuve Chao Phraya le long duquel on trouve le Musée national, le Grand Palais, les temples... Par chance, c'est également de ce côté que se situe le quartier des hôtels bon marché. En ayant un peu de temps, on peut parcourir toute cette

Autres destinations depuis Suvarnabhumi

Du niveau 1, porte 8, des bus partent vers :

- **Pattaya** : ttes les heures 7h-22h ; 130 Bts. Durée : 2h. ● airportpattaya.bus.com ●
- **Hua Hin** : ttes les heures 6h30-18h30 ; 295 Bts. Durée : 4h. ● airportthuhinbus.com ●
- **Ko Chang** : 3 bus/j., 7h50-14h ; 600 Bts (traversée bateau comprise). Durée : 5-6h. ● swbbustour.com ●

➔ **Aéroport de Don Muang** – สนามบินดอนเมือง (hors plan détachable par F1) : à 25 km au nord de la ville. Infos générales : ● donmuangairport.com ● C'est d'ici que partent les compagnies *low-cost Thai AirAsia, Nok Air, Thai Lion Air et Nok Scoot*. Une *navette gratuite (avec son ticket d'embarquement) le relie à l'aéroport Suvarnabhumi*. Possible aussi d'aller de l'un à l'autre en taxi : compter alors 50 Bts (surcharge aéroport) + le prix affiché au compteur, soit au moins 500 Bts (45 km). Depuis le centre-ville, prendre n'importe quel train pour le Nord au départ de la gare de Hua Lamphong, tous s'y arrêtent (● train36.com/bangkok-don-muang-train.html ●) ; départs fréquents 4h20-22h25, env 50 mn de trajet). En taxi, compter env 400 Bts. Attention, pas de consigne à bagages.

zone à pied. Sinon, la meilleure option reste le taxi (exigez le compteur, sous peine de payer 2, voire 3 fois le prix de ce dernier)... ou les *tuk-tuk*, mais ceux-ci ont tendance à prendre les touristes pour des vaches à lait. Autre quartier intéressant : **Chinatown**, au sud-est de la zone touristique. C'est un quartier très animé de jour comme de nuit avec ses marchés hauts en couleur, ses petites échoppes et ses restos de rue. Toujours vers le sud-est, à quelques kilomètres de Chinatown, le quartier, tantôt populaire, tantôt chic, de **Silom**, hérissé çà et là de gratte-ciel, dont la

Figura 9
Esempio di impaginazione
"Le Routard Thaïlande", pp. 96-97.

Elemento di spicco nelle prime pagine è la presenza di moltissime immagini colorate, relative all'argomento trattato: ci sono immagini che occupano tutta la pagina oppure immagini di dimensione ridotte, disposte singolarmente o in coppia, tutte accompagnate da una didascalia che chiarisce il contenuto della foto e alle volte aggiunge dettagli di tipo storico o semplici curiosità, come ad esempio il riferimento al recente restauro in una fotografia del Museo Nazionale di Bangkok.

3 Aller admirer l'immense bouddha couché du Wat Pho : 45 m de long, 15 m de haut.

Le Wat Pho regroupe un bel ensemble de temples édifiés par Rama I^{er} au XVIII^e s. Le principal contient le superbe et gigantesque bouddha couché, dont les pieds sont joliment incrustés de nacre illustrant les qualités du Bouddha. C'est le plus ancien temple de Bangkok mais aussi certainement le plus beau. p. 115

Bon à savoir : • watpho.com •



© René Mattes

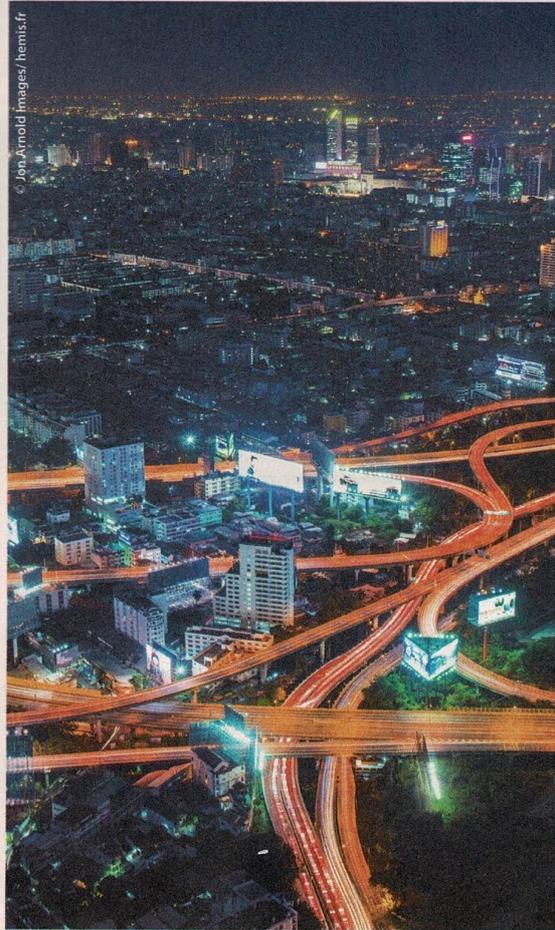
4 Ne pas manquer la visite du Musée national de Bangkok, récemment refait.

Le plus beau musée de Bangkok, composé de nombreux bâtiments traditionnels, abrite une très riche collection relative à la civilisation thaïlandaise : éléments d'architecture, statues, mobilier, argenterie, céramique, marionnettes, chariots funéraires royaux... Tout l'art du royaume de Siam y est résumé ! p. 112

Bon à savoir : dernier ticket vendu à 15h30... du mercredi au dimanche seulement.



© Samuel's Photography/Getty Images



© Jon Arnold Images/hemis.fr

5 Grimper au sommet de la tour MahaNakhon, et admirer l'étendue de la ville. p. 143

Figura 10
Esempio di impaginazione con immagini
"Le Routard Thaïlande", pp. 96-97.

Nelle pagine successive a quelle del preambolo, il testo è accompagnato da mappe, che ci aiutano a comprendere la morfologia del territorio o a geo referenziare correttamente il luogo citato. Per esempio, nella sezione dedicata a Bangkok, nella prima pagina, sotto al titolo, vediamo una piccola mappa che raffigura tutta la Thailandia, ma delinea in rosso tutto il perimetro della città e aggiunge un punto rosso per indicarne il centro. A fine sezione invece, ci sono due pagine dedicate alla mappa della città, ingrandita e con dettagli, come i nomi delle città limitrofe, i parchi e le autostrade che collegano le varie zone.

Si rileva infine la presenza di due tabelle, una nella sezione di preambolo che riporta nella prima colonna il nome di ogni singola isola locale e, nella colonna a fianco, le sue caratteristiche essenziali, così da permettere, con una sola occhiata di identificare quale sia la meta più

interessante; l'altra nella sezione «*Thaïlande utile*» indica per ogni città, la distanza dalla capitale e la durata del tragitto in funzione dei diversi mezzi di trasporto.

Le Routard colloca alcune inserzioni pubblicitarie all'inizio di questa guida: troviamo pagine intere dedicate a diverse agenzie di viaggio, come Kappa Club, Shanti Travel, Bon Voyage e altre, delle quali vengono indicati chiaramente le principali informazioni e i contatti. Infine, troviamo anche la pubblicità della stessa Routard, che propone altre guide di diverso genere, di diverso tipo da quelle culturali di altri paesi a quelle sui consigli per un weekend o per un viaggio low cost.

Nelle parti finali della guida, troviamo una decina di pagine bianche dedicate ad una sezione di note personali. Nell'ultima sezione è invece presente una mappa della Francia e i rimandi al sito "routard.com" per reclamizzare le guide dedicate a questa nazione, per visitarla utilizzando la bicicletta o soggiornarvi usufruendo dei migliori campeggi e così via; la medesima attenzione è rivolta a Spagna, Italia e Stati Uniti ma con un minore dettaglio di informazioni e comunque limitate alle città più importanti. Prima dell'indice finale, due pagine sono dedicate all'assicurazione Routard, dove vengono illustrate i vari contratti stipulabili con le relative tariffe e la sitografia di riferimento.

In allegato alla guida troviamo una cartina di Bangkok che ritrae la zona centrale della città. Ruotando la cartina dall'altro lato scopriamo invece uno zoom ravvicinato della zona del fiume Chao Praya. I molteplici itinerari di viaggio sono corredati da minuziose descrizioni riguardanti i luoghi artistici o di particolare interesse storico e da suggerimenti utili e pratici relativi alla possibilità di soggiorno. Un riquadro della cartina è dedicato anche alle linee di metropolitana e skytrain³⁸, con le fermate, le direzioni e le corrispondenze.

³⁸ Lo skytrain è un mezzo di trasporto pubblico che ricopre le distanze nel centro di Bangkok. È un treno sopraelevato che permette di evitare il traffico della città.

2.2.3 La guida turistica inglese: Thailand, Lonely Planet

La terza guida analizzata è in lingua inglese ed è della casa editrice «Lonely Planet», scritta da vari autori inglesi, tra cui David Eimer, Tim Bewer, Ashley Harrell e Barbara Woolsey, pubblicata nel 2021 e appartenente alla collana di guide inglesi per eccellenza.

La prima edizione della guida Lonely Planet risale al 1973 e racconta la luna di miele dei coniugi Tony e Maureen Wheeler durata tre anni, lungo un percorso via terra tra Europa e Asia per raggiungere l'Australia; un viaggio all'insegna del low cost, come si può dedurre dal titolo "Across Asia on the Cheap". Dalle 1500 copie vendute nella prima settimana si è arrivati a più di 100 milioni di copie nei giorni nostri, decretando la Lonely Planet come una delle più autorevoli collane di guide turistiche ancor oggi pubblicate (Sara Perozzi, 2015).

Per la molteplicità dei contenuti di questa guida, Annabelle Seoane (2013) parla di "ETHOS" che, a differenza del contrapposto e più noto "PATHOS", che ha una componente prevalentemente emotiva, rappresenta l'abilità intellettuale dell'interlocutore di affascinare e allettare l'astante.

La docente universitaria sostiene che vi sono modalità contrapposte per sedurre il lettore e ne descrive alcuni esempi significativi. Propone l'utilizzo di immagini accattivanti oppure di mappe geografiche pregne di qualsiasi informazione, in un contesto di prevalente impatto visivo. La scorrevolezza di un discorso che diventa quasi una narrazione romanzata si contrappone a scritti sintetici e frammentati utilizzati come legenda di immagini.

Quale sia il metodo migliore per rendere eccellente una guida turistica è strettamente correlato alle esigenze soggettive del turista e ai suoi personalissimi gusti anche se vi sono linee caratteriali comuni ad ogni guida in commercio: alla base un format più accademico legato al condizionamento sociale, in seconda battuta delle argomentazioni che tengono conto della finalità educativa del programma. A questo punto si manifesta l'hetos dello scrittore in grado di adeguare la sua opera ai gusti di chi la utilizzerà.

Si parla di abilità dell'utilizzo dell'hetos quando l'oratore riesce a trasmettere il più fedelmente possibile l'immagine elaborata, intesa come rappresentazione mentale, facendo coincidere produzione-ricezione, laddove la produzione è il concetto elaborato dell'emittente e la ricezione

è l'immagine che arriva al ricevente. Un'immagine che rappresenta, nel suo significato, anche le sfumature più intrinseche della personalità e della psicologia dell'oratore. Ecco che questa abilità aristotelica non si cronicizza nell'unilateralità ma si trasforma in un energico scambio tra partecipanti attivi aggiungendo al valore retorico anche quello comunicativo

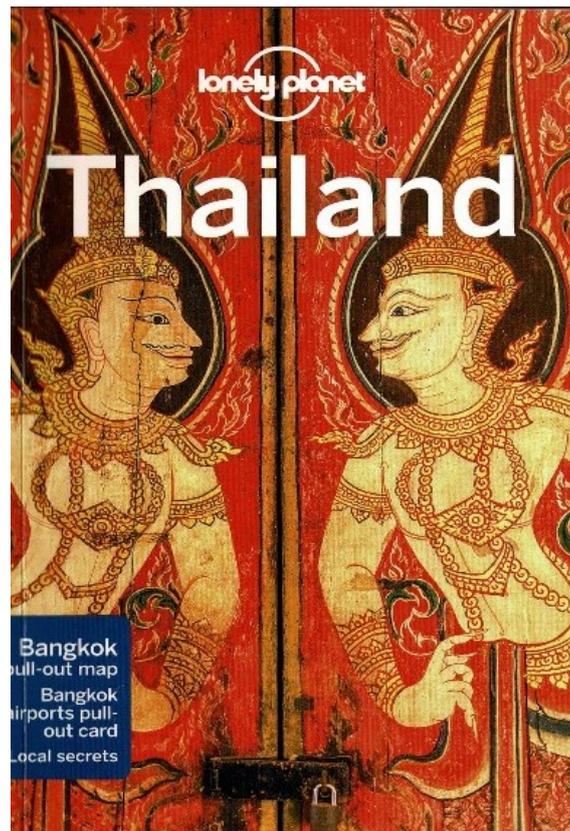


Figura 11
Angelo thailandese raffigurato nel museo nazionale di Bangkok
"Lonely Planet Thailand", copertina.

La copertina flessibile è caratterizzata da colori sgargianti, sui toni del rosso e del giallo e ritrae due figure non umane, posizionate una di fronte all'altra, in maniera simmetrica. È la raffigurazione di un angelo thailandese, secondo la religione buddista, dipinto su un murale nella sala del trono di Buddaisawan al museo nazionale di Bangkok.

È una guida composta da 800 pagine e suddivisa in cinque sezioni: nella prima sezione, intitolata «plan your trip» gli autori descrivono quelle che vengono considerate le nove esperienze imperdibili da vivere nel paese. La seconda sezione dal titolo «on the road», comprende una suddivisione geografica da Nord a Sud, compresi centro e isole e con uno spazio iniziale dedicato a Bangkok, con la spiegazione di tutte le attività praticabili, i siti da visitare, i cibi da assaggiare e tante altre informazioni specifiche di ogni città o luogo. Si ha poi la sezione «understand» con la storia della Thailandia, del suo popolo e della sua cultura, dell'arte e dell'architettura così come dell'ambiente e della fauna. Alla fine la sezione «*survival guide*» suggerisce informazioni sulla salute, trasporti, lingua, viaggiare responsabilmente e altre indicazioni generali utili durante la permanenza. Una sezione specifica, intitolata «*special features*» riprende alcuni argomenti già trattati durante la lettura ma categorizzandoli come “speciali”, tra cui la guida al cibo, la scelta delle spiagge, il Palazzo Reale di Bangkok con i suoi templi, il popolo e la cultura thailandese. Per ogni inizio sezione sono presenti due pagine, con al centro un'immagine rappresentativa dell'argomento trattato, a sinistra una casella di testo con alcune informazioni di spicco, come ad esempio per Bangkok, la popolazione, il numero di grattacieli e la proposta migliore per ogni categoria di attività o luogo: il mercato esterno, il parco naturale, il locale caratteristico e/o il periodo più consono per intraprendere il viaggio.

Si tratta di una guida pratica poiché iniziando a sfogliare la guida, si può notare come il testo, di carattere molto piccolo, sia esteso a tutta la pagina e incolonnato su due o più colonne, dentro a zone di testo di vari colori e grandezze, affiancato da immagini, ma nella maggior parte delle pagine è disposto su due colonne e poco spaziato.

Di spicco rispetto al testo, prevalentemente nero, sono i titoli: rossi, neri o blu e di carattere grande a inizio di ogni sezione, oppure blu, più piccoli per i nomi propri di hotel, città, associazioni, luoghi e cibi, che permettono al lettore di ritrovare facilmente e approfondire la tematica di proprio interesse.

Per quanto riguarda le immagini, presenti soprattutto nelle prime pagine, risultano essere d'aiuto per una maggiore comprensione delle attività proposte e delle peculiarità thailandesi, quale ad esempio l'immagine di alcuni cibi in cui potremmo imbatterci e che potrebbero risultare inconsueti a noi occidentali. Vi sono infatti una decina di immagini dedicate agli alimenti, la maggior parte delle volte con nomi sconosciuti e quindi la foto diventa di essenziale importanza per aiutare il lettore a comprendere cosa potrà assaggiare in Thailandia.

Tutte le immagini sono sempre accompagnate da una piccola didascalia esplicativa di riferimento e alle volte anche con le indicazioni di geo referenziazione se si tratta di un monumento o di un sito da visitare.

La guida inoltre riporta molteplici tabelle, mappe, piantine geografiche e anche qualche disegno illustrativo come una raffigurazione della Thailandia con una divisione a zone di diversi colori che indicano il clima prevalente di ogni zona e le indicazioni su quale sia il periodo più adeguato per recarvisi, una tabella per indicare il cambio tra Bath (moneta thailandese) e dollari, un'altra per consigliare le destinazioni, la durata dei vari tipi di trasporti e le loro connessioni. Le piantine, anch'esse di vario genere e dimensione, ci aiutano a comprendere meglio il territorio con funzione documentaristica in relazione alle distanze, ai trasporti o alla delimitazione di qualche quartiere, come ad esempio Chinatown.

Non sono presenti inserti pubblicitari ma solamente la sitografia utile per trovare le attrazioni per i più piccoli, gli sconti per famiglie, i consigli per viaggiare con i bambini e il sito ufficiale dell'autorità del turismo in Thailandia, nella parte dedicata ai viaggi in famiglia.

Le ultime due pagine della guida sono dedicate ad una presentazione degli autori e collaboratori che hanno contribuito alla stesura dello scritto, con foto, didascalia con le informazioni personali e la storia di ciascuno.

In allegato troviamo un cartoncino rigido con le frasi in lingua locale più utili che potrebbero servire durante la permanenza nel paese, come funzionano internet e le sim, come gestire al meglio i pagamenti digitali, il cambio e le indicazioni su come utilizzare i mezzi pubblici dagli aeroporti di Suvarnabhumi e di Don Mueang. È presente inoltre, in formato pieghevole, anche una cartina geografica di tutto il centro di Bangkok da un lato e tutte le strade extraurbane ed i relativi collegamenti con i mezzi pubblici dall'altro, unitamente alle indicazioni toponomastiche di fiumi, canali, quartieri, parchi e giardini. Trattasi di una sezione a parte, inserita all'interno della copertina posteriore, che denota chiaramente l'importanza attribuita alla capitale.

2.2.4 La guida turistica spagnola: Tailandia, Guía Azul

L'ultima guida analizzata è la "Guía azul", una guida spagnola, scritta da Luis Mazarrasa e Javier Sanz, pubblicata dall'editore Guías azules de España nel 2017. Abbiamo optato per questa guida in quanto, come per le altre, gli autori sono tutti della stessa nazionalità della lingua della guida, perciò tutti di origine spagnola. Sebbene sia del 2017, quindi non proprio recente, è l'unica che rispetta la caratteristica della nazionalità degli autori, essenziale per poterla categorizzare come "guida spagnola".

Il suo nome ricorda la guida francese "Guide Bleu", con la quale però, secondo Giovanni Garofalo (2012) non condivide lo stesso prestigio poiché non è destinata ad un pubblico colto e particolarmente erudito. La guida spagnola è un prodotto ibrido, caratterizzata da elementi di che la classificano sia come guida letteraria che pratica e per questo abbastanza originale.

È destinata ad un pubblico giovane intraprendente e desideroso di organizzare il proprio itinerario turistico in totale indipendenza.

Il linguaggio scelto dagli autori è finalizzato a creare una simpatica sintonia con il lettore; viene accantonato il tono impersonale e didascalico per sottolineare l'importanza del relazionarsi con la gente e viene stimolata la curiosità di conoscere la cultura locale. Viene utilizzato un carattere colloquiale e a volte un tono comico.

Nella sezione dedicata alle attrazioni della destinazione il tenore del linguaggio assume invece una connotazione più pedagogica e altisonante. (Giovanni Garofalo, 2012)

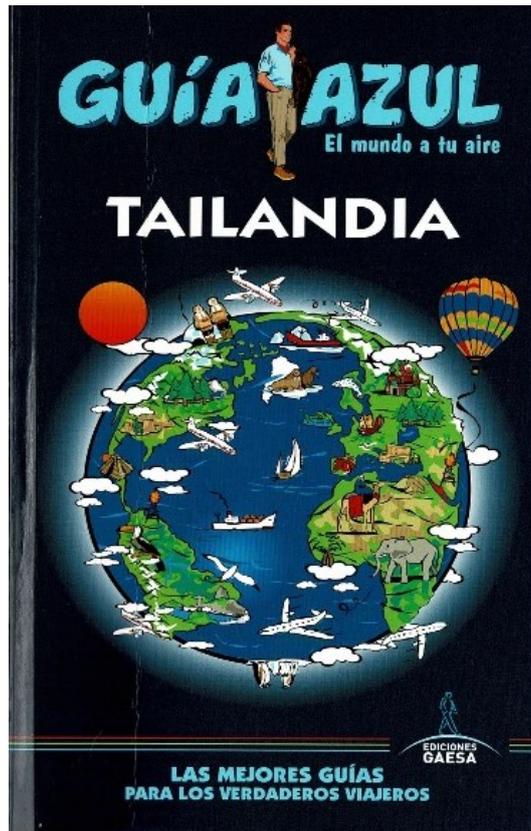


Figura 14
Immagine rappresentativa del globo terrestre
"Guía azul Tailandia", copertina.

La copertina si presenta flessibile e colorata, con la prevalenza del colore blu, raffigura un disegno stilizzato del mondo intero, con i continenti, vari animali, oggetti, persone, collocati nelle aree geografiche di pertinenza, come ad esempio, i pinguini al polo sud, gli elefanti in Africa o gli Eschimesi in Alaska; possiamo però notare che non sono presenti riferimenti grafici alla Thailandia.

INTRODUCCIÓN		Electricidad.....	36	• Otros lugares y edificios de interés.....	129
Introducción.....	15	Material fotográfico y de vídeo.....	37	• Los barrios.....	131
ANTES DEL VIAJE		El dinero.....	37	Parques y jardines.....	138
Cómo ir.....	16	Alojamiento.....	38	Museos.....	138
En viaje organizado.....	18	Gastronomía.....	42	El río Chaophraya.....	140
Por tierra.....	19	Transportes interior.....	49	Mercados flotantes.....	141
Por tren.....	21	Alquiler de vehículos.....	54	Direcciones útiles.....	141
En barco.....	21	Transporte urbano.....	54	Medios de transporte.....	144
Requisitos de entrada.....	21	Compras.....	57	Alojamiento.....	147
La salida-tasas de aeropuerto.....	22	Medios de comunicación.....	61	• En Banglamphu.....	147
Vacunas.....	23	Vocabulario.....	63	• En Chinatown.....	150
Documentación útil.....	23	INFORMACIÓN GENERAL		• Siom, Surawong y a orillas del río.....	151
Cuándo ir.....	23	El país.....	65	• Siam Square y Phratunam.....	159
Qué llevar.....	23	Geografía.....	65	• Sukhumvit Road.....	162
Bolíquín.....	24	El clima.....	66	Restaurantes.....	167
Varios.....	24	Flora.....	67	• Banglamphu.....	167
Los costes.....	24	Fauna.....	67	• Chinatown y Phahurat.....	168
La salud.....	25	Parques nacionales.....	69	• Siom, Surawong y Sathon.....	170
Emergencias.....	28	La situación medioambiental.....	70	• Al sur de Saphan Taksin.....	171
Farmacías.....	29	Historia.....	71	• Siam Center y Phratunam.....	171
Seguridad.....	29	Gobierno.....	71	• Sukhumvit Road.....	172
Viajeras solas.....	31	La monarquía.....	80	• Restaurantes de hotel.....	173
Viajeros homosexuales.....	31	División administrativa.....	81	Comida rápida.....	175
Turismo sexual.....	31	Economía.....	81	Copas y ocio.....	175
Las drogas.....	32	Sociedad.....	82	Compras.....	181
El presupuesto.....	33	Supersticiones.....	85	Actividades.....	188
INFORMACIÓN PRÁCTICA		Población.....	86	Llegar y partir.....	188
Datos prácticos en España.....	34	Religión.....	87	• Alrededores de Bangkok.....	189
Datos prácticos en Tailandia.....	34	Deportes nacionales.....	92	Samut Sakhon	190
Cibercafés y wifi.....	34	Actividades.....	93	• Alrededores de Samut Sakhon.....	191
El teléfono.....	34	Arte y cultura.....	94	Samut Songkhram	191
Correos.....	36	Festividades.....	98	Ratchaburi	193
Hora local.....	36	BANGKOK IMPRESCINDIBLE		TAILANDIA IMPRESCINDIBLE	
Horarios comerciales.....	36	Lo que no hay que perderse.....	101	Lo que no hay que perderse.....	195
INFORMACIÓN GENERAL		BANGKOK		LAS LLANURAS CENTRALES	
Datos prácticos en España.....	34	La llegada.....	106	Ayutthaya	199
Datos prácticos en Tailandia.....	34	Seguridad.....	107	• Alrededores de Ayutthaya.....	211
Cibercafés y wifi.....	34	Historia.....	107	Nakhon Pathom	212
El teléfono.....	34	Orientación.....	108	Nachanaburi	215
Correos.....	36	Cómo moverse.....	108	Museo Neolítico Ban Kao	220
Hora local.....	36	La visita.....	113	Paso de las Tres Pagodas	221
Horarios comerciales.....	36	• Templos budistas (wats).....	117	Parque Nacional Erawan	221
		• Otros templos.....	128	Lopburi	222
				Suphanburi	227
				Ang Thong	228

Figura 15
Índice guía spagnola
"Guía Azul Tailandia", pp. 5-7.

Saraburi	229	Sakon Nakhon	346	Llegar y partir.....	436
Kamphaeng Phet	229	• Alrededores de Sakon Nakhon.....	348	• Alrededores de Krabi.....	436
Mae Sot	231	Khon Kaen	348	Phranang	436
Phitsanulok	232	Udon Thani	352	Playa de Ao Nang	441
Sukhothai	234	Ban Chiang	355	Hat Noppharat Thara	441
Parque Histórico de Sukhothai	237	Nong Khai	356	Ban Khong Muang	442
Si Satchanalai-Chaliang	241	Pak Chom	361	Parque Nacional Marino Ko Phi Phi	442
Aranya Prathet	243	Chiang Khan	361	Ko Lanta	454
EL NORTE		EL SUR		Trang	459
Trekking por las Montañas del Norte.....	245	Phetburi (Phetchaburi)	366	• Alrededores de Trang.....	460
Minorías étnicas.....	249	Cuevas de Khao Luang	366	Satun	461
Chiang Mai	249	Hua Hin	367	Parque Nacional Marino Ko Tarutao	462
• Alrededores de Chiang Mai.....	271	Pattaya	371	LA COSTA SURORIENTAL	
Parque Nacional Doi Inthanon	272	• Alrededores de Pattaya.....	386	Chumphon	464
Lampang	272	Rayong	387	Chaiya	468
• Alrededores de Lampang.....	280	Ko Samet	387	Parque Nacional Khao Sok	469
Mae Hong Son	282	Chanthaburi	390	Surat Thani	470
Mae Sariang	290	Trat	392	Ko Samui	475
• Alrededores de Mae Sariang.....	291	Laem Ngop	393	Parque Nacional Marino de Ang Thong	497
Chiang Rai	291	Ko Chang	393	Ko Phangan	498
Phrae	300	LA COSTA DE ANDAMÁN		Playa de Chalokum	506
Nan	302	Ranong	397	Playa de Khuat (Bottle Beach)	506
El Triángulo de Oro	304	Las islas frente a Ranong	401	Bahía de Thong Nai Pan (Ao Thong Nai Pan)	506
Tha Ton	305	Bahía de Phang-Nga	402	Playa de Sadet	508
Mae Sai	306	Parque Nacional Marino Islas Similan	403	Hat Rin	508
• Alrededores de Mae Sai.....	307	PROVINCIA DE PHUKET		Ko Tao	511
Chiang Saen	308	Historia.....	407	Nakhon Si Thammarat	518
• Alrededores de Chiang Saen.....	309	Alojamiento.....	408	Songkhla	521
Chiang Khong	311	Restaurantes.....	408	• Alrededores de Songkhla.....	524
• Alrededores de Chiang Khong.....	312	Copas.....	409	Hat Yai (Had Yai)	524
EL NORDESTE		Compras.....	409	Yala	531
Nakhon Ratchasima (Khorat)	316	Cuándo ir.....	409	• Alrededores de Yala.....	534
Parque Nacional de Khao Yai	322	Phuket Town	410	Pattani	534
Phimai	323	• Alrededores de Phuket.....	415	Narathiwat	537
Parque Histórico Phanom Rung	326	Patong	419	• Alrededores de Narathiwat.....	538
Prasat Meuang Tam	331	KRABI		Sungai Kolok	538
Sarin	333	Orientación.....	433		
Prasat Ta Meuan	334	Cómo moverse.....	434		
Prasat Sikkhoraphum	334	Medios de transporte.....	434		
Si Saket	335	Alojamiento.....	434		
Templo Khao Phra Wihan	338	Restaurantes.....	435		
Ubon Ratchathani	339	Actividades.....	436		
Chong Mek	344				
Mukdahan	344				
Nakhon Phanom	345				

Figura 16
Índice guía spagnola
"Guía Azul Tailandia", pp. 8-10.

Questa guida è composta da 544 pagine ed è suddivisa in 14 capitoli: il primo “antes del viaje” fornisce indicazioni alla preparazione del viaggio, come la documentazione utile e i vaccini consigliati, cosa mettere in valigia e i riferimenti per eventuali emergenze. Il capitolo due, intitolato “información práctica”, fornisce i numeri dei principali uffici pubblici, indicazioni utili sul cibo, sul costo della vita e informazioni sui mezzi di trasporto. Le “información general” contenute nel capitolo tre, riguardano l’ambiente, la politica, la storia, la religione e la geografia del paese. Il capitolo quattro e cinque riguardano Bangkok e la sua storia con i monumenti e i siti imperdibili per il turista. Tutti gli altri capitoli analizzano le diverse zone geografiche dal nord al sud, con le pianure centrali, elencando le principali città. Vengono evidenziate in due capitoli a parte due località di grande interesse turistico, Krabi e l’isola di Phuket, con le principali attrazioni, i ristoranti e gli hotel.

Si tratta di una guida pratica e letteraria, perciò presenta un insieme delle caratteristiche delle due tipologie di guida. Il testo è scritto in caratteri ridotti e poco spaziato, nella maggior parte delle pagine esteso a tutta larghezza ma anche su due colonne. Sono presenti degli elenchi e delle zone di testo in cui si possono trovare curiosità o informazioni particolari. Prevalgono il blu anche per i titoli o per evidenziare alcune parole, ma troviamo anche il rosso, il verde e l’azzurro, in grassetto o evidenziati da una zona di testo racchiusa in una forma quadrata, di diverso colore. Nei primi due paragrafi, troviamo poche immagini in bianco e nero, dedicate a cibo e trasporti.

Il paragrafo intitolato «*información general*» si apre invece con titolo grande e colorato di rosso e con un’immagine che ritrae un’isola e la bandiera thailandese in primo piano; da questo paragrafo, e nei successivi, le immagini sono a colori e più numerose, alle volte ricoprendo due pagine intere. Alcune di esse ritraggono animali, persone, paesaggi di mare e montagna, monumenti e siti da visitare; non sono accompagnate da una didascalia ma servono a illustrare il contenuto del testo; altre invece hanno una piccola frase che ci aiuta a comprendere meglio il soggetto della foto (come un piccolo titolo); altre invece sono affiancate da una didascalia esaustiva comprendente i dettagli di ciò che è raffigurato, i riferimenti storici relativi e completa anche degli aspetti socioculturali correlati. Questo lo si può trovare principalmente nei paragrafi «*Bangkok imprescindible*» e «*Tailandia imprescindible*» dedicati ai siti o ai monumenti “must visit” durante un viaggio in Thailandia.

Nella guida sono presenti molte mappe, di colori, stili e dimensioni differenti: troviamo mappe senza riferimenti geografici ma solo per evidenziare la zona di cui si parla, per esempio Nord,

Sud o centro oppure mappe di ogni città del paese o quartiere di Bangkok ricche di dettagli, come i nomi delle strade, dei monumenti, dei corsi d'acqua presenti e anche delle strutture turistiche (hotel, ristoranti e punti di interesse); sono stati utilizzati colori diversi e dei contrassegni a forma di cerchio per indicare il punto esatto sulla mappa con un numero, di cui poi è presente la spiegazione o il nome sulla legenda a fianco.

Non sono presenti inserti pubblicitari veri e propri ma solamente dei rimandi ad alcune agenzie che si occupano di organizzazione viaggi e strutture ricettive, ristoranti e negozi, con nome, indirizzo, numero di telefono e sito internet. Non sono presenti nemmeno cartine in allegato alla guida.

La guida si conclude con un'ultima mappa di tutta la Thailandia e dei paesi vicini, ricca di dettagli geografici, con un'immagine a due pagine che ritrae un'imbarcazione su un mare cristallino e come ultima pagina è stato scelto di elencare tutti i titoli delle altre guide di Guía Azul per ogni continente.

CAPITOLO TERZO

Analisi critica delle guide

In questo capitolo abbiamo analizzato alcune peculiarità linguistiche che caratterizzano le guide, tra cui: stereotipi, diversità, alterità, paragone, euforia e disforia con truffe e problemi.

Per maggiore facilità di lettura, indicheremo le guide come segue:

- La guida italiana: GT
- La guida francese: GR
- La guida inglese: GL
- La guida spagnola: GG

3.1 Gli stereotipi

Il fenomeno della stereotipizzazione è presente nelle guide turistiche (Margarito, 2000). Associazione (due sensazioni diverse in un'unica immagine) e ridondanza (elementi informativi superflui) e insistenza sui legami associativi sono le caratteristiche che formano uno stereotipo: déjà-vu di descrizioni, affermazioni generali ma anche come si affronta la descrizione di un determinato luogo:

Leur présence [les phénomènes de stéréotypes] est tantôt souterraine et tantôt magnifiée par des stratégies (redondance, rigidité, insistance sur des liens associatifs qui sont aussi les composantes de toute stéréotypie. (Margarito, 2000: 12)

L'analisi sugli stereotipi non comporta una valutazione negativa ma una visione neutra, poiché parlando di identità e alterità, è assolutamente necessario mantenere la massima obiettività. La definizione che utilizzeremo è la seguente:

Opinion toute faite, réduisant les singularités [...] Association stable d'éléments (images, idées, symboles, mots) formant une unité, aux approfondissements comme "le stéréotype est un schème variable dans sa formulation, qu'il faut reconstruire chaque fois pour faire durer son existence." (in Margarito, 2000 : 23)

Un elemento caratterizzante delle quattro guide è la definizione che viene utilizzata per descrivere il turista. Non si tratta di un vero e proprio stereotipo ma è senz'altro interessante riportarlo in quanto viene evidenziato come gli autori di ogni guida considerano il lettore.

le autorità thailandesi richiedono che i **visitatori** siano in possesso di un biglietto. (GT: 15)

come **straniero** non sei obbligato a fare il wai (GT: 19)

le coûts de la vie pour un **touriste** dépende beaucoup de la région. (GR: 64)

les prix d'entrée des musées [...] pour les **farangs (étrangers)**, s'inscrivant actuellement entre 200 et 400 Bts ! (GR: 65) (L'argomento *farang* è l'oggetto del primo capitolo di questo elaborato)

today's floating market are almost completely contrived for – and dependent upon – **tourists**. (GL: 154)

Visitors can play their part in reducing the effect of over tourism. (GL: 753)

Travellers tend to worry about contracting exotic infectious diseases (GL: 773)

la conclusión es un destino ideal para el **visitante** más variopinto (GG: 15)

la mayoría de los **viajeros** occidentales obtiene un visado (GG: 21)

[...] es una medida discriminatoria hacia los **extranjeros** (GG: 25)

Los **trotamundos** [...] encontraran que existen numerosas guesthouses muy baratas (GG: 39)

Tutte le guide preferiscono usare principalmente termini riconducibili alla figura del “viaggiatore” e non del “turista”; soltanto le guide francese e inglese inseriscono nel loro elaborato il termine “turista”. Viene astutamente utilizzato il termine “visitatore” che racchiude tutte le caratteristiche del “viaggiatore-turista”, anche se è più assimilabile al “viaggiatore”. Sottolineiamo che la guida francese è l’unica ad utilizzare unicamente i due termini distinti, “turista” e “straniero”.

Alla luce di quanto sopra esposto, si ritiene che gli autori francesi e inglesi siano più predisposti a rivolgersi ad un pubblico di turisti, considerando con tale termine coloro che viaggiano per svago, con soggiorni solitamente brevi e con limitata interazione culturale locale. Ne deriva pertanto che italiani e spagnoli siano più propensi a rivolgersi ai viaggiatori, ovvero coloro che hanno maggiore interesse ad immergersi nella cultura locale e ad interagire con la popolazione e hanno a disposizione tempi sicuramente più lunghi per approfondire la conoscenza del luogo.

Il termine “straniero”, infatti aggettivo che indica l’appartenenza ad “altri paesi, di altre nazioni”³⁹, viene utilizzato dalla guida italiana e spagnola, mentre invece non viene menzionato dalla Lonely Planet. Nella guida francese, “étranger” si trova all’interno delle parentesi, ad indicare la spiegazione della parola citata prima, ovvero “farang”, che trova la sua analisi nel primo capitolo di questo elaborato.

Esclusiva della guida spagnola, abbiamo l’espressione “giramondo”, da definizione “chi va girando il mondo senza una meta fissa e senza uno scopo determinato”⁴⁰, avvalorando quanto riferito nel capitolo due, in cui veniva descritto il linguaggio spagnolo come divertente e leggero.

³⁹ Definizione tratta dall’enciclopedia Treccani online

⁴⁰ Definizione tratta dall’enciclopedia Treccani online

Per delineare le caratteristiche e i particolari della Thailandia, vengono scelti degli aggettivi, attributi, avverbi dai cui traspaiono delle impressioni, delle idee e delle valutazioni nelle descrizioni che si ripetono, con lo scopo di pubblicizzare la destinazione e allettare un potenziale turista. L'arte della comunicazione prevede tra le sue armi l'emozione con il fine persuasivo, infatti, spesso le decisioni vengono condizionate dalle reazioni procurate da queste (Palazzi Maria Cristina, 2011).

Ecco degli esempi che riportano l'idea di Thailandia adatta ad ogni occasione.

Bangkok è un mosaico di esperienze (GT: 27)

la Thailandia [...] una terra ricca di contrasti e sfumature che promette avventure indimenticabili a ogni viaggiatore. (GT: 7)

Il y a plusieurs Thaïlande (GR: 11)

intertwined are ample opportunities (GL: 6)

es un destino ideal para el visitante más variopinto (GG:15)

Nella GT l'autore utilizzando la metafora del mosaico che suscita l'idea di una località variopinta e ricca di sfaccettature. Si riconosce anche una similitudine associando la città ad un mosaico per evidenziarne la molteplicità delle esperienze.

In GR si ha una frase impersonale con l'impiego di un articolo indefinito plurale per riferirsi, in maniera figurata, alla presenza di "più Thailandie", ovvero la possibilità di più esperienze in Thailandia. La ripetizione è la caratteristica che evidenzia come venga enfatizzata la diversità all'interno del paese.

Nel caso di GL la frase è costruita in modo passivo e viene utilizzato l'aggettivo "ampie" relazionato alle opportunità di chi intraprende un viaggio in Thailandia.

Infine, in GG è presente un aggettivo comparativo accostato all'aggettivo qualificativo *variopinto*, che assume un ruolo metalinguistico in quanto si riferisce alla personalità del visitatore e per transazione anche la Thailandia viene identificata come variopinta.

Infine, per la Thailandia si è trovata in alcune guide l'espressione "terra dei sorrisi":

La Thailandia è conosciuta come la "terra dei sorrisi" (GT: 19)

folletos turísticos que definen [...] a Tailandia como "la tierra de la sonrisa" (GG: 15)

Questa perifrasi, in cui l'aggettivo "sorridente" è sostituito da un breve e poetica descrizione, mediante l'uso figurato del linguaggio, rende più accattivante l'immagine del paese, sottolineando la gentilezza e l'ospitalità del popolo attraverso il simbolo del sorriso.

In conclusione, si evidenzia la presenza di stereotipi che, attraverso la loro rappresentazione, contribuiscono a plasmare l'immagine nella nostra mente di un paese caleidoscopico, ricco di sfaccettature culturali e adatto a qualsiasi tipo di viaggiatore. Tali stereotipi, svolgono un ruolo significativo nella formazione delle aspettative e delle percezioni dei potenziali visitatori, influenzando il modo in cui il paese è recepito e interpretato. La Thailandia pertanto è descritta come un luogo dalle molteplici potenzialità, abitato da una popolazione gentile ed ospitale, ricco di colori e con ampie possibilità di esperienze positive.

3.2 La diversità: destreggiarsi nella cultura thailandese

La cultura thailandese è ricca di tradizioni, costumi e valori che riflettono la sua storia e identità uniche. Tra le specificità della cultura thailandese ricordiamo il Buddismo Theravada con i suoi molteplici monasteri buddisti spesso presenti in ogni angolo delle città e le severe regole per poterci entrare; la monarchia costituzionale e l'enorme rispetto che bisogna portare alla famiglia reale; il saluto tipico thailandese, chiamato "wai", caratterizzato da un inchino a mani

giunte; infine, la vasta proposta culinaria thailandese con le sue ricette ricche di erbe fresche e spezie.

La diversità culturale è un aspetto imprescindibile, a cui le guide danno particolare importanza, soprattutto in riferimento al rispetto che bisogna mantenere quando si entra in contatto con una cultura diversa dalla propria.

La guida italiana di Paolo Piuma riporta:

Navigare in una nuova cultura può essere complicato, ma ricorda che l'obbiettivo principale è quello di mostrare rispetto e considerazione per le persone che incontri e per la loro cultura. Con questa mentalità, sarai ben accetto e apprezzato dai locali. (GT: 20)

Questa citazione inizia con il verbo “navigare” accostato insolitamente alla cultura, che riporta, per definizione, al verbo “barcamenarsi”; quest'ultimo significa “destreggiarsi a proprio vantaggio, condursi abilmente senza prendere posizioni decise e responsabili, in modo da scansare [...] danni o pericoli⁴¹”. In questo senso, la scelta del verbo con il fine ultimo di “destreggiarsi” potrebbe risultare manipolatorio o immorale, per avvantaggiarsi egoisticamente delle diversità culturali, senza rispettare la cultura, in questo caso, thailandese.

Il termine impiegato però, potrebbe essere interpretato anche tramite un'accezione positiva, il cui obiettivo è quello di stimolare il lettore alla scoperta di una nuova cultura.

Nelle guide abbiamo trovato le frasi esemplificative delle peculiarità culturali thailandesi sopra riportate. Di seguito:

Quando visiti i templi [...] le spalle e le ginocchia dovrebbero essere coperte, e in alcuni templi potrebbe essere richiesto di rimuovere le scarpe. (GT: 19)

il faut enlever ses chaussures et, lorsqu'on s'assied, s'arranger pour ne pas mettre ses pieds face au Bouddha: c'est sacrilège (GR: 626)

⁴¹ Definizione tratta dall'enciclopedia Treccani online

Para entrar a la capilla que todos los templos tienen reservada a Buda hay que descalzarse (GG: 84)

Nell'esempio di GT, ci si rivolge direttamente al lettore, in maniera amichevole, dandogli del tu. Il verbo volutamente usato al condizionale per ben due volte suona come un consiglio, un invito e non come un'indicazione tassativa. Si sottolinea la possibilità di doversi togliere le scarpe non dandola per scontata.

Nell'esempio di GR, il verbo è coniugato alla terza persona singolare, non riferito direttamente al lettore ma indica chiaramente un obbligo al quale non ci si può sottrarre. Il riferimento al sacrilegio, infatti, ha lo scopo di incutere timore.

Nell'esempio di GG, il verbo è all'infinito e appartenente alla tipica costruzione spagnola corrispondente ad una necessità, l'invito a togliersi le scarpe è evidente ma non così rigido.

Per quanto riguarda il rispetto della monarchia riportato dalle varie guide troviamo:

il rispetto per la monarchia è molto importante in Thailandia. È considerato estremamente offensivo criticare il re o qualsiasi membro della famiglia reale.
(GT: 19)

le roi et la famille royale : ils sont très respectés (GR : 626)

The monarchy and religion [...] are treated with extreme deference in Thailand.
Thais avoid criticising or disparaging the royal family for fear of offending someone [...]. (GL: 752)

Los tailandeses son respetuosos con el rey y la Corona. (GG: 83)

Analizzando la guida italiana si evidenzia che la frase, assolutamente impersonale, sembra quasi un precetto: viene sottolineata l'autorità reale e la critica nei confronti del re e della sua famiglia

è vista quasi come un oltraggio. E' implicito il consiglio a non contravvenire alla direttiva. Nel suo complesso la locuzione assume un tono serio, quasi solenne.

La forma sintetica dell'espressione nella guida francese appare piuttosto distaccata. L'autore precisa che i reali sono molto rispettati dai thailandesi ma non invita espressamente il lettore a fare altrettanto anche se è sottinteso.

L'autore inglese unisce l'aspetto politico e quello religioso ed evidenzia come entrambe le autorità godano del massimo rispetto da parte dei locali. Si accenna alla possibilità di offendere qualcuno anche solo con una critica, quasi ad accentuare la delicatezza dell'argomento. L'intervento è garbato ma efficace.

Frase concisa e circoscritta al popolo Tai per la guida spagnola. Non vi sono esortazioni a seguire le tradizioni locali, l'asserzione esprime un dato di fatto e non lascia spazio ad ulteriori interpretazioni.

Passando ora all'analisi del saluto tipico thailandese, riportiamo gli esempi tratti dalle guide:

anche se come straniero non sei obbligato a fare il wai⁴², sarà molto apprezzato e sarà un segno del tuo rispetto per la cultura locale. (GT: 19)

le salut traditionnel est le wai, c'est-à-dire les 2 mains jointes, avec une légère inclination du buste... (GR : 626)

la forma tradicional de saludo en Tailandia es el wai, que consiste en juntar las manos a la altura del pecho, como si se estuviera rezando, e inclinar levemente la cabeza. (GG: 84)

the traditional Thai greeting, known as wai, is made with a prayer-like, palms-together gesture. (GL: 752)

La guida italiana, che si rivolge al lettore con l'amichevole "tu", premette che non è obbligatorio modificare il proprio tradizionale saluto per adeguarsi alla terra in cui ci si trova, tuttavia

⁴² Il "wai" è il saluto tradizionale thailandese, composto da un leggero inchino con le mani unite in preghiera vicine al petto. È un saluto utilizzato in maniera rispettosa, per salutare qualcuno, ringraziare o chiedere scusa. (Piuma, 2023)

suggerisce di imitarne la forma per poter essere apprezzati dai locali che interpreterebbero il gesto come una sorta di rispettoso riconoscimento della loro cultura.

La guida francese si limita a descrivere sinteticamente la postura fisica del saluto tradizionale thailandese senza suggerirne l'imitazione.

Gli spagnoli seguono l'esempio dei francesi, indicando con maggiore precisione le corrette sequenze dei movimenti, tuttavia si coglie un velato invito ad emulare il gesto che trova la sua equivalenza nel congiungere le mani come quando gli spagnoli pregano.

Per la guida inglese la descrizione del gesto è paragonato al congiungere le mani per la preghiera, viene ignorata la postura del capo e non vi sono inviti a imitarne l'esecuzione.

Infine, vediamo come le guide introducono la cucina thailandese nelle guide:

Una visita in Thailandia non sarebbe completa senza tuffarsi nella sua affascinante e variegata cucina. I sapori della cucina thailandese, spesso descritta come un equilibrio tra dolce, salato, aspro e piccante, sono in grado di stuzzicare ed eccitare le papille gustative in modi inaspettati. (GT: 20)

Aigüisez vos papilles, ami routard, et laissez-vous envahir par ces nouvelles saveurs, ces parfums inconnus, cette richesse enivrante de la cuisine thailandaise. (GR : 592)

Incendiary curries, oodles of noodles, fresh seafood and tropical fruit you've been dreaming about – Thailand has it all. (GL: 43)

la gastronomía tailandesa cuenta con una merecida fama, aunque sólo fuera por la variedad de platos que la componen. (GG: 42)

Lo stile impersonale della frase della guida italiana assume una forma convincente grazie all'utilizzo di molteplici epiteti attraenti; l'autore afferma che non si può compiere un viaggio in Thailandia senza gustarne i sapori, invoglia sia gli amanti del dolce, sia coloro che prediligono il salato oppure l'aspro o il piccante, esprimendo il concetto che è possibile trovare,

qui, qualsiasi varietà di cibo. Infine accende astutamente la curiosità dell'ospite dichiarando che alcuni sapori sono addirittura imprevedibili.

Rivolgendosi amichevolmente ai lettori, l'autore francese esordisce con un affabile invito a stuzzicare le papille gustative, introducendo la locuzione "ami routard" che richiama simpaticamente alla mente l'appellativo della guida francese ma anche l'immagine del giovane viaggiatore armato di zaino e desideroso di provare nuove esperienze (logo della stessa guida Routard). Seguono alcuni seducenti inviti a provare sapori e profumi inebrianti della cucina thai con il chiaro intento di convincere il lettore a provarla.

L'autore della guida inglese elenca i principali cibi thailandesi accostando ad ognuno l'aggettivo che più lo caratterizza, non viene fatto nessun riferimento al visitatore o ai suoi gusti, viene dato per scontato che la frutta è da sogno e che in Thailandia si può trovare un menù caratterizzato da sapori speziati, ampie varietà di noodles, pesce fresco e frutta. Il messaggio è seducente ma piuttosto limitato a 4 sole tipologie di cibo.

La guida spagnola utilizza un solo aggettivo per invogliare alla cucina thailandese ed è riferito all'assortimento dei piatti. Non vengono esaltati i sapori o i profumi ma unicamente la meritata fama per la molteplicità degli ingredienti. Il discorso è breve ed esposto in forma impersonale.

In definitiva, le nostre guide enfatizzano l'importanza della comprensione e dell'avvicinamento culturale alle abitudini e alle tradizioni differenti da quelle dei nostri paesi di origine. Tale enfasi mette in luce la distinzione tra un approccio, quasi negativo, di destreggiarsi in una cultura diversa dalla propria e l'importanza di immergersi attivamente nei costumi e nelle usanze di un altro popolo, in questo caso, quello thailandese, con l'obiettivo di dividerle.

3.3 L'alterità

In ambito turistico il termine ha un'unica valenza che richiama la sostanziale differenza tra le culture e ne delinea l'unicità di alcuni aspetti che diventano esclusivi ed introvabili altrove.

L'esperienza dello scrittore (o lettore) nel comprendere la realtà straniera è filtrata attraverso le rappresentazioni immaginarie presenti nella sua società di appartenenza. La chiave per valutare la profondità di questa interazione, secondo Annabelle Seoane (2013), risiede nell'esame dell'immaginario sociale connesso alla figura dello straniero nella letteratura. Questo processo analitico è essenziale per determinare se l'autore ha perpetuato o criticato consapevolmente tali rappresentazioni.

Nel contesto specifico delle guide turistiche, il linguaggio utilizzato riflette un'immagine sociale che si sviluppa attraverso l'interazione tra rappresentazioni collettive e individuali. In questo processo, il discorso assume una dimensione creativa, dando origine a un'immagine nuova e distinta (Annabelle Seoane, 2013).

L'alterità emerge attraverso informazioni su costumi, manifestazioni e luoghi che potrebbero differire considerevolmente da quelli del lettore (o scrittore), per esempio la casa degli spiriti, la suddivisione dell'orario in fasce da 6 ore e il Festival del Songkran.

Le guide riescono a stabilire un legame neutro di alterità "tra uomo e uomo, tra il visitatore e il visitato", di esseri umani che riescono allo stesso tempo ad essere simili e diversi, anche perché nel mondo della globalizzazione "chacun est à son tour indigène devant le regard de touristes étonnés ou indifférents." (Claude Reichler, 2019)

Nelle guide vengono spiegate delle credenze, delle abitudini caratteristiche e specificità del paese, in ordine citiamo:

Cuando se construye una vivienda, a su lado se levanta una casa de los espíritus
(GG: 86)

Many homes [...] in Thailand have an associated 'spirit house' (GL: 732)

À côté de la plupart des habitations se dresse une sorte de petite pagode colorée
[...] abrite l'esprit protecteur de la maison (GR: 625)

L'unicità della tradizionale casa degli spiriti viene semplificata nel testo spagnolo descrivendola come un normale elemento aggiuntivo di un'abitazione, con il chiaro intento di evidenziare

quanto sia ormai scontata la costruzione di questa struttura accanto all'abitazione principale. La frase non esprime considerazioni ma descrive con estrema semplicità un fatto quotidiano senza sottolinearne la particolarità

La guida inglese riporta il concetto indicando che molte case (quindi non tutte), dispongono di una casa degli spiriti, inserendo l'espressione tra le virgolette, segno inequivocabile che caratterizza la particolarità del fatto. Tuttavia non si evidenzia nessun aggettivo che descriva il fenomeno, permane una sensazione di assoluta normalità

La guida francese, pur mantenendo anch'essa una forma espositiva impersonale, descrive con maggiori particolari la costruzione, dando indicazioni sulla forma (una piccola pagoda) e sulla tinteggiatura (colorata). Motiva la presenza della casa in quanto dimora degli spiriti che offrono protezione alla famiglia che li ospita.

Una specificità della guida francese è che cita la suddivisione dell'orario in fasce di 6 ore, tipica della Thailandia:

[...] plutôt que de diviser le jour en 2 périodes de 12h, les Thaïs le découpent en 4 phases de 6h (GR: 70)

Altro elemento di alterità descritto nella guida francese è la singolare suddivisione delle 24 ore in 4 fasce da 6 ore ognuna identificate in mattino, pomeriggio, sera e notte. La prima ora della prima fascia corrisponde alle nostre ore 7 di mattina, pertanto, se un thailandese ci chiede un appuntamento alle 5 del mattino, in realtà vuole incontrarci alle 11 antimeridiane.

Per quanto riguarda alcune festività tipiche della Thailandia, ricordiamo:

Il Festival del Songkran [...] si svolge in aprile e vede persone di tutte le età prendere parte a massicce battaglie d'acqua nelle strade. (GT: 48)

Songkran (12 au 15 avril): Nouvel An bouddhique. Traditionnellement, les Thaïs versent un peu d'eau parfumée sur les mains de leurs aînés, en signe de respect. [...] la fête se transforme rapidement en de grandes batailles aquatiques [...] (GR : 71)

Thailand's traditional new year (13-15 April) begins as a respectful affair then degenerates into a water war. (GL: 30)

Songkran. Año nuevo tailandés. La fiesta mas importante, celebrada en todo el país. Es el comienzo del Nuevo Año lunar. La gente se echa baldes de agua unos a otros. (GG: 99)

Il testo italiano evidenzia, con forma impersonale, l'essenza della festa indicandone i 3 elementi essenziali: il periodo (aprile), la tipologia dei partecipanti (persone di tutte le età) e lo svolgimento (battaglie d'acqua). Il messaggio è schematico e breve e non si scorgono evidenti inviti a partecipare alla festa.

Nella guida francese le informazioni sono più dettagliate, infatti si specifica il periodo (13/15 aprile) e la motivazione (capodanno buddista). Viene descritta la delicatezza il gesto di bagnare di acqua profumata le mani degli anziani in segno di rispetto e subito dopo la trasformazione del rito in una battaglia d'acqua.

Si coglie il tono ironico della guida inglese che presenta la festa del capodanno asiatico con un incipit riverente che degenera successivamente in una chiassosa battaglia di acqua.

Nella guida spagnola ritroviamo un tono descrittivo. Si descrive la festa come la più importante del Paese e vi è un accenno astronomico/astrologico (nuovo anno lunare, che coincide con il passaggio del sole dal segno dei pesci a quello dell'ariete). Si ribadisce l'immagine delle battaglie con l'acqua.

Si specifica che l'utilizzo dell'acqua trova il suo significato nel fatto che il Songkran è conosciuto come la festa della purificazione fisica e spirituale e l'acqua è l'elemento di purificazione rituale per eccellenza.

In conclusione, l'esposizione neutrale delle guide rispetto alla presentazione di usanze molto diverse dalle nostre ci induce all'accettazione dei costumi altrui incondizionatamente, abbandonando così la necessità di comprendere o adeguarsi.

3.4 Il paragone

Un elemento di notevole rilevanza che si manifesta nel corso del viaggio proposto dalla guida turistica è rappresentato dal paragone, una figura retorica che consente di esplorare gli aspetti comuni e le differenze, creando dei legami, tra la cultura dell'autore e quella della destinazione presa in esame. Si delinea così un quadro di confronto che contribuisce ad arricchire la comprensione del lettore, offrendo uno sguardo approfondito sulla ricchezza e la complessità degli scambi culturali. A questo proposito Todorov definisce il paragone come segue:

Simple prolongement de la description, la comparaison 'rapproche divers objets pour mieux évoquer l'un d'eux' ou 'rapproche deux phénomènes distincts' (T. Todorov)⁴³

Il paragone crea legami che talvolta si trasformano in connessioni privilegiate, se non addirittura esclusive, tra chi compara e ciò che viene comparato (Mariagrazia Margarito, 2000).

Le guide turistiche utilizzano la figura retorica del paragone per rendere le descrizioni più chiare, coinvolgenti ed emotive. I paragoni creano immagini mentali vivide, stimolano l'interesse emotivo e aiutano a differenziare luoghi simili. L'obiettivo è attirare l'attenzione dei lettori e guidarli nella scelta delle destinazioni turistiche.

Ecco riportati alcuni casi di paragone all'interno delle guide:

algunas cosas son más caras que en España, como por ejemplo [...] el café expreso en cualquier bar o cafetería [...] (GG: 24)

⁴³ Citato da Mariagrazia Margarito (2000:29) in "Analyse de textes touristiques".

El precio de los billetes aéreos en general es bajo en comparación con los españoles (GG: 49)

ce qui concerne le matériel photo [...] n'est pas moins cher qu'en Europe (GR:80)

Possiamo vedere delle comparazioni tra Thailandia e Spagna e tra Thailandia e Europa. Nel primo caso, si fa riferimento al maggior costo delle consumazioni al bar, espresse con un comparativo di maggioranza rispetto alla Spagna. Il secondo caso è molto simile ma viene espresso con “in comparazione” direttamente riferito al prezzo dei biglietti, sempre a voler intendere un comparativo, questa volta di minoranza. Il caso francese è costruito in maniera più complessa, utilizzando una costruzione di negazione che conferma un'affermazione, affermando la negazione “non è più economico”, quindi intendendo che, in questo caso il prezzo del materiale fotografico, è svantaggioso.

Questi esempi riguardano aspetti meramente economici ma nella loro semplicità lessicale ci aiutano ad entrare nella tematica del paragone. I successivi esempi ci conducono ad una comprensione del paragone che è meno esplicita e più strettamente correlata all'intento dell'autore nel comunicarcelo.

[...] on trouve sans problème des coffee shops proposant cappuccinos et autre latte, comme chez nous (GR: 591)

È decisamente molto interessante l'espressione usata nella guida francese per esprimere il concetto che anche in Thailandia vi sono bar che vendono cappuccini proprio come da noi. L'autore si propone come un *farang* occidentale che rassicura i connazionali sugli elementi comuni che connettono le due civiltà, così anche un semplice cappuccino può diventare una connessione tra culture. Il “comme chez nous” sta ad indicare che qualcosa avviene nella stessa maniera del luogo o della società appartenente a chi parla o scrive, a migliaia di chilometri di distanza e in un contesto assolutamente diverso. Spesso le distanze si accorciano e le differenze sociali svaniscono anche grazie alla semplicità di un cappuccino che, se bevuto in un bistrò parigino o in un caffè thailandese, può diventare il simbolo di una continua evoluzione sociale.

Abbiamo riportato un ulteriore caso:

La plupart des plats sont épicés, parfois beaucoup pour nos papilles occidentales
(GR: 592)

La comida tailandesa es sabrosa, pero con algunos matices que pueden resultar
extraños a nuestro paladar. (GG: 42)

La GR esprime in questo trafiletto un simpatico concetto destinato ad evidenziare la diversità della sensazione del gusto tra le due culture. L'abitudine ai quotidiani piatti speziati e piccanti ha assuefatto il palato degli orientali che considerano questo il loro cibo caratteristico. L'autore sottolinea la differenza con il gusto del *farang*, abituato a sapori più delicati.

La teoria sopra citata viene affermata anche nella guida spagnola, quasi a voler asserire che il palato degli occidentali sia diverso da quello degli orientali. In realtà l'unica differenza è data dall'abitudine a cibarsi di pietanze cucinate con ingredienti diversi.

Anche il cibo è uno specchio che riflette la differenza tra culture diverse e una spezia, a volte, può fare la differenza.

3.5 L'euforia

Per descrivere i paesaggi, le esperienze, le città, i cibi e tutto ciò che conferisce un'identità unica ad una destinazione, gli autori delle guide attingono ad una vasta gamma di aggettivi valutativi o affettivi (Devilla, 2013).

All'interno delle guide, tale euforia emerge attraverso una predilezione per l'impiego dei superlativi, che possono essere assoluti quando sono sostenuti dalla costruzione "il più + aggettivo", oppure relativi, con la costruzione "uno dei più + aggettivo" (Devilla, 2013). Questo artificio linguistico contribuisce a mantenere un legame concreto con la realtà del luogo, donando ai lettori una visione ottimistica e idealistica delle meraviglie che li attendono.

Di seguito alcuni esempi di paragoni che contengono i superlativi:

Y siendo [...] el país más avanzado de la región, Tailandia ofrece unas facilidades para el viaje [...] (GG: 15)

La GG esprime estrema positività nell'utilizzare l'espressione "il paese più avanzato della regione", il concetto è esposto in forma impersonale e suona quasi come uno slogan pubblicitario.

Di seguito invece alcuni esempi di superlativo relativo:

Thailand's islands and beaches are among the most popular destinations in Southeast Asia (GL: 57)

Il festival del Songkran è una delle celebrazioni più famose e amate in tutto il paese (GT: 48)

L'entusiasmo della guida inglese è concentrato sulle isole e spiagge thailandesi, descritte come le mete più popolari della zona. L'affermazione suscita nel lettore il desiderio di scoprire la motivazione di questa popolarità e insinua il desiderio di fare parte di coloro che le hanno conosciute, quasi come se fosse una mancanza non esservi ancora stati.

L'uso del superlativo relativo nella guida italiana cattura l'attenzione sulla manifestazione del Songkran che non solo è nota ovunque ma è anche una fra le più amate. L'euforia ha sempre lo scopo di convincere il lettore a provare l'esperienza.

Successivamente vengono introdotti i paragoni arricchiti da una vasta gamma di aggettivi, selezionati per rendere il soggetto al quale si riferiscono il più accattivante e attrattivo possibile:

Chatuchack Market est l'un des plus grands marchés de Bangkok (GR: 13)

Il cibo di strada a Bangkok è un'esperienza imprescindibile, un vortice di profumi, sapori e colori che ti avvolgeranno in un turbinio di sensazioni culinarie. (GT: 29)

Bangkok [...] formidable kaléidoscope de tonalité, de bruits et d'odeurs (GR: 96)

Shopping sprees at Thai markets are thrilling. The experience can be exhilarating and atmospheric (GL: 20)

(Tailandia) Exótica, dotada de espectaculares playas [...] hermosos parajes de montaña (GG: 15)

Le descrizioni riportate sono colme di vocaboli straordinari e riconducibili ai molteplici aspetti che esaltano l'animo umano. Si parla di esperienze imprescindibili, di vortici, turbini, sensazioni, caleidoscopiche tonalità, suggestioni e spettacolarità di ogni genere. L'utilizzo esagerato di aggettivi ricercati e di superlativi contribuiscono a creare un modello di vacanza idealizzato e ottimistico, incanalando il desiderio del lettore verso le mete proposte.

Le parole ammaliano tutti i sensi dell'uomo e hanno il chiaro scopo di creare emozioni che giocano un ruolo fondamentale nell'ambito della comunicazione in quanto sono un'arma di persuasione molto efficace. Una proposta turistica ha il triplice scopo di far conoscere la meta proposta, di renderla attrattiva agli occhi del turista e soprattutto di emozionare emotivamente.

Sebbene l'emozione non abbia elementi razionali ha comunque un ruolo fondamentale nelle nostre scelte poiché scatena impulsi che condizionano i nostri desideri e quindi le nostre decisioni. Croci⁴⁴ infatti sostiene che "i consumatori moderni non si domandano più cosa vorrei possedere che ancora non ho, ma cosa voglio provare che non ho ancora provato." (Palazzi Maria Cristina, 2011: 29)

Anche le guide esaminate hanno lo scopo di suscitare emozioni, tramite il linguaggio, le immagini, i colori, l'utilizzo di alcune forme verbali capaci di far percepire particolari atmosfere o sensazioni.

⁴⁴ Citato da Maria Cristina Palazzi (2011) in "Il discorso turistico e la traduzione degli effetti patologici".

3.6 *La disforia*

Gli autori delle guide tendono a presentare la destinazione prediligendo aggettivi positivi ma si lascia spazio anche ad aspetti disforici, che possono riguardare l'inquinamento, il traffico, la sicurezza, le truffe e i problemi.

Procediamo ad illustrare alcuni esempi significativi che chiariranno la tematica in discussione. Iniziamo con un paio di esempi sul sovraffollamento turistico, che “produit des envahissements plus que des échanges” (Claude Reichler, 2019).

Malheureusement, l'afflux touristique et le mercantilisme qui parfois en découle ont pu dénaturer, par endroits, l'amabilité des Thaïlandais [...] (GR: 11)

Parts of the country are already suffering adversely from high visitor volumes, with tourist infrastructure stretched to the limit. (GL: 752)

Por desgracia, buena parte de estos parques están sufriendo una gran explotación turística (GG: 69)

Nel primo esempio possiamo notare come vengano associate conseguenze sfavorevoli all'afflusso turistico e il mercantilismo conseguente. Nel secondo esempio si evidenzia come la conseguenza del fenomeno porti le infrastrutture turistiche al loro limite.

Altre vittime del sovraffollamento turistico sono i parchi naturali, come spiegato nell'ultimo esempio.

Altre conseguenze del turismo eccessivo, sono riportate negli esempi che seguono:

(l'afflux touristique) avoir d'autres conséquences néfastes: bandes côtières dégradées, transformation des sites privilégiés en ghettos à touristes, îles surpeuplées, etc. (GR: 11)

(cause of overtourism) on small but busy islands, where maintaining adequate fresh water supplies and disposing of waste is an increasing struggle (GL : 753)

(explotación turística), provoca una degradación masiva de sus contornos, como sucede en lugares como Ko Samet o Ko Phi Phi (GG: 69)

Le tre asserzioni sono accumulabili: gli autori non si rivolgono direttamente al lettore ma mantengono la costruzione impersonale. Notiamo la comune accusa ai risvolti meno felici del massiccio afflusso turistico che ha portato al degrado di zone originariamente incontaminate. In questo caso il *farang* ha contribuito, per sua stessa ammissione, a rovinare un prezioso patrimonio naturale.

In sintesi, le nostre guide forniscono una visione della destinazione, soffermandosi anche sugli aspetti negativi che potrebbero alterare l'esperienza dei viaggiatori preparandoli ad affrontare l'esperienza in modo informato e responsabile.

Una nota finale sulla sicurezza: Bangkok è una città sicura ma [...] è sempre importante [...] rispettare le norme (GT: 29)

Tuttavia, fai attenzione agli scam: acquista solo da rivenditori affidabili e non esitare a negoziare il prezzo (GT:32)

Cerca di minimizzare la quantità di denaro contante e di carte di credito che porti con te, e utilizza una cintura per soldi o un marsupio per tenere al sicuro i tuoi oggetti di valore. (GT: 78)

Evita di mostrare in pubblico oggetti di valore come gioielli, macchine fotografiche o smartphone [...] (GT: 78)

La guida italiana fornisce ai lettori una serie di ammonimenti finalizzati a proteggere il turista da eventuali contrattempi quali furti o raggiri. In questo caso il *farang* sembra assumere il ruolo della potenziale vittima, forse un po' sprovveduta, mentre i thailandesi sembrano quasi avvezzi ad approfittarsi dei turisti. L'immagine che ne deriva, per entrambi, non è lusinghiera.

Particolare rilievo viene dato alla possibilità di raggiri in denaro, l'invito a "negoziare il prezzo" indica la facilità con cui i commercianti thailandesi tentano di estorcere una quantità di denaro superiore all'effettivo prezzo della merce; l'invito a nascondere gli oggetti di valore conferma, nuovamente, che l'uomo occidentale, il *farang*, è considerato ricco e possidente di oggetti di valore che, esibiti con troppa facilità, suscitano la bramosia di possesso da parte dei thailandesi meno fortunati economicamente.

In alcune guide vengono evidenziati gli eventuali problemi legati alla burocrazia relativa ai visti e alle formalità per la permanenza sul territorio thailandese e alle eventuali emergenze, con le indicazioni relative. Ecco degli esempi:

If you overstay your visa, the usual penalty is a fine of 500 Bath per day, with 20.000 Bath limit. (GL: 764)

Si se sobrepasa el tiempo concedido de estancia en el país, al abandonarlo hay que pagar una multa [...] (GG: 22)

Nel primo esempio l'autore si rivolge direttamente al lettore, tramite l'uso della seconda persona singolare e l'uso dell'imperativo. Nel caso di GG invece la costruzione della frase è impersonale. Il tono della guida italiana è bonario, vengono utilizzate le parole rassicuranti e i problemi sembrano facilmente risolvibili.

In conclusione, in questo capitolo, abbiamo potuto verificare come le guide risultano essere abbastanza allineate, ad eccezione della guida italiana di Paolo Piuma, ed utilizzare strutture e schemi di presentazione molto simili tra di loro, presentando più o meno gli stessi argomenti, cambiando solo il modo di rivolgersi al lettore a seconda della situazione analizzata.

3.6.1 Le truffe

In tutte le guide è presente un accenno o un paragrafo sulle truffe, sui borseggiatori o sulle zone pericolose della Thailandia. Di seguito alcune frasi che vengono utilizzate da ciascuna guida:

Sebbene la Thailandia sia generalmente considerata una destinazione sicura per i viaggiatori, vale la pena prendere in considerazione alcuni consigli per garantire la tua sicurezza personale. (GT: 52)

Les pickpockets et les agresseurs existent comme dans tous les pays dits "touristiques" (GR: 66)

Thais can be so friendly and laid-back that some visitors are lulled into a false sense of security, making them vulnerable to scams of all kinds. (GL: 761)

Tailandia es un país bastante seguro y, por ejemplo, grandes urbes como Bangkok sufren una tasa de delincuencia urbana bastante inferior [...] con muchos menos robos, tirones de bolsos, etcétera, a turistas (GG: 29)

Dopo una premessa positiva, la guida italiana ricorda che è opportuno osservare alcune regole per salvaguardarsi. L'uso della seconda persona singolare ha la valenza di un consiglio amichevole ma la frase, piuttosto generica suona un po' sinistra.

La formula impersonale della guida francese liquida il problema con una frase sintetica ed efficace, senza muovere accuse ad alcun gruppo di persone.

Nella guida inglese si nota un chiaro intento a rimarcare la differenza tra le due popolazioni: il popolo Thai è così pacato ed amichevole che il *farang* ne rimane conquistato, tanto da diventare indifeso e passibile di qualsiasi truffa. Nell'esempio si evidenzia dapprima la dolcezza che cela l'inganno e successivamente l'ingenuità che sconfina nella stoltezza.

Obiettivo e diretto è il pensiero spagnolo. Non si parla di atteggiamenti personali ma di un fenomeno, quello della criminalità, che è comunque sotto controllo, soprattutto nelle grandi città. Il problema viene affrontato in maniera oggettiva, senza emotività.

Le guide mettono in guardia il lettore delle possibili situazioni in cui si può subire una truffa. Ecco alcuni esempi:

i taxi [...] Sono generalmente economici, ma assicurati che il tassista accenda il tassametro prima di partire. (GT: 28)

les tuk-tuk, mais ceux-ci ont tendance à prendre les touristes pour des vaches à lait. (GR: 97)

Il fenomeno dei tassisti che evitano l'accensione del tassametro per spillare danaro al turista ignaro è diffuso in tutto il mondo. L'autore si riferisce al lettore in maniera informale usando la seconda persona singolare per ricordargli di prestare attenzione.

Molto più interessante è l'espressione francese che si riferisce in maniera distaccata al turista, sostenendo che i conducenti di tuk-tuk lo considerano come un malcapitato a cui estorcere più denaro possibile. La colorita metafora avvalorata la teoria che il *farang*, per quanto ben accolto nel suo ruolo di turista che porta ricchezza, è comunque considerato dai locali come un inetto facilmente abbindolabile. Un'idea trovata più volte e in tutte le guide analizzate e pertanto degno di menzione nell'analisi conclusiva dell'elaborato. In definitiva, l'inclusione di sezioni dedicate alle truffe riflette la responsabilità delle guide nel fornire informazioni pratiche e consigli utili, preparando i viaggiatori a destreggiarsi attraverso possibili situazioni rischiose durante il soggiorno.

In conclusione, in questo capitolo, abbiamo potuto verificare come le guide risultano essere abbastanza allineate, ad eccezione della guida italiana di Paolo Piuma, ed utilizzare strutture e schemi di presentazione molto simili tra di loro, presentando più o meno gli stessi argomenti, cambiando solo il modo di rivolgersi al lettore a seconda della situazione analizzata.

Conclusione

Il primo capitolo del mio elaborato analizza la figura del *farang*, termine diffuso in Thailandia per identificare lo straniero proveniente dall'occidente. Oltre ad un breve excursus storico della parola si è cercato di descriverne le varie sfumature di significato, considerando le cause e il contesto socioculturale del luogo in cui questa parola ha avuto origine. L'espressione ha una duplice valenza per i thailandesi che vedono l'occidentale come un modello da imitare, per benessere e prestigio, ma anche come uno sprovveduto da raggirare per il proprio tornaconto. In entrambi i casi il turista occidentale viene accolto favorevolmente, resta comunque a quest'ultimo il compito di distinguere l'atteggiamento dei locali nei suoi confronti. Ne deriva la profonda convinzione che è necessario avvicinarsi a questo popolo con educazione e con un sano desiderio di conoscenza della cultura locale, senza preconcetti, e che il rispetto è un elemento essenziale per favorire ed arricchire l'esperienza di un soggiorno in questo straordinario paese.

Il secondo capitolo è focalizzato sull'analisi di quattro guide turistiche sulla Thailandia redatte in lingua italiana, francese, inglese e spagnola. Partendo da una descrizione strutturale e visiva delle opere, si è cercato di individuarne lo stile di scrittura per categorizzarle in letterarie o pratiche, individuandone le caratteristiche peculiari e contestualizzando l'origine storica delle collane di appartenenza.

Il terzo capitolo si fonda sulla disamina comparata dei componenti lessicali degli scritti analizzati, identificando le espressioni basate sul discorso turistico distinto dal linguaggio comune. Poiché trattasi di un lessico studiato per attrarre il maggior numero di turisti, si sono evidenziate le espressioni che stimolano il desiderio del lettore ad intraprendere un viaggio quali lo stereotipo, la diversità, l'alterità, il paragone, l'euforia e la disforia ed anche le forme espressive informali, le esortazioni amichevoli e l'uso della seconda persona singolare, per citare alcuni esempi.

Le quattro guide analizzate riconoscono la presenza di problemi all'interno del Paese, come le truffe o le tematiche ambientali legate al sovraffollamento turistico, rimangono comunque concordi nel definire la Thailandia come la "terra dei sorrisi". In definitiva, sulla base dell'esperienza maturata durante il mio stage universitario, mi sento di condividere appieno questa affermazione che ha molteplici ragioni di essere e motiva l'unicità di questa terra. L'atto

del sorridere non è soltanto un gesto fisico ma diventa l'espressione del carattere della nazione che riflette l'armonia interiore dell'anima dei suoi abitanti.

La comunicazione ed il turismo sono un binomio imprescindibile. Il linguaggio delle guide turistiche scritte è pertanto l'unico vero compagno di viaggio che segue il turista verso la meta prescelta, anzi ne stimola la scelta. Non bisogna dimenticare che si tratta di testi scritti da occidentali per occidentali, pertanto, la descrizione della meta e le conseguenti analisi e considerazioni sono condotte secondo i canoni di questa cultura ed esprimono giudizi condizionati dall'etnia di appartenenza.

In ogni caso è comunque il turista che, in funzione delle proprie preferenze e disponibilità economiche, pianificherà il proprio viaggio, indipendentemente dalle indicazioni contenute nella guida, che funge da intermediario tra il lettore e il nuovo mondo da scoprire. Questi scritti hanno lo scopo di favorire l'interazione sociale, offrire una visione globale delle tradizioni, accompagnare il viaggiatore tra i mercati affollati e le spiagge assolate, le danze festose o le cerimonie solenni, fargli comprendere il contesto storico-culturale, entusiasmarlo con racconti affascinanti e fornirgli validi suggerimenti per evitare o risolvere eventuali inconvenienti durante il viaggio.

All'interno di queste narrazioni e interpretazioni, trapela infine il pensiero che i thailandesi hanno del *farang*. Dagli esempi analizzati, abbiamo potuto evincere come quest'ultimo venga considerato una persona ricca, ingenua e facilmente raggirabile, costretta a volte a sborsare una cifra maggiorata per l'ingresso in un museo rispetto a quella riservata ai locali. Occorre però fare una distinzione tra il turista che visita il paese per un periodo limitato, solitamente per svago o per beneficiare del mercato del sesso, e il viaggiatore che invece rimane per periodi più lunghi. In quest'ultimo caso, quando il periodo di visita non è più di qualche giorno o settimana, ma si inizia a vivere l'essenza di questo paese e delle persone che lo abitano, si esce da qualsiasi tipo di stereotipo o preconcetto che per natura o per sentito dire si potrebbero creare precedentemente e si entra in contatto con una cultura profonda, fatta di persone estremamente amabili e di esperienze che lasciano un segno indelebile dentro di sé. Questo è come descriverci il mio stage in Thailandia: indimenticabile.

Bibliografia

CALVI Maria Vittoria, 2006, *Lengua y comunicacion en el Espanol del turismo*, Madrid, Arco Libros.

CH AISIRI Phakhawadee, 2016, *Attitudes of Thais and Westerners in Khon Kaen towards farang: an intercultural communication analysis*, Bangkok, Thammasat University.

DEVANTHÉRY Ariane, REICHLER Claude, 2019, *Vaut le voyage? Histoire de guides*, Ginevra, Slatkine (ed.).

DEVILLA Lorenzo, 2013, “L’image de la Sardaigne dans les guides touristiques français et italiens”, *L’Analisi Linguistica E Letteraria*, Milano, Università Cattolica del Sacro Cuore, 21(1), pp. 57–70.

EIMER David, MAHAPATRA Anirban, MCCROHAN Daniel, BEWER Tim, HARDING Paul, HARRELL Ashley, HUSSAIN Tharik, KOHN Michael, POZZAN Olivia, WOOLSEY Barbara, 2021, *Lonely Planet : Thailand, Maribyrnong*, Lonely Planet (ed.)

GAROFALO Giovanni, 2012, “Escenario discursivo y significados implícitos en una guía ‘para los verdaderos viajeros’: el caso de la Guía Azul de Zaragoza”, *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 10, pp. 71-82.

GLOAGUEN Philippe, DUVAL Michel, 2021, *Le Routard : Thaïlande + plongées*, Vanves, Hacette Tourisme (ed.).

KERBRAT-ORECCHIONI Catherine, TRAVERSO Veronique, 2004, “Types d’interactions et genres de l’oral”, *Langage*, 153, Parigi, Armand Colin (ed.), pp. 41-42.

KITIARSA Pattana, 2010, "2. An Ambiguous Intimacy: Farang as Siamese Occidentalism" in HARRISON Rachel V., and JACKSON Peter A., *The Ambiguous Allure of the West: Traces of the Colonial in Thailand*, Ithaca, NY Cornell University Press, pp. 57-74.

LAPANUN Patcharin, 2013, “It’s Not Just About Money: Transnational Marriages of Isan Women”, *Journal of Mekong Societies*, 8(3), pp. 1–28.

LAPANUN Patcharin, 2018, “Masculinity, Marriage and Migration: Farang Migrant Men in Thailand”, *Asian Journal of Social Science*, 46(1/2), pp.111–131.

MARGARITO Mariagrazia, 2000, “La bella Italia des guides touristiques: quelques formes de stéréotypes” in MARGARITO Mariagrazia, *L'Italie en stéréotypes : Analyse de textes touristiques*, Parigi, L'Harmattan (ed.), pp. 9-36.

MARGARITO Mariagrazia, 2008, “Une valise pour bien voyager... avec les italianismes du français”, *Synergies Italie* n° 44, Torino, Gerflint (ed.), pp. 63-73.

MAZARRASA MOWINCKEL Luis, 2017, *Guía Azul: Tailandia*, Taragona, Gaesa (ed.)

PALAZZI Maria Cristina, 2011, “Le discours touristique et la traduction des effets pathémiques” in MARGARITO Mariagrazia, HÉDIARD Marie, CELOTTI Nadine, *La comunicazione turistica: Lingue, culture, istituzioni a confronto*, Torino, Libreria Cortina (ed.), pp 28-45.

PEROZZI Sara, 2015, *Guide turistiche. Da testi descrittivi a strumenti grafici per lo sviluppo del territorio*, tesi magistrale, Urbino, ISIA Urbino.

PIUMA Paolo 2023, *Thailandia*.

RIGAT Françoise, 2011, “Perméabilité du genre et variation culturelle : analyse contrastive de guides touristiques pour enfants français et italiens” in MARGARITO Mariagrazia, HEDIARD Marie, CELOTTI Nadine, *La communication touristique. Langues, cultures, institutions en face-à-face*, Torino, Libreria Cortina (ed.), pp. 211-238.

SANTULLI Francesca, ANTELMi Donatella, HELD Gudrun, 2009, *Pragmatica della comunicazione turistica*, Roma, Editori Riuniti University Press (ed.).

SANTULLI Francesca, 2018 “I tempi verbali come tratto distintivo: memoria e anticipazione nei generi del discorso turistico” in GÄRTIG Anne-Kathrin, BAUER Roland, HAINZ Matthias, *Pragmatica, discorso, comunicazione: saggi in omaggio a Gudrun Held per il suo 65esimo compleanno*, Vienna, Praesens Verlag (ed.), pp. 174-185.

SEOANE Annabelle, 2013, “Les guides touristiques : vers de nouvelles pratiques discursives de contamination”, *Mondes du Tourisme*, 8, pp. 33-43.

SEOANE Annabelle, 2013, *Les mécanisme énonciatifs dans les guides touristiques : entre genre et positionnements discursifs*, Parigi, L'Harmattan (ed.).

THOMPSON Eric C., KITIARSA Pattana, SMUTKUPT Suriya, INHORN Marcia C., LAPANUN Patcharin, LINDQUIST Johan, SUNANTA Sirijit, 2016, “From Sex Tourist to Son-in-Law: Emergent Masculinities and Transient Subjectivities of Farang Men in Thailand”, *Current Anthropology*, Chicago, The University of Chicago Press (ed.), 57(1), pp. 53–71.

Sitografia

MANTARRO Tino, 2023, “Guide Routard, da 50 anni in giro col mondo in spalla”, www.touringclub.it (consultato il 19 febbraio 2024).