

¡Atención, ciclistas!

El uso de los medios alocutivos en una guía del Camino de Santiago

By Pilar Capanaga (University of Bologna, Italy)

Abstract & Keywords

English:

The goal of this work is to analyse the use of allocutive forms in a guide book written in Spanish for the Camino de Santiago. The research starts from the theory of enunciation and then moves on to analyse the speech conventions applied by participants in a communicative act of a specific text genre, a guide book in this case (Briz, 2004). Enunciation modes and the methods for enunciation and statement provide for a network of relations that reveal the persuasive resources used by the subject of the enunciation to draw the attention of the reader, in this case, a pilgrim travelling through the Camino de Santiago (Burdach Rudloff, Pons Galea, 2003: 9).

The goal of the research is to analyse the pragmatic manifestation of the subject of the enunciation by studying the use of allocutive forms found in the text.

Spanish:

La finalidad del trabajo es analizar el mecanismo de uso de los alocutivos en una guía turística en español de *El camino de Santiago*. Se parte de la teoría de la enunciación, para observar en un género textual, como es una guía, cuáles son las convenciones discursivas que los participantes en este acto comunicativo presuponen (Briz, 2004). Los modos enunciativos, las modalidades de enunciación y las del enunciado, ofrecen una red de relaciones que revelan los recursos persuasivos del sujeto de la enunciación para captar el interés del lector de la guía, en nuestro caso, el posible peregrino del Camino de Santiago (Burdach Rudloff, Pons Galea, 2003: 9).

Nuestro objetivo es analizar cómo se manifiesta pragmáticamente la presencia de dicho sujeto enunciativo a través del estudio del uso de los alocutivos presentes en el texto.

Keywords: Language of Tourism, tourist guide, pragmatics, allocutives, Lenguaje del turismo, guía turística, pragmática, alocutivos

A Sandra, con gratitud

Introducción

La finalidad de este ensayo es estudiar el mecanismo de uso de los alocutivos en una guía turística. Se parte del hecho de que la enunciación, en un género textual como es una guía, no es únicamente un acto individual sino que se constituye a partir de una serie de convenciones discursivas que los participantes en este acto comunicativo presuponen (Briz 2004), de manera que los modos enunciativos, las modalidades de enunciación y las del enunciado, ofrecen una red de relaciones que revelan los recursos persuasivos del sujeto de la enunciación para captar el interés del lector de la guía, en nuestro caso, el posible peregrino del Camino de Santiago (Burdach Rudloff y Pons Galea 2003: 9).

Nuestro objetivo es analizar cómo se manifiesta pragmáticamente la presencia de dicho sujeto enunciativo a través del estudio del uso de los alocutivos presentes en el texto. Como veremos más adelante, si entendemos por acto alocutivo la selección que hace el hablante de aquellos mecanismos lingüísticos que cree que pueden contribuir de la mejor manera al objetivo de provocar en el oyente una reacción positiva a su acto de habla, entonces veremos que, en la mayoría de los casos, dicho

acto ilocutivo se produce mediante el uso de la primera persona del plural por parte del sujeto enunciador, pero no encontraremos, salvo en contadas ocasiones, presencia del 'tú', 'usted', 'vosotros' o 'ustedes', es decir, una presencia explícita del alocutario.

1. La guía turística como género textual

Partimos de la consideración de la guía turística como un género textual que, por sus rasgos peculiares, debe responder a concretas condiciones de felicidad, lo que permite a los destinatarios de las guías una interpretación de sus finalidades y sus medios retóricos (Bazerman 1994: 99, citado en Antelmi *et al.* 2007: 55).

Para identificar la guía turística como género (o macrogénero, como veremos más adelante), nos basaremos en el estudio de Calvi, "Los géneros discursivos en la lengua del turismo" (2010), en el que la autora, después de hacer una acertada y profundizada panorámica a través de los distintos estudios científicos realizados sobre el género textual, propone una definición de sus rasgos identificativos muy sugerente:

El género es una clase, un modelo abstracto, una perspectiva que actúa como molde para el hablante y como horizonte de espera para los destinatarios o para los miembros de una comunidad discursiva específica; se caracteriza por una serie de rasgos convencionales, relacionados con los contextos sociales y comunicativos, e identificables en los diferentes niveles de análisis lingüístico. Cabe distinguirlo de los conceptos de "registro" y de "tipología textual", aunque la confusión entre género y tipología, en particular, sigue siendo frecuente (Calvi 2010: 14).

La citada autora, en su intento por establecer una clasificación rigurosa de los géneros, y basándose en el modelo propuesto por el grupo de Castellón, encabezado por García Izquierdo, parte de la identificación y clasificación de las familias de géneros. Según esta propuesta, la guía turística debería formar parte del denominado género editorial puesto que, en efecto, las guías turísticas están en general publicadas por editoriales comerciales o institucionales; se configura, además, como un macrogénero, desde el momento en que dichas guías son «productos tangibles, identificables sobre todo por el emisor y el canal utilizado, así como por un propósito dominante, pero caracterizados por la hibridación de diferentes géneros, tipologías textuales, estilos, etc.» (Calvi 2010: 23).

La guía turística como género textual debería tener, además, las siguientes características estructurales, según Calvi (2006: 33): su finalidad es la de describir lugares de manera más o menos detallada, así como realizar una descripción práctica de hoteles, restaurantes, rutas, medios de transporte, etc.; además, normalmente suele ofrecer materiales complementarios, como planos, dibujos, fotos, etc. Como la autora afirma más adelante, con el paso del tiempo, el aspecto iconográfico ha ido adquiriendo cada vez más importancia, [1] como se puede apreciar en la guía que analizaremos: mediante el uso de colores se indican sectores diferentes (a cada provincia por la que pasa el recorrido del Camino de Santiago del Norte corresponde una concha de distinto color, lo que ayuda al lector a identificar rápidamente los lugares), o por la gran cantidad de fotografías, planos, cuadros y esquemas que encontramos, es decir, el destinatario encuentra facilidades en estos aspectos citados durante la lectura de la guía puesto que el texto verbal es sensiblemente inferior al icónico.

2. Corpus de análisis: La guía del Camino de Santiago del Norte

Siguiendo las indicaciones de Calvi (2006) y Antelmi *et al.* (2007), intentaremos hacer un estudio de la guía que tomamos como modelo de análisis, es decir, *El Camino de Santiago del Norte* de Paco Nadal (2008), dirigida a lectores españoles.

El presente trabajo forma parte de una investigación más amplia dedicada al análisis comparativo de dos guías turísticas, entendidas como género textual, llevada a cabo con Gloria Bazzocchi. En un primer estudio, *Italianos y españoles de camino hacia Santiago: análisis de las guías*, presentado en el congreso *Viaggiare con la parola / Viajar con la palabra* (Trento, 2009), nuestro objetivo era describir dos guías del Camino de Santiago: *Guida al Cammino di Santiago de Compostela* (2006) de Miriam Giovanzana y Alfonso Curatolo y *El Camino de Santiago del Norte* (2008) del bloguero y periodista Paco Nadal.

Allí se analizan los mecanismos lingüísticos que las caracterizan y las finalidades comunicativas que persigue cada una de ellas. El análisis permite establecer las diferencias existentes, debidas principalmente a la manera de dirigirse a ese destinatario peculiar que es el peregrino, o caminante, del Camino de Santiago. Intentamos realizar un estudio descriptivo y contrastivo desde el punto de vista cultural de ambas obras, así como analizar las propiedades discursivas presentes en los textos.

Por otra parte, al entroncar el Camino de Santiago con una tradición medieval previa a la llegada del denominado turismo de masas, nos ha parecido interesante profundizar también en el tipo de aproximación del enunciador a su lector ideal que ha de ser, forzosamente, diferente (Bazzocchi y Capanaga 2010), es decir, en principio, el autor de la guía no utiliza fuertes recursos persuasivos puesto que, suponemos, el lector (y futuro peregrino) está suficientemente convencido de emprender una aventura muy diferente de los habituales viajes de vacaciones.

El segundo estudio sobre el lenguaje del turismo, realizado también junto a Gloria Bazzocchi (Bazzocchi y Capanaga 2012), tenía la finalidad de analizar algunos aspectos léxicos de las mencionadas guías, es decir, observar el comportamiento léxico, fundamentalmente de carácter patrimonial y general –aunque con elementos específicos del Camino de Santiago, como la compostela, las credenciales, la viera del peregrino– para poner de manifiesto la frecuencia y relevancia de algunos lexemas, considerando el contexto y el cotexto, sin analizar aquella parte del léxico, sobre todo adjetivos y sustantivos, que presentaba clara función intensificadora. Nos basamos para ello en la clasificación de Calvi (2006), que, a su vez, recogía la propuesta por Alcaraz Varó *et al.* en su *Diccionario de términos de turismo y de ocio*. [2]

A diferencia de lo que ocurre en la mayoría de las guías turísticas, en la que nos ocupa, el destinatario no busca el ocio sino, de alguna manera, lo que pretende es hacer un recorrido que lo llevará, por una parte a disfrutar de un viaje a través de la naturaleza y, por otra, también a *sufrir*, es decir, padecerá una serie de calamidades durante su viaje: cansancio, calor, lluvia, problemas en los pies, etc., de modo que el autor de la guía recordará frecuentemente al lector-peregrino los peligros que le pueden acechar por el camino, aspecto este último que raras veces se encuentra en las guías turísticas *tradicionales*.

Dicha guía está estructurada del siguiente modo:

- informaciones de los autores de la obra, más índice (4-5);
- guía de uso con explicaciones pormenorizadas sobre su organización (6-7);
- explicación de qué es el ‘camino verdadero’ (8);
- mapa general (10-11);
- preparar el Camino (12-15);
- un poco de Historia (16-22);
- el Arte en el Camino (23-25);
- equipaje;
- enfermedades del peregrino (30-31);
- indicación de cada una de las etapas (32-291);
- índice de nombres (292-299). [3]

Si consideramos la distinción de Calvi entre guía descriptiva, que «pretende informar orientando la mirada» (2010: 25) y guía práctica, en la que se da importancia a fichas, esquemas, informaciones sobre hoteles, restaurantes, etc., podemos observar que la guía que aquí analizamos se colocaría en un centro ideal de ambas. El hecho de describir de manera extremadamente pormenorizada los caminos por los que el peregrino debe pasar para llegar a Santiago, de ofrecer informaciones detalladísimas de árboles, plantas, cruces, senderos, etc., o inclusión de anécdotas de carácter histórico o tradicional, así como reflexiones sobre la historia, nos lleva a pensar que presenta rasgos de la guía descriptiva; al mismo tiempo, se puede observar que otros aspectos importantes y frecuentes, como son «la profusión de elementos gráficos» (Calvi 2010: 25) y la exhaustiva indicación de lugares para comer o descansar, la indicación exacta de la ubicación de los albergues (número de literas, o cuartos de baño, existencia de calefacción, etc.) serían característicos de las denominadas guías prácticas.

3. La alocución

Para el análisis de los alocutivos nos basaremos en los planteamientos teóricos de Searle (1976) y su teoría sobre la intención comunicativa del hablante y los actos ilocutivos, los planteamientos pragmalingüísticos de Levinson (1993), los estudios sobre la cortesía verbal de Haverkate (1980, 2004) y Bravo y Briz (2004), los estudios sobre ‘las cosas del decir’ de Calsamiglia y Tusón (1999), las propuestas sobre los tratamientos de Carrasco Santana (1999, 2002), entre otros.

Sostiene Haverkate que la alocución es «la selección que hace el hablante de aquellas estructuras sintáctico-semánticas que cree que sirven óptimamente para conseguir que el oyente acepte el acto ilocutivo y reaccione de manera positiva ante el mismo» (1980: 374). De tal manera que, la función ilocutiva de la locución va dirigida a objetivos diversos. El hablante, en nuestro caso, el autor de la guía, al hacer una aserción, selecciona la expresión lingüística más apropiada para convencer al oyente.

Seguiremos en este trabajo la clasificación propuesta por el estudioso holandés, según la cual, los medios alocutivos se podrían dividir en dos grandes bloques.

Por lo que se refiere al primer bloque, Haverkate distingue entre medios generales, pronombres, que expresan referencia de segunda persona, vocativos y, por último, interjecciones. Por otra parte, considera que existe otro tipo de medios alocutivos, que él denomina específicos y que están compuestos por locuciones impositivas (es decir, aquellas que indican ruego y mandato) y lo que el autor define como la regla esencial de Searle, es decir, aquellas construcciones perifrásticas que indican obligación, como pueden ser: *tener que, es necesario, hace falta*.

3. 1 Medios alocutivos

Veamos ahora el uso de dichos medios alocutivos por parte del autor de nuestra guía.

3. 1. 1 Medios alocutivos generales

Las guías turísticas son un género fundamentalmente descriptivo y prescriptivo, aunque mediante adjetivos o intensificadores, los autores recurren a instrumentos retóricos para seducir a los lectores.[4] En la guía que analizamos (Nadal 2008), solamente en la primera frase de la introducción, el enunciador se dirige directamente al destinatario usando pronombres personales de tercera persona, en este caso, recurriendo a la forma de cortesía, lo que nos induce a pensar en un primer momento que estamos ante un texto en el que el destinatario va a estar patente a lo largo de la obra:

Esta guía está pensada para facilitarle al máximo su peregrinación a pie o en bicicleta por el camino de Santiago Norte, que discurre por toda la cornisa cantábrica (Nadal 2008: 6).

De modo que resulta sorprendente, sin embargo, que al seguir leyendo dicha introducción, e incluso en el mismo párrafo, el autor pase a hablar de “el lector” en tercera persona, lo que, como veremos, será el tono general de su escritura:

Por esto, el texto no se recrea en describir físicamente la ruta, con cada uno de sus cruces y desviaciones, sino que aprovecha el espacio para contar *al lector* anécdotas, historias, curiosidades y datos prácticos de los lugares que visita (*ib.*: 6).

A lo largo de la guía, iremos viendo que el autor se dirige no solamente al lector, sino también usará algunas variantes: *peregrino, viajero, caminante, senderista*, utilizando siempre la tercera persona:

El caminante moderno *accede* a la zona urbana por el paseo marítimo (*ib.*: 38).

Allí *encontrará el peregrino* modernos bancos, zonas ajardinadas (*ib.*: 38).

Por lo que se refiere a los vocativos, como apuntaba Haverkate, debemos decir que solamente los encontramos de manera extremadamente reducida, y, además, el destinatario es siempre el mismo: el ciclista, que, como veremos en el siguiente ejemplo, aparece con explicitación patente del enunciatario en tercera persona:

¡*Atención, ciclistas!*: el tramo que sigue es muy duro; mejor bordear el puerto y por el eje avenida de Euskadi, calle José Elósegui, calle Miracruz y llegar a San Sebastián directos por recorrido urbano, pero sin cuestas (*ib.*: 36).

En cuanto al uso de las interjecciones, hemos podido observar que tampoco en este caso es muy patente la presencia del sujeto enunciatario. Los pocos ejemplos encontrados en la guía se refieren al término 'atención' o, simplemente, aparecen marcados con signos de puntuación exclamativos:

Atención porque el tramo que sigue estaba muy mal señalizado a principios de 2006 (*ib.*: 286).

En la caseta de información, girar a la derecha para tomar una senda de unos 500 metros que bordea la marisma (*atención*, porque si hay guarda, prohíbe pasar a los ciclistas) (*ib.*: 34).

Unas flechas amarillas indican a la izquierda, por la carretera de Goimil, pero *¡no hay que seguirlas!* (*ib.*: 291).

En este último ejemplo, se mezclan de alguna manera los dos modos alocutivos señalados por Haverkate: por una parte, encontramos los signos exclamativos que nos indican la existencia de la interjección *y*, por otra, el hecho de que se use una fórmula de obligación, nos lleva a pensar que se puede considerar también como un ejemplo del segundo tipo.

3.2. Medios alocutivos específicos

Pasemos ahora a analizar lo que Haverkate denomina medios alocutivos específicos. Habría que añadir, que, como han señalado Calvi y Santulli (2010) en los trabajos citados precedentemente, el enunciador, en general, ha optado en el texto por permanecer casi siempre *escondido* por lo que se refiere a los pronombres y a las personas verbales; pero utiliza estrategias con este fin para manifestarse, es decir, usa formas verbales impersonales, lo denominado por Searle (1976) reglas esenciales, o de tercera persona cuyo sujeto puede ser el caminante, el lector, el peregrino:[5]

Hay que hacer la maleta con cabeza y seguir esa máxima montaña que dice: “Echa sólo lo necesario, después quita la mitad, y ya tienes lo que necesitas” (Nadal 2008: 26).

No es necesario, por ejemplo, un saco de plumas muy grueso para los albergues, veinte pares de calcetines ... [...] Peregrinamos por un territorio muy humanizado y domesticado (*ib.*: 26).

Una buena mochila *debe ser* ergonómica, con refuerzos en las costuras, correas almohadilladas (*ib.*: 27).

Los objetos más pesados *han de ir* al fondo de la mochila y pegados al cuerpo (*ib.*: 29).

Estos tres ejemplos, de carácter abiertamente asertivo, los encontramos en las indicaciones que Paco Nadal da para preparar la mochila, antes de iniciar el recorrido del Camino de Santiago, pero se hallan numerosos ejemplos de formas impersonales a lo largo de la guía:

Con el mapa en la mano *se ve* que siguiendo la línea recta desde Lezama hacia Sondika... (*ib.*: 66).

De allí *hay que* continuar hasta la Playa del Sardinero y el Casino para conocer ese otro Santander hedonista y relajado de las playas y balnearios (*ib.*: 100).

Hay que ir a la oficina de Correos, al principio de la calle del refugio (*ib.*: 276).

Aunque, como hemos adelantado más arriba, tampoco faltan ejemplos en los que se ha recurrido al ‘nosotros’/‘nos’ inclusivo y a la primera persona plural verbal, lo que no nos parece índice de retórica sino de participación activa y de empatía por parte del enunciador, algo característico en las guías turísticas:

Desde la ermita *bajamos* por la carretera de acceso (*ib.*: 54).

Nos *perderíamos* una ciudad como Bilbao, capital vizcaína, urbe plagada de historia (*ib.*: 66).

Para seguir la variante de Santoña *continuamos* de frente por el paseo marítimo (*ib.*: 92).

La costa queda ya lejos y el Camino avanza ahora remontando valles que *nos* ayudan a llegar a la gran meseta del interior de Lugo [...] (*ib.*: 268).

En el caso del cuadro «antes de salir» (*ib.*: 15), como decíamos al principio, Paco Nadal, al subrayar en rojo las palabras clave, ha optado por usar el infinitivo despersonalizador, aunque se podrían considerar como locuciones impositivas de ruego o mandato si pensamos que dicho modo verbal puede tener con frecuencia valor de imperativo, según el uso coloquial en el español actual:

entrenar varios días antes

calcular el punto de partida en función de los días...

estudiar bien el planteamiento de cada etapa...

no olvidar la credencial ni el carné ...

elegir la época correcta. El invierno es muy crudo ...

[...] *planificar* las dos primeras etapas ...

Antelmi y Santulli, refiriéndose a la teoría de la enunciación del lingüista francés E. Benveniste, afirman que los verbos, en general, se distribuyen en dos sistemas, uno denominado histórico y otro discursivo (Antelmi *et al.* 2007: 70-71). En el primero, la persona verbal es la tercera y los tiempos el pretérito perfecto, el imperfecto y el pluscuamperfecto y es característico, sobre todo del registro escrito,[6] en el discurso, en cambio, las personas son el 'yo' contrapuesto al 'tú' y los tiempos verbales habituales son el presente, el futuro, y el pretérito perfecto, que son, efectivamente los que se pueden encontrar en la guía:

Varias casas al lado de la carretera y un par de restaurantes *marcan* el alto. Las flechas *indican* un camino a la derecha, pero no *merece* la pena seguirlo (Nadal 2008: 210).

Con dos mil años de historia a cuestas, Gijón *ha visto* pasar todo tipo de viajeros, incluidos los peregrinos a Compostela (*ib.*: 228).

Por lo que se refiere al uso del futuro, podemos afirmar que, aunque es raro, a veces aparece con función predictiva:

Allí *encontrará el peregrino* modernos bancos, zonas ajardinadas (*ib.*: 38).

Nada más salir de Lourenzá *deberemos* afrontar unos repechos cortos pero pronunciados para salvar el collado que *nos* separa del valle de Brea (*ib.*: 268).

A partir de ahora, todas las pisadas se *harán* una sola hacia Compostela. Los peregrinos que llegan por la costa *notarán* que las soledades y los caminos emboscados desaparecen (*ib.*: 288).

Conclusiones

El texto analizado presenta una estructura muy semejante al modelo tradicional de guía turística por lo que se refiere a la organización textual y al aparato iconográfico (gráficos, cuadros, fotografías, uso de distintos colores para facilitar la lectura, etc.). Comparte asimismo con las demás guías esa condición común de ser descriptiva y práctica al mismo tiempo.

Los resultados evidencian la presencia de un sujeto enunciativo instanciado en un modo preferentemente despersonalizado, característico de las guías, aunque hemos observado rastros de su manifestación explícita en algunas formas patentes de la presencia del alocutario: pronombres personales de cortesía y tiempos verbales; así como formas de primera persona de plural tanto pronominal como verbal.

Se ha observado también el empleo de una modalidad de enunciación poco asertiva y de una modalidad del enunciado esencialmente apreciativa o axiológica, aunque no faltan, como hemos visto, ejemplos de fórmulas verbales de obligación, como no podía ser de otro modo, dadas las características del género textual analizado.

Bibliografía

Alcaraz Varó, Enrique *et al.* (2000) *Diccionario de términos de turismo y de ocio. Inglés-Español Spanish-English*, Barcelona, Ariel.

Antelmi, Donatella, Gudrun Held e Francesca Santulli (2007) *Pragmatica della comunicazione turistica*, Roma, Editori Riuniti.

Bazzocchi, Gloria y Pilar Capanaga (2010) "Italianos y españoles de camino hacia Santiago: análisis de dos guías turísticas" en *Viaggiare con la parola*, Jordi Canals, Elena Liverani (eds), Milano, FrancoAngeli: 67-88.

- (2012) “El léxico del turismo: análisis contrastivo italiano/español de dos guías del Camino de Santiago” en *Rumbos del hispanismo en el umbral del Cincuentenario de la AIH. Lengua*, Patrizia Botta y Silvia Pastor (eds), Roma, Bagatto Libri: 223-430.
- Bravo, Diana y Antonio Briz (eds) (2004) *Pragmática sociocultural. estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Barcelona, Ariel.
- Briz, Antonio (2004) “Cortesía verbal codificada y cortesía verbal interpretada en la conversación” en *Pragmática sociocultural. Estudios sobre el discurso de cortesía en español* Diana Bravo y Antonio Briz, (eds), Barcelona, Ariel: 67-94.
- Burdach Rudloff, Ana María y Hernán Pons Galea (2003) “Modos y modalidades en el género publicitario de seguros”, *Onomazein* 8: 9-18.
- Calvi, María Vittoria (2006) *Lengua y comunicación en el español del turismo*, Madrid, ArcoLibros.
- (2010) “Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación”, *Ibérica*, 19. 9-32, [http://www.aelfe.org/documents/01_19_Calvi.pdf]
- Casalmiglia, Helena y Amparo Tusón (2001) *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel.
- Carrasco Santana, Antonio (1999) “Revisión y evaluación del modelo de cortesía de Brown & Levinson”, *Pragmalingüística*, 7. 1-44.
- (2002) *Los tratamientos en español*, Salamanca, Colegio de España.
- Escribano, Asunción (2006) “La cortesía como recurso publicitario”, *Zer*, 20: 271-297.
- Haverkate, Henk (1980) “Los aspectos alocutivos de la oración española: una contribución a la pragmática lingüística” en *Actas del Sexto Congreso Internacional de Hispanistas*, Alan Gordon y Evelyn Rugg (eds), Toronto, Department of Spanish and Portuguese, University of Toronto: 374-375.
- (2004) “El análisis de la cortesía comunicativa: categorización pragmalingüística de la cultura española” en *Pragmática sociocultural. Estudios sobre el discurso de cortesía en español* Diana Bravo y Antonio Briz (eds), Barcelona, Ariel: 60-70.
- Levinson, Stephen (1993) *La pragmática*, Bologna, Il Mulino.
- Martínez Camino, Gonzalo y Manuel Pérez Saiz (2010) “Estrategias pragmáticas en la publicidad televisiva”, *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 41: 56-106.
- Nadal, Paco (2008) *El Camino de Santiago del Norte. Lugares, albergues, etapas, servicios*, Madrid, El País-Aguilar, 4 ed.
- Santulli, Francesca (2010) “Dall'illuc et nunc all'eterno presente: trasformazione delle strutture enunciative per la nascita di un nuovo genere testuale”, *Viaggiare con la parola*, Jordi Canals y Elena Liverani (eds), Milano, Franco Angeli: 103-119.
- Searle, John (1976) *Atti linguistici*, Torino, Bollati Boringhieri.

Notas

[1] Sobre todo si consideramos la austeridad visual que caracterizaba la primitiva *Baedeker*.

[2] Véase, G. Bazzocchi y P. Capanaga (2012).

[3] Lo que se corresponde con la estructura clásica de las guías, a excepción del campo referido a las enfermedades y al equipaje que en nuestro caso, como veremos, es de máxima importancia. Resulta muy interesante y apropiado este capítulo: didácticamente, el autor se dirige al destinatario explicando qué no debe faltar en su mochila: no muy grande (50-60 litros), ergonómica, con refuerzos en las costuras, etc.; poca ropa (llevar jabón) y qué prendas son las más adecuadas; cómo debe ser el saco, etc.; y qué, por el contrario, es totalmente inadecuado: llenarse de utensilios de cocina, de indumentos «por si acaso» (Nadal 2008: 26), etc. Termina este capítulo con un cuadro en el que se enumeran 10 trucos para hacer la mochila, subrayando en rojo los aspectos que le parecen más importantes, cuadro en el que la presencia del enunciador se manifiesta de manera evidente, recurriendo a la ironía: «Los ronquidos en los albergues son *de espanto*; unos tapones de oídos aliviarán la *serenata*»; «No añadir nada *por si acaso*... A lo largo de la ruta se puede comprar todo lo necesario» (Nadal 2008: 29).

[4] En este sentido, presenta ciertas semejanzas con el discurso publicitario.

[5] Se observa su presencia también cuando hace referencia a inconvenientes que él ha encontrado durante su viaje y pretende, por tanto, poner al corriente al lector de posibles peligros o problemas: «Al cierre de esta edición las obras de la autovía del Cantábrico forzaban varios desvíos provisionales, que es de prever queden resueltos y marcados de nuevo cuando acaben los trabajos» (Nadal 2008: 278).

[6] Aunque esté referido a la lengua francesa, puede decirse lo mismo de la española.

©inTRAlínea & Pilar Capanaga (2013).

"¡Atención, ciclistas!", *inTRAlínea* Special Issue: Scritti in onore di Alessandra Melloni.

Permanent URL: <http://www.intralinea.org/archive/article/1993>