



Terragni visto da New York
Ruth Ben-Ghiat, professore di storia italiana alla New York University, dialoga con “Enjoy” sull'estetica di Giuseppe Terragni, tema del suo prossimo saggio.



Che luce, le acque del lago!
Hanno emozionato anche il professor Martin Chalfie, che ha vinto un Nobel in Chimica proprio scoprendo una particella luminosa... Abbiamo raccolto le sue riflessioni.



Il regista Abel Ferrara e Clooney
Il regista Abel Ferrara, ospite del Noir in Festival, alla Sala Bianca del Teatro Sociale, parla di Como, di bellezza, cinema e di quanto sia fortunato Clooney ad avere casa sul lago...



Chi ha collaborato / Studenti del Centro Casnati
Sono tutti iscritti al liceo linguistico

Ecco i giovani traduttori Squadra di gran talento



Nella traduzione dei testi di “Enjoy Como” hanno affiancato la professorssa Vanna Bullock, coordinatrice di progetto, la professoressa Alessandra Franzini, interprete, docente di inglese e di interpretariato e la professoressa Claudia Poltronieri, mediatrice, docente di inglese e di inglese per il turismo. Classe 2 Linguistico Traduttori-Interpreti: Vanessa Perez, Mattia Trabattoni. Classe 3 Linguistico: Mario Ambroggio, Lisa Bianchi, Matilde Biondi, Francesca Castelli, Ilaria Castelli, Federico Corti, Matteo Dell'Orto, Andrea Favaretto, Giulia Fuso, Gabriel Guldenfels, Lucia Lietti, Marta Mauri, Leonardo Mazza, Emanuele Pezzotta, Elisa Riva, Lisa Sousa da Cruz. Classe 4 Linguistico: Sofia Gilardoni, Giorgia Guarisco, Eleonora Mauri, Francesca Panteghini, Ginevra Redaelli, Marco Ronchetti, Noemi Rosa. (Nella foto: la cover di “Enjoy” e l'editoriale)

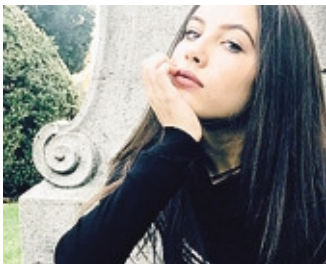
quali traduciamo sono la prof. Bullock e la prof. Franzini. La professoressa Bullock, essendo madrelingua inglese, utilizza l'inglese UK, mentre la professoressa Franzini è abituata ad usare l'inglese americano. Questo rende il momento delle traduzioni più divertente, perché ci sono spesso confronti tra le due varianti di inglese.

Quindi per quale inglese propendiamo? Tendenzialmente adottiamo l'inglese UK, quello che ci insegnano a scuola e che tutti conoscono, ma ci sono anche delle situazioni in cui viene spontaneo utilizzare parole che sembrano più appropriate perché ormai di uso corrente, prese dall'inglese americano o dall'inglese internazionale, anche detto “global English”, ovvero l'inglese usato a fini professionali dai parlanti non madrelingua.

La tasting experience è un luxury di tendenza

PAROLE CHIAVE
JULIA FUSO

Invitata a individuare le parole chiave dell'inglese turistico che hanno acquisito rilevanza negli ultimi tempi e non potendo trattare l'argomento in modo esauriente, ho deciso di concentrarmi sulle cosiddette “buzz words” che appaiono in “Enjoy Como 2018”. Evidente è



Giulia Fuso LICEO LINGUISTICO CASNATI

la preminenza di termini legati alla tendenza ormai globale a sostituire il concetto di “sightseeing travel” con quello di “experiential travel”. Il turista oggi rifugge dalla standardizzazione e desidera invece stabilire un contatto diretto con il territorio e con le popolazioni locali e ampliare i propri orizzonti culturali. Questo tipo di turismo, definito anche “trasformatore”, perché è occasione di crescita

personale, è strettamente legato alla sfera emozionale che in questo numero di “Enjoy” viene rinforzato dal ricorso ai ricordi e alle impressioni di Como e del lago delle varie personalità intervistate: imprenditori, registi, filosofi, stilisti, scienziati, musicisti e attori. L'aspetto esperienziale è anche legato al “food tourism”, fenomeno in costante crescita, e le pagine di “Enjoy” danno ampio spazio alle “food and wine tasting sessions” offerte da molti operatori turistici locali. Ovviamente il turismo lacustre è da sempre turismo di nicchia e nei testi da noi tradotti ricorrono spesso termini come “glamorous”, “luxury”, “exclusive”, “tailor-made”, “savoir-faire”, a cui però si affianca prepotentemente l'area lessicale del “wellness”, ancora una volta in linea con le tendenze globali.

Turismo e spazio dell'immaginario Le parole per dirlo

La coordinatrice
La lingua è fondamentale per promuovere una località

Ciò che ci spinge a considerare di visitare un luogo altro da quelli in cui ci muoviamo abitualmente è la percezione che di esso abbiamo. Tale percezione si traduce in una o più immagini che, cariche di una forte componente emozionale, giocano un ruolo determinante nell'influenzare i nostri processi decisionali quando si tratta di scegliere una meta per le vacanze. In altre parole, come già intuito nel lontano 1977 da Jean-Marie Miossec in “L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme”, «lo spazio turistico è innanzi tutto un'immagine». Se dunque il fenomeno del turismo «sfugge al campo del solo quantitativo, del razionale-economico» e «affonda le sue radici nell'immaginario» (Francesco Giordana, “La comunicazione del turismo tra immagine, immaginario e immaginazione”, 2004), la comunicazione turistica non può limitarsi a mera elencazione delle attrattive di un territorio, ma deve essere in grado di «cogliere il sogno e tradurlo in azione» (F. Giordana, op. cit.).

Come docenti incaricate di coordinare il progetto che vede gli studenti del Centro Studi Casnati impegnati nel ruolo di traduttori di articoli per “Enjoy” così come per gli altri magazine de “La Provincia” – articoli tutti ovviamente tesi alla promozione del territorio comasco e delle sue attrattive ed eccellenze – le mie colleghe, Alessandra Franzini e Claudia Poltronieri, ed io dobbiamo dunque far capire ai ragazzi il ruolo fondamentale del linguaggio nel presentare e promuovere una destinazione turistica nei suoi aspetti sia mate-



Maria Giovanna Bullock

riali (ricettività, trasporti, orari, ristoranti, eventi) sia immateriali (cultura, tradizione, identità), al fine di comunicare il valore e l'intensità delle esperienze che tale meta offre.

Preliminarmente ad ogni tentativo di traduzione deve essere dunque la comprensione dei meccanismi di affabulazione adottati dai giornalisti nella presentazione del paesaggio fisico e del tessuto storico-culturale e produttivo, poiché sono tali meccanismi che vanno a creare quella “geografia della percezione”, vero motore propulsivo dei flussi turistici.

Ai ragazzi spetta poi il compito di preservare la dimensione emozionale e suavisiva che caratterizza il testo originale anche nella versione inglese, compito reso ancora più arduo dal fatto che il linguaggio del turismo è ricco di tecnicismi mutuati da una vasta gamma di discipline che possono spaziare – come in questo numero di “Enjoy” – dall'architettura alla botanica e dal linguaggio ecclesiastico alla gastronomia. **Maria Giovanna Bullock**

Coordinatrice del team di traduttori, docente del Centro Casnati

Bionatur & Benessere

Igienista Naturopata Iridologo
Nino Sala



Fate il primo passo per uno stile di vita sano

Risveglia il tuo metabolismo e perdi 7 chili in 21 giorni

Studio metabolico molecolare dei cibi, già nei primi 5 giorni riesce a dare uno scossone al metabolismo per una perdita immediata di peso

VINCI PER SEMPRE LA TUA LOTTA AL SOVRAPPESO



Ritrovare il benessere è facile, basta volerlo!

Per una vita più sana e attiva con il metodo del naturopata Nino Sala, vi sentirete rinascere. Dimagrire e ringiovanire, disintossicarsi per star bene, sbarazzarsi della cellulite per sempre. Scoprite come essere più sani. Con la nutrizione molecolare corretta e i rimedi coadiuvanti nutraceutici e mirati, di addio al Colestero, Diabete, Ipertensione, Tiroide, Emorroidi, Dolori articolari, Artrite, Fibromialgia, Vene Varicose, Reflusso, Gotta, Depressione, Acufeni, Psoriasi, Acne, Endometriosi, ecc. ecc.

CANTU' (Co) - Viale Lombardia, 68 - Tel. 031.734987 - anche a COMO DA SETTEMBRE