

Presentazione

Dedicare il numero zero di Turismo e Psicologia agli Atti del III Congresso Nazionale e XII Congresso Nazionale del Comitato Scientifico Psicologia del Turismo “Viaggiare bene per vivere meglio” (Milano, 2005) ci sembra il modo più opportuno proprio per sottolineare il ruolo che questi momenti di confronto e di dibattito scientifico hanno rappresentato, dal 1984 ad oggi, nello stimolare le nostre ricerche e studi. Oltre ai Congressi il Comitato Scientifico (dal 1984 al 1999) e l’A.R.I.P.T. (dal 2000) hanno realizzato seminari, convegni, esperienze formative e dato vita al Master in Politica ed Economia dell’Ambiente con Fondo Sociale Europeo presso l’Università degli Studi di Milano, con un profilo formativo proprio in “Ambiente e Turismo”.

Il Congresso, si è svolto nell’ottobre del 2005, presso l’Università degli Studi di Milano nella bellissima cornice della Sala di Rappresentanza del Rettorato.

Articolato in sessioni, ha visto il susseguirsi di relazioni di psicologi, geografi, economisti, antropologi e sociologi che hanno affrontato, da prospettive proprie delle specifiche discipline di appartenenza, il significato del viaggio e dell’esperienza turistica nel suo complesso sia per i turisti sia per i residenti, coinvolti in modo più o meno diretto.

Gli Atti sono articolati in due sessioni: *Il viaggio turistico come continua transizione, dal punto di vista psicologico e organizzativo* e *La transizione dei territori in cui si svolgono i viaggi turistici, sottoposti a mutamenti economici e sociali accelerati* che hanno contribuito ad approfondire la stimolante tematica proposta dal Comitato scientifico del Congresso.

La prima sessione si apre con la relazione di *Guglielmo Gulotta* che affronta il “come del viaggio” fonte di informazione per comprendere la persona che lo intraprende. I viaggi di cui ci parla l’Autore sono viaggi “accidentali” che escono dagli schemi, che coinvolgono le emozioni, le sensazioni e le impressioni, che puntano ad osservare la vita quotidiana dei residenti più che le opere d’arte o i musei: “sono le emozioni evocate dai luoghi che rendono il viaggio una reale occasione di crescita personale”. Il viaggio non è concepito solo come occasione per sfuggire alla routine quotidiana quanto come progetto di vita, uno stile esistenziale che privilegia i valori della libertà e della crescita personale: il *vagabonding*.

Le varie proposte di turismo creativo offrono modalità diverse per conoscere nuovi ambienti utilizzando una chiave di lettura inconsueta, ma proprio per questo, particolarmente stimolante ed originale soprattutto perchè porta la persona al di fuori dei percorsi turistici consacrati. “In quest’ottica il turismo, inteso come *experimental travel*, ci permette di seguire gli itinerari di una nuova geografia emozionale, in cui si possono visitare tanti mondi quanti sono gli occhi che li guardano”.

Il viaggio è un agente di cambiamento di rapporti interpersonali e intergenerazionali per *Antonietta Albanese* in quanto permette di “destrutturare il campo” (la teoria del campo di Lewin viene applicata al tema del viaggio) attivando nuove reti di relazioni, nuove informazioni, rielaborandole, confrontandole in dimensioni relazionali consuete e/o inconsuete. Indagando il rapporto tra identità e pratica turistica viene riconosciuta la valenza positiva del “viaggiare” per il benessere della persona. L’attenzione dell’autrice è, in particolare, rivolta al significato e alla funzione che la vacanza, considerata come un setting terapeutico, può assumere per le categorie più fragili come gli adolescenti e gli anziani.

Un ulteriore contributo per approfondire la dimensione personale è proposto da *Manrico Brignoli* che ci fa riflettere su come il viaggio prima di essere un comportamento sia un atteggiamento. “il viaggio è una teoria, un’ipotesi [...] non si esaurisce nella pratica turistica ma il tempo psicologico del viaggio spesso è dilatato de-contratto e ingloba il prima e il dopo dell’esperienza turistica. In linea con tale impostazione improprio è affermare di fare un viaggio perchè sarebbe più corretto dire che il viaggio ci fa o ci rimane estraneo (nel senso etimologico del termine)”.

Carlo Cristini e Giovanni Cesa-Bianchi ci presentano il viaggiare nella longevità artistica, un viaggio verso la conoscenza di sé e del mondo; con le parole di Ferdinando Pessoa “la vita è ciò che facciamo di essa e quello che vediamo non è ciò che vediamo, ma ciò che siamo, il vero viaggio è il viaggiatore stesso”.

Roberta Maeran ha cercato, invece, di porre l’attenzione sull’influenza che lo stile di vita sperimentato in vacanza può avere sulla vita quotidiana tanto da renderla meno soddisfacente. Queste riflessioni hanno tenuto conto della competenza e della carriera turistica nonché dei generi turistici proposti da Cohen.

Il diverso significato attribuito all’esperienza turistica e le molteplici forme di realizzazione offrono delle interessanti opportunità occupazionali ma richiedono sempre di più di poter contare su figure professionalmente preparate non solo dal punto di vista tecnico. Innovazione, managerialità e alta formazione diventano, pertanto, le parole chiave.

Antonietta Albanese e *Manrico Brignoli* affrontano proprio il tema della formazione di nuove professioni manageriali mediante l’istituzione del Master Universitario Multidisciplinare di II livello in Politica ed Economia dell’Ambiente, che valorizza la psicologia ambientale e sociale ai temi del turismo sostenibile. Si è così realizzata “un’opera di ingegneria formativa attraverso l’organizzazione di un impianto formativo modulare complesso ed articolato [...] il percorso formativo è stato immaginato seguendo tre ambiti diversi: uno politico, uno giuridico-economico ed uno psico-sociale.” La formazione a livello manageriale deve poter puntare su competenze complesse (relazionali, economiche, gestionali, legali) tenendo conto che questo tipo di operatore dovrà agire in un contesto multiculturale.

Anche *Carmencita Serino* con il suo intervento sottolinea l'importanza della formazione degli operatori in ambito turistico presentando l'esperienza di un Master Universitario per esperti in risorse umane e dinamiche psico-sociali per il turismo sostenibile organizzato dalla Facoltà di Scienze della Formazione e dal Dipartimento di Psicologia dell'Università di Bari. Il Master è stato progettato con l'obiettivo di creare figure professionali innovative all'interno del comparto turistico in grado di rilanciare le risorse locali e di creare nuove opportunità di occupazione nel territorio mediante l'innescò di processi innovativi a sostegno della filiera del turismo e della sua qualità.

In questi ultimi anni il turismo culturale è in rapida e crescente espansione coinvolgendo un target di fruitori sempre più variegato sia in termini socio-anagrafici che motivazionali.

La ricerca presentata da *Paola Cavallero* e *Francesca Morino Abbele* si inserisce in una serie di lavori sulla conoscenza e sulle relazioni tra gli atteggiamenti verso i Beni Culturali ed Ambientali e i processi di identità delle persone. Obiettivo dell'indagine è quello di individuare l'interesse e la percezione che la persona manifesta nel suo comportamento turistico in particolare nei riguardi del mondo culturale e artistico. I risultati della ricerca, svoltasi a Lucca, che ha coinvolto i visitatori del complesso museale del Duomo, possono dare un contributo significativo per la progettazione di interventi operativi ai Responsabili del Museo impegnati in uno sforzo di comunicazione e di rinnovamento della struttura.

Mara Manetti, *Nadia Rania* e *Anna Zunino* indagano le percezioni, i significati e la gestione del tempo libero negli adolescenti. Il tempo libero costituisce nella nostra società un elemento essenziale nella determinazione del benessere degli individui. La ricerca proposta ne esplora l'uso e il vissuto soggettivo ad esso collegato.

Francesca Romana Puggelli e *Fabiana Gatti* analizzano il ruolo dell'incontro con l'altro nella motivazione turistica, in particolar modo in relazione alla modalità di socializzazione con i residenti della località turistica. L'attenzione è posta sugli atteggiamenti, pregiudizi, aspettative, esperienze precedenti che accompagnano le interazioni tra turisti e residenti.

Roberto Viridi e *Pino Fumai*¹ ci propongono il viaggiare come narrazione dell'io, il "viaggio-turistico-come-continua-transizione" ma la loro analisi è rivolta anche all'organizzazione e al marketing turistico. L'attenzione è posta sul "viaggio turistico" e, in particolare, sulla chiave di lettura da utilizzare per indagare l'aggettivo "turistico". Due possono essere le interpretazioni: sottolineare con l'aggettivo una particolare qualità del viaggiare inteso come spinta ad andare fuori dal quotidiano, dal conosciuto, una spinta emozionale verso la *serendipity* oppure l'aggettivo turistico lascia immaginare una provocazione intellettuale, costituisce

¹ Un ricordo particolare va a Pino Fumai, socio fondatore del Comitato Scientifico e dell'ARIPT, che è recentemente mancato. Di lui vogliamo ricordare in particolare la vivacità, l'intraprendenza, lo spirito di iniziativa che sempre hanno caratterizzato le sue presenze ai nostri congressi.

una sottolineatura che nulla aggiunge a quanto presente nell'accezione semantica della parola viaggiare.

Conclude la prima sessione l'analisi di *Gino Satta* che affronta il complesso problema del rapporto tra turismo e cambiamento culturale. Il fenomeno turistico può considerarsi un agente di sviluppo e di conservazione delle tradizioni per gli uni e nel contempo una irresistibile forza omologante che porta all'estinzione delle culture minoritarie per gli altri. La posizione degli antropologi è messa a confronto con quella dei sociologi, i primi più interessati al versante della cultura ospitante, i secondi più interessati al versante del turista. Emerge tutta l'ambivalenza del fenomeno: rappresenta una minaccia o può contribuire alla rivitalizzazione di aspetti delle culture minacciati dalla diffusione delle tecniche industriali e della civiltà dei consumi. Di particolare attualità la trattazione relativa allo stereotipo negativo del turista "nessuno definisce più se stesso turista [...] i turisti sono, al limite, gli altri con cui condividiamo il sovraffollamento delle località turistiche".

Nella prima sessione poster *Amelia Manuti*, *Michela Cortini* e *Giuseppe Mininni* affrontano il tema della comunicazione turistica come universo del discorso riflettendo sulla pubblicità turistica come pratica inerente al parlare comune e sulla sua costruzione discorsiva; data la peculiarità dell'oggetto, la pubblicità attinge a strategie e strumenti discorsivi volti a dare visibilità a patrimoni storici, culturali e naturali propri del territorio persuadendo alla scelta.

Francesca Romana Puggelli e *Venusia Covelli* indagano, invece, il turismo alternativo, come modalità per differenziarsi dal turismo di massa. La ricerca proposta indaga le motivazioni che portano ad effettuare questo tipo di esperienza, in particolare, l'incidenza dei valori personali oppure delle informazioni possedute o attivamente ricercate.

Maria Gabriella Carbonetto ha affrontato il tema del viaggio come metafora della vita interessandosi delle implicazioni psicologiche ed emotive, come avventura dello spirito e "come scoperta del mondo, degli uomini, di se stessi". Il viaggio rappresenta la possibilità di superare l'abitudine di uscire dalla quotidianità, ma nello stesso tempo può essere prezioso per capire e riappropriarsi della vita quotidiana.

La seconda sessione *La transizione dei territori in cui si svolgono i viaggi turistici, sottoposti a mutamenti economici e sociali accelerati* ci propone una serie di contributi di taglio più prettamente geografico ed economico.

Non possiamo affrontare queste problematiche senza interrogarci sulla cultura dell'ospitalità. In questa analisi siamo guidati dalle esperienze di vita che *Giacomo Corna Pellegrini* ci propone permettendoci di entrare nei suoi ricordi di tanti incontri, i più diversi tra loro, dall'amico a Madrid alla ospitalità in una Comune nella Cina della Rivoluzione Culturale, a quella nel safari rest house in Tanzania o in una favela di Salvador de Bahia. "Il ricordo dell'ospitalità deve aiutare a vivere meglio l'ospite e l'ospitante, riuscendo a capire entrambi qualcosa di più della

diversità dei paesaggi terrestri e soprattutto degli uomini che una lunghissima storia di civiltà ha diviso, ma che una unica esperienza umana unisce profondamente”.

I vari modi del viaggiare sono presentati da *Mario Fumagalli* che ci fa riflettere sul senso del viaggio riprendendo, ad esempio, le parole del poeta provenzale Joffré Rudel e ripercorrendo la storia del viaggio attraverso l’esperienza dei geografi: la geografia si pone al servizio del viaggiatore e il primo strumento di interpretazione di un territorio è indubbiamente la sua carta geografica. L’Autore riprende la distinzione tra turisti e viaggiatori sottolineando come la linea di demarcazione sia molto labile. Infine, la nostra curiosità è suscitata dalla proposta della lettura di Evelyn Waugh che nei suoi resoconti di viaggio volutamente ignora monumenti, musei e luoghi caratteristici ed offre racconti delle sue peregrinazioni delle quali ricorda i particolari del suo personale vissuto e, soprattutto, di aver presto scoperto che i suoi compagni di viaggio e il loro comportamento nei diversi luoghi erano più interessanti da studiare di quanto non fossero i luoghi medesimi.

Di vocazione turistica ci parla *Carmen Bizzarri* in termini di base per la specializzazione produttiva del territorio che tende a permanere nel tempo anche perchè la comunità locale vi si identifica e la riproduce nel suo agire individuale e collettivo. L’Autrice affronta la controversa problematica di uno sviluppo sostenibile del turismo in quanto attività a basso impatto ambientale rispetto agli altri settori produttivi, ovviamente se non si fanno proliferare le infrastrutture che possono cambiare la natura stessa di tale attività facendola diventare ad alto impatto ambientale. In quest’ottica il marketing territoriale diventa uno strumento di comunicazione dei cambiamenti del territorio.

Maria Iannario prende in esame la trasformazione culturale che si riflette nella gestione turistica degli spazi territoriali nei quali oggi si assiste, da un lato alla riproduzione omologata e alla standardizzazione culturale e, dall’altro ad una “disperata ricerca” dell’identità e dell’autenticità del luogo. Entrambe le esperienze rappresentano le due espressioni del viaggio contemporaneo.

Il contributo di *Monica Morazzoni* e *Gessica Barbieri* e quello di *Patrizia De Ponti* e *Davide Marella* ci presentano una ricerca su due specifiche realtà montane: Vilminore in Val di Scalve (BG) e Chamois in Valtournenche (AO). Questa indagine è scaturita dal fatto che il processo di antropizzazione dell’ambiente turistico pone anche l’attenzione alla percezione che i residenti hanno del loro territorio e al significato che essi attribuiscono al momento turistico (alta stagione) e a quello non turistico (bassa stagione).

La prima ricerca vuol creare il prodotto turistico Val di Scalve partendo da modalità di sviluppo che consentano di rafforzare i legami sociali e l’identità locale così da orientarsi verso lo sviluppo di un turismo di qualità caratterizzato da un insieme diversificato di risorse culturali, storico testimoniali e ambientali.

La seconda indagine propone la realtà turistica di Chamois, unico comune italiano privo di strade e di automobili. Proprio questo isolamento rappresenta l’attrattiva turistica di questo minuscolo paese. La creazione di un sistema turistico comporta

l'integrazione tra soggetti diversi, pubblici e privati tra i quali un posto privilegiato spetta agli abitanti della località turistica.

Roberto Viridi, Pino Fumai e Fiorella Vecchiotti ci presentano un esempio di riprogettazione di un'area regionale espressione della transizione dei territori. Viene descritta la realtà di Terni che da polo industriale, dopo la crisi delle industrie pesanti e chimiche, ha determinato una ri-visitazione dei programmi di sviluppo economico e urbanistico con la scoperta di una vocazione a lungo misconosciuta cioè quella di rigenerare quei segni ambientalistici e storici a favore di un progetto di sviluppo multipolare direzionato verso molteplici forme di turismo tematico. Accanto alla rinnovata attenzione per i borghi storici e per le aree ambientali si affiancano l'archeologia industriale e la ridestinazione dei grandi edifici delle produzioni industriali dismesse.

Nella seconda sessione poster i tre contributi ci fanno riflettere sui nostri comportamenti nonché su possibili modalità di intervento sul territorio.

La tecnologia che caratterizza la nostra vita quotidiana solo in parte viene "abbandonata" in vacanza e sicuramente il telefonino non può mancare come ci viene proposto da *Roberto Viridi, Pino Fumai, Maddalena Lecciso e Ranieri Benedetto Degli Oddi*. Il telefonino diventa la nostra memoria di azione, il moderno diario di bordo. Il telefonino permette di diventare reporter della propria vacanza e di dividerla in tempo reale con gli altri, quelli che sono rimasti alle prese con il tempo lineare.

Ma come si può realizzare una valorizzazione ambientale di un territorio? Un esempio ci viene proposto da *Samuela Borrini* con l'itinerario ciclabile Martesana-Muzza che ha come obiettivo quello di riflettere sulle modalità attraverso le quali gli stakeholders coinvolti nel progetto sono giunti alla pianificazione di itinerari ciclabili e se, attraverso politiche volte a favorire lo sviluppo del cicloturismo, siano riusciti ad avviare il recupero del patrimonio culturale e di tradizione locale. Strumento atipico rispetto a quelli utilizzati per la programmazione territoriale è stato scelto lo studio d'area che ha consentito all'insieme di stakeholders di diventare un gruppo favorendo le relazioni tra i membri; attraverso il perseguimento di uno scopo comune si è creata quell'interdipendenza tra le parti necessaria per elaborare azioni coordinate.

Il contributo di *Simone Fluperi e Serena Dasini* pone in relazione il turismo con lo sport. L'attenzione è rivolta alla pratica sportiva come motivazione specifica per determinare la scelta di una località e non solo come una proposta aggiuntiva o di supporto alle attività tradizionali. Ciò si traduce in azioni di marketing mirate e alla creazione di figure professionali in grado di gestire un fenomeno così complesso.

Completa questa sessione la presentazione del percorso di salvaguardia ambientale ideato dagli alunni di classe terza della scuola primaria del plesso scolastico di Fara Gera d'Adda (primo premio concorso FAI 2005). Un particolare ringraziamento va al dott. Lino Ruggeri, Dirigente scolastico e al corpo insegnante del plesso scolastico di Fara Gera d'Adda ed agli alunni delle scuole medie che hanno guidato