

Identità e transizione: aspetti psicosociali

Antonietta Albanese, Università degli Studi di Milano

Il rapporto tra identità e pratica turistica stimola riflessioni interessanti; infatti il viaggio è un agente di cambiamento di rapporti interpersonali e intergenerazionali. Permette infatti di “destrutturare il campo” attivando nuove reti di relazioni, nuove informazioni, rielaborandole, confrontandole in dimensioni relazionali consuete e/o inconsuete.

Storicamente il viaggio è stato considerato nella sua valenza compensativa: all'interno della dicotomia tempo lavorativo vs tempo libero il viaggio e la pratica turistica hanno assunto un ruolo di riappropriazione del proprio benessere attraverso un utilizzo privato e personale del tempo.

Gli studi successivi hanno tuttavia evidenziato che questa interpretazione della valenza del viaggio ha grossi limiti, in quanto la società dei consumi tende a fare del viaggio un bene di consumo, trasformandolo progressivamente in un bene ad alto valore simbolico che permette la circolazione di significati identitari all'interno del gruppo di appartenenza e che, quindi, assume una rilevanza sociale che va ben al di là della dimensione personale.

Ne è una riprova il fatto che il tempo libero è sempre più un tempo “pieno” invece di essere un tempo “vuoto” e che l'industria del divertimento offre prodotti e servizi sempre più differenziati.

Tuttavia, anche in una situazione di apparente “alienazione” del tempo libero e del tempo del viaggio, è importante riconoscere la valenza positiva del “viaggiare” nell'economia complessiva del benessere dell'individuo.

Fin da bambino si struttura un desiderio di esplorazione che si esplica in modalità e in scoperte diverse, ma che è sintomo di un ‘bisogno’ nel contempo conoscitivo e relazionale che caratterizza l'individuo. Il viaggio, forse meglio di qualsiasi altra attività umana riesce a contemperare il bisogno di scoperta e il bisogno di relazione. Ne è una riprova il fatto che ogni generazione attribuisce al “viaggiare” funzioni diverse, capaci di rispondere ai bisogni specifici dell'età e della condizione di vita: così osserveremo nell'adolescente valenze più trasgressive o legate ad una identità diffusa, mentre nell'anziano osserveremo l'esigenza di stare con gli altri in un contesto rassicurante e familiare.

Si consideri inoltre il fatto che ogni “bisogno turistico” necessita di una complessa strategia per la sua soddisfazione: la psicologia ha evidenziato principalmente i fattori di spinta e i fattori di attrazione quali fattori che agiscono ed interagiscono nel processo decisionale relativo alla scelta turistica.

Questi fattori sono strettamente correlati agli interessi dell'individuo, ai suoi valori, nonché alle immagini e alle rappresentazioni mentali di luoghi, paesaggi, stili di vacanza, attività.

Ne consegue che ogni processo di elaborazione della vacanza è un processo complesso, e lo è anche nel caso di utilizzo di pacchetti di viaggio confezionati, seppur in maniera minore.

L'attività cognitiva implicata è notevole, la componente emozionale è rilevante e la dimensione relazionale influenza direttamente o in fieri ciascun processo di scelta della vacanza.

Se poi la vacanza è una vacanza di gruppo, la componente relazione diventa predominante al punto che alcuni autori parlano di "turismo relazionale" (Spaltro, 1990).

L'individuo in questo processo, anche se guidato da un intermediario quale l'impiegato di un'agenzia di viaggio si sente l'artefice della sua scelta, si attribuisce i meriti delle scelte compiute e attraverso una serie di aggiustamenti cognitivi, si considera l'organizzatore della propria vacanza. Ne consegue un innalzamento del livello di autostima, un allargamento dell'"orizzonte temporale" nel futuro attraverso una progettualità integrata, di particolare importanza per gli anziani (Albanese, 2005).

Questo spiega come, al di là di ogni pur giusta considerazione di carattere socio-antropologico sul carattere consumistico dell'esperienza turistica, il viaggio concorra in modo rilevante al ben-essere dell'individuo.

Inoltre il viaggio permette di vivere altri aspetti interessanti per la prospettiva di analisi psicologica dei processi identitari: durante il viaggio sovente si realizza la situazione che si riscontra abitualmente nella fase adolescenziale: quella dell'identità diffusa. Come l'adolescente in fase di sviluppo della personalità, il viaggiatore sperimenta nuovi ruoli, nuove modalità di essere che, spesso, gli permettono di vivere secondo modalità desiderate ma mai agite a causa dei vincoli sociali e professionali.

In questa prospettiva possono essere osservati anche comportamenti trasgressivi, al limite della devianza. Tuttavia, la diffusione identitaria agita in equilibrio permette di vivere altri interessi e di assumere ruoli e identità temporanee con funzione anche terapeutica, sia per l'adolescente che per l'adulto e l'anziano.

L'interazione all'ambiente nel turismo consente di analizzare l'interdipendenza tra desideri, motivazioni, progetti.

In applicazione della teoria del campo di K. Lewin, il viaggio è attivatore delle regioni percettivo-motorie e periferiche della personalità; il ricordo del viaggio, l'analisi delle interazioni sperimentate e le emozioni vissute vanno ad ampliare le regioni centrali della personalità.

Le modifiche della personalità durante il viaggio vanno a scontrarsi con altre modifiche del campo dei compagni di viaggio e possono scontrarsi con le stimolazioni ambientali che il viaggio comporta.

Gli studi sulla dinamica di gruppo (Lewin 1951, Brown, 1997) applicati alla dinamica del gruppo classe nel turismo scolastico evidenziano, ad esempio, rilevanti cambiamenti del singolo e del gruppo nel contesto turistico. La

conoscenza esperita non più nello strutturato contesto scolastico, ma “sul campo”, nelle città d’arte, in siti archeologici, nei parchi, riattiva strategie cognitive e favorisce elaborazioni interdisciplinari di particolare importanza in età evolutiva.

Nella prospettiva narratologica i cambiamenti provvisori di identità servono a mantenere un equilibrio e sono funzionali alla stabilità della personalità; ne sono una riprova il gusto di mascherarsi, di interpretare ruoli diversi in situazioni temporanee; al contrario, in presenza di personalità fortemente destrutturate, questo fenomeno concorre alla perdita dell’identità.

Il viaggio possiede, dunque, anche una valenza terapeutica che va gestita e compresa dagli operatori al fine di offrire le esperienze più significative ed utili ai turisti e ai viaggiatori. In particolare, si ritiene che la vacanza possa essere considerata alla stregua di un setting terapeutico, nel senso che, soprattutto per le categorie più fragili, adolescenti ed anziani, l’allontanamento dallo spazio abituale di vita può assumere significati positivi che vanno ben al di là del fattore spazio o della curiosità di vedere luoghi inesplorati; contribuisce a ridurre la tensione nei confronti di un luogo e di ciò che esso rappresenta, nei confronti di una serie di relazioni, di convivenze, di interazioni stereotipate o ormai prive di significato, può interrompere l’assunzione di comportamenti routinari o maniacali...

Da sottolineare inoltre la dimensione relazionale del viaggio sovente sottostimata rispetto ad altre dimensioni, ma che assume una rilevanza centrale durante l’adolescenza e la terza età.

Nei momenti in cui vi è crisi d’identità, il viaggio di gruppo e nel gruppo assolve un’importante funzione di rispecchiamento, che generalmente concorre a rassicurare l’adolescente e l’anziano in relazione alle proprie ansie e soprattutto consente la condivisione dei problemi generalmente percepiti come drammatici e personali, ma che in realtà, nel confronto con gli altri, appaiono comuni e condivisi.

La vacanza assume, cioè, un valore rassicurante e il gruppo una valenza terapeutica. Le ricerche svolte negli anni 1999-2006 sul turismo intergenerazionale (Albanese, Pozzi, 2003; Albanese, Pozzi, Bocci, 2005) evidenziano che se il gruppo è di tipo intergenerazionale, cioè i nonni e i nipoti vivono esperienze di viaggio e vacanza insieme, si modificano atteggiamenti e stereotipi dell’in-group e dell’out-group. Lo scontro generazionale si mitiga in un incontro che genera nuove modalità di pensiero, di soluzioni di problemi, di adattamento che ristrutturano il “campo” e genera consenso sociale nelle esperienze intergruppo.

Si è visto finora come il viaggio agisca sulla strutturazione dell’identità e come il viaggio sia un fattore di transizione.

Infatti di per sé, il viaggio è transito: il momento fondante del viaggio non è, infatti, la partenza, non è l’arrivo, ma è il transito (Leed, 1992).

In questa fase le certezze sono maggiormente messe in discussione, “si sta sospesi” e vi è la messa in discussione del modo abituale di considerare le due categorie fondamentali dell’esistenza umana: il tempo e lo spazio.

Il viaggio, in estrema sintesi, permette di rimettere in gioco queste due dimensioni, così importanti nella strutturazione dell'identità e della personalità e si configura, pertanto, come vero e proprio fattore di cambiamento. Permette infatti di scardinare la linearità del tempo, così come la contiguità e la progressione dello spazio: rimane per questo una delle esperienze più significative per l'uomo, che concorre a pieno titolo al suo benessere e alla sua realizzazione.

Riferimenti bibliografici

Albanese A., S. Pozzi, 2003, *Turismo intergenerazionale: memoria, identità, scoperta reciproca*, in C. Serino (a cura di), *Il Mediterraneo, luogo di viaggi ed incontro tra culture: identità, memoria, scoperta reciproca. Temi e ricerche di Psicologia del Turismo*, ed. G. Laterza, Bari, pp. 103-109.

Albanese A., S. Pozzi, 2003, *Il turismo intergenerazionale*, in G. Gulotta (a cura di), *Psicologia turistica*, ed. A. Giuffrè, Milano, pp. 415-418.

Albanese A., S. Pozzi, E. Bocci, 2005, *Nuovi turismi, nuovi turisti : il turismo intergenerazionale. Esperienze-ricerche del Laboratorio Incontri Generazionali sul territorio nazionale*, in G. Sangiorgi (a cura di), *Turista e turismi. Contributi psicologici allo sviluppo del settore*, Cucec, Cagliari.

Albanese A., C. Facchini, G. Vitrotti, 2006, *Dal lavoro al pensionamento: vissuti, progetti*, Franco Angeli, Milano.

Brown R., 1997, *Psicologia sociale dei gruppi*, Il Mulino, Bologna.

Leed E. J., 1992, *La mente del viaggiatore. Dall'Odissea al turismo globale*, Il Mulino, Bologna.

Lewin K., 1951, *Field theory in social science*, Harper, New York.

Spaltro E., P. De Vito Piscicelli, 1990, *Psicologia per le organizzazioni*, Carocci, Roma.

Spaltro E., 1990, *Complessità*, Patron, Bologna.