

Qualità nel turismo e nuove professioni: l'esperienza del Master Universitario "RIPSI.TUR"

Carmencita Serino, Università degli Studi Bari

Lo sviluppo di una Psicologia del Turismo, deve moltissimo, in Italia, al lungimirante e pionieristico lavoro dell'ARIPT (Presidente Prof. M. Cesa-Bianchi, Segretaria Scientifica Prof.ssa A. Albanese) e dei suoi Soci fondatori. Sotto la spinta di questa realtà associativa, è stata sottolineata con forza l'attenzione alle valenze sociali, psicologiche e culturali dell'esperienza turistica, che potrebbe porsi come un'eccezionale strumento di sviluppo personale e come occasione di promozione sociale e di processi di inclusione: in breve come fonte di benessere psico-fisico e sociale, come sinonimo di uno sviluppo equilibrato di processi economici di tipo eco e socio-compatibile.

In questa linea si pone, fra altre esperienze, il Master Universitario per "esperti in risorse umane e dinamiche psico-sociali per il turismo sostenibile" (RIPSI.TUR) organizzato col sostegno della Facoltà di Scienze della Formazione e del Dipartimento di Psicologia dell'Università di Bari, la cui Prima Edizione si è svolta nell'anno accademico 2002-2003.

Tutti gli allievi hanno ottenuto una borsa di studio, totale o parziale, grazie al supporto dell'Assessorato al Turismo della Provincia di Bari e della Camera di Commercio di Bari. Attualmente, a quanto ci risulta, una buona parte di essi (circa il 50%) è ancora impegnata in attività attinenti alla formazione ricevuta.

Il presente intervento mira a illustrare più in dettaglio la nostra esperienza, a raccontare brevemente "un anno di Master Ripsi.Tur", con i risultati raggiunti e le difficoltà efficacemente affrontate; un anno, anche, di contatti umani, e di sfide che abbiamo cercato di vincere.

Si è trattato di un'"avventura" nel senso migliore del termine: ci hanno guidato infatti il gusto dell'innovazione e della sperimentazione anche didattica, il desiderio di provare a disegnare percorsi inediti nel complesso rapporto tra formazione universitaria e inserimento lavorativo, lo sforzo di valorizzare tutte le possibili sinergie, creando una rete di risorse, di intelligenze, di capacità progettuali, con un'ottica attenta alle specificità del territorio.

Più in particolare, il Master RIPSI.TUR si è proposto di mettere a fuoco, sviluppare e trasmettere competenze di tipo prevalentemente (anche se non esclusivamente) psicologico, considerate come un'importantissima fonte di "valore aggiunto" nella programmazione e offerta turistica e nella promozione complessiva del settore.

Ci ha animato quindi, da un lato, l'attenzione alle necessità del nostro territorio, alle sue potenzialità così rilevanti eppure non sempre valorizzate in misura sufficiente e in forme appropriate; dall'altro la consapevolezza della ricchezza rappresentata dai nostri giovani laureati: un patrimonio di entusiasmo,

determinazione, lucidità, impegno che non va sprecato, e che, mentre si fa spazio per crescere, può contribuire a far crescere il contesto in cui opera.

Il P.O.R. 2000/2006 della Regione Puglia ha sottolineato l'opportunità di mettere a profitto la naturale vocazione al turismo della regione, incrociandola con azioni di sviluppo del territorio e con le politiche locali per l'occupazione, reputando prioritarie le azioni in favore dello sviluppo del sistema turistico. In quella sede viene sottolineata l'opportunità di promuovere un'espansione del sistema turistico, anche mediante iniziative volte a raccordare i nuovi bisogni professionali emergenti dall'area con adeguati percorsi formativi di eccellenza, valorizzando l'introduzione di componenti innovative di processo e di prodotto per le professionalità preposte alla produzione ed erogazione di servizi turistici (D'Onchia e Serino, 2003).

In questo spirito, è stato progettato il Master Universitario per *Esperto in risorse umane e dinamiche psico-sociali per il turismo sostenibile (Ripsi.Tur)*, della durata di 1500 ore ripartite tra formazione d'aula, attività di studio individuale e di gruppo, attività applicative e stages. Il beneficio ultimo è quello di creare figure professionali innovative all'interno del comparto turistico, in grado di rilanciare le risorse locali, nonché di creare nuove opportunità di occupazione nel territorio, mediante l'innesco di processi innovativi a sostegno della filiera del turismo e della sua qualità.

Qualità dell'esperienza turistica significa scelta di pratiche virtuose dal punto di vista ecologico e culturale, rilancio dell'immagine complessiva del territorio, attenzione alle identità e alle tradizioni, promozione del benessere psico-fisico e della qualità della vita.

Un valido progetto di formazione in ambito turistico comporta la consapevolezza di tali dimensioni, prospettando al tempo stesso una ricaduta economica e sociale (creazione di nuovi posti di lavoro, qualificazione professionale) potenzialmente molto interessante.

Va sottolineato a tale proposito il notevole rilievo di quell'insieme di conoscenze e di esperienze riconducibili alla "Psicologia del Turismo" (Gulotta, 1997) un'area di cui l'ARIPT ha rappresentato in Italia il principale fattore propulsivo. Certo, vista la complessità del fenomeno turistico, l'approccio della Psicologia del Turismo non può che essere interdisciplinare, come del resto indica l'esperienza pionieristica di questa Associazione.

Un approccio interdisciplinare caratterizza anche il Master "RIPSI.TUR", che si è avvalso, per la realizzazione del proprio piano formativo, non solo di docenti universitari di Psicologia, Psicologia Sociale, Psicologia della Comunicazione, di Metodologia e Statistica per le Scienze Sociali, ma anche di esperti in altri settori (docenti in ambito economico e giuridico, operatori economici, esperti delle

Pubbliche Amministrazioni e degli Enti impegnati nella programmazione e gestione del territorio¹).

Perseguendo dunque un'impostazione fortemente interdisciplinare, si è voluto comunque rendere esplicito e sviluppare un dato largamente riconosciuto, ma spesso postulato in maniera solo implicita e scarsamente elaborata: le attività e le esperienze legate al turismo mettono fortemente in gioco processi e dinamiche di tipo psicologico, dai bisogni del turista, al ruolo dell'immaginario, dalle emozioni del viaggio alle dinamiche dell'identità e del confronto fra culture, dall'importanza della comunicazione alla necessità di promuovere la creatività e l'innovazione nelle proposte degli operatori e nelle strategie organizzative.

Motivazioni e bisogni, processi decisionali e scelte, strategie della comunicazione ed effetti del messaggio pubblicitario, processi identitari e rappresentazione di sé, relazioni interculturali: sono solo alcuni degli ambiti in cui l'incontro fra sapere psicologico e attività turistiche può produrre proposte innovative, favorire un salto di qualità nell'offerta, supportando le aziende del settore. Il turismo, inoltre, si pone anche come terreno privilegiato di osservazione e di intervento su fenomeni psicologici e sociali di elevata rilevanza. Esso offre la possibilità di creare situazioni "simulate", di definire contesti realistici ma distinti da quelli della vita quotidiana in cui le persone possano sperimentare nuove dimensioni del sé. Da ciò deriva la possibilità di utilizzare l'esperienza turistica come occasione di "training", di "empowerment", di sviluppo di capacità personali e di competenze sociali, con possibili significative ricadute dell'esperienza turistica sulla vita quotidiana degli "utenti" e dei destinatari dell'offerta turistica. Per fare ciò, tuttavia, occorre disporre di professionalità adeguate, di figure che abbiano a loro volta acquisito elevate competenze di tipo organizzativo e relazionale e abbiano ricevuto un apposito training, volto a sviluppare la capacità di ascolto e l'empatia.

In termini propriamente psicologici, l'intervento che si è inteso promuovere ha previsto dunque l'acquisizione di specifiche competenze relative a: processi cognitivi (percezione, memoria, apprendimento); emozioni; rappresentazione di sé in condizioni di discontinuità temporale (ad es. interruzione della routine); dinamiche interpersonali e di gruppo (si pensi alla gestione del piccolo gruppo da parte di una guida turistica, di un animatore...); capacità di cogliere le differenze (culturali, di comportamento) nei loro aspetti positivi (più in termini di "tipicità" dunque che di estraneità: Serino e Carocci, 1995); comunicazione in ambito

¹ Cogliamo l'occasione per ringraziare gli Enti e le Associazioni che hanno contribuito alla realizzazione della Prima Edizione del Master: Ordine degli Psicologi della Puglia; Provincia di Bari, Assessorato al Turismo; Sovrintendenza BAP della Puglia; Camera di Commercio di Bari; Parco Nazionale del Gargano Comune di Andria; Comune di Barletta; Comune di Belvedere Spinello; Comune di Conversano; Comune di Mola di Bari; Comune di Trani; Comune di Trinitapoli; Patto Territoriale Nord-Barese Ofantino; Fondazione Archeologica Canosina; Ifor PMI-Prometeo Puglia, Trani; Coop. Murex, Ruvo di Puglia; Daluiso & Partners s.r.l., Trani; Libreria "La Maria del Porto", Trani; Evento Puglia, Trani.

turistico (pubblicità, orientamento delle scelte del turista, studio degli atteggiamenti).

Fra i percorsi da valorizzare, vi sono certamente dunque le esperienze in materia di comunicazione e marketing, con particolare riguardo alle modalità virtuali e multimediali; la gestione delle risorse umane e le competenze relazionali; lo sviluppo di esperienze turistiche che si caratterizzino come occasione di crescita personale e di confronto inter-personale, inter-culturale (Manuti, 2003), inter-generazionale (Albanese e Pozzi, 2003); l'idea del turismo come occasione di socializzazione e integrazione per le fasce sociali deboli o a rischio (portatori di handicap, minori disagiati... cfr. Serino, 2000) e come momento di recupero di un rapporto equilibrato con la natura e di ritmi psico-fisici promotori di benessere.

Parliamo in questo senso di sostenibilità in un'accezione molto ampia, riferendoci a una sostenibilità anche psicologica, socio-culturale, che si aggiunge, integrandola, a quella strettamente ecologica e ambientale.

In questo quadro, l'“Esperto RIPSITUR” unisce a competenze più tradizionali, le risorse di un'alta formazione che lo rende capace di muoversi con efficacia all'interno e all'esterno del contesto lavorativo, contribuendo a realizzare:

- una capacità di monitoraggio costante, al servizio delle aziende e delle istituzioni pubbliche interessate a promuovere un turismo di qualità;
- un'espansione della progettualità nell'ambito dell'offerta e la capacità di formulare e sperimentare proposte innovative
- un miglioramento delle relazioni interpersonali e del clima organizzativo in azienda;
- una specifica attenzione alla soddisfazione del cliente;
- una capacità di organizzare e condurre gruppi sociali, conoscendone le dinamiche;
- una particolare sensibilità per la funzione anche sociale che il turismo può assolvere.

L'Esperto RIPSITUR potrà dunque spendere le proprie competenze:

- nel contatto diretto con gli utenti
- nell'analisi dei processi organizzativi
- in più ampie attività di monitoraggio, promozione, produzione di servizi innovativi

Più in dettaglio:

a) **VERSO GLI UTENTI.** L'Esperto RIPSITUR, dopo aver approfondito la conoscenza delle dinamiche psicologiche sottese ai bisogni degli utenti e al loro soddisfacimento, sarà in grado di:

- a1) interagire con singoli turisti, con capacità di ascolto e di accoglimento di bisogni più o meno espliciti

- a2) offrire risposte in grado di accrescere la customer satisfaction
 - a3) monitorare motivazioni e bisogni, gestire il dissenso e contenere il disagio
 - a4) comprendere e gestire i processi psicosociali e le dinamiche che caratterizzano la vita del piccolo gruppo e delle aggregazioni informali
 - a5) offrire, nella forma di attività piacevoli e di impiego del tempo libero, occasioni di consolidamento del livello di autostima, empowerment, miglioramento delle competenze comunicative e accresciuta comprensione dei processi relazionali.
- b) VERSO L'AZIENDA. L'Esperto RIPSITUR sarà in grado di:
- b1) effettuare una puntuale analisi delle caratteristiche organizzative dell'azienda
 - b2) analizzare i conflitti e favorirne la risoluzione
 - b3) ottimizzare le forme di comunicazione interne all'azienda
 - b4) favorire una verifica e una riflessione costanti sui risultati raggiunti
 - b5) ove richiesto, progettare e proporre cambiamenti organizzativi
 - b6) verificare con metodi scientifici l'efficacia degli interventi effettuati e delle strategie di marketing adottate
 - b7) migliorare l'immagine dell'azienda e la sua capacità di comunicare, anche grazie all'apporto delle risorse offerte dalle nuove tecnologie informatiche
- c) VERSO IL TERRITORIO. L'Esperto RIPSITUR sarà in grado di:
- c1) applicare conoscenze statistiche, e metodi scientifici per l'elaborazione di dati quantitativi e qualitativi, all'analisi della domanda, alla verifica delle strategie di marketing, al monitoraggio sull'andamento dei flussi turistici
 - c2) contribuire allo sviluppo di un'efficace attività di rete, volta a favorire le sinergie e il potenziamento dell'offerta turistica del territorio
 - c3) immaginare, progettare e produrre, in collaborazione coi soggetti e gli enti competenti, proposte ed esperienze turistiche innovative
 - c4) cooperare con soggetti ed enti competenti per l'ottimizzazione delle forme di comunicazione e per lo sviluppo di attività volte a caratterizzare e promuovere le risorse del territorio.

Alcuni sbocchi occupazionali: consulenti e dipendenti presso strutture di accoglienza turistica, aziende private di formazione e/o progettazione/vendita turistica, Enti pubblici, Istituti scolastici, Centri di formazione professionale.

Eventi, Sponsorizzazioni, "Prodotti".

Durante la Prima Edizione del Master sono stati organizzati una serie di eventi e promosse sponsorizzazioni e "prodotti", tra cui si ricordano:

- presentazione del Master e Inaugurazione del Corso, nella Sala Manfredi del Castello Svevo di Trani, il 20 febbraio 2003;

- cerimonia di consegna agli allievi delle borse di studio offerte dalla Provincia di Bari, nella Sala Consiliare della Provincia, il 16 ottobre 2003;
- nella stessa occasione, Tavola Rotonda per la presentazione del volume, a cura di C. Serino, *Il Mediterraneo luogo di viaggi e incontro fra culture: identità, memoria, scoperta reciproca*. Atti del I Congresso nazionale ARIPT di Psicologia del Turismo. Bari: Giuseppe Laterza;
- cerimonia conclusiva del Master, nel Salone degli Affreschi del Palazzo Ateneo dell'Università di Bari, il 5 febbraio 2004, con la consegna dei diplomi e delle borse di studio offerte dalla Camera di Commercio di Bari.

Il Master ha sponsorizzato, con altri soggetti istituzionali, la realizzazione del volume: Serino C. (a cura di) (2003). *Il Mediterraneo luogo di viaggi e incontro fra culture*. Atti del I° Congresso Nazionale ARIPT di Psicologia del Turismo. Bari: Giuseppe Laterza.

Con il coordinamento dei docenti e a cura degli allievi del Master è stato progettato e realizzato un intervento formativo rivolto agli studenti dell'Istituto Alberghiero "G. Bovio": l'intervento, costituito da attività d'aula ed esercitazioni in laboratorio, mirava a familiarizzare gli studenti delle ultime classi all'impiego delle nuove tecnologie per l'incremento della qualità della comunicazione in ambito turistico.

Il Master ha inoltre sponsorizzato il V Congresso Nazionale AIP di Psicologia Sociale, svoltosi a Bari dal 25 al 27 settembre 2003. In questa occasione, inoltre, gli allievi hanno realizzato, sotto la guida di un esperto informatico (il Dott. Silvio Gelao) il CD multimediale "Alla scoperta del territorio barese", volto a presentare ai congressisti alcuni aspetti, caratteristiche e attrattive del territorio: il CD rom, prodotto a cura del Master RIPSITUR in un largo numero di copie, è stato distribuito in omaggio a tutti i congressisti, provenienti da ogni regione d'Italia, e dall'estero.

In conclusione, l'esperienza qui descritta ci appare un progetto innovativo e ricco di potenzialità, un patrimonio da non disperdere.

Riferimenti bibliografici

- Albanese A., Pozzi S., 2003, *Turismo intergenerazionale: memoria, identità, scoperta reciproca*, in C. Serino (a cura di), *Il Mediterraneo luogo di viaggi e incontro fra culture: memoria, identità, scoperta reciproca*. Atti del I Congresso nazionale ARIPT di Psicologia del Turismo, Giuseppe Laterza, Bari.
- D'Onchia G., Serino C., 2003, *Organizzazione del lavoro e formazione in ambito turistico: una ricerca presso le agenzie turistiche di Bari*, in C. Serino (a cura di), *Il Mediterraneo luogo di viaggi e incontro fra culture: identità, memoria, scoperta reciproca*. Atti del I Congresso nazionale ARIPT di Psicologia del Turismo, Giuseppe Laterza, Bari.
- Gulotta G., 1997, *Psicologia Turistica*, Giuffrè, Milano.
- Marzano M. e Velarocchia A. (a cura di), 2005, *Qualità nel Turismo e Nuove Professioni*. Rapporto conclusivo sulla Prima Edizione del Master Universitario "RIPSI.TUR"
- Manuti A., 2003, *La promozione turistica a scuola: un'occasione di sviluppo personale e di crescita interculturale*, in C. Serino (a cura di) *Il Mediterraneo luogo di viaggi e incontro fra culture: identità, memoria, scoperta reciproca* Atti del I Congresso nazionale ARIPT di Psicologia del Turismo, Giuseppe Laterza, Bari.
- Serino C., Carocci L., 1995, *La rappresentazione di prodotti tipici: processi cognitivi, relazioni intergruppi, comportamenti*, in V. Cinanni, R. Viridi, G. Fumai (a cura di), *Ambiente, salute, cultura: nuove questioni di Psicologia del Turismo*, Ed. Kappa, Roma.
- Serino C., 2000, *Les "sains" et "les autres" : processus de comparaison et représentations de l'handicap*, in G. Petrillo (ed.), *La Santé et la Maladie comme phénomènes sociaux*, Délachaux & Niestlé, Paris.
- Serino C., 2003, *Un profilo emergente: lo "psicologo del turismo"*, in L. Carli e C. Tonzar (a cura di), *Psicologia e Nuove Professionalità*, Liguori, Napoli.
- Serino C. (a cura di), 2003, *Il Mediterraneo luogo di viaggi e incontro fra culture: identità, memoria, scoperta reciproca*, Atti del I Congresso nazionale ARIPT di Psicologia del Turismo, Giuseppe Laterza, Bari.