

Dal turista ospitato alla comunità ospitante: psicologia di comunità e acquisizione di competenze

Caterina Arcidiacono

Immacolata Di Napoli

Università "Federico II", Napoli

Abstract: Il contributo affronta il tema del turismo nella prospettiva dell'incontro tra i desideri degli abitanti e dei turisti; il suo focus è nel considerare il turismo ed ogni forma di indotto ad esso collegato come capitale sociale da accrescere in una prospettiva sostenibile. L'incontro tra viaggiatore/ turista/ospite e abitante, ancorché autoctono, deve poter essere un'occasione di ricchezza per entrambi; pertanto la psicologia di comunità s'inscrive nell'incontro tra le due prospettive cercando di offrire risorse e strumenti per creare opportunità e benessere per ognuno dei protagonisti dell'incontro. La finalità è di illustrare un percorso didattico utilizzato nella formazione in psicologia di un corso di laurea specialistica in "Progettazione e gestione dei sistemi turistici". In particolare verrà esplicitata la prospettiva teorica, le dimensioni concettuali di riferimento e gli strumenti metodologici proposti, nel rispetto delle finalità che la psicologia di comunità persegue.
Parole chiave: sviluppo sostenibile, partecipazione, strumenti di ricerca partecipata.

Abstract: The contribution addresses the issue of tourism as regards the connection between the desires of local residents and tourists, and it concentrates on considering tourism and all forms of income linked to it as a social asset to be increased in a sustainable perspective. The encounter between the traveller/tourist/visitor and the native inhabitant should provide an opportunity for wealth and gain for them both and the psychology of the community is therefore a part of the encounter between the two perspectives, while trying to provide resources and tools to create opportunities and prosperity for each of the protagonists of the encounter. The present contribution aims to illustrate a didactic model used in the teaching of a specialised degree course in "design and management of tourist systems". In particular the theoretical perspective will be explained, together with the conceptual dimensions of reference and the methodological tools proposed, in the respect of the goals that the psychology of the community aims to reach. **Key-words:** sustainable development, participation, tools for participatory action research.

Dalle caratteristiche del turista al Capacity Carring Assessment

La letteratura nazionale ed internazionale offre molteplici modelli teorici di lettura delle motivazioni che inducono il turista ad intraprendere un viaggio, dei processi decisionali che sottendono tale scelta e della classificazione della tipologia del turista (Albanese & Cristini, 2007; Maeran, 2004). L'attenzione degli psicologi che si occupano del turismo è stata inizialmente rivolta allo studio dell'approfondimento delle dinamiche personali e sociali che caratterizzano il comportamento e l'esperienza turistica, così da ipotizzare offerte più adeguate alle aspettative dei viaggiatori. Una nuova consapevolezza e competenza del turista

colora, oggi, il significato della vacanza di nuove sfumature, generando quelli che Gulotta (2003) e Mura (2008) indicano come nuovi turismi (ecoturismo, turismo sostenibile e turismo responsabile). In fasce sempre più vaste di popolazione accresce, inoltre, la consapevolezza sociale sull'impatto che il turismo ha sui contesti locali, rendendo, così, necessaria una loro tutela ed uno adeguato piano di sviluppo (Hunter & Green 1996).

Compaiono, pertanto, all'orizzonte nuovi turismi che si configurano sempre più quali esperienze di conoscenza tra turista e autoctono; essi sono generati dal senso di indipendenza ed intraprendenza nonché dal desiderio di nuove conoscenze che inducono il viaggiatore alla ricerca di contatto "autentico" con i luoghi e le culture, ed non ultimo da un sistema valoriale ed etico che cerca di integrare le esigenze del turista e quelle dei contesti verso cui si dirige (Pugelli & Covelli, 2005).

Si tratta di atteggiamenti che, in una logica di gestione del turismo, offrono nuove opportunità e responsabilità a comunità locali, agenzie ed imprese turistiche e al turista (Carta per un turismo sostenibile, 1995; Carta della Dichiarazione di Berlino, 1997). Dalla Carta dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (1995) dal titolo "*Turismo: Principi base per uno sviluppo sostenibile*" si individuano le tre finalità precipue del turismo sostenibile:

- le risorse ambientali devono essere protette;
- le comunità locali devono beneficiare di questo tipo di turismo, sia in termini di reddito sia in termini di qualità della vita;
- i visitatori devono vivere un'esperienza di qualità.

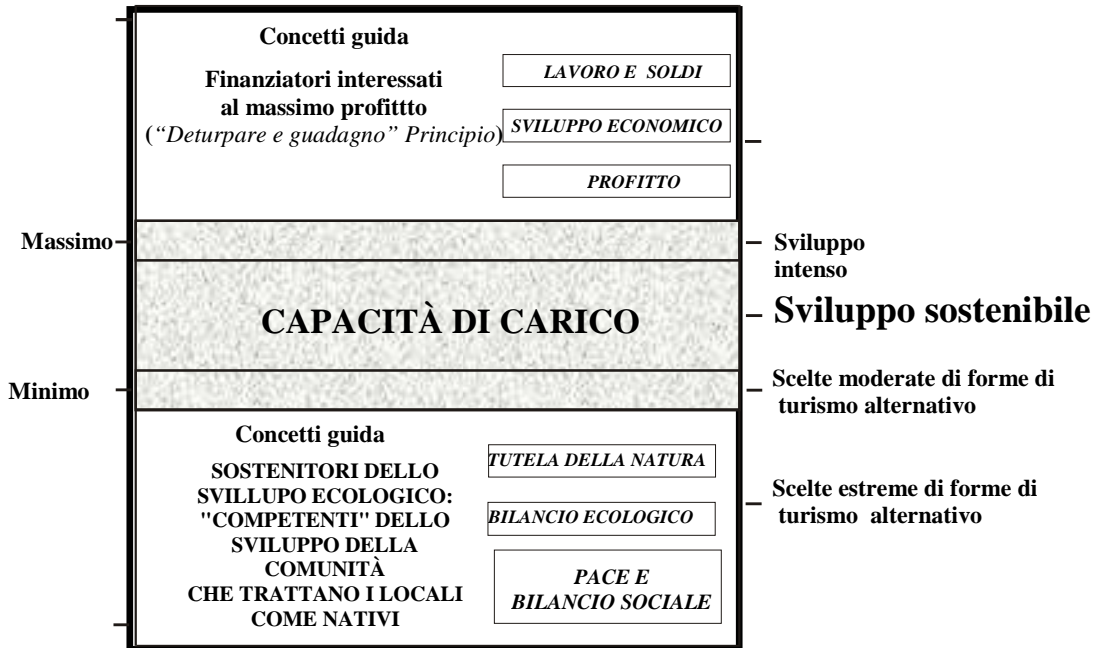
È in questo nuovo scenario che concetti sistemici divengono adeguate linee guida per la gestione del turismo: flessibilità, interdipendenza, ottimizzazione, complessità, diversità e cooperazione tra le componenti del sistema del turismo.

La metodologia di pianificazione *Carrying Capacity Assessment (CCA)*, le cui linee guida sono indicate nel documento *Good Practice in Tourism Capacity Assessment* (Unep, 2003) esprime in pieno le prerogative di una logica che considera tutte le componenti dello sviluppo turistico locale:

- le caratteristiche ambientali e urbanistiche delle aree interessate;
- la tipologia e l'ampiezza delle attrattive turistiche;
- le relazioni tra micro e macro politiche del turismo;
- le preferenze della popolazione locale, dei turisti e degli operatori.

Per *capacità di carico (CCA)* viene inteso l'intervallo entro il quale si verifica il processo di sviluppo sostenibile del turismo, al cui estremo superiore si registra uno sviluppo intensivo della risorsa turistica, ossia uno sviluppo che stressa le risorse ambientali e culturali del territorio; mentre al suo estremo inferiore, rientrano forme *soft* di turismo, rilevando così una politica iper-conservativa del territorio dove il turismo viene vissuto unicamente come una minaccia per l'ambiente e non una risorsa (Cfr. tavola 1).

Tav. 1: Schema di relazione tra i possibili scenari alternativi nella capacità di carico del turismo
Rielaborazione da: WTO, 1993.



La finalità di tale metodologia è quella di determinare i limiti della sostenibilità dello sviluppo, cioè l'uso ottimale delle risorse turistiche e per questo deve essere integrata nel processo di pianificazione territoriale e di gestione delle risorse turistiche. Di grande utilità appare nella logica della progettazione e promozione di turismo sostenibile riprendere i presupposti del modello ecologico secondo cui qualsiasi azione trasformativa in un sistema deve tenere conto delle configurazioni delle sue diverse forze omeostatiche e morfogeniche che possono, rispettivamente, ostacolare o facilitare le evoluzioni dello stesso (Lewin, 1951).

La psicologia di comunità e gli operatori turistici

In un'ottica empowerizzante (Rappaport 1990), la progettazione turistica richiede l'individuazione delle transazioni tra individuo e contesto, più precisamente, l'attenzione è concentrata sull'interazione tra fattori sociali, economici, ambientali, individuali e relazionali, che possono inibire o favorire il benessere degli individui nella loro relazione con i processi locali. La psicologia di comunità che si pone come obiettivo precipuo promuovere il benessere a livello individuale e sociale

(Prilleltensky & Prilleltensky, 2006), ha qui un ruolo per la promozione di processi e funzioni empowerizzanti (Rappaport, 1990) con finalità emancipativa e trasformativa (Mertens, 2003). La progettazione turistica, in tal senso, si connota in una prospettiva contestuale e relazionale, dove l'attribuire valore ai contesti significa restituire potere ai cittadini: favorire le forze e le possibilità di risorse a loro disposizione (Fisher, Sonn & Evans Scot, 2007; Christens & Perkins, 2008; Prilleltensky, 2008). Il contributo teorico e metodologico della psicologia di comunità si specifica infatti, nel promuovere consapevolezza dei processi in atto e delle loro implicazioni sulla qualità di vita degli abitanti e promuovere partecipazione attivando processi di capitale sociale. In questo quadro si pone la domanda: Quali le dimensioni concettuali a cui fare riferimento? Quali competenze e strumenti fornire all'operatore sociale? Con quali finalità?

In una prospettiva ecologica, colui che vuole introdurre dei mutamenti nella cultura locale esistente rispetto al turismo o perché troppo tesa a sopravvalutare le risorse contestuali disponibili o perché non disposta a valutarne le potenzialità, deve avvalersi di metodologia di ricerca e strumenti che permettano di poter individuare quali debbano essere le condizioni da modificare al fine di produrre un dato risultato e quali possano essere i mezzi adeguati a promuoverne un loro mutamento. L'operatore che agisce nel turismo e per il turismo assume così il ruolo di "catalizzatore" e facilitatore dei processi di sviluppo partecipati.

Nella didattica secondo l'approccio della psicologia di comunità, l'enfasi è sulla trasmissione di strumenti e metodologie che possano permettere la gestione e lo sviluppo di processi conoscitivi partecipati.

L'attenzione non è a studiare l'immagine dei luoghi nella rappresentazione del turista, come ad esempio propone Pearce (2005), bensì a trasmettere strumenti per indagare sia come la dimensione turismo entra nell'universo delle credenze, valori, immagini degli abitanti, sia come l'abitante agisce all'interno del suo contesto locale in relazione all'impatto del turismo.

Per rispondere alle suddette domande il paradigma dell'*action research* (Lewin, 1946, 1947) è lo strumento che ha la specificità di stimolare il coinvolgimento dei futuri destinatari dell'intervento. La ricerca-azione ha come finalità ampliare conoscenze e/o modificare situazioni esistenti sia a livello individuale che organizzativo legittimando la percezione dei soggetti, cioè dei membri della comunità, per essere attivi nei processi decisionali e influenzare le modalità di organizzazione della comunità. In tal senso un contenuto fondante per la formazione concerne il riferimento ai concetti guida della ricerca azione come proposti al lettore italiano da Colucci, Colombo e Montali (2008).

Metodologie e strumenti

La ricerca azione partecipata (Arcidiacono, 2008; Arcidiacono & Marta, 2008), di concerto tra abitanti, associazioni ed istituzioni, è infatti, strumento per la

comprensione delle dinamiche relazionali che animano il territorio. Altrove abbiamo descritto l'importanza di assumere decisioni inerenti la ricerca e gli interventi in forma partecipata e condivisa, definendo l'importanza del lavoro di rete, della mediazione tra attori sociali e della conduzione di gruppi (Arcidiacono & Procentese, 2008; Arcidiacono, Procentese & Baldi in press).

Qui vogliamo dare voce, nell'ambito della psicologia del turismo ad alcuni strumenti per lo studio delle interazioni locali in una prospettiva partecipata.

Al fine di esplicitare, nella formazione di chi intende agire per la promozione del capitale sociale di un territorio, quali metodi vadano a nostro parere sviluppati e quali ambiti preferenzialmente indagati vogliamo brevemente analizzare alcuni strumenti propri della psicologia sociale, declinandoli in relazione alle problematiche del turismo in una prospettiva sostenibile e partecipata.

Per l'offerta formativa del corso di psicologia sociale, del corso di laurea specialistica in Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici dell'Università "Federico II" di Napoli, abbiamo infatti ritenuto prioritario fornire riferimenti in merito alle metodologie della ricerca intervento e al loro uso per la promozione di sviluppo sostenibile partecipato proponendo linee guida rispetto all'uso della osservazione, dell'intervista e del foto dialogo.

Il senso complessivo di questo intervento è leggere il turismo come fenomeno condiviso in cui si coniugano desideri e motivazioni di gruppi diversi che, anche se solo temporaneamente, condividono un territorio e incidono sullo sviluppo e potenziamento delle sue risorse. A tal fine si propongono alcuni strumenti didattici che possono mettere l'operatore del turismo in grado di dialogare con i propri luoghi e con i loro abitanti acquisendo conoscenza attiva della esperienza che un dato contesto di vita sviluppa. Lo scopo è promuovere la conoscenza di strumenti adeguati per superare i vincoli e potenziare le risorse al confine degli interessi e motivazioni di residenti e potenziali abitanti temporanei, facendo della propria comunità locale oggetto di conoscenza e di intervento finalizzato.

L'osservazione

Lo studio dei contesti naturalistici, la *ricerca sul campo*, chiedono che il ricercatore faccia parte del contesto indagato, ne abbia conoscenza e consapevolezza. L'osservazione dei contesti pubblici, eventi, organizzazioni, interazioni è preziosa per conoscere abitudini, stili di vita, regole e usi sociali. A tal fine l'osservazione dei contesti locali è una competenza da sviluppare e non una mera occupazione ludica, "una passeggiata". Essa differisce dall'osservazione clinica, ma richiede in ogni caso all'osservatore consapevolezza (*riflessività*) in merito ai propri atteggiamenti, modi di vedere, stereotipi, opinioni. L'osservatore deve inoltre avere consapevolezza sull'interazione che la sua presenza crea nel contesto osservato: gli effetti che la sua presenza in un determinato contesto induce e se essa ha una funzione facilitante o inibente la relazione con l'intera comunità; in tal senso anche

età, genere, occupazione, stile di vita ed abitudini del ricercatore possono e non, avere funzione proattiva nella costruzione di conoscenze. La capacità di cogliere sia il punto di vista dell'osservatore sia la prospettiva dell'osservato: cogliere cioè la dimensione *emica* (il modo in cui le persone danno senso alle proprie azioni) e quella *etica* (cioè come il ricercatore, in base alla sua esperienza personale e professionale attribuisce significati) è un'ulteriore competenza da sviluppare nel ricercatore. Si auspica infine, una presenza dell'osservatore all'interno del contesto per tempi prolungati, ed in ogni caso vanno costruite strategie di interazione tra il ricercatore e la comunità, costruendo possibilmente forme di ricerca partecipata in merito alle aspettative e al possibile impatto del turismo. Con queste brevi note vogliamo così preliminarmente enfatizzare che la conoscenza dei contesti e quindi delle relazioni tra gruppi (abitanti /turisti/potenziati visitatori) si radicano nella conoscenza dei contesti e delle regole di interazione e scambi sociali in esse in uso e che l'accesso ad una comunità "debba essere guadagnato" (Angrosino, 2007).

La forma di interazione con il contesto non può essere trascurata: talvolta l'osservatore è del *tutto estraneo* ad ogni forma di interazione, quasi invisibile; altre volte interagisce con il contesto: ha contatti esclusivamente attraverso il proprio ruolo di *ricercatore*, o *prende parte* alla vita della comunità; alcune volte, infine, ne è *membro*, totalmente inserito nella sua vita sociale. Nella ricerca in contesti naturalistici, l'osservazione più che porsi come metodo specifico si caratterizza come strategia per la raccolta di dati (Bernard 1988). Note di campo, memorie, verbali sono lo strumento che accompagna il processo di conoscenza e che ne mantiene la memoria nel tempo, consentendo di cogliere gli effetti di iniziative e processi spontanei.

L'intervista individuale e di gruppo

La ricerca sociale ha sviluppato per la valutazione delle aspettative del turista e verso il turismo, scale e questionari, (Maeran, 2004) il nostro approccio prevede piuttosto il ricorso all'intervista semistrutturata che segue un protocollo prefissato concernente i temi da indagare e le aree da esplorare. Si tratta di un'intervista che a differenza del questionario apre un dialogo libero con l'intervistato e presenta quale peculiarità una modalità di conduzione in cui una traccia preliminare, una griglia di domande, che attraversa le aree tematiche da esplorare funge da guida per l'intervistatore. Tale modalità di conduzione lascia all'intervistato ampia libertà di espressione, accedendo così a temi che il ricercatore potrebbe non aver inizialmente previsto come centrali nell'esplorazione del fenomeno che si propone di indagare. La griglia di domande quindi non rappresenta uno schema rigido a cui attenersi fedelmente, ma uno strumento flessibile che consente al ricercatore di essere principalmente guidato nella sequenza più appropriata con cui presentare all'intervistato le aree tematiche da trattare, così da evitare possibili chiusure e difese di quest'ultimo nella relazione che si instaura con l'intervistatore (Smith,

1995). Kvale (2007) fornisce utili indicazioni sulla modalità con cui le domande vanno formulate nell'utilizzo della griglia tematica; in particolare l'autore introduce domande che ottimizzano l'esplorazione dei temi proposti secondo una sequenza che prevede domande introduttive, domande di follow up; domande di probing; domande di specificazione; domande dirette; domande indirette; domande strutturanti; domande interpretative. Nel nostro caso Legewie (2006) definisce le modalità con cui costruire l'interazione focalizzando l'importanza della costruzione di fiducia e affidabilità nella relazione tra intervistatore e intervistato.

Un aspetto che, qui, si vuole riportare all'attenzione è la modalità con cui gli intervistati vengono individuati. Quest'aspetto del metodo è oggetto di attenta elaborazione in relazione agli obiettivi della ricerca e alle caratteristiche del contesto indagato.

Nell'ipotesi di una ricerca situata (Mantovani, 2008) con strumenti qualitativi, si evidenzia la opportunità di un campionamento teorico (Strauss & Corbin, 2008), ma nello specifico, in via preliminare gli intervistati sono individuati secondo i criteri di selezione proposti da Martini e Sequi (1994); al fine di cogliere la complessità dei possibili punti di vista sul fenomeno, i partecipanti vengono scelti in relazione alla conoscenza che si suppone essi ne abbiano; la proposta di Martini e Sequi per i contesti locali ha per noi, funzione di guida; gli autori invitano a considerare anzitutto i *soggetti in* (leader riconosciuti; politici che gestiscono il potere; servizi sociali; affari e commercio) e quelli *out* (minoranze sociali senza potere; minoranze politiche e persone che danno aiuto in modo informale). E' compito delle prime fasi di ricerca individuare quali categorie di soggetti ricercare e quali persone meglio si adattano ai criteri definiti.

In alcuni casi può essere utile accompagnare le interviste con interviste di gruppo con il metodo del focus group rivolti a specifici gruppi di cittadini. Numerose sono ormai le pubblicazioni in lingua italiana che descrivono uso e modalità di quest'ultimo nella ricerca (Albanesi, 2004; Procentese, 1999).

Nel nostro approccio si tratta di sottolineare che la conduzione richiede competenze nella ricerca e nel lavoro di gruppo.

Il fotodialogo

L'uso di materiali visivi è sempre più frequente nell'ambito delle scienze sociali quale strumento di narrazione e comunicazione. Fra questi, in psicologia di comunità trova crescente attenzione il foto dialogo. Fare la foto è il primo passo di questa procedura di relazione; ciò che è rilevante è il processo attraverso cui si decide cosa fotografare e come la fotografia diventi strumento di interazione con il territorio; in seconda istanza è importante come le foto raccolte diventino, o possano diventare strumento di comunicazione all'interno del gruppo e con la popolazione più estesa.

Si tratta di un metodo che prevede alcune facili azioni da svolgere a livello individuale e in gruppo: 1) In prima istanza si chiede ai partecipanti ad un'esperienza, ad un gruppo, o agli abitanti di una località di fare delle foto che abbiano ad esempio come riferimento i luoghi di vita. Si può ad esempio chiedere di fotografare una cosa bella e una cosa brutta e poi di collocare se stessi all'interno del contesto; fare ad esempio le foto del proprio paese, focalizzando l'attenzione sulle bellezze e su ciò che si vorrebbe eliminare; 2) Successivamente le foto effettuate da ognuno vengono raccolte ed analizzate in gruppo; 3) La terza fase consiste nel costruire un pannello, un video, una mostra che esprima i luoghi così come sono visti dagli abitanti; 4) La mostra, è infine l'ultimo atto, un'occasione di ridiscussione con l'intero quartiere ed eventualmente con le autorità locali di quanto emerge nella percezione degli abitanti. Nel 2002, (Arcidiacono, 2004a, 2006a,b) abbiamo ad esempio, realizzato dei pannelli con le foto dei luoghi che gli abitanti del Centro antico di Napoli avevano segnalato come gli spazi più belli e più brutti del proprio quartiere; Legewie (2006) in una ricerca effettuata a Firenze in Santa Croce sull'impatto del turismo di massa aveva intervistato abitanti significativi per spiegare le trasformazioni in atto, e ha elaborato pannelli che uniscono ad ogni foto il testo di un brano saliente dell'intervista.

Il metodo proposto si chiama foto dialogo e non si limita alla costruzione visiva di un luogo o una situazione emotivamente significativa (*photovoice*); le immagini vengono infatti anzitutto realizzate e poi, raccolte, riprodotte e discusse attraverso dibattiti, mostre, incontri e lavori di gruppo; pertanto la dimensione interattiva è per noi fondante nell'uso delle immagini prodotte.

Identità di comunità e fiducia sociale: le dimensioni concettuali per una progettazione partecipata

I processi identitari ed il senso di progettualità personale e collettiva attivi nel legame cittadino e comunità locale rappresentano, nella nostra proposta di progettazione dal basso, le dimensioni concettuali fondanti il rapporto del cittadino con il proprio contesto dalle quali origina l'azione per il potenziamento o la rimodulazione dello sviluppo turistico nelle comunità territoriali.

Recepire tali dimensioni implica che l'attenzione degli operatori del turismo colga il mondo delle rappresentazioni sociali e delle percezioni dei contesti (Perussia, 1991), gli schemi e le mappe ambientali (Bonnes, Bonaiuto & Lee, 2004), l'identità dei luoghi (Proshansky, Fabian & Kaminoff, 1983) e il senso di appartenenza, nonché i processi attribuzionali (Heider, 1958) e le aspettative, che ciascun cittadino nutre nei confronti del proprio contesto di vita.

L'esplorazione di tali aspetti rappresenta un'utile premessa per entrare nella disamina di quei processi *quasi stazionari* sui quali si fondano le abitudini delle comunità locali, cercando di promuoverne un possibile cambiamento che tenga ben presente le aspettative di coloro che di tale contesto fanno parte.

Appare proficuo soffermare l'attenzione del lettore sui concetti di *community identity* (Puddifoot, 1995) e di *community trust* (Arcidiacono & Di Napoli, 2007, 2008a) che definiscono il contesto teorico in cui i nostri lavori di ricerca ed intervento nelle comunità locali vengono realizzati.

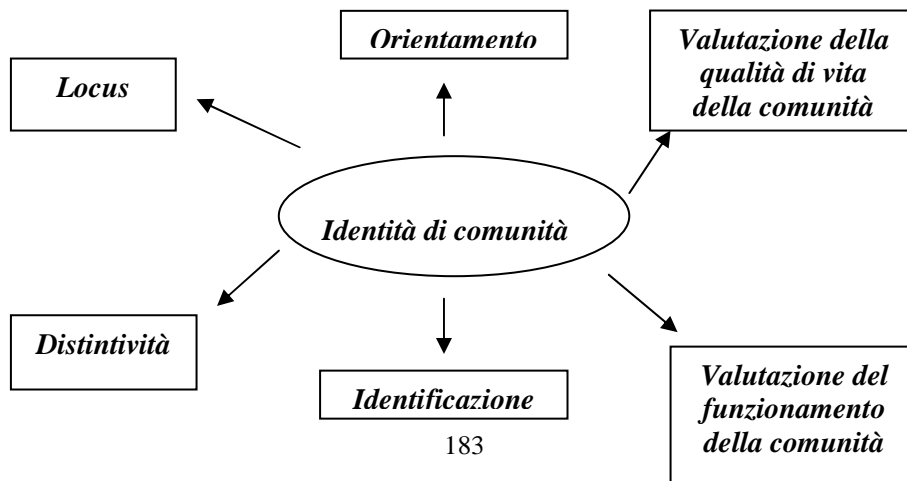
Community identity

La *Community Identity* (Puddifoot, 1995) si propone quale dimensione concettuale atta a rilevare come il soggetto si rappresenta le caratteristiche ambientali e architettoniche di quella specifica e localizzata comunità territoriale anche in relazione ai servizi presenti e alla vita di comunità; essa inoltre comprende quegli aspetti prettamente emotivi che influenzano il modo di orientarsi del soggetto verso di essa rispetto al proprio futuro personale.

L'identità di comunità parte dal presupposto che la rappresentazione dei contesti territoriali di appartenenza propria di ciascun abitante viene ad iscriversi in un processo di rappresentazioni di comunità collettivamente costruite; in questo senso è considerata da Deaux (1996) come uno dei livelli dell'identità sociale (Tajfel, 1978). La peculiarità di tale costrutto si sostanzia, pertanto, nel considerare il ruolo che i processi collettivi giocano nella relazione tra identità personale e luogo (Bonnes & Bonaiuto, 2004; Twigger-Ross *et al.*, 2003), definendone i livelli di *identità territoriale* (Pronshansky *et al.*, 1983) e di *identità urbana* (Lalli, 1992), espressioni dell' *identità collettiva* di secondo livello, sui quali si struttura l'appartenenza a carattere territoriale.

Puddifoot indica sei principali dimensioni su cui si struttura l'identità di comunità: *locus*, *distintività*, *identificazione*, *orientamento*, *valutazione della qualità di vita della comunità*, *valutazione del funzionamento della comunità* che sottendono ulteriori quattordici sottodimensioni (Cfr.tavola 2).

Tav. 2: Le dimensioni dell'identità di comunità



Il *locus* è la dimensione che esprime le percezioni che gli abitanti hanno della propria appartenenza alla comunità in riferimento ai confini, alle caratteristiche fisiche del territorio, alle caratteristiche dell'ambiente costruito e/o dell'insieme delle relazioni sociali e culturali, peculiari della comunità stessa. Tale dimensione fonda la rappresentazione mentale del territorio in cui le percezioni e i sentimenti collegati alla casa, al quartiere e alla città si sovrappongono. Bonnes (1995), d'altronde, afferma che le immagini della città possono essere molteplici e differenti tra gli abitanti di una particolare area in relazione al diverso uso che gli abitanti ne fanno, alle relazioni in essa intrattenute e, in alcuni casi, all'attaccamento alle loro radici (Hedges & Kelly, 1992).

La *distintività* richiama la percezione che i soggetti hanno della differenza della loro comunità dalle altre circostanti e può essere ricondotta sia a fattori di tipo geografico che di tipo relazionale; anche se l'autore ricorda che la distintività rispetto a caratteristiche sociali e culturali risulta essere più evidente e maggiormente percepita dagli abitanti. Con l'*identificazione* ci si riferisce a quella dimensione inerente il senso di affiliazione, di appartenenza e di connessione emotiva.

L'*orientamento* esprime il modo in cui ogni singolo individuo si pone nei confronti della propria comunità e nello specifico il significato che la comunità locale, assume per un individuo o un gruppo sociale che entra in relazione con essa (Jorgensen & Stedman, 2001).

La *qualità di vita* viene ad essere valutata in termini relazionali considerandone gli aspetti: senso di mutualità, cooperazione, ampiezza dell'interazione sociale.

L'ultima dimensione dell'identità di comunità è la *valutazione del funzionamento*, intendendo con essa un giudizio sui servizi offerti dalla propria comunità.

Community trust

La fiducia sociale, in riferimento alla Expectative Theory (Edwards, 1954), è definita come aspettativa positiva di un'utilità soggettiva in un dato contesto (Arcidiacono, 2004b).

Il sentimento di fiducia viene ad essere attribuito alle aspettative che gli abitanti nutrono rispetto alla loro comunità territoriale e la cui soddisfazione costituisce un incentivo per la realizzazione di forme di progettualità condivisa (Arcidiacono & Di Napoli, 2008 a,b).

La fiducia sociale si costruisce sul modello teorico e metodologico predisposto (Arcidiacono & Di Napoli, 2008a) sulle aspettative rispetto alle amministrazioni comunali; rispetto agli abitanti della propria comunità e al futuro di quest'ultima ed infine sulle aspettative di ogni individuo verso il proprio futuro nella comunità.

La fiducia sociale si caratterizza per la valutazione del contesto in termini di supportività rispetto alle proprie azioni individuali e collettive; la progettualità è

connessa alla lettura delle risorse del contesto e non è attribuirsi alla valutazioni delle competenze personali.

Identità e progettualità nei contesti locali in trasformazione

All'interno di un contesto locale la progettazione partecipata (Sanoff, 2000) permette di definire tra gli abitanti le "identità" condivise e l'intreccio delle reciproche aspettative e azioni. La trasformazione dei contesti locali può alimentare negli autoctoni una sensazione di crisi, quale rottura di un ordine preesistente e collettivamente condiviso. Qualsiasi cambiamento locale può, tuttavia, attivare la ricerca di possibili risorse in grado di migliorare e potenziare le condizioni di vita degli abitanti e delle organizzazioni della comunità territoriale stessa.

Al cambiamento corrisponde, pertanto, una riorganizzazione dell'assetto comunitario, ma, spesso, accade che la trasformazione si scontra con la difficoltà di adattamento espressa dagli abitanti.

La condizione di assenza di progettualità, ossia di stallo, viene ad essere ricondotta alla storia del contesto locale, al senso di appartenenza, alla fiducia verso di esso nutrita. E proprio nelle situazioni in cui i desideri si scontrano con le aspettative e i vissuti del contesto locale inducendo comportamenti tra loro conflittuali, la ricerca azione può fungere da catalizzatore di processi di trasformazione sociale.

Si vogliono qui riportare alcune considerazioni relative ad una comunità territoriale, della provincia di Napoli, ove i cambiamenti investono sia l'assetto comunitario per la messa a punto di nuovi servizi rivolti alle istanze della cittadinanza, sia ad una sua più ampia trasformazione in termini turistici.

Viene qui discusso del materiale testuale ottenuto da un lavoro di ricerca intervento condotto nella città di Castellammare di Stabia, la cui finalità è stata quella di cogliere le aspettative che le donne nutrivano nei confronti della propria città e dei suoi servizi. Questo materiale risulta esplicativo dei processi identitari e delle aspettative di progettazione a cui si è fatto precedentemente riferimento nel testo.

Il materiale testuale, ottenuto mediante interviste semistrutturate rivolte a 28 donne residenti nella città di Castellammare di Stabia, selezionate mediante un campionamento teorico, è stato analizzato secondo l'approccio della Grounded Theory.

Il materiale attiene al tema della conoscenza degli aspetti distintivi del proprio territorio e dell'atteggiamento che gli abitanti hanno in relazione al suo sviluppo.

Castellammare di Stabia è un comune di 66.000 abitanti, a ridosso della penisola sorrentina caratterizzato da un passato industriale e allo stesso tempo turistico: ambito luogo di villeggiatura agli inizi del novecento, sede di pastifici e rinomate acque termali viene descritta nelle parole delle sue cittadine come un contesto di grandi potenzialità che la rendono *distintiva*, ma che non riescono a trovare in esso una loro adeguata espressione, e talvolta non sono neanche riconosciute, come tali. Castellammare viene vissuta in prevalenza dalle più giovani, come il negativo del

suo florido passato, o tutt'al più come difficile da identificare ... *Non la vedo in nessun modo...* (giovane studentessa, lavoratrice part-time).

È una città dove la contraddizione sembra regnare, le potenzialità, infatti, sono viste e pensate in maniera progettuale, ma a queste segue la non realizzabilità. È proprio la consapevolezza di questa potenzialità, "sommersa" dalla non curanza degli altri cittadini, che agli occhi delle intervistate, rende Castellammare una città verso la quale si prova un amore quasi viscerale e pertanto, difficile da lasciare.

L'immagine che evocano queste testimonianze è quella di un popolo in fiduciosa attesa di una rinascita, come ben dimostrato dalle immagini lasciata da una intervistata ...*Post fatam resurgam...* (donna impegnata politicamente), ma allo stesso tempo è come se a Castellammare mancasse la forza di affrontare un percorso di crescita. Come mai i cittadini calpestando la bellezza di Castellammare e poi a pochi chilometri da casa loro rispettano le bellezze delle altre città? È questa la domanda che ricorre in molte interviste ...*io vedo gli Stabiesi quando vanno in penisola sorrentina, viene volgarmente detto che si lavano la faccia e si mettono un vestito nuovo perché hanno rispetto per quei paesi che vivono di turismo* (donna impegnata politicamente).

Nella percezione dei cittadini la vera *forma di malessere* della città, è dovuta a diffusi comportamenti di inciviltà e di carente senso civico, che indicano uno scarso amore per la città da qui la proposta delle intervistate a programmare il rilancio della città a partire dai cittadini e dalle cittadine; a più voci viene ribadita la necessità di corsi di formazione per dei buoni cittadini che devono imparare ad amare la propria città ed impegnarsi in un percorso di cambiamento che li veda come testimoni privilegiati.

La consapevolezza di accompagnare il cittadino, nell'impegno verso la città, è da motore alla richiesta che potrebbe essere letta come un supporto del cittadino "paralizzato" dalla mancanza d'impegno nei confronti della propria città.

Attraversa le parole e le immagini esaminate emerge la sensazione di una città in trasformazione dove le potenzialità vengono riconosciute, ma latente è l'immagine di un luogo troppo fermo, che si ancora al passato incapace di credere al proprio futuro. Denominatore comune di tutte le testimonianze è l'idea di un cittadino disilluso che sembra aver paura dei cambiamenti e che probabilmente preferisce non legarsi alle piccole, seppur visibili, innovazioni per non affrontare la delusione di una possibile involuzione di tali azioni. È, così, la paura per un futuro da costruire che tiene ancora legati ad un passato certo.

La sensazione è che tutte le proposte soprattutto quelle in termini turistici, come ad esempio la costruzione di un nuovo porto, vengono vissute con molta diffidenza, come ben testimonia una giovane donna di Castellammare disoccupata intervistata, ...*Ora c'è questo progetto del porto nuovo di un importante architetto, mi domando sarà una cosa positiva? Io sono molto pessimista credo di no...*

È come se in fondo tale domanda sottendesse "*Castellammare c'è la fa a reggere un progetto di tale portata, a reggere un cambiamento?*" e la risposta sembra

indicare...*noi non possiamo farcela e possiamo... solo affidarci al fato* (giovane socia di una cooperativa). Si tratta di vissuti profondi che animano il cittadino nei rapporti con i propri luoghi e che influenzano l'impatto di nuove progettualità la realizzazione.

Queste riflessioni trovano già nelle parole delle intervistate la proposta di un percorso di acquisizione di maggiore fiducia sociale che ha bisogno di sostegno e rinforzo. La psicologia del turismo può essere in questo senso uno strumento alla comprensione e all'azione finalizzata.

Riferimenti bibliografici

- Albanesi, C. (2004). *I focus group*. Roma: Carocci, Le Bussole.
- Albanese, A. & Cristini, C. (Eds.). (2007). *Psicologia del turismo: prospettive future. Un percorso di ricerca-formazione nazionale-interdisciplinare*, Scritti in onore di Marcello Cesa-Bianchi. Milano: FrancoAngeli.
- Angrosino, M. (2007). Doing ethnographic and observational research. In U. Flick (Ed.), *The Sage Qualitative Research Kit*. London: Sage.
- Arcidiacono, C. (2004a). *Il fascino del Centro Antico*. Napoli: Magma Editore.
- Arcidiacono, C. (2004b). Sentimiento de comunidad y esperanza. In A. Sanchez Vidal, A. Palacín & L. M. Constanzo Zambrano (Eds.), *Psicología comunitaria Europea: Comunidad, poder, ética Y valores* (pp. 218-228). Barcelona: UB.
- Arcidiacono, C. (2008). Ricerca-azione partecipata [PAR] e cooperative inquiry: esperienze a confronto. In F.P. Colucci, M. Colombo & L. Montali (Eds.), *La ricerca-intervento: prospettive e ambiti*. Bologna: Il Mulino.
- Arcidiacono, C. & Di Napoli, I. (2008a) *Community trust: The Scale of Community Action Orientation (CAO)*. Paper presentato al Proceedings, 7th International conference on social science methodology, Naples, 1-5 September.
- Arcidiacono, C. & Di Napoli I. (2008b) *Sense of community: agency versus sense of belonging*, in Vázquez Rivera, C.; Figueroa Rodríguez, M.; Pacheco Bou, W.; & Pérez Jiménez, D. (press). *Internacional Community Psychology: Shared agendas in diversity*. (Psicología comunitaria internacional: Agendas compartidas en la diversidad). Puerto Rico: Ed. UPR.
- Arcidiacono, C. & Di Napoli I. (2007) From Sense of Community to community orientation: community trust as a key issue. In: *Social Change in Solidarity: Community Psychology Perspectives and Approaches* ed A. Bokszczanin, Opole: Opole University Press.
- Arcidiacono, C., Legewie, H., Mordini, M. & Dienel, H.L. (2006a). Historical City Quarters in the vortex of Globalization: Naples, Florence, Berlin. (Photo Exhibition presented at the 5th European Conference for Community Psychology, Berlin, 2004). URN URL: <http://psydok.sulb.unisaarland.de/volltexte/2006/757/>
- Arcidiacono, C. & Legewie, H. (Eds.). (2006b). *Learning communities and sustainable social-economic city development*. (Proceedings of the 5th European

- Conference for Community Psychology, Berlin, 2004). <http://psydok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/756> (URN: nbn:de:bsz:291-psydok-7566)
- Arcidiacono, C. & Marta, E. (2008). La ricerca in psicologia di comunità: conoscenza, finalità trasformativa e partecipazione. *Rivista di Psicologia di comunità*, 2, XX.
- Arcidiacono, C. & Procentese, F. (2005). Distinctiveness and sense of community in the historical center of Naples: A piece of participatory action-research. *Journal of Community Psychology*, 33 (6), 631-638.
- Arcidiacono, C. & Procentese, F. (2008). *Grounded theory and citizen narratives*. Paper presentato al Proceedings, 7th International conference on social science methodology, Naples, 1-5 September.
- Arcidiacono, C., Procentese, F. & Di Napoli, I. (2008). Quantitative and Qualitative Research: an ecological approach. *IJMRA, The International Journal of Multiple Research Approaches* (ISSN 1834-0806). Accepted.
- Arcidiacono, C., Procentese, F. & Baldi, S. (2009). Participatory planning and community development: An E-learning Training Program. *Journal of Prevention & Intervention in the Community*, (in press).
- Bernard, H.R.(1988). *Research methods in cultural anthropology*. Newbury Park, CA:Sage.
- Bonnes, M. (1995). Dalla psicologia del turismo alla psicologia ambientale dell'ecoturismo passando per la sostenibilità e la biodiversità. In G. Sangiorgi (Ed.), *Turista e turismi. Contributi psicologici allo sviluppo del settore* (pp.209-229). Cagliari: Cuec.
- Bonnes, M., Bonaiuto, M. & Lee, T. (Eds.). (2004). *Teorie in pratica per la psicologia ambientale*. Milano: Raffaello Cortina.
- Christens, B.& Perkins, D.D. (2008). Transdisciplinary, multilevel action research to enhance ecological and psychopolitical validity . *Journal of Community Psychology*, in press.
- Colucci, F.P., Colombo, M. & Montali, L.(2008). *La ricerca-intervento:prospettive e ambiti*. Bologna: Il Mulino.
- Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile. (1995). Lanzarote. www.solidea.org/Aree/Turismo/lanzarote.htm
- Deaux, K. (1996). Social identification. In T. E. Higgins & A. Kruglanski (Eds.), *Social psychology. Handbook of basic principles*. New York: The Guilford Press.
- Edwards, W. (1954). The theory of decision making. *Psychological Bulletin*, 51, 380-417.
- Fisher, A., Sonn, C C. & Evans Scot, D. (2007). The place and function of power in community psychology. Philosophical and practical issues. *Journal of Community and Applied Social Psychology* 4 (17), pp. 258-267.
- Gulotta, G. (2003). *Psicologia turistica*. Milano: Giuffrè Editore.

- Hedges, A. & Kelly, J. (1992). *Identification with Local Area: Report on a Qualitative study*. London: HMSO (Obtainable from the Department of the Environment, H. M. Government, London, U.K.).
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley. Trad. It. *Psicologia delle relazioni interpersonali*. Bologna: Il Mulino.
- Hunter, C. & Green, H. (1996) *Tourism and the environment: a sustainable relationship?* London: Routledge.
- Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. London: Sage.
- Jorgensen, B. S. & Stedman, R.C. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 233-248.
- Lalli, M. (1992). Urban related identity: Theory, measurement and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12, 285-303.
- Legewie, H. (2003) *Narrazioni ed immagini della città: Qualità della vita e turismo nei centri storici di Firenze e Berlino. /Erzählungen und Bilder der Stadt: Lebensqualität und Tourismus in historischen Vierteln von Florenz und Berlin*. Schriftenreihe des ZTG- Zentrum Technik und Gesellschaft. Technische Universität, Berlin.
- Legewie, H. (2006). Teoria e validità dell'intervista. *Psicologia di comunità*, 2 (1), 79-94.
- Lewin, K. (1946). *Manual of child psychology*. New York: Wiley
- Lewin, K. (1947). Frontiers in Group Dynamics. *Human Relations*, 1 (1), 5-41.
- Lewin, K. (1951). *Field Theory in Social Sciences*. New York: Harper. Tr. it. *Teoria e sperimentazione in psicologia sociale*. Bologna: Il Mulino, 1972.
- Maeran, R. (2004). *Psicologia e turismo*. Roma-Bari: Laterza.
- Mantovani G. (2008) *Intercultura e mediazione*, Carocci: Roma.
- Martini, E.R. & Sequi, R. (1994) *Il lavoro nella comunità. Manuale per la formazione e l'aggiornamento dell'operatore sociale*. Roma: NIS.
- Mertens, D.M. (2003). Mixed methods and the politics of human research: the transformative- emancipatory perspective. In A Tashakkori & C. Teddlie (Eds.), *Mixed methods in social & behavioral research* (pp. 135-164). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mura, M. (2008). *Che cos' è la psicologia del turismo*. Roma: Carocci Editore.
- Pearce, P.L. (2005). *Tourist Behaviour. Themes and Conceptual Schemes*. Clevedon: Channel View Publications.
- Perussia, F. (1991). La ricerca delle immagini turistiche: metodologie e problemi. In C. Ferrari (Ed.), *Psicologia del turismo*. Roma: Armando
- Prilleltensky, I. (2008). The role of power in wellness, oppression, and liberation: the promise of psychopolitical validity. *Journal of Community Psychology*, 30.
- Prilleltensky, I. & Prilleltensky, O. (2006). *Promoting well-being*. Hoboken: Wiley & Son.

- Procentese, F. (1999). Intervista di gruppo focalizzata. In C. Arcidiacono (Ed.), *Napoli diagnosi di una città*. pp.219-228, Napoli: Magma.
- Procentese, F. (2006) Follow up and evaluation of participatory action research in urban and residual areas. In C. Arcidiacono & H. Legewie (Eds.), *Learning communities and sustainable social-economic city development*. (Proceedings of the 5th European Conference for Community Psychology, Berlin, 2004), (pp. 79-94), <http://psydok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/756> (URN: nbn:de:bsz:291-psydok-7566)
- Proshansky, HN., Fabian, A. & Kaminoff, R. (1983). Place identity: physical world and socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Puddifoot, J. E. (1995). Dimension of community identity. *Journal of Community and Applied Psychology*, 5, 357-370.
- Pugelli, F.R. & Covelli, V. (2005). Le motivazioni alla scelta di una forma di turismo alternativo: l'ecoturismo. In A. Albanese & R. Maeran (Eds.), *Turismo e psicologia*. Padova: University Press.
- Rappaport, J. (1990). Research methods and the empowerment social agenda. In P. Tolan, C. Keys, F. Chertok & L. Jason (Eds.), *Research Community Psychology: Issues of Theory and Methods* (pp. 51-63). Washington, D.C.: American Psychological Association.
- Sanoff, H. (2000). *Community participation methods in design and planning*. New York: John Wiley & Sons.
- Smith, J.A. (1995). Semi-structured interviewing and qualitative analysis. In J.A. Smith & L. van Langenhove (Eds.), *Rethinking Methods in Psychology*. London: Sage.
- Strauss, A. & Corbin, J. (2008) *Basics of qualitative research*. California: Sage
- Tajfel, H. (1978). *Human groups and social categories*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Tarozzi M. (2008), *Che cos'è la grounded- theory*. Carocci editore, Roma.
- United Nations Environment Programme PAP/RAC(Priority Actions Programme Regional Activity).(2003) *Guide Good Practice in Tourism Capacity Assessment*. Priority Action Programme Regional activity Centre. Split.
- United Nations Environment Programme PAP/RAC(Priority Actions Programme Regional Activity).(1997) *Guidelines for carrying capacity assessment for tourism in Mediterranean coastal areas*. Priority Action Programme Regional activity Centre. Split.
- World Tourism Organization. 1993. Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners. WTO, Madrid.