

TURISMO E SICUREZZA STRADALE

Manrico Brignoli

Dipartimento di Studi Sociali e Politici
Università degli Studi di Milano

TURISMO E SICUREZZA STRADALE

RIASSUNTO

L'esperienza turistica implica sempre delle fasi di spostamento, di delocalizzazione che possiamo analizzare come momento di transito dal luogo di partenza al luogo di arrivo e viceversa, oppure come momento significativo della vacanza stessa.

I mezzi di trasporto più utilizzati dai turisti risultano essere statisticamente i veicoli su gomma, quindi automobili, motociclette, pullman, roulotte, camper.

Nell'ambito dello sviluppo psicologico individuale, della riflessione filosofica sul tempo e della riflessione psicosociologica riconducibile al tempo libero è stato descritto il 'piacere della mobilità': è quindi opportuno indagare i comportamenti turistici e gli atteggiamenti dell'*homo turisticus* in quanto automobilista, motociclista, passeggero.

Fino ad oggi il 'viaggiare verso' e 'il viaggiare da' è stato considerato nell'ambito delle riflessioni turistiche una sorta di zona 'interstiziale', non degna di analisi e di riflessione: in realtà anche la mobilità è un'esperienza che ha le proprie logiche, le proprie strutture e conseguenze.

Si aggiunga a questo la necessità di capire l'origine di alcuni comportamenti a rischio, di stili di guida che tutti possiamo osservare e che, a torto, consideriamo estranei alla vacanza perché connotati, nel senso comune, da un mero valore funzionale.

Capire le motivazioni, i valori, le rappresentazioni mentali relativi ai comportamenti di guida in ambito turistico diventa importante sia per migliorare le conoscenze psicologiche relative al 'turista' e al 'viaggiatore' sia per migliorare le politiche di sicurezza relative alla mobilità privata e pubblica.

Parole chiave: turismo, sicurezza stradale, piacere della mobilità, comportamenti turistici, atteggiamenti del turista, comportamenti di guida, politiche di sicurezza.

TOURISM AND ROAD SAFETY

ABSTRACT

Travelling always implies an experience of movement and displacement that can be analysed as a moment of transit from the departure place to the place of destination and vice-versa, or can be investigated as a particularly significant moment of holiday time.

According to statistics, the most commonly used means of transport among tourists are cars, motorcycles, coaches and caravans.

Psychology and philosophy, investigating about time and about free time, describe the 'pleasure of movement', of mobility, as a very important experience for children and adults: in this respect, it becomes essential to investigate the behaviour of the tourist and his attitude of 'homo turisticus' both as a driver and a passenger.

Up to today 'travelling from' and 'travelling towards' a place has been considered as an 'interstitial space': theories about tourism do not analyse this time and this space as they consider them rather insignificant.

However, mobility is an experience with a specific logic, specific scripts and consequences.

It is necessary to investigate the origin of the tourist's dangerous behaviours when he drives a car; usually we do not underline the tourist's driving behaviour because of its significance functional to holidays.

It is important to understand motivations, values, mental representations concerning driving behaviour during holidays to improve the psychological analysis of the tourist and traveller and to improve safety policy about private and public mobility.

Keywords: tourism, road safety, pleasure of movement, tourist behaviour, tourist attitudes, driving behaviour, safety policy.

“Amleto è considerato un terribile monito contro il pensiero non accompagnato dall’azione, ma nessuno si accorge che Otello è un monito contro l’azione non accompagnata dal pensiero”

B. Russel, *Elogio dell’ozio*

“Non esiste vento favorevole per colui che non sa dove va”
Guglielmo d’Orange

Da alcuni anni un filone di ricerca della Cattedra di Psicologia Sociale della Facoltà di Scienze Politiche dell’Università degli Studi di Milano si occupa di sicurezza stradale.

I dati statistici conosciuti evidenziano un numero di incidenti, di morti e di feriti ancora troppo significativi in Italia, e, in misura minore, in tutta Europa, nonostante il tentativo di dare priorità nell’agenda della politica comunitaria a misure strutturali volte alla riduzione degli incidenti stessi.

Si parla ormai di guerra silenziosa, contabilizzando il numero di decessi e i costi sociali di tale fenomeno.

Indagando le cause e le responsabilità di tale fenomeno si è osservato come vi sia correlazione diretta tra fenomeni tragici e atteggiamenti e comportamenti dei conducenti piuttosto che tra i conducenti e le condizioni ambientali e/o le caratteristiche e le dotazioni di sicurezza del mezzo; ciò significa che un’indagine approfondita focalizza la riflessione sulla modalità di contrastare tale calamità sociale attraverso modalità repressive e modalità educative nei confronti dei conducenti, piuttosto che esclusivamente sulle modificazioni dei dispositivi di sicurezza dei veicoli e/o delle condizioni dei percorsi stradali, come si è fatto in questi ultimi anni.

Il problema quindi si affronta modificando e migliorando le caratteristiche di sicurezza dei mezzi di trasporto, ma soprattutto agendo sugli atteggiamenti del conducente, sul suo stile di guida che, ci ricorda Albanese, è frutto di un comportamento bio-psico-sociale perché influenzato direttamente dalle condizioni fisiologiche dell’individuo, dalle sue capacità mnestiche, percettive, cognitive, dai suoi atteggiamenti, e infine dalle pressioni dei gruppi sociali e dai condizionamenti del mercato, dall’organizzazione del lavoro e del tempo libero.

In particolare in questa occasione si vuole riflettere sul rapporto tra sicurezza stradale e turismo indagando e riflettendo sui comportamenti di guida in ambito turistico.

La psicologia turistica ha evidenziato come i comportamenti degli individui si modifichino durante l’esperienza turistica: anche lo stile di guida del turista, del vacanziere subisce modifiche.

In primo luogo si sottolinea che, a differenza di quanto si potrebbe supporre a causa delle avverse condizioni meteorologiche e dell’inclemenza del clima in Europa, il periodo a più alta incidentalità non è generalmente l’inverno o l’autunno ma l’estate.

I mesi estivi sono quelli che statisticamente registrano il maggior numero di incidenti, nonostante la buona visibilità, il fondo stradale non insidioso, il minor stress da sovraffollamento delle strade e il maggior agio derivante da minor compressione da abiti e da accessori indossati abitualmente durante il periodo invernale.

La spiegazione di questo fenomeno è data dall’atteggiamento con il quale il conducente affronta qualsiasi tipo di viaggio e/o spostamento nei vari momenti della sua giornata, della sua vita.

La prudenza o la spavalderia possono essere costanti del carattere di un individuo o possono essere frutto di condizioni momentanee, di scelte contingenti, oppure possono essere associate a situazioni di traffico e di guida ben delineate.

Ogni conducente esperto sa bene che è necessario modulare il proprio stile di guida alle situazioni ambientali e sociali, al di là del fatto che ciascuno abbia il proprio stile di guida.

Le ricerche condotte hanno inoltre evidenziato che la maggior parte dei conducenti evita la dissonanza cognitiva attribuendo sempre agli altri la responsabilità di quanto accade, evitando così di rimettere in gioco le proprie abitudini. Quando ciò non è possibile la soluzione consiste nel trovare risposte di tipo situazionale che permettono comunque di evitare il fatto di mettersi in discussione.

La finalità principale dell'educazione stradale è quella di ricondurci alle nostre responsabilità di fronte a noi stessi e agli altri affinché il comportamento di guida sia il più possibile frutto di un auto-monitoraggio continuo e non invece frutto di abitudini consolidate ed immutabili.

Così come è necessario evitare di mettersi alla guida quando il tasso alcolemico è significativo, è altrettanto necessario adeguare il proprio stile di vita in condizioni di turbamento emotivo, di disturbi fisici, di affaticamento, ecc.

Non è possibile pensare di risolvere il problema solamente affidando ad altri (le forze dell'ordine) il controllo della congruità del nostro stile di vita; è necessario che ciascun conducente prenda consapevolezza delle sue condizioni bio-psico-sociali al fine di diventare un conducente virtuoso.

L'esperienza turistica ha caratteristiche che le sono proprie sia in termini di concezione del tempo, che di fruizione dello spazio, che infine di vissuto delle relazioni.

Questi tre aspetti sono direttamente correlati al comportamento di guida perché ne costituiscono dei presupposti importanti che vanno a determinare lo stile di guida: è quindi possibile identificare, studiare ed analizzare lo stile di guida del turista.

Se adottiamo la struttura del viaggio indicata da Leed che prevede le fasi del partire, del transitare e dell'arrivare ci accorgiamo subito che la prima e la terza sono oggetto di estrema attenzione perché rappresentano rispettivamente un'esperienza di rottura, di separazione del quotidiano che va ritualizzata, raccontata, demistificata; l'arrivare, sempre secondo Leed rappresenta un'esperienza erotica perché riconducibile al raggiungimento dell'oggetto desiderato, sul quale l'individuo ha investito delle pulsioni e ha elaborato una narrazione in fieri che cerca conferme durante l'esperienza turistica stessa.

L'esperienza del transito si configura invece innanzitutto come semplicemente funzionale alle altre due; inoltre il transito da un lato ha perso la sua connotazione di esperienza forte perché faticosa e rischiosa e quindi significativa come lo era nelle epoche antiche ed in parte nelle epoche moderne ed è sempre più appaltata ad agenti esterni (vettori) che si occupano di trasportare turisti. La conseguenza naturale è che vi è sempre meno investimento emotivo e cognitivo.

In epoca contemporanea il transito sembra costituire un'esperienza fine a sé stessa, debole, sulla quale l'investimento cognitivo, emotivo, affettivo, economico è nullo se non quando intervengono aspetti emotivi quali la paura.

Ne sono un esempio illuminante la progressiva contrazione dei costi del transito e la ricerca spasmodica del mezzo per risparmiarne il più possibile sul viaggio al punto che un vettore aereo famoso propone da alcuni anni voli aerei a prezzi irrisori, quando non irreali! Si tratta di una risposta economico-commerciale ad una mentalità che è andata via via diffondendosi e che è legata alla progressiva rapidità dei mezzi di trasporto che ha comportato una riconsiderazione del tempo e dello spazio privato e sociale da due secoli ad oggi.

L'attraversamento è diventato sempre più insignificante mentre l'arrivo e la partenza lo hanno fagocitato creando una sorta di zona grigia, inutile, faticosa.

Per qualcuno è l'ultimo impiccio all'illusione di potersi muovere liberamente nello spazio e nel tempo, dimenticandosi dell'importanza fondamentale della corporeità dell'individuo e della sua relazione con lo spazio che si struttura inevitabilmente attraverso il tempo.

Inoltre gli studi di psicologia ambientale ci forniscono il costrutto di **place identity** che svolge un'importante funzione di garantire la stabilità e la continuità del sé, e che si struttura per assimilazione e accomodamento attraverso la funzione cognitiva della 'ricognizione' che consente all'individuo, ogni volta che incontra un nuovo setting fisico, di operare un confronto con il proprio passato ambientale per valutare il presente e progettare il futuro e ritrovare una continuità che struttura il sé individuale.

L'esperienza turistica può giocare un ruolo fondamentale in questo senso; tuttavia le modalità di vivere le esperienze turistiche nella società consumistica non favoriscono la 'ricognizione' citata, impedendo così l'accomodamento e favorendo di conseguenza lo 'spaesamento' con il rischio di divenire un homo turisticus affetto dalla sindrome del soggetto frattale: un individuo che si identifica e si rispecchia in tutti gli oggetti (luoghi turistici) perché troppo debole per mantenere la propria integrità (Baudrillard).

Stephen Bertman ha coniato le espressioni ‘cultura dell’adesso’ (nowist culture) e ‘cultura frettolosa’ (hurried culture) per indicare il nostro stile di vita nell’attuale tipo di società. Si tratta di espressioni particolarmente adatte ad afferrare la natura del fenomeno liquido-moderno del consumismo. Possiamo dire che il consumismo liquido-moderno si distingue principalmente per la ‘ridefinizione’ del significato del tempo.

Il tempo viene vissuto da chi fa parte della società dei consumatori liquido-moderna come qualcosa che non è ciclico o lineare com’era invece per altre società passate. Esso è invece, per utilizzare la metafora di Maffesoli, **puntinista**, o come lo definisce Nicole Aubert con espressione quasi sinonimica **punteggiato**: contrassegnato cioè da abbondanza di rotture e discontinuità, da intervalli che separano i diversi punti e ne interrompono il collegamento, più che dallo specifico contenuto dei punti stessi (cfr. Bauman).

Se nel passato il transito, con i suoi tempi dilatati, lunghi, da riempire favoriva lo sviluppo di alcune attività tra cui l’autoconsapevolezza di sé nello spazio, nel tempo e nelle diverse società, e quindi favoriva la redazione dei resoconti di viaggio e dei diari di bordo, ai giorni nostri manca il tempo della riflessione, della noia, dell’otium, del decentramento cognitivo affinché si possa favorire la riflessione e la redazione di resoconti di viaggio.

Nei secoli passati i viaggiatori cercavano addirittura l’imprevisto, la calamità naturale al fine di movimentare un viaggio che altrimenti non avrebbe meritato di essere raccontato. Il viaggio in mare è il viaggio paradigmatico da questo punto di vista. Sembra infatti che si possano narrare le alterazioni delle modalità e dei ritmi del movimento, le sue vicissitudini, ma non il movimento stesso. L’introduzione del motore e la progressiva velocizzazione del viaggio ne hanno reso impossibile il racconto.

Il treno, l’automobile, l’aereo anestetizzano i sensi di un individuo che si sposta all’interno di un contenitore chiuso che isola dall’esterno e attutisce le possibilità percettive, l’elaborazione cognitiva e che rappresenta un’esperienza fine a sé stessa.

I viaggiatori acquisiscono una disposizione passiva, anche perché la maggior parte di loro sono trasportati ed acquisiscono lo stessa disposizione di uno spettatore televisivo, un susseguirsi di immagini da fruire passivamente: “le paysage est réduit à une dimension cinématographique, a perdu la succession d’expériences qu’offre le chemin creux » (Studeny 1995).

Vi è una sorta di distorsione del tempo dovuta a quello che Mihaly Csikszentmihalyi ha definito ‘stato di flusso’, in cui ad azione segue azione secondo una logica interna, senza che vi sia intervento cosciente da parte di chi agisce: è questa la tipica situazione del conducente esperto che percorre numerosi chilometri senza monitorare i suoi successivi comportamenti alla guida per poi stupirsi una volta giunto a destinazione.

Esattamente agli antipodi vi è l’esperienza del viaggio ‘on the road’ che teorizza la strada come luogo turistico, destinazione finale che dilata il suo significato e esaurisce l’esperienza turistica stessa, in quanto luogo di relazioni sociali in fieri, di prove iniziatiche.

Questo tipo di viaggio prevedeva pertanto viaggi a piedi o in autostop, modalità che dilatano il tempo e lo sottraggono alla dimensione sociale per accomodarlo piuttosto alla dimensione personale, privata, permettendo di ricongiungersi all’idea medievale di homo viator.

Idea che è ripresa in epoca contemporanea con i cosiddetti experiential travel o iperviaggi, che ripropongono l’idea che la realizzazione del sé è possibile solo attraverso il superamento della finitezza del corpo, del superamento del limite.

D’altra parte la parola inglese travel = viaggio viene fatta derivare da travaglio; si giustifica concettualmente l’associazione tra l’esperienza dello spostamento spaziale e della sofferenza, così pervasiva nelle epoche storiche non tecnologiche.

Il concetto attorno al quale concentro la mia attenzione diventa di conseguenza il concetto di durata: prendere coscienza della durata è prendere coscienza della resistenza, nel nostro caso dello spazio, e quindi elaborare degli atteggiamenti relativi.

Da un punto di vista psicologico il bambino per comprendere il tempo sottomette progressivamente il principio del piacere al principio della realtà: il desiderio, la possibilità si tramutano progressivamente in realtà con le sue leggi che regolano appunto il tempo come durata.

I mezzi di trasporto motorizzati hanno acquisito nelle nostre società delle valenze magiche che facilitano processi allucinatori nella concezione del tempo.

Scriveva Barthes nel 1957 che l'automobile è l'equivalente abbastanza esatto delle grandi cattedrali gotiche: una grande creazione d'epoca, concepita appassionatamente da artisti ignoti, consumata nella sua immagine, nel suo uso da tutto un popolo che si appropria con essa di un oggetto perfettamente magico. All'epoca l'automobile simbolo della distinzione sociale in Francia si chiamava DS la cui pronuncia rinvia a *déesse* (divinità).

L'auto è diventata uno degli strumenti principali, individuali e collettivi per costruire le proprie fantasie, il proprio immaginario: ha permesso inoltre di riscattare socialmente il nomadismo in quanto possibilità di abitare tutti i territori e gli spazi possibili.

Da un punto di vista simbolico il punto di intersezione tra automobile e pratica turistica sono appunto il concetto di durata e quello di spazio: entrambi permettono di realizzare forme di nomadismo 'consumistico', ripulito da tutte le connotazioni antiche che riportavano alla religiosità e/o alla miseria, e riproposto come una delle realizzazioni moderne dell'onnipotenza dell'individuo.

Ne è una riprova il pudore con cui si utilizza negli ultimi anni il termine 'nomade'; non sono nomadi le persone che viaggiano alla ricerca di un lavoro o di un riscatto sociale che provengono dai paesi poveri, ma sono clandestini; non sono nomadi coloro che vivono una vita sessile, ma zingari. L'ambivalenza del nomadismo che spaventata l'ordine costituito perché ne esercitava un indubbio fascino culturale è stato fagocitato ed assimilato dall'industria dei trasporti e del turismo ed è stato elaborato culturalmente al fine di renderlo assimilabile ad un prodotto di consumo.

Il camper è l'oggetto che rappresenta al meglio questa incorporazione della pratica nomade negli stili di consumo e nella rete di significato simbolico della società contemporanea: essere nomadi ma con gli agi e le sicurezze degli stanziali, insomma spostarsi con la propria casa e le proprie certezze e sicurezze.

Il costrutto di 'affordance' si applica perfettamente all'automobile in quanto oggetto a cui viene immediatamente e spontaneamente riconosciuta la capacità di soddisfare i bisogni dell'individuo di spostarsi a piacimento nell'ambiente secondo la dinamica dell'allontanamento e del ritorno.

Vi sono altri parallelismi tra l'automobile e la pratica turistica che trovano spiegazione in alcuni costrutti teorici: la sindrome da condominio, vale a dire la possibilità in un contesto di forte litigiosità e separazione, di avvalersi del diritto di esprimere la propria opinione in merito all'utilizzo di quella parte comune di spazio, di territorio e di ambiente, così come 'la sindrome del porcospino', vale a dire la tendenza ad occupare tutti gli stessi luoghi, gli stessi spazi per giungere così ad una situazione paradossale in cui tutti si pungono, si infastidiscono vicendevolmente.

Ne sono un'esemplificazione perfetta la 'transumanza estiva' consumata sulle autostrade, così come i principali luoghi di attrazione turistica.

L'auto è anche simbolo del nostro potere, del potere magico che attribuiamo a noi stessi: è espressione di fattori profondi della nostra personalità: esibizionismo, aggressività, indecisione, evasione del reale.

Può anche diventare il mezzo attraverso il quale vivere la nostra 'dromomania' il desiderio irresistibile di vagare da un posto all'altro senza mete predefinite o con mete che sembrano piuttosto pretesti per giustificare questa pulsione irrefrenabile.

Un altro interessante parallelismo è reperibile nella descrizione baudelairiana, ripresa da Benjamin, del 'flâneur'.

Sennet parla di 'vita privata pubblica' in cui lo spettatore silenzioso non ha nessuno in particolare da guardare ed è protetto dal suo diritto ad essere solo: in sostanza il piacere di essere solo nella massa, di essere a casa propria e fuori di casa. L'automobile ben rappresenta questa possibilità di diventare il guscio protettivo che ci permette di essere al contempo fra la folla ma anche isolati dalla folla (ne sono un esempio evidente la papamobile, i pullman delle squadre di calcio, etc.).

Così la vetrata dell'auto diventa un diaframma ma anche una finestra, un mezzo di percezione della realtà in quanto successione di immagini che sono discrezionalmente alla mia portata. E di converso il conducente può sfuggire allo sguardo esterno e può essere completamente assorbito dal mezzo: ne è una testimonianza la modalità di presentazione del conducente di auto lussuose e potenti negli spot pubblicitari: egli è semplicemente scomparso senza pregiudicare la mobilità del mezzo.

Al fine di ben comprendere la problematica della sicurezza stradale in ambito turistico diventa infine importante sottolineare che il rischio è un costrutto sociale: è dato dalla circolazione di

informazioni ed è il prodotto specifico della cultura espressione di un contesto socio-economico-politico.

Permane una certa confusione sociale tra rischio e pericolo: mentre il pericolo è oggettivo, si descrive, il rischio si valuta e la rischiosità diventa componente degli atteggiamenti di un individuo.

Compito della psicologia è quello di evidenziare non tanto i pericoli, quanto i rischi come forma di costruito sociale e la rischiosità come forma di costruito personale.

Ciò significa che la psicologia del turismo deve porsi un obiettivo ambizioso: educare in senso etimologico l'individuo a viaggiare, a ri-scoprire il senso ed il valore del viaggio in quanto spostamento, transito.

Più di altre discipline, la psicologia può mettere in evidenza le correlazioni tra emozioni, disturbi di personalità, stress e stili di guida. Di conseguenza può ipotizzare, progettare e realizzare percorsi di educazione-rieducazione alla mobilità turistica.

Il turista manifesta alcune specificità che sono state ben studiate: fenomeni di regressioni, l'emersione di alcune fissazioni a stadi di sviluppo infantili, l'emersioni di manifestazioni inconscie non più controllate e controllabili, l'indebolimento del super-io e delle regole sociali, l'emersione di istanze riconducibili al principio del piacere, al comportamento aggressivo, la focalizzazione cognitiva su alcuni aspetti, la focalizzazione percettiva (talvolta la tunnelizzazione), la distorsione del vissuto temporale.

Le manifestazioni descritte modificano tutto lo stile di guida del turista: nessuno può continuare a fingere di ignorare il fenomeno: a livello di operatori turistici, di autorità politiche, di intellettuali, tutti devono porre in agenda il problema al fine di migliorare la sicurezza del tempo della vacanza con delle politiche integrate che modifichino le condizioni di pericolo (sovraffollamento, intasamento, difficoltà di percorso) ma anche la percezione del rischio al fine di rendere innanzitutto consapevoli e poi virtuosi i conducenti dei mezzi pubblici e privati che percorrono a milioni le strade delle vacanze.

BIBLIOGRAFIA

- Albanese, A. (A cura di) (1996-1997). *Scienza e impresa per un turismo come cultura dell'incontro. Annali Italiani del Turismo Internazionale*, '90, 4. Milano: Ed. Comunicazioni.
- Albanese, A. (2005). *Sicurezza stradale e strategie di prevenzione e cambiamento: dalla ricerca all'intervento*. In V. Benincasa (A cura di), *Psicologia viaria* (pp. 215-222). Milano: Franco Angeli.
- Albanese, A. & Brignoli, M. (A cura di) (2006). *La strada: dallo scontro all'incontro. Nuove strategie di educazione stradale*. Milano: CUEM. Atti del Convegno "La strada: dallo scontro all'incontro", progetto in convenzione tra Università degli studi di Milano e Comune di Bergamo.
- Albanese, A. & Corna Pellegrini, G. (A cura di) (1997). *Turismo di gruppo e formazione degli operatori*. Milano: CUEM.
- Albanese, A. & Grandi, G. (1997). *Turismo. Risorse umane ambientali*. Milano: CUEM.
- Albanese, A. & Pocaterra, R. (2002). *Sicurezza stradale. Strategie di prevenzione e cambiamento*. Università degli studi di Milano – Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti. Milano: CUEM. (Non in commercio).
- Auge', M. (1997). *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images*. Paris: Payot & Rivages.
- Auge', M. (1999). *Disneyland e altri non luoghi*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Barjonet, P.E. (1996). *Les automobilistes français et la réglementation routière – étude d'opinion*. Rapport Général du Plan, Inrets.
- Barthes, R. (1975). *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi.
- Bertho Lavenir, C. (1999). *La roue et le stylo*. Paris: Editions Odile Jacob.
- Bruner, J.S. (1990). *La ricerca del significato*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Cesa-Bianchi, M., Beretta, A. & Luccio, R. (1970). *La percezione*. Milano: Franco Angeli.
- Corna Pellegrini, G., Demetrio, D. (A cura di) (1997). *Viaggio e racconti di viaggio*. Milano: CUEM.

- Crespi, F. (A cura di) (2005). *TEMPO VOLA, L'esperienza del tempo nella società contemporanea*. Bologna: Il Mulino.
- Deschamps, J.C. & Beauvois, J.L. (1996). *Des attitudes aux attributions. Sur la construction de la réalité sociale*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Dunn, J. (1990). *La nascita della competenza sociale*. Milano: Cortina.
- Erikson, E.H. (1968). *Gioventù e crisi di identità*. Roma: Armando.
- Festinger, L.A. (1957). *A theory of cognitive dissonance*, Evanston, III, Row-Peterson. Trad. It. (1973). *La teoria della dissonanza cognitiva*. Milano: Franco Angeli.
- Fiske, S.T. & Taylor, S.E. (1984). *Social cognition*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Forrest, E. (1993). *Visione e stress*. Milano: Bonecchi.
- Gabassi, P.G. & Togni, M. (A cura di) (1990). *Viaggiare per conoscersi*. Milano: CUEM.
- Gibson, J.J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin.
- Heider, F. (1972). *Psicologia delle relazioni interpersonali*. Bologna: Il Mulino.
- Higgins, E.T. (1987). Social cognition and social perception. In *Annual Review of Psychology*.
- Huguenin, R.D. (1993). Livello attuale degli studi psicologici sulla sicurezza stradale. In P. Sardi (A cura di), *La psicologia della sicurezza viaria – Esperienze europee*. Aupi Dossier.
- Leed, E.J. (1992). *La mente del viaggiatore*. Bologna: Il Mulino.
- Mead, G.H. (1965). *Mente, sé e società*. Firenze: ed. Universitaria.
- La Cecla, F. (2002). *Jet-lag. Antropologia e altri disturbi da viaggio*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Lofgren, O. (2001). *Storia delle vacanze*. Milano: Bruno Mondadori.
- Levi-Strauss, C. (1960). *Tristi Tropici*. Milano: Il Saggiatore.
- Mantovani, G. (1995). *Comunicazione e identità*. Bologna: Il Mulino.
- Ricci Bitti, P., Rossi, V. & Sarchielli, G. (1988). *Vivere e progettare il tempo*. Milano: Franco Angeli.
- Smorti, A. (1994). *Il pensiero narrativo*. Firenze: Giunti.
- Studený, C. (1995). *L'invention de la vitesse*. Paris: Gallimard.
- Todorov, T. (1991). *Noi e gli altri. La riflessione francese sulla diversità umana*. Torino: Einaudi.
- Urbain, J.D. (1991). *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*. Paris: Plon.
- Urbain, J.D. (1998). *Secrets de voyage. Menteurs, imposteurs et autres voyageurs invisibles*. Paris: Payot & Rivages.
- Vezzali Bergamini, E. (1991). *A fari accesi – Indagine sul comportamento dei giovani alla guida*. A cura dell'Osservatorio della regione Emilia Romagna per l'educazione stradale e la sicurezza.
- Viard, J. (2002). *Le sacré du temps libre*. Editions de l'Aube.
- Viard, J. (2000). *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*. Editions de l'Aube.
- Vygotskij, L.S. (1990). *Pensiero e linguaggio*. Roma-Bari: Laterza.