

**TAVOLA ROTONDA V CONGRESSO NAZIONALE A.R.I.P.T.,  
VITERBO-TARQUINIA, OTTOBRE 2009**

*Marina Mura*  
Università di Cagliari

La letteratura internazionale relativa al turismo è particolarmente interessante per la psicologia del turismo: si dibatte tra chi tende a decantarne la rilevanza economica irrinunciabile e chi dichiara la sua morte. In effetti, entrambe le posizioni sembrano reggere alla prova dei fatti: nel mondo occidentale, ma anche in quello emergente, si fanno più vacanze nel corso dell'anno, e, tuttavia, sempre un maggior numero di persone preferisce definirsi ed essere riconosciuto come viaggiatore, quasi che l'etichetta di "turista" rimandi alla sola figura del "turista di massa", ampiamente stigmatizzata anche nelle ricerche di psicologia del turismo.

Osservare la mia regione, definita "paradiso delle vacanze", dal punto di vista dello psicologo sociale del turismo ha significato rilevare due modalità comunicative che riguardano gli "estranei", evidenti, soprattutto nei paesi. Da una parte, sui muri si possono leggere dichiarazioni, in lingua sarda, sul dovere di cacciare tutti i forestieri ("A foras sos stràngios"), con una comunicazione *ingroup* che è possibile trovare anche nella forma "a foras sos forestieros", e quella dei cartelli che, all'ingresso dei paesi, danno il benvenuto in varie lingue, tra le quali il presunto sardo "benibenius", traduzione letterale del termine italiano (e del termine inglese *welcome*), ma parola che non esiste nella lingua parlata nella quale si preferisce usare la locuzione "beni agattausu", ovvero "ben trovati". Come a dire che ci si incontra, non che qualcuno viene "a osservare" me, i miei concittadini, le case e le cose che costituiscono la mia vita e magari quelle che non ho il piacere di mostrare; oppure viene ad "usare" e usufruire degli spazi e delle risorse del territorio, affollando alcuni luoghi, sporcandoli, danneggiandoli. È certamente, questa, una posizione maggiormente attribuibile a chi non viaggia e non fa il turista mai, ma non dobbiamo dimenticare che in questa relazione si trovano forse i due terzi degli abitanti del pianeta.

Queste due modalità "comunicative", in ogni caso, possono essere definite sintomatiche della relazione di un ambiente sociale nei confronti degli "altri": vi è chi (amministratori pubblici e operatori) ritiene che il progresso voglia dire importare modi di produzione della ricchezza (dall'inserimento di fabbriche, ora in crisi, alla costruzione di villaggi turistici) e chi vive i luoghi senza comprendere molte di quelle scelte. È, spesso, evidente la crisi tra amministrati e amministratori: la democrazia elettiva sembra non rispondere più alle esigenze della popolazione ed è messa sempre più in crisi dall'esigenza di una democrazia partecipativa.

Mi pare, più in generale, che le scelte economiche - e quelle turistiche sono comprese in esse (ma recentemente ho discusso negli stessi termini di scelte architettoniche) - vengano fatte sempre più sulla base di modelli internazionali di *marketing* e gestione che si ritengono, aprioristicamente, migliori perché producono utili finanziari. È sufficiente avere un buon consulente d'immagine e comunicazione, in politica, nello spettacolo o nel *marketing* turistico e qualsiasi "cosa", compresi i luoghi, può diventare attraente o attrattiva.

Focalizzarsi sulla formazione manageriale di coloro che operano o opereranno nel turismo significa, a mio parere, mettere in discussione questa logica che sta portando all'omologazione dei luoghi e ad atteggiamenti negativi di indifferenza o conflitto tra le popolazioni che quei luoghi abitano (tra coloro che hanno un interesse economico diretto o indiretto e gli altri).

La mia formazione di psicologa ambientale, che si sta interessando alla spiegazione dei comportamenti pro-ambientali e pro-sociali (come contributo al tema, oggi centrale, della sostenibilità dello sviluppo), mi ha portato a focalizzare l'attenzione sui luoghi (ambienti significativi per chi li esperisce) visti come "paesaggi", ovvero come sistemi percepiti da chi li abita o li visita come diversi e piacevoli. Il paesaggio presenta caratteristiche obiettive (studiate dagli ecologi) dipendenti dal sistema culturale nel quale sono inseriti: la sua identità e diversità è un valore per la salvaguardia della bio-diversità, ma dipende dalla relazione che i suoi abitanti hanno con esso, poiché si salvaguarda e valorizza ciò che si ama e si dimentica e perde ciò che non interessa.

Sono le micro-regolazioni culturali, che hanno effetti sulle componenti materiali e da queste sono sollecitate a produrre i paesaggi. La ricchezza e la bellezza delle zone percepite come prevalentemente naturali (i paesaggi incontaminati sono miti manipolatori), unite al persistere di attività economiche del settore primario, come l'agricoltura e la pastorizia, sono, probabilmente, alla base della diffusa convinzione, tra la popolazione sarda, che i paesaggi agro-pastorali con le loro emergenze architettonico-culturali, sono il varo e unico paesaggio della Sardegna (come se tutto il "progresso" e la ricchezza portati nel dopoguerra dalle altre attività non abbiano prodotto alcuna forma di riconoscimento); a questa rappresentazione è correlata l'importanza di salvaguardare questi paesaggi, tanto che la Sardegna è stata la prima regione italiana a decidere un piano paesaggistico che bloccasse le costruzioni lungo le coste. Alcuni gruppi locali, contemporaneamente, agivano per bloccare la realizzazione del Parco del Gennargentu (un parco che comprendeva i territori di molti Comuni dell'interno e che mirava alla conservazione ed implementazione della flora e della fauna) perché imposto dallo Stato con una logica da prima ecologia, oramai superata. I locali hanno rivendicato il secolare mantenimento della bio-diversità senza bisogno di vincoli.

In questa cornice, la cultura manageriale che serve non è solo quella di chi gestisce alberghi o attività ricettive, che, pure, è importante, ma quella degli amministratori pubblici e dei manager delle amministrazioni pubbliche, gli unici in grado di governare l'aspetto fondamentale dello sviluppo, anche turistico (la mancanza di diversità potrebbe far crollare una parte sostanziale degli spostamenti per le vacanze): la salvaguardia di ciò

con cui i locali hanno legami cognitivi e affettivi perché fanno parte della loro identità sociale e di luogo e che sostiene l'attenzione ambientale. Questo è possibile, da una parte, se si entra nella logica della programmazione e della progettazione di tipo partecipativo, ossia di quella modalità di giungere ad una decisione che parte dall'“ascolto” (progettato e realizzato con professionisti e strumenti adeguati) dei cittadini dei visitatori e, dall'altra, incentivando il dibattito culturale su ciascuna scelta e l'atteggiamento di apertura all'incontro con “l'Altro”, compreso il turista e il visitatore..

Non abbiamo forse più bisogno di Assessorati al turismo, ma di Assessorati all'ospitalità che si pre-occupano di tutti coloro che per i più svariati motivi (dal lavoro al relax, alla cultura, allo sport ecc.) “abitano”, per tempi diversi, i nostri luoghi e sono accolti da tutti i cittadini, non solo dagli operatori.

Il turismo di oggi e del futuro ha e avrà sempre bisogno i) della pace, ii) di un mondo più equo in cui più persone abbiano ragioni e opportunità per spostarsi, iii) di società più colte in cui viaggiare ed accogliere è la modalità relazionale che più arricchisce la personalità e identità di ciascuno e delle comunità, iv) di paesaggi diversi e belli perché esito della cultura e dell'attaccamento di chi li abita: questo, e non l'educazione del “turista”, può essere comunicato in modo esplicito e implicito a chi visita e produrre rispetto.

Le persone hanno bisogno di scambi interculturali piuttosto che scambi materiali, hanno bisogno di *manager* pubblici e privati che siano capaci di programmare in modo strategico e sinergico, utilizzando, anche, i modelli e i metodi che la psicologia sociale e la psicologia ambientale hanno sperimentato con successo: le dicotomie del moderno - tempo del lavoro-tempo della vacanza, piacere-dovere, cultura alta-cultura popolare, reale-rappresentato ecc. - sono sicuramente superate, ma la relazione significativa con l'Altro, possibile solo in condizioni e ambienti adeguati, è ancora fondamentale per la sopravvivenza della vita umana.