

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

Carmencita Serino
Università di Bari

**“Relazioni intergruppi e comunicazione inter-etnica:
azioni per il Turismo Socio-Culturale in una prospettiva inter-adriatica”**

Da sempre l'ARIPT si è proposta di sviluppare sui temi del turismo di qualità una prospettiva di ricerca interdisciplinare: un approccio che ha dato nel tempo i suoi frutti, portando a contatto psicologi, geografi, sociologi, economisti...

Questa scelta ha fatto della nostra Associazione “un luogo di viaggi e incontro fra culture” (Serino 2001), in un’ottica molto simile a quella con cui i diversi contesti, ambienti ed esperienze venivano di volta in volta messi a fuoco dall’attività dei suoi membri.

Recentemente, a Bari, un’ulteriore passo in questa direzione è stato compiuto attraverso un’esperienza che ha visto impegnati esperti di diverse discipline, che comprendono la psicologia sociale, la letteratura, l’architettura, la geografia economica, la storia...In particolare, in ambito letterario, un interesse crescente viene riservato all’“odeporica” e alla letteratura di viaggio, e non possono certo sfuggire le possibilità di incontro interdisciplinare su questo specifico terreno.

È proprio in questa prospettiva che, fra il 2007 e il 2009, è stato realizzato un progetto di Alta Formazione per il Turismo Socio-Culturale che ha messo in gioco competenze diverse, proponendosi un obiettivo rilevante sia dal punto di vista socio-culturale che economico.

Al successo di questo progetto hanno contribuito molteplici attori, esperti, soggetti istituzionali, con il decisivo apporto delle Università di Lecce e di Bari, della Fiera del Levante-FdL. Servizi e del Centro Internazionale Studi sul Viaggio Adriatico (CISVA), assieme a una rete di altre Sedi Universitarie dei Paesi posti sulle due sponde dell’Adriatico (per una descrizione puntuale dell’esperienza: Scianatico & Serino 2010).La dimensione inter-adriatica va sottolineata per diversi motivi. Il Progetto, infatti, nasceva nell’ambito della Legge 84/2001 promulgata nel nostro Paese in coerenza con le iniziative promosse dall’Unione Europea a favore della ricostruzione politica ed economica dei Balcani, dopo i tragici conflitti che hanno funestato in quella regione la fine del ‘900 e l’avvio del nuovo millennio. L’intento era quello di sostenere la stabilità dell’area, attraverso l’attivazione di forme di cooperazione e lo sviluppo di relazioni di prossimità trans-adriatiche. È nata in questo quadro l’idea di un Corso di Alta Formazione per il Turismo Socio-Culturale, destinato a un gruppo di giovani, tutti vincitori di borsa di studio, e provenienti da 5 diversi Paesi Balcanici (Montenegro, Slovenia, Croazia, Bosnia-Erzegovina, Albania), con corsi in presenza svolti presso l’Università di Kotor in Montenegro, con moduli di formazione a distanza, e con un viaggio-studi, realizzatosi in Puglia, durante il quale gli studenti hanno potuto confrontarsi con numerose esperienze operative e imprenditoriali, interagendo anche (in occasione della permanenza in Puglia e del Convegno organizzato a conclusione dell’iniziativa) con esperti e rappresentanti delle istituzioni e del mondo imprenditoriale. Una delle linee guida di questa iniziativa è consistita nel “sostenere un modello di turismo fondato sulle (e quindi a difesa delle) singole identità che compongono la ricca, multiforme e diversificata identità dell’area Adriatica: un turismo destagionalizzato, ispirato al *genius loci*, alla ricerca e conoscenza dei luoghi, della loro stratificazione storica, alla suggestione di un recupero del passato che si faccia forte di tutte le possibilità tecnologiche offerte dalla modernità, che faccia crescere culturalmente chi ne vive l’esperienza...” (Scianatico & Serino 2010) coinvolgendo, d’altra parte, le popolazioni locali, attraverso forme di turismo che leghino la conquista di nuove risorse economiche alla conoscenza e riappropriazione consapevole di un comune patrimonio identitario - locale e adriatico - paesistico, artistico e culturale.

È proprio in questa direzione che si è sviluppato l’apporto della psicologia sociale, promuovendo, all’interno del Progetto, una riflessione sull’identità e sulle relazioni interculturali, in continuità con un percorso già tracciato da tempo (Serino 2003), e nella convinzione che il binomio turismo-pace vada riscoperto e valorizzato. Dovrebbe farci riflettere il fatto che, nella quasi totalità dei luoghi e delle destinazioni, i flussi turistici crescono in misura inversamente proporzionale alla conflittualità, all’insicurezza: turismo e pace vanno assieme, e possono rafforzarsi a vicenda.

Il turismo infatti è anche una particolarissima esperienza sociale, che mette in gioco molteplici processi intra-individuali, inter-personali e inter-gruppi. Entrare in contatto con luoghi e comunità diverse dalla propria, verificare le proprie competenze sociali e i propri valori, mettere a fuoco le motivazioni proprie e altrui sono condizioni che pongono in primo piano i temi dell’identità individuale e collettiva, che propongono un possibile itinerario di contrasto ai pregiudizi e di gestione delle diversità (Serino 2009a).

Il tema della gestione della diversità, uno dei più attuali e critici del nostro tempo, chiama in causa istanze identitarie, processi di categorizzazione e di confronto sociale, competenze nella

comunicazione interculturale. Gestire efficacemente le diversità si presenta come un obiettivo denso di implicazioni psicologiche e di conseguenze economiche e sociali, e come una necessità che va ben oltre i limiti ristretti di una singola azienda interessata ai temi del “Diversity Management”, estendendosi in maniera generalizzata a diversi tipi di organizzazione, alle istituzioni e alle comunità, in diversi contesti e momenti della vita collettiva.

Anche se la riflessione in quest’ambito è ancora piuttosto limitata, non v’è dubbio che uno dei settori in cui la gestione della diversità può trovare un campo d’applicazione peculiare e rilevante sia proprio l’ambito turistico, in cui, come è stato osservato, la diversità può essere, forse più facilmente che in altre esperienze, codificata come “tipicità” positiva e come componente specifica dell’attrattività di un territorio (Serino & Carocci 1995).

Per uno psicologo sociale, uno dei principali motivi di interesse (anche se certamente non l’unico) dei fenomeni turistici risiede nel fatto che il turismo presuppone, e al tempo stesso concorre a determinare, l’esistenza di relazioni interculturali positive, un atteggiamento di apertura verso l’altro da sé, che può favorire una migliore comprensione reciproca ed una riduzione dei conflitti. I fenomeni turistici, quando siano sostenuti da una consapevole e attenta considerazione dei valori connessi all’esperienza del viaggio, possono assolvere a una funzione estremamente rilevante da questo punto di vista. È un’esperienza che ci fa toccare con mano lo “shock interculturale” (Brislin & Yoshida 1994), ci può indurre a migliorare le nostre competenze comunicative e relazionali in contesti interculturali, riducendo l’ansia, sdrammatizzando gli “incidenti critici” della comunicazione, imparando ad assumere la prospettiva dell’altro (Serino 2010). A turisti e viaggiatori si offre dunque l’opportunità di un salutare esercizio di tolleranza e di democrazia, oltre che di un importante percorso di crescita personale.

Beninteso, tali risultati non rappresentano affatto un esito scontato, un effetto automatico. Le implicazioni psico-sociali del turismo rappresentano piuttosto una risorsa che va coltivata, lavorando sull’immaginario collettivo, riducendo stereotipi e pregiudizi, migliorando gli atteggiamenti intergruppi, favorendo un incontro positivo, gratificante fra le diverse identità, educando al rispetto reciproco, alla pro-socialità e all’empatia.

In questo quadro, il Progetto realizzato nei Balcani, assume un carattere emblematico, in un territorio devastato dalle atrocità e violenze della fine del secolo scorso. Guardare ai Balcani in un’ottica di cooperazione transfrontaliera e in una prospettiva inter-adriatica rappresenta un prezioso esercizio, che ci ricorda i rischi e le sfide del nostro presente di popoli europei in un mondo globalizzato, un mondo in cui occorre coniugare competizione e solidarietà, evitando una eccessiva frammentazione. Si tende infatti troppo spesso a dimenticare la grande lezione e la spinta propulsiva che sono stati all’origine dello straordinario processo di unificazione europea, il difficile obiettivo, che l’Unione Europea ha voluto darsi, di riuscire ad essere “uniti nella diversità”.

Ben più di un semplice slogan, questa formula condensa il meglio dei nostri propositi di unificazione e la chiave di volta di un futuro possibile. È nata nel cuore della cultura europea, l’“invenzione” e l’idea stessa del dialogo, come aspetto essenziale della modernità tramandatoci dalla civiltà ateniese. Oggi, il concetto di “dialogo”, di un confronto lucido e improntato alla tolleranza e al desiderio di costruire spazi di condivisione, conserva tutto il suo valore, individua un percorso che si amplia nella direzione del confronto interculturale, nella possibilità di incontro fra diversi. Il dialogo ci aiuta a costruire quelle “terre di confine” in cui si creano nuove appartenenze e fioriscono nuove identità multidimensionali, articolate, inclusive (Wellman 1997). Sviluppare la capacità di gestire appartenenze complesse e identità multiple rappresenta un obiettivo cruciale per la nostra società e per la sua stessa sopravvivenza (Rifkin 2010), un obiettivo che, nella storia europea, ha acquistato un carattere distintivo ed emblematico.

Alla base del nostro Progetto vi è stata certamente la consapevolezza che l’incontro fra culture diverse può diventare l’occasione di un arricchimento e potenziamento reciproco.

In questa prospettiva, non si richiede ai membri di gruppi diversi di rinunciare alla propria identità, alle proprie particolari appartenenze, ma piuttosto di concorrere, proprio grazie alle specificità di ciascuno, a generare nuove forme di inclusione, nuovi codici e nuovi linguaggi condivisi, a “inventare” insomma delle identità comuni che non annullino, ma anzi valorizzino le differenze e il riconoscimento reciproco. Si tratta, in altri termini, di sperimentare modi d’essere e relazioni in cui

sia possibile percepirsi come attori competenti in grado di operare in mondi culturali differenziati e molteplici.

Lo sviluppo di una progettualità comune, di occasioni formative e azioni congiunte può rivelarsi un essenziale strumento di ricomposizione e di riconciliazione, e definire un know how da condividere, implementare e riprodurre anche al di là dei limiti temporali del Progetto. Lavorare assieme, concorrere alla realizzazione di un obiettivo comune, sviluppare scopi condivisi sono infatti potenti strategie di miglioramento delle relazioni e di riduzione degli atteggiamenti ostili fra i gruppi. È quanto suggeriva Sherif (1966), in rapporto a una serie di brillanti studi condotti con i ragazzi partecipanti ad un “campo estivo”: illustrazione, anch’esso, di come il turismo, con la sua dimensione residenziale, con le opportunità di socializzare, con la possibilità di costruire una sorta di laboratorio naturale in cui veicolare apprendimenti ed esperienze, offra straordinarie occasioni di conoscenza, di formazione e di ricerca-intervento.

Le interazioni positive e la cooperazione favoriscono dunque la conoscenza reciproca, la riduzione del pregiudizio e l’empatia (Serino 2009b).

In questa direzione, allora, il turismo si presenta come preziosa occasione di conoscenza e valorizzazione reciproca: un turismo, certo, consapevole e rispettoso dei luoghi e delle culture, da intendersi come occasione per tracciare e abitare lo spazio di queste “terre di confine”, entro le quali si possa provare a riapprendere il valore del dialogo fra culture, il piacere della scoperta dell’altro e lo scambio pacifico di esperienze e tradizioni diverse.

Parole chiave: Relazioni intergruppi, Comunicazione interculturale, Turismo sociale, Regione Adriatica

Intergroup relations and inter-ethnic communication: affirmative actions for social-cultural tourism in the adriatic region

Keywords: Intergroup Relations; Intercultural Communication; Social Tourism; Adriatic Sea

BIBLIOGRAFIA

- Brislin, R. & Yoshida, T. (1994). *Intercultural communication training*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rifkin, J. (2010). *La civiltà dell’empatia*. Milano: Mondadori.
- Scianatico, G. & Serino, C. (A cura di) (2010). *Alta formazione per il turismo socio-culturale nei Balcani*. Bari: Palomar.
- Serino, C. (2001). *Percorsi del sé. Nuovi scenari per la psicologia sociale dell’identità*. Roma: Carocci.
- Serino, C. (2009a). La Diversità come risorsa: il turismo come valorizzazione delle specificità culturali e come fonte di benessere psico-sociale. *Turismo e Psicologia*, 2, 352-366.
- Serino, C. (2009b). *Empatia: Temi e prospettive in psicologia sociale*. *Psicologia Sociale*, 3, 200, 329-342
- Serino, C. (2010). Psicologia del turismo e relazioni interculturali. In G. Scianatico & C. Serino (A cura di), *Alta formazione per il turismo socio-culturale nei Balcani*. Bari: Palomar.
- 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 (pp 22-26). Bari: Laterza.
- 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*. Roma: Ed. Kappa.
- Sherif, M. (1966). *In common predicament: Social psychology of intergroup conflict and cooperation*. Boston, MA: Houghton, Mifflin.
- Wellman, D. (1997). Constructing common ground: Borderland experiences in America. *Cultural diversity and mental health*, 3, 1, 13-21.