

**BENI CULTURALI – AMBIENTALI: UN PATRIMONIO DI COMUNICAZIONE  
FRA GENERAZIONI**

*Paola Cavallero*

Psicologa –Psicoterapeuta, Socia A.R.I.P.T. Fo.R.P

## **BENI CULTURALI – AMBIENTALI: UN PATRIMONIO DI COMUNICAZIONE FRA GENERAZIONI**

### **RIASSUNTO**

I Beni Culturali ed Ambientali sono un patrimonio, un'espressione di civiltà, comunicano una storia di una comunità e permettono ad una popolazione di identificarsi, di riconoscersi. Possono mediare i processi con cui l'individuo si identifica con la propria cultura, con la propria società e con il luogo di appartenenza. Dalla considerazione di questi concetti e dalle ricerche effettuate su adulti ed anziani riguardo all'atteggiamento verso i Beni e verso i propri luoghi di vita, risulta che questi soggetti possono contribuire a produrre migliori legami con i più giovani, nel narrare la loro esperienza ed il loro attaccamento all'ambiente. È rilevante approfondire ed esplorare l'attaccamento che le persone hanno ai luoghi, ai Beni e all'ambiente in cui vivono. Infatti dalle esperienze di gruppo con i soggetti che hanno partecipato alle ricerche e dai Laboratori, emerge la necessità di aprire spazi, sia fra le singole generazioni, sia fra le diverse generazioni, dove ad esempio gli adulti possano divenire ponte fra giovani adulti ed anziani, nel percorrere la strada del dialogo, perché ciò apre una prospettiva di reciproco arricchimento. Infatti si possono realizzare progetti con una valorizzazione dei Beni e un investimento intergenerazionale, con una valorizzazione connessa anche al godimento del patrimonio culturale del territorio.

*Parole chiave:* beni culturali ambientali, comunicazione tra generazioni.

## **CULTURAL AND ENVIRONMENTAL ASSETS: A HERITAGE OF COMMUNICATION BETWEEN GENERATIONS**

### **ABSTRACT**

Cultural and environmental assets - a world heritage and the expression of civilizations – convey the story of a community that people identify with and recognize. They can be considered possible tools to facilitate the processes by which individuals can identify with their own culture, society and the place to which they belong. These concepts and the research carried out with adults and the elderly on their attitude towards cultural and environmental assets and the place in which they live, revealed that the subjects can contribute to improving links with younger people by recounting their experiences and attachment to their environment. It is important to investigate and explore a person's attachment to places, assets and the environment in which he or she lives. Emerging from the group experiences with the subjects who took part in the research and workshops was the need to open up spaces between single generations and between different generations. For example, older adults could be a bridge between young adults and the elderly in terms of conversation because it creates prospects of reciprocal enrichment. It is possible to enhance assets and intergenerational investment through projects that would also be linked to the enjoyment of the territory's cultural heritage.

*Keywords:* cultural – environmental assets, communication between generations.

## Introduzione

Le persone, le Istituzioni Culturali, le Associazioni ed altri Enti attualmente sono in un periodo in cui stanno passando da una attenzione ed interesse solo turistico, ad una esigenza molto impegnata, di protezione e di mantenimento del proprio patrimonio sociale e culturale, con l'obiettivo di valorizzare e potenziare la realtà circostante. Tutto questo è da leggersi come fenomeno che si attua all'interno di un percorso di costruzione e ricostruzione della propria identità. Questa modalità di "leggere" la realtà circostante fa propri i significati, i valori, le conoscenze e le esperienze derivanti dall'interazione con l'ambiente e fa crescere la cognizione di appartenere a quel gruppo sociale e di quel territorio. E' da ricordare che tutto quanto viene anche permeato dalla componente emozionale, che aiuta ad alimentare la consapevolezza dell'appartenenza al territorio. I Beni Culturali ed Ambientali sono un patrimonio ed un'espressione di civiltà, una testimonianza della storia di una comunità; hanno una dimensione immateriale, che permette ad una popolazione di identificarsi, di riconoscersi o di scoprirsi (Graburn,1983). Possono mediare i processi con cui l'individuo si identifica con la propria cultura, con la propria società e con il luogo di appartenenza (Proshansky1978,1983, Breakwell 1996). Frequentare un luogo, viverlo all'interno di una dimensione sociale e collettiva, permette di caratterizzarlo e di dotarlo di significati condivisi dalla comunità; questo, da semplice ambiente, diventa elemento importante della propria identità sociale e acquista un valore che lo ascrive nel patrimonio di tradizione e di cultura di una collettività. È da salvaguardare, perché è simbolo dell'identità della città-paese-borgo, arricchisce e caratterizza il luogo di appartenenza, riflette i valori dell'epoca ed è un mezzo per ricordarlo. L'intera immagine di una città tende ad entrare a far parte dell'identità personale dei propri cittadini, divenendone un aspetto importante (Lalli,1992). Quando singole parti della città o porzioni di essa (come quartieri, edifici, monumenti ...), sono dotati di una particolare valenza simbolica e di significato storico-culturale, questo fenomeno diventa ancor più determinante. La conoscenza dei Beni Culturali ed Ambientali di un luogo è fondamentale per la nascita dell'identità culturale di un popolo e per il formarsi dell'identità soggettiva, poiché questi sono artefatti complessi, materiali e simbolici, luoghi di conoscenza, di socializzazione e di consumo, che innescano processi cognitivi ed affettivi Possiamo inoltre affermare che ciò che noi percepiamo in relazione ad un Bene non è solo un comportamento ambientale, quanto la conseguenza di un atteggiamento sociale che ha una connotazione generale, ma anche personale. Lo spazio urbano, non è una fredda organizzazione funzionale dello spazio, ma testimonia la vita passata e può avere nuovi elementi del presente (Chombart de Lauwe 1967). Questo concetto ci aiuta a precisare l'importanza che la presenza di un Bene riveste nell'arricchire un'esperienza urbana. Questi Beni sono importanti per i cittadino, perché divengono elementi di orientamento essenziali: senza di loro non si può riconoscere e né capire il proprio territorio (Rykwert, 2003). Vi sono molti luoghi nelle città simbolici e storici che gli abitanti non visitano mai, però se fossero minacciati di distruzione, gli abitanti avrebbero forti reazioni, perché pur non conoscendoli danno un senso di sicurezza (Lynch, 1960) e contribuiscono per la loro specificità contestuale alla identità di luogo del cittadino e alla sua appartenenza. La partecipazione alla valorizzazione di un luogo, alla sua ristrutturazione per la conservazione, anche per un utilizzo sociale, permette di rivolgere la propria attenzione alle proprie origini ed attuare un rinforzo della propria identità. Per favorire tutto quanto affermato, ritengo importante che, sia per i giovani e soprattutto per il loro sviluppo dell'identità, sia per ciascuna generazione, possa essere svolta una vita sociale all'insegna di un percorso di attività, di conoscenza e di apprendimento, dove il nostro patrimonio culturale ed ambientale diviene fattore di contatto e scambio, permettendo che la memoria e i valori si intreccino in una dinamica relazionale di scambio. Questa definizione di Patrimonio Culturale ci dà l'idea di che cosa ricercare nel nostro rapporto con i Beni della Cultura, della dimensione da tener presente in ogni momento di contatto con elementi di tale natura: a partire dalla conoscenza turistica fino ai momenti di

ricerca scientifica, il significato da riconoscere in un Bene Culturale è quello di profonda caratterizzazione della cultura che lo ha generato e il rapporto con l'individuo. I Beni Culturali possono infatti diventare parte integrante dell'individuo permettendo di stabilire un attaccamento con il luogo che dia continuità, riconoscimento e possa evidenziare le risorse individuali garantendo una maggiore autostima (Giulivi, Cavallero, Bertocci, 2011). Inoltre un Bene Culturale difficilmente nasce come tale, esso va piuttosto incontro ad un processo in cui se ne riconoscono le caratteristiche peculiari e con questo, se ne legittima il ruolo come simbolo di una cultura intera.

## Ricerche

In questa ottica di conoscenza la nostra attività di ricerca-azione si è caratterizzata nel tempo, sul rapporto Beni Culturali ed Ambientali e cittadino, focalizzando l'attenzione al suo risvolto operativo, per quanto fosse possibile. Si è attuata con persone di ogni fascia di età e di scolarità con l'obiettivo di esplorare i loro atteggiamenti, pregiudizi e stereotipi verso i Beni Culturali ed Ambientali. Queste strutture cognitive resistenti (Petty, Krosnisk, 1995), emerse anche dai nostri lavori, hanno fatto comprendere quanto conoscenza, educazione e didattica possano essere riconosciuti come elementi determinanti per un apprendimento e sviluppo intergenerazionale, nel percorrere la strada della conoscenza e della comunicazione. E' da sottolineare che i processi dinamici che riguardano percezioni sociali e atteggiamenti si presentano all'interno di un elemento che è la comunicazione in tutte le sue modalità. La teoria social cognition ci fa capire come le persone apprendono informazioni dall'ambiente, le interpretano, le immettono nella memoria e le recuperano. Questo modello teorico ha un ruolo importante nell'interpretare i processi di cambiamento degli atteggiamenti e aiuta a percorrere la strada della comunicazione interpersonale come processo di influenza sociale persuasiva (Petty, Cacioppo 1986). Questi aspetti sono stati ottenuti in varie ricerche di psicologia sociale che hanno come soggetto di ricerca i Beni Culturali – Ambientali. Da un'indagine effettuata, su un gruppo di 200 anziani di Certaldo (Firenze), riguardo alla loro realtà ambientale con un'attenzione al loro patrimonio culturale, storico e biografico del loro concittadino Boccaccio, è emerso che la presenza del letterato possa aver favorito uno sviluppo del sentimento di appartenenza e di attaccamento al luogo. Questa figura può inoltre aver contribuito alla crescita dei propri compaesani. E' rilevante anche la curiosità e l'interesse verso i Beni Culturali del proprio territorio e la partecipazione alle manifestazioni locali, perché queste incrementano un atteggiamento positivo verso il patrimonio artistico e culturale in generale. Essere sensibili ai Beni, riflettere sulle opere artistiche, ed interessarsi alle tradizioni del circondario, sono sintomo di maggior apprezzamento e riconoscimento del patrimonio culturale ed artistico in generale. Abbiamo somministrato ai soggetti un Questionario (appositamente costruito) di 46 items, riguardanti la conoscenza, la vita culturale territoriale ed una Scala sull'attaccamento al luogo a tre fattori (attaccamento-radicalamento-valorizzazione). Dai risultati è emerso che gli anziani raccontano con affetto e minuziosamente il loro passato, come parte integrante della propria vita individuale, ma anche come fatto storico, legato alle storie locali, dove novelle ed eventi Boccaceschi si incrociano, divenuto una testimonianza tra generazioni (Cavallero, Bertocci, Campinoti, 2011). In particolare i maschi più delle femmine, forse per la loro maggiore istruzione, conoscono il luogo e ne valorizzano la storia e le tradizioni. Il loro attaccamento al luogo risulta intenso ed è solido anche il radicamento e la valorizzazione del territorio. Abbiamo inoltre che la storia di Certaldo risulta essere conosciuta e che poco più della metà dei nostri soggetti (56%) ammette di non conoscere le origini del paese, invece a richieste più specifiche gli anziani mostrano una sostanziale conoscenza del paese. Il 68% degli intervistati è infatti del corrente che Certaldo è stata sede del Vicariato intorno al 1415. Questa informazione storica così precisa è probabilmente ben ricordata poiché, a testimonianza di quel periodo storico politicamente importante per il paese, è ancora integro il Palazzo Pretorio. Gli

anziani quasi tutti (80%) conoscono la raffigurazione dello stemma (una cipolla), simbolo del paese, che può essere considerato un elemento fondante dell'identità di luogo e bandiera di una civiltà contadina di antiche tradizioni. Poco più della metà degli anziani (57,5%) è al corrente del fiume sotterraneo, situato sotto Certaldo Alto. Tra coloro che conoscono l'esistenza del fiume, soltanto il 10% sostiene di conoscere anche della leggenda legata ad esso. Sembra comunque che i maschi, più delle donne, siano a conoscenza delle origini di Certaldo ( $\chi^2 = 3,997$ ,  $p < ,05$ ) e della presenza delle risorse idriche del paese ( $\chi^2 = 8,165$ ,  $p < ,01$ ). Questi elementi evidenziano che il legame con i luoghi è un processo che continua per tutta la vita che si può rafforzare quando l'ambiente è ricco di bellezze artistiche e naturali (Gallino, 2007). Nel distinguere poi Certaldo in tre zone (Certaldo Alto, Certaldo Basso e Periferia), risulta che coloro che vivono in Certaldo Basso si sentono più radicati al luogo e che hanno una maggior propensione a valutare positivamente l'amministrazione comunale. Questi risultati sono probabilmente dovuti al fatto che gli anziani, che vivono in Certaldo Basso, sono quelli che da più tempo risiedono in questo territorio e che sono più inseriti nel contesto sociale. Vivere nel Borgo medioevale, infatti, può far sentire gli anziani più isolati per la difficoltà di scendere nella parte bassa, luogo dove è presente l'attività commerciale e che rappresenta il vero luogo di ritrovo dei coetanei. Circa la vita e le opere del Boccaccio anziani risultano informati: infatti il 72% dei soggetti ha ricordato correttamente il periodo in cui è vissuto il poeta. Alla richiesta se gli anziani conoscono qualche opera di Giovanni Boccaccio, una percentuale elevata (78,5%) risponde affermativamente, citando sia il Decamerone che le opere minori. Il maggior numero di soggetti del nostro campione (81%) afferma di aver parlato di Giovanni Boccaccio con amici e conoscenti. Il 31,5% degli anziani sostiene che ha parlato di Boccaccio con figli o nipoti, ha narrato loro soprattutto le novelle del Decamerone (17%), tra cui la più raccontata, spesso in forma di fiaba, è quella di "Chichibio e la Gru", probabilmente la più adatta per dei giovani uditori. Un elevato numero di anziani afferma di conoscere le leggende riferite al poggio del Boccaccio e al poggio delle Fate, dimostrandosi consapevoli e molto incuriositi dalle storie che si narrano a proposito dei due poggi circostanti il Borgo medioevale, che, secondo le leggende, lo scrittore raggiungeva di notte attraverso i cunicoli che si diramavano dalla sua abitazione per parlare con demoni e spiriti infernali. Tutto questo mondo invece non pare essere presente alle altre generazioni del paese, nonostante che le Amministrazioni si impegnino nell'effettuare festeggiamenti. Alla luce dei risultati possiamo affermare che le narrazioni, le storie, le tradizioni, le leggende di un luogo sono fondamentali per la conoscenza storica del territorio e che la persona anziana ricopre un ruolo centrale nel contesto sociale, poiché è depositaria di conoscenze ed esperienze individuali che diventano patrimonio comune da trasmettere di generazione in generazione (Erikson, 1980). Nella lettura del territorio abbiamo comunque riscontrato che la capacità degli anziani, nel narrare le storie e gli eventi passati hanno prodotto un legame con i più giovani e gli adulti, tanto che si sono sviluppate iniziative culturali intorno alla figura storico letterale del Boccaccio (Lupperini, 2010). Al termine del lavoro, dopo aver incontrato le persone partecipanti alla ricerca e restituito loro i risultati, facendoli partecipare attivamente in un confronto fra i diversi gruppi, ci siamo impegnati a realizzare successivamente gruppi di lavoro costituiti sia da giovani del Paese disponibili, sia da anziani, con un argomento del focus-group preciso cioè, quello di condividere conoscenza, esperienza ed empatia. È stato puntualizzato che la comunicazione è un processo, che coinvolge tutte le persone e con il quale viene scambiata l'informazione tanto da raggiungere una comprensione condivisa (Krauss, Fussell 1996) in uno scambio intergenerazionale. Siamo inoltre giunti alla proposta di istituire un laboratorio di incontri tra le generazioni, dove i Beni Culturali del territorio, possano divenire elementi comunicanti, dove gli anziani da soggetti passivi possano divenire potenziali risorse formative (Cristini, Albanese, Porro, 2010; Sen, 1992).

Altra ricerca-azione che abbiamo effettuato riguarda lo studio di quanto i Beni Culturali-Ambientali possono contribuire ad un processo di identità dei cittadini che fruiscono dell'Area Naturale in particolare del Parco Migliarino San Rossore Massaciuccoli

(Cavallero, Pagliarunga 2011). Infatti il frequentare un luogo e viverlo, all'interno di una dimensione sociale e collettiva, porta a valutarlo da un semplice ambiente ad un elemento vitale della propria identità sociale. Un aspetto del Bene Ambientale è anche quello paesaggistico che è tipica risorsa sempre naturale e culturale allo stesso tempo. E' un Bene infatti tutto ciò che collega le varie produzioni di cultura per caratterizzarle in modo più circoscritto ed è al tempo stesso un elemento dotato di cultura per il rispecchiarsi nella coscienza degli abitanti. I Beni non sono solo i patrimoni artistici di per sé, ma anche tutti i territori che li custodiscono e tutte quelle estensioni naturali in cui vive l'uomo. Ogni luogo è soggetto ai processi di rappresentazione sociale che contribuiscono allo sviluppo della nostra conoscenza. L'inserimento dei Beni Ambientali- Culturali va nel concetto di natura multi-livello dell'Identità di Luogo, coerente con la natura multi-livello dell'Identità Sociale. Ogni identità si riferisce ad un diverso livello geografico e coesiste con le altre identità (Bonaiuto, Breakwell, Cano; 1996). A questo processo di identità dei cittadini contribuiscono anche i Beni Ambientali come i Parchi, come risulta dal lavoro realizzato presso il Parco Migliarino San Rossore Massaciuccoli con i fruitori dell'Area Naturale (Cavallero, Pagliarunga 2011). Infatti il frequentare un luogo e viverlo all'interno di una dimensione sociale e collettiva porta a valutarlo da un semplice ambiente ad un elemento vitale della propria identità sociale. Un aspetto del Bene Ambientale è anche quello paesaggistico che è tipica risorsa sempre naturale e culturale allo stesso tempo. E' un Bene infatti tutto ciò che collega le varie produzioni di cultura per caratterizzarle in modo più circoscritto ed è al tempo stesso un elemento dotato di cultura per il rispecchiarsi nella coscienza degli abitanti. I Beni non sono solo i patrimoni artistici di per sé, ma anche tutti i territori che li custodiscono e tutte quelle estensioni naturali in cui vive l'uomo. Ogni luogo è soggetto ai processi di rappresentazione sociale che contribuiscono allo sviluppo della nostra conoscenza. L'inserimento dei Beni Ambientali- Culturali va nel concetto di natura multi-livello dell'Identità di Luogo, coerente con la natura multi-livello dell'Identità Sociale. Riportiamo in parte ed a grandi linee i risultati della ricerca effettuata (Cavallero, Bertocci 2011)

L'obiettivo del lavoro è stato quello di studiare l'atteggiamento verso i Beni Ambientali e la qualità del rapporto con il proprio contesto di vita. Si è ipotizzato più in particolare che ci fossero correlazioni tra l'atteggiamento verso i Beni Ambientali, la soddisfazione di vita e la percezione del Parco e che ci fossero differenze significative nell'atteggiamento e nella percezione tra coloro che sono fruitori attivi e passivi ed in base alle motivazioni che spingono a frequentare il Parco. L'atteggiamento verso il Parco e le motivazioni a frequentarlo risultano aspetti sostanziali per capire la specificità del territorio, non solo per facilitare il benessere degli abitanti, ma anche per sostenere il turismo ed incrementarne la qualità. Riguardo ai diversi fruitori del Parco, abbiamo turisti occasionali, persone che frequentano questo territorio per effettuare attività fisica nel loro tempo libero, per svolgere attività naturalistiche, o per svolgere azioni di protezione del patrimonio ambientale. Inoltre abbiamo un gruppo di persone che frequenta spesso il Parco per lavoro e c'è chi abita dentro il Parco pur non prendendo parte ad alcuna attività. Motivazioni così diverse sono sicuramente rilevanti per la formazione di percezioni molto diversificate tra gli intervistati sia rispetto al Parco, sia riguardo ai Beni Ambientali.

Tutto questo è amplificato dal fatto che il Parco di Migliarino San Rossore Massaciuccoli è un'entità detta di nuova generazione. Vi è infatti una forte presenza antropica (è da notare il ruolo preminente delle attività agricole e dei mestieri tradizionali) e un paesaggio che ne fa da sfondo che reca su di sé sempre di più l'impronta dell'uomo.

Al fine di raggiungere i nostri obiettivi a 109 persone sono stati somministrati quattro strumenti: un Questionario sulla conoscenza del Parco, una Scala di soddisfazione di vita (SWLS), una Scala sulla percezione dei Beni Ambientali e una Scala sulla percezione del Parco. In accordo con le concezioni teoriche, tutti i soggetti della ricerca sono stati concordi nel considerare i territori, come ad esempio le Aree Protette, come un patrimonio Culturale - Ambientale. La consapevolezza che il Parco sia anche un Bene ha un'influenza sull'approccio a questo ambiente e sulla sua percezione. I dati hanno messo in luce la



complessità dell'Area Protetta, insieme di elementi naturalistici affascinanti che lo caratterizzano come Beni Ambientali, ma anche fonte di sentimenti di insicurezza e di timore. Talvolta sono proprio gli abitanti del luogo a non valorizzare l'ambiente Parco e a non riconoscerlo nella sua funzione di protezione della natura. Vi è stata anche un'altra interessante differenza tra i fruitori attivi e passivi. Svolgere un'attività all'interno di questo ambiente rendendosi utile nel salvaguardarlo o nel promuoverlo (fruitori attivi) può favorire il benessere psicologico e può alimentare una certa soddisfazione personale (Berto et alii, 2010). Se il clima lavorativo è idoneo e ad esempio favorevole allo sviluppo di relazioni, abbiamo certamente un potenziamento della realizzazione lavorativa che può incidere sulla soddisfazione globale. Quelli che abitano nel Parco, ma non vi lavorano (fruitori passivi), sono meno soddisfatti di chi vi opera attivamente, forse perché si sentono meno parte dell'ambiente. E' necessario a questo proposito ricordarsi che abitare non significa solo occupare uno spazio fisico, ma anche stabilire delle rinnovate relazioni con l'ambiente.

Riguardo inoltre all'educazione ambientale tutti i soggetti hanno riconosciuto l'importanza di essere formati rispetto alle tematiche ambientali. Sia i fruitori attivi che i passivi, infatti, hanno concordato nel ritenere che questa tipologia di educazione abbia inizio in famiglia per poi proseguire a scuola. Alla luce di questi risultati è da sottolineare che sia indispensabile da parte di tutti una crescita culturale e sociale. Conoscere il Parco significa infatti: esserne integrato, utilizzare le sue risorse ed assumerne le responsabilità per poter lasciare ai posteri un patrimonio ricco di cui saranno le generazioni future a sua volta farsene carico e a rispettare l'ambiente. Possiamo affermare che salvaguardare le risorse culturali ed ambientali del Parco è il fondamento su cui si basa il successo di una funzionale attività turistica. È anche indispensabile una crescita culturale e sociale dei componenti del territorio, rispettando i turisti e cercando, allo stesso tempo, di preservare l'identità delle specifiche aree.

Uno strumento fondamentale nelle attività di promozione del Parco Naturale quale Bene Ambientale e Culturale è la comunicazione, perché quello che avviene nel Parco significa far conoscere le bellezze e le particolarità che si trovano al suo interno, sia a chi vive nell'area protetta, sia a chi lo conosce solo superficialmente. Nel considerare il ruolo strategico e dinamico che sta assumendo la materia ambientale, diventano determinanti per gli Uffici che si occupano di comunicazione ambientale gli strumenti che si utilizzano per rendere efficace la comunicazione stessa. Uno degli elementi a cui rivolgere maggiore attenzione in questo campo è sicuramente il linguaggio. Il modo d'esprimersi da utilizzare, per essere davvero efficace, deve essere semplice, chiaro, comprensibile e facilmente fruibile, oltre che condiviso tra gli operatori dell'informazione e i fruitori dei Parchi. In tal senso, la realizzazione di attività di reporting, nelle sue diverse tipologie tematiche (ad esempio report ambientale, dossier informativo), diventa una modalità concreta per rendere conto ai cittadini dei risultati delle politiche perseguite e metterli in condizione di valutare le prestazioni delle Amministrazioni (Brulle, 2010) Il tema della partecipazione, dell'accesso all'informazione e della comunicazione ambientale per garantire una buona governance rappresenta un riferimento sempre più presente nel quadro normativo e programmatico comunitario, internazionale e nazionale sullo sviluppo sostenibile. Il coinvolgimento e la partecipazione dei cittadini e dei diversi attori della società è fondamentale per migliorare la qualità delle politiche pubbliche (Invernizzi e Rometi, 2012; Bonnes, Bonaiuto, Lee, 2004). Per comunicazione ambientale istituzionale s'intende una serie di azioni informative su temi ambientali, dirette alla collettività ed emesse da enti pubblici come Regioni, Province, Comuni, ma anche da enti di ricerca, aziende pubbliche, agenzie ambientali, università e scuole, necessarie a soddisfare i bisogni di conoscenza su problemi ambientali (ad esempio l'inquinamento, i rifiuti, l'effetto serra) e finalizzate ad ottenere una maggiore sensibilizzazione della popolazione in modo da orientare verso stili di vita e di consumo più consoni alla disponibilità reale di risorse e alla salvaguardia ambientale. Il compito della comunicazione ambientale istituzionale è quello di informare costantemente i cittadini sullo stato dell'ambiente, sugli impatti che producono opere ed

infrastrutture con ricerche, rapporti, dati e informazioni, e allo stesso tempo di promuovere comportamenti di minor impatto in grado di tutelare l'ambiente. Inoltre, informare e comunicare sui temi ambientali contribuisce a stimolare la partecipazione e il coinvolgimento dei cittadini che così sono messi in condizione di valutare le prestazioni delle amministrazioni e di entrare nei processi decisionali. Questo tipo di comunicazione si rivolge allo stesso tempo all'interno e all'esterno dell'organizzazione e ha come obiettivo finale lo sviluppo di una cultura ambientale. Nella tutela delle Aree Protette e nel dare informazioni relative al Parco entrano in campo anche le Associazioni di volontariato che ad esempio, nel tempo, hanno contribuito a pulire le spiagge del Parco o a proteggere specifici animali. Tali Associazioni costituiscono un ponte tra istituzioni e cittadini e possono aiutare a diffondere la conoscenza della peculiarità dell'area protetta.

Far conoscere il Parco con un'adeguata "pubblicità" è un aspetto molto rilevante. Rendere manifesto quello che avviene in questo territorio significa far conoscere le bellezze e le particolarità che si trovano al suo interno, sia a chi vive nel territorio e ne apprezza tutti gli aspetti, anche quelli contraddittori, sia a chi né è lontano o lo conosce solo in modo esteriore.

Alcuni strumenti che possono essere utilizzati per la promozione delle esperienze turistiche sono: eventi caratterizzati dall'incontro diretto con i cittadini, opuscoli, campagne di informazione e comunicazione con l'utilizzo degli strumenti telematici. Secondo le nostre ricerche nel Parco sono realizzati eventi tematici che stimolano, ad esempio, la rievocazione di antichi mestieri. Sono presenti opuscoli con i seguenti obiettivi: far conoscere nuovi servizi, dare informazioni di pubblica utilità, rendere disponibile una sorta di semplice mini-guida su un tema specifico. Grazie all'ausilio delle nuove tecnologie è possibile informare e comunicare con i cittadini, adottando una logica multicanale. Internet ed il passaparola sono comunque gli strumenti più utilizzati. Potrebbe certamente essere incrementata la pubblicità svolta dalle Associazioni del territorio perché queste potrebbero organizzare eventi a carattere generale che possono coinvolgere tutta la cittadinanza. Questo territorio, ricco di risorse di carattere naturalistico, storico e architettonico, sembra anche maggiormente da valorizzare nelle guide turistiche che potrebbero maggiormente mettere in evidenza i prodotti locali e l'artigianato presente nella zona. Si sicuro la "pubblicità" del Parco va calibrata anche in base alle motivazioni con cui i cittadini fruiscono di questa Area Naturale. Molte persone visitano il territorio per coltivare le attività del tempo libero qui presenti, che permettono di ristorarsi con rilevanti implicazioni sul benessere psicosociale e sulla soddisfazione di vita. Altre persone che lo frequentano sono turisti e solo alcune persone svolgono all'interno del Parco attività naturalistiche. Da questi dati sembra prioritario salvaguardare le risorse culturali ed ambientali. Queste sono il fondamento su cui si basa il successo di una funzionale attività turistica. I risultati della ricerca e della comunicazione, sono stati resi noti ai Responsabili del Parco ed inoltre comunicati in un Seminario dal Titolo Educazione ambientale nei Parchi :esperienze a confronto (San Rossore-Pisa 2010). In seguito, dopo un'attenta ed attiva discussione, è stato concordato di restituire ai soggetti della ricerca i risultati. Per cui abbiamo realizzato incontri a piccoli gruppi, non solo per mostrare quanto è emerso dai loro incontri e dal materiale somministrato, ma anche per interagire con loro su diverse problematiche, perché per noi era importante trasmettere a loro una maggior conoscenza dettagliata dell'area Naturale, gli atteggiamenti, le credenze verso questo ambiente assai diversificato. Primaria è stata anche far vivere un'esperienza di gruppo tra gli abitanti del Parco, per ottenere anche ulteriormente delle successive adesioni ad esperienze di gruppo nel Parco per una crescita culturale e sociale nel cercare di preservare l'identità delle specifiche aree sempre all'insegna di una maggior vicinanza tra le varie forze esistenti per lo sviluppo del rapporto Beni Culturali-Ambientali e territorio



## Laboratori aperti

Come ho già citato in precedenza, ritengo che sussista la necessità di realizzare dei Laboratori per sviluppare in gruppo una comunicazione ed un'empatia fra generazioni diverse, cercando di superare le attuali fratture, per cui riporto alcune esperienze in corso. Insegnare ai giovani adolescenti a realizzare una narrazione intergenerazionale, significa permettergli di utilizzare il mentale, per raccontare il mondo interno, immaginato, fantasticato e collegato a dati reali, ma soprattutto comunicato (Morino, Cavallero, Ferrari 2000). Come afferma Ricoeur (1984) il narrare non riguarda solo le realtà presenti, passate o future, vicine o lontane, ma la loro attesa, il loro ricordo, il loro essere nel presente. Per effettuare questo ciascun giovane studente (disponibile all'esperienza) è impegnato a raccogliere nell'ambito familiare dati, informazioni, fotografie, tutto ciò che illustra i propri avi (trisnonni, bisnonni, nonni) riorganizzando il materiale ritrovato in un ordine cronologico. Effettuato questo, in una fase successiva, i giovani possono vedere materiale fotografico presente nell'Archivio Fotografico Lucchese "Arnaldo Fazzi", posto presso la Villa Bottini di Lucca, grazie alla disponibilità dei responsabili.

Dalla letteratura (Maeran et al., 2011; Panizza, 2013) sappiamo che la fotografia assolve a due funzioni: quella dell'autocollocazione, dell'individuazione e quella di invitare a percorsi di interesse trasversale nel tempo e nello spazio. Le fotografie acquistano valore con il tempo perché diventano ricordi rispetto alle emozioni provate in un tempo passato. Le sensazioni provate, immortalate nelle fotografie, attribuiscono ai ricordi una dimensione di a – temporalità. Le foto scattate ad esempio nei luoghi di vacanza di fronte ai Beni hanno un valore importante per la costruzione del sé. Se si pensa ad esempio alla fotografia come souvenir turistico, questa assume un'accezione complessa e profonda: non è solo funzionale al ricordo di un avvenimento particolare, ma è parte fondamentale del processo di formazione dei diversi sé che l'individuo sperimenta nella realtà odierna. Vi è infatti un senso diffuso di spaesamento e confusione che, attraverso l'utilizzo della fotografia, l'individuo cercherebbe di fermare per meglio comprendere, ma non solo. L'immagine fotografica, infatti, è utilizzata per catturare parti di sé che altrimenti andrebbero perdute, divenendo semplici ricordi personali.

Alla luce di queste considerazioni prima dei laboratori, il materiale fotografico viene organizzato da esperti prima per tematiche che coinvolgano ad esempio vie, piazze, palazzi, ferrovie, cinta Muraria, edifici, e per periodi storici, corrispondenti alle date dei loro avi. Durante gli incontri ai giovani riuniti in gruppi di 10 vengono mostrate le foto. I partecipanti così distribuiti, possono ben vedere, osservare e discutere tra loro individuando gli obiettivi, aiutati dalla persona esperta che li segue. Questo permette ai giovani di riconoscere nelle fotografie le somiglianze e le diversità, sia dell'ambiente cittadino in generale, sia dei sobborghi, sia dei costumi. Questa conoscenza li aiuta a comprendere quanto la vita sociale di ogni periodo storico, possa permeare la vita di ciascun individuo, gruppo familiare e gruppo sociale. Un successivo impegno dei giovani è quello di visitare gli Archivi Parrocchiali e gli Archivi Comunali del territorio per completare i dati mancanti circa le precise identità dei propri antenati. Il ritrovamento in Archivio permette di versificare la tangibile esistenza di quella data persona a livello civile e sociale. Al termine delle tre esperienze i giovani sono impegnati a effettuare una narrazione dei propri avi utilizzando sia il materiale ritrovato in casa o dai parenti, sia quanto hanno conosciuto ed esplorato attraverso le fotografie e dagli Archivi.

Questa esperienza permette ai giovani di vivere e parlare tra di loro della vita sociale dei propri antenati in una modalità nuova e di riappropriarsi di una parte della loro storia, considerando il confronto con la loro vita attuale. Inoltre gli strumenti di questo laboratorio fanno parte di un patrimonio Culturale di cui la maggioranza dei giovani adolescenti oggi non conosce per cui ritengo importante e necessario aiutare i giovani nel scoprire, valutare ed apprezzare tale realtà.

Una successiva esperienza di Laboratorio è quella di impegnare i giovani studenti ad effettuare una narrazione degli avi, ma considerandoli per nucleo familiare, (almeno di tre generazioni), utilizzando i documenti presenti nelle proprie famiglie, parenti e negli Archivi di Stato, nei Comuni e nelle Parrocchie, per poter ricostruire la storia con gli antenati ed anche scoprire che l'essere giovani, adulti ed anziani, nei diversi periodi storici, ha elementi di diversità, ma anche di vicinanza percorrendo anche il filone sia dell'attività lavorativa che quella scolastica di ogni persona (Schutzerger 2011). In una successiva fase, i giovani riuniti in gruppi di 10, sono impegnati a vedere, ed osservare fotografie, scelte da esperti, dell'Archivio Fotografico Lucchese "Arnaldo Fazzi" di Lucca, secondo le tematiche prescelte. Infatti le immagini sono di cittadini di diverse famiglie, vissuti in periodi corrispondenti ai periodi di vita degli avi dei giovani. Questi sono impegnati a porre attenzione all'abbigliamento e alla moda di ogni personaggio della propria città, sia maschile che femminile, senza tralasciare la vita ambientale e sociale dei diversi gruppi familiari mostrati. Inoltre le immagini dei diversi personaggi delle fotografie sono quasi sempre inserite in interni, che ben mettono in mostra i loro abiti ed anche l'arredamento. Ai giovani è richiesto di specificare il mondo culturale e sociale dell'epoca corrispondente per ogni personaggio, per poi comprendere ed effettuare confronti con il mondo sociale e culturale dei propri avi. Questo lavoro nel suo complesso permette ai giovani una nuova esperienza che consente loro di rinforzare il rapporto con i propri avi, ma anche di ben comprendere quanto sia importante conoscere insieme ad altri coetanei le proprie radici. Al termine di questa fase i giovani sono impegnati ad effettuare una relazione organizzandola nella modalità che loro ritengono più opportuna, lasciandoli liberi di effettuare la narrazione seguendo criteri a loro più corrispondenti.

Queste ricerche possono aiutare a trasmettere ai più giovani una conoscenza che, se ben osservata, permette di sperimentare momenti di scambio e una parità fra generazioni diversa dai tempi attuali inoltre sviluppare un senso di appartenenza con un ruolo attivo ed inoltre scoprire che il patrimonio è di tutti. Le foto ci fanno inoltre comprendere quale importanza possa avere il contesto sociale nella considerazione della famiglia. Infatti la Scabini (2003 pag.210) afferma che la dimensione intergenerazionale non riguarda solo i legami e gli scambi tra le generazioni all'interno della famiglia, ma anche il legame tra la famiglia e la realtà sociale, per cui esplorare il contesto sociale di un periodo storico ci fa comprendere la qualità di vita della famiglia.

Questa ricerca può comunicare i valori e i fattori presenti in una diversa cultura. Queste modalità di laboratorio, possono essere strumento e materiale utilizzabile da parte dei cittadini, come contenuto di scambio fra le diverse generazioni in situazioni di piccolo gruppo, dove l'empatia dei componenti può diventare fattore di collage, che produce ancora chiarezza e precisazione nella comunicazione e vita sociale, dove lo scambio può alimentare la possibilità di un collegamento tra vecchio e nuovo, tra conosciuto ed ignoto, presupponendo il superamento di barriere (Cugno 2004). Inoltre i contenuti di questi laboratori possono rinforzare i giovani e fare assumere a loro un atteggiamento migliore e con maggior disponibilità verso gli anziani.

## Conclusioni

Come risulta da quanto sopra riportato, gli ambienti individuati come portatori di Beni (Paesi, Parchi, Archivi, ecc.), possono contribuire ad assumere anche un ruolo socio-psico-educativo, divenendo dei Laboratori con una funzione ben definita, dove si possono incrementare aggregazioni fra persone di diverse età, con obiettivi formativi, che hanno una particolare attenzione non solo alla conoscenza dei Beni, ma ad una empatia tra persone di diversa età e di conseguenza tutto ciò può farci ottenere un rinforzo intergenerazionale. Dalle ricerche effettuate, i Beni costituendosi punti di riferimento, risultano contribuire ad una crescita cognitiva sociale e culturale, nel divenire elementi di nuovi orizzonti ed nell'andare ad alimentare il circuito sentimento e conoscenza, che

muove dall'uno per modificare l'altro e viceversa (Cavallero;2007,2011, Lorenzetti 1995). Dai risultati ottenuti emerge anche una necessità di aprire spazi, sia fra le singole generazioni, sia fra le diverse generazioni, dove ad esempio gli adulti possano divenire ponte fra giovani adulti ed anziani, nel percorrere la strada del dialogo, perché ciò apre la prospettiva non più egocentrica, ma di reciproco arricchimento (Cugno 2004). Le modalità con cui viene presentato un Bene, può assumere significati importanti per chi lo guarda, nel ricordare che se abbiamo uno sviluppo intelligente e rispettoso di tutto ciò che aiuta la qualità dei Beni Artistici e Culturali, abbiamo anche la crescita della componente economico locale. E' anche in questi termini che ad esempio le Istituzioni Artistico-storico-culturali, possono essere una risorsa ed avere un intento sociale ed educativo, con una funzione interlocutiva e propositiva tra il passato, il presente ed il futuro nei riguardi del cittadino, perché tutto questo permetta un'attivazione di meccanismi interattivi fra diverse funzioni percettive cognitive, affettive, costruita fra persona/oggetto ed ambiente (Bartoli 2003). Il processo educativo necessita che faciliti una conoscenza reciproca tra persone di fasce generazionali diverse e appartenenti anche a luoghi diversi, nello sperimentare nuove comunicazioni. Le più recenti ricerche hanno segnalato, che non vi è corrispondenza tra quantità di informazioni sui problemi ambientali ed un corretto atteggiamento di responsabilità. Di conseguenza, vi è la necessità di favorire una crescita di responsabilità rispetto ai Beni Culturali ed Ambientali, che costituiscono una realtà del nostro patrimonio sociale uniti a quegli ambienti come i Musei, che sono espressione di trasmissione culturale della nostra storia e cultura nei diversi ambiti. Possiamo avere anche una esperienza culturale tra cittadini di ogni età e turisti che visitano i nostri Musei, le Biblioteche i teatri e gli Archivi. In queste esperienze di ricerca e di laboratori, inoltre, potremmo coinvolgere le recettive dei territori (ad esempio le URP dei Comuni e gli uffici turistici), dove effettuando servizi di rete e collegamenti con le risorse, si realizza un incontro ed uno scambio tra cittadini di diverse fasce di età e formazione per i turisti. Necessita che le sedi ufficiali di contenitori di Beni divengano dei Laboratori che assumano la difesa del sapere della conoscenza e della memoria: il tutto in un'attività che investe il futuro. I luoghi assumono significati anche per quanto si concretizza al loro interno e per le concezioni che si realizzano (Canter 1977). E' rilevante approfondire ed esplorare l'attaccamento che le persone hanno ai luoghi, dove si collocano i Beni e all'ambiente in cui vivono. Riteniamo che sia importate far conoscere i legami tra la componente psicologica e i Beni sia Culturali che Ambientali, nel considerare i temi più importanti come: conoscenza, identità, attaccamento, diversità, memoria, nell'ottica del saper guardare (osservazione) saper vedere (conoscenza) saper fare (riflessione-creatività), aspetti importanti per poter iniziare ad effettuare una maggior considerazione e formazione delle persone. Consideriamo necessario che ogni cittadino abbia l'intenzionalità e la capacità di tramandare il patrimonio culturale alle future generazioni, perché è una ricchezza che permette di avvicinare ed aggregare le persone e sviluppare legami affettivi. Inoltre nella nostra realtà sociale è evidente la incomprensione tra le giovani generazioni e il mondo degli adulti e possiamo constatare i fenomeni di isolamento ed di impoverimento sociale, per cui riteniamo necessario realizzare Laboratori, come ad esempio quelli sopra riportati, per dialoghi e scambi culturali tra generazioni, perché si possa produrre benessere e portare a riconoscere le ricchezze personali e territoriali che ognuno ha ed ha avuto. Sovente abbiamo giovani che non sono in grado di progettare e compiere scelte e queste coincidono con quelle degli adulti, perché come risulta da una ricerca effettuata le effettive aspettative ed aspirazioni non sono riconosciute, perché sono sottovalutate e spesso vengono fatte coincidere con quelle degli adulti (Vergati 2005). È rilevante che fra le generazioni vi sia una comprensione, uno spazio in comune ed una finalità condivisa: ad esempio conoscere il luogo in cui viviamo con i propri Beni in uno stretto rapporto e cercare di trasmettere le conoscenze ed i valori alle persone più giovani di età ed aiutarli a divenire consapevoli della propria realtà ambientale. Il sentimento di attaccamento al territorio, ad una località, è una parte della nostra identità ed il luogo ha un'importanza più o meno rilevante, a seconda dell'esperienza che la persona ha maturato con il proprio

ambiente (Banini, 2013) La nostra identità territoriale è da tutelare ed arricchire costantemente, perché ne divenga una risorsa. Gli studi sul rapporto individuo – ambiente hanno sottolineato la componente affettiva-sociale sviluppando la problematica dell’attaccamento all’ambiente, che è considerato come “un legame o un’associazione affettiva positiva delle persone (Stokols, Shumacher, 1991 p233) sia riguardo a sé, che al gruppo”. L’entità del legame dipende dalle caratteristiche dell’ambiente, dalle scelte e dai propri interessi. L’azione intenzionale di comunicare e di trasmettere il patrimonio culturale alle presenti e future generazioni è una ricchezza del cittadino, perché intensa e forte è la componente aggregativa ed il legame affettivo che ne scaturisce dal reciproco rapporto. La curiosità, l’energia e l’entusiasmo che i giovani (bambini –adolescenti- giovani adulti) mettono in gioco, possono nello scambio intergenerazionale valorizzare l’anziano, tanto che ne può divenire una risorsa per i giovani come ad esempio è accaduto nel Parco di San Rossore. Sarebbe necessario che le scuole di ogni ordine e grado attivassero percorsi di ricostruzione e rinforzo dei legami, coinvolgendo due o tre generazioni, ad esempio nella realizzazione di percorsi territoriali, con l’obiettivo di riconoscere il territorio nei suoi significati storici, dove l’attenzione è posta sullo studio della comunicazione tra giovani e anziani, con il trascorrere assieme del tempo, dove oggetto di scambio sia l’esperienza, la conoscenza e la curiosità esplorativa nei confronti dei propri Beni. Altro aspetto da non tralasciare, in un percorso educativo e formativo, la funzione degli Amministratori e delle diverse istituzioni (Comuni, Musei, etc.) che dovrebbero aiutare i cittadini nella conoscenza del territorio, ed anche i turisti nel loro rapporto con i Beni sia che questi soggiornino per breve tempo sia che vi restino più a lungo. Abbiamo ad esempio nel nostro territorio italiano bellissime necropoli e villaggi, ambienti tutti da scoprire e valorizzare, che spesso, passati i primi periodi di scoperta, divengono poi silenti e non sono invece riportati costantemente alla luce dei cittadini, per cui ad esempio non vanno a costituire l’identità del cittadino. Questa testimonianza può farci percepire le nostre lontane origini, ma se le visitiamo con attenzione potremmo capire quale sia la forza e la potenza di quell’ambiente, che a prima vista ci può quasi respingere. Ritengo che bisogna educare le persone di ogni età ed anche il turista all’avvicinarsi ad un Bene, al saper osservare, al saper guardare, al tatto ed al contatto, per facilitare la conoscenza e il rapporto. La capacità dei giovani nell’apprendere nuove tecnologie può portare a costruire laboratori dove i giovani sono responsabili e possono insegnare ad adulti con l’uso di nuove tecnologie con una modalità cooperativa. Se questo si verifica migliore sarà un eventuale scambio intergenerazionale, dove i più anziani riescono a comunicare ai più giovani il loro attaccamento all’ambiente ed anche indicare loro un percorso di nuova conoscenza ed esplorazione, dove anche la componente emotiva avrà la sua parte. In questo caso si potrebbe fare un programma su come incentivare i cittadini di ogni età a diventare attivi e rompere i propri stereotipi intergenerazionali e utilizzando i Beni e la vita dei territori come mediatori di rapporti, dove le relazioni anche assumono un valore educativo (Pati, 2010). Ci si può riappropriare di un luogo nel conoscerlo e riconoscerlo nei suoi Beni nell’utilizzare metodologie ludiche, spettacoli teatrali, dato che l’ambiente spesso lo può permettere (Albanese A. Bocci E, 2009, 2013). Un’altra condizione da realizzare sarebbe quella di costituire dei Centri di laboratori di riferimento per ogni generazione in una città o paese, dove possano essere studiati e programmati incontri tra anziani e giovani al fine di scoprire in gruppo il patrimonio territoriale. In questi gruppi dovrebbe essere primario lo scambio di conoscenze, perché raccontare intorno ad un Bene può variare a seconda del carico emozionale di cui ognuno è portatore, dove l’attenzione è anche rivolta alla modalità con cui ci si rapporta ad una Bene. Questo permetterebbe di avviare un diverso legame fra i partecipanti, i quali probabilmente dopo un po’ di tempo sarebbero in grado di programmare altri incontri e sviluppare interessi diversi per orientare i giovani anche a nuovi settori di interessi. Questi laboratori urbani dovrebbero divenire centri intergenerazionali per conoscere e promuovere la città: i monumenti, le chiese, le piazze, i percorsi naturalistici e il verde pubblico, proteggere e valorizzare la memoria collettiva collegata al patrimonio di tutti. Poiché gli ambienti museali spesso soffrono

molto della non presenza dei propri cittadini, forse a causa della modalità con cui viene trasmesso il messaggio culturale, questi avrebbero bisogno di una maggior apertura alla città e soprattutto all'incontro intergenerazionale, che è un aspetto fondamentale nelle relazioni sociali che, da sempre, ha consentito il passaggio di saperi. Un luogo come il Museo, con la sua identità locale deve sempre più comunque assumere una sua desiderabilità, se vuole essere percepito. Se i Musei di arte moderna si stanno rinnovando e stanno acquisendo dinamicità, i Musei più storici o d'arte classica fanno fatica a mutare il proprio modello comunicativo, organizzativo, nonostante l'utilizzo di tecniche moderne. Bisogna riconoscere le ricchezze territoriali che ognuno ha per viverle giornalmente. Infatti si possono realizzare progetti di ricerca, che riguardino l'inter-generazionalità, per dare la possibilità a tutti di ottenere conoscenze e di crearsi spazi dove possa esistere uno scambio affettivo relazionale. Potrebbe svilupparsi anche un'incentivazione di scambi culturali, gemellaggi di varia natura culturale con gruppi italiani, e stranieri, dove sia fondamentale la diversità di età. Avremmo una valorizzazione dei Beni e un investimento intergenerazionale con una valorizzazione connessa al godimento del patrimonio culturale del territorio (Golinelli, 2008). Per sviluppare programmi che siano graditi a tutte le generazioni è necessario sottolineare che anche la scelta della destinazione è formata sulla base delle credenze individuali riguardo al luogo (immagine cognitiva) e dalle sensazioni provate rispetto a questo (immagine emotiva). Il primo tipo di immagine si forma sia in base ad attributi funzionali e tangibili (ad esempio presenza del paesaggio, attrazione culturale) e sia rispetto a attributi psicologici/astratti (ad esempio l'ospitalità, l'atmosfera). Dall'altra parte la componente emotiva è correlata alle emozioni che la destinazione evoca nel turista (ad esempio piacere, eccitamento) (Gallarza, Gill, 2002). Nella scelta della destinazione è inoltre utile tener presente l'esistenza di forze sociali (ad esempio riguardanti la politica o il marketing) che possono invogliare o far desistere un qualsiasi viaggiatore (Martin, Rodriguez del Bosque, 2008).

## BIBLIOGRAFIA

- Albanese, A., & Bocci, E. (2009). Turismo intergenerazionale ed educazione ambientale tra ricerca e sperimentazione *Turismo e Psicologia, Rivista Interdisciplinare di Studi Ricerche e Formazione*, 2, 103-156.
- Albanese, A., & Bocci, E., (2013). I modelli di riferimento teorici per un turismo intergenerazionale *Turismo e Psicologia, Rivista Interdisciplinare di Studi Ricerche e Formazione*, 1, 25-35.
- Banini, T., (2013). (a cura di) *Identità territoriali. Questioni, metodi, esperienze a confronto*. Milano: Franco Angeli.
- Bartoli, G., (2003). La psicologia della fruizione in ambito museale, in Sani, M., Trombini, A., (a cura di) *La qualità nella pratica educativa del Museo*, Bologna: Editrice Compositori.
- Berto, R., Baroni, M. R., Zainaghi, A., Bettella, S., (2010). An exploratory study of the effect of high and low fascination environments on attentional fatigue. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 494-500.
- Bonaiuto, M., Breakwell, G. M., & Cano, I., (1996). Identity Processes and Environmental Threat: the Effects of Nationalism and Local Identity upon Perception of Beach Pollution, *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 6, 157-175.
- Bonnes, M., Bonaiuto M., Lee T., (2004). (a cura di), *Teorie in pratica per la psicologia ambientale*, Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Breakwell, G. M., (1996). *The identity of place and place identity*. Paper presentato alla Conferenza on Representations of The Landscape, Torino.
- Brulle, R. J., (2010). From Environmental Campaigns to Advancing the Public Dialog:



- Environmental Communication for Civic Engagement, *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 4, 1, 82-98
- Canter, D., (1977). *The Psychology of places Architectural*, London Press
- Cavallero, P., Bertocci, B., Campinoti, S., (2011). Alla scoperta di Certaldo: indagine sulla realtà culturale di un gruppo di anziani, *Turismo e Psicologia, Rivista Interdisciplinare di Studi Ricerche e Formazione*, 1, 566-570
- Cavallero, P., Bertocci, B., (2011). Beni Culturali-Ambientali e la realtà del Parco in Cavallero, P., Paglialonga S., (a cura di) (2011). *La psicologia nel Parco. Tutela ambientale e Benessere psicosociale: intergenerazionalità e multimedialità*, 135-159. Pisa, Edizioni E.T.S.
- Cavallero, P., Morino, A., F., Ferrari, M. G., Schirra S., (2007). I beni culturali e i giovani studenti della Sardegna, *Psicologia del Turismo prospettive Future*, Milano: Franco Angeli
- Cavallero, P., Paglialonga S., (a cura di) (2011). *La psicologia nel Parco. Tutela ambientale e Benessere psicosociale: intergenerazionalità e multimedialità*, Pisa: Edizioni E.T.S.
- Chombart de Lauwe, P. H., (1967), *Uomini e città*, Padova: Marsilio Editori
- Cristini, C., Albanese, A., & Porro, A. (2010, A cura di). *Il viaggio verso la saggezza. Come imparare a invecchiare*. Milano: Franco Angeli.
- Cugno, A., (2004). *Il dialogo fra le generazioni. Formazione e comunicazione oltre le frontiere*, Milano: Franco Angeli.
- Erikson, E. H., (1980). *Identity and the Life Cycle*, New York: Norton.
- Gallarza, M. G., Gil, I., & Caldero N. H., (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29, 1, 56-78.
- Giulivi S., Cavallero P., Bertocci B. (2011). Conoscenza, percezione, attaccamento e ambiente nella sua qualità di un bene artistico e culturale: indagine su un gruppo di studenti di Valencia, in *Turismo e Psicologia*, 1. 581-586.
- Golinelli, C. M., (2008). *Cultura Impresa e Territorio. La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di governante*, Milano: Giuffrè Editore.
- Graburn, N.H.H., (1983). *The Anthropology of Tourism*. New York: Pergamon Press.
- Krauss, R. M., Fussel, R. S., (1996). Social, psychological, models of interpersonal communications. E.T. Higgins, A.W. Kruglanski (Eds.) *Socialpsychology. Handbook of basic principles*, 655-701. New York: Guilford Press.
- Invernizzi, E., Ramenti, S., (a cura di) (2012). *Relazioni pubbliche e corporate Communication*, Milano: Mc Graw Hill.
- Lynch, K., (1960). *The image of the City*, Mit Press Massachusetts
- Lupperini, L., (2010). *Non è un paese per vecchi*. Milano: Feltrinelli.
- Lorenzetti, L. M., (1995). (a cura di) *La dimensione estetica dell'esperienza*. Milano: Franco Angeli
- Martin, H. S., Rodriguez del Bosque, I. A., (2008). Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation, *Tourism Management*, 29, 263–277.
- Meran, R., Fontana, R., Ricagni, M., (2011). Comportamento di Consumo e Comportamento Turistico, *Turismo e Psicologia*, 1, 368-374.
- Morino, F., Cavallero, P., Ferrari, M. G., (2000). *Narrare la sofferenza del vivere*, Milano: Edizione Guerini Associati Spa.
- Panizza, L., (2013). Il ruolo della fotografia come souvenir turistico, *Turismo e Psicologia*, 1, 117-12
- Isi, S., (2002). La comunicazione al computer e il gioco con l'identità. *Studi di Sociologia*, 40, 3, 267-280.
- Pati, L., (2010). *Il valore educativo delle relazioni tra generazioni. Coltivare i legami tra nonni figli nipoti*, Torino: Ed Effatà.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag.
- Petty, R. E., Krosnick, J. A. (a cura di), (1995). *Attitude strength. Antecedents and consequences*, Mhwh, NJ, Lawrence, Erlbaum, Associates



- Proshansky, H. M., (1978). The city self-identity, *Environment and Behavior*, 0, 167-169
- Proshansky, H. M., Fabian A. K., Kaminoff, R., (1983). Place Identity: physical world socialization of the self, *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Ricoeur, P., (1984). Temps et récit, II, *La configuration dans le récit de fiction*, Paris, Editions du Seuil.
- Rykwert, J., (2003). *La seduzione del luogo, storia e futuro della città*, Torino: Einaudi.
- Scabini, E., (2003). Famiglia, identità e transizioni in Mantovani G. (a cura di) *Manuale di Psicologia sociale*, Firenze: Giunti.
- Schutzgerger, A., (2011). *Psicogenealogia*, Roma: Di Renzo Editore.
- Sen, A., (1992). *Risorse, valori e sviluppo*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Stokols, D., Shumacher, S., (1991). People in Place: a transactional view of Settings in Harvey, J., (Eds) *Cognitions Social Behavior, and the Environment*, Lawrence, Erlbaum Hillsdale, 441-488.
- Vergati, S., (2005). *La costruzione intergenerazionale delle aspettative*, Roma: Editore Bonanno.
- Wilkie, S., Stavridou A., (2013). Influence of environmental preference and environmental type congruence on judgments of restoration potential, *Urban Forestry & Urban Greening*, 12, 163-170.