

## **Psicologia e Turismo.**

### **Il Community Empowerment sulle comunità locali a vocazione turistica.**

Negli ultimi anni il turismo è stato protagonista di una rilevante evoluzione fino a trasformarsi in un fenomeno sociale ed economico molto complesso, capace di avere positivi effetti sullo sviluppo socio-economico di un territorio ma anche conseguenze deleterie per quel che riguarda il rispetto delle identità locali e del territorio.

Abbiamo assistito per lungo tempo a uno sviluppo rapido e incontrollato delle diverse destinazioni turistiche, fino all'emergere di una nuova, più moderna idea di sviluppo turistico, che si integra con il processo di sviluppo della comunità locale ospitante e si radica sul concetto di comunità locale come soggetto attivo di sviluppo.

Questa nuova concezione dello sviluppo turistico, che assume chiare connotazioni etiche e di sostenibilità, è il motore di un movimento importante che oggi si può osservare nella direzione di un turismo di qualità e che ha le sue origini nell'osservazione della natura ambivalente del fenomeno turistico che, da una parte, può essere fonte di conoscenza e di arricchimento personale per chi viaggia, dall'altra parte può produrre, se non gestito in maniera adeguata, effetti disastrosi sull'ambiente naturale, sull'economia locale e sulle caratteristiche sociali e culturali delle comunità ospitanti.

Nel 2002, secondo dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, gli arrivi nelle destinazioni turistiche hanno superato la soglia dei 700 milioni. Le previsioni, inoltre, indicano un vertiginoso aumento degli arrivi internazionali di turisti tra oggi e il 2020, periodo in cui i viaggi dovrebbero passare dagli attuali 702 milioni ai futuri 1600 milioni.

Occorre tener presente, però, che tali movimenti turistici internazionali riguardano, nella misura dell'80%, gli abitanti dei venti paesi più ricchi del mondo.

Anche nel turismo, come in ogni altra azione politica ed economica, diventa oggi sempre più urgente e indispensabile riuscire a ponderare accuratamente gli effetti delle azioni, perché tali effetti possono portare a esiti rovinosi su dimensioni globali: azioni individuali, che richiamano alla responsabilità individuale del turista, ma anche azioni sociali ed economiche, che mettono in gioco la responsabilità delle istituzioni sociali e delle imprese economiche.

Stiamo cominciando a raccogliere i frutti di una importante riflessione etica sul turismo e assistiamo a una sempre crescente attenzione verso la gestione e la pianificazione di un turismo capace di coniugarsi con la tutela dei diritti umani e lo sviluppo armonico del territorio.

Sempre più cresce, infatti, l'attenzione verso una forma di turismo che oggi è definito, con parola moderna, sostenibile. E l'Organizzazione Mondiale del Turismo ci dà una indicazione precisa su quel che si intende per turismo sostenibile, affermando che è sostenibile un turismo "(...) in grado di soddisfare le esigenze dei turisti attuali e delle regioni ospitanti prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro".

Lo sviluppo sostenibile è un processo guidato che prevede una gestione globale delle risorse per garantirne la redditività salvaguardando nello stesso tempo il capitale natura e culturale. La sostenibilità del turismo richiede, perciò, il rispetto dell'equilibrio fragile tra natura, cultura e popolazione ospitante e che si rivela particolarmente fragile in aree ambientali a rischio e nelle isole di piccole dimensioni.

*Così diventa chiaro che fare un turismo sostenibile significa pesare sempre l'impatto dei flussi turistici sulle comunità ospitanti e calibrare i movimenti turistici sulle possibili conseguenze che esse possono produrre sul territorio e sulle popolazioni ospitanti.*

Diventa sempre più evidente, allora, che il turismo per essere etico deve determinare alcuni criteri basilari, che definiscono gli effetti delle azioni che ovunque e comunque non devono essere prodotti. *Questi criteri possono essere limpidamente rappresentati dai diritti umani*, il rispetto dei quali costituisce il fondamento dell'etica della responsabilità.

*Viaggiare sempre facendo in modo che le proprie azioni non violino i diritti umani delle popolazioni locali significa assumere come guida del proprio viaggio il rispetto della vita, della salute, della libertà dell'altro, attraverso il rispetto della cultura e delle risorse naturali del territorio della comunità locale ospitante e delle sue capacità di assorbire l'impatto dei flussi turistici.*

Purché tale rispetto dei diritti umani delle popolazioni ospitanti non diventi una mera adesione a principi etici astratti, ma si cali sempre e ovunque nella realtà quotidiana dell'esperienza del viaggio e diventi principio guida in tutte le scelte turistiche.

Un turismo etico non può esaurirsi, infatti, nell'adesione personale a teoriche astrazioni etiche, ma deve trasformarsi in pratica di vita quotidiana nel corso del viaggio. Solo così l'etica della responsabilità può diventare un'etica che trova il suo valore nello spazio dell'esperienza individuale del viaggio e guidare le azioni quotidiane nel rispetto reale, continuo e solido, dei diritti umani delle popolazioni ospitanti.

Una tale innovativa prospettiva esige che gli attori chiave del settore turistico siano radicati nella struttura sociale e culturale della comunità locale e siano in grado di interagire con le differenti professionalità turistiche presenti sul territorio, così da poter garantire alla comunità locale a vocazione turistica il raggiungimento di importanti finalità di sviluppo e allo stesso tempo il rispetto della loro cultura e dei loro diritti fondamentali.

*La psicologia può offrire un importante contributo all'analisi della dimensione sociale della sostenibilità del turismo, nei termini di impatto dei flussi turistici sui sistemi sociali delle comunità locali ospitanti, e assume un ruolo chiave nella progettazione di interventi di sviluppo turistico, caratterizzati da obiettivi reali di autosviluppo delle comunità locali e centrati attorno al concetto di "potenziamento della comunità" (Community Empowerment).*

L'analisi della dimensione sociale della sostenibilità del turismo e la misurazione della sostenibilità dei flussi turistici è strettamente legata al desiderio delle aziende e degli enti locali di misurare le proprie prestazioni economiche, ambientali, sociali attraverso rapporti periodici rivolti ai diversi portatori di interesse (azionisti, clienti, pubblico).

E' sempre più evidente, infatti, il ruolo importante che la psicologia può giocare nelle strategie mirate a favorire uno sviluppo del turismo in senso etico, fondato sullo sviluppo delle potenzialità delle comunità locali e sulla stimolazione della progettualità degli attori locali.

*Una psicologia che lavora per un turismo etico, oggi, è allora una psicologia che contribuisce con le proprie moderne conoscenze scientifiche e i propri strumenti professionali alla realizzazione di un turismo, inteso come fenomeno generale, capace di caratterizzarsi per il rispetto dell'identità culturale delle comunità locali ospitanti e il miglioramento della qualità della vita delle popolazioni locali ospitanti.*

L'analisi socio-psicologica della comunità locale può consentire di comprenderne le cause strutturali e i processi trasformativi del fenomeno turistico all'interno della comunità e può favorire lo sviluppo di un turismo sostenibile e responsabile, vantaggioso dal punto di vista economico, ma allo stesso tempo etico e socialmente equo verso le comunità locali ospitanti.

I movimenti turistici se da una parte sono in grado di contribuire alla crescita socio-economica delle comunità locali ospitanti, dall'altra, se non adeguatamente gestiti, possono interferire con la conservazione dell'identità culturale della popolazione locale ospitante e generare pressioni sociali legati all'utilizzo delle risorse del territorio, in particolare di acqua e di energia e allo sfruttamento del suolo.

Alcuni tra i processi negativi dal punto di vista sociale che il turismo può produrre nelle comunità locali sono rappresentati, ad esempio, dalla cosiddetta "commodification", la trasformazione di riti religiosi o etnici in prodotti turistici o dall'abbandono delle attività artigianali tradizionali in favore della soddisfazione di una domanda di souvenir.

Inoltre, se viene superata la capacità di carico sociale e culturale della comunità ospitante, l'incontro tra turisti e popolazione locale può provocare anche conflitti culturali, legati, ad esempio alla conservazione degli usi locali, al confronto tra differenti livelli di benessere, all'aumento dei prezzi.

Il turismo, spesso, tra l'altro, può essere causa dell'aumento della micro-criminalità, del lavoro minorile, della prostituzione all'interno della comunità ospitante.

Nell'affrontare problemi di questo tipo, a carattere specificamente socio-culturale mi sembra molto utile riferirsi al modello concettuale di approccio della "competenza", che consente di spostare l'attenzione dagli individui e dalle dimensioni intrapsichiche al contesto, alla comunità, fondandosi sulla convinzione che sono le esperienze e le opportunità formative che la struttura sociale della comunità rende possibili che determinano le capacità con cui i singoli individui si pongono di fronte ai problemi e li risolvono.

Ogni comunità locale, infatti, ha una sua logica di funzionamento e un livello diverso di complessità che deve essere svelato e capito prima che trasformato. I migliori esperti nella raccolta e interpretazione dei dati sono proprio le popolazioni locali, ricche di una profonda conoscenza della propria cultura e del proprio passato.

*Diventa, allora, sempre più urgente una collaborazione tra scienze naturali, economiche ed umane per poter arrivare a produrre cambiamenti nei valori e nei comportamenti dei turisti e in quanti sono impegnati nella ormai imponente macchina organizzativa del turismo e, più in generale, per*

ridisegnare in maniera sostenibile il nostro rapporto con l'ambiente naturale, ma anche con le identità culturali e con le peculiarità territoriali.

*La psicologia può offrire un contributo rilevante alla realizzazione di uno sviluppo del turismo che intenda fondarsi sulla gestione locale dei servizi turistici, sul pieno coinvolgimento dell'imprenditoria e della comunità locale nel processo di pianificazione e gestione dell'offerta turistica e sul ruolo attivo del turista nella tutela dell'ambiente e della cultura della comunità ospitante.*

Il prodotto e l'offerta turistica di una comunità locale coinvolgono necessariamente pressoché tutti gli operatori (imprese, enti pubblici, organizzazioni non profit, ecc.) del sistema locale. La qualità dell'offerta turistica, quindi, è legata invariabilmente alla qualità di tutte le sue parti e dall'efficienza di tutti gli attori coinvolti, compresi tra questi i turisti stessi. Se, da una parte, infatti, è indispensabile che quanti sono impegnati nelle imprese e nelle organizzazioni turistiche sviluppino la cultura dell'accoglienza, dall'altro non può essere ignorato il ruolo chiave del turista, che con il suo comportamento e l'orientamento delle sue scelte incide profondamente sulla predisposizione dell'offerta turistica e che deve essere al centro di una seria e competente attività di informazione e di educazione.

Così diventa evidente che *la psicologia applicata al turismo può svolgere una funzione attiva nello sviluppo della comunità locale competente a vocazione turistica* e che tale funzione va a interessare principalmente:

- L'individuazione dei modi con cui la comunità ospitante esprime e rende concreta l'offerta turistica,
- l'analisi delle competenze presenti nella comunità ospitante per quel che riguarda la cultura dell'accoglienza,
- la definizione di unità formative sulla qualità dell'accoglienza turistica nella comunità, rivolte alle imprese turistiche,
- la realizzazione di interventi formativi rivolti a persone che occupano ruoli chiave nel settore turistico e volti all'acquisizione di capacità metodologiche di analisi dei bisogni.

*Il contributo della psicologia e di tutte le scienze sociali è diventato oggi indispensabile per la realizzazione di politiche di sviluppo capaci di prevedere e prevenire gli impatti negativi del turismo sulla cultura e sul territorio delle popolazioni ospitanti, e per la diffusione dei valori e delle linee guida bene espresse da documenti autorevoli prodotti negli anni come, tra gli altri, la Carta di Lanzarote (27/28 aprile 1995), l'Agenda 21 dell'ONU, (14/6/1992), il Tourism Bill of Rights and Tourist Code (OMT, 1985), la Manila Declaration on the Social Impact of Tourism (OMT, maggio 1997).*

**Carmen Pernicola**

Psicologa Clinica e di Comunità  
[carmen.pernicola@fastwebnet.it](mailto:carmen.pernicola@fastwebnet.it)