

La psicologia turistica

Dott. Alessandro Mereu

Negli ultimi anni, all'interno di quell'ampio settore d'indagine che è la Psicologia Sociale, sta prendendo sempre più piede e si sta sviluppando una nuova e importante branca definita **Psicologia del Turismo** o, con un'espressione a mio avviso ancor più azzeccata, **Psicologia Turistica**.

Ma cos'è la Psicologia Turistica? Di cosa si occupa? Cosa studia?

La risposta più scontata è senz'altro questa: la Psicologia Turistica studia l'uomo-turista.

Questa definizione da un certo punto di vista può anche essere corretta ma, senza dubbio, è alquanto limitativa. Certo, la Psicologia del Turismo studia l'uomo in quanto turista, ma non solo. Il discorso è di sicuro più ampio ed articolato.

Forse non tutti sanno che, al giorno d'oggi, il turismo rappresenta la principale attività economica del mondo. Un'attività che muove oltre 5 miliardi di persone ogni anno e che dà lavoro a milioni di individui.

L'attività turistica è cresciuta costantemente nel tempo e sembra destinata ad una ulteriore crescita nell'immediato futuro, favorita parecchio dallo sviluppo moderno dei trasporti e delle comunicazioni.

Oltre a ciò, il turismo riveste una fondamentale importanza come fattore di benessere economico e di sviluppo sociale per molte zone depresse della terra, prive di altre risorse di sviluppo e di sostentamento. Di conseguenza, si può affermare che l'attività turistica è oggi il fattore più decisivo fra gli agenti di cambiamento sull'ambiente dell'uomo. Un fattore che influenza non soltanto gli aspetti fisici del territorio, ma anche quelli sociali, psicologici e culturali.

A tutto ciò bisogna aggiungere che, mentre nei secoli passati il viaggiare era un'attività tipica soprattutto delle classi più agiate, attualmente il turismo coinvolge milioni di persone di ogni livello sociale ed economico.

Anche in Italia il turismo rappresenta oramai la più importante risorsa economica del Paese e, insieme ad importanti benefici economici, porta con sé tutta una serie di altri fattori, sia individuali che sociali, che possono essere emotivi, cognitivi, culturali, geografici e chi più ne ha più ne metta. Come si può notare, ci si avvicina sempre più al campo di nostro interesse, la Psicologia. A tutto ciò si associa il fatto che raramente il "*fenomeno del turismo*" è stato studiato approfonditamente all'infuori di quella che è la prospettiva puramente economica.

Chi si occupa di turismo (operatori turistici, imprenditori, enti, comuni, ecc...) tende, solitamente, a considerare questa attività principalmente da un punto di vista geografico-economico, ignorando (volutamente o no) gli aspetti testè considerati, che sono invece da prendere in seria considerazione laddove si voglia coniugare ed integrare il fare turismo con gli innumerevoli fattori che su questa attività incidono in vario modo. Pensiamo, solo per fare alcuni efficaci esempi, alla soddisfazione (o insoddisfazione) del turista per la vacanza, al comportamento nella località di vacanza, alle intenzioni e alle motivazioni che spingono gli individui a viaggiare, alle interazioni fra turisti e locali, ai processi decisionali che portano alla scelta di andare o no in vacanza.

Da tutto ciò, deriva quindi che il turismo deve (o dovrebbe) essere inteso non soltanto come fatto economico ed organizzativo, ma anche come difesa della salute psicologica dell'individuo nel momento in cui decide di evadere dai ritmi frenetici della troppo stressante vita quotidiana.

Ma, oltre a questi, ci sono tanti altri aspetti da considerare e che possono rientrare tutti in quel nuovo ambito di studi che è stato definito, a ragion veduta, Psicologia Turistica.

I fattori psicologici sono stati, fra quelli che concorrono a delimitare l'ambito turistico, senza dubbio fra quelli meno studiati nel corso del tempo e, conseguentemente, il rapporto tra la psicologia ed il turismo solo recentemente si è andato consolidando ed coordinando.

Ciò appare un pò paradossale se si considera quanto detto in precedenza, cioè che l'attività turistica rappresenta attualmente la più importante risorsa del mondo, e considerando il fatto che la psicologia pervade oramai ogni ambiente della conoscenza e del comportamento umano.

Eppure, nonostante ciò, raramente scienza psicologica e attività turistica si sono ritrovate ad interagire e a comunicare proficuamente.

Di sicuro, a prima vista e ad occhi inesperti, questi due settori d'indagine possono sembrare appartenenti a campi completamente lontani e a prospettive differenti.

In primo luogo perché, come già affermato, chi fa turismo gestisce la propria attività prevalentemente in una prospettiva economica, di guadagno immediato; in secondo luogo perché chi fa psicologia di solito vuole soprattutto essere d'aiuto a persone che si trovano in particolari stati e situazioni, di malattia, e non si occupa di turismo.

O almeno questa è l'idea che possiede la maggior parte della gente comune.

Ma è, senza alcun dubbio e in base a quanto fin qui detto, una visione piuttosto limitata.

La cosa certa, è che la psicologia italiana ha cominciato a rispondere solo recentemente a domande del tipo:

- *Chi è il turista? Cos'è il turismo?*
- *Da cosa è motivato il turista?*
- *Quali sono le peculiarità dei processi di scelta del turista?*

In particolare, la domanda "Chi è il turista?" può apparire semplice e di immediata risposta laddove si identifica, in modo piuttosto approssimativo e sbrigativo, il turista come il viaggiatore che si reca a visitare luoghi nei quali non vive abitualmente ed il turismo come, appunto, l'arte di viaggiare per visitare questi luoghi.

In realtà, le risposte non sono così scontate e superficiali.

Ad un esame appena più approfondito, infatti, si nota subito come il turismo sia, come peraltro ho già scritto ma ribadisco, un'attività sulla quale influiscono numerosi e vari aspetti che rientrano a pieno titolo anche nell'ambito di studi della psicologia; basti pensare ai molteplici fattori emotivi, sociali, cognitivi, motivazionali, sempre e comunque presenti in ogni soggetto e che possono combinarsi coi fattori più propriamente legati all'ambito turistico classico quali, ad esempio, quelli economici, culturali e geografici.

A livello internazionale, la definizione più diffusa del "turista" lo identifica come quella persona che si trova fuori dalla sua abituale sede di residenza per un tempo minimo (in genere da uno a quattro giorni), in pratica chi si ritrova a dormire fuori casa per qualche giorno.

Altre definizioni aggiungono un ulteriore elemento e parlano di turista come chi spende il proprio reddito in un luogo differente da quello in cui lo produce.

Queste definizioni appaiono subito poco convincenti.

Infatti, possiamo inserire fra gli individui che rientrano in queste categorie anche soggetti che chiaramente non sono turisti, ad esempio militari che dormono nella caserma di un paese di cui non sono residenti, ricoverati che sono costretti a stare all'ospedale, lavoratori che spendono soldi nel luogo di lavoro che può non essere quello in cui abitano.

Proprio per questi motivi, a questi due elementi della definizione, "il dormire fuori" e "lo spendere denaro in una sede lontana", se ne aggiunge solitamente un terzo, un fattore psicologico appunto, cioè *la motivazione*, lo stato d'animo col quale il soggetto affronta sia il viaggio che le spese. Così, la scelta del soggetto di viaggiare e spendere lontano da casa deve essere una scelta libera, volontaria.

Il turismo viene allora definito sia come uno spostamento prolungato che come una spesa, messi in atto dall'individuo volutamente e per motivi di piacere.

Soprattutto la ricerca scientifica, ma anche il senso comune, tende a considerare il turismo come una situazione esclusivamente legata al tempo libero, con caratteristiche particolari che la contraddistinguono. In particolare, la ricerca psicologica si è occupata soprattutto del viaggio "voluto", quindi volontario.

Di fatto, come scrive Marcello Cesa-Bianchi nella presentazione del libro "*Psicologia del turismo. Turismo, salute, cultura.*" curato da Roberto Viridi e Angelo Traini del 1990:

"Ogni scelta turistica è indice certamente di una personale e sociale gestione del tempo libero, ma è anche motivata da soggettive esigenze, che vanno ricercate dallo psicologo. Ogni momento turistico è investito di una personale forte valenza emotiva, sociale, economica. E' giusto, dunque che psicologi, tour operators, amministratori di diverse regioni, dirigenti di diverse aziende di turismo e termali, si confrontino sui temi della formazione e della informazione turistica, a favore di una piena fruizione delle risorse ambientali e turistiche".

Il rapporto che intercorre tra turismo e spostamento in generale può, quindi, essere rappresentato in sintesi, dal punto di vista psicologico, proprio in base alle motivazioni al muoversi. Questo è, dunque, solo un breve ma efficace esempio di come il Turismo rientri pienamente nell'ambito di studi della Psicologia.

Ma cosa fa esattamente lo "Psicologo del Turismo"?

Alcuni accenni pratici sono senz'altro utili per inquadrare meglio l'argomento.

Lo Psicologo del Turismo innanzitutto applica gli aspetti tipici della Psicologia all'ambito turistico. Si occupa quindi dell' "uomo in quanto turista", con tutte quelle problematiche e quelle dinamiche solitamente evidenziate in altri campi e settori differenti nei quali la Psicologia ha già preso piede da tempo. Studia queste dinamiche e, se necessario, cerca di offrire il suo aiuto, il suo contributo per un miglioramento a livello reale, pratico, attraverso interventi, piani di sviluppo, studi, ricerche.

Alcune domande per esplicitare degli esempi concreti:

- Il cliente-turista è soddisfatto del servizio offerto?
- Gli operatori turistici hanno una formazione adeguata?
- Cosa spinge un turista a scegliere una particolare destinazione rispetto ad altre?
- Posso influenzare le sue scelte? Se sì, in che modo?

Queste sono solo alcune delle tante domande che si può e deve porre uno "Psicologo del Turismo".

Egli può, a livello pratico, intervenire nelle aziende di settore e nelle attività imprenditoriali turistiche per coadiuvarle e migliorarle. Ma può altresì lavorare per conto di enti turistici, comuni, aziende di turismo e soggiorno, ecc..., per sviluppare efficaci piani di sviluppo turistico. Può quindi inserirsi sia in ambito pubblico che privato.

Le ricerche di mercato sono ancora poche. Tuttavia i corsi universitari e post-universitari dedicati alla Psicologia del Turismo si stanno ultimamente moltiplicando in tutte le università italiane.

Certo, bisogna ammettere che attualmente sono poche le realtà turistiche che si avvalgono della consulenza di uno Psicologo del Turismo, ma questo rimane comunque un settore in notevole progresso che potrà certamente offrire nuovi sbocchi professionali e occupazionali.

Occuparsi di Psicologia del Turismo vuol dire, perciò, allontanarsi da una prospettiva esclusivamente geografica o economica per dedicarsi ad altri aspetti del turismo che lo interpretano anche come scelta psicologica e come comportamento dell'individuo sul quale incidono differenti e vari fattori (emotivi, cognitivi, sociali, ecc...) che si combinano e si influenzano vicendevolmente.

Per questi ed altri motivi è dunque utile fornire un'immagine più precisa e, per certi versi, nuova di questo settore di studi di così recente sviluppo, la Psicologia Turistica appunto.

BREVE BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO SULL'ARGOMENTO:

BATTILANI P. – 2001 – *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*. Il Mulino, Bologna.

GULOTTA G. – 1997 – *Psicologia turistica*, Giuffrè Editore, Milano.

MARINI F. – 2003 – *Psicologia del turismo e formazione alla tutela dell'ambiente*, in "Profili di ricerca e intervento psicologico-sociale nella gestione ambientale", A.M. Nenci, Franco Angeli, Milano.

MEREU A. – 2003 – *Aspetti psicologici del turismo. Una ricerca nella zona di Sant'Antioco*, Tesi di laurea, Università di Cagliari.

PECCI S. – 1995 – *In vacanza con lo psicologo: temi di psicologia del turismo*, CLUEP, Padova.

SESSA A. – 1992 – *Elementi di sociologia e psicologia del turismo*, 7a edizione interamente aggiornata ed ampliata, C.L.I.T.T., Roma.

TRAINI A. (a cura di) – 1986 – *Psicologia e Turismo*, Ed. Bolis, Bergamo.

VILLAMIRA M.A. (a cura di) – 2001 – *Psicologia del viaggio e del turismo*, UTET Libreria, Torino.

VIRDI R., TRAINI A. (a cura di) – 1990 – *Psicologia del turismo. Turismo, salute, cultura*, presentazione di Marcello Cesa-Bianchi, Armando Editore, Roma.