

Con mamma e papà: i nuovi stili di vita e la tecnologia stanno rivoluzionando il turismo familiare. Non più, e non solo, pura evasione, ma anche emozione e conoscenza.



In famiglia? Adesso è tutto un altro viaggio

Dopo aver presentato, su *Dove* di febbraio, le nuove tendenze del viaggio, proseguiamo il discorso raccontando il comportamento e le attese delle famiglie nei confronti di questa esperienza, in una dimensione di turismo intergenerazionale. Viaggiare diventa per le famiglie un'occasione di esplorazione e scoperta continua, per conoscere, conoscersi e riconoscersi. Ciò vale soprattutto per i soggetti che vivono con disagio crescente la "separazione in casa". L'uso delle nuove tecnologie, dei cellulari o di internet, ha infatti creato barriere invisibili nella vita quotidiana dei padri e (soprattutto) dei figli, che è difficile abbattere se non creando occasioni completamente diverse e spiazzanti, come è possibile fare nel corso di un viaggio. Il turismo familiare si va quindi riposizionando gradualmente, abbandonando la pura e semplice dimensione dell'evasione e del divertimento, e abbracciando la logica della conoscenza e dell'esperienza culturale, e della formazione personale. Ritorna in qualche modo la tradizione del Grand Tour ottocentesco, occasione iniziatica di crescita, non più solo personale e aristocratica, ma sempre più familiare, estesa, condivisa.

Il racconto del viaggio, costruito e rappresentato attraverso le memorie tecnologiche, fra foto digitali e riprese video, è un altro elemento fondamentale per supportare la crescita delle relazioni in famiglia, in una logica transitiva, cioè di relazione affettiva tra i membri. La competenza tecnologica dei nuovi ventenni (i cosiddetti Linker Boys) aiuta la famiglia a raccogliere stimoli, a decidere le destinazioni, a prenotare gli aerei e gli alberghi. I figli ventenni fungono così da agenzia di viaggio domestica. Il loro ruolo viene particolarmente apprezzato dalle madri che risparmiano tempo ed energie: verranno finalmente evitate lunghe file all'agenzia per raccogliere dépliant e informazioni. I padri dimostrano invece la loro gratitudine per la capacità straordinaria dei figli di far risparmiare l'intera famiglia, componendo pacchetti con le migliori offerte. La competenza emozionale delle trentenni – spesso ancora residenti dai genitori e interessate a tutte le esperienze sensoriali che si possono vivere in viaggio (non a caso vengono definite Sense Girls) – permette di approfondire il tema dei servizi turistici: se c'è una spa nelle vicinanze o un museo che vale la pena di visitare, sicuramente non sfuggirà alla loro attenta se-

lezione. Sono loro che danno valore aggiunto all'itinerario. I genitori quarantenni e cinquantenni che si apprestano a partire lo fanno per nutrire la loro cultura personale (non per niente vengono definiti Mind-Builders), finanziando l'avventura familiare per valorizzare gli elementi culturali, locali, conoscitivi, che possano dimostrare al ritorno la loro visione cosmopolita e aperta al mondo. Il contatto con i mercati, gli usi e costumi, le religioni del luogo, costituisce una priorità assoluta, così come il racconto fotografico che se ne farà. Al ritorno organizzano serate per assistere non più alla classica proiezione di diapositive, ma al più avanzato (e non meno noioso) show multimediale.

Gli ultrasessantenni in questo quadro sono i più autonomi e maturi nell'affrontare la preparazione del viaggio: sanno molto bene cosa desiderano e chiedono aiuto a figli e nipoti solo nella fase organizzativa e logistica. Raramente coinvolgono nella loro visione di edonismo intelligente le altre generazioni: preferiscono i loro coetanei, con i quali condividono i sogni della maturità. Ci avviciniamo in questo modo alle nuove dimensioni della felicità quotidiana: la condivisione, la conoscenza non accademica, l'emozione e l'avventura. Il viaggio è davvero oggi l'esperienza più importante nelle aspirazioni e nei desideri delle persone: dà un senso al vissuto individuale, familiare e di consumo, laddove per senso si intende direzione, significato e gratificazione emozionale. In queste dinamiche lo status del viaggio perde gradualmente di importanza: le famiglie hanno sempre meno bisogno di essere rassicurate sulla scelta della destinazione, che sia sufficientemente interessante. Assume invece una nuova centralità il progetto progressivo del viaggio e della vacanza: le intenzioni e i desideri di viaggio si strutturano in un orizzonte temporale lungo, in cui la famiglia si riconosce in una sorta di percorso a tappe e in cui le diverse destinazioni diventano parte di un desiderio esplorativo in progress. Se quest'anno andiamo in Grecia, il prossimo andremo in Egitto (altra tappa archeologica), e il prossimo ancora in Libia o in Turchia... In questo modo il racconto del viaggio diventa la puntata di un romanzo d'appendice, interpretato dalla famiglia che diventa protagonista di un'avventura infinita.

In conclusione, ecco alcune istruzioni per rendere più facile la condivisione del viaggio familiare:

1. Quando si decide la meta, inserirla all'interno di un progetto complessivo, in cui ogni destinazione costituisca una tappa. Per farlo è consigliabile segnare i propri viaggi su una cartina del mondo, visibile in casa, magari usando le bandierine.

2. Attrezzarsi per restituire il racconto del viaggio, affidando a ciascun componente della famiglia un compito in base alle competenze: chi scrive il diario, chi fotografa, chi sceglie le musiche e chi monta il racconto.



3. Creare una progressione rituale nella realizzazione del viaggio, e nella condivisione familiare della sua organizzazione. Solo in questo modo l'esperienza turistica verrà davvero vissuta come avventura condivisa dall'intero nucleo familiare.

Francesco Monace