

## LA RICERCA

LE EMOZIONI  
DEL TURISTA

di ANTONIO PREITI

La voce dei turisti è sorprendente. Perché ci fa vedere il nostro mondo dall'esterno; perché è una visione senza filtri, senza pregiudizi, senza la pesantezza del già detto e del già visto. La recente analisi semantica dedicata ai turisti romani (di cui chi scrive è l'autore e l'Unione degli industriali di Roma è committente) offre uno squarcio inedito su come i turisti vedono Roma, i suoi pregi e i suoi difetti. Sono occhi preziosi, i loro, di cui converrà tener conto.

Il fascino del linguaggio è straordinario, soprattutto quando serve a capire il pensiero sottostante, e quando riporta, come succede con l'analisi semantica, le idee che governano i comportamenti e gli atteggiamenti. Perciò scoprire che piazza del Popolo è la più amata dai turisti, insieme a piazza San Pietro, all'inizio sorprende, poi s'intuisce che lì si ritrova la bellezza architettonica (pensare che solo pochi anni fa era un brutto parcheggio),

la semplicità, la gratuità, il semplice passeggiare e conversare in un contesto lieve, e senza la pressione degli acchiappaturisti, sono tutte di qualità assoluta.

Scoprire che non sono i luoghi più famosi, quelli che regalano la migliore esperienza ci dice che la notorietà non dà la felicità; ci dice che ogni luogo è un microcosmo da curare come i tesori di casa e che rappresenta un piccolo mondo a sé stante.

Scopriamo che i turisti a Roma sono molto contenti dello shopping, e sono contenti della ristorazione e anche degli alberghi. Sono, invece, meno contenti dei musei, di cui lamentano, in alcuni casi, l'affollamento e in altri la povertà dell'esperienza. È curioso che San Pietro sia al vertice del godimento, mentre non lo siano i Musei Vaticani. Per alcuni è semplicemente «impossibile» entrarci; altri lamentano complicazioni e code.

Scoprire che l'Auditorium riserva sensazioni di stile, di modernità, di gran-

de qualità delle rappresentazioni e degli spettacoli, oltre che per la sua qualità architettonica, indica che, volendo, ci sono le strade giuste per portare Roma alla sua ambizione di città globale, di capitale dove si crea cultura, oltre a testimoniare e a ricordarla.

Non bisogna per altro nascondere i problemi. L'aeroporto raccoglie i giudizi meno felici e così anche i taxi. Forse è il momento di decidere se l'infrastruttura più importante della nazione, in fatto di mobilità, debba deperire o meriti di essere rilanciata. C'è un termine che i turisti usano spesso, quando parlano delle qualità della città, che a tratti quasi commuove. È un semplice «thank you» rivolto a Roma. Lo usano in tanti, e di solito nelle ricerche sul turismo è un termine che compare raramente, perché implica un coinvolgimento emotivo, personale, quasi intimo. Eppure Roma riserva questo tipo di coinvolgimento. Ringraziare una città non è ovvio, non è

scontato, è la cosa più bella che ci si possa aspettare. Ecco, ricordiamolo: i nostri ospiti quando sono a Roma portano un investimento emotivo molto alto. E la moneta con cui vorrebbero essere pagati, alla fine, è l'empatia, la semplicità, l'attenzione. Qualità che non costano molto, e spesso, non hanno prezzo.

[apreiti@gmail.com](mailto:apreiti@gmail.com)

