

Indagini ed esperienze di visita: il pubblico della "terza età"

settembre 2002

Introduzione

Quando si parla di consumi culturali della terza età non si fa riferimento ad un universo omogeneo. Caratteristiche quali il sesso, la professione esercitata in passato, il livello di reddito e, ancor più, il titolo di studio e le abitudini nell'uso del tempo libero, costituiscono elementi di differenziazione che hanno un peso maggiore dell'appartenenza ad una categoria anagrafica. Letteralmente è anziana una persona che ha raggiunto "una certa età", ma è piuttosto difficile limitarsi a questa constatazione per definire la categoria: convenzionalmente oggi si definiscono anziani coloro che hanno raggiunto i 65 anni, entrando nella cosiddetta età pensionabile. Nel mondo anglosassone è invalso l'uso di suddividere gli anziani in tre gruppi: *young-old* (65-70 anni), *middle-old* (70-74 anni) e *old-old* (oltre 75 anni)(2). Anche se non sempre le statistiche disponibili lo consentono, è inoltre utile distinguere tra anziani e pensionati. In alcuni casi sono infatti a disposizione del ricercatore dati riferiti alla popolazione con oltre 60-65 anni e in altri casi troviamo invece disponibili sui ritirati dal lavoro, indipendentemente dall'età. La prima difficoltà che si presenta è dunque di natura definitoria.

Come è noto, i consumi culturali sono influenzati dall'ambiente socioeconomico, dal livello d'istruzione e dalle attività professionali svolte in passato. E' decisamente la maggiore disponibilità di tempo libero che rappresenta la vera opportunità per incrementare i consumi culturali degli anziani. Oltre i 65 anni, infatti, le persone hanno a disposizione 6 ore di tempo libero al giorno contro le 4 della classe 25-44.(3)

Questo dato, che parla da solo e che lascia ben sperare, deve tuttavia essere messo in relazione con le abitudini al consumo culturale così come si sono strutturate nel singolo individuo durante la crescita.

"Aumenta con il pensionamento il consumo di beni culturali, sebbene limitato ne rimanga generalmente il ricorso, che presenta una duplice connotazione a seconda delle modalità e delle motivazioni. Sono coloro che durante il tempo lavorativo avevano già sperimentato un tempo libero inteso come loisir, che riescono a realizzare un atteggiamento di soddisfazione nello svolgimento di alcune pratiche; mentre chi, per il tipo di occupazione svolta (subordinata, ripetitiva e in alcuni casi faticosa), si era orientato a considerare il tempo libero come liberazione dal lavoro, occupandolo in attività massificate di svago e di evasione, tende a viverlo, da anziano, quale problema e spazio da riempire."(4)

Dall'indagine ISTAT sugli aspetti della vita quotidiana delle famiglie italiane risulta che, nel 1999, il 26,8% della popolazione italiana con più di 6 anni aveva visitato un museo o una mostra temporanea. Se consideriamo i dati suddivisi per classi d'età, notiamo che la percentuale di coloro che si sono recati in un museo almeno una volta durante il 1999 raggiunge il massimo nella classe 11-14, per poi diminuire.

La flessione è più netta dopo i 55 anni, risultando il 22,7% per la fascia 55-59 e il 20,4% delle persone di età compresa tra i 60 e i 64 anni, per poi letteralmente crollare all'11% nella classe successiva (65-74) e al 5% per coloro che hanno compiuto il settantacinquesimo anno d'età.(5)

Il titolo di studio influisce in maniera significativa sulla frequentazione dei musei. Un primo dato complessivo ci dice che il 33,3% dei laureati italiani non va mai al museo. La percentuale sale al 50% tra i nostri *dottori* con oltre 65 anni. Interessante notare che tra i diplomati ultrasessantacinquenni, come peraltro per i laureati, esiste uno zoccolo duro del 2-3% che frequenta i musei più di 12 volte l'anno. I dati sono meno confortanti per quanto concerne le persone con un minor grado di scolarizzazione. Oltre l'80% dei licenziati dalla scuola media con più di 65 anni non mette mai piede in un museo così come il 92,3% delle persone in possesso della licenza elementare o di nessun titolo. Suggestiva e interessante è la presenza di un aspetto affettivo della frequentazione.

Al museo ci si reca con il coniuge/fidanzato (49,5%), con amici (40,7%), quasi mai da soli. L'esperienza di visita è un'esperienza di apprendimento sociale condiviso, condizionata dal contesto (in senso fisico, simbolico e relazionale).

A fronte di una maggiore disponibilità di tempo e di consumo di "cultura", di un più ampio ventaglio di offerte, di un progressivo innalzamento dei livelli di scolarizzazione, la frequentazione dei musei rimane un'esperienza (fortunata) circoscritta a poche persone. Da considerazioni e riflessioni simili è nato il progetto "Incontro al museo", elaborato e sviluppato insieme all'associazione di volontariato culturale Volarte.

Incontro al Museo

L'indagine è stata realizzata nella seconda metà del 2001 ed è stata suddivisa in due momenti: una prima fase consistente in un incontro con i responsabili delle organizzazioni per far conoscere l'iniziativa ed una seconda di rilevamento che ha coinvolto ventinove Centri di aggregazione degli anziani. La risposta è stata molto diversa a seconda della tipologia dei vari Centri. È stata rilevata una notevole correlazione tra il livello di scolarità e l'interesse all'indagine.

Sono state realizzare 1021 interviste, raccolti ed elaborati altrettanti questionari. Nell'ambito del territorio cittadino sono state individuate tre Circostrizioni (la Terza, la Quinta e la Decima) con caratteristiche sociodemografiche differenziate. I luoghi prescelti per le interviste sono state le sedi di aggregazione situate nelle tre Circostrizioni: centri d'incontro, parrocchie, bocciofile, associazioni

In rapporto alla popolazione si è poi stabilito il numero delle persone da intervistare (1000 ca) suddivise in rapporto alla diversa incidenza sull'universo della popolazione cittadina, basandosi sull'Annuario Statistico del Comune. La ricerca ha preso in considerazione le persone con oltre 55 anni, suddivise secondo le fasce d'età comunemente usate dall'ISTAT.

Il questionario

È stato stilato in collaborazione fra il Settore Musei del Comune di Torino e la Associazione Volarte un questionario da sottoporre agli anziani al fine di accertare ove possibile le ragioni per cui vi è scarsa frequentazione dei musei da parte della popolazione della terza età. Si sono presi in esame:

- il profilo dell'intervistato;
- i consumi culturali;
- conoscenze e visite ai musei;
- le modalità di approccio al museo.

Alcuni dati emersi

Il 52,3 % degli intervistati ha dichiarato di non aver visitato musei negli ultimi dodici mesi ed il 18,3% di non averne mai visitato alcuno.

Le motivazioni emerse sono essenzialmente: scarsità d'interesse(20,93%), mancanza di tempo (18,88%); motivi di salute (13,83%), difficoltà di raggiungere i musei con i mezzi pubblici, sia per scarsità dei mezzi sia perché ritenuti "scomodi, inaffidabili e pericolosi" (11,59%), costo, inteso sia come utilizzo del mezzo pubblico sia come ingresso ai musei (7,66%), solitudine, sia come situazione personale che come incapacità o difficoltà ad aggregarsi (7,48%), inerzia, mancanza di volontà di uscire dal proprio ambito quotidiano (6,36%).

I musei di Torino e dell'area metropolitana più noti agli intervistati sono: Palazzo Reale (86,29%), Museo Egizio (80,61%), Palazzo Madama (71,60%), Borgo e Rocca Medioevale (68,95%), Museo dell'Automobile (53,18%).

Il canale informativo mediante il quale ne sono venuti a conoscenza è: amici e conoscenti (44,47%), articoli su quotidiani (22,14%), il resto è distribuito sugli altri mezzi di comunicazione (locandine, Tv, radio). L'attività collaterale alla visita di maggior gradimento è stata così indicata: trascorrere un momento di convivialità (38,30%), visitare il centro storico (27,72%), tornare a casa subito dopo la visita (22,23%).

Gli intervistati in genere si sono dichiarati soddisfatti delle visite effettuate (76,79%) e pertanto disponibili a suggerire questo tipo di esperienza ad amici e conoscenti (78,06%). Scarsa invece l'abitudine ad acquistare presso i punti vendita dei musei cataloghi (14,69%) ed altro materiale (11,95%).

La stragrande maggioranza degli intervistati (75,02%) ha espresso la preferenza per visite ai musei effettuate in gruppo organizzato di amici e conoscenti. La disponibilità temporale è stata indicata dal 56,81% tra un'ora e due ore, più di due ore dal 16,06%, meno di un'ora dal 15,18%. I motivi di scelta del museo sono stati così indicati: per accrescere il bagaglio culturale (51,62%), per trascorrere un momento di svago (30,07%), per interesse specifico per il tema trattato (16,85%).

Tra le motivazioni che potrebbero favorire l'approccio degli anziani ai musei sono emerse le seguenti indicazioni:

- se ci fosse qualcuno che guida la visita - 51,13%
- se ci fosse qualcuno che prima spiega i musei e poi guida la visita - 51,03%
- se ci fossero mezzi pubblici con cui raggiungere facilmente i musei - 32,03%
- se ci fosse qualcuno che prima spiega i musei - 21,65%
- se i musei fossero gratuiti - 17,63%
- se ci fossero aperture serali - 4,11%

Conclusioni

Ci sembra di poter identificare i principali ostacoli che tengono lontane le persone anziane dai musei:

- i musei sono difficilmente raggiungibili da persone che non usano volentieri i mezzi pubblici, ritenuti "scomodi", "inaffidabili", "pericolosi" (ad esempio alle fermate);
- i musei risultano difficilmente comprensibili (le scritte illustrative, quando ci sono, sono scomode e poco leggibili) e troppo estese ("non si sa cosa vedere"), senza una guida ci si sente disorientati.

Sono altresì emerse alcune esigenze preliminari:

- la solitudine degli anziani e la loro scarsa salute li porta a privilegiare le attività organizzate e fatte in gruppo (dallo spostamento verso le sedi museali, alla visita stessa al rientro a casa);
- la scarsa scolarità e/o la lontananza temporale dagli studi, nonché la poca abitudine alla frequentazione museale, li porta a privilegiare mezzi di approccio facilitati, quali visite guidate e spiegazioni preliminari di quel che si può/"deve" vedere;
- problemi di costi: non sono da sottovalutare poiché, al di là della scarsa conoscenza della gratuità di molti musei, per molte persone il basso livello di pensione costituisce un ostacolo a partecipare ad iniziative collettive che prevedano anche un minimo esborso.

Dal punto di vista del museo, questo tipo di indagine consente la conoscenza di alcuni segmenti specifici del proprio pubblico. In considerazione inoltre della composizione anagrafica caratteristica del nostro Paese, conoscere il potenziale pubblico dei visitatori anziani sembra essere particolarmente importante. Qualunque strategia di marketing non può prescindere dalla conoscenza dei destinatari. L'interesse in questo caso va oltre l'avvicinare al museo una fetta, seppur numerosa, di popolazione; mette infatti in gioco dinamiche di appartenenza culturale, di ri-socializzazione e consente di riflettere sulla funzione educativa svolta dalle istituzioni museali.

Vincenzo Simone
Daniele Jalla

Note al testo

1. Devoto-Oli, Dizionario della lingua italiana, Le Monnier, 1990.
2. www.terzat@.com
3. Santagata W., Indagine sui non-utenti dei musei, Regione Piemonte - Città di Torino, Torino, 1999.
4. Lazzarini G., Invecchiare in città. Un'indagine sugli anziani a Torino, Franco Angeli, 1991.
5. Sistema Statistico Nazionale Istituto Nazionale di Statistica, Cultura, Socialità e Tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana" anno 1999, ISTAT, 2000