

“TIPI d’auto d’epoca”

Una ricerca esplorativa sui possessori di auto storiche



Marina Giampietro, Laura Tappatà

(Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano)

Premessa

Qualche anno fa mi è venuto in mente di conoscere più “da vicino” gli amanti delle auto d’epoca. Partecipando a raduni e osservando le persone che si muovono intorno ad un mondo di alcune tipologie di auto, ho voluto mettere a punto un piccolo progetto esplorativo e approfondire, interrogando tali amanti e possessori, alcune caratteristiche del rapporto con la/e propria/e auto e sulle percezioni che tali soggetti riportano rispetto a determinati attributi di personalità e scelte valoriali. Insegnando in università una materia come la psicologia della personalità, sono portata ad essere particolarmente curiosa dei modi di essere delle persone. Secondo molti ricercatori del campo le scelte che gli individui fanno, il loro stile di vita, le loro passioni, dicono qualcosa sulla loro personalità e su come si relazionano con gli altri. Come docente e ricercatrice ho a disposizione strumenti scientifici di indagine della personalità, alcuni costruiti ad hoc con il mio gruppo di ricerca. Gli amici, possessori di auto d’epoca, appresa la notizia di questa iniziativa, si sono subito mostrati curiosi, così le loro mogli, e mi hanno invogliato a proseguire. Ho coinvolto nel progetto

una mia collega di università, Laura Tappatà, che ne possiede una, e così abbiamo provato a ricavare alcuni dati su questa passione e su coloro che la portano avanti da tempo.

Marina Giampietro

Sul rapporto uomo-macchina: la psicologia dell'automobilista

L'importanza che la macchina ricopre in chi la/le possiede è cosa abbastanza evidente, tanto da stimolare la creatività di chi questa passione la racconta con aneddoti e vignette spiritose. Eccone alcuni esempi.



L'automobile è uno degli oggetti della nostra vita quotidiana maggiormente ricco di valenze simboliche. Sull'auto si proiettano sensazioni, vissuti, in una sorta di processo di antropomorfizzazione del mezzo (*"dica a quella macchina di spostarsi"* - *"questa macchina fa i capricci"* - *"soffre"*, *"si abitua alla mano del padrone"* ...). E così, dandole di solito un nome (*Carolina, Gigia, Clementina...*), si è portati in pratica ad "umanizzare" tale mezzo come se anch'essa avesse una personalità. Nello stesso tempo avviene un meccanismo di identificazione da parte dell'automobilista con la sua auto, vale a dire ci si appropria delle caratteristiche che appartengono all'automobile e così si parla delle persone con termini "tecnici" (*"Essere su di giri"*; *"Avere le batterie scariche"*; *"Ingranare bene"*; *"Fare il pieno"*; *"Perdere colpi"*; *"Avere le gomme a terra"*; *"Vado a fare il tagliando"*; *"E' in fase di rodaggio"* ecc). La Toyota di queste metafore ne

ha sponsorizzate diverse: “*Ho un cerchione alla testa*”; “*Le cose fra di noi non girano più*”; “*Mi sento la pressione bassa*”; “*Mi sento a terra*”. L’auto ha a che fare con un universo carico di emozioni: il *piacere* della guida, dell’auto nuova, la *gelosia* (di solito non si permette facilmente agli altri di guidarla soprattutto se la macchina in questione è un’auto d’epoca), la *paura* che la possano rubare, l’*aggressività* con cui si reagisce a piccoli danni, la *rabbia* che assale al volante e magari anche l’*invidia* nei confronti di chi ne ha di particolarmente prestigiose. Nei suoi confronti si notano spesso comportamenti di attenzione ossessiva, molti si lasciano prendere da pensieri ipocondriaci: ci si preoccupa per la “salute” della vettura, per i danni causati dalle intemperie, per i graffi alla carrozzeria, la si pulisce e la si lustra. Tutto ciò acquista un’enfasi particolare, anche sensatamente, per chi possiede macchine d’epoca. Pensiamo a tutto ciò che si mobilita quando la si deve acquistare: potenza, prezzo, colore, accessori.....e anche in questo caso tutto si colora di una ricerca mirata e meticolosa se l’acquisto riguarda un’auto storica. Infine il linguaggio usato per le auto è quasi sempre al femminile: i nomi sono di donne, l’automobilista ne è geloso, pensa di essere l’unico a sapere come non farla soffrire e conservarla bene. Sono loro le vere rivali delle mogli, soprattutto quelle storiche.

Procedura, partecipanti e strumenti della ricerca.

Vediamo quali sono state le varie fasi di questa ricerca.

Dopo la prima preparazione, sugli obiettivi e gli strumenti della ricerca, a cui hanno collaborato alcuni amici con rispettive mogli, chiaramente possessori di auto d’epoca, è stata effettuata una procedura esplorativa (pretest) presso la sede del Classic Club Italia a Cassolnovo (PV), volta a valutare la comprensibilità del questionario costruito ad hoc per i possessori di auto d’epoca. In quel contesto i partecipanti alla riunione hanno visionato la prima versione del questionario, esprimendo commenti e proponendo correzioni. Alla luce di questo lavoro è stata messa a punto la versione definitiva dello strumento. Nel raduno di primavera del 2014 del Club e in occasione di un altro raduno sempre nello stesso anno, il questionario è stato somministrato ai partecipanti insieme ad altri due strumenti di personalità. Hanno preso parte alla ricerca 77 possessori di auto d’epoca, 72 maschi e 5 femmine. L’età del campione oscilla tra i 22 e i 79 anni. Il 14.3% ha un’età compresa tra 22 e 40 anni; il 42.9% tra i 41 e 60; il 42.9% è rappresentato da chi ha oltre 60 anni. I test somministrati erano tutti anonimi. Non sono stati trattati nelle elaborazioni i dati, pur richiesti nel questionario, che avrebbero potuto identificare i soggetti del campione utilizzato. Inoltre non è sempre stato possibile, soprattutto nelle analisi quantitative, operare confronti significativi tra maschi e femmine dato l’esiguo numero di rappresentanti del genere femminile. Quindi tre sono

stati gli strumenti somministrati per descrivere e studiare il campione. Di seguito diamo una descrizione per esteso di tali strumenti.

- Un Questionario costruito ad hoc per l'indagine di tipo qualitativo (**Questionario per Amatori d'auto d'epoca**, Giampietro, Tappatà, 2013), costituito da 36 quesiti volti ad indagare, oltre alle caratteristiche sociodemografiche del campione, le motivazioni e il vissuto esperienziale legati all'acquisto e all'uso dell'auto d'epoca, le fantasie e i desideri intrecciati con il suo possesso, le abitudini e le attività collegati all'esperienza dei raduni.
- Un **Questionario di personalità** orientato alla teoria dei tratti la quale presuppone, nell'individuo, l'esistenza di disposizioni stabili che orientano e promuovono il comportamento. In particolare si è scelto come modello esplicativo, quello dei Cinque Grandi Fattori-Big Five (Estroversione, Amicalità, Coscienziosità, Stabilità emotiva) che, attraverso un'analisi del vocabolario, individua liste di termini in grado di cogliere gli aspetti più caratteristici dei descrittori della personalità. Nello specifico, per la sua chiarezza e velocità di compilazione, è stato utilizzato il **Big Five Observer** (Caprara, Barbaranelli, Borgogni, 1994) che propone 40 coppie di aggettivi opposti/bipolari (8 per ognuno dei Big Five) da valutare seguendo una scala di risposta a sette passi.
- Un **Questionario per la descrizione dei Valori**. I valori, nella vita di un individuo, possono essere considerati come un traguardo da raggiungere, una spinta all'azione, mete motivazionali che svolgono un ruolo fondamentale nella nostra esistenza. Per l'indagine è stato utilizzato il **Portrait Values Questionnaire- PVQ** (Schwartz , 2012) costituito da 40 affermazioni che descrivono, ipoteticamente, gli obiettivi, le speranze e aspirazioni a cui una persona può tendere. Il soggetto è invitato a esprimere attraverso una scala di risposta a 6 passi il grado di somiglianza percepito tra se stesso e le affermazioni presentate. Il questionario individua e definisce le seguenti aree dei valori: Potere; Conquista; Edonismo (Piacere); Stimolazione; Auto direzione; Universalismo; Benevolenza; Tradizione; Conformità e Sicurezza.

Discussione dei risultati

I risultati sono stati trattati secondo due modalità operative: un'analisi *quantitativa* sui punteggi ottenuti dalle domande strutturate del questionario ad hoc sulle auto d'epoca e su quelli provenienti dai test di personalità e un'analisi *qualitativa* sulle risposte aperte del questionario ad hoc.

- **I risultati dell'indagine quantitativa emersi dal questionario per amatori d'auto d'epoca.**

Per avere una profilo dei partecipanti su aspetti riguardanti lo stile di vita abbiamo chiesto all'inizio quali fossero gli **hobbies** praticati.

SPORT: il 54% dichiara di non praticare alcun tipo di sport

COLLEZIONISMO: in questo caso la percentuale interessata sale al 66%

CUCINA: non è questo un hobby presente in particolare nel campione, il 62% dice NO

LETTURA: anche in questo caso abbiamo una percentuale alta di NO, 79.2%

TEATRO: NO per il 96.1%

GIARDINAGGIO: NO per il 75%

CINEMA: NO per l'87%

BRICOLAGE: NO per il 77.9%

TURISMO: in questo caso ci si distribuisce più equamente tra i SI (42.9%) e i NO (57.1%)

CARTE: non è questa assolutamente un'attività praticata, NO per il 94.8%

SCACCHI: hobby per niente presente con i NO al 98.7%

FOTO: NO per il 96.1%

Pertanto ciò che accomuna in generale l'intero campione è la passione per il **collezionismo**.

Abbiamo sondato il numero di auto storiche possedute. Il 31.2% ne possiede una sola, il 51.9% da 1 a 5 e il 16.9% ne possiede più di 5. La maggioranza dei partecipanti, il **68.8% ha più di una macchina d'epoca**.

▪ **I risultati dell'indagine qualitativa emersi dal Questionario per Amatori d'auto d'epoca**

L'attenzione del Questionario era rivolta alla conoscenza di aspetti personali e quasi confidenziali che emergono dallo stretto legame che s'instaura tra il proprietario e la sua auto d'epoca.

Tra i primi aspetti indagati, la domanda sulle **origini di questo particolare legame**: per il 26.4% del campione si è trattato di pura passione o di un nostalgico ricordo della famiglia o della giovinezza (18.8%). Alcuni (15.5%) la considerano una predisposizione innata, implicita nel proprio DNA, altri hanno acquistato la loro auto su consiglio di un amico (10.3%), per caso (9%) o per lavoro (6.4%).

L'origine **dell'interesse e la motivazione all'acquisto** sono strettamente collegate: il 15.5% l'ha fatto per dare voce a piacere e passione, il 15.5% perché l'auto veicolava profondi legami e ricordi con la propria famiglia, il 14.2% perché stregati dal fascino e dal prestigio della marca e l'11.6%

per la pura bellezza estetica del veicolo. Seguono poi caratteristiche specifiche dell'auto: la nostalgia del passato (6.4%), un regalo o un investimento, per il 5%.

Ma è quando sono sollecitati nell'immaginario e nella richiesta **di dover assegnare alla macchina storica caratteristiche femminili e maschili**, che i proprietari si trasformano da semplici possessori a veri "amanti" dell'auto d'epoca, la quale si trasfigura in un'icona iper-femminile, con forti caratterizzazioni sensuali. L'identikit è di un'amante più che di una compagna di tutta la vita. Infatti l'auto è descritta come sensuale e sexy, formosa, affascinante nella sua prestanta, adrenalinica e felina. Le sue caratteristiche maschili sono, di fatto, le caratteristiche del "complice" che la guida e la possiede: dominante, potente, sportivo, aggressivo.

Il **confronto tra auto d'epoca e auto di utilizzo quotidiano** è disarmante. Anche qui con la prima si mantiene un rapporto simile a un flirt: l'auto possiede raffinatezza e fascino, è romantica e divertente, emozionante e passionale, preziosa e simile ad una "bellissima signora elegante". Quella di tutti i giorni è sicura e affidabile, pratica e robusta, utile ma senza alcun appeal: è priva di personalità, monotona e una "instancabile lavoratrice".

Possedere un'auto d'epoca è quindi considerato un completamento della propria identità, la realizzazione di un sogno, una conquista e una fonte di orgoglio e di felicità. E' importante anche perché permette di celebrare il passato, dandogli valore, ed enfatizzare la bellezza estetica.

Anche **guidarla** diventa un gesto divertente, gratificante e emozionante: un modo per staccare dai problemi del quotidiano, godersi la vita esaltando la bellezza o lo stile di vita del passato e vivere un sogno.

Sembra **mancare**, in chi guida e possiede un'auto d'epoca, una **sfumatura vanitosa**. Alla domanda riguardo al **senso di esibire l'auto storica**, l'11.6% risponde che è inutile e addirittura negativo o del tutto indifferente (10.3%). La maggioranza (54.5%) la ritiene sicuramente uno strumento di gratificazione personale, o di orgoglio (16.8%), ma anche un mezzo per evocare negli altri il valore della tradizione, della cultura e della bellezza.

Quando s'indaga il **mondo dei desideri**, riemerge, prepotentemente, l'immaginario maschile del possesso: la maggioranza indica nell'harem delle macchine, ancora più belle e prestigiose, il loro "sogno nel garage". Un rapporto tra proprietario e auto molto personale, quasi intimo, che però non prevede sbavature bambinesche: l'84.4% non ha assegnato un soprannome alla propria auto come se non fosse necessario familiarizzare troppo con una "creatura" con una così spiccata personalità.

Il restante del campione utilizza comunque nomi femminili (di donna) o epiteti affettuosi come Bambina, Gioiellino.

Possederla è certamente una **scelta personale** ma l'auto d'epoca è una presenza tangibile nella vita del proprietario che prevede una condivisione anche in famiglia. Questo vale per il 45.5% del campione che afferma di avere compiuto questa scelta, complice lo stesso nucleo familiare e accompagnato dall'apprezzamento delle persone vicine per il 42.8%. Alcuni (14.2%), invece, ammettono che è stata una decisione ignorata, o criticata (7.7%), o addirittura temuta (2.5%) e osteggiata (1.29%).

L'ultima parte del Questionario intendeva cogliere ed evidenziare le abitudini di uso e condivisione di questo **rapporto così peculiare tra guidatore e auto** la quale, tassativamente, non si presta (74%) o, al massimo (27.2%) si può concedere ad una persona molto affidabile che abbia guadagnato la fiducia del proprietario.

L'80.5% del campione si concede di **utilizzare l'auto storica** durante i raduni, il 41.5% nei fine settimana, nel periodo di vacanza il 12.9% e l'11.68% quotidianamente. Pare quindi essere il raduno, l'occasione per eccellenza per essere visti "in compagnia" della quattro ruote: il 28.5% delle persone intervistate partecipa ad almeno quattro/cinque raduni all'anno, il 22% ad oltre quindici, il 19.4% a due/tre appuntamenti annuali. Le **motivazioni che orientano alla partecipazione** sono, ovviamente, il piacere della guida (72.7%), la convivialità (55.8%) e l'opportunità di socializzare (48%), la possibilità di vedere, grazie alle trasferte, luoghi turistici nuovi e interessanti (44%). La partecipazione avviene, generalmente, con un partner (63.6%), o accompagnati da un figlio (14.2%) o da amici (12.9%) o altri familiari (10.3%). La solitudine non interferisce con il desiderio di incontrarsi ai raduni e accompagnarsi alla propria auto perché il 23.7% degli intervistati vi partecipa anche da solo.

Infine, ci soffermiamo sull'**identikit del proprietario d'auto**, tracciato grazie al giudizio emesso delle altre persone e da quello derivante da un'autovalutazione, entrambi ottenuti attraverso una scelta di aggettivi.

Per gli altri, secondo i soggetti intervistati, il proprietario di una macchina d'epoca è soprattutto un tipo **originale** (41.5%), **pignolo** (27.2%) e **sognatore** (25.9%). Visione in parte confermata dal giudizio degli stessi che, per lo più, si presentano come originali (35%), pignoli (20.7%) e sognatori (24.6%) ma anche un po' bambinoni (14.2%).

1. I risultati dell'indagine quantitativa emersi dal test di Personalità e dal questionario sui Valori

Il test dei tratti di personalità misura, come spiegato prima, 5 dimensioni del modo di essere di un individuo:

l'Estroversione - fa riferimento alla loquacità, socialità, energia, vivacità e dominanza nelle relazioni interpersonali

l'Amicalità – riguarda la fiducia negli altri, l'altruismo, la cordialità, la cooperatività, la solidarietà

la **Coscienziosità** – ha a che fare con l'ordine, la responsabilità, la precisione, la diligenza, la puntualità

la **Stabilità emotiva** – riguarda il controllo degli impulsi, la calma, la serenità, la tranquillità, la pazienza

l'Apertura mentale – fa riferimento alla cultura, alla creatività, alla curiosità, alla ricerca di informazioni, all'anticonformismo.

Su tutte queste dimensioni i soggetti si attestano su **punteggi** che rientrano **nella media della popolazione**. Il dato che abbiamo rilevato è che le **donne si percepiscono con valori più alti in tutte queste dimensioni**. Precisiamo che parliamo di percezioni di sé che le persone forniscono con questo test. Pertanto non possiamo dire che le donne hanno punteggi mediamente più alti su questi tratti ma che si autodescrivono come più estroverse, amicali, coscienziose, stabili e aperte rispetto agli uomini.

Per quanto riguarda il **test sui valori** si evidenzia come i soggetti sentano **meno la vicinanza** a valori come il **potere** e il **successo**. Rispetto al potere i soggetti dai 40 anni in su, nello specifico, sono coloro che mettono tale valore all'ultimo posto nella loro scala di credenze. Ancora meno si riconoscono nel potere e nel successo le rappresentanti del genere femminile. Tale dato sembra in sintonia con le risposte al questionario in cui abbiamo rilevato che per una percentuale molto alta del campione non si sente l'esigenza di esibire l'auto per fini di prestigio, potere sociale o ambizione personale.

Il **campione femminile sente più simile a sé** valori come la **tradizione** (umiltà, devozione, moderazione e accettazione del proprio destino), la **benevolenza** (disponibilità, fedeltà, propensione a perdonare), **l'universalismo** (comprensione, tolleranza, giustizia sociale) e **l'autodirezione** (creatività, libertà, curiosità, indipendenza).

Conclusioni

L'obiettivo del presente lavoro era tracciare una sorta di identikit dei possessori di auto d'epoca. Sono stati scelti alcuni strumenti per rilevare determinate caratteristiche di personalità, scelte valoriali, stile di vita e rapporto con l'auto storica posseduta. Il nostro campione si contraddistingue

per una forte passione per il collezionismo, che si lega ad una nostalgia del passato, all'attaccamento alla famiglia, alla giovinezza. La passione per l'auto non sembra rimandare a valori come il potere e il successo: non è la voglia di esibire che predomina ma la bellezza del guidare. L'auto d'epoca ha tutte le caratteristiche di una bella donna, adrenalinica e seducente, sicuramente batte per seduzione e sensualità l'auto di tutti i giorni. La passione per la bellezza sembra il collante di tutto. Per quanto riguarda le caratteristiche di personalità non emergono tratti che contraddistinguono il nostro campione in modo particolare. Tutti si descrivono come estroversi, coscienti, stabili, aperti, amicali nella norma.....almeno così loro dicono.