

Progettare i territori digitali dell'esperienza utente: una prospettiva *user-centered*.

Letizia Bollini, PhD

Dipartimento di Psicologia, Università di Milano-Bicocca
Piazza dell'Ateneo Nuovo 1, 20126 Milano, Italy
letizia.bollini@unimib.it

Abstract. L'uomo instaura fisiologicamente una relazione con il territorio che abita, che – a sua volta – viene plasmato dalla/in funzione della sua presenza. Le sedimentazioni dei luoghi e delle loro funzioni – casuali o pianificate – vengono *abitate* dalle persone secondo modelli e relazioni che sono profondamente connesse al vissuto esperienziale, personale, sociale.

I nuovi territori digitali – social-network e web 2.0 – sembrano instaurare relazioni simili e – al tempo stesso – diverse rispetto alle dinamiche sociali tradizionali. Quali sono dunque le caratteristiche specifiche di questi territori virtuali? Come si relazionano con quelli reali e sociali di cui sono rappresentazione ed espressione?

Come si possono (ri)produrre esperienze di senso significative per le diverse *user-persona* o – meglio – *tribù sociali* che in essi interagiscono e dialogano?

Sono queste le domande esplorate da uno studio condotto sul campo che ha come oggetto il quartiere di Milano-Bicocca. La ricerca è composta da una prima parte esplorativa sul territorio dell'*isola urbana*. Lo studio, svolto secondo un approccio qualitativo ibrido, indaga le relazioni che intercorrono tra lo spazio fisico e le relazioni instaurano – con esso e tra loro – i gruppi sociali che lo vivono quotidianamente e la loro interazione/rappresentazione nei mondi digitali.

La seconda parte – progettuale – propone ipotesi di modelli di rappresentazione/progettazione e di strumenti di comunicazione web plasmati sulle tribù sociali e sul loro vissuto relazionale.

Keywords: Digital networks, social tribes & territories, digital territories, design of social communities, interaction design based on social communities.

1 Introduzione

Le persone che vivono e abitano un territorio creano con esso un legame che affonda le sue radici nella dimensione sociale e personale del vissuto dei luoghi. I luoghi, a loro volta, sono plasmati dalla sedimentazione storiche, dalle loro trasformazioni funzionali e dal vissuto delle persone che li abitano, li modificano, li adattano, al di là della loro mera funzionalità spaziale.

I luoghi, quindi, non sono solo porzioni di spazio cui viene attribuita una funzione urbana prevalente, ma, piuttosto, un insieme di *attribuzioni* culturali: ambiti fisici a cui vengono associati significati simbolici e sociali. Gli spazi, cioè, riflettono i gruppi sociali o *etnografici* che li abitano, restituendoci un'immagine della costruzione, delle dinamiche e dei rapporti sociali.

Questa concezione *antropomorfizzata* dello spazio – specialmente urbano – ha visto storicamente avvicinarsi approcci progettuali e urbanistici differenti, soprattutto in epoca moderna. Tramontata l'utopia delle città ideali del Rinascimento italiano e il ritorno alle forme del passato del Neoclassicismo è nel XIX secolo che la città diventa luogo del contrasto tra il progettato e il vissuto. Gli interventi *artificiali* che ridisegnano le grandi capitali europee – come *Plan Cerdà* a Barcellona o i *boulevard* di Haussmann a Parigi secondo un modello aprioristico che considera la città quasi una quinta scenografica di rappresentazione della nuova società, del suo potere e dei suoi riti – lasciano sempre più il posto a riflessioni focalizzate sul rapporto tra uomo e spazio. Il nuovo secolo inaugura la riflessione urbana riproponendo città *ideali*: dai falansteri collettivi fino ai quartieri sperimentali – Siedlung come il Weißenhof a Stoccarda – del razionalismo moderno, che cercano di dare una risposta – seppur quantitativa – al fenomeno dell'urbanesimo industriale lavorando sul tessuto urbano, sui servizi e sulle singole unità residenziali secondo un modello di organizzazione sociale e architeturale top-down, che rischia di rendere la città un fenomeno estraneo agli individui, una *macchina da abitare* [1]. È negli anni '70 – con la cosiddetta *architettura partecipata* – che l'attenzione torna massicciamente sull'uomo, inteso come soggetto attivo nella definizione nello spazio nella sua funzione fisica e nel suo significato sociale e di vissuto. Il percorso sembra ridare sempre più centralità agli aspetti simbolici, culturali e relazionali, in un tentativo – forse utopico – che ridefinisce il progetto secondo un approccio bottom-up. L'attenzione per l'abitante o per – quello che potremmo definire per similitudine con le nuove teorie dell'*user-centered design* – l'*utente*, sembra tanto più urgente, quanto più il paesaggio urbano diventa, come in epoca contemporanea, luogo della rappresentazione più che del vissuto.

2 Dai territori sociali alle comunità virtuali

È a partire dagli studi di Egon Brunswik [2] che la questione della relazione individuo-ambiente riprende centralità anche in psicologia dopo una sorta di inversione nella relazione “figura-sfondo” per cui il contesto fisico viene portato in primo piano e viene studiato più degli individui e dei gruppi. Gli approcci in questo senso sono molto differenti. A seconda della prospettiva psicologica vengono proposte diverse letture della relazione ambiente-individuo: la prima è quella che attribuisce all'ambiente il ruolo di variabile indipendente che, attraverso le proprie stimolazioni, produce effetti sul comportamento dell'individuo; nella seconda prospettiva sono le persone a interpretare l'ambiente a seconda delle proprie caratteristiche personali; infine c'è chi pensa che le persone e l'ambiente interagendo tra loro danno vita a influenze reciproche. La prima visione – che trova applicazione nella *psicologia architettonica* – si propone di individuare le caratteristiche dell'ambiente fisico, che ostacolano o facilitano i comportamenti delle persone, a partire da aspetti fisici e quantitativi.

La seconda, nell'ambito d'indagine degli studi di percezione-cognizione ambientale – il cui cardine è la *geografia comportamentale* – focalizza l'attenzione sull'individuo, sulle sue conoscenze e sulle sue valutazioni dell'ambiente. Quella invece che presuppone un contesto di influenze reciproche dà maggiore attenzione alle variabili di natura socio-culturale secondo la prospettiva di ricerca di Ittelson [3].

Il punto di svolta è sicuramente rappresentato dal lavoro di Kevin Lynch [4] che alla fine degli anni '60 pubblica *L'immagine della città*, testo in cui propone una visione rivoluzionaria: progettare una città a partire dall'*immagine* che gli abitanti hanno di essa. Il modello viene ulteriormente ampliato dal lavoro di Kaplan e Kaplan [5] basato sulle variabili in grado di influenzare le valutazioni affettive dei luoghi: *coerenza, complessità, leggibilità e mistero*. Infine, i geografi dagli anni '60 si sono occupati del rapporto uomo-territorio appoggiandosi alla disciplina e ai metodi della scienza del comportamento e utilizzando test proiettivi, tecniche di completamento, tecniche di associazione verbale e tecniche espressive. La tecnica di far disegnare a memoria la mappa di varie aree – utilizzata in questo studio – attinge ai metodi ed alle tecniche *espressive*.

2.1 Il paesaggio come forma di rappresentazione sociale

Con la cultura contemporanea nasce – secondo la definizione di Michael Jacob – l'*onnipaesaggio*: “A lanscape is a lanscape is a lanscape ...” concetto che porta in sé la problematica di cosa sia il *paesaggio* contemporaneo ed il paradosso della sua rappresentazione. Il paesaggio è una costruzione culturale complessa: “Il paesaggio è il risultato artificiale, non naturale di una cultura, che ridefinisce perpetuamente la sua relazione con la natura. [...] L'esperienza del paesaggio è, in generale e in primo luogo, un'esperienza del sé” [6].

Secondo Lynch *l'immagine pubblica* è il quadro mentale che larghi strati della popolazione di una città condividono: il solo fatto che le persone vivano o fruiscono della stessa realtà fisica rende possibile la condivisione di una stessa immagine della città. L'ipotesi suffragata da questa teoria è che le persone che vivono nello stesso quartiere e condividono una cultura comune, hanno anche una simile immagine della città che differisce dall'immagine pubblica di altri cittadini. Sembra, infatti, che “per ogni città esista un'immagine pubblica che è la sovrapposizione di molte immagini individuali” [4]: queste immagini individuali sono indispensabili per muoversi nel proprio ambiente e collaborare con gli altri.

La caratteristica del paesaggio urbano, che rende possibile l'identificazione di questi elementi, è la *leggibilità*: la facilità con cui le singole parti sono riconosciute e possono essere organizzate in un sistema coerente. Un ambiente figurabile e leggibile facilita il movimento attraverso lo spazio ed evita l'angoscia che la città caotica produce e, ancora più importante, dà la possibilità all'osservatore di ritrovare ed evidenziare gli elementi utili e significativi e funzionare da sistema di riferimento.

Il territorio, dunque, è rappresentazione – cioè paesaggio sociale del vissuto di chi lo abita – e questo vissuto non è solo individuale, ma anche dei gruppi sociali – o meglio – di quelle che potremmo chiamare – parafrasando Michel Maffesoli – *tribù socio-urbane*. [7]

2.2 *User-Persona vs. Comunità Digitali*

Nella cultura contemporanea, nel rapporto duale tra gruppo e territorio, o meglio, tra individuale e *reale*, si sono inseriti una serie di strumenti digitali che riproducono e ripropongono parte delle dinamiche di relazione “individuo-territorio” e “individuo-individuo in un territorio”, trasladole in un ambito che potremmo definire come *territorio digitale*.

Se, infatti, il web rappresenta un sistema di interconnessione ormai letteralmente universale – la più compiuta forma di globalizzazione – al suo interno le persone hanno dimostrato la tendenza ad *organizzarsi* – così come avviene nei paesaggi sociali reali – secondo dinamiche di aggregazione che partono dal presupposto di un elemento catalizzante.

Assistiamo, per ciò che riguarda normalmente la progettazione web, ad un fenomeno divergente. Le metodologie tradizionali tipiche dello *user-centered design* [8] cercano di prefigurare aggregazioni omogenee di utenti che condividano profili psico-demografici, livello di conoscenze informatiche, dinamiche di esplorazione e d’uso delle informazioni, organizzando, secondo le metodologie dello *user personas* e *user scenario* sia gli aspetti più strettamente sociali che di interazione con i media digitali. Le euristiche che emergono da questi strumenti di modellizzazione vengono poi utilizzate per individuare la navigazione e le procedure di svolgimento dei compiti all’interno dei siti che vengono poi testate – nelle fasi iterative di design-prototipazione–testing–redesign – tramite strumenti quali *scenario based* o *task based user test*. La metodologia di progettazione web *classica* cerca, cioè, di individuare delle caratteristiche ricorrenti e generalizzabili per segmentare i gruppi di utenze a cui dare risposte specifiche in termini di esperienza, fruizione ed interazione, organizzandoli secondo l’idea di gruppi omogenei per quello che riguarda le *pratiche*. L’emergere di fenomeni come il cosiddetto web 2.0 e, nello specifico i *social network*, sembrano invece in gran parte disattendere questa dinamica mettendo in crisi parte di questi paradigmi. I gruppi sociali digitali sembrano riorganizzarsi soprattutto in termini di *community di interesse* in cui il motivo aggregatore diventa il vero fulcro di identità collettiva. I fan in Facebook del gruppo *I love tiramisù* o i vicini che in Zynga FarmVille si scambiano quotidianamente favori, regali e cooperazione, non condividono caratteristiche psico-demografiche comuni – come gli *user-persona* prefigurerebbero – ma, nella babele delle loro identità reali o *fake*, dei loro vissuti esperienziali e della loro quotidianità, sono fortemente interconnessi da un interesse comune, pur non condividendo probabilmente nessuna altra caratteristica sociale o di gruppo. In questo caso, cioè, il gruppo sociale che si è aggregato nella *community virtuale di interesse* sembra travalicare uno dei parametri tipici, ovvero, lo *shared repertory*. [9]

2 Un approccio metodologico *ibrido* al design di web communities

Partendo da questi presupposti, il lavoro di ricerca si pone in una situazione intermedia ed esplora la creazione di *communities* sia in senso fisico-sociale che virtuale a partire dal legame privilegiato che le persone intrattengono con un dato territorio – reale, relazione e virtuale – che plasma la loro esperienza quotidiana.

La ricerca ha sperimentato metodologie e approcci disciplinari ibridi per produrre una prassi riproducibile di linee guida e indicazioni per una progettazione *user-centered* meno astratta e più *g-local*.

Se è vero che il web apre finestre idealmente illimitate sul mondo, è altrettanto vero, che molti dei siti, dei network, dei portali e dei blog, cioè sia della prima generazione di internet che del web 2.0, si rivolgono, in realtà, ad utenze locali, linguisticamente omogenee che affondano le loro radici informative ed economiche in un territorio specifico.

L'approccio adottato parte perciò dal presupposto – ed all'interno dell'ambito di questa congettura verifica la propria validità – di individuare e traslare il legame che le persone instaurano con il proprio territorio e tra loro nel mondo web. Lo scopo è quello di riproporre le dinamiche sociali e di identificazione con il territorio restituendo i punti nodali – reali e simbolici – della sua rappresentazione per creare dei percorsi esperienziali privilegiati in cui, a seconda delle *tribù socio-urbane* di appartenenza, gli utenti si riconoscano. Il progetto di ricerca sperimentale propone un modello interpretativo e metodologico a suffragio di un approccio progettuale a quelle realtà web – portali, blog o social network – che hanno un forte legame con il territorio (Per ulteriori approfondimenti su questo tema si consiglia di fare riferimento alla precedente ricerca e pubblicazione [10]: *Knowledge sharing and management for local community: logical and visual geo-referenced information access* del 2009). Questo modello è, inoltre, in fase di sperimentazione su scala urbana grazie a un progetto nazionale finanziato PRIN 2007-09: *Territorio e rappresentazione. Paesaggi urbani. Paesaggi sociali. Paesaggi digitali. Rimini e l'altro Mediterraneo* – focalizzato sulla città di Rimini e la costa adriatica del Mediterraneo – attualmente in stampa.

Il caso studio ha come oggetto il quartiere di Milano-Bicocca (vedi Fig. 1) localizzato nell'estrema periferia nord-est di Milano al confine con l'hinterland. Si tratta di una ex area industriale che negli ultimi 10 anni è stata recuperata con un progetto misto pubblico-privato su *master plan* dell'architetto Gregotti e che ha visto la realizzazione di diversi insediamenti residenziali, il secondo polo universitario statale di Milano (dei sette atenei milanesi) e una serie di edifici dedicati ad attività di terziario e di ricerca. Il progetto è completato dalla presenza di due realtà culturali: il Teatro degli Arcimboldi – che ha sostituito La Scala durante il periodo di ristrutturazione ed ampliamento – e lo spazio espositivo dell'Hangar-Bicocca. Il quartiere è *naturalmente* chiuso su due lati dai confini fisici (un cavalcavia al confine con la zona cimiteriale del quartiere/comune di Greco e la ferrovia) e sugli altri due confina rispettivamente con due comuni dell'hinterland ed è delimitato da una strada urbana a scorrimento veloce dove è in realizzazione la quarta linea metropolitana. Per la sua conformazione geografica, per l'identità delle sue architetture fuori scala e per la mancata connessione con il tessuto urbano esistente, all'interno della ricerca è stata chiamata l'*isola urbana*.

3.1 Fase 1: identificare le *tribù socio-urbane*

Il progetto diviso in due fasi è partito con l'esplorazione del tessuto sociale del quartiere tramite metodologie di indagine qualitative sul campo e secondo un approccio *user-centered*.

La fase analitica è stata organizzata secondo il seguente processo/metodologie:

- a. Individuazione del contesto fisico-spaziale e degli elementi significativi del territorio tramite un'indagine di ricognizione architettonica
- b. Individuazione e definizione delle *tribù socio-urbane* tramite una ricerca sul campo effettuata con un approccio misto: interviste qualitative, basate sul modello dello story-telling e una ricerca basata su un approccio *life-style* e *user personas/scenario*.
- c. Verifica delle relazioni con il territorio, i modelli mentali, analogie/differenze tra le diverse tribù: test utente *task-based* e svolgimento di un compito basato su tecniche espressive (disegno a memoria della pianta del quartiere)
- d. Ricognizione sulle realtà digitali presenti in rete riferibili al quartiere suddivise in siti istituzionali, blog e forum, land in SecondLife, piattaforme web 2.0 e social-network (soprattutto Facebook)

3.2 Fase 2: progettare l'esperienza utente sociale

La seconda fase ha utilizzato i dati raccolti e la loro interpretazione per ipotizzare dei possibili modelli di organizzazione dei dati e delle informazioni di una comunità digitale legata al quartiere stesso.

Da questa ultima fase sono nate le ipotesi progettuali – sviluppate all'interno del corso di laurea magistrale *Teoria e Tecnologia della Comunicazione* dell'università stessa – che illustrano questa ricerca.

La fase progettuale è stata articolata in due macro attività:

- e. Individuazione e riorganizzazione dell'architettura informativa di un portale che fosse in grado di fornire una *user-experience* adeguata e prevalente per ciascuna tribù individuata
- f. Realizzazione di diversi concept e sistemi di interazione – con il portale e tra gli utenti – in grado di creare identificazione (social-brand) senso di appartenenza (community) e partecipazione attiva
- g. Prototipazione di alcuni dei concept basati su metafore differenti (il tempo, lo spazio 3D, gli spostamenti, lo spazio *interno*, etc)

4. Un caso studio: il quartiere di Milano-Bicocca

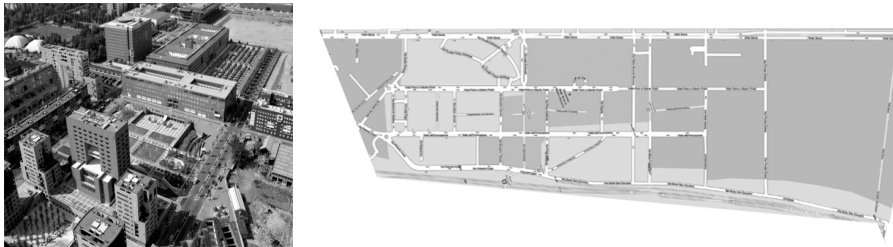


Fig. 1. Prospettiva aerea del campus universitario e mappa del quartiere

All'interno del percorso di ricerca sul campo, sono state individuate 4 *tribù socio-urbane* che usano lo spazio secondo orari della giornata, percorsi e percezioni dell'ambiente, diverse tra loro, ma ricorrenti all'interno del gruppo sociale stesso. Le tribù identificate sono:

- **residenti**, in genere giovani coppie con bambini interessate a servizi e a spazi pubblici
- **studenti universitari**, che, una volta arrivati nel quartiere passano la giornata all'interno dello stesso edificio utilizzando in genere i servizi di ristorazione concentrati nella piazza centrale del quartiere
- **lavoratori**, concentrati agli estremi del quartiere che *transitano* all'interno del quartiere senza creare con esso un legame vitale e di quotidianità
- **city-users** coloro che si recano nel quartiere nel tempo libero per andare in palestra, al cinema e a teatro degli Arcimboldi

Nelle figure 2 e 3 vengono evidenziati alcuni dei risultati della ricerca: la suddivisione degli spazi frequentati dalle varie tribù (fase 1.a) e la rappresentazione che alcuni degli intervistati ne danno (fase 1.d).

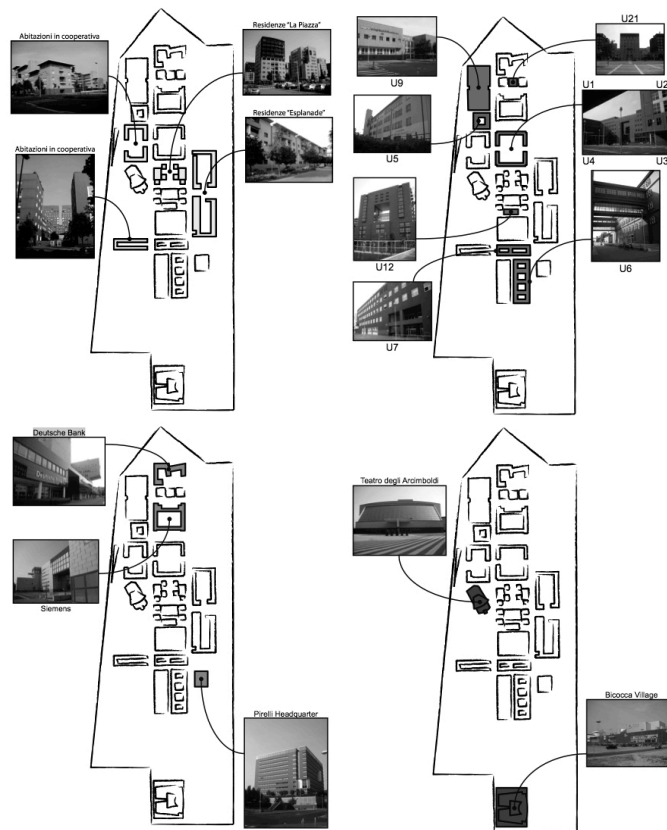


Fig. 2. La dislocazione socio-urbana delle *tribù*: residenti, studenti, lavoratori, city-user
[Studente: Tommaso Rossi]

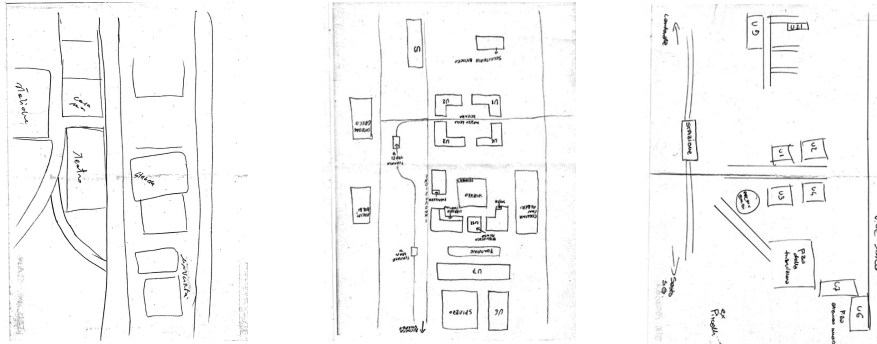


Fig. 3. Mappe disegnate dai: residenti, studenti, lavoratori (sulla sinistra: Viale Sarca)

Dalla fase analitica sono emerse linee guida significative per la fase di concettualizzazione successiva: le diverse tribù – pur nella variabilità interna soggettiva – individuano punti ricorrenti specifici del territorio del quartiere in funzione dell'*uso esperienziale* prevalente.

3.1.1 Residenti: socialità

I residenti ricordano e rappresentano sulla cartina luoghi della vita quotidiana, come il supermercato, la farmacia, la chiesa, l'asilo, la piazza centrale e il giardino *dei ciliegi*, che rappresentano gli unici luoghi di aggregazione, anche per morfologia urbanistica, del quartiere.

I siti attualmente esistenti rivolti a questa utenza sono molto istituzionali – il comitato di quartiere etc – e scarsamente aggiornati/frequentati, alcuni addirittura sono stati aggiornati fino al 2004!

L'esigenza che i residenti esprimono è soprattutto quella di luoghi virtuali e reali di socializzazione. In un tessuto urbano nuovo, periferico, che vive di funzioni molto diverse, la presenza relazionale su un social-network emerge come una delle funzioni importanti di interconnessione che la rete offre. L'esigenza che emerge dalle interviste è duplice: un luogo di raccolta e condivisione delle informazioni – spesso ignorate dai residenti stessi – e il desiderio di usare il canale web come forma di conoscenza e di socializzazione che ha come motivo aggregante il vissuto del quartiere.

3.1.2 Studenti: condivisione

Per gli studenti il tempo passato in Biccoca è una parte significativa della giornata e un momento di aggregazione. Il quartiere però non sembra suscitare altre forme di attrattività, partecipazione o riconoscimento da parte di questa tribù che spende il proprio tempo sociale altrove.

I luoghi frequentati e rappresentati sono gli edifici universitari – con maggior dettaglio a seconda della Facoltà – i luoghi di ristoro, concentrati nella piazza centrale ipogea e le due librerie. Se il tessuto di trasporto – la stazione ferroviaria e la tramvia – sono individuati con certezza, altri luoghi sembrano totalmente *trasparenti* alla loro esperienza. È il caso del teatro – presenza mastodontica, curvilinea e anomala rispetto alla rigida regolarità della griglia edilizia – che nelle rappresentazioni scompare.

Gli studenti rappresentano la tribù che maggiormente usa internet – molti di loro sono già nativi digitali – ed infatti la partecipazione sul forum ufficiale dell'ateneo è

particolarmente viva, così come i numerosi gruppi e fan club creati spontaneamente su FaceBook pro e contro docenti, eventi, strutture etc.

L'esigenza che emerge, in questo caso, è di avere luoghi strutturati e autonomi di socialità on-line che permettano una interazione sincrona e asincrona molto focalizzata sullo scambio, sull'interazione tra pari. Il mood è quello della relazione e della conversazione, del microblogging o delle chat.

3.1.2 Lavoratori: informazione

Questa tribù, oltre a passare la giornata nel quartiere, si ferma spesso, a differenza degli studenti, anche in altri orari, sfruttando servizi tipici dei city-users. È una tribù dai contorni sbavati e multiforme: si va dai colletti bianchi, impiegati e manager delle varie multinazionali, ai lavoratori degli esercizi commerciali che costituiscono il tessuto dei servizi del quartiere.

La visione sullo spazio è superficiale: ne riconoscono le presenze forti – edifici universitari, teatro – ma tendono a frequentare solo lo spazio centrale collettivo e polifunzionale della piazza. L'esigenza espressa rispetto all'uso del web è soprattutto di scoperta e di tipo informativo su comunità e servizi. Più difficoltoso l'uso di sistemi di social-networking, spesso bloccati dai sistemi di IT delle aziende, o per il tipo di lavoro svolto, che non prevede l'uso del computer.

3.1.4 City users: valutazioni

Tribù trasversale che frequenta il quartiere – in genere in orario serale – facendone un'esperienza parziale, soprattutto, dei luoghi artificiali di commercio e di intrattenimento. La visione d'insieme dei luoghi e la loro conoscenza è quasi nulla. Il quartiere viene percepito come luogo di transito in funzione del teatro, dei cinema multisala o dei centri commerciali, più che come un luogo vivo e con una sua identità specifica.

Spiccato è invece l'uso del web per avere informazioni e per valutare opportunità. Particolarmente apprezzata la possibilità di leggere e condividere commenti e valutazioni – tipici contenuti *user-generated* – sui luoghi, le mostre, gli eventi e gli spettacoli: sono questi che influenzano spesso la decisione se muoversi verso questi luoghi oppure no.

5 Progettare la metafora spaziale e sociale

Alla luce di questa analisi sono stati prodotti diversi concept progettuali nella fase 2 del progetto. In particolare, a partire da un sistema matriciale a due dimensioni in cui sono stati collocate le 4 tribù (percorso verticale) e le macro aree informative/funzioni del quartiere, si è proceduto a realizzare una classificazione *multi-faced* dei contenuti in grado di intercettare contemporaneamente le esigenze di un utente specifico e i contenuti presenti nel sistema. L'esplorazione di questa organizzazione concettuale ed esperienziale ha prodotto diverse proposte, di cui di seguito vengono riportate le più interessanti.

Un primo modello ha focalizzato la propria attenzione sulla sovrapposizione temporale tra le varie tribù all'interno dello stesso territorio urbano – tempo del lavoro e tempo libero – e ha prodotto una struttura di interazione basata sulla sincronicità della presenza degli utenti come motivo di aggregazione.



Fig. 4. La metafora *temporale* [Studenti: Donetti, Lacarbonara & Ostuni]

Un secondo ha invece utilizzato il concetto di flusso, per analogia con la navigazione all'interno di un sito, come chiave interpretativa.

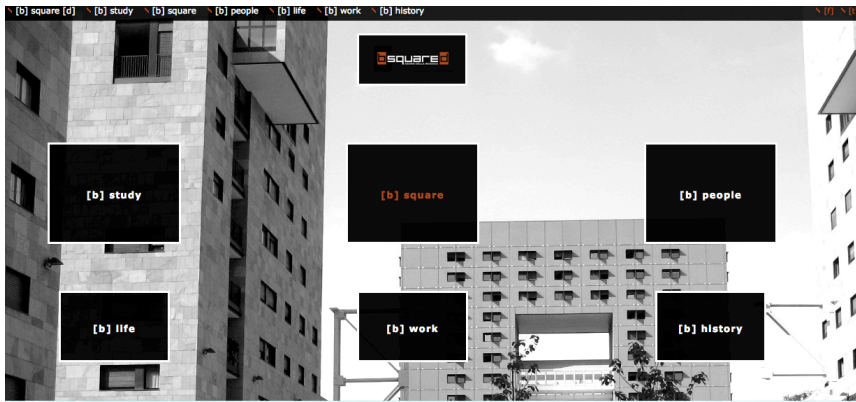


Fig. 5. La metafora della *piazza* [Students: Ciccarelli, Falcone & Montoli]

La proposta più promettente è quella che riprende – a fronte anche della piattezza degli attuali sistemi di social-networking – la metafora spaziale tridimensionale come chiave di interpretazione e di identificazione del luogo/tribù.

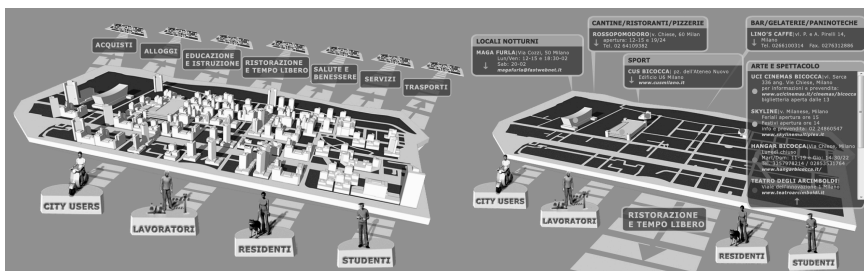


Fig. 6. La metafora *tridimensionale* le tribù socio-urbane e le interazioni [Studenti: Merighi, Marcon & De Santis]

La mappa tridimensionale è una sedimentazione di luoghi e di relazioni che possono essere esplorate verticalmente – *entrando* dalla tribù – o trasversalmente – entrando dalle funzioni – o combinando entrambi i criteri.

A seconda del percorso gli oggetti architettonici si *illuminano* o scompaiono in base al modello percettivo rilevato dall'indagine sugli utenti stessi nella fase di analisi della ricerca. Il sistema ripropone cioè il modello cognitivo per facilitare l'uso del sito o – per riprendere la congettura di Lynch – restituire *leggibilità* all'immagine pubblica del territorio urbano. Le informazioni presentate nei pop-up contestuali, provengono, invece, dall'interazione degli utenti stessi secondo un processo di selezione bottom-up: sono gli utenti che – votando e valutando i singoli servizi – ne determinano la presenza in prima posizione, quindi di massima evidenza e visibilità sulla mappa. La community svolge un ruolo non solo relazionale, ma anche di generazione collaborativa di contenuti condivisi.

6 Conclusioni

L'esperienza di ricerca proposta parte da un percorso culturale e teorico che cerca di comporre strumenti metodologici differenti disciplinarmente in un metodo ibrido ed articolato per la progettazione del web 2.0. superati i modelli architettonici informativi gerarchici e di usabilità *quantitativa*. La nuova generazione di internet necessita di strumenti che siano capaci di cogliere gli aspetti tecnologici, comunicativi e soprattutto relazionali delle nuove dinamiche di interazione – grazie anche alla pervasiva rivoluzione del mobile – sempre più geo-localizzate e contestualizzate nello spazio reale.

Pur applicato a un caso studio specifico – ma già testato su una scala di intervento minore, il campus universitario e ora riproposto su un progetto complesso e di grosse dimensioni, come la scala urbana e del cluster territoriale della riviera romagnola – il modello di ricerca e di progettazione ha le potenzialità per diventare un approccio metodologico vero e proprio riproducibile ed applicabile contesti analoghi.

References

1. Choay, F.: *Pour une Anthropologie de l'Espace*. Seuil, Paris (2006)
2. Brunswick, E.: *The Conceptual Framework of Psychology*. Cited in: Bechtel, R.B., Ts'erts'man, A., Churchman, A. (eds.) *Handbook of environmental psychology*. John Wiley and Sons, New-York (2002)
3. Ittelson, W.H., Proshansky, H., Rivlin, L., Winkel, G.: *An Introduction to Environmental Psychology*. Holt, Rinehart and Winston, New York (1974)
4. Lynch, K.: *The City Image and its Elements*. Prentice-Hall, New Jersey (1969)
5. Kaplan, R., Kaplan, R., Wendt, J.S.: *Rated Preference and Complexity for Natural and Urban Visual Material*. *Perception and Psychophysics*, 12, 354–356. (1972)
6. Jacob, M.: *Il Paesaggio*. Il Mulino, Bologna (2009)
7. Maffesoli, M.: *The Time of Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. Sage Publications, London (1996)
8. Cato, K.: *User-Centered Web Design*. Addison-Wesley, Reading (2001)
9. Wenger, E.: *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge University Press, Cambridge (1998)

10. Bollini, L., Cerletti, V.: *Knowledge Sharing and Management for Local Community: Logical and Visual Georeferenced Information Access*. In Granville, B., Majkic, Z., Chungping Li (eds.): *ISRST09 Proceedings*, pp. 92--99. Orlando (2009)
11. Bollini, L.: *Learning by Doing: a User-Centered Approach to Signage Design. Milano-Bicocca a Case Study*. In *EduLearn10*. IADE, Barcelona (2010)

Note. Il presente progetto – presentato alla XI ICCSA 2011 Conference – è reperibile in lingua inglese nei proceedings della conferenza: Bollini, L. (2011). *Territories of digital communities. Representing the social landscape of web relationships*. In B. Murgante, O. Gervasi, A. Iglesias, D. Taniar & B. Apduhan (Eds.) *Cities, Technologies and Planning*. LNCS. Vol. 6782. Springer-Verlag

Ringraziamenti. Un grazie agli studenti del corso di *Comunicazione Visiva e Design delle Interfacce* a.a. 2009-10 della laurea magistrale in *Teoria e Tecnologia della Comunicazione* dell'Università di Milano-Bicocca e in particolare a Donetti, Lacarbonara & Ostuni; Ciccarelli, Falcone & Montoli; Merighi, Marcon & De Santis autori dei progetti che illustrano la ricerca e a Tommaso Rossi, autore della tesi *L'Isola Urbana* (2009) del corso triennale in *Scienze della Comunicazione*.