

---

## IL SISTEMA “PANDORA-VENEZIA” PER RACCONTARE I MALI DELLA CITTA’ E COSTRUIRE INSIEME POSSIBILI SOLUZIONI

---

GIAMPI

«Alcune idee: **Diversificare le proposte** offerte al fine di decongestionare i luoghi più frequentati (Basilica di S. Marco, Palazzo Ducale) senza per questo negare o rendere più costoso di quanto già non sia oggi l'accesso alla città come vogliono fare le varie proposte di ticket di ingresso. Ad esempio si potrebbero offrire delle visite virtuali a Venezia utilizzando delle sale cinematografiche opportunamente attrezzate al fine di allestire spettacoli multimediali che permettano a numeri elevati di persone di visitare in modo virtuale i vari palazzi di Venezia, con proposte diversificate sia per tipologia di palazzo che per la loro durata. In modo da venir incontro ad una richiesta "mordi e fuggi" oppure a richieste di approfondimento che attualmente risultano impossibili. Altra possibilità è **arricchire l'offerta** proponendo iniziative culturali (mostre, spettacoli ecc.) collegate alla visita a palazzi o Chiese che altrimenti non verrebbero mai visitati. Già oggi ad esempio si utilizzano delle Chiese sconsacrate per svolgervi spettacoli musicali, di non elevato livello ma tant'è. Oppure si organizzano mostre come quella alla Sala del Piovego di Palazzo Ducale che permette anche la visita di quella splendida biblioteca».

Il contributo proposto più sopra è uno dei 200 messaggi tratto dai forum di Pandora. La progettualità di “Giampi” è frutto non solo di una limpida lettura dei processi di azione sociale ma è voce di chi vive dentro un territorio e chiede di proiettare al suolo anche la visione della sua città e lo fa con una competenza speciale, unica nel suo genere. L'importanza del coinvolgimento e della partecipazione alle pratiche di sviluppo locale da parte della cittadinanza è un'ottica largamente condivisa. Come ampiamente dimostrato da esperienze attivate soprattutto in alcuni Paesi del Nord Europa, i processi di governance basati sulla partecipazione e sull'apertura al cittadino, non solo riducono i possibili conflitti e contrasti con gli abitanti ma permettono anche di sensibilizzare la collettività sui problemi che interessano le proprie città, stimolano riflessioni critiche su abitudini e stili di vita, garantiscono il circolare di quel sapere non codificato ma presente e diffuso nelle collettività locali.

In che modo l'ottica di Giampi si collega al territorio visto questo come un prodotto culturale che contribuisce alla riproduzione della società? La risposta al salto scalare la dà “Gigi”:

GIGI

«Parlare di partecipazione vuol (anche) dire immaginare **reti di soggetti** che si mobilitano per compiere azioni il cui scopo è l'interesse pubblico, ed il nostro compito di studenti o ricercatori potrebbe essere quello di immaginare e contribuire alla costruzione di queste **reti**, identificando e contribuendo di volta in volta alla promozione delle cosiddette good practices; azioni che magari vengono già compiute dagli abitanti di questo territorio ma alle quali spesso manca una diffusione un coordinamento ed un fine condiviso».

L'idea di “Gigi” di rete è oggi tra le figure più significative che raccoglie un senso pregnante e un valore metaforico. Trame, variabili, nodi e segmenti costituiscono il fatto; accordi, rapporti di forza tra gli elementi, trame di convergenza e divergenza costituiscono la metafora.

Raffestin (1981), a tal proposito, osserva come la rete abbia lo scopo di rappresentare la relazione che un gruppo instaura con una porzione di spazio. Le reti, nonostante l'eterogeneità strutturale, sono concepite come un insieme dove ciascun elemento ha senso da solo, ma nello stesso tempo valorizza il tutto.

Ed è proprio dalla rilevanza del singolo nodo che il contributo di ciascun autore opportunamente diffuso diventa una sorta di “moneta fiduciaria”: la circolazione attraverso le reti dei punti di vista dei nodi arricchisce ed incrementa la maglia delle relazioni linfa vitale per la costruzione e la progettazione di un territorio.

Si tratta quindi di trovare il grimaldello che fa spostare la leva del sentimento di inutilità della propria azione verso l'idea di contare, di sentirsi elemento unico di un sistema che per vivere ha bisogno della ricchezza e dell'unicità di ogni personale punto di vista, che allontana l'atteggiamento di delega e fa vivere il territorio da protagonisti in quanto è un bene che ci appartiene.

Trovare degli strumenti facilitanti la realizzazione di tale finalità non è facile. Nel “progetto Pandora” si è voluto esplorare un territorio particolare, quello della rete, inteso quale spazio, anzi cyberspazio, «sul quale si è esercitata una certa azione antropica e nel quale risulta possibile individuare un processo di cyberterritorializzazione quale insieme delle procedure attraverso le quali il cyberterritorio si forma ed evolve nel tempo» (Rocca, 2003, p.19).

In tal senso osservando l'organizzazione territoriale che contraddistingue quest'area virtuale, cercando di cogliere la "proiezione al suolo" della società della rete, si può osservare come essa sia costituita da un insieme di persone a cui vengono offerte altre dimensioni di rappresentazione della propria unicità. In questo territorio le norme che regolano la prassi sociale sono altre rispetto al reale: qui è possibile mascherarsi; è lecito dare forma ai sogni; è plausibile creare un grande specchio in cui far riflettere i propri desideri e le personali passioni. Il teleposizionamento però si alimenta "da terra" ovvero il singolo è comunque ancorato con una serie di "prese" al territorio reale. La discrepanza o la connessione tra il reale e il virtuale è gestito dai ogni "cittadino del web" in modo assolutamente autonomo. Entrare e uscire, abitare o abbandonare un luogo è espressione di autonomia che si gioca con logiche assolutamente poco chiare e difficilmente giustapponibili.

In Pandora la sfida è altissima, viene proposto di viaggiare in un luogo inesistente in cui però vengono offerte immagini reali di un ambiente, di una società e di un'economia davvero unica al mondo: quella veneziana. Viene chiesto a chi è di passaggio di lasciare un segno, un'immagine, una voce, una sorta di frammento di caleidoscopio. Chi naviga il sito è invitato a "ruotare il tubo" di questo speciale caleidoscopio e a mettere insieme i diversi frammenti così come vuole in modo da cogliere molteplici immagini di Venezia.

Non solo, attraverso strumenti semplici a basso contenuto tecnologico, tratti in rete in quanto risorsa open source, viene dato ampio spazio ad una dimensione dialogica fondata su discorsi condivisi, conoscenze comuni, significati e definizioni negoziate<sup>1</sup>.

In particolare si è data enfasi alla:

- natura della *comunicazione asincrona* che, basata sulla parola scritta, concede la possibilità di contribuire alla discussione nei tempi e nei modi che più si adattano alle esigenze del gruppo e del singolo. Inoltre, rispondendo al bisogno di essere chiari ed espliciti su ciò che viene "detto scrivendo", si introducono delle "prassi riflessive"
- possibilità di *interagire molti a molti*, che consente di "imparare dagli altri e con gli altri" in una dimensione di collaborazione e scambio nel rispetto della complessità e dei molteplici punti di vista
- *Flessibilità* riadattamento della struttura del sistema in relazione alle esigenze dei partecipanti.

### **La percezione e le aspettative degli utenti: il questionario Sevqual**

Durante tutta la fase di progettazione dello Strumento Pandora si è dato vita all'attivazione che caratterizza il ciclo ricorsivo proprio della ricerca-azione partecipata<sup>2</sup> di pianificazione-azione-revisione. Per un continuo monitoraggio dello strumento che potesse essere il linea con le aspettative degli utenti, nel periodo compreso tra novembre 2003 e giugno 2004 si è somministrato un questionario costruito quale rielaborazione del metodo SERVQUAL.

La versione originale elaborata da esperti nel settore del marketing (Zeithaml, Parasuraman e Berry, 1991) ha come finalità principale quella di permettere alle aziende di valutare le opinioni dei clienti rispetto ai servizi forniti attraverso l'indagine della qualità del servizio definita dagli autori come "il grado di discrepanza tra le aspettative o i desideri dei clienti e le loro percezioni".

Dal momento che l'"oggetto" in considerazione è una prestazione è chiara la difficoltà che si ha nell'individuare con precisione i criteri di valutazione del servizio che i clienti adottano, criteri che risultano essere molto personali. Nella ricerca di strumenti che potessero cogliere questi criteri, gli

---

<sup>1</sup> L'atto di "appartenenza" ad una comunità è un concetto che risale a Leave e Wenger (1991) nei percorsi di riflessione sulla "partecipazione periferica legittimata" (*Legitimate Peripheral Participation LPP*).

<sup>2</sup> La metodologia della Ricerca-Azione (R-A) partecipata antitetica rispetto al metodo sperimentale prevede (Varisco, 2002):

1. Una valutazione prevalentemente qualitativa
2. La triangolazione degli attori e dei differenti punti di vista
3. La pianificazione di ipotesi di lavoro situate e non generalizzabili
4. L'attuazione di un ciclo ricorsivo di pianificazione-azione-riflessione-ripianificazione
5. Il rifiuto della dicotomia cartesiana tra teoria e pratica (*res cogitans vs. res extensa*)
7. Il coinvolgimento diretto dei differenti attori sociali accanto al ricercatore
8. Il collegamento del mondo accademico con il territorio.

autori hanno messo a punto un questionario strutturato suddiviso in due sezioni: una dedicata alle *aspettative* dei clienti nei confronti di una generica azienda che eroga un servizio simile a quello oggetto dell'analisi ed una inerente le *percezioni* dei clienti dell'azienda specifica di cui si vuole valutare la qualità del servizio.

Nel metodo elaborato da Zeithaml, Parasuraman e Berry in entrambe le sezioni sono presenti 22 proposizioni corrispondenti, alle quali si chiede di dare un giudizio compreso da 1 a 7, una forbice di giudizio che varia da una situazione di completo disaccordo (1) ad una di assoluto accordo (7).

Il calcolo della differenza tra i punteggi che i clienti assegnano alle coppie di proposizioni (percezioni e aspettative) permette di ottenere il livello di soddisfazione (punteggio SERVQUAL) del cliente rispetto ad ogni singola proposizione<sup>3</sup>.

Nel nostro caso l'oggetto di analisi è il "Sistema Pandora" inteso come *servizio* messo a disposizione dei "cittadini del web" per riflettere sull'economia, l'ambiente e la società che caratterizza la realtà veneziana. A noi, man mano che si andava allestendo lo strumento, interessava monitorare il grado di soddisfazione del "cliente" –cittadino del web- circa l'utilizzo del *servizio* Pandora.

Per individuare le macro aree di riferimento idonee per la valutazione della qualità del "servizio Pandora" si sono utilizzati:

1. dati ed informazioni provenienti da studi sull'efficacia ed efficienza del web
2. considerazioni e riflessioni del gruppo di ricerca dopo una prima "valutazione euristica"<sup>4</sup> dell'usabilità<sup>5</sup> del prototipo di Pandora.
3. un questionario di gradimento sottoposto a circa 30 utenti della Culture Factory che aveva l'obiettivo di mettere in luce gli elementi che gli utenti ritenevano essere rilevanti in un sito ideale.

In seguito a questa fase di indagine si è arrivati a definire tre dimensioni (o macro aree) della qualità del servizio:

Dimensione (o macro area) della qualità del servizio	Significato dato a ciascuna dimensione
1. Aspetto grafico gradevole unito alla chiarezza del layout ed alla rapidità di caricamento delle pagine.	Grafica "attraente", carattere comprensibile, struttura delle pagine chiara e non disorientante il visitatore. Pesantezza delle pagine non eccessiva tale da permetterne una veloce visualizzazione.
2. Capacità del portale Web di offrire un'informazione comprensibile, affidabile e precisa	Presenza nel sito di informazioni e documenti ritenuti utili e facilmente comprensibili caratterizzati da una terminologia non eccessivamente scientifica. Possibilità di individuare le fonti delle informazioni e la data dell'ultimo aggiornamento
3. Presenza di strumenti in grado di far comunicare e dialogare i diversi utenti	Possibilità data agli utenti di esprimere opinioni, testimonianze, attivare dibattiti... rendere l'utente non solo fruitore ma esso stesso fonte di informazione

**Tabella 1: Dimensioni (o macro-aree) della qualità di un servizio.**

## Il questionario

In tutto sono state coinvolte 85 persone più del 50% di queste sono giovani di età compresa tra 18 e 25 anni. Il questionario è stato somministrato dopo la presentazione dello Strumento e dopo aver lasciato libero l'utente di navigare all'interno del sito. Ciò è avvenuto durante la partecipazione al Salone dei Beni Culturali di Venezia e in occasione di alcuni corsi di alfabetizzazione informatica organizzati in Culture Factory.

<sup>3</sup> Punteggio SERVQUAL (GAP)= Punteggio percezioni – Punteggio aspettative.

<sup>4</sup> Lo scopo della valutazione euristica, in base alle indicazioni provenienti da J. Nielsen e R. Molich, è quello di verificare se l'interfaccia del prodotto rispetta i principi fondamentali dell'usabilità. Il metodo si basa sul giudizio di esperti (non prevede, infatti, il coinvolgimento degli utenti finali) ed è spesso utilizzato per la valutazione di un sito già esistente (on line oppure come prototipo) al fine di evidenziare le direttive su cui impostare il suo restyling.

<sup>5</sup> Un sito web può essere definito usabile quando soddisfa i bisogni dell'utente che lo sta "navigando" fornendogli facilità di accesso e adeguato livello di comprensione dei contenuti.

Nel grafico di figura 1 sono sintetizzate le aspettative e le percezioni per ciascun item. Per una facile lettura è opportuno evidenziare che se il *punteggio Servqual (GAP)* presenta valori negativi significa che le aspettative rispetto al “sito ideale” risultano maggiori delle percezioni raccolte dopo la navigazione in Pandora evidenziando così un certo grado di inadeguatezza dello strumento e quindi di insoddisfazione.

Nel nostro caso si è riscontrato come il gap negativo più rilevante riguardasse quegli aspetti del sito prevalentemente legati alla fruibilità delle informazioni che non risultavano facilmente leggibili e velocemente fruibili. Questo elemento è stato oggetto di analisi dei Web master che hanno provveduto al restyling del sito in funzione di tali indicazioni.

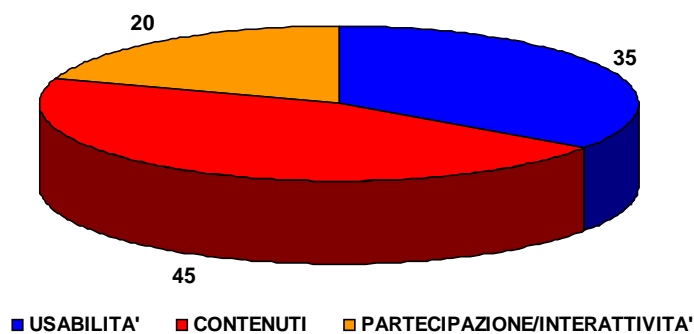
Gli aspetti maggiormente apprezzate (GAP positivo) sono quelli di interazione e di personalizzazione: gli strumenti messi a disposizione per la comunicazione e la partecipazione vengono colti dagli utenti come innovativi e in un certo qual modo inaspettati.

	ASPETTATIVE	PERCEPITO	GAP	GAP pond
informazioni aggiornate periodicamente	6,7	5,7	-1,0	-1,4
connessioni rapida e caricamento pagine	6,7	6,0	-0,7	-0,9
testo leggibile	6,6	5,5	-1,1	-1,5
informazione reperibile	6,6	5,7	-0,9	-0,9
informazioni utili e comprensibili	6,5	5,9	-0,6	-0,8
aspetto e grafica gradevoli	6,1	5,5	-0,7	-0,9
accedere a link esterni	5,9	5,5	-0,5	-0,7
risposte personalizzate ai bisogni	5,5	5,7	0,1	0,1
attività di dialogo e confronto	5,5	5,6	0,1	0,1
possibilità di interagire con chi progetta	5,3	5,5	0,2	0,3
aree riservate a profili utenti	5,2	5,9	0,7	0,8

**Figura 1: aspettative e percezioni a confronto**

Nel questionario si è chiesto poi agli intervistati di assegnare un totale di 100 punti a 3 caratteristiche individuate come rilevanti per la valutazione della qualità del servizio “web”. I dati riassunti nel grafico di figura 2 evidenziano come al primo posto sia data importanza ai contenuti poi all’usabilità e infine alla partecipazione. Questo dato è significativo perché la sfida di Pandora, volta ad attivare processi partecipatori, non è sentita come rilevante dagli intervistati.

**Figura 2: peso assegnato a ciascuna macroarea**



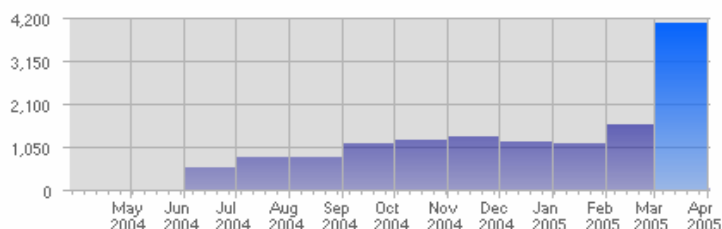
I suggerimenti tratti dall’analisi del questionario ci hanno fatto riflettere circa la funzionalità dello Strumento e la sua applicazione. Se da un lato si è cercato di dare rilievo alle indicazioni provvedendo alla modifica della struttura, dall’altro si sono avviate delle sperimentazioni-azioni di partecipazione on-line che rispondessero alla finalità anche di sensibilizzare la cittadinanza circa l’importanza che riveste l’essere attivi sul proprio territorio.

Le sperimentazioni possono essere riassunte in tre fasi (vedi scheda presentazione progetto Pandora in questa newsletter): la prima esclusivamente on-line, la seconda in modalità blended all'interno di focus group tematici, la terza in modalità blended all'interno dei processi che istituzionalmente prevedono la partecipazione.

## **Performatività cyberterritoriale**

I luoghi nascono e muoiono passando attraverso una pluralità di significati, e hanno la capacità, parafrasando G. Zanetto, di “fare” gli abitanti, e quindi di attrarre le persone “giuste” per i propri valori o interessi. Ci sono posti in cui si stabiliscono relazioni interpersonali che possono travalicare il semplice rapporto di collaborazione e di partecipazione ai processi proposti dando vita e senso al territorio della rete in termini di performatività territoriale (Chiarullo e Rocca, 2003).

Per avere un'idea circa l'uso di tale territorio in figura 3 si osserva che i visitatori di Pandora, dalla sua attivazione on-line (giugno 2005) è in costante crescita e va dalle 800 alle 4.000 presenze al mese. Questo dato è significativo perché è un indice di diffusione di Pandora nel web ma poco ci dice degli aspetti di “relazione” con e sul territorio della rete.



**Figura 3: numero di visitatori (lettura del 16 aprile 2005)**

Per leggere tali legami si è cercato di allestire un sistema di valutazione della qualità in grado di cogliere da un lato la soddisfazione degli utenti rispetto al territorio (senso di appartenenza al cyberterritorio), dall'altro la qualità dei prodotti scenari-proposte-contributi circa la sostenibilità locale (come produzione di cyberterritorio-) infine la qualità dell'interazione (viste quali relazioni mediate dal cyberterritorio)<sup>6</sup>. Se per indagare in merito al primo elemento si è messo a punto un adattamento del Sistema Servqual, per la valutazione e il monitoraggio degli altri due aspetti si sta allestendo uno strumento che dia elementi di valutazione rispetto al *prodotto* frutto del lavoro cooperativo dei “cittadini del Web” e relativamente *all'interazione*<sup>7</sup>.

## **Conclusioni**

TOMMYT:

«La consapevolezza che il pubblico, la popolazione stessa (nel tuo caso i venexiani D.O.C. de casteo!!) ha un ruolo fondamentale per dirigere i processi decisionali è purtroppo qualcosa che le Amministrazioni pubbliche ancora non percepiscono.

La difficoltà di accettare punti di vista diversi, opinioni contrastanti relega spesso le decisioni pubbliche ad essere unidirezionali (ahimè a scapito della popolazione stessa a volte...biennale?) così da limitare il potere insito in una pianificazione/gestione partecipata del territorio.

So che il Comune di Venezia ha implementato progetti "fascinosi" quali Agenda 21 locale e altro, ma tutt'oggi, come si può vedere uscendo di casa, la sensazione resta quella di essere "vittime" di scelte non nostre».

La polifonia di voci e di punti di vista finalizzata ad uno sviluppo sostenibile è un desiderio che sentiamo, come Tommyt, prioritario che però per attuarsi necessita di un “percorso educativo” che non tocchi solo i decisori. Sviluppare, nei cittadini, la consapevolezza che possono rivestire un ruolo di attori che si collocano in maniera significativa nelle relazioni di potere, far acquisire la consapevolezza e il “peso” delle proprie azioni; maturare la fiducia e l'esercizio alla personale

<sup>6</sup> Tale approccio olistico alla qualità è in sintonia con il metodo della ricerca-azione che dà ampia rilevanza alla valutazione qualitativa dei prodotti/processi.

<sup>7</sup> Per questa analisi si fa riferimento ai contributi di Talamo e Zucchermaglio (2003); Logorio e Spadaro (2004).

progettualità sul territorio è essenziale per avviare un processo di “empowerment” da parte della comunità. Il passaggio al web, quale possibile ambiente facilitante le pratiche partecipatorie e non solo come strumento per la navigazione tra le informazioni, potrebbe allargare il senso di comunità e intrecciare gli sguardi degli insiders e degli outsiders in un interessante salto di scala. Il seme della possibilità fa però i conti con la fatica e il senso di frustrazione che accompagna colui che è nel web. Spesso l’essere attore in molti ambiti fa compiere delle scelte a discapito della dimensione virtuale; la lontananza dal territorio reale aumenta il senso di inutilità rispetto a quanto si progetta nel web; la mancanza di proiezione al suolo del proprio lavoro dà un senso di inutilità e di frustrazione. Lavorare sui vincoli e valorizzare le possibilità è una palestra per le pratiche partecipatorie che fanno maturare il gusto di guardare all’interno del caleidoscopio “Pandora”.