



L'obiettivo perseguito dai progettisti del sito istituzionale del Comune di Torino, in conformità con le recenti normative nazionali ed europee in materia di comunicazione e pubbliche amministrazioni, è stato quello di sviluppare un sistema di e-government, inteso come processo di innovazione nell'offerta di servizi on-line per una maggiore efficienza dell'operato pubblico e un'interazione diretta tra utenti e P.A.. Il risultato che si vuole raggiungere è dunque quello di facilitare la partecipazione e il coinvolgimento attivo dei cittadini alla vita politico-sociale della città. Pur mantenendo la sua missione informativa, il sito cessa di essere statico e mira alla creazione di una comunità digitale che possa interagire, condividere contenuti, avere un rapporto diretto con le istituzioni tramite la fruizione di una vasta gamma di servizi (15) che utilizzano formati e strumenti diversi.

La sezione "Torino 2.0" è stata ideata e sviluppata per raggiungere diverse tipologie di utenti. Emerge la volontà dei designer di non escludere aprioristicamente determinate fasce di popolazione sulla base dell'aspetto anagrafico e delle competenze informatiche. Se è vero infatti che alcuni servizi come YOUTORINO, TWITORINO, FACEBOOK (che utilizzano i social network e che presuppongono l'uso di pagine personalizzate di iGoogle, Netvibes o Windows Live) sono essenzialmente rivolti ai giovani, la maggior parte delle applicazioni sono destinate ad un target "trasversale". Il servizio di SCREENCAST e VIDEOGUIDA ad esempio, è ideato per accompagnare gli utenti meno esperti nella navigazione del sito (vedi allegato A). Sarebbe poi superficiale individuare nei residenti torinesi gli unici destinatari. In realtà dall'analisi dei diversi servizi web 2.0, è evidente la volontà di andare ben oltre questa fascia d'utenza (basti pensare che è disponibile la versione del sito in lingua inglese). Vediamo le diverse categorie di utenti riscontrate:

Residenti. È chiaramente la categoria più rappresentativa. Sono i torinesi i principali fruitori del sito.

Non residenti. Non soltanto i residenti in città possono avere interesse ad avere notizie su Torino o avere l'esigenza di usufruire dei servizi offerti. Un esempio può essere MAPPATO, il servizio che permette la consultazione e la condivisione delle mappe della città, o TORINOFACILE che consente l'emissione e la stampa di certificati anche di non residenti se i relativi atti sono registrati presso il Comune di Torino (vedi allegato B).

Stranieri residenti a Torino o turisti. Sono diversi i servizi dedicati agli utenti stranieri: "Informastranieri" servizio all'interno di TORINO ESPRESSO che raccoglie una serie di notizie e informazioni utili; le video guide della città di Torino della sezione SCREENCAST in lingua inglese, romena e albanese; Edizioni dei "Torino Web News" disponibili su YOUTORINO, in diverse lingue (arabo, spagnolo, cinese, filippino, albanese); TWITORINO e TORINO, che permettono di avere aggiornamenti, notizie e informazioni in lingua per i residenti in città e turisti (vedi allegato C).

Professionisti e aziende. È il caso di TORINOFACILE che consente la stampa di documenti per professionisti iscritti agli ordini professionali della Provincia di Torino, o aziende convenzionate con il Comune di Torino (vedi allegato D).

Le attività supportate da "Torino 2.0" sono:

Favorire la condivisione di contenuti. Contenuti che possono essere consultati, modificati o integrati. Tra i servizi che supportano questa attività troviamo MAPPATO, che consente di creare mappe personali della città con punti di interesse, percorsi e informazioni su aree tematiche scelte dall'utente; TAGGATO, che permette di contrassegnare i contenuti presenti nel sito con delle tag a piacere, indipendentemente dal linguaggio utilizzato dall'amministrazione per identificarli, in modo tale da facilitare la ricerca



futura per sé e gli altri utenti; WIDGET, il servizio che consente di scaricare sulle proprie pagine personalizzate, e quindi diffonderle e scambiarle con altri utenti, notizie e informazioni di vario genere su Torino; TWITORINO e FACEBOOK TORINO, che sfruttando la popolarità dei social network riprendono e diffondono con modalità diverse, le notizie pubblicate sul sito della città; YOUTORINO che informa e parla di Torino tramite i video che vengono caricati periodicamente dai gestori del canale (vedi allegato E).

Favorire la conoscenza e l'informazione degli utenti. Non che i servizi appena descritti non abbiano anche una missione informativa, ma hanno nella possibilità di interazione e condivisione di contenuti il loro punto di forza. CAMBIATO, TORINO ESPRESSO, STAMPATO, YAHOO!GO e ITORINO si caratterizzano invece per essere servizi attenti a favorire l'informazione e modellarla sulle esigenze degli utenti, i quali possono accedere direttamente alle notizie delle aree tematiche scelte, avere notizie espresse da consultare in breve tempo, creare e stampare il giornale personalizzato sulla base dei propri interessi, leggere comunicati e info tramite dispositivi mobili (vedi allegato F).

Favorire un rapporto diretto con la Pubblica Amministrazione. TORINOFACILE è il servizio che fornisce all'utente un sistema di riconoscimento sicuro e a basso costo, per poter accedere ai servizi online messi a disposizione dalla città di Torino. La registrazione, indispensabile per l'utilizzo di altri servizi web 2.0 come TAGGATO e MAPPATO, consente l'emissione di certificati anagrafici, il pagamento di multe e tributi e la richiesta di altri servizi legati all'edilizia o il commercio. SEGNALATO poi, è il servizio di partecipazione diretta dei cittadini con l'amministrazione, che permette di inviare agli uffici competenti segnalazioni o suggerimenti su eventuali disservizi relativi alle targhe viarie (vedi allegato G).

Incentivare forme di e-learning. DENTRO LA MUSICA sperimenta l'apprendimento *on-line* di contenuti; nel caso specifico la partitura della "Nona sinfonia di Beethoven" (vedi allegato H).

Da sottolineare il fatto che tutti i servizi possono supportare più di un'attività: servizi come TAGGATO o TWITORINO, ad esempio, oltre a favorire la condivisione di contenuti tra gli utenti, incentivano la divulgazione costante di informazioni e notizie su Torino.

Per quanto concerne il tono della comunicazione ritengo di poter dire che domina l'aspetto informativo con un registro abbastanza informale: nonostante si tratti di un sito istituzionale il linguaggio è molto semplice e alla portata di tutti sia nei testi scritti che nel parlato dei video guida.

Nel sito troviamo contenuti di vario genere: contenuti "istituzionali" strettamente legati all'amministrazione pubblica, con informazioni circa il funzionamento degli uffici, numeri utili, atti e documenti relativi alla politica locale come le sedute del consiglio comunale e le delibere; contenuti che interessano i cittadini rispetto al ruolo attivo di collaborazione e partecipazione con la PA come quelli di SEGNALATO; contenuti di carattere essenzialmente informativo sulle ultime notizie da Torino, con informazioni che raccontano la città a 360 gradi, dal meteo alla viabilità e trasporti urbani, dallo sport al design o l'ambiente; contenuti di carattere culturale a cui gli utenti possono accedere per conoscere i punti di interesse artistico come i musei o gli eventi in programma in città; infine un contenuto che si differenzia dagli altri per non essere strettamente legato a Torino: la guida all'ascolto della musica classica.

I formati utilizzati per la presentazione dei contenuti variano a seconda del servizio offerto. Per alcuni è sufficiente la narrazione testuale: è il formato più usato per l'immediatezza e la semplicità della comunicazione. Il sito è ricco di video-guide e contributi filmati che riprendono momenti importanti



per la città dal punto di vista politico-istituzionale (ad esempio la proclamazione del sindaco o la visita del Dalai Lama), ma anche sociale e culturale (come i viaggi virtuali all'interno di mostre e musei torinesi). Non mancano poi le immagini e le fotografie utilizzate per illustrare la procedura corretta da seguire per la registrazione e l'utilizzo di determinati servizi come TORINOFACILE, o che semplicemente offrono scorci particolari e suggestivi della città. Molto importante infine l'utilizzo delle mappe che consentono agli utenti di visualizzare percorsi e località.

Anche gli strumenti utilizzati per incentivare le attività su descritte sono di vario genere. Fondamentale l'uso dei social network come Twitter, Orkut, LinkedIn, Plaxo ma soprattutto YouTube e Facebook, che offrono possibilità di interazione tra gli utenti e di condivisione di contenuti di varia natura. Vengono utilizzate piattaforme o i sistemi di blog come Netvibes, iGoogle, Apple Dashboard, Opera, Windows Vista, Live o quantomeno si garantisce ai fruitori di queste pagine personalizzate di scaricare i widget ufficiale della città. Si sfruttano le potenzialità di internet mobile, con la piattaforma Yahoo!Go che consente di avere notizie sulla città dai telefoni cellulari. Si utilizzano applicazioni come Google Earth e Tom Tom per visualizzare le mappe della città. Infine gli RSS, lo strumento forse più importante. È un aggregatore di contenuti che consente di raccogliere notizie e informazioni in forma testuale, ma anche audio o video (podcast), da una pluralità di siti, col vantaggio di non dover più navigare da un sito all'altro e avere possibilità di realizzare pagine personalizzate ¹.

A differenza di molti siti istituzionali che si distinguono per essere oscuri e autoreferenziali a causa di una progettazione basata su un alto grado di tecnicismi, il sito di Torino non è un sito-vetrina che parla di sé ma è studiato e progettato sull'utente. Un primo punto di forza è a mio avviso l'offerta di servizi che, con l'uso di strumenti e formati diversi riescono a supportare attività di vario genere e quindi a coinvolgere più di una categoria di utenza. Strettamente collegato a questo punto poi, mi sembra giusto sottolineare la volontà di creare integrazione nella comunità, ad esempio con l'offerta di contenuti in lingua per gli stranieri residenti in città. Altro elemento positivo è la completezza e l'eterogeneità dei contenuti che veramente presentano Torino in tutti i suoi aspetti: dalle ultime notizie della città alle informazioni "istituzionali" relative agli uffici e i servizi del comune, dalla cultura e allo sport, e altro ancora. Fondamentale per una buona valutazione del sito è la chiara volontà di favorire la partecipazione attiva dei cittadini e la loro interazione con la P.A. Partecipazione che si manifesta concretamente con l'uso di strumenti web 2.0 che permettono all'utente di incidere direttamente sui contenuti del sito, ma anche attraverso servizi specifici che chiedono al cittadino di collaborare con il comune segnalando disservizi e avanzando proposte e soluzioni. Il punto di forza forse più significativo è poi l'usabilità del sito. Prendendo come riferimento l'usabilità dei siti web secondo Visciola ², il sito ne rispetta a pieno i requisiti: ritengo di poter dire che è navigabile, l'utente infatti si orienta e trova le informazioni facilmente grazie a una gerarchia delle informazioni chiara ed intuitiva; soddisfa le aspettative dell'utente grazie alla completezza dei contenuti; garantisce la comprensibilità delle informazioni e l'efficacia comunicativa, grazie a uno stile pensato per gli utenti finali e un'interfaccia grafica in linea con la strategia comunicativa del sito (dinamicità nell'uso di caratteri e colori che contribuiscono alla piacevolezza visiva).

¹ Cfr. A. Lovari e M. Masini, *Comunicazione pubblica 2.0: tecnologie, linguaggi, formati*, Milano, 2008, p. 53-54.

² Cfr. A. Crevola e C. Gena, *Web design: la progettazione centrata sull'utente*, Torino, 2006, p. 90.