

Comunicare le grandi trasformazioni

capire_tradurre_comunicare_[&informare]

Il progetto di comunicazione sulle grandi trasformazioni urbane

che cosa è

“Comunicare le grandi trasformazioni” è un progetto di informazione ai cittadini sul tema delle grandi trasformazioni urbane della Città di Collegno.

quali trasformazioni racconta

Sono cinque i progetti che l'Amministrazione comunale descrive ai propri cittadini:

- Nuovo negozio Ikea;
- Nuova viabilità provinciale con il Ponte sulla Dora;
- Piano particolareggiato “Ex Area Elbi”;
- Piano Particolareggiato “Area Centrale”
- Piano particolareggiato “Via Fabbrichetta”.

La scelta dei casi è stata compiuta tra i progetti che più recentemente hanno impegnato tecnici e politici della città, e risponde a due differenti esigenze. Da un lato quella di “raccontare” le singole trasformazioni urbane all'interno di una cornice di cambiamento che interessa tutto l'ambito comunale, dall'altro quella di descrivere casi che appartengano a differenti tipologie di intervento urbanistico.

La prima esigenza nasce dalla volontà di esplicitare quale sia il disegno generale di trasformazione della città, quale sia la strategia di governo del territorio, e infine quali siano le relazioni che legano i singoli progetti all'interno di un disegno urbano uniforme e coerente sia a scala comunale che sovracomunale.

Il secondo obiettivo è di avviare un processo di avvicinamento progressivo dei cittadini ai temi dell'urbanistica e della pianificazione territoriale. Questa scelta pone al centro della strategia comunicativa e degli strumenti individuati due elementi: la “comprensione” del linguaggio tecnico - proprio della disciplina urbanistica - e i bisogni del destinatario dell'informazione, ossia il cittadino.

Sulla base di queste considerazioni i progetti individuati forniscono i primi elementi di conoscenza su: a) le caratteristiche di un *Piano Esecutivo Convenzionato di Libera Iniziativa (P.E.C.L.I.)* attraverso la descrizione del progetto del Nuovo negozio Ikea; b) quali e quanti fattori intervengono nel corso di un processo decisionale che riguarda la realizzazione di una *viabilità di livello provinciale* come quella che comprende la realizzazione del Ponte sulla Dora; c) quale sia il livello di complessità che la Pubblica Amministrazione si trova ad affrontare nella definizione dei *Piani Particolareggiati* che recuperano e riqualificano aree strategiche della città come l'ex Area Elbi, l'Area Centrale e l'area di via Fabbrichetta.

in che modo le racconta

Il progetto sperimenta una strategia comunicativa *aperta e flessibile*, in modo che possa essere facilmente modificata, implementata e arricchita in occasione dell'organizzazione e dell'attivazione di ulteriori iniziative e attività su questo tema.

Le trasformazioni urbane vengono descritte e raccontate utilizzando un *approccio interattivo, ludico e didattico* nella trasmissione delle informazioni. La prima riflessione alla base di questa scelta è quella di consentire al destinatario dell'informazione di non essere uno spettatore passivo, bensì di avere un *ruolo attivo* nella scoperta e nell'apprendimento dell'informazione stessa, facendo leva sulla sua curiosità e facilità di apprendere attraverso il divertimento.

Successivamente alla scelta dell'approccio da adottare ci si è domandato quale fossero i destinatari e i *target* di popolazione da raggiungere. Il desiderio di andare incontro al maggior numero di destinatari possibili ha portato alla scelta di non utilizzare strumenti che potessero escludere in partenza alcuni di essi.

I cinque progetti di trasformazione vengono dunque raccontati attraverso l'interazione manuale con plastici manipolabili [FOTO 1], attraverso la lettura di volantini e libretti informativi sulle caratteristiche di ciascun progetto [FOTO 2] e attraverso l'osservazione di un pannello che riproduce il contesto comunale e localizza sul territorio ogni singolo intervento.

L'approccio al progetto: un processo aperto e flessibile

perché la scelta di comunicare le grandi trasformazioni

Informare i propri cittadini è:

- un *atto di trasparenza* dell'azione pubblica [informare di ciò che accade, del perché accade e di quali impatti potranno esserci sui modi di vivere la città];
- un *atto di rafforzamento* dell'identità locale [la conoscenza e la coscienza delle trasformazioni è un elemento che rafforza lo spirito civico dei cittadini];
- un *atto di avvicinamento* dei cittadini ai temi dell'urbanistica e di sensibilizzazione verso il rinnovato ruolo della città nell'ambito metropolitano [la conoscenza dei fattori che incidono sulla scelta di effettuare o meno un intervento è un elemento che contribuisce a chiarire meglio quali sono le dinamiche complesse che incidono su una scelta progettuale];
- un *atto di potenziale mobilitazione* delle energie locali [i cittadini informati possono contribuire con il loro sapere, con il loro vissuto, a rendere più efficaci le politiche dell'amministrazione, e quindi ad avvicinarle ai bisogni diffusi della comunità].

l'obiettivo di lungo periodo: l'urban center

Il progetto di comunicazione sul tema delle grandi trasformazioni urbane si inserisce all'interno di un quadro di più ampio respiro e di lungo periodo, ossia l'intenzione da parte della Città di Collegno di dotarsi di un Urban Center.

Esso costituisce dunque la fase di *start up* di questo processo, consentendo da un lato di sperimentare l'efficacia di strumenti e strategie comunicative da adottare nel breve e nel lungo periodo, e dall'altro di pensare alla creazione dell'Urban Center come un *work in progress*, cioè come una struttura le cui caratteristiche (in termini di finalità, funzioni, attività, gestione, sede) verranno definite progressivamente. In questa ottica l'Urban Center viene inteso come una struttura aperta e flessibile, come un progetto capace di crescere e assumere nuove funzioni con il passare del tempo. A partire da una strategia di tipo eminentemente comunicativo si immagina di attribuirgli mano a mano nuove funzioni e di dotarlo di nuovi strumenti. In questa ipotesi potranno essere ideati strumenti che consentiranno di verificare in maniera continuativa l'efficacia delle attività svolte dal centro, e/o di disegnare le nuove funzioni a partire dal risultato dell'interazione con i cittadini e dall'ascolto delle loro esigenze. Dunque non un ruolo puramente informativo ma una struttura dinamica e mutevole, capace di essere un luogo di sperimentazione di strumenti, tecniche e approcci innovativi, capaci – a loro volta - di superare la rigidità in cui le *routines* e le procedure spesso costringono le Pubbliche Amministrazioni.

gli obiettivi di breve periodo: informare, sperimentare, riflettere

In questa ottica gli obiettivi in fase di *start up* sono stati:

- informare i cittadini su cinque progetti di trasformazione urbana che hanno già concluso il loro iter di progettazione e approvazione, la cui realizzazione è già avviata o è in programmazione;

- ideare, sperimentare e testare sul campo la strategia comunicativa adottata, il linguaggio scelto e gli strumenti realizzati;
- iniziare a riflettere su un modello di urban center per la città.

Le fasi del progetto

Il progetto si articola complessivamente in tre fasi, ciascuna delle quali è strutturata in azioni che perseguono un obiettivo specifico. In tutte le fasi si sono svolti *incontri di coordinamento* con i referenti del *Settore Urbanistica e Ambiente* e l'*Assessorato alle Politiche Territoriali* con l'obiettivo di condividere le scelte e i risultati e di programmare i passi successivi.

capire le grandi trasformazioni_ prima tappa

È la fase di *comprensione* dei progetti di trasformazione urbana che avviene attraverso la sovrapposizione dei dati progettuali e dei punti di vista dei soggetti (politici e tecnici) che hanno seguito l'intero iter del progetto, dalla singola proposta sino alla sua approvazione.

[azione 1] - mappatura degli urban center

La mappatura dei casi di Urban Center consiste in una schedatura delle tipologie di [u.c.] realizzate in altre città in base a categorie che variano dalle forme organizzative e gestionali, all'interazione con l'utenza allargata (cittadini e attori territoriali), alle attività svolte e agli spazi utilizzati.

L'indagine ha l'obiettivo di fornire un primo quadro di conoscenza per orientare la scelta del modello di Urban Center da realizzare nel lungo periodo, evidenziando alcuni dei nodi critici che sarà necessario affrontare in via preliminare.

[azione 2] - documenti tecnici

Il confronto sui documenti tecnici relativi ai progetti ha permesso di individuare i *dati oggettivi* (descrittivi e quantitativi) delle trasformazioni (localizzazione; rapporto con il contesto comunale; caratteristiche dimensionali e funzionali) e di compiere un primo *step* di passaggio dal linguaggio tecnico a quello più divulgativo.

[azione 3] - interviste soggetti della Pubblica Amministrazione

Sulla base della conoscenza acquisita attraverso le azioni precedenti è stato possibile avviare un ciclo di interviste all'interno della P.A. al fine di :

- capire il punto di vista degli altri settori della Pubblica Amministrazione sui progetti di trasformazione;
- avviare una prima indagine sulle caratteristiche che dovrebbe avere l'Urban Center;
- avviare una prima indagine sulla strategia di comunicazione di lungo periodo.

L'obiettivo del ciclo di interviste all'interno dei diversi settori del Comune è di guardare le grandi trasformazioni da un punto di vista allargato, e dunque di aggiungere un ulteriore livello di conoscenza rispetto a quello tecnico. In questo modo è stato possibile definire con un maggiore dettaglio il quadro decisionale che ha portato alla scelta della realizzazione dell'intervento, le motivazioni che hanno spinto a fare una determinata scelta progettuale, ma anche (se non soprattutto) annotare le valutazioni circa le ricadute sul territorio dei singoli interventi in termini di impatto sociale e territoriale (impatti positivi e negativi sul territorio e sulla vita dei cittadini). Attraverso le interviste è stato possibile ricostruire un quadro delle sinergie potenziali fra i progetti analizzati e le iniziative messe in atto dai diversi settori, e individuare alcuni ambiti di possibile collaborazione.

tradurre le grandi trasformazioni_ seconda tappa

È la fase di trasformazione dei contenuti dell'informazione da un linguaggio tecnico ad un linguaggio di facile comprensione da parte di una utenza allargata. In questa fase sono stati *tradotti* i dati relativi ai progetti di grande trasformazione urbana raccolti durante la fase precedente, cioè:

- i dati *oggettivi* e *quantitativi* dei progetti, ossia i dati tecnici;
- i dati *qualitativi*, quelli che esulano dalla descrizione tecnica in quanto tale per fornire indicazioni aggiuntive rispetto alle motivazioni che hanno portato ad un tipo di scelta progettuale, al rapporto con il contesto e ad una valutazione delle ricadute sul territorio e sui cittadini, ossia i dati individuati attraverso le interviste ai soggetti della P.A..

[azione 1] - progettazione e realizzazione degli strumenti di comunicazione per la fase di start up

In questa fase sono stati progettati e realizzati gli strumenti di comunicazione ritenuti idonei per la fase di *start up*. Sulla base di quanto emerso dal ciclo di interviste riguardo al tema della comunicazione è stato condotto un *focus group* con i soggetti interni all'Amministrazione con l'obiettivo di individuare uno slogan rappresentativo del progetto che fosse "flessibile" cioè riutilizzabile anche per altre iniziative del Comune.

comunicare le grandi trasformazioni_ terza tappa

È la fase in cui il Comune di Collegno si reca sul territorio per informare i propri cittadini sui grandi progetti di trasformazione urbana della città.

[azione 1] - la mostra permanente e la mostra itinerante

Gli strumenti di comunicazione realizzati vengono esposti in una *mostra permanente* allestita nell'atrio del palazzo del Municipio [FOTO 3]. Tali strumenti sono stati realizzati con l'obiettivo di rendere possibile l'organizzazione e la realizzazione di una *mostra itinerante* tra alcuni luoghi strategici della città, spazi sul territorio legati alle aree in trasformazione, sedi di associazioni cittadine o luoghi di incontro di una certa rilevanza.

Gli strumenti di comunicazione

Sono tre gli strumenti di comunicazione realizzati per descrivere le grandi trasformazioni urbane: un pannello di contesto, i volantini, un *kit portatile* progettato *ad hoc* per rappresentare i singoli progetti.

il pannello di contesto

Racconta come cambia la città attraverso i progetti di trasformazione urbana mettendo in evidenza le connessioni tra i principali interventi previsti sul territorio comunale.

i volantini

Raccontano il progetto di trasformazione urbana aiutando a localizzarlo sul territorio e fornendo tutte le informazioni relative alle nuove funzioni che si insedieranno.

i plastici manipolabili e i quaderni di lettura

Raccontano il progetto in tutti i suoi dettagli dimensionali e spaziali, mettendo in evidenza il rapporto con il contesto ed esplicitando ogni singola funzione.

I plastici sono realizzati in legno, sono manipolabili, smontabili e rimontabili per consentire l'interazione manuale e la scoperta delle informazioni. Ad esso si accompagna un *quaderno di lettura* che spiega e fornisce i dati dimensionali di ogni singola funzione che caratterizza il progetto di trasformazione urbana.

Il plastico, il quaderno e un pieghevole che riproduce il pannello di contesto si trasformano in una valigetta che consente di trasportare l'informazione in giro per la città.

Chi ha reso possibile il progetto di comunicazione

L'Assessorato alle Politiche Territoriali, il Settore Urbanistica e Ambiente e l'arch. Alessandra De Matteis hanno ideato e sviluppato insieme il progetto, che ha beneficiato della collaborazione attiva dell' *Ufficio Stampa e Comunicazione*, del *Settore Politiche Educative e Sociali* e del *Settore Lavori Pubblici* della città.