



Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Corso di Laurea Magistrale in
Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa

TESI DI LAUREA IN
LABORATORIO DI CONTENUTI PER IL WEB

UNImeet.

UX/UI design per la creazione di processi comunitari onlife

Relatore:

Prof. Giacomo Tagliani

Correlatore:

Prof. Roberto Cavicchioli

Laureanda:
Stefania Aliano

Anno Accademico 2025/2026

Indice

Abstract	1
Capitolo 1 Introduzione	1
1.1 Definizione del problema	2
1.2 Obiettivi del progetto	4
1.2.1 Domanda di ricerca	7
1.3 Metodologia	8
1.3.1 Fasi di sviluppo UI e UX design	12
Capitolo 2 Prospettive teoriche alla base del progetto UNImeet	14
2.1 Il ruolo trasformativo delle tecnologie nella vita studentesca: fondamenti teorici e applicazioni pratiche del progetto UNImeet	15
2.2 Reti, comunità e capitale sociale: presupposti teorici di UNImeet	17
2.3 Sociologia urbana: una lettura critica attraverso Lefebvre, Bourdieu e Harvey	26
2.3.1 La tecnologia come mezzo per democratizzare gli spazi	32
Capitolo 3 Pratiche di gamification in UNImeet	35
3.1 Gli elementi chiave della gamification	38
3.2 La teoria del flow: per una gamification efficace	43
Capitolo 4 User needs analysis per UNImeet: analisi descrittiva e limiti metodologici	47
4.1 L'importanza della sezione Svago	50
4.1.1 Il bisogno di nuove amicizie (Q1)	50
4.1.2 Attività ricreative in prossimità dell'ateneo e condizione residenziale (Q4) ..	53
4.1.3 Difficoltà di spostamento e sicurezza percepita (Q8, Q9)	57
4.2 Scelte progettuali per la sezione Studio	64
4.2.1 L'importanza dei gruppi studio (Q2)	64
4.2.2 Spazi collaborativi e canali informativi (Q3, Q12)	67
4.3 Una piattaforma sicura per la ricerca degli alloggi (Q5)	70
4.4 Il mantenimento dei contatti dopo la laurea (Q6)	73
4.5 Il valore di una rete digitale dedicata agli studenti (Q11, Q13)	77
4.6 Conclusioni	79
Capitolo 5 Progettazione e sviluppo dell'interfaccia di UNImeet	83
5.1 La Home Page di UNImeet: struttura, logica e flusso di navigazione	85
5.1.1 Il principio del progressive disclosure	87

5.1.2 Sidebar personalizzabile e usabilità adattiva	89
5.1.3 Prossimi Eventi e Attività Recenti: design temporale e contestuale	91
5.1.4 Personalizzazione e supporto proattivo nella dashboard	93
5.2 La sezione Studio	95
5.2.1 Struttura e architettura della sezione	95
5.2.2 Il collegamento con la rappresentanza studentesca	96
5.2.3 I gruppi di studio in modalità ibrida	97
5.2.4 Partecipazione, riconoscimento e clima comunitario	100
5.2.5 Il rapporto con il territorio: un modello di adesione volontaria	101
5.2.6 Dal repository al forum: una scelta di responsabilità	102
5.3 La sezione Svago	104
5.4 La sezione Alloggi	109
5.5 La sezione Post-laurea: continuità e networking	113
5.6 L'utente ospite: opportunità e implicazioni strategiche per l'ateneo	117
Capitolo 6 Il design del logo di UNImeet: identità visiva, evoluzione cromatica e coerenza istituzionale	120
6.1 Struttura e costruzione del marchio	121
6.2 Significato cromatico e razionalizzazione della palette	123
6.2.1 Valori e funzioni dei colori nel nuovo sistema visivo	124
6.2.2 La palette come linguaggio simbolico	125
Capitolo 7 Conclusioni e sviluppi futuri	125
7.1 Principali risultati e criticità emerse	126
7.2 Sviluppi futuri e prospettive di implementazione	129
Bibliografia	130
Sitografia	135
Appendice	137

Abstract

The university experience represents a pivotal stage in both personal and academic development, yet it is often marked by fragmentation, isolation, and organizational difficulties that undermine students' well-being.

This thesis presents UNImeet, a digital platform designed to support social, academic, and housing integration within the Unimore student community. The project stems from an analysis of students' needs conducted through an exploratory survey administered to the student population of the Reggio Emilia campus, which yielded 68 valid responses after the application of an attention-check criterion. The findings confirm a widespread demand for peer connection, shared academic resources, and reliable access to information, while also showing that the obstacles to participation are unevenly distributed across the student population: barriers to evening mobility and perceived safety concerns emerge along distinct lines, the former related to residential condition and the latter to gender. This distinction, together with the recognition that students living in the university town, whether long-term residents or relocated for study purposes, share the same logistical condition, informed the definition of functional priorities.

On this basis, UNImeet brings together four core areas, Study, Leisure, Housing, and Post-graduation Networking, within a single digital environment intended to promote inclusion, mutual support, and a stronger sense of community. Grounded in theories of digital sociology and community studies (Castells, Esposito, Putnam), the platform reconsiders the relationship between technology and community, treating online interaction as a means of enabling rather than replacing face-to-face connection. The design process follows a user-centred methodology structured according to the Double Diamond model, combining needs analysis, information architecture definition, and the development of an interactive prototype in Figma; principles drawn from Human-Computer Interaction research, together with gamification mechanics and flow theory, guide the interface design in view of accessibility and sustained engagement.

Given the non-probabilistic nature of the sample, the findings are descriptive of the group observed and are not generalised to the wider student population, and the interface is presented as a prototype whose empirical validation through usability testing constitutes the natural continuation of this work. Within these limits, UNImeet is proposed not merely as an application but as a form of social infrastructure, capable of reframing university life as a collective, supportive, and transformative experience.

Keywords: *UX/UI design, user-centred design, student well-being, digital community, higher education, gamification, social capital.*

Capitolo 1 Introduzione

L'esperienza universitaria rappresenta uno dei momenti più importanti e critici, caratterizzata dall'intrecciarsi di ambizioni personali, sfide accademiche e la necessità di costruire relazioni con altri studenti. Pertanto, questo periodo non si riduce al mero svolgimento di lezioni e gestione degli esami, ma è un percorso complesso, durante il quale il supporto sociale, la condivisione di esperienze e una gestione consapevole delle difficoltà quotidiane sono determinanti per plasmare il benessere e la crescita personale, e far sì che vivano in modo più sano la vita universitaria. Tuttavia, la realtà accademica è spesso segnata da una serie di problematiche che, se non adeguatamente affrontate, rischiano di compromettere la qualità dell'esperienza formativa e, di conseguenza, il rendimento accademico e il benessere psicologico degli studenti.

In un contesto caratterizzato da una crescente pressione e dall'isolamento sociale, emerge con forza la necessità di creare spazi di aggregazione capaci di favorire la comunicazione, la collaborazione e il supporto reciproco.

È in risposta a queste esigenze che si inserisce il progetto UNImeet, una piattaforma digitale concepita per mettere al primo posto le reali problematiche e necessità degli studenti universitari, integrando in un unico ecosistema digitale aspetti relativi allo studio, allo svago, alla sicurezza abitativa e al networking post-laurea.

1.1 Definizione del problema

L'individuazione del problema che costituisce il punto di partenza di questa ricerca è il risultato di un processo di analisi volto a mettere in evidenza le criticità che caratterizzano l'esperienza universitaria contemporanea.

Pur rappresentando un contesto privilegiato per la formazione e lo sviluppo personale, l'università si configura come un ambiente complesso, in cui diversi fattori concorrono a ostacolare la piena realizzazione del percorso formativo degli studenti. Le difficoltà emerse non riguardano esclusivamente la dimensione accademica, ma si estendono anche a quella sociale ed emotiva, delineando un quadro articolato e interconnesso.

Sul piano accademico, la gestione dello studio appare frequentemente compromessa da una limitata accessibilità alle risorse didattiche, che, seppur supportata dalle strutture bibliotecarie, non sempre risulta adeguata a soddisfare le esigenze complessive della popolazione

studentesca. A ciò si aggiunge la persistenza di un modello educativo tradizionale, connotato da un forte individualismo, che tende a ridurre le opportunità di collaborazione e di confronto tra pari.

Tale impostazione limita la creazione di gruppi di studio e l'elaborazione condivisa delle conoscenze, elementi che potrebbero invece favorire processi di apprendimento più efficaci e inclusivi. Ulteriore elemento critico è rappresentato dalla pressione esercitata dall'accumularsi di esami e scadenze, fattore che contribuisce ad accrescere i livelli di stress e a ridurre la motivazione, incidendo negativamente sulla continuità e sulla qualità delle performance accademiche.

Parallelamente, l'università si rivela un contesto in cui si manifestano sfide di natura sociale ed emotiva, che appaiono particolarmente rilevanti per coloro che provengono da realtà differenti o che si trasferiscono in nuove città. In questi casi, la mancanza di reti di supporto e la difficoltà nel costruire relazioni significative alimentano sentimenti di isolamento e solitudine, che possono tradursi in ansia, calo del benessere psicologico e, nei casi più gravi, in forme depressive connesse a un maggiore rischio di abbandono degli studi. A ciò si aggiunge la frammentazione degli spazi di aggregazione e l'assenza di iniziative strutturate e continuative, elementi che ostacolano l'integrazione degli studenti nella comunità universitaria e ne limitano la possibilità di sviluppare un autentico senso di appartenenza.

Nel loro insieme, tali criticità delineano un quadro complesso in cui dimensione accademica e dimensione relazionale risultano strettamente intrecciate. Il carico emotivo e psicologico che ne deriva non può essere considerato marginale, poiché incide direttamente sulla capacità degli studenti di affrontare con serenità e consapevolezza il percorso di studi. L'insufficienza di strumenti di supporto e di occasioni di integrazione contribuisce a rafforzare queste problematiche, evidenziando la necessità di sviluppare strategie e riflessioni innovative capaci di migliorare la qualità dell'esperienza universitaria e di renderla più sostenibile sul piano personale e collettivo.

Un ulteriore elemento critico riguarda la gestione della vita da fuori sede. Gli studenti che si trasferiscono per motivi di studio si trovano spesso ad affrontare la difficile ricerca di un alloggio sicuro, accessibile e affidabile. L'assenza di un sistema informativo centralizzato e la diffusione di annunci non verificati generano incertezza e rendono il processo complesso e potenzialmente rischioso. Oltre alla questione abitativa, vi è quella del passaggio a una vita

autonoma che impone sfide organizzative significative, come la gestione delle spese, la ricerca di servizi locali affidabili e l'integrazione in una nuova comunità. Senza un adeguato supporto, questi fattori possono rappresentare ulteriore fonte di stress nella vita di uno studente fuori sede.

Per affrontare queste difficoltà, gli studenti hanno progressivamente fatto ricorso a una serie di strumenti e iniziative di natura eterogenea. Piattaforme digitali come WhatsApp o Facebook, pur non essendo state concepite con finalità accademiche o di supporto alla vita universitaria, sono state nel tempo adattate a tali usi, divenendo spazi informali di coordinamento, condivisione di informazioni e socializzazione. Accanto a queste soluzioni spontanee, si collocano interventi istituzionali più strutturati, come ER.GO, che gestisce bandi per l'assegnazione di borse di studio, alloggi e altri benefici economici e logistici.

Tuttavia, nessuna di queste iniziative riesce a rispondere in modo pienamente integrato alla complessità delle esigenze studentesche. I portali istituzionali e i siti accademici, pur offrendo informazioni puntuali su corsi, lezioni e comunicazioni ufficiali, risultano carenti sul piano del supporto sociale e relazionale. Al contrario, le applicazioni per la socializzazione, pur facilitando l'incontro tra studenti, tendono a concentrarsi esclusivamente sugli aspetti relazionali, trascurando le dimensioni accademiche e organizzative, come la ricerca di alloggi o il sostegno allo studio. Analogamente, i gruppi social informali, nati dal basso e privi di riconoscimento ufficiale, si caratterizzano per la loro frammentarietà e per la difficoltà nel costituire un ecosistema di supporto stabile e affidabile. O ancora, si pensi ai programmi di tutorato peer-to-peer, risultano spesso limitati nella loro diffusione e accessibilità.

1.2 Obiettivi del progetto

Alla luce di questo insieme di criticità, è emersa l'esigenza di progettare una piattaforma capace di riunire in un unico spazio digitale le molteplici istanze che caratterizzano la vita studentesca, integrandole in modo coerente e funzionale. UNImet nasce con tale intento: ridefinire l'esperienza universitaria attraverso la creazione di un ecosistema digitale innovativo e integrato, in grado di rispondere efficacemente alla varietà di bisogni che scandiscono la quotidianità degli studenti.

L'obiettivo primario è quello di centralizzare, all'interno di un'unica piattaforma, le dimensioni accademica, sociale e organizzativa della vita universitaria, offrendo strumenti

evoluti per promuovere il benessere individuale, la collaborazione e una gestione più consapevole delle sfide quotidiane.

Tra gli aspetti cardine del progetto si colloca la centralizzazione delle informazioni, che si traduce nella creazione di un punto di accesso unico e affidabile per risorse didattiche, opportunità di alloggio, eventi sociali e iniziative di networking tra studenti, comprese quelle rivolte a neolaureati e dottorandi. Tale integrazione si rende necessaria poiché gli studenti, nel loro percorso, sono spesso costretti a orientarsi tra una moltitudine di canali e piattaforme frammentate, caratterizzate da informazioni parziali e difficilmente consultabili. UNImeet intende dunque colmare questa lacuna, offrendo un'interfaccia intuitiva e accessibile che consenta di reperire in modo rapido e unificato contenuti fondamentali per la vita accademica e personale.

Oltre alla componente informativa, la piattaforma mira a favorire la collaborazione e la socializzazione, stimolando la creazione di gruppi studio, la partecipazione a eventi culturali e momenti di confronto collettivo.

In tal senso, uno degli obiettivi essenziali di UNImeet è contrastare la solitudine e l'isolamento, fenomeni sempre più diffusi tra gli studenti universitari, in particolare tra coloro che si trasferiscono in nuove città. La piattaforma intende dunque fungere da catalizzatore sociale, facilitando l'incontro tra individui con interessi affini e promuovendo un senso di appartenenza e di comunità, elementi chiave per prevenire il disagio e sostenere la motivazione nello studio.

L'integrazione di strumenti di questo tipo, orientati alla promozione di dinamiche di apprendimento collettivo, contribuisce a consolidare un ambiente formativo più inclusivo e stimolante, in cui la condivisione di conoscenze e competenze diventa parte integrante dell'esperienza universitaria.

Un ulteriore aspetto cruciale del progetto riguarda il supporto agli studenti fuori sede, spesso chiamati a confrontarsi con difficoltà logistiche e organizzative legate alla ricerca di un alloggio e alla gestione della vita quotidiana. La dispersione delle informazioni e la mancanza di servizi centralizzati rendono questo processo complesso e potenzialmente fonte di stress. UNImeet propone soluzioni innovative per semplificare tali procedure, offrendo uno spazio dedicato, sicuro e riservato - accessibile solo tramite credenziali istituzionali Unimore - in cui

pubblicare annunci, formulare richieste e instaurare contatti diretti tra studenti, favorendo un ambiente trasparente e affidabile per la ricerca e la gestione degli alloggi.

Un'ulteriore area di interesse è rappresentata dalla fase post-laurea, durante la quale UNImeet si configura come un ambiente digitale capace di accompagnare i neolaureati nel complesso processo di transizione verso nuove realtà urbane, professionali o accademiche. Il periodo immediatamente successivo al conseguimento del titolo costituisce, infatti, una fase di profonda riorganizzazione personale e identitaria, in cui l'assenza di una rete relazionale consolidata può generare smarrimento. La piattaforma intende colmare tale vuoto fornendo strumenti per segnalare la propria presenza in una determinata città, entrare in contatto con altri utenti nella stessa condizione e creare così una rete di sostegno reciproco, basata sulla condivisione di esperienze, informazioni e opportunità.

Questo meccanismo di networking non si limita alla mera interazione virtuale, ma si traduce in occasioni concrete di incontro, attraverso eventi, iniziative e attività volte a favorire l'integrazione nei nuovi contesti sociali. In tal modo, UNImeet diviene non solo uno spazio digitale, ma un dispositivo relazionale capace di promuovere connessioni reali e durature.

Nel panorama italiano, le applicazioni rivolte a studenti e neolaureati risultano frammentate: alcune, come *Docsity*, si concentrano sullo scambio di materiale didattico; altre, come LinkedIn, AlmaLaurea o UNiDAYS, si focalizzano sul networking professionale o sull'offerta di vantaggi economici. Nessuna di esse, tuttavia, riesce a proporre un'esperienza realmente integrata che tenga insieme dimensione accademica, sociale e organizzativa.

UNImeet si distingue per la sua visione olistica e multidimensionale, proponendosi non come una semplice applicazione di servizio, ma come un ecosistema digitale in grado di unificare e armonizzare le diverse sfere della vita universitaria e post-universitaria.

Pertanto, l'obiettivo ultimo non è soltanto semplificare l'accesso alle risorse o favorire il networking, ma creare un ponte tra l'esperienza digitale e quella reale, utilizzando il mondo online come catalizzatore per le interazioni offline.

In questa prospettiva, la piattaforma si colloca all'interno di quella condizione che Luciano Floridi definisce *onlife* (Floridi, L., 2017): uno stato dell'esistenza contemporanea in cui la distinzione tra online e offline si dissolve progressivamente, dando origine a una realtà ibrida in cui il digitale non costituisce più un ambito separato, bensì una componente strutturale della vita sociale. Secondo Floridi, l'essere umano vive oggi immerso in *un'infosfera*, un

ambiente complesso in cui azioni, relazioni e identità si articolano simultaneamente tra spazio fisico e spazio virtuale. Tale prospettiva invita a ripensare il rapporto tra individuo e tecnologia non in termini di separazione, ma di co-costruzione, in cui il digitale diventa parte integrante delle modalità di espressione, apprendimento e partecipazione alla vita collettiva.

È proprio in questa direzione che si muove UNImeet, proponendosi come una piattaforma che valorizza la continuità tra esperienze digitali e reali.

L'obiettivo è promuovere un modello di interazione che, pur basandosi su strumenti tecnologici, non si esaurisca nella sfera virtuale, ma favorisca relazioni autentiche, scambi significativi e incontri concreti tra studenti. In tal senso, il digitale viene concepito non come fine a sé, ma come mezzo abilitante, un canale che amplifica le possibilità di connessione tra individui e che sostiene la costruzione di legami sociali fondati su collaborazione, condivisione e mutuo aiuto.

1.2.1 Domanda di ricerca

Alla luce degli obiettivi delineati, la domanda di ricerca che guida il presente lavoro può essere formulata come segue:

In che misura una piattaforma digitale integrata come UNImeet può contribuire a potenziare il benessere studentesco, la partecipazione collaborativa e il successo formativo, in particolare nei contesti periferici o meno consolidati come poli accademici, quali Modena, Reggio Emilia, Mantova e Carpi?

A questa domanda principale si affiancano due interrogativi complementari, funzionali ad articolare più nel dettaglio l'indagine condotta:

In che misura una soluzione di questo tipo può contribuire a contrastare l'isolamento sociale e le difficoltà di integrazione riscontrate dagli studenti fuori sede?

Quali elementi di progettazione digitale risultano più efficaci nel favorire l'adozione della piattaforma da parte di una popolazione studentesca eterogenea per abitudini, esigenze e livello di familiarità con gli strumenti tecnologici?

Questa articolazione consente di distinguere un piano di indagine più generale, orientato a valutare l'impatto potenziale di UNImeet sul benessere e sul rendimento accademico, da un piano più circoscritto, che riguarda invece le condizioni progettuali necessarie affinché tale impatto si realizzi concretamente. Il progetto si propone dunque non soltanto di verificare

l'esistenza di un bisogno, già ampiamente delineato nel paragrafo precedente, ma di tradurre tale bisogno in una risposta progettuale coerente, illustrata nel dettaglio nel paragrafo successivo.

1.3 Metodologia

Per rispondere alla domanda di ricerca e sviluppare in modo efficace l'interfaccia utente e l'esperienza d'uso di UNImeet, la ricerca adotta un approccio metodologico fondato sui principi dello *user-centered design (UCD)*. Si tratta di un paradigma progettuale che, a differenza dei modelli di progettazione tradizionali orientati alla soluzione tecnica, pone il coinvolgimento diretto dell'utente al centro di ogni fase del processo di sviluppo, dalla definizione del problema fino alla valutazione della soluzione proposta. Tale impostazione trova un preciso riferimento normativo nello standard internazionale ISO 9241-210, dedicato esplicitamente alla progettazione centrata sull'essere umano dei sistemi interattivi, il quale definisce l'UCD come un approccio multidisciplinare che integra conoscenze relative ai fattori umani, all'ergonomia e alle tecniche di usabilità nell'intero ciclo di vita di un sistema (International Organization for Standardization, 2019). Lo standard individua quattro attività ricorsive che caratterizzano ogni processo di progettazione centrata sull'utente: la comprensione del contesto d'uso, la specifica dei requisiti utente, la produzione di soluzioni progettuali e la valutazione delle stesse rispetto ai requisiti individuati. Il presente lavoro riprende questa impostazione ricorsiva, pur adattandola - come si vedrà - alle condizioni operative e temporali proprie di un progetto di tesi.

L'adozione dell'UCD non rappresenta una scelta arbitraria, né un semplice adeguamento a una prassi diffusa nel settore, ma risponde a un'esigenza metodologica precisa, riconosciuta fin dalle prime formulazioni teoriche di questo approccio progettuale. Già negli anni Ottanta, con la pubblicazione di uno dei primi testi a sistematizzare l'interazione uomo-macchina come campo di studio autonomo, Norman e Draper (1986) osservavano come un processo progettuale privo di un'analisi strutturata dei bisogni reali degli utenti tenda inevitabilmente a riflettere il modello mentale del progettista piuttosto che quello dell'utente finale. Ne derivano soluzioni che, pur appearing coerenti sul piano tecnico, risultano poco aderenti alle effettive modalità d'uso - un rischio che l'approccio *user-centered* è stato concepito specificamente per prevenire. Questo rischio risulta particolarmente rilevante nel caso di UNImeet, poiché il

progetto non si limita a rispondere a un singolo bisogno circoscritto, ma integra ambiti eterogenei - studio, socialità, ricerca abitativa, networking post-laurea - le cui interdipendenze e priorità relative non sono deducibili a priori, ma richiedono di essere indagate empiricamente presso la popolazione di riferimento. Un approccio progettuale che non prevedesse una fase strutturata di raccolta dati rischierebbe pertanto di privilegiare alcune funzionalità a scapito di altre sulla base di assunzioni non verificate, compromettendo l'aderenza della piattaforma ai bisogni reali che il paragrafo 1.1 ha inteso documentare.

Se l'UCD costituisce il fondamento teorico ed epistemologico della ricerca, la sua traduzione in un percorso operativo concreto richiede uno schema organizzativo capace di scandire le fasi del lavoro in modo chiaro e replicabile. A tale scopo, il presente lavoro adotta come riferimento il modello *Double Diamond*, elaborato dal *British Design Council*. Il modello nasce da uno studio empirico condotto dallo stesso Design Council su undici tra le principali aziende di design a livello internazionale, con l'obiettivo di individuare gli elementi ricorrenti nei processi progettuali adottati da organizzazioni di eccellenza operanti in settori differenti (Design Council, 2007).

Da tale analisi comparativa è emerso un modello capace di rappresentare, pur nella diversità dei contesti applicativi, una struttura di fondo comune: un processo articolato in quattro fasi -*Discover, Define, Develop, Deliver* - organizzate graficamente in due rombi contigui, ciascuno dei quali rappresenta un'alternanza tra pensiero divergente e pensiero convergente (UK Design Council, 2005).

Il pensiero divergente, che caratterizza la prima metà di ciascun rombo, corrisponde ai momenti in cui il campo di indagine viene volutamente ampliato, esplorando il maggior numero possibile di informazioni, prospettive, ipotesi e possibilità, senza restringere prematuramente il ventaglio delle opzioni disponibili. Il pensiero convergente, che caratterizza la seconda metà di ciascun rombo, corrisponde invece ai momenti in cui tali informazioni vengono selezionate, filtrate e sintetizzate in decisioni operative circoscritte. Questa alternanza non è una peculiarità esclusiva del *Double Diamond*, ma riprende un principio più generale, teorizzato per la prima volta in ambito progettuale dal linguista e teorico dei sistemi Béla H. Bánáthy, secondo cui ogni processo di progettazione efficace - indipendentemente dal dominio applicativo - richiede l'alternanza tra fasi di apertura, funzionali a massimizzare la quantità e la varietà delle informazioni raccolte, e fasi di

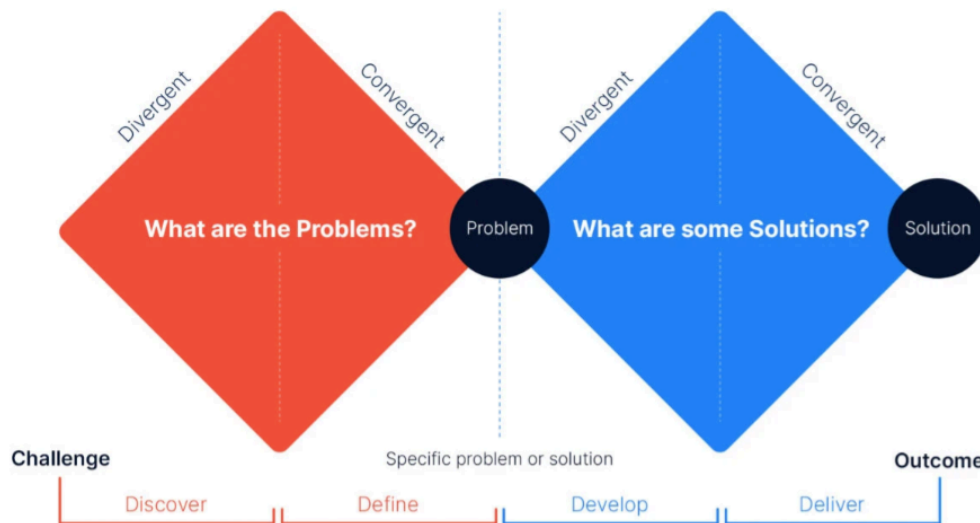


Fig.1 Illustrazione del “Double Diamond Product Design Process” estrapolata da artkai.io

chiusura, funzionali a ricondurre tale varietà a proposte concrete e operativamente sostenibili (Bánáthy, 1996). Il contributo specifico del *Design Council* è stato quello di applicare tale principio, originariamente elaborato in un contesto di teoria dei sistemi, al dominio specifico della progettazione di prodotti e servizi, rendendolo uno strumento di immediata leggibilità anche per team di lavoro non specializzati in teoria del design.

L'applicazione concreta di questo schema alle singole fasi del processo di sviluppo di UNImeet - dalla raccolta dati fino alla realizzazione del prototipo interattivo - è illustrata nel dettaglio nel paragrafo 1.3.1, a cui si rimanda per la descrizione puntuale delle attività svolte in ciascuna delle quattro fasi.

Va peraltro precisato che l'adozione del Double Diamond non è l'unica opzione metodologica disponibile per un lavoro di questo tipo, e la scelta compiuta merita di essere motivata in modo esplicito, anche alla luce di quanto discusso nel paragrafo 1.2.1.

In ambito accademico, in particolare nel campo dei sistemi informativi, esiste infatti una metodologia più propriamente orientata alla produzione di conoscenza scientifica verificabile: la *Design Science Research Methodology (DSRM)*, formalizzata da Peffers, Tuunanen, Rothenberger e Chatterjee in un contributo pubblicato sul *Journal of Management Information Systems*. La DSRM articola il processo di ricerca in sei attività sequenziali -

identificazione del problema, definizione degli obiettivi della soluzione, progettazione e sviluppo dell'artefatto, dimostrazione del suo funzionamento, valutazione empirica dei risultati ottenuti e comunicazione dei risultati alla comunità scientifica di riferimento - con l'obiettivo dichiarato di fornire un modello di processo condiviso e un template di presentazione che consenta ai ricercatori in sistemi informativi di produrre e comunicare ricerca di tipo design science in modo rigoroso e riconoscibile dalla comunità accademica (Peffers, Tuunanen, Rothenberger, Chatterjee, 2007).

La differenza sostanziale tra i due modelli non risiede tanto nelle fasi iniziali del processo - entrambi prevedono, seppur con terminologie diverse, un momento di identificazione del problema e uno di definizione della soluzione - quanto nella parte finale del percorso.

Mentre il *Double Diamond* si conclude con la fase di *Deliver*, intesa come consegna di un artefatto progettuale compiuto (nel caso specifico, un prototipo interattivo), la *DSRM* richiede esplicitamente una fase di dimostrazione e valutazione empirica dell'artefatto stesso, funzionale a produrre non soltanto un oggetto progettato, ma un contributo di conoscenza generalizzabile e verificabile secondo i canoni della ricerca scientifica. Questa differenza non è di dettaglio, ma riflette una divergenza più profonda nell'ambito di applicazione dei due modelli: il *Double Diamond* nasce e si sviluppa in un contesto prevalentemente industriale e commerciale, orientato alla produzione efficace di soluzioni di design, mentre la *DSRM* nasce in un contesto accademico, orientato alla produzione di conoscenza scientifica a partire dalla progettazione di artefatti informativi.

Alla luce di tale distinzione, il presente lavoro ha ritenuto più coerente adottare il *Double Diamond* come riferimento metodologico operativo. Tale scelta è motivata da due ordini di ragioni. In primo luogo, il progetto UNImeet si colloca in un ambito di progettazione applicata - la UX/UI design entro un percorso di studi in scienze sociali - più affine, per finalità e per strumenti impiegati, al dominio in cui il *Double Diamond* è stato sviluppato e validato, piuttosto che al dominio dei sistemi informativi per cui la *DSRM* è stata concepita. In secondo luogo, e in modo più decisivo, il presente lavoro si conclude con la realizzazione del prototipo interattivo, senza prevedere una fase di validazione empirica strutturata - quale, ad esempio, un test di usabilità condotto su un campione di utenti - che possa essere assimilata alla fase di dimostrazione e valutazione richiesta dalla *DSRM*. Adottare formalmente la *DSRM* come cornice metodologica avrebbe pertanto comportato una dichiarazione di intenti non

pienamente corrispondente al processo effettivamente condotto, con il rischio di sovrastimare la portata empirica del lavoro svolto. Il *Double Diamond*, non richiedendo formalmente tale fase, consente invece di descrivere in modo onesto e circostanziato l'effettiva estensione del processo realizzato, senza per questo rinunciare al rigore metodologico che la scelta di un framework riconosciuto in letteratura comporta.

Il processo così descritto costituisce, in ultima analisi, non soltanto uno strumento operativo di raccolta e traduzione dei dati, ma una componente sostanziale della risposta alla domanda di ricerca formulata nel paragrafo 1.2.1, poiché è attraverso la sua applicazione sistematica che è possibile verificare la coerenza tra la piattaforma progettata e i bisogni reali della popolazione studentesca individuati nel paragrafo 1.1.

1.3.1 Fasi di sviluppo UI e UX design

Coerentemente con l'impostazione metodologica appena descritta, il processo di progettazione di UNImeet si articola in fasi distinte e progressive.

Il primo step prevede la raccolta preliminare di dati empirici, ottenuta tramite la somministrazione di un sondaggio online - attraverso il tool Moduli di Google - alla comunità studentesca dell'Università di Modena e Reggio Emilia (UNImore). Il questionario è stato progettato per indagare aspetti chiave dell'esperienza universitaria, articolati in cinque macro-aree tematiche:

- socialità e costruzione di relazioni, con particolare attenzione al bisogno di nuove amicizie, all'interesse verso gruppi di studio organizzati e alla percezione del legame tra socialità e benessere personale;
- supporto allo studio, inteso come disponibilità di spazi condivisi per la richiesta di aiuto e lo scambio di materiali tra studenti;
- tempo libero e vita sociale fuori dall'orario accademico, comprendente sia l'interesse verso eventi e attività ricreative, sia i fattori che ne condizionano la fruizione, come le difficoltà di spostamento serale e la percezione di sicurezza personale negli spostamenti urbani;
- ricerca abitativa, con riferimento alla necessità di un canale affidabile per trovare o offrire alloggi tra studenti;
- networking post-laurea, indagato attraverso uno scenario ipotetico relativo alla possibilità di connettersi con altri ex studenti Unimore trasferitisi nella stessa città per motivi lavorativi.

I dati raccolti rappresentano una fonte conoscitiva essenziale per comprendere in maniera dettagliata le principali criticità che gli studenti affrontano quotidianamente, permettendo di delineare con precisione le aree su cui intervenire nella progettazione dell'app. Tale approccio garantisce che le soluzioni proposte non siano il risultato di mere supposizioni, bensì basate su un'analisi approfondita delle reali esigenze della popolazione studentesca, corrispondendo nella logica del *Double Diamond* richiamata poc'anzi, alla fase di *Discover*.

Sulla base delle informazioni raccolte, si procede alla realizzazione di un *wireframe* preliminare attraverso l'utilizzo di *Figma* e *Cursor*. Questa fase, riconducibile al momento di *Define*, ha lo scopo di definire l'architettura di base dell'applicazione, traducendo i concetti individuati nell'analisi iniziale in una rappresentazione visiva chiara e funzionale. Il *wireframing* consente di strutturare i flussi di navigazione, delineare le principali sezioni della piattaforma e stabilire le modalità di interazione tra l'utente e l'interfaccia. In questa fase, l'attenzione non è rivolta agli aspetti estetici del design, ma esclusivamente alla definizione delle funzionalità e dell'ergonomia della piattaforma, con l'obiettivo di individuare ed eliminare tempestivamente eventuali problematiche legate all'usabilità.

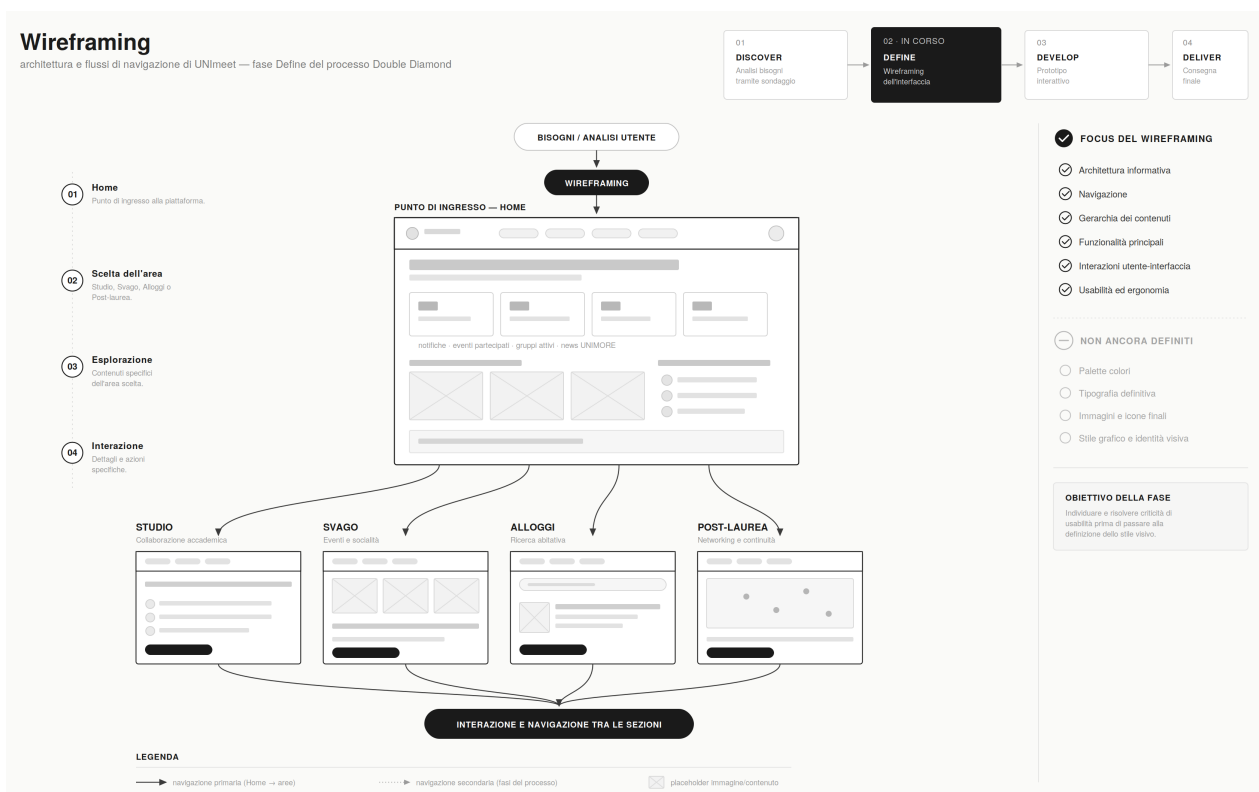


fig.2 Rappresentazione schematica del wireframe preliminare di UNImeet, con l'architettura di navigazione dalla Home alle quattro macro-aree (Studio, Svago, Alloggi, Post-laurea). Elaborazione dell'autrice.

Tale approccio consente di ottimizzare la progettazione, riducendo il rischio di dover apportare modifiche strutturali nelle fasi successive, quando i costi in termini di tempo e risorse risulterebbero significativamente più elevati.

Una volta consolidata la struttura di base, si passa a una fase di sviluppo più avanzata - corrispondente al momento di *Develop* - nella quale *Figma* e *Cursor* vengono utilizzati per affinare il design e realizzare un prototipo interattivo.

Questa evoluzione consente di trasformare il *wireframe* statico in un modello dinamico, dotato di una veste grafica coerente e sviluppato secondo i principi del design centrato sull'utente. Grazie alle sue funzionalità, *Figma* permette di introdurre elementi visivi più dettagliati, ottimizzare la disposizione dei contenuti e migliorare la leggibilità complessiva dell'interfaccia, garantendo un'esperienza d'uso fluida e intuitiva.

La realizzazione del prototipo interattivo consente, infine, di simulare in modo realistico il funzionamento della piattaforma, offrendo una visione concreta e tangibile del prodotto finale, la fase di *Deliver* del modello di riferimento, utile sia per la valutazione interna del progetto sia per un'eventuale validazione futura presso la comunità studentesca. L'approccio adottato per lo sviluppo di UNImeet riflette pertanto logiche progettuali consolidate nella letteratura di design, in particolare il modello *Double Diamond* e i principi dello *user-centered design*, offrendo un esempio di come un ecosistema digitale complesso possa essere concepito a partire da un'analisi sistematica dei bisogni piuttosto che da assunzioni progettuali non verificate.

Capitolo 2 Prospettive teoriche alla base del progetto UNImeet

2.1 Il Ruolo Trasformativo delle Tecnologie nella Vita Studentesca: Fondamenti Teorici e Applicazioni pratiche del Progetto UNImeet.

Negli ultimi decenni, la diffusione delle tecnologie digitali ha profondamente modificato il tessuto relazionale e urbano, determinando un cambiamento radicale nelle modalità con cui gli individui instaurano e mantengono contatti sociali. Tale trasformazione risulta particolarmente evidente nel contesto universitario, dove il binomio studio–vita sociale appare sottoposto a tensioni contraddittorie: da un lato, l’impiego di strumenti digitali favorisce una connettività costante, dall’altro, si osserva un progressivo indebolimento dei legami comunitari tradizionali. Il presente capitolo si propone di indagare, attraverso un’analisi critica della letteratura, le dinamiche che caratterizzano l’impatto sociale delle tecnologie, illustrando come esse possano fungere da catalizzatori per una nuova forma di aggregazione e partecipazione. In questo quadro, il progetto UNImeet si configura come una proposta innovativa volta a facilitare il passaggio dalle interazioni virtuali a contatti reali e significativi, contribuendo non solo a un miglioramento della vita studentesca, ma anche nel creare un senso di appartenenza e coesione all’interno dell’ambiente universitario. Una piattaforma di questo tipo si propone di valorizzare in maniera significativa sia il capitale sociale sia quello simbolico, traducendo in applicazioni concrete il concetto di comunità studentesca. Tale approccio si fonda sull’interpretazione delle teorie di McMillan e Chavis, secondo cui il senso di comunità è il risultato dell’interazione sinergica di elementi quali la percezione di appartenenza, l’influenza reciproca, il soddisfacimento dei bisogni e la condivisione emotiva, elementi che, integrati, costituiscono il fulcro della coesione e del riconoscimento di comunità si fonda su quattro elementi chiave: la sensazione di appartenenza, l’influenza, il soddisfacimento dei bisogni e la condivisione emotiva. Questi elementi, intrecciandosi, generano un capitale sociale che si traduce in un riconoscimento reciproco all'interno della comunità (McMillan & Chavis, 1986).

In questo contesto teorico, l’analisi del caso di Reggio Emilia assume particolare rilevanza. La città rappresenta oggi una realtà universitaria giovane ma in rapida espansione, il cui sviluppo si inserisce all’interno di una più ampia strategia di rigenerazione urbana e di investimento nella conoscenza. L’istituzione della sede reggiana dell’Università degli Studi di Modena e

Reggio Emilia (Unimore) nel 1998 ha segnato l'avvio di un processo di profonda trasformazione per la città, che da centro industriale e manifatturiero si è progressivamente evoluto in polo formativo e di ricerca di rilevanza regionale. Tale evoluzione è stata accompagnata da una crescita costante del numero di studenti, docenti e strutture dedicate, consolidando un'identità universitaria che oggi costituisce una componente essenziale del tessuto urbano e sociale reggiano.

La città ospita diversi dipartimenti universitari che coprono un ampio spettro di discipline: dal Dipartimento di Educazione e Scienze Umane (DESU), erede della storica tradizione pedagogica reggiana, al Dipartimento di Scienze e Metodi dell'Ingegneria (DISMI), fino ai corsi di Scienze della Comunicazione, Scienze Infermieristiche e Scienze della Vita. Questa pluralità di percorsi formativi riflette una chiara vocazione territoriale: Reggio Emilia si configura come un laboratorio di innovazione educativa e tecnologica, capace di coniugare la ricerca accademica con l'applicazione pratica e con le esigenze del territorio.

L'università reggiana si distingue, inoltre, per la sua integrazione con il contesto locale. L'interazione tra istituzioni accademiche, imprese e pubblica amministrazione ha favorito la nascita di progetti collaborativi, laboratori di ricerca applicata e spin-off universitari che contribuiscono alla valorizzazione delle competenze e alla promozione dell'occupabilità dei giovani laureati. Tale sinergia è sostenuta da infrastrutture moderne e da una rete di servizi che rendono la città sempre più accogliente e funzionale per la popolazione studentesca.

Nonostante la solidità e la qualità dei percorsi formativi offerti, Reggio Emilia resta tuttavia una città universitaria in fase di consolidamento. Rispetto a poli accademici storici come Bologna o Parma, il radicamento della comunità studentesca reggiana è ancora in via di definizione: mancano spazi di aggregazione diffusi, reti strutturate di supporto alla vita studentesca e strumenti digitali che favoriscano l'interazione tra i diversi attori del sistema universitario. Questa condizione appare particolarmente significativa se si considera la conformazione urbana della città, caratterizzata da un equilibrio tra dimensione umana, alta vivibilità e forte vocazione comunitaria.

In questo quadro, la presenza universitaria non rappresenta soltanto un elemento formativo, ma anche un motore di trasformazione sociale e culturale. L'università contribuisce infatti a rinnovare l'identità cittadina, a incentivare la partecipazione civica dei giovani e a promuovere forme di cittadinanza attiva. Al tempo stesso, la popolazione studentesca,

proveniente in larga parte da altre province e regioni, introduce nuove dinamiche sociali e culturali che arricchiscono il tessuto urbano, ma generano anche sfide significative in termini di accoglienza, orientamento e integrazione.

È proprio in questo scenario che si inserisce la proposta di un'applicazione digitale come UNImeet, concepita come strumento di connessione, informazione e coesione per la comunità studentesca reggiana. In una città che sta progressivamente consolidando la propria vocazione universitaria, una piattaforma capace di integrare le dimensioni accademica, sociale e organizzativa rappresenta un fattore strategico di sviluppo: un mezzo per facilitare la comunicazione tra studenti e istituzioni, favorire la nascita di reti collaborative e promuovere una più stretta interazione tra università e territorio.

Le osservazioni finora esposte si fondano su principi teorici che riconoscono il potenziale delle tecnologie digitali come strumenti di rivitalizzazione del tessuto comunitario e di rafforzamento della coesione sociale, come verrà approfondito nelle sezioni successive.

È altresì importante sottolineare come i vantaggi derivanti dall'introduzione di UNImeet non si limiterebbero esclusivamente a Reggio Emilia, bensì si estenderebbero anche ad altri poli strategici di Unimore, quali Modena, Mantova e Carpi. Questi centri potrebbero anch'essi beneficiare dell'adozione di una piattaforma capace di rafforzare le interazioni sociali e di stimolare una partecipazione attiva, contribuendo così a un rinnovato equilibrio socio-urbano su scala più ampia.

Inoltre, UNImeet si configura come uno strumento idoneo a colmare le distanze geografiche e sociali che spesso separano tali realtà, favorendo il contatto e la collaborazione tra studenti provenienti da poli differenti. Tale integrazione non solo promuoverebbe uno scambio reciproco di esperienze e competenze, ma consentirebbe anche di generare sinergie positive in grado di arricchire il tessuto socio-urbano e di contribuire alla formazione di un ambiente regionale più coeso e dinamico.

Lo strumento proposto si configura, dunque, come una risposta mirata alle esigenze di un'evoluzione urbana che mira a coniugare modernità tecnologica e valorizzazione del capitale sociale. L'app non rappresenta un mero mezzo di comunicazione, ma aspira a creare un ecosistema digitale integrato, capace di promuovere interazioni significative e di rafforzare il senso di appartenenza all'interno della comunità studentesca.

2.2 Reti, comunità e capitale sociale: presupposti teorici di UNImeet

In un'epoca in cui il digitale permea ogni dimensione della vita sociale, comprendere i fondamenti teorici che ispirano la nascita di UNImeet significa riflettere sul ruolo che la tecnologia può assumere nella ricostruzione del legame comunitario. L'app si colloca all'interno di un orizzonte concettuale che intreccia contributi provenienti da diverse tradizioni di pensiero, tutti orientati a interpretare il modo in cui le reti digitali stanno trasformando la comunicazione, la partecipazione e il senso di appartenenza.

Il paradigma della società in rete elaborato da Manuel Castells costituisce il primo riferimento teorico: attraverso il concetto di *space of flows*, l'autore descrive un mondo in cui le relazioni sociali si organizzano in reti dinamiche, fluide e decentralizzate, ridefinendo profondamente i rapporti tra individui, istituzioni e spazi urbani. La sua riflessione invita a riconoscere che vivere nel nostro tempo significa inevitabilmente abitare la rete, un sistema che condiziona in modo strutturale le modalità di comunicazione, di apprendimento e di interazione collettiva.

A questo quadro si affianca la prospettiva di Roberto Esposito, che attraverso la nozione di *communitas* sottolinea il valore dell'apertura e della responsabilità reciproca come fondamento del vivere comune. In un'epoca segnata dalla frammentazione e dall'individualismo, questa visione fornisce un'importante chiave interpretativa per pensare a piattaforme digitali che non separino, ma ricompongano i legami sociali. Le riflessioni di Barry Wellman e Robert Putnam arricchiscono ulteriormente il quadro, mostrando come le reti digitali possano favorire nuove forme di partecipazione orizzontale, ma anche, se mal gestite, alimentare il declino del capitale sociale e l'erosione dei legami di fiducia.

Questi elementi teorici dimostrano come UNImeet rappresenti una risposta concreta e innovativa alle esigenze dei giovani, in un'epoca in cui la comunicazione face-to-face risulta sempre più complessa e mediata da piattaforme social. Come ricorda Castells, oggi non possiamo sottrarci alla logica delle reti: esse definiscono il modo stesso in cui viviamo, lavoriamo e costruiamo relazioni. La nostra esistenza è ormai intrecciata con la dimensione digitale, che non è soltanto un insieme di tecnologie, ma la trama invisibile che sostiene la vita sociale contemporanea.

In questo scenario, emerge la distinzione tra due modalità di interazione: la *react*, tipica della maggioranza degli utenti che si limita a rispondere o a consumare contenuti, e la *act*, propria di coloro che partecipano attivamente alla costruzione del dialogo online. UNImeet nasce

proprio dall'esigenza di favorire quest'ultima dimensione - quella dell'azione consapevole - creando un ambiente digitale che stimoli la collaborazione, la partecipazione e la costruzione di legami autentici. Non un luogo di semplice connessione, ma uno spazio in cui la rete torni a essere strumento di relazione e comunità, capace di contrastare isolamento e passività e di restituire centralità all'incontro umano nell'ecosistema digitale.

Il punto di vista che si intende sviluppare parte proprio da questa premessa: il web, inteso non solo come fonte d'informazione ma come spazio dinamico e interattivo, offre l'opportunità di creare ambienti in cui la comunicazione si svolge in maniera orizzontale. In tali ambienti, il confronto attivo e il dialogo tra membri di una comunità con interessi comuni non solo valorizzano ogni contributo individuale, ma trasformano l'esperienza digitale in un potente strumento di aggregazione e crescita collettiva. In un'epoca in cui le piattaforme social tendono a relegare l'utente al ruolo di semplice consumatore di contenuti, risulta quindi essenziale ribadire che il web non deve essere concepito come un archivio passivo o come un palcoscenico per reazioni momentanee, ma come un vero e proprio spazio di scambio e partecipazione.

In quest'ottica, UNImeet si configura come uno strumento capace di contrastare i fenomeni di isolamento che, come si osserverà nei capitoli successivi, emergono con particolare evidenza nel contesto universitario. Lungi dal promuovere un'interazione superficiale, l'app mira a costruire spazi digitali in cui la comunicazione sia dialogica, paritaria e inclusiva, incoraggiando ogni utente a contribuire attivamente con il proprio punto di vista e la propria esperienza. Come suggerisce Manuel Castells (1996), le reti digitali rappresentano la nuova morfologia sociale delle nostre società, in cui la tecnologia non è neutra ma strutturale: essa determina le modalità di relazione e i processi attraverso cui si forma l'opinione pubblica.

Tuttavia, il potenziale partecipativo del web è spesso minato da dinamiche opposte. Tra queste, merita attenzione la "spirale del silenzio", teorizzata da Elisabeth Noelle-Neumann negli anni Settanta, secondo cui la pressione sociale e mediatica tende a rafforzare le opinioni dominanti, inducendo gli individui a tacere per timore dell'emarginazione. Nelle piattaforme digitali contemporanee, questa dinamica si manifesta quando gli utenti evitano di esprimere opinioni divergenti per timore del giudizio o dell'isolamento, favorendo così una comunicazione omologata e poco autentica.

UNImeet, al contrario, si propone di infrangere questa spirale del silenzio, offrendo un contesto digitale sicuro e partecipativo in cui il dialogo e la pluralità delle voci diventino strumenti di arricchimento collettivo, non di esclusione.

Il messaggio che emerge è dunque duplice: da un lato, la necessità di accogliere con consapevolezza la nostra condizione di individui inevitabilmente immersi nella rete; dall'altro, la possibilità di trasformare attivamente questo ambiente in uno spazio di partecipazione e confronto autentico. Se da un lato siamo attratti e condizionati dalla logica dei network, dall'altro abbiamo il potere di modellarli, orientandoli verso relazioni più eque, solidali e aperte. È proprio in questa direzione che si inserisce il riferimento alla *communitas* di Roberto Esposito, concetto che offre un potente contrappunto alla frammentazione sociale contemporanea.

Nel suo lavoro, Esposito propone una riflessione radicale sul significato di comunità, a partire dall'analisi etimologica del termine *communitas*, evidenziando come la radice latina cum (insieme) e *munus* (obbligo, onere, dono) racchiudano l'idea di un legame fondato sulla reciprocità e sulla responsabilità condivisa. A differenza della visione moderna del dono come gesto gratuito, nella tradizione romana il *munus* rappresentava un dovere verso l'altro, un vincolo che fonda la relazione sociale. La *communitas* è dunque il paradosso di un dono comune che nasce dall'obbligo: è l'obbligo stesso a creare comunità.

Questo approccio permette di leggere la *communitas* come forma proattiva di aggregazione, in cui la partecipazione, la condivisione e il mutuo sostegno generano un bene comune capace di contrastare le derive individualiste e le logiche di esclusione. Nella prospettiva di Esposito, tale visione si oppone alla logica immunitaria - *l'immunitas* - che caratterizza molte comunità digitali contemporanee: spazi chiusi e autoreferenziali, strutturati sulla difesa dell'identità e sull'espulsione del diverso.

L'applicativo nasce esattamente come risposta a questa tendenza immunitaria. L'app intende restituire alla comunità studentesca la sua funzione di ponte, non di muro: un luogo aperto e circolante, in cui l'obbligo verso l'altro si traduce in dono reciproco, cura e solidarietà. Attraverso la promozione di interazioni orizzontali, la piattaforma si propone di riattivare il senso del *munus*, generando forme di responsabilità collettiva, scambio e appartenenza, capaci di superare le barriere disciplinari, sociali e culturali che spesso isolano gli studenti all'interno del mondo accademico.

Secondo tale prospettiva, UNImeet si configura come una risposta concreta al rischio di chiusura immunitaria che attraversa l'universo studentesco contemporaneo. La piattaforma mira a ripristinare la funzione “ponte” della comunità, favorendo l'interazione tra studenti al di là delle differenze disciplinari, culturali o sociali, e promuovendo spazi di incontro, collaborazione e sostegno reciproco. In questa direzione, UNImeet si presenta come un vero e proprio dispositivo di riattivazione del munus - inteso come obbligo condiviso e dono reciproco - capace di generare forme di responsabilità collettiva tra pari. Tale responsabilità non si fonda su identità rigide o predefinite, bensì sulla disponibilità ad aprirsi all'altro, in un'ottica di cura, inclusione e reciprocità.

L'intento è dunque quello di superare le barriere invisibili che si sono consolidate nel tempo all'interno delle realtà accademiche, spesso caratterizzate da individualismo competitivo, isolamento relazionale e frammentazione dei percorsi formativi. L'obiettivo di UNImeet è ridefinire la comunità universitaria non come spazio esclusivo riservato a chi già ne possiede le chiavi d'accesso, ma come ecosistema dinamico e partecipativo, in cui il comune si fonda sulla condivisione di responsabilità, esperienze e forme di supporto reciproco.

Nel quadro teorico delineato da Roberto Esposito, UNImeet può essere letta come un tentativo di invertire la tendenza immunitaria propria della società ipermoderna, passando da una logica di protezione e ripiegamento su di sé a una logica della cura dell'altro come fondamento della coesistenza. È proprio questo passaggio che consente di rispondere all'interrogativo sollevato dallo stesso filosofo: fino a che punto l'immunità, nata come meccanismo di protezione dell'individuo e dei suoi interessi, non finisca invece per rinchiuderlo in una condizione di isolamento, quasi in una “gabbia simbolica”.

L'innalzamento progressivo della soglia di allerta nei confronti del rischio - reale o percepito - proveniente dall'esterno contribuisce, infatti, a un processo regressivo che limita le possibilità di apertura, dialogo e coesione. Diventa dunque fondamentale immaginare e costruire nuove dimensioni di vita comune, capaci di contrastare tale deriva e restituire centralità al legame sociale. Nel caso specifico di UNImeet, ciò significa valorizzare la realtà universitaria nella sua interezza: non soltanto come insieme istituzionale (l'ateneo e i suoi membri), ma come spazio aperto, attraversato da reti di soggetti che si sviluppano anche al di fuori del perimetro formale dell'accademia, contribuendo alla costruzione di comunità inclusive e solidali.

Se, come osserva Esposito, la logica difensiva contemporanea ha trasformato la *communitas* da spazio di apertura e dono in meccanismo di esclusione e difesa, risulta necessario individuare modelli capaci di invertire questa tendenza e restituire centralità alla costruzione del legame. In questa direzione, le riflessioni di Manuel Castells offrono una chiave di lettura complementare e decisiva. Il sociologo spagnolo, infatti, interpreta la società in rete come un nuovo paradigma sociale in cui le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) diventano il fulcro dell'organizzazione delle relazioni, sostituendo le strutture gerarchiche tradizionali con reti dinamiche e interconnesse. In tale configurazione, il potere e la conoscenza non si concentrano più in centri statici, ma vengono distribuiti in modo decentralizzato, consentendo una circolazione continua delle informazioni e una partecipazione più orizzontale.

Secondo l'autore, la rete rappresenta dunque un ambiente socio-comunicativo fluido, in cui la connettività e la collaborazione assumono un valore strutturale e politico: strumenti attraverso i quali è possibile promuovere una partecipazione attiva e ridurre le barriere fisiche e simboliche che separano gli individui. Tale impostazione risulta pienamente coerente con gli obiettivi di UNImet, che intende proprio utilizzare la tecnologia come mezzo per rafforzare i legami sociali, e non come fattore di isolamento.

Tutto ciò ha determinato un cambiamento profondo nelle modalità con cui si costruiscono le relazioni sociali, oggi sempre meno vincolate alla prossimità fisica e sempre più orientate dalla logica dei flussi. Castells riassume questa trasformazione nel concetto di *space of flows*, una configurazione socio-comunicativa basata su reti dinamiche e decentrate, nelle quali potere, conoscenza e partecipazione si distribuiscono in modo più orizzontale, superando i modelli gerarchici tipici delle strutture tradizionali.

A partire da queste considerazioni, risulta legittimo interrogarsi sulla condizione di staticità che ancora caratterizza molti ambienti accademici, spesso strutturati secondo modelli gerarchici e poco predisposti al cambiamento. Tale rigidità si pone in contrasto con la prospettiva del *flow*, ostacolando la possibilità di attivare dinamiche collaborative e processi di apprendimento realmente partecipativi. In effetti, la configurazione fisica degli spazi universitari svolge un ruolo decisivo nel favorire o, al contrario, nel limitare le opportunità di scambio e cooperazione tra gli studenti.

Spazi rigidi e tradizionali tendono a soffocare le potenzialità di interazione e innovazione, mentre ambienti flessibili e adattabili favoriscono la collaborazione, l'inclusione e la creazione di un senso di appartenenza, in cui il sapere si costruisce attraverso l'esperienza condivisa. Tale visione trova un riscontro significativo nelle teorie di Jean Lave ed Etienne Wenger (1990), secondo cui l'apprendimento non è un processo individuale di acquisizione di conoscenze astratte, ma un fenomeno profondamente sociale. Le persone imparano davvero quando partecipano attivamente a pratiche comuni inserite in un contesto dotato di significato. Questa prospettiva rappresenta un riferimento teorico centrale per UNImeet, che si propone di facilitare la nascita di comunità studentesche attive e partecipate, in contesti accademici più dinamici, dove l'esperienza condivisa diventa veicolo di crescita individuale e collettiva. Ispirandosi alla visione di Castells, la piattaforma mira inoltre a creare spazi virtuali di connettività che favoriscano comunicazione, collaborazione e apprendimento reciproco. L'idea di "reti dinamiche" viene così declinata in un ambiente digitale che decentra il potere e democratizza la partecipazione, consentendo agli studenti di instaurare relazioni orizzontali, di contribuire attivamente alla costruzione del sapere e di superare le barriere che ancora limitano la piena espressione della comunità universitaria.

In tal modo, UNImeet si propone di realizzare una comunicazione orizzontale, capace di generare connessioni costruite attorno a esigenze specifiche, organizzate in quattro macro-sezioni che saranno trattate nei capitoli successivi.

Tale impostazione consente di democratizzare l'accesso alle informazioni e di promuovere la partecipazione attiva di tutta la comunità studentesca, riducendo le barriere gerarchiche e valorizzando il contributo di ogni singolo individuo, come nel caso di studenti che scelgono di offrire tutoraggio o supporto didattico ai propri colleghi.

Un ulteriore aspetto rilevante di questa applicazione risiede nella sua capacità di mitigare il senso di isolamento che numerosi studenti sperimentano nel contesto accademico, condizione spesso derivante dalla carenza di opportunità di interazione e confronto, caratteristiche purtroppo comuni nelle università italiane. Invece la piattaforma vuol essere un catalizzatore dove i ragazzi possano ritrovarsi e incrementare la possibilità di creare legami significativi. Questo sempre secondo la prospettiva castelliana per cui le ICT non devono essere viste come strumenti che allontanano le persone, ma piuttosto come strumenti capaci di creare nuove opportunità di connessione e scambio. In un'epoca in cui il rischio dell'isolamento digitale è

spesso al centro del dibattito, UNImeet dimostra come le tecnologie possano essere impiegate per costruire ponti tra individui e gruppi, rafforzando la coesione sociale e stimolando il networking.

Nonostante la tematica della salute mentale degli studenti universitari riceva un'ampia copertura mediatica, a livello istituzionale non sembra ancora esserci un provvedimento risolutivo o una strategia integrata in grado di arginare il problema. In un'epoca in cui la pressione accademica e le aspettative sociali si fanno sempre più gravose, numerosi studi evidenziano come la fragilità psicologica degli studenti sia un tema di primaria importanza. Come dimostrano recenti dati ISTAT, il 33% degli studenti universitari italiani manifesta sintomi di ansia, mentre il 27% evidenzia segni di depressione e ciò mette in luce la necessità di interventi mirati per mitigare tali fenomeni. Socializzare e instaurare relazioni autentiche tra pari non sono solo ausili per affrontare le difficoltà quotidiane, ma costituisce anche un elemento cruciale per lo sviluppo di competenze comunicative e interpersonali fondamentali, sia nel percorso accademico che professionale. Questo approccio, pone al centro l'interazione attiva tra studenti, rispondendo a un'esigenza impellente di trasformare il tradizionale modello di apprendimento, sempre più percepito come frammentato e solitario, in un percorso collaborativo e solidale.

Un altro aspetto distintivo della piattaforma consiste nella valorizzazione dell'autoregolamentazione: gli studenti, infatti, sono liberi di interagire secondo le proprie modalità, creando reti di supporto autogestite e orientate al beneficio reciproco. L'obiettivo è duplice: da un lato, abbattere le barriere che alimentano l'isolamento, e dall'altro, incentivare la formazione di gruppi dedicati allo studio e ad attività extra-accademiche. In questo modo, il digitale diventa un potente alleato nella costruzione di reti di solidarietà e nella promozione di una cultura del benessere condiviso. Ricerche condotte da *Active Minds* e dall'*American College Health Association* (2020) evidenziano che lo stress e l'isolamento figurano tra le principali cause di abbandono degli studi, compromettendo la crescita personale e professionale dei giovani.

A partire da tali considerazioni, appare utile richiamare le riflessioni di Robert D. Putnam, che già all'inizio del XXI secolo, in *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* (2000), analizza il declino della partecipazione civica tradizionale e la conseguente perdita di capitale sociale, sottolineando come il crollo delle interazioni dirette

produca effetti deleteri sulla coesione comunitaria. Putnam evidenzia che l'essere umano, in quanto animale sociale, non può limitarsi a interagire esclusivamente attraverso uno schermo, ma deve utilizzare le tecnologie come complemento - e non come sostituto - del contatto faccia a faccia, indispensabile per il benessere dell'individuo. Pur riconoscendo il potenziale delle tecnologie digitali nel facilitare nuove forme di comunicazione, egli critica la tendenza a considerarle un sostituto completo del dialogo diretto. In questa prospettiva, UNImeet si propone come un intervento innovativo capace di invertire questa tendenza all'isolamento, ponendo massima attenzione al dialogo e alla partecipazione attiva.

Ventidue anni dopo l'analisi di Putnam, Byung-Chul Han, nel suo saggio *La società senza dolore* (2022), offre una prospettiva critica particolarmente significativa per comprendere le dinamiche di isolamento che interessano la società contemporanea e, in modo specifico, il mondo universitario. L'autore definisce la condizione odierna come un "dispotismo della felicità", ossia una ricerca ossessiva e imposta della felicità che induce l'individuo a difendere un ideale di benessere personale a scapito del confronto e della solidarietà collettiva. Tale meccanismo trasforma la felicità in un bene esclusivamente soggettivo, da proteggere in maniera quasi dogmatica, e conduce a una progressiva desolidarizzazione e spoliticizzazione della società, nella quale ogni individuo si ritira nel proprio intimo, trascurando la possibilità di instaurare relazioni autentiche - come sottolineato anche da Esposito.

Questa dinamica risulta particolarmente evidente nel contesto universitario, dove gli studenti, già sottoposti a forti pressioni accademiche e personali, si trovano a confrontarsi con un modello di successo e realizzazione spesso irraggiungibile. La paura di fallire o di non essere all'altezza delle aspettative sociali li porta a chiudersi in se stessi, adottando strategie di auto-protezione che accentuano ulteriormente l'isolamento. La conseguenza non è soltanto un impoverimento delle relazioni interpersonali, ma anche un indebolimento della capacità di affrontare criticamente le sfide quotidiane, sia sul piano accademico che personale.

Il dispotismo della felicità isola l'essere umano e conduce a una spoliticizzazione e desolidarizzazione della società. Ognuno deve badare alla propria felicità, che diventa quindi una questione privata. Anche la sofferenza viene interpretata come il risultato del proprio fallimento. Così, invece della rivoluzione, c'è la depressione. Mentre cerchiamo di sistemare alla meno peggio la nostra anima, perdiamo di vista le questioni legate alla società, il che provoca fratture sociali (Byung-Chul Han, 2022).

La visione proposta da Han ci invita a riflettere criticamente sul modello dominante, che incoraggia una felicità individualistica e isolante, riducendo il valore del legame umano e della solidarietà. In questa direzione, UNImeet si propone come strumento capace di contrastare tale deriva, abbattendo le barriere dell'isolamento e promuovendo la costruzione di comunità studentesche basate sul mutuo supporto, sulla partecipazione attiva e sulla condivisione di esperienze. La piattaforma intende creare spazi di connessione reale tra studenti, attraverso la promozione di gruppi di studio, attività di tutorato peer-to-peer e momenti di socializzazione e svago.

Dal mio punto di vista, l'adozione di un intervento tecnologico di questa natura da parte dell'università rappresenterebbe non soltanto un atto innovativo sul piano operativo, ma anche un segnale concreto di sensibilità empatica nei confronti delle difficoltà quotidiane vissute dagli studenti. In conclusione, l'analisi integrata delle teorie di Roberto Esposito, Barry Wellman e Robert Putnam dimostrerebbe che la piattaforma ha le potenzialità per riaccendere il senso di comunità, offrendo agli studenti non solo un canale per la condivisione di informazioni, ma un vero e proprio spazio di aggregazione e sostegno reciproco, in cui il benessere collettivo diventi un obiettivo primario e condiviso.

2.3 Sociologia Urbana: Una Lettura Critica Attraverso Lefebvre, Bourdieu e Harvey

La sociologia urbana è una disciplina che analizza le dinamiche sociali, economiche e culturali che caratterizzano le città e i loro abitanti. Essa studia il modo in cui gli spazi urbani influenzano le relazioni sociali e come le strutture della città - dai quartieri residenziali ai centri economici - determinano le opportunità di aggregazione e di sviluppo per la popolazione. L'ambiente urbano non è semplicemente uno spazio fisico, ma un ecosistema complesso in cui interagiscono diverse forze: crescita demografica, mobilità, sviluppo economico, governance e innovazione tecnologica. Tuttavia, la città contemporanea si configura sempre più come un insieme di contraddizioni, in cui promesse di *smartcity* e coesione sociale si scontrano sempre più con le dinamiche di esclusione, alienazione e frammentazione sociale.

Uno degli aspetti fondamentali della sociologia urbana è l'analisi della coesione sociale, ovvero il grado di interazione e di senso di comunità tra i cittadini. Le città, in quanto luoghi di incontro e scambio, hanno il potenziale di rafforzare il tessuto sociale, ma possono anche accentuare le disuguaglianze se non vengono adottate strategie di inclusione. Per approfondire questa prospettiva, risultano fondamentali le analisi critiche di Henri Lefebvre e Pierre Bourdieu, il cui pensiero si rivela attuale per interpretare e decifrare la complessità delle città contemporanee. Henri Lefebvre ha dimostrato come la città non sia solo un mero agglomerato di edifici e infrastrutture, ma una produzione sociale dello spazio, plasmata da relazioni di potere e processi di mercificazione. In questa direzione:

La città non è semplicemente un insieme di edifici e strade, ma un tessuto complesso di relazioni sociali, economiche e politiche. Ogni spazio urbano è il risultato di processi storici e dinamiche di potere che ne determinano la forma e la funzione. Come sottolinea Lefebvre, lo spazio è un prodotto sociale: esso riflette le esigenze, i conflitti e le aspirazioni delle diverse forze che operano nella società. Pertanto, comprendere la città significa analizzare le interazioni tra le strutture fisiche e le pratiche sociali che le plasmano. (Guareschi, 2015)

Henri Lefebvre, nella sua opera *Le droit à la ville* (1968), denuncia con forza il dominio che il capitalismo esercita sulla produzione dello spazio urbano, evidenziando come l'individuo venga progressivamente privato della possibilità di incidere attivamente sulla configurazione della città in cui vive. Nella sua lettura, la città non è semplicemente uno sfondo neutro delle relazioni sociali, ma un vero e proprio prodotto sociale, strutturato da rapporti di potere e attraversato da dinamiche economiche e simboliche. Il capitale non solo determina la morfologia urbana, ma ne regola anche le modalità di fruizione, subordinando l'abitare alla logica della rendita, del consumo e della valorizzazione immobiliare. In questo contesto, il cittadino diviene fruitore passivo di uno spazio già determinato, piuttosto che attore nella sua produzione.

A supporto di questa critica, Lefebvre elabora la sua celebre triade spaziale (Fig. 3), strumento analitico fondamentale per comprendere la complessità dello spazio urbano e le sue articolazioni teoriche e pratiche. Essa si compone di tre dimensioni:

1. La pratica spaziale (o spazio percepito): ovvero le modalità materiali di produzione e riproduzione dello spazio sociale, che assicurano continuità, coesione e funzionalità.

Questa dimensione si manifesta nei ritmi della quotidianità, nei percorsi abituali e nelle forme di utilizzo concreto dello spazio.

2. Le rappresentazioni dello spazio (o spazio concepito): legate al sapere tecnico-scientifico, ai codici e alle astrazioni elaborate da urbanisti, ingegneri, architetti e pianificatori. È lo spazio dell'ordine simbolico, della progettazione e della razionalizzazione.
3. Gli spazi di rappresentazione (o spazio vissuto): dimensione soggettiva e simbolica, legata alle esperienze affettive, culturali e immaginative dei soggetti. Qui lo spazio è interpretato, trasformato, investito di significati plurimi, spesso alternativi e resistenti all'ordine dominante.

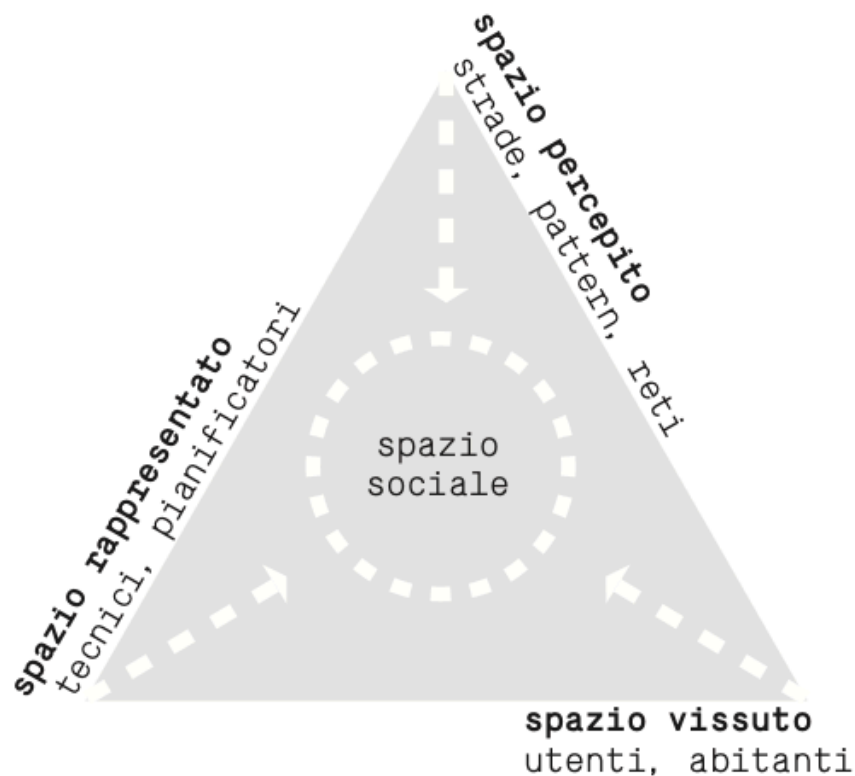


Fig.3 Schema concettuale della triade spaziale.

La forza della triade lefebvriana risiede nella sua capacità di mostrare come lo spazio urbano non sia un costruito statico, ma piuttosto il risultato di interazioni dinamiche tra pratiche materiali, logiche progettuali e vissuti soggettivi.

È proprio da queste osservazioni teoriche che si innesta il contributo di Edward Soja, geografo postmoderno, il quale, nel suo libro *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real and Imagined Places* (1996), rielabora la triade lefebvriana e ne propone una lettura innovativa. Soja parla di una vera e propria *trialettica spaziale*, con l'intento di superare le dicotomie classiche (reale/simbolico, materiale/immaginario, interno/esterno) e pensare lo spazio come un campo multidimensionale, in cui le distinzioni tradizionali si dissolvono e lasciano spazio a una prospettiva fluida, ibrida e trasformativa (Soja, 1996).

Rifacendosi alla nomenclatura teorica sviluppata da Soja:

1. Il *Firstspace* rappresenta la dimensione più concreta e tradizionale dello spazio: esso è materiale, oggettivo, empiricamente osservabile e misurabile. In questa prospettiva, lo spazio è concepito come una realtà fisica composta da edifici, strade, piazze, infrastrutture. È lo spazio dell'urbanistica funzionalista, della mappatura tecnica, delle coordinate geometriche, dove il significato è subordinato alla forma. Nella riflessione di Soja, *Firstspace* corrisponde grosso modo a ciò che Lefebvre definisce pratica spaziale: lo spazio dell'uso quotidiano, delle traiettorie ripetute, dell'organizzazione funzionale della vita urbana. È il dominio in cui prevalgono le categorie di ordine, efficienza e controllo, e che spesso riflette – e riproduce – le logiche dominanti del potere economico e politico. Nel contesto universitario, aule, biblioteche, mense, spazi residenziali, ma anche nella distribuzione geografica degli atenei nei centri urbani.
2. Il *Secondspace* corrisponde alla dimensione concettuale e simbolica dello spazio, ovvero quella che si forma attraverso linguaggi, rappresentazioni e sistemi di significato. È lo spazio *conceived*, pensato e modellato tramite mappe, progetti urbanistici, narrazioni istituzionali e visioni ideologiche. A differenza dello spazio vissuto (*Thirdspace*) e di quello fisico (*Firstspace*), il *Secondspace* non si sperimenta direttamente, ma viene imposto come griglia interpretativa che orienta la percezione e l'uso dei luoghi. Proprio per questo, si configura spesso come uno spazio idealizzato, distante dalle reali condizioni di vita e dalle pratiche quotidiane di chi lo attraversa.

3. Il *Thirdspace* è il concetto più denso, ibrido e trasformativo elaborato da Soja. Esso non è semplicemente una terza dimensione aggiuntiva, ma rappresenta un campo di intersezione e di superamento delle due precedenti. In questo spazio si mescolano materialità, rappresentazione e vissuto soggettivo in forme non definibili a priori. È uno spazio *vissuto-immaginato*, dove esperienza, emozione, memoria e affettività si intrecciano, producendo significati nuovi, spesso non riconosciuti dalle istituzioni. Il *Thirdspace* è un luogo di possibilità, di sperimentazione e di apertura, in cui possono emergere forme spaziali alternative, cariche di significati politici, creativi e relazionali. In chiave critica, Soja lo concepisce come spazio dell'alterità, della differenza, della resistenza alle gerarchie spaziali dominanti. È un luogo dove possono prendere forma comunità emergenti, pratiche contro-egemoniche e progettualità collettive capaci di sfidare l'ordine costituito.

È proprio in questa direzione che si colloca il progetto UNImeet che vuol essere un'infrastruttura digitale riconducibile alla logica del *Thirdspace*, inteso come spazio ibrido e con un potenziale trasformativo. La piattaforma ambisce a diventare un vero e proprio catalizzatore di pratiche di socialità, partecipazione e visibilità, soprattutto in quei contesti urbani di medie dimensioni in cui la presenza studentesca risulta spesso marginale, frammentata e scarsamente integrata. Progettare quest'app significa creare uno strumento che permetta agli studenti di ritagliarsi una loro realtà all'interno della città, e così facendo costruire reti di relazioni significative e partecipare in modo consapevole alla vita urbana.

Interpretare UNImeet alla luce della triade spaziale lefebvriana e del *Thirdspace* di Soja permette non solo di ancorare teoricamente la sua funzione, ma anche di metterne in evidenza la portata politica e trasformativa. Infatti non vuol essere semplicemente un'interfaccia tecnologica finalizzata a facilitare l'accesso a servizi, bensì un dispositivo abilitante che si inserisce nella frattura tra la città formalmente accessibile e quella realmente vissuta, dando forma alla volontà collettiva di costruire uno spazio urbano più equo, inclusivo e condiviso.

Pierre Bourdieu offre una lettura articolata dello spazio urbano, ponendo al centro della sua analisi i concetti di *habitus*, capitale sociale e capitale simbolico. Applicando questa prospettiva alle città in cui sono situati i plessi Unimore, è possibile comprendere come strumenti digitali come UNImeet possano agire da catalizzatori per l'integrazione studentesca e la trasformazione dello spazio urbano in senso inclusivo.

Come già accennato inizialmente, lo spazio urbano non è un'entità neutra: esso riflette e riproduce le strutture di potere esistenti, contribuendo alla stratificazione sociale. Gli studenti universitari, in particolare nelle città di medie dimensioni (come Reggio Emilia e Modena), occupano spesso una posizione marginale rispetto ai gruppi sociali dominanti, non soltanto per la loro limitata disponibilità di capitale economico, ma anche per lo scarso accesso ai luoghi strategici della città. Come osserva Bourdieu:

Ogni forma d'autorità riposa su una forma di credenza originaria [...] e ciò riguarda non solo l'autorità imposta attraverso gli ordini, ma anche quella che si esercita inconsapevolmente [...]. Un mondo sociale è un universo di presupposizioni, scontato per coloro che vi appartengono e investito di valore da parte di coloro che vogliono esserne parte (Bourdieu, 2012).

Le parole di Bourdieu consentono di comprendere più a fondo la posizione ambivalente degli studenti universitari nel contesto urbano: essi si inseriscono in uno spazio regolato da presupposti impliciti, condivisi da una popolazione residente che attribuisce valore simbolico e senso di appartenenza a determinati luoghi. In tale cornice, l'arrivo degli studenti può essere percepito come una minaccia all'equilibrio socio-spaziale consolidato, generando atteggiamenti di resistenza nei confronti della condivisione di spazi e risorse.

D'altra parte, gli studenti stessi, nel tentativo di legittimare la propria presenza e costruire un senso di appartenenza, si trovano a dover negoziare quotidianamente il proprio ruolo all'interno di un tessuto urbano che spesso non li riconosce come parte integrante. Questa condizione li spinge a elaborare strategie autonome di integrazione, cercando modalità alternative per accedere alla vita cittadina e riconfigurare il proprio posizionamento sociale.

Il progetto UNImeet nasce anche da tale consapevolezza: la popolazione studentesca, infatti, è spesso confinata in una condizione di precarietà spaziale e sociale. L'assenza di una rete strutturata di supporto alla vita universitaria e la mancanza di luoghi riconosciuti di aggregazione contribuiscono a generare un diffuso senso di estraneità rispetto al contesto urbano. In questa prospettiva, la piattaforma si configura come un potenziale antidoto a tale marginalizzazione, offrendo un'infrastruttura relazionale in grado di connettere tra loro gli studenti e di rafforzare il loro legame con il territorio. Il concetto di *habitus*, inteso come insieme di schemi interiorizzati di percezione, pensiero e azione, gioca un ruolo decisivo nei processi di segregazione informale. Gli studenti tendono a gravitare attorno agli spazi già

consolidati della socialità accademica – aule, biblioteche, residenze – escludendosi inconsapevolmente da un’interazione più ampia con il tessuto cittadino.

UNImeet può agire in controtendenza rispetto a questa dinamica, offrendo agli studenti un’occasione concreta per riappropriarsi dello spazio urbano attraverso la condivisione di esperienze, eventi e luoghi specifici di aggregazione. Un’implementazione strategica della piattaforma potrebbe includere mappature interattive degli spazi pubblici accessibili e l’organizzazione di attività che incentivino l’incontro tra studenti e comunità locale. In tal modo, la partecipazione studentesca alla vita cittadina può essere incoraggiata e il loro rapporto con la città trasformato da passivo a proattivo.

2.3.2 La Tecnologia come Mezzo per Democratizzare gli Spazi

Uno degli aspetti più critici della teoria di Bourdieu riguarda la distribuzione del potere nello spazio urbano, concetto altresì importanti per la nostra dissertazione. Come sottolineato in *La misère du monde* (1993), gli spazi urbani sono prodotti da relazioni di forza che determinano l’accesso alle risorse e alle opportunità. Le *élite* tendono a monopolizzare i luoghi strategici della città, escludendo implicitamente o esplicitamente le fasce più deboli, in questo caso gli studenti, che rischiano così di divenire *outlier*, relegati in spazi marginali o di transito, privi di valore simbolico o sociale.

L’app può funzionare come strumento di risposta a queste dinamiche di esclusione, permettendo anche alla comunità studentesca di ritagliarsi un proprio spazio nella città. Secondo Bourdieu, la lotta per il riconoscimento sociale si gioca anche sul terreno dello spazio, e strumenti come UNImeet possono contribuire alla redistribuzione del capitale simbolico, permettendo agli studenti di riconfigurare la loro posizione nel campo urbano (*Raisons pratiques*, 1994). Funzionalità come la geolocalizzazione di spazi sotto-utilizzati e l’organizzazione di eventi in aree strategiche possono ridistribuire le opportunità, incentivando una maggiore inclusione sociale e rompendo le dinamiche che portano a disuguaglianze spaziali.

Se, come sostiene Henri Lefebvre, il *diritto alla città* non si limita all’accesso fisico agli spazi urbani, ma comprende la facoltà degli abitanti di *partecipare attivamente alla produzione e trasformazione dello spazio urbano* secondo i propri bisogni, desideri e forme di vita, allora risulta fondamentale interrogarsi sulle attuali modalità di interazione tra cittadini e città. In

quest'ottica, diventa imprescindibile promuovere forme di partecipazione che restituiscano agli individui il potere di incidere sulle logiche spaziali, sociali e simboliche che definiscono il contesto urbano (Lefebvre, 1968). La sfida, oggi, è quella di restituire alla popolazione studentesca un ruolo attivo nella configurazione dello spazio pubblico di Modena, Reggio Emilia, Mantova e Carpi, evitando che la loro presenza si riduca a una mera funzione transitoria e consumistica. UNImeet, in questo quadro, non è solo uno strumento di facilitazione logistica, ma un dispositivo che può contribuire alla costruzione di un nuovo *habitus urbano*, permettendo agli studenti di riconoscersi come parte di una comunità e di incidere sulla vita cittadina. Attraverso eventi, gruppi di interesse e forme di collaborazione con le istituzioni locali, l'app potrebbe trasformare la percezione dello spazio urbano da semplice luogo di transito a spazio di esperienza condivisa.

In linea con quanto detto, emerge con chiarezza come l'ambizione dell'applicativo non possa limitarsi alla creazione di un mero spazio digitale di connessione tra studenti, ma debba configurarsi come un dispositivo di inclusione reale, capace di incidere concretamente sulla redistribuzione delle opportunità nel tessuto urbano e sociale per gli studenti. E dunque, se il rischio delle piattaforme digitali è quello di riprodurre ambienti paralleli senza un impatto tangibile sulla vita collettiva, UNImeet deve invece puntare a un'integrazione tra esperienza online e interazione fisica, contribuendo a ridefinire il concetto stesso di spazio universitario. In questa prospettiva, la critica avanzata da Franco La Cecla si rivela preziosa per evitare che UNImeet si inserisca nel solco delle tante iniziative digitali che fanno largo uso di termini come *smart* o *innovativo*, senza però incidere concretamente sul tessuto sociale. La Cecla denuncia infatti un abuso di tali etichette, impiegate spesso come strumenti di promozione più che come indicatori di trasformazione reale. Secondo l'autore, tale lessico rischia di mascherare operazioni superficiali di *branding urbano*, laddove non sia accompagnato da un'autentica comprensione delle dinamiche sociali e relazionali che strutturano la vita nelle città. La tecnologia, in questo senso, non dovrebbe essere finalizzata alla sola efficienza o visibilità, ma orientata a una trasformazione sostanziale dell'abitare, in cui il digitale assuma una funzione amplificatrice – e non sostitutiva – delle relazioni fisiche e delle pratiche collettive.

Il contributo teorico di Bourdieu risulta particolarmente utile per analizzare in chiave critica le disuguaglianze che attraversano i meccanismi di accesso alle risorse e alle opportunità

all'interno dello spazio urbano. Come evidenziato ne *La distinzione* (1984), tali disuguaglianze non si manifestano solo in forme esplicite di esclusione, ma si radicano nelle abitudini quotidiane, nei codici culturali condivisi e nelle disposizioni interiorizzate che, nel tempo, contribuiscono a normalizzare e legittimare le gerarchie sociali esistenti. Queste dinamiche, spesso invisibili, si consolidano nella struttura della società e mantengono lo *status quo*, riproducendo forme di marginalità difficili da superare (Bourdieu, 1984).

Questa prospettiva può essere estesa anche agli spazi digitali, che, pur presentandosi come ambienti aperti e inclusivi, tendono talvolta a riprodurre meccanismi di esclusione simbolica. Le piattaforme online, infatti, non garantiscono sempre un accesso paritario alle opportunità di partecipazione: la visibilità e la possibilità di espressione dipendono spesso dal livello di competenza, dal capitale culturale e dalla familiarità tecnologica degli utenti.

Come lo spazio urbano, anche quello digitale può quindi diventare un luogo di distinzione e disuguaglianza. In questo contesto, il concetto di non-luogo elaborato da Marc Augé (1992) offre una chiave di lettura particolarmente efficace. Il non-luogo è quello spazio della contemporaneità - come aeroporti, centri commerciali o stazioni - che, pur essendo funzionale e accessibile, è privo di identità, memoria e relazioni umane. A differenza dei luoghi "antropologici", dove le persone costruiscono legami e significati condivisi, i non-luoghi si caratterizzano per la transitorietà, l'anonimato e la mancanza di radicamento.

Applicato al mondo digitale, questo concetto descrive con precisione il rischio che molte piattaforme online corrono oggi: quello di creare connessioni superficiali, prive di autentico scambio e appartenenza. In questi spazi, la relazione si riduce spesso a interazioni rapide e impersonali, dove la connessione tecnica non coincide con una reale relazione sociale. In altre parole, il "non-luogo digitale" è uno spazio connesso ma vuoto, dove si comunica molto ma si condivide poco.

Alla luce di queste riflessioni, UNImeet ha il potenziale per rappresentare l'opposto del non-luogo digitale: un ambiente capace di generare legami reali, collaborazione e senso di appartenenza. Perché ciò accada, la piattaforma dovrà riflettere la varietà sociale e culturale del mondo universitario, promuovendo interazioni autentiche e inclusive.

Solo in questo modo potrà evitare di diventare un'ulteriore interfaccia anonima e trasformarsi invece in una vera infrastruttura sociale, capace di coniugare autonomia e partecipazione,

individualità e collettività, dimensione virtuale e reale, in un'esperienza di comunità significativa e condivisa.

Capitolo 3 Pratiche di Gamification in UNImeet

Alla base della progettazione di UNImeet vi è l'integrazione strategica di meccanismi di gamification (o ludicizzazione) - come punteggi, riconoscimenti, classifiche e premi - che possono risultare fondamentali per aumentare l'interazione e la fidelizzazione dell'utente. Questo capitolo analizza le basi teoriche della gamification, esplorando il modo in cui essa possa essere applicata a UNImeet al fine di rendere l'app più coinvolgente, partecipativa ed efficace.

Una prima e fondamentale considerazione riguarda la radicata convinzione, ancora presente nell'immaginario collettivo, secondo cui gioco e lavoro rappresentano ambiti antitetici e inconciliabili. Tale dicotomia, tuttavia, risulta oggi profondamente superata. Già a partire dal XX secolo, la riflessione filosofica e antropologica ha riconosciuto al gioco una funzione costitutiva dell'esperienza umana e sociale. Il contributo di Johan Huizinga, in *Homo Ludens* (1938), è in questo senso paradigmatico: il gioco non viene concepito come semplice attività di svago o evasione, bensì come un principio fondativo della cultura. Secondo Huizinga, l'essere umano non è definito solo come *homo sapiens* o *homo faber*, ma soprattutto come *homo ludens*, poiché la capacità di giocare precede storicamente e simbolicamente la formazione delle istituzioni, del linguaggio e delle pratiche sociali.

Il gioco, per Huizinga, è un atto libero, volontario e disinteressato, ma al tempo stesso regolato: si fonda su un insieme di norme che creano un ordine temporaneo, distinto dalla realtà quotidiana, e dotato di significato proprio. Tale "cerchio magico" (magic circle) - entro cui il giocatore accetta regole e ruoli - genera uno spazio simbolico di apprendimento, relazione e competizione che riflette la struttura stessa della società. In questo senso, il gioco diventa un dispositivo di mediazione culturale, capace di educare alla cooperazione, alla creatività e alla responsabilità.

In una prospettiva successiva, Umberto Eco ha riconosciuto e ampliato il valore epistemologico del gioco, leggendo l'attività ludica come una forma di conoscenza simbolica e un modello interpretativo della realtà. In opere come *Opera aperta* (1962) e *Apocalittici e integrati* (1964), Eco evidenzia come l'attività ludica condivida con l'arte e la comunicazione un principio di apertura e interpretazione continua: il gioco è un sistema di segni, una grammatica flessibile che consente di sperimentare, simulare e rinegoziare significati. In

questo senso, la dimensione ludica diventa non solo espressione culturale, ma anche strumento di costruzione del senso, in cui il soggetto partecipa attivamente alla creazione di regole e significati collettivi.

Alla luce di queste riflessioni, la gamification può essere interpretata come un'evoluzione contemporanea del principio ludico individuato da Huizinga ed elaborato da Eco: essa trasla il gioco al di fuori dei suoi contesti tradizionali, trasformandolo in un dispositivo di coinvolgimento e apprendimento. Non si tratta più soltanto di giocare per svago, ma di utilizzare le dinamiche del gioco - sfida, ricompensa, progresso, appartenenza - come leve psicologiche e sociali in grado di motivare comportamenti positivi in contesti non ludici.

Negli ultimi anni, la gamification si è affermata come una metodologia di design esperienziale, finalizzata a incrementare la partecipazione, la motivazione e l'interesse degli utenti attraverso l'impiego di elementi mutuati dai giochi e dalle tecniche di game design in ambiti esterni al gioco stesso (Deterding et al., 2011). Essa trova applicazione in una molteplicità di contesti - dalla formazione all'ambiente aziendale, dal marketing alla sanità - e ha dimostrato un notevole impatto in termini di engagement e apprendimento.

Studi recenti confermano l'efficacia di tale approccio anche in ambito accademico: secondo Jaramillo-Mediavilla et al. (2024), il 56% delle ricerche analizzate evidenzia che l'integrazione di elementi ludici nei percorsi di apprendimento migliora la partecipazione, la motivazione e le performance degli studenti. Il coinvolgimento generato dalla gamification può essere distinto in due forme:

Motivazione estrinseca, legata a ricompense tangibili e immediatamente riconoscibili, come punti, badge¹ o classifiche;

Motivazione intrinseca, connessa invece al piacere di apprendere, alla percezione di competenza e alla realizzazione personale (Ryan & Deci, 2000).

Questa distinzione è particolarmente rilevante per comprendere come la gamification possa influire sui processi cognitivi e sociali, stimolando non solo l'azione, ma anche la riflessione e il senso di appartenenza. Il gioco, quindi, non è più un semplice espediente motivazionale,

¹ Nel contesto della gamification, un badge è un riconoscimento simbolico assegnato a un utente quando completa un'attività, raggiunge un obiettivo o dimostra una competenza specifica. È una sorta di "medaglia digitale" che funge da ricompensa visibile e spesso condivisibile.

bensi un principio organizzatore dell'esperienza umana, capace di rendere l'apprendimento e l'interazione più significativi.

Infine, la diffusione capillare delle tecnologie digitali e dei dispositivi mobili ha trasformato il gioco in un'esperienza ubiqua e collettiva. Come osserva Petruzzi (2015), “grazie alla diffusione degli smartphone e del mercato delle app, la pratica ludica cessa di essere un'esperienza immersiva e solitaria, ma diventa ubiqua e sociale”. In tale scenario, la dimensione ludica entra a far parte della quotidianità, divenendo una forma di interazione costante che plasma comportamenti, linguaggi e relazioni.

In questo quadro, l'integrazione della gamification all'interno di UNImeet non rappresenta soltanto una strategia di design orientata all'engagement, ma una scelta culturale consapevole. Essa riconosce, nella dimensione del gioco, una componente antropologica essenziale: un linguaggio universale capace di unire, educare e motivare. UNImeet mira così a recuperare il valore originario del gioco - inteso non come fuga dal reale, ma come spazio di cooperazione, scoperta e crescita - e a tradurlo in una piattaforma in grado di stimolare partecipazione, creatività e senso di comunità.

In tal senso la dimensione ludica non è più confinata a spazi e tempi definiti, ma si intreccia con le attività ordinarie, accompagnando l'utente nei diversi contesti della vita quotidiana – dal lavoro allo studio, dalla mobilità alla cura della salute. Il gioco diventa così parte integrante della nostra esperienza del reale.

3.1 Gli Elementi Chiave della Gamification

Nel 2012, un gruppo di analisti di Deloitte ha evidenziato come la gamification stesse ridefinendo le strategie di coinvolgimento nei contesti professionali e organizzativi. Nel loro contributo pubblicato sulla *Deloitte Review*, gli autori individuano quattro componenti essenziali per un'applicazione efficace della gamification, integrando principi di economia comportamentale e di *user experience design* (Palmer, Lunceford & Patton, 2012).

Vediamoli in dettaglio:

1. Percorsi di Progresso (Progress Paths): questa categoria si riferisce alla costruzione dell'esperienza utente come una serie di sfide crescenti. Queste pratiche consistono nell'introduzione di sfide e narrazioni in evoluzione che favoriscono il completamento graduale dei compiti. Nei giochi, l'azione successiva da compiere è solitamente chiara.

Nella realtà dei fatti, una simile trasparenza risulta tutt'altro che scontata, ma può essere aggiunto tramite percorsi strutturati. Inoltre, la difficoltà delle sfide cresce nel tempo: i principianti ricevono gratificazioni per compiti semplici, mentre gli utenti più esperti necessitano di sfide più complesse per mantenere alta la motivazione.

2. Feedback e Ricompense (Feedback and Rewards): il successo viene segnalato rapidamente attraverso ricompense virtuali o materiali. Nei giochi, i feedback sono immediati: punteggi che aumentano, suoni, effetti visivi, premi. Nella vita reale, invece, le azioni possono passare inosservate. L'aggiunta di meccanismi di *iper-feedback* consente di riconoscere i comportamenti nel momento giusto. Il tipo di ricompensa deve essere progettato con attenzione: alcuni utenti rispondono meglio a premi economici, altri preferiscono sfide, opportunità di crescita o ruoli di leadership. Questo sistema di riconoscimenti, se ben calibrato, contribuisce a orientare l'interazione e a stimolare l'impegno.
3. Interazione Sociale (Social Connection): consiste nel fruttare le reti sociali per creare dinamiche di competizione o cooperazione. I giochi hanno sempre avuto la capacità di unire le persone. Con la diffusione di internet e dei dispositivi mobili, è ora possibile connettersi e interagire in tempo reale. Questo rafforza l'engagement, favorisce il dialogo tra utenti e stimola la partecipazione attiva all'interno dei sistemi ludicizzati.
4. Esperienza Utente (Interface and User Experience): Una componente spesso sottovalutata, ma decisiva, è il design dell'interfaccia. Oggi gli utenti sono sempre più esigenti ciò è dovuto all'evoluzione della grafica sempre più ottimale dei videogiochi e del web design. Un ambiente digitale esteticamente gradevole, intuitivo e fluido riduce la frustrazione, facilita la navigazione e aumenta la soddisfazione dell'utente. In questo senso, l'esperienza d'uso non è un elemento decorativo, ma parte integrante della strategia di engagement.

La forza di questi quattro elementi risiede nella capacità del designer e dell'organizzazione di combinarli in modo integrato. Nessuna dinamica di gioco, infatti, dovrebbe essere considerata nel singolo. Analizzarla o applicarla senza connessione con le altre può portare a interventi

inefficaci o, peggio ancora, generare effetti opposti rispetto a quelli desiderati, compromettendone i risultati (Palmer, Lunceford & Patton, 2012).

Pertanto, la creazione di ambienti ludicizzati può rappresentare un fattore determinante per il miglioramento dei processi di apprendimento. Sono numerose le ricerche che hanno dimostrato che meccanismi come la collaborazione e la competizione tra pari siano in grado di incrementare sensibilmente la motivazione e il coinvolgimento da parte degli studenti (Deterding et al., 2011). Le dinamiche di influenza sociale, infatti, rappresentano uno dei pilastri della gamification. Questo obiettivo si colloca tra le finalità centrali perseguite da UNImeet: supportare gli studenti universitari meno motivati, aiutandoli a ritrovare piacere e interesse nello studio. A ispirazione di questo progetto vi è fondamentalmente la medesima filosofia che ha guidato lo sviluppo di *Minecraft Education Edition*, la versione didattica del celebre videogioco *open world* (Fig. 4). In questo ambiente virtuale, gli studenti apprendono attraverso l'esplorazione attiva e la sperimentazione in spazi digitali interattivi, costruiti mediante gli iconici blocchi in stile Lego. Questa come molte altre sono pratiche di *metamedium*: le quali integrano e trasformano attività culturali, educative e tecnologiche. Per questo *Minecraft Education Edition* è esempio emblematico di gamification ben progettata, capace di supportare non solo l'acquisizione di conoscenze, ma anche di competenze trasversali come la collaborazione, il pensiero critico e l'adattabilità.

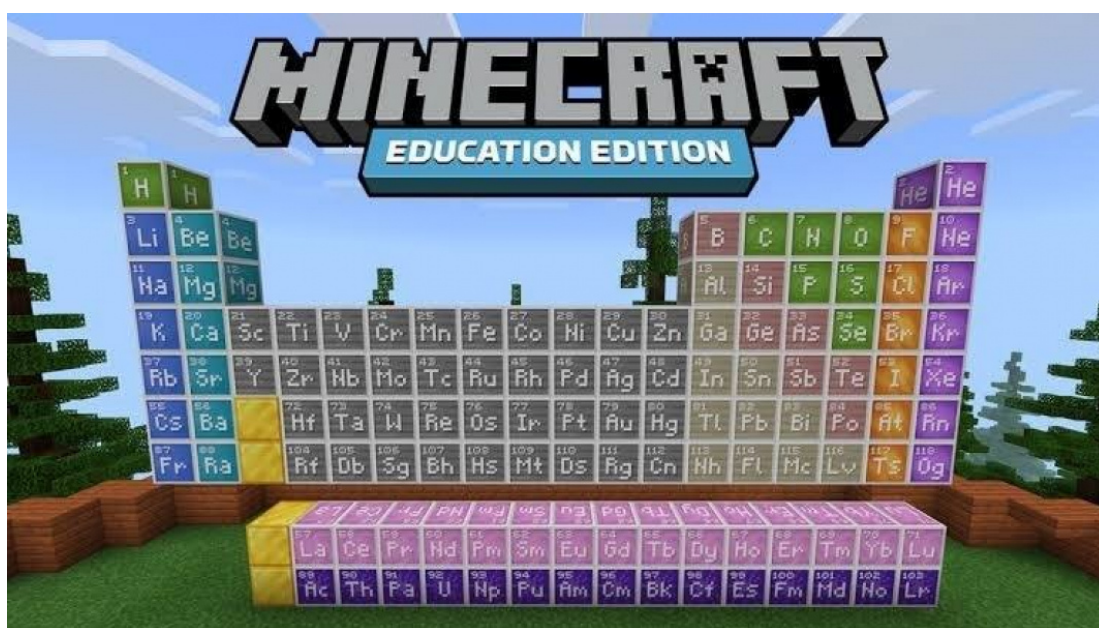


Fig. 4 Schermata dell'interfaccia di Minecraft Education, utilizzata per simulare ambienti didattici interattivi e promuovere l'apprendimento tramite l'esperienza secondo la logica del *game-based learning*.

Tuttavia, è opportuno evidenziare una criticità insita nella gamification: non tutte le forme di applicazione del gioco risultano ugualmente efficaci nel lungo periodo. Un esempio significativo è rappresentato dal *serious games movement*², un approccio che mira a trasformare problemi o processi reali in esperienze ludiche. Sebbene questa pratica sia tutt'oggi largamente utilizzata in svariati contesti, presenta due limiti rilevanti: da un lato, l'interesse degli utenti tende a esaurirsi con il concludersi dell'attività ludica, senza necessariamente influenzare in modo efficace i comportamenti desiderati sul lungo termine; dall'altro, la creazione di questi giochi comporta spesso costi elevati, rendendone complessa la diffusione su larga scala.

Nel concepire UNImeet si è tenuto a mente tutti questi aspetti chiave della gamification appena citati e tradotti in modo strategico per massimizzare il coinvolgimento degli utenti e incentivare la partecipazione attiva nella piattaforma.

1. Progress Paths: creare coinvolgimento attraverso attività

Nell'app UNImeet, il concetto di progressione potrebbe essere applicato creando un sistema di livelli e obiettivi per incentivare la partecipazione attiva degli utenti. Ad esempio:

- Gli utenti guadagnano punti esperienza (XP) per attività come la creazione di eventi, la partecipazione a gruppi studio, la condivisione di materiale accademico o la risposta alle domande della community.
- Raggiungendo determinati livelli di attività, gli utenti possono sbloccare badge di riconoscimento (es. Studioso Attivo, Mentore, Organizzatore di Eventi).
- Un sistema di progressione può essere mostrato con una barra di avanzamento che incentiva gli utenti a interagire maggiormente per raggiungere obiettivi e status speciali.

² Serious games movement: approccio che utilizza elementi e dinamiche tipiche dei videogiochi con finalità educative, formative o sociali, anziché di puro intrattenimento.

2. Feedback e Ricompense (*Feedback and Reward*): Premi e Incentivi per l'Interazione

Per mantenere elevata la motivazione degli utenti, UNImeet potrebbe integrare:

- Badge e trofei virtuali per premiare comportamenti virtuosi come la partecipazione costante o il supporto alla community.
- Classifiche settimanali per evidenziare i membri più attivi (es. *Top Contributors* per la condivisione di materiale o risposte nelle discussioni accademiche).
- Sistema di reputazione e livelli che assegna un grado di affidabilità agli utenti in base al loro contributo e feedback ricevuti dalla community.
- Ricompense concrete, come sconti in librerie universitarie, accesso prioritario a eventi esclusivi o partnership con bar/locali per incontri tra studenti.

3. Interazione Sociale (*Social Connection*): Gamificazione della Community

L'interazione sociale è essenziale per UNImeet e può essere potenziata con:

- Sfide di gruppo e missioni collaborative, come obiettivi settimanali per incentivare la partecipazione attiva in eventi, gruppi studio o attività di volontariato.
- *Leaderboard* per gruppi studio e attività: gruppi che collaborano di più (ad esempio per quiz, discussioni accademiche o organizzazione di eventi) possono guadagnare riconoscimenti.
- *Mentorship* e sistemi di ricompensa per il tutoring tra pari: gli studenti più esperti che aiutano altri utenti possono ricevere badge speciali, visibilità nella community e punteggi bonus.

4. Esperienza Utente (*Interface and User Experience*): Un'Interfaccia Coinvolgente e Personalizzata.

Alcuni accorgimenti essenziali possono essere:

- Implementare un design intuitivo e personalizzabile, con dashboard che mostrano i progressi dell'utente, suggerimenti per eventi e attività basate sui loro interessi.
- Integrare notifiche dinamiche per ricordare agli utenti le sfide in corso, le opportunità di networking e i progressi nei gruppi studio.
- Offrire esperienze interattive, come quiz, sondaggi e giochi educativi per aumentare l'engagement.

3.2 La Teoria del Flow: per una gamification efficace

Un ultimo concetto fondamentale per comprendere appieno i presupposti teorici alla base di UNImeet è quello di flow, introdotto dallo psicologo Mihály Csikszentmihalyi. A partire dagli anni Settanta, Csikszentmihalyi condusse una serie di studi pionieristici sul cosiddetto “flusso di coscienza”, analizzando le condizioni psicologiche in cui gli individui sperimentano uno stato di completa immersione e concentrazione in un'attività. Egli osservò, ad esempio, che gli artisti, quando percepivano che il loro lavoro stava procedendo bene, tendevano a ignorare fame, fatica e distrazioni, proseguendo ininterrottamente nella loro opera. Tale fenomeno suggeriva l'esistenza di una forma di motivazione autotelica, ossia derivante dal piacere intrinseco dell'attività stessa, piuttosto che da ricompense esterne o incentivi materiali (Nakamura & Csikszentmihalyi, 2002).

Inoltre, Csikszentmihalyi osservò che quando un individuo percepisce una sfida come eccessivamente complessa rispetto alle proprie capacità, tende inizialmente a sperimentare uno stato di allerta, che progressivamente si trasforma in ansia e frustrazione. Al contrario, se l'attività risulta troppo semplice o poco stimolante, emergono rilassamento e successivamente noia.

Quando, invece, si raggiunge un equilibrio tra il livello di difficoltà del compito e le competenze personali, si entra nello stato di flow - un'esperienza ottimale di piena immersione nell'attività (Fig. 5) - in cui l'individuo coinvolge simultaneamente le proprie dimensioni cognitive, emotive e comportamentali.

Questa perfetta sintonia tra persona e attività non solo genera una profonda sensazione di appagamento, ma favorisce anche la crescita personale, incoraggiando l'acquisizione di nuove competenze, il superamento dei propri limiti e il rafforzamento dell'autostima

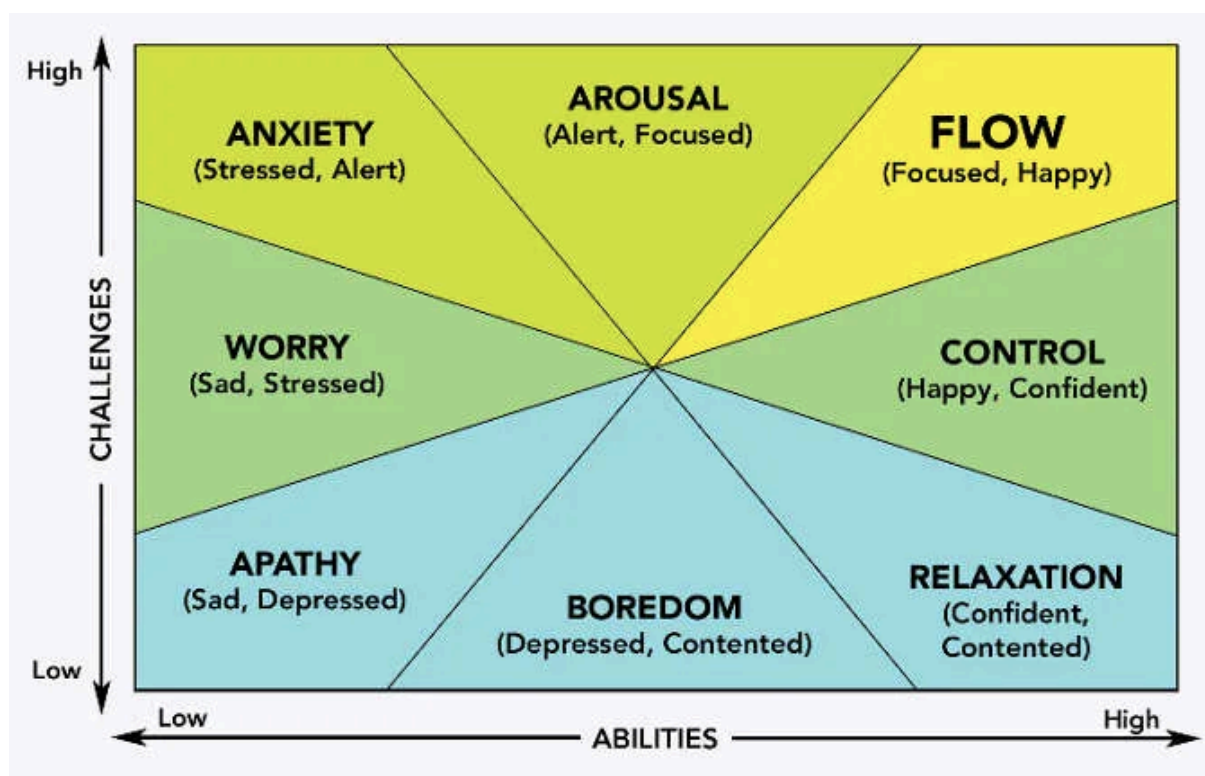


Fig. 5 Il modello del flow di Mihály Csikszentmihályi, che illustra la relazione tra livello di abilità e grado di sfida nell'esperienza individuale.

(Csikszentmihalyi & LeFevre, 1989). L'esperienza ottimale del flow attiva infatti un flusso dinamico di energia mentale, stimolando le risorse cognitive ed emotive e potenziando le capacità dell'individuo nel lungo periodo.

Proprio tale caratteristica del flow può contribuire a superare una delle criticità emerse nel contesto dei serious games, ossia la difficoltà di mantenere un coinvolgimento duraturo al di fuori del momento ludico. L'attivazione di una motivazione autotelica sposta il focus dal premio esterno al piacere intrinseco dell'attività, rendendo l'esperienza di apprendimento più sostenibile, efficace e interiormente gratificante nel lungo termine.

Secondo Nakamura e Csikszentmihalyi (2002), lo stato di flow si manifesta attraverso otto caratteristiche fondamentali:

1. Bilanciamento tra sfida e abilità – L'individuo percepisce che l'attività è impegnativa ma adeguata alle proprie capacità, mantenendo il giusto livello di stimolazione.
2. Fusione tra azione e consapevolezza – L'individuo è totalmente concentrato sul compito, con un'azione fluida e spontanea.

3. Senso di controllo – L'individuo ha la percezione di dominare la situazione e di poter influenzare il proprio successo.
4. Obiettivi chiari e feedback immediato – La presenza di obiettivi ben definiti e di un riscontro costante sulle proprie azioni aiuta a mantenere l'attenzione focalizzata.
5. Attenzione e concentrazione totale – L'individuo si immerge completamente nell'attività, senza distrazioni esterne.
6. Perdita della consapevolezza di sé – L'autocoscienza si dissolve e la persona diventa un tutt'uno con l'attività.
7. Distorsione della percezione temporale – Il tempo sembra scorrere più velocemente o rallentare in base al grado di immersione.
8. Esperienza autotelica – L'attività è fonte di piacere in sé, indipendentemente dagli obiettivi finali.

Per rendere UNImeet una piattaforma efficace e coinvolgente nel lungo periodo, è fondamentale strutturare le esperienze in modo da favorire l'esperienza di flow. Questo può essere ottenuto attraverso l'integrazione di elementi ludicizzati che soddisfino i criteri della teoria del flow, quali:

Bilanciamento tra sfida e abilità:

- UNImeet può implementare un sistema di livelli e progressione personalizzata, dove gli utenti iniziano con attività semplici (es. completare il proprio profilo, unirsi a un gruppo) e avanzano gradualmente a sfide più complesse (es. organizzare un evento, contribuire con contenuti didattici).
- Le attività devono adattarsi dinamicamente al livello dell'utente per evitare che diventino troppo semplici o troppo difficili.

Fusione tra azione e consapevolezza:

- L'interfaccia di UNImeet deve essere progettata per ridurre al minimo gli ostacoli cognitivi, permettendo agli utenti di navigare intuitivamente e di trovare immediatamente ciò che cercano.
- Una interfaccia UX/UI fluida e ben strutturata aiuta gli utenti a rimanere immersi nell'attività senza interruzioni.

Senso di controllo:

- L'utente deve percepire che le proprie azioni hanno un impatto significativo.
- UNImeet offre punteggi di reputazione, badge e status sociali per premiare la partecipazione attiva e fornire una chiara progressione personale.

Obiettivi chiari e feedback immediato:

- Ogni azione su UNImeet genera un feedback istantaneo, mediante notifiche che confermano il completamento di una missione o il raggiungimento di un traguardo (es. "Congratulazioni! Hai guadagnato 50 punti per aver creato un evento!").
- Un sistema di tracker visivo che mostra i progressi settimanali o mensili può mantenere alto l'engagement.

Attenzione e concentrazione totale:

- L'introduzione di sfide a tempo o eventi esclusivi con scadenze precise aiuta a focalizzare l'attenzione dell'utente su obiettivi immediati e concreti.

Perdita della consapevolezza di sé:

- La *gamified environment*³ deve essere sufficientemente immersivo per far dimenticare agli utenti preoccupazioni esterne, ad esempio con un sistema di interazioni sociali che renda la partecipazione naturale e spontanea.

Distorsione della percezione temporale:

³ il termine "gamified environment", che si riferisce agli ambienti digitali o fisici in cui vengono applicate le dinamiche di gamification per incentivare l'interazione e il coinvolgimento degli utenti.

- UNImeet può includere attività che incentivano sessioni prolungate, come giochi educativi, sfide settimanali o eventi a tema.
- Se gli utenti percepiscono il tempo come piacevolmente veloce mentre usano la piattaforma, significa che l'esperienza è ottimizzata per il *flow*.

Esperienza autotelica:

- L'uso della piattaforma dovrebbe essere intrinsecamente gratificante, non solo per le ricompense materiali, ma per il senso di crescita personale e appartenenza alla community.
- UNImeet incentiva forme di *mentorship*, ove gli utenti esperti aiutano i nuovi iscritti, rinforzando così il valore dell'esperienza.

Integrare i principi della *flow theory* nella progettazione di UNImeet rappresenta una scelta strategica per garantirne sia l'efficacia funzionale sia la sostenibilità nel tempo. L'esperienza di *flow* – intesa come uno stato di coinvolgimento profondo e spontaneo – trasforma l'interazione con la piattaforma da una semplice routine digitale a un momento di autentica immersione, rendendone l'utilizzo più naturale e gratificante.

Questo risultato si realizza grazie a un equilibrio ben calibrato tra sfide proposte e competenze dell'utente, a un sistema di feedback immediato e a un ambiente stimolante, in grado di motivare l'azione e mantenere alta l'attenzione. In tale prospettiva, UNImeet non solo promuove una partecipazione attiva e continuativa, ma contribuisce anche a rafforzare il senso di appartenenza alla comunità studentesca, favorendo occasioni di scambio autentico e supporto reciproco.

La piattaforma si configura così come un ecosistema digitale aperto e reattivo, capace di adattarsi ai bisogni emergenti degli utenti, contrastare il disinteresse e facilitare la costruzione di legami significativi. Con questa visione progettuale, UNImeet ha il potenziale per affermarsi come un punto di riferimento stabile e riconoscibile, in grado di garantire continuità, qualità relazionale e un'esperienza evolutiva coerente con le trasformazioni della vita universitaria.

Capitolo 4 User Needs Analysis per UNImeet: analisi descrittiva e limiti metodologici

Il questionario è stato concepito come uno strumento organico per esplorare i bisogni della popolazione studentesca Unimore lungo alcune aree tematiche predefinite: un blocco socio-demografico, funzionale alla successiva segmentazione e all'incrocio delle variabili; quattro blocchi corrispondenti alle macro-aree funzionali dell'applicazione (Svago, Studio, Alloggi e Networking post-laurea); e un insieme di item trasversali volti a verificare la sussistenza stessa del bisogno cui UNImeet intende rispondere. La somministrazione è avvenuta in forma esclusivamente digitale, attraverso i principali canali social e le mailing list istituzionali. L'accesso è stato veicolato tramite un modulo Google Forms ad accesso vincolato: l'apertura del link richiedeva l'autenticazione preventiva con casella di posta istituzionale Unimore, misura che ha consentito di circoscrivere la compilazione ai soli titolari di un account di Ateneo e di prevenire compilazioni multiple da parte del medesimo rispondente.

Sul piano del controllo di qualità del dato, a metà questionario è stato inserito un attention check (Q10: "Quanti giorni ci sono in una settimana?"), item a risposta oggettivamente verificabile destinato a intercettare i pattern di compilazione non attenta o automatica. L'applicazione del criterio ha comportato l'esclusione di 2 casi su 70, con un tasso di conservazione del 97,1% (n = 68). L'entità contenuta della mortalità campionaria suggerisce un buon livello di ingaggio dei rispondenti e consente di mantenere inalterata la numerosità utile all'analisi descrittiva, senza che l'operazione di data cleaning introduca distorsioni apprezzabili nella composizione del campione. Si segnala che un ulteriore rispondente ha omissso la risposta all'item filtro pur avendo completato l'intero questionario: il caso è stato mantenuto, in quanto la mancata risposta a un singolo item non costituisce di per sé evidenza di compilazione non attenta. Le mancate risposte parziali (item non-response) sono state trattate senza imputazione: ove presenti, la base di calcolo è esplicitata di volta in volta.

L'esame del profilo socio-demografico restituisce un campione fortemente polarizzato lungo più dimensioni. Sul piano della sede di frequenza si registra una netta predominanza del polo di Reggio Emilia (91,2%), a fronte di un peso marginale di Modena (5,9%) e Carpi (1,5%); un rispondente non ha compilato l'item, sicché la distribuzione è riferita a 67 casi validi. Analogo sbilanciamento caratterizza la composizione disciplinare, concentrata sul Dipartimento di Comunicazione ed Economia (67,6%) e sul Dipartimento di Scienze e Metodi dell'Ingegneria

(23,5%), mentre i restanti dipartimenti incidono complessivamente per l'8,8%, con frequenze assolute unitarie o prossime all'unità. Quanto alla condizione studentesca, i pendolari costituiscono la componente maggioritaria (54,4%), seguiti dai fuori sede (36,8%) e dagli studenti in sede (8,8%): la mobilità quotidiana o residenziale interessa dunque oltre nove rispondenti su dieci, dato non trascurabile ai fini della progettazione delle sezioni Alloggi e Svago. Sul versante anagrafico prevale la fascia 25–30 anni (64,7%), seguita dalla fascia 18–24 anni (33,8%) e, in misura residuale, dalla fascia 31–35 anni (1,5%); la distribuzione per genere evidenzia una prevalenza femminile (60,3% contro 39,7%). Va infine precisato che il campione, pur composto in larga maggioranza da studenti iscritti a corsi di laurea (89,7%), include anche dottorandi (7,4%) e laureati entro i due anni (2,9%): una presenza numericamente contenuta ma qualitativamente rilevante ai fini della valutazione della sezione dedicata al networking post-laurea, in quanto riconducibile a soggetti che hanno già sperimentato la transizione oggetto dell'item Q6.

Le evidenze appena richiamate impongono di esplicitare i limiti di validità esterna del disegno di ricerca. Il campione è stato costruito mediante campionamento non probabilistico per convenienza, con reclutamento su base volontaria: ne discendono un potenziale self-selection bias, per cui i rispondenti più sensibili ai temi della socialità e della vita universitaria risultano verosimilmente sovrarappresentati, e l'assenza di una probabilità di inclusione nota, che preclude il calcolo di stime intervallari e la generalizzazione inferenziale alla popolazione studentesca Unimore. La concentrazione su un unico polo e su due soli dipartimenti restringe ulteriormente il dominio di riferimento dei risultati, che vanno letti come descrittivi del sottoinsieme osservato e non come stime di parametri popolazionali.

Coerentemente con tali limiti, l'analisi adotta un approccio esclusivamente descrittivo ed esplorativo, finalizzato all'individuazione di tendenze e profili utente utili al design delle funzionalità. Non sono stati condotti test di associazione tra variabili: la numerosità dei sottogruppi ottenuti dagli incroci non soddisfa l'assunzione sulla frequenza attesa minima per cella richiesta dal test chi-quadrato, e il ricorso a procedure esatte non sanerebbe comunque il difetto di rappresentatività a monte. Le differenze tra sottogruppi riportate nei paragrafi che seguono sono pertanto da intendersi come scarti osservati nel campione, privi di pretesa inferenziale.

Per ciascuna macro-area (Svago, Studio, Alloggi, Networking post-laurea) sono stati selezionati gli item ritenuti maggiormente diagnostici del bisogno sottostante. È stata adottata una codifica top-two box: si considerano "risposte positive" le due modalità di intensità più elevata di ciascuna scala, ossia "Molto" e "Abbastanza" nelle scale verbali a quattro modalità impiegate negli item Q1–Q6 e Q13, e i punteggi 4 e 5 nell'unico item a scala numerica 1–5 (Q11); per gli item a scelta multipla si assumono come indicative le opzioni espressive di un interesse effettivo.

Accanto alla distribuzione marginale di ciascun item, viene riportata la distribuzione condizionata rispetto alle principali variabili di segmentazione (condizione studentesca, polo, dipartimento, fascia d'età e genere), così da restituire non soltanto la misura del bisogno, ma anche la sua collocazione all'interno del campione: non soltanto "quanto", ma anche "chi".

4.1 Quanto è importante inserire una sezione SVAGO?

Per delineare la sezione “Svago” di UNImeet, abbiamo posto al centro dell’analisi quattro domande (quattro item di intensità, di cui tre a scala verbale e uno a scala categoriale), scelte perché esplorano in modo diretto le esigenze di socializzazione e le difficoltà pratiche degli studenti.

- **Q4:** "Quanto è importante per te trovare eventi e/o attività ricreative nella zona della tua università?"
- **Q8:** "Quanto incide la difficoltà di spostarsi la sera (es. assenza di mezzi pubblici, costi elevati dei trasporti, mancanza di soluzioni condivise) sulla tua partecipazione a eventi, attività sociali o momenti di aggregazione fuori dall'orario universitario?"
- **Q9:** "Come valuti il tuo senso di sicurezza quando ti sposti nella città in cui studi?"

Grazie a queste domande, possiamo non solo cogliere il desiderio di svago dei partecipanti, ma anche identificare eventuali barriere logistiche o psicologiche, in modo da orientare con precisione le funzionalità introdotte all’interno della nuova sezione dell’app.

4.1.1. Bisogno di nuove amicizie (Q1)

L'item Q1 chiedeva con quale frequenza gli studenti avvertissero il bisogno di stringere nuove amicizie durante il percorso universitario. La distribuzione delle risposte evidenzia una forte concentrazione sulle modalità superiori della scala: 42 rispondenti (61,8%) dichiarano di avvertirlo "spesso" e 11 (16,2%) "sempre", a fronte di 14 casi (20,6%) collocati su "raramente" e di un solo caso (1,5%) su "mai". Applicando la codifica top-two box definita in sede metodologica, il bisogno risulta espresso da 53 studenti su 68, pari al 77,9% del campione, poco meno di quattro rispondenti su cinque. Le distribuzioni complete dell'item, incrociate con le variabili socio-demografiche rilevate dagli item Q14-Q19 e comprensive di frequenze assolute, composizione del sottogruppo e tassi di risposta all'interno di ciascuna categoria, sono riportate in appendice. [Tabella 1. Distribuzione delle risposte alla Domanda 1 sulla frequenza del bisogno di stringere nuove amicizie (n = 68).]

Guardando alla composizione socio-demografica del sottogruppo che esprime tale bisogno, che consta di 53 casi, si osserva anzitutto una netta prevalenza di studenti iscritti a corsi di laurea, pari all'88,7% (n = 47), mentre dottorandi e laureati entro i due anni dal titolo si attestano rispettivamente al 7,5% (n = 4) e al 3,8% (n = 2). Sul piano della condizione studentesca la componente maggioritaria è quella dei pendolari, complessivamente il 52,8% (n = 28), ripartita tra viaggi inferiori ai 30 minuti (18,9%), compresi tra 30 e 60 minuti (20,8%) e superiori all'ora (13,2%); seguono i fuori sede con il 37,7% (n = 20), di cui il 28,3% con oltre tre ore di distanza dal comune d'origine e il 9,4% con meno di tre ore, mentre gli studenti in sede si fermano al 9,4% (n = 5). Quanto al polo di frequenza, il 94,2% segue le lezioni a Reggio Emilia (n = 49), con presenze marginali a Modena (3,8%) e Carpi (1,9%): le percentuali sono riferite ai 52 casi validi, essendosi registrata una mancata risposta all'item. La distribuzione per dipartimento vede prevalere Comunicazione ed Economia con il 64,2% (n = 34), seguito da Scienze e Metodi dell'Ingegneria con il 28,3% (n = 15), mentre i restanti dipartimenti incidono complessivamente per il 7,5% (n = 4). Sul versante anagrafico il 62,3% rientra nella classe 25-30 anni, il 35,8% in quella 18-24 anni e l'1,9% in quella 31-35 anni; il sottogruppo è infine composto per il 54,7% da studentesse e per il 45,3% da studenti.

Le distribuzioni appena esposte non vanno tuttavia interpretate come tratti caratterizzanti del sottogruppo. Poiché quest'ultimo comprende il 77,9% dei rispondenti, la sua composizione replica quasi integralmente quella del campione complessivo, con scarti contenuti entro pochi

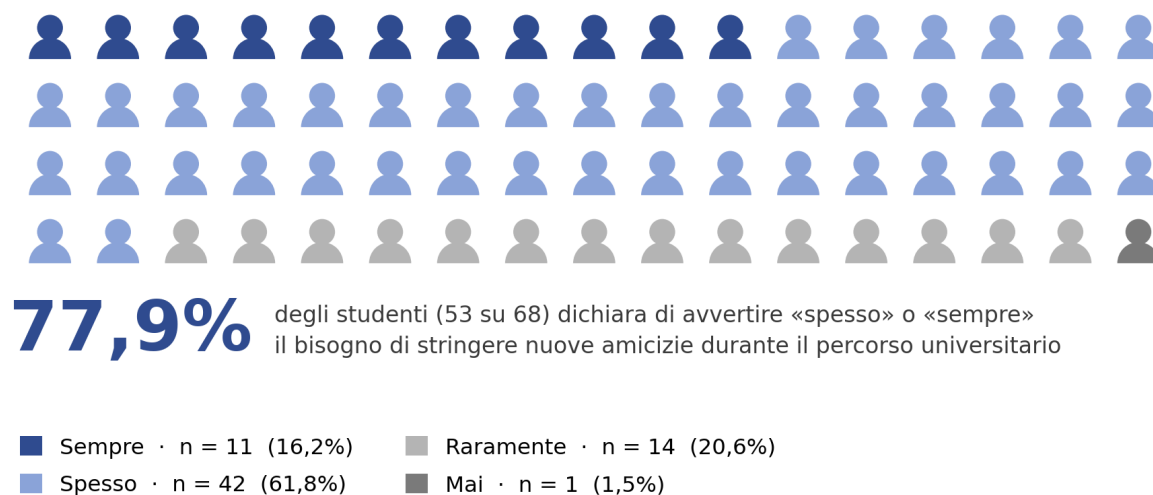
punti percentuali su tutte le variabili considerate: i fuori sede passano dal 36,8% del campione al 37,7% del sottogruppo, il polo di Reggio Emilia dal 92,5% al 94,2% (in entrambi i casi calcolato sui rispondenti effettivi all'item), la fascia 25-30 anni dal 64,7% al 62,3%. Le quote riportate descrivono pertanto la struttura del campione e non un profilo specifico di chi manifesta il bisogno.

Per isolare eventuali differenziali occorre invertire la prospettiva e calcolare, all'interno di ciascuna categoria socio-demografica, la quota di soggetti collocati nelle due modalità superiori della scala. Letta in questi termini, l'analisi restituisce due scostamenti degni di nota rispetto al tasso medio campionario del 77,9%. Il primo riguarda il genere e si muove in direzione contraria a quanto la composizione del sottogruppo lascerebbe supporre: benché le studentesse ne costituiscano la maggioranza assoluta (54,7%), esse risultano sottorappresentate rispetto al loro peso nel campione (60,3%), poiché il tasso di risposta positiva è pari all'88,9% tra gli studenti (24 su 27) e al 70,7% tra le studentesse (29 su 41), con un differenziale di poco superiore ai diciotto punti percentuali. Il secondo scostamento attiene all'appartenenza dipartimentale, dal momento che il bisogno risulta espresso dal 93,8% degli iscritti al DISMI (15 su 16) contro il 73,9% degli iscritti al DCE (34 su 46), con uno scarto di circa venti punti.

Le restanti variabili non evidenziano differenziali apprezzabili. Il tasso si attesta all'80,6% tra gli studenti che risiedono nel comune universitario, siano essi in sede o trasferiti per motivi di studio (25 su 31), contro il 75,7% dei pendolari (28 su 37), e all'82,6% nella fascia 18-24 anni (19 su 23) contro il 75,0% nella fascia 25-30 anni (33 su 44). Il bisogno di socialità si conferma dunque trasversale rispetto alla condizione abitativa, circostanza che assume rilievo nei paragrafi successivi, dove la medesima variabile produce invece divari considerevoli. Coerentemente con l'impostazione metodologica adottata, tutti i valori riportati costituiscono scarti osservati all'interno del campione: la ridotta numerosità di alcuni sottogruppi, particolarmente evidente nel caso del DISMI che conta sedici unità, non consente di sottoporli a verifica inferenziale né di escludere che siano imputabili a fluttuazione casuale. Essi vanno pertanto assunti come indicazioni esplorative, utili a orientare la progettazione delle funzionalità di socializzazione, non come evidenze di associazione tra le variabili.

Il bisogno di nuove amicizie tra gli studenti Unimore

Risposte alla Domanda 1: frequenza con cui si avverte il bisogno di fare nuove amicizie (n = 68)



Ogni icona rappresenta un rispondente. Base: 68 questionari validi.

Fig. 6 Distribuzione delle risposte alla Domanda 1 sulla frequenza del bisogno di stringere nuove amicizie (n = 68). Ciascuna icona rappresenta un rispondente. Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

I risultati esposti documentano un bisogno di socialità ampiamente diffuso nel campione, espresso da poco meno di quattro rispondenti su cinque e trasversale rispetto alla condizione studentesca: i tassi di risposta positiva oscillano infatti entro pochi punti percentuali, attestandosi all'80,6% tra gli studenti che risiedono nel comune universitario (25 su 31) e al 75,7% tra i pendolari (28 su 37).

Sul piano progettuale, la trasversalità del bisogno suggerisce di concepire la sezione "Svago" come funzionalità rivolta all'intera utenza, senza segmentazioni preliminari per profilo. La priorità implementativa individuata è quella di un meccanismo di matchmaking sociale fondato su interessi e affinità di corso, integrato dalla possibilità di proporre e aderire a eventi e gruppi tematici. L'ampiezza del bisogno rilevato non fornisce tuttavia, di per sé, indicazioni sulle modalità di fruizione preferite: la definizione dei vincoli operativi, in particolare quelli connessi alla dimensione logistica e agli orari di accessibilità, sarà oggetto dei paragrafi successivi, ove si dà conto degli item specificamente dedicati alla mobilità e alla sicurezza percepita.

4.1.2 Attività ricreative in prossimità dell'ateneo e condizione residenziale (Q4)

All'item Q4, che chiedeva quanto fosse importante trovare eventi e attività ricreative nella zona dell'università, 48 rispondenti su 68, pari al 70,6% del campione, si collocano nelle due modalità superiori della scala: 20 di essi (29,4%) hanno indicato "Molto importante" e 28 (41,2%) "Abbastanza importante". Le modalità inferiori raccolgono il restante 29,4%, ripartito tra "Poco importante" (23,5%, n = 16) e "Per nulla importante" (5,9%, n = 4). Quanto allo status accademico, il sottogruppo interessato risulta composto per l'85,4% (n = 41) da studenti iscritti a corsi di laurea, per il 10,4% (n = 5) da dottorandi e per il 4,2% (n = 2) da laureati entro i due anni dal titolo, il che suggerisce che l'interesse per l'offerta ricreativa attraversi l'intero ciclo formativo senza concentrarsi nelle sue fasi iniziali.

Quanto conta lo svago per gli studenti Unimore

Risposte alla Domanda 4: importanza di eventi e attività ricreative nella zona dell'ateneo (n = 68)

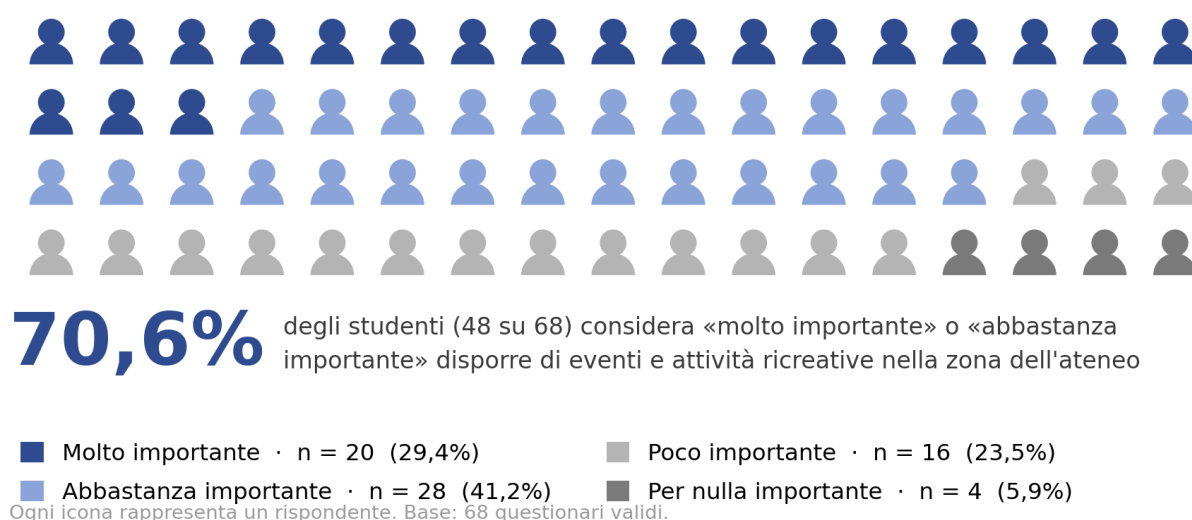


Fig. 7 Importanza attribuita alla disponibilità di eventi e attività ricreative nella zona dell'ateneo (Domanda 4, n = 68). Ciascuna icona rappresenta un rispondente. Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

L'analisi per condizione studentesca richiede tuttavia una premessa interpretativa, in assenza della quale i dati risultano fuorvianti. La Q15 definisce come in sede chi vive stabilmente nel comune della sede universitaria, come fuori sede chi vi si è trasferito per ragioni di studio e come pendolare chi risiede in un comune diverso e vi fa quotidianamente ritorno. Ne

consegue che le prime due categorie, corrispondenti a quattro delle sei modalità previste dall'item, identificano soggetti che risiedono entrambi nel comune universitario: ciò che li distingue non è l'onere di spostamento quotidiano, sostanzialmente comparabile, bensì il radicamento territoriale, poiché gli studenti in sede dispongono di una rete relazionale preesistente mentre i fuori sede l'hanno lasciata nel comune d'origine. Da ciò discende anche che le indicazioni temporali associate alle modalità dei fuori sede ("oltre tre ore", "meno di tre ore") misurano la distanza dal luogo di provenienza e non un tragitto giornaliero: interpretarle come misura di difficoltà logistica quotidiana significherebbe attribuire un onere di spostamento proprio ai soggetti che ne sono esenti.

Per questa ragione la Q15 viene qui impiegata secondo una ricodifica a due livelli. Il primo distingue i residenti nel comune universitario ($n = 31$), somma di studenti in sede e fuori sede, dai pendolari ($n = 37$); il secondo, interno alla prima categoria, separa i residenti radicati (in sede, $n = 6$) dai residenti trasferiti (fuori sede, $n = 25$). Mentre la partizione principale poggia su gruppi di numerosità adeguata, la sottodistinzione, data l'esiguità dei residenti radicati, viene assunta in via meramente indicativa.

Applicata a tale ricodifica, la Q4 restituisce il divario più ampio riscontrato nel presente capitolo, poiché esprime un interesse elevato il 90,3% dei residenti (28 su 31) contro il 54,1% dei pendolari (20 su 37), con uno scarto superiore ai trentasei punti percentuali. La disaggregazione interna ne conferma la coerenza: si registra il 92,0% tra i residenti trasferiti (23 su 25) e l'83,3% tra i radicati (5 su 6), mentre sul versante opposto si osservano il 64,3% tra i pendolari con tragitto compreso tra 30 e 60 minuti (9 su 14), il 57,1% tra quelli entro i 30 minuti (8 su 14) e il 33,3% tra quelli oltre l'ora (3 su 9).

Il confronto con la Q1 chiarisce il senso di questo divario. Il bisogno di nuove amicizie è pressoché identico nei due gruppi, con l'80,6% tra i residenti e il 75,7% tra i pendolari, mentre la domanda di eventi in zona universitaria li separa di trentasei punti. A parità di desiderio di socialità, dunque, cambia soltanto il luogo in cui essa può realizzarsi: per i pendolari quel luogo non è il contesto universitario.

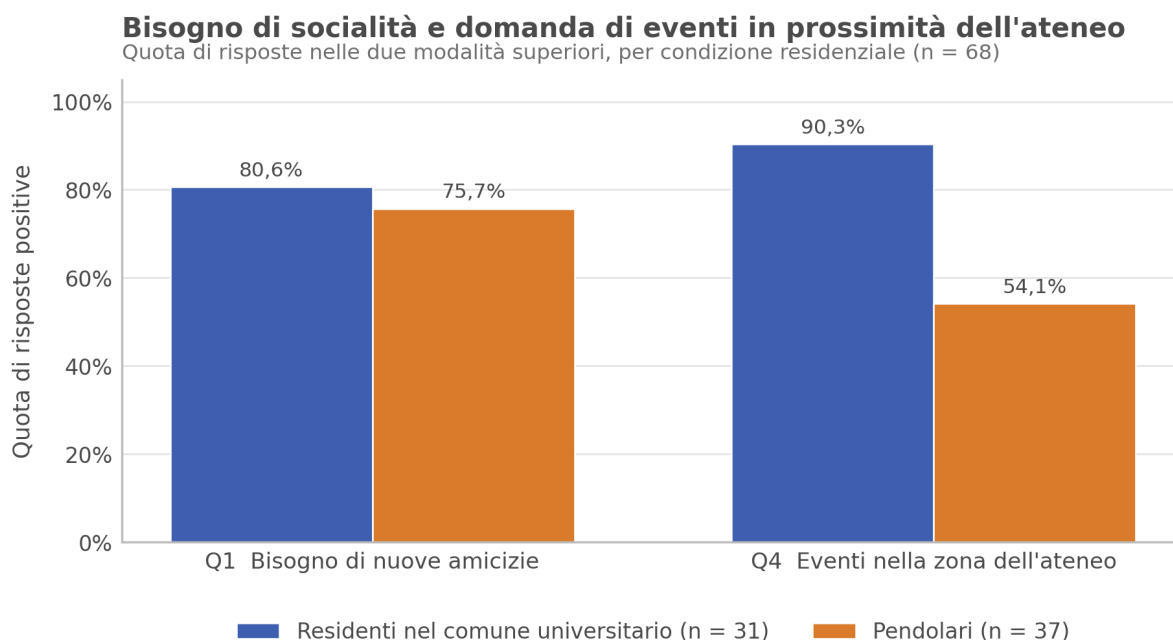


Fig.8 Confronto tra bisogno di socialità (Q1) e domanda di eventi in prossimità dell'ateneo (Q4) per condizione residenziale.

Occorre nondimeno explicitare un limite dell'item. La Q4 chiede l'importanza di attività ricreative nella zona dell'università, che per chi risiede altrove è per definizione esterna al proprio contesto di vita quotidiana: una parte del differenziale è pertanto insita nella formulazione stessa della domanda e non va letta come misura autonoma di disinteresse. Il dato conserva tuttavia pieno valore progettuale, poiché documenta che una funzionalità centrata sulla prossimità al campus intercetta strutturalmente meno della metà della componente pendolare.

L'incrocio con la Q8, relativa all'incidenza delle difficoltà di spostamento serale, corrobora questa lettura e ne precisa il meccanismo. I residenti trasferiti segnalano l'ostacolo nell'84,0% dei casi (21 su 25) pur risiedendo nel comune universitario, il che indica come la loro frizione non derivi dalla distanza ma dalla percorribilità serale in assenza di mezzo proprio e dalla limitata conoscenza del territorio. I pendolari oltre i sessanta minuti, per contro, indicano la stessa difficoltà solo nel 33,3% dei casi, valore che coincide con il loro tasso di interesse alla Q4: la convergenza dei due indicatori non descrive una partecipazione impedita, quanto piuttosto un disinvestimento dalla dimensione sociale del contesto universitario, la cui vita relazionale resta ancorata al comune di residenza.

Sul piano progettuale, le evidenze indicano due segmenti distinti che richiedono leve differenti. Per i residenti, che cumulano domanda elevata e attrito percepito, la leva non è

spaziale, poiché la prossimità al campus è già data, ma attiene alla raggiungibilità effettiva in fascia serale senza disponibilità di mezzo proprio; ne discendono requisiti puntuali per la sezione "Svago", quali l'indicazione della percorribilità a piedi o con trasporto pubblico, l'evidenza degli orari dell'ultima corsa utile e una funzionalità di aggregazione tra partecipanti per il tragitto di andata e di rientro. Per i pendolari, viceversa, la leva è temporale, giacché l'ostacolo non risiede nella collocazione geografica degli eventi, che si svolgono comunque presso sedi già frequentate, bensì nella loro collocazione oraria rispetto al momento del rientro: un filtro per fascia oraria e una programmazione di attività diurne contigue agli orari delle lezioni rappresentano per questo segmento opzioni più efficaci di qualsiasi meccanismo di selezione su base geografica.

Si precisa infine che i valori riportati costituiscono scarti osservati nel campione. Alcune categorie presentano numerosità contenute, nove casi per i pendolari oltre i sessanta minuti e sei per i residenti radicati, che non consentono verifica inferenziale; l'ampiezza del differenziale principale, riferito a gruppi di 31 e 37 unità, ne rende tuttavia plausibile l'assunzione come indicazione orientativa.

4.1.3 Difficoltà di spostamento e percezione della sicurezza (Q8,Q9)

La definizione dell'interfaccia della sezione "Svago" richiede l'esame di due ulteriori item, relativi rispettivamente all'incidenza delle difficoltà di spostamento serale (Q8) e alla sicurezza percepita negli spostamenti urbani (Q9). La lettura congiunta di Q1, Q4, Q8 e Q9 consente infatti di distinguere ciò che finora è stato trattato come un unico ostacolo alla partecipazione in due barriere di natura differente, che richiedono risposte progettuali altrettanto differenti.

L'item Q8 rileva quanto la difficoltà di spostarsi la sera, esemplificata nella formulazione dalla scarsità di mezzi pubblici, dai costi elevati dei trasporti e dalla mancanza di soluzioni condivise, incida sulla partecipazione a eventi e momenti di aggregazione. Segnalano un'incidenza rilevante 45 rispondenti su 68, pari al 66,2%, di cui 20 (29,4%) indicano "Abbastanza", 16 (23,5%) "Molto" e 9 (13,2%) "Tantissimo": le barriere logistiche non costituiscono dunque un disagio marginale, ma un ostacolo concreto alla vita sociale per due terzi del campione.

L'analisi per tassi individua due assi di differenziazione, entrambi di ampiezza rilevante. Il primo è di natura residenziale, poiché segnala l'ostacolo l'80,6% dei residenti nel comune universitario (25 su 31) contro il 54,1% dei pendolari (20 su 37), con uno scarto di circa ventisei punti; il dato, in apparenza controintuitivo, trova spiegazione nel meccanismo già illustrato nel paragrafo precedente, giacché la difficoltà non è funzione della distanza percorsa ma della percorribilità del tratto serale in assenza di mezzo proprio, condizione che caratterizza in misura maggiore chi si è trasferito nella città di studio. Il secondo asse attiene al genere, poiché segnala l'ostacolo il 75,6% delle studentesse (31 su 41) contro il 51,9% degli studenti (14 su 27), con uno scarto prossimo ai ventiquattro punti; coerentemente, la componente femminile costituisce il 68,9% del sottogruppo (31 su 45) a fronte del 60,3% registrato nel campione complessivo. Non risultano invece differenziali apprezzabili rispetto alla fascia d'età (68,2% tra i 25-30enni contro 65,2% tra i 18-24enni), né rispetto al polo o al dipartimento di appartenenza, le cui distribuzioni si limitano a riflettere la composizione del campione.

L'item Q9, che chiedeva agli studenti di valutare il proprio senso di sicurezza negli spostamenti urbani, non adotta una scala Likert propriamente detta bensì una scala categoriale a modalità descrittive con gerarchia implicita. La distribuzione delle risposte vede 23 rispondenti (33,8%) dichiarare di sentirsi sicuri di giorno ma meno la sera, 21 (30,9%) soltanto in alcune zone specifiche, 16 (23,5%) affermare di sentirsi spesso insicuri, 6 (8,8%) di non sentirsi per nulla al sicuro e 2 (2,9%) di sentirsi sempre al sicuro. Aggregando le due modalità di maggiore intensità si ottiene un sottogruppo ad alta insicurezza percepita pari a 22 casi, corrispondenti al 32,4% del campione, al cui interno la componente femminile risulta nettamente prevalente (81,8%, $n = 18$) a fronte di una presenza maschile limitata al 18,2% ($n = 4$). Letto per tassi, il divario appare ancora più netto, poiché dichiara un'insicurezza elevata il 43,9% delle studentesse (18 su 41) contro il 14,8% degli studenti (4 su 27), quasi trenta punti di scarto.

Il dato di maggiore rilievo emerge tuttavia dal confronto tra i due item. Mentre la Q8 presenta un doppio asse di differenziazione, sulla Q9 l'asse residenziale scompare, poiché dichiara un'insicurezza elevata il 35,5% dei residenti contro il 29,7% dei pendolari, differenza priva di significato interpretativo. La sicurezza percepita non risulta dunque funzione della condizione abitativa, ma del genere. Ciò impone di rivedere la lettura corrente, che tende a descrivere un

unico profilo penalizzato, quello della studentessa pendolare o fuori sede, sommando due fenomeni che i dati mostrano invece distinti: la difficoltà di spostamento è congiuntamente logistica e di genere, mentre l'insicurezza percepita è quasi esclusivamente di genere e attraversa in modo omogeneo tutte le condizioni abitative.

Quanto alla composizione del sottogruppo ad alta insicurezza per condizione studentesca, si registrano 11 pendolari (50,0%), 9 residenti trasferiti (40,9%) e 2 residenti radicati (9,1%); il dettaglio per fasce vede i fuori sede oltre le tre ore al 27,3% (n = 6), i pendolari nella fascia 30-60 minuti e in quella entro i 30 minuti al 22,7% ciascuna (n = 5), i fuori sede entro le tre ore al 13,6% (n = 3), gli studenti in sede al 9,1% (n = 2) e i pendolari oltre l'ora al 4,5% (n = 1).

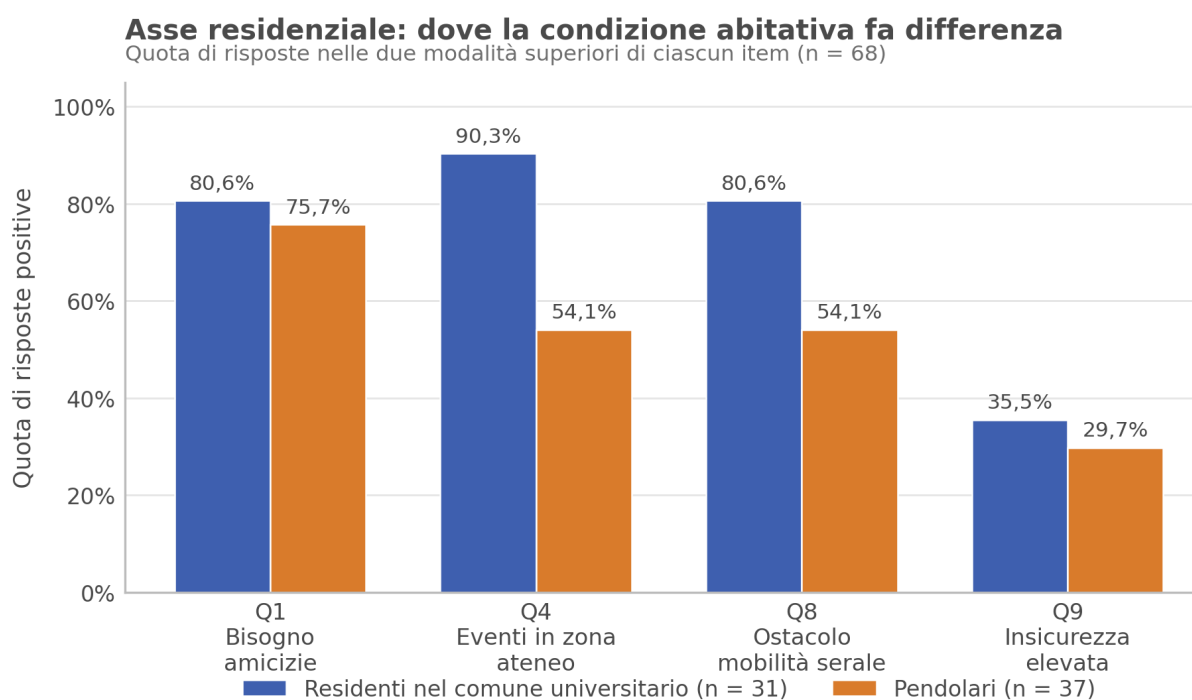


Fig.9 Tassi di risposta positiva per condizione residenziale.

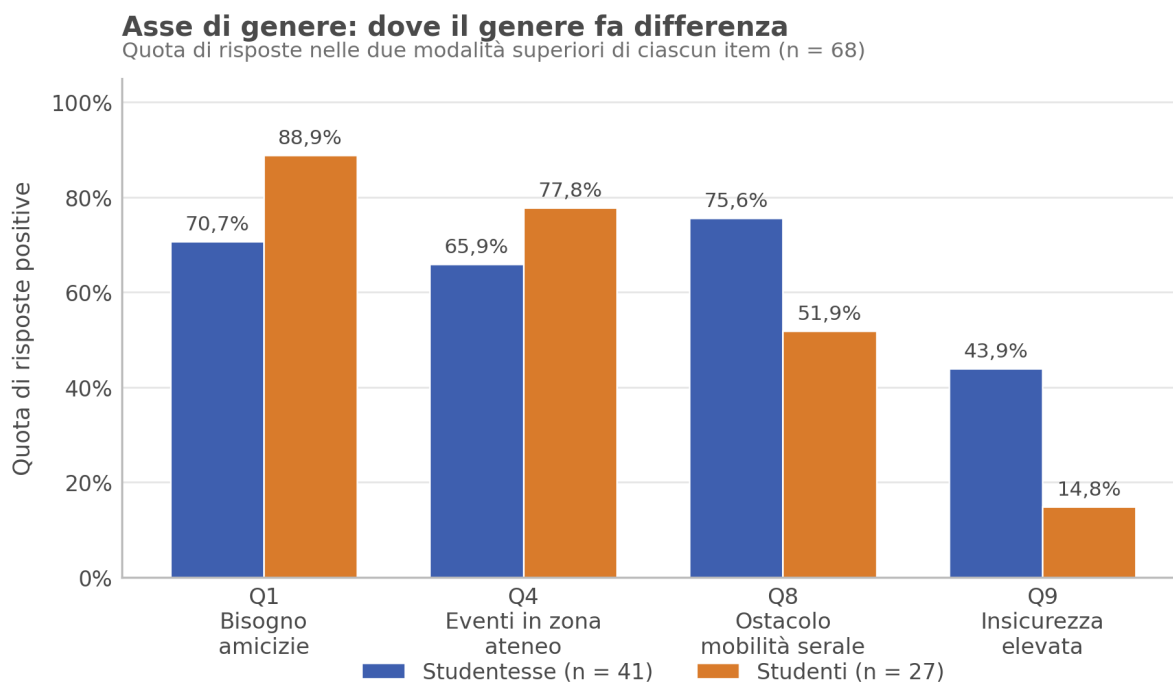


Fig.10 Tassi di risposta positiva per genere.

Merita particolare attenzione, all'interno di questo quadro, la modalità estrema dell'item: dei sei rispondenti che dichiarano di non sentirsi per nulla al sicuro e di evitare di spostarsi da soli, la totalità è costituita da studentesse, cinque delle quali residenti trasferite, mentre la sesta è una pendolare con tragitto inferiore ai trenta minuti. Pur trattandosi di una numerosità che non consente alcuna generalizzazione, la convergenza tra genere femminile e trasferimento recente in una città non conosciuta delinea una condizione di esposizione specifica, coerente con il quadro complessivo.

Un profilo ulteriore, distinto dai precedenti, emerge dalla modalità più frequente della Q9, quella di chi si sente sicuro di giorno ma meno la sera, selezionata da 23 rispondenti (33,8%). Il gruppo si caratterizza non per un'insicurezza diffusa ma per una vulnerabilità circoscritta alla fascia serale, e presenta una leggera prevalenza maschile (13 studenti, 56,5%, contro 10 studentesse, 43,5%), unica tra le modalità dell'item. Sul piano della condizione abitativa esso comprende 15 pendolari (65,2%), ripartiti tra tragitti entro i 30 minuti (30,4%), oltre l'ora (21,7%) e tra i 30 e i 60 minuti (13,0%), 7 residenti trasferiti (30,4%), di cui cinque con provenienza oltre le tre ore (21,7%), e un solo residente radicato (4,3%). L'inversione del rapporto di genere in questa modalità suggerisce una differenza qualitativa nella percezione del rischio, poiché per una parte degli studenti l'insicurezza assume connotazione temporale,

delimitata all'orario serale, mentre nelle modalità di intensità superiore, dove la prevalenza femminile risale all'81,8%, essa assume connotazione spaziale e diffusa, investendo la scelta dei percorsi e delle zone da attraversare indipendentemente dall'ora. La distinzione ha ricadute progettuali dirette, giacché alla prima forma si risponde con l'informazione sugli orari e alla seconda con l'accompagnamento e la conoscenza del territorio.

Sulla base di tali evidenze si sono delineano quattro funzionalità necessarie in UNImeet. Occorre premettere che esse derivano dai bisogni rilevati ma non costituiscono oggetto di misurazione diretta, poiché il questionario documenta le barriere e non la preferenza degli studenti tra le possibili soluzioni: vanno pertanto assunte come ipotesi progettuali motivate dai dati, la cui validazione richiederà una successiva fase di test.

La prima proposta progettuale riguarda i filtri per fascia oraria. I dati indicano che l'informazione più utile da mostrare non è quanto dista un evento, ma a che ora si svolge e come si torna a casa una volta finito. Lo confermano due elementi: un terzo del campione dichiara di sentirsi sicuro di giorno ma non la sera, e per i pendolari l'ostacolo alla partecipazione è l'orario di rientro, non la posizione della sede. Ogni evento dovrebbe quindi indicare l'orario dell'ultima corsa utile verso le principali direzioni, e la schermata principale dovrebbe permettere di filtrare per fascia oraria senza dover entrare nelle impostazioni. Va segnalato un limite: il questionario non ha chiesto quanto tempo occorra a ciascuno per raggiungere il campus dall'abitazione in cui vive oggi. Un filtro basato su questo dato sarebbe utile, ma richiederebbe di raccogliarlo al momento della registrazione.

Una seconda linea di intervento propone dei punti d'incontro geolocalizzati, cioè luoghi di ritrovo fissi dove chi si dirige allo stesso evento, o ne sta tornando, può trovarsi per fare il tragitto insieme. La funzione serve a due gruppi diversi per due ragioni diverse. Per i pendolari il punto d'incontro coincide con un luogo che attraversano comunque, come una stazione o un capolinea, e trasforma il tempo di attesa in un'occasione per conoscersi. Per i residenti, che pur abitando vicino al campus segnalano difficoltà di spostamento serale nell'80,6% dei casi, la funzione interviene sul tratto che si percorre da soli la sera, che i dati della Q9 indicano come il momento critico: chi rientra tardi non deve affrontare una distanza importante, ma un percorso che preferirebbe non fare in solitudine. In entrambi i casi la leva non è accorciare il tragitto, ma evitare di compierlo da soli.

La soluzione progettuale successiva nasce dal divario di genere emerso nella Q9 e prevede dei percorsi "Safe & Social". Si tratta di due funzioni collegate: una mappa costruita sulle segnalazioni degli studenti, che indichi le strade illuminate, quelle più frequentate e la presenza di locali aperti, e una funzione di partenza in gruppo, "muoviamoci insieme", che permetta di coordinarsi con chi va nella stessa direzione. Il gruppo a cui si rivolge è quello delle studentesse, e in particolare delle matricole che si sono appena trasferite, per le quali la scarsa conoscenza della città si somma al senso di insicurezza: esattamente il profilo delle sei rispondenti che dichiarano di non sentirsi per nulla al sicuro. Conviene però che le segnalazioni siano aperte a tutti gli utenti, con la possibilità di filtrarle, anziché riservate per genere: quest'ultima soluzione richiederebbe di verificare l'identità di chi contribuisce e solleverebbe questioni sul trattamento dei dati che vanno oltre lo scopo dell'applicazione.

L'ultima linea di intervento riguarda la mobilità condivisa, e trova il proprio fondamento nella formulazione della Q8. L'item elencava tra le cause della difficoltà di spostarsi la sera l'assenza di mezzi pubblici, il costo dei trasporti e la mancanza di soluzioni condivise: il 66,2% che ha segnalato il problema si è quindi espresso su una domanda che nomina esplicitamente sia i costi sia la condivisione. Una funzione che aiuti gli studenti a coordinare gli spostamenti agisce su entrambi i fronti, perché divide una spesa che da soli può risultare insostenibile e sostituisce il viaggio solitario con uno accompagnato. Rispetto al tema della sicurezza sollevato dalla Q9 va chiarito che il modello proposto non prevede di salire in auto con sconosciuti, ma di mettere in contatto studenti già iscritti alla piattaforma e diretti allo stesso evento. È la conoscenza reciproca a produrre il beneficio, non il mezzo di trasporto in sé, e per questo la funzione può operare solo dopo la verifica dell'appartenenza all'ateneo prevista in fase di registrazione.

In una prima fase si è pensato a delle navette condivise, da attivare quando un numero minimo di studenti si fosse dichiarato disposto a partecipare alla spesa. L'ipotesi si è però scontrata con un ostacolo concreto: un ateneo, o un'app che ne porta il nome, non può gestire pagamenti tra utenti. Farlo significherebbe assumersi la responsabilità di disservizi, contestazioni e uso improprio del denaro raccolto, oltre a richiedere strumenti che un ente accademico non ha e non deve avere, dai sistemi di pagamento certificati alla verifica dell'identità di chi versa, fino alle procedure di rimborso.

La soluzione è separare le due cose. UNImeet si occupa del coordinamento, cioè raccoglie le adesioni, controlla che i partecipanti siano effettivamente studenti dell'ateneo e organizza orari e punti di ritrovo, mentre la parte economica viene affidata a un servizio esterno già attrezzato, raggiungibile tramite un link. In questo modo l'app resta un facilitatore e non tocca mai il denaro: l'università mantiene la propria neutralità e non si espone a rischi normativi, e gli studenti conservano la possibilità di organizzarsi in autonomia per spostarsi insieme a costi ridotti.

Resta da scegliere quale servizio esterno utilizzare, e la scelta va fatta con attenzione. Le piattaforme di crowdfunding nascono per raccogliere donazioni a sostegno di cause e progetti, non per dividere in modo ricorrente le spese di un servizio tra chi ne usufruisce: prima di indicarne una occorre quindi verificare che il suo regolamento consenta un utilizzo di questo tipo. Per lo scopo descritto potrebbero risultare più adatte le applicazioni pensate specificamente per la suddivisione delle spese di gruppo.

A queste funzionalità se ne affianca infine una quinta, di natura diversa, relativa al coinvolgimento di dottorandi e neolaureati nelle attività promosse dalla piattaforma. Il campione comprende cinque dottorandi e due laureati entro i due anni, numerosità che non consente alcuna inferenza sul segmento; il sostegno empirico alla proposta proviene tuttavia da un item diverso, poiché alla Q7 la voce relativa al mantenimento dei rapporti sociali dopo la laurea è stata selezionata da 29 rispondenti, pari al 42,6% del campione complessivo, a pari merito con la creazione di nuove amicizie e con la ricerca di attività ricreative e seconda soltanto alla difficoltà di bilanciare studio e vita sociale, indicata da 39 rispondenti (57,4%). La domanda di continuità relazionale oltre il termine del percorso accademico è dunque espressa da oltre due quinti degli studenti, e iniziative di incontro informale tra studenti e figure in posizione di transizione verso il mondo del lavoro, del tipo denominato "Aperi-Meet", vi rispondono direttamente, consentendo al contempo a UNImeet di estendere la propria rete oltre la popolazione studentesca attiva.

Nel complesso, il quadro delineato indica che UNImeet non può limitarsi a una funzione di vetrina degli eventi. I dati documentano infatti due barriere distinte alla partecipazione: una di natura logistica, che discrimina secondo la condizione residenziale e richiede risposte informative e organizzative, e una relativa alla sicurezza percepita, che discrimina secondo il genere in modo trasversale a ogni condizione abitativa e richiede risposte di

accompagnamento. La sezione "Svago" dovrà pertanto accompagnare attivamente lo studente, residente o pendolare che sia, nel superamento di entrambe, restituendo alla socialità in presenza le condizioni materiali che ne rendono possibile l'esercizio.

4.2 scelte progettuali per la sezione STUDIO

La sezione Studio di UNImeet nasce per sostenere gli studenti nelle attività accademiche, facilitando la collaborazione, l'accesso alle risorse e la condivisione di informazioni utili. Per valutarne l'importanza e definirne le funzionalità sono state analizzate le risposte a tre item del questionario: la Domanda 2, sull'importanza attribuita alla partecipazione a gruppi studio organizzati; la Domanda 3, sull'utilità di uno spazio dedicato a porre domande e condividere materiali con altri studenti; e la Domanda 12, sui canali utilizzati più di frequente per reperire informazioni su lezioni, esami, eventi e materiale universitario.

4.2.1 l'importanza dei gruppi studio (Q2)

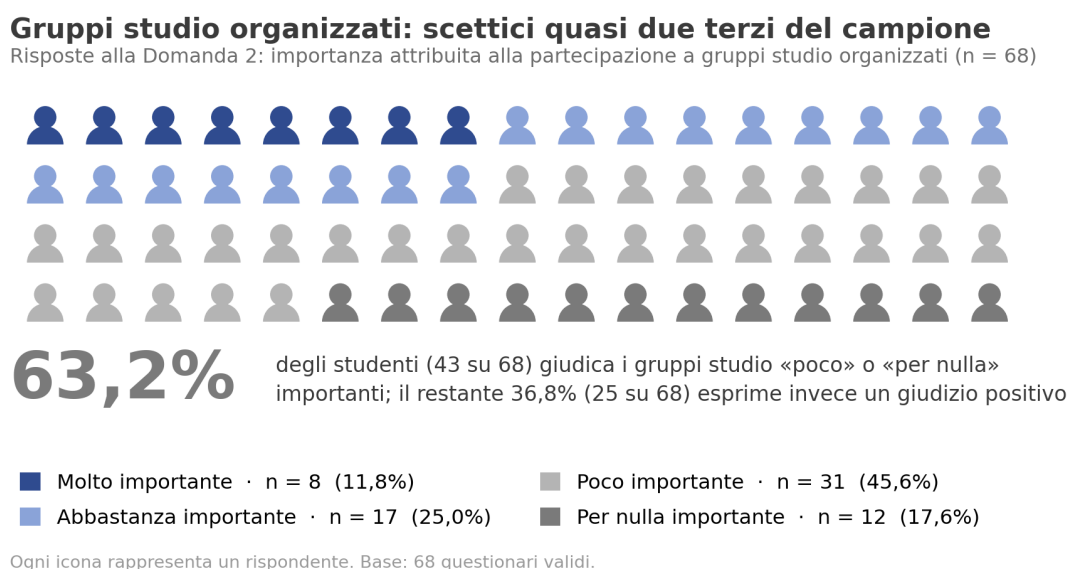


Fig.11 Distribuzione delle risposte alla Domanda 2, relativa all'importanza attribuita alla partecipazione a gruppi studio organizzati. Ciascuna icona rappresenta un rispondente (n = 68). Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

Le risposte alla Domanda 2 mostrano che la maggioranza degli studenti attribuisce scarsa importanza ai gruppi studio organizzati: 31 rispondenti (45,59%) li giudicano "poco importanti" e 12 (17,65%) "per nulla importanti", per un totale di 43 casi pari al 63,24% del campione. La componente favorevole non è però trascurabile, poiché 17 rispondenti (25,00%)

considerano la partecipazione "abbastanza importante" e 8 (11,76%) "molto importante": complessivamente più di un terzo del campione, il 36,76%, esprime un giudizio positivo.

Il dato va quindi letto come un ridimensionamento della centralità dei gruppi studio, non come un rifiuto generalizzato.

Incrociando i 43 rispondenti che attribuiscono scarsa importanza ai gruppi studio con le variabili socio-demografiche e con il bisogno di nuove amicizie rilevato dalla Q1 emergono alcuni elementi utili a impostare l'area Studio.

Sul piano della condizione studentesca il sottogruppo è composto in prevalenza da pendolari (62,8%, $n = 27$), seguiti dai fuori sede (25,6%, $n = 11$) e, in misura marginale, dagli studenti in sede (11,6%, $n = 5$). Questa composizione, però, riflette in larga parte la struttura del campione, e per cogliere il fenomeno occorre ragionare per tassi. Letta in questi termini l'analisi restituisce un divario netto: liquida i gruppi studio il 73,0% dei pendolari (27 su 37) contro il 44,0% dei fuori sede (11 su 25), ossia meno della metà. Aggregando gli studenti che risiedono nel comune universitario, siano essi in sede o trasferiti per motivi di studio, il tasso scende al 51,6% (16 su 31), contro il 73,0% dei pendolari.

L'interpretazione che ne discende è coerente con quanto osservato nella sezione precedente. La barriera non è la scarsa propensione a studiare insieme, ma la fattibilità pratica di un incontro in presenza: chi si sposta ogni giorno da un altro comune deve far coincidere il gruppo studio con la finestra oraria compresa tra le lezioni e il rientro, mentre chi abita nella città di studio non ha questo vincolo e infatti si mostra assai più disponibile. Va evitata, in proposito, l'attribuzione di un ostacolo logistico agli studenti fuori sede, che risiedono nel comune universitario e per i quali la partecipazione a un incontro in campus non comporta alcun onere di spostamento aggiuntivo.

Il sottogruppo presenta inoltre un differenziale di genere di una certa ampiezza. Le studentesse ne costituiscono il 67,4% ($n = 29$), a fronte di un peso del 60,3% nel campione complessivo, e il confronto tra i tassi conferma lo scarto: attribuisce scarsa importanza ai gruppi studio il 70,7% delle studentesse (29 su 41) contro il 51,9% degli studenti (14 su 27), quasi diciannove punti percentuali. Il segno coincide con quello già osservato nella Q1, dove pure le studentesse mostravano tassi inferiori di adesione alle forme strutturate di socialità accademica: si tratta di una regolarità che attraversa più item e che meriterebbe un approfondimento specifico, non consentito però dalla numerosità del campione.

Un ulteriore elemento riguarda la relazione con il bisogno di socialità. Fra i 43 rispondenti che svalutano i gruppi studio, 30, pari al 69,8%, dichiarano comunque di avvertire "spesso" o "sempre" il bisogno di stringere nuove amicizie. Il valore è di poco inferiore al tasso medio del campione, che si attesta al 77,9%, e non configura pertanto una sovrapposizione anomala; documenta però un punto rilevante, ossia che la scarsa attrattività del gruppo studio non si accompagna a un disinteresse per le relazioni tra pari. Sette rispondenti su dieci, pur non riconoscendo valore alla forma organizzata dello studio condiviso, cercano occasioni di incontro: ciò che viene respinto non è la relazione, ma il contesto accademico strutturato in cui la si propone.

A sostegno di questa lettura interviene la Domanda 7, a risposta multipla. Fra le difficoltà della vita universitaria, l'opzione relativa al trovare persone con cui organizzare gruppi studio raccoglie 10 selezioni, pari al 14,7% del campione, collocandosi fra le meno indicate, ben distante dal 57,4% del bilanciamento tra studio e vita sociale e dal 42,6% raccolto tanto dalla creazione di nuove amicizie quanto dalla ricerca di attività ricreative. Nello stesso item, tuttavia, la difficoltà di reperire materiali di studio condivisi raccoglie 22 selezioni (32,4%), risultando la quarta più segnalata. Il bisogno accademico esiste dunque, ma ha natura diversa da quella presupposta dal gruppo studio in presenza: riguarda l'accesso alle risorse più che l'organizzazione di incontri, ed è precisamente ciò che la Domanda 3 approfondisce.

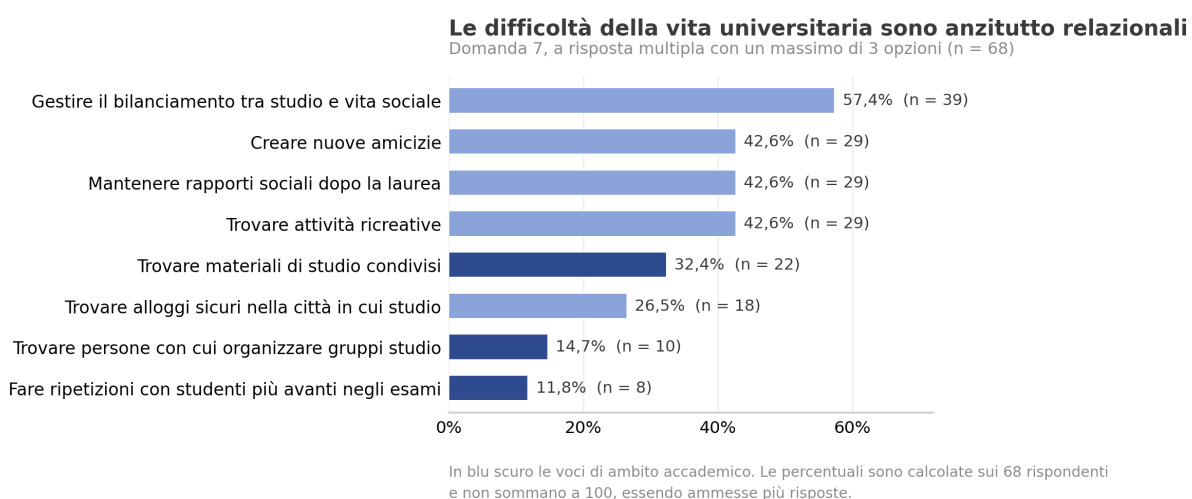


Fig. 12 Difficoltà segnalate nella vita universitaria (Domanda 7, a risposta multipla con un massimo di tre opzioni, n = 68). Le percentuali sono calcolate sul totale dei rispondenti e non sommano a 100. In blu scuro le voci di ambito accademico. Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

Queste evidenze impongono un ripensamento della sezione Studio, che va inteso come una revisione del formato più che come un ridimensionamento. Il modello del gruppo studio tradizionale, fondato su un incontro programmato in presenza, intercetta poco più di un terzo del campione e trova il proprio ostacolo principale nella componente pendolare, per la quale il vincolo è di natura oraria. La direzione da seguire è quindi quella di formati più leggeri e flessibili: micro-eventi e sessioni di studio brevi, collocati negli spazi del campus e in orari contigui alle lezioni, così da non richiedere una permanenza aggiuntiva a chi deve rientrare. Un calendario integrato e la geolocalizzazione degli spazi disponibili possono agevolare questa fruizione, trasformando il gruppo studio da appuntamento accademico a occasione di aggregazione, e rispondendo così anche a quel 69,8% che, pur non attribuendo valore alla forma organizzata, continua a cercare occasioni di incontro.

Ne consegue una revisione anche gerarchica della sezione, inizialmente concepita come elemento centrale della piattaforma e che alla luce delle risposte appare meno prioritaria di quanto ipotizzato, quantomeno nella sua declinazione tradizionale. Si ricorda infine che il campione è di convenienza e non rappresentativo della popolazione studentesca Unimore, avendo intercettato prevalentemente studenti del polo di Reggio Emilia afferenti ai dipartimenti di Comunicazione ed Economia e di Scienze e Metodi dell'Ingegneria: le indicazioni raccolte orientano la progettazione ma non autorizzano conclusioni generali sull'utilità dei gruppi studio nell'ateneo.

4.2.2 Spazi collaborativi e canali informativi (Q3, Q12)

Alla Domanda 3, che chiedeva quanto fosse utile disporre di uno spazio dedicato a porre domande e condividere materiali di studio con altri studenti, 66 rispondenti su 68, pari al 97,1%, si collocano sulle modalità positive: 34 di essi (50,0%) lo giudicano "abbastanza utile" e 32 (47,1%) "molto utile". Soltanto due rispondenti (2,9%) lo considerano "poco utile" e nessuno lo ritiene privo di utilità. Si tratta del consenso più ampio registrato nell'intero questionario, ed è anche la ragione per cui questo item non si presta ad alcuna analisi per sottogruppi: con due soli casi collocati fuori dall'area positiva non esiste variabilità sufficiente a distinguere profili, e ogni confronto tra categorie risulterebbe privo di fondamento.

Il dato assume particolare rilievo se accostato a quello del paragrafo precedente. Gli stessi studenti che nel 63,2% dei casi attribuiscono scarsa importanza ai gruppi studio organizzati riconoscono quasi all'unanimità l'utilità di uno spazio di scambio asincrono. Le due risposte non si contraddicono, ma delimitano con precisione la natura del bisogno accademico: ciò che viene respinto è la forma sincrona e programmata dell'incontro, che impone un vincolo di tempo e di luogo, mentre resta forte la domanda di accesso condiviso alle risorse. La Domanda 7 aveva del resto già segnalato questa asimmetria, collocando la difficoltà di reperire materiali di studio condivisi al 32,4% e quella di trovare persone con cui organizzare gruppi studio al 14,7%.

La Domanda 12, relativa ai canali effettivamente utilizzati per reperire informazioni su lezioni, esami, eventi e materiale universitario, restituisce la graduatoria illustrata nella Fig. 12. Quattro canali superano il 58% di utilizzo, e in testa alla classifica si collocano i gruppi WhatsApp con il 79,4% delle selezioni, davanti ai portali accademici (69,1%) e al sito d'ateneo (61,8%). Trattandosi di domanda a risposta multipla, le percentuali sono calcolate sui 68 rispondenti e non sommano a cento. Il dettaglio delle voci minori resta leggibile nella figura senza appesantire il testo.

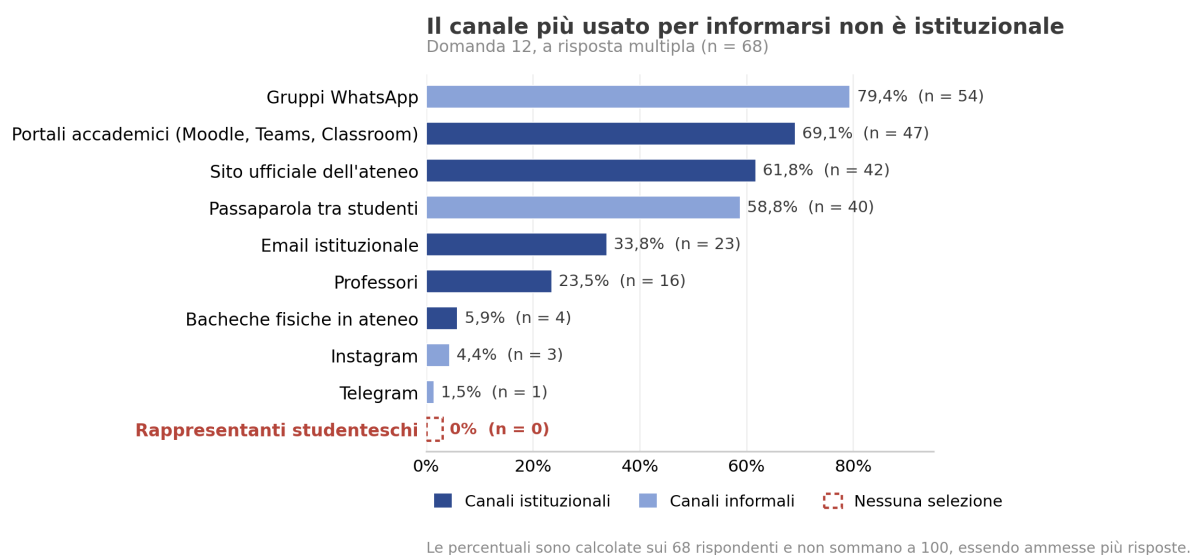


Fig. 13 Canali utilizzati per reperire informazioni su lezioni, esami, eventi e materiale universitario (Domanda 12, a risposta multipla, n = 68). L'opzione relativa ai rappresentanti studenteschi, pur esplicitamente prevista nell'elenco, non ha raccolto alcuna selezione. Le percentuali sono calcolate sul totale dei rispondenti e non sommano a 100. Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

Il quadro che emerge è quello di un ecosistema informativo frammentato, nel quale strumenti ufficiali e canali informali convivono senza una gerarchia chiara e nel quale il canale più utilizzato in assoluto non è istituzionale. Che questo ricorso alle reti personali serva a compensare una difficoltà di accesso alle fonti ufficiali non si deduce dalla sola Domanda 12, ma trova riscontro nella Domanda 11: interrogati su quanto fosse semplice e intuitivo reperire le informazioni necessarie sul sito d'ateneo, i rispondenti esprimono una valutazione media di 2,81 su 5, con il 38,2% collocato sui punteggi più bassi della scala e solo il 23,5% su quelli positivi. La combinazione dei due item descrive quindi studenti che continuano a consultare i canali istituzionali, dato che il sito è comunque indicato dal 61,8%, ma che vi affiancano sistematicamente reti informali più rapide da interrogare.

All'interno di questo quadro si colloca il risultato più netto dell'item. Nessuno dei 68 rispondenti ha indicato i rappresentanti studenteschi tra i canali utilizzati, benché l'opzione fosse esplicitamente prevista nell'elenco: si tratta dell'unica voce del questionario a non aver raccolto neppure una selezione. Il dato non va letto come un rifiuto della mediazione umana, poiché il passaparola tra studenti raggiunge il 58,8% e i docenti il 23,5%: sono i rappresentanti in quanto figura istituzionale a non essere percepiti come interlocutori informativi. Il questionario non indaga le ragioni di questa assenza, che potrebbero risiedere tanto in una scarsa visibilità del ruolo quanto in una sua diversa percezione funzionale, orientata alla rappresentanza negli organi collegiali più che alla circolazione delle informazioni. Resta comunque il fatto che, dal punto di vista degli studenti intervistati, questo canale non esiste.

Sul piano progettuale, i tre elementi convergono verso un'estensione del ruolo di UNImeet, che dovrebbe configurarsi non soltanto come strumento di socialità ma come punto di accesso unificato alla vita accademica. Le proposte che seguono derivano dai bisogni rilevati e vanno assunte come ipotesi di lavoro, poiché il questionario documenta le abitudini e le difficoltà degli studenti ma non le loro preferenze tra soluzioni alternative.

La prima riguarda lo spazio collaborativo vero e proprio, che risponde direttamente al 97,1% della Domanda 3. Si tratta di un ambiente in cui porre domande, ottenere risposte dai pari e condividere materiali, organizzato per corso o per insegnamento in modo che le risorse restino reperibili nel tempo. Va sottolineato che la natura del bisogno rilevato è asincrona: gli studenti chiedono uno spazio dove lasciare una domanda e ritrovare una risposta, non necessariamente

una conversazione in tempo reale, che è precisamente ciò che i gruppi WhatsApp già offrono e che presenta il limite noto della dispersione dei contenuti. Il valore aggiunto rispetto agli strumenti attuali consiste nell'archiviazione strutturata e nella verificabilità dell'appartenenza all'ateneo, non nell'immediatezza.

La seconda riguarda l'aggregazione informativa. Considerato che quattro canali diversi superano il 58% di utilizzo, una bacheca unica che raccolga gli avvisi rilevanti, dalle scadenze amministrative ai convegni, dai laboratori alle opportunità di certificazione, ridurrebbe la dispersione che oggi costringe gli studenti a monitorare più fonti in parallelo. Va però evidenziato un limite di fattibilità: l'aggregazione automatica delle notifiche provenienti dai portali d'ateneo richiederebbe un'integrazione tecnica con sistemi gestiti dall'università, che esula dalle possibilità di un'applicazione sviluppata in autonomia. Una prima versione realistica prevedrebbe pertanto un inserimento manuale o semiautomatico dei contenuti, rinviando l'integrazione diretta a un'eventuale collaborazione istituzionale.

La terza riguarda i rappresentanti studenteschi. L'assenza totale rilevata dalla Domanda 12 suggerisce di dedicare loro una sezione con profili, ambiti di competenza, contatti diretti e calendario di ricevimento, così da renderli identificabili e raggiungibili. Occorre tuttavia essere espliciti sul fatto che questa proposta non discende dai dati con la stessa immediatezza delle precedenti: il questionario documenta che i rappresentanti non sono utilizzati come fonte informativa, non che gli studenti desiderino utilizzarli. La funzionalità va quindi intesa come un'ipotesi da verificare, e la sua eventuale implementazione dovrebbe essere accompagnata da una rilevazione successiva che ne misuri l'effettivo utilizzo.

4.3 Una piattaforma sicura per la ricerca degli alloggi (Q5)

Tra le difficoltà della vita universitaria la gestione della sistemazione abitativa occupa una posizione peculiare, poiché non riguarda tutti gli studenti ma pesa in modo considerevole su chi la affronta. Per chi si trasferisce nella città di studio, trovare un alloggio sicuro e adeguato costituisce una fonte di stress che si somma all'ingresso in un contesto sconosciuto, e la Domanda 7 ne registra un riscontro indipendente: la difficoltà di trovare alloggi sicuri nella città in cui si studia raccoglie 18 selezioni, pari al 26,5% del campione, collocandosi al sesto posto tra le criticità segnalate.

In risposta a questa esigenza UNImeet prevede una sezione dedicata agli alloggi, concepita come portale riservato agli studenti, nel quale pubblicare annunci per stanze o appartamenti in disponibilità e inserire richieste di ricerca. Il criterio di affidabilità su cui si fonda è l'accesso vincolato alla posta istituzionale d'ateneo, misura che riduce il rischio di inserzioni fraudolente o poco trasparenti e circoscrive lo scambio a una comunità identificabile. Ne deriva un ambiente di fiducia in cui la ricerca dell'alloggio diventa anche occasione di contatto tra pari, con un effetto che va oltre la transazione immobiliare e contribuisce al senso di appartenenza alla comunità universitaria.

La Domanda 5 misura l'interesse verso una funzionalità di questo tipo. Si dichiarano "molto interessati" 27 rispondenti (39,7%) e "abbastanza interessati" 14 (20,6%), per un totale di 41 casi pari al 60,3% del campione; sul versante opposto si collocano 15 rispondenti "poco interessati" (22,1%) e 12 "per nulla interessati" (17,6%), complessivamente il 39,7%. Il quadro che ne emerge è quindi meno uniforme di quello osservato per altre funzionalità: la maggioranza è favorevole, ma una componente prossima ai due quinti del campione non riconosce alla sezione alcuna utilità.

La ragione di questa divisione emerge con nettezza dall'incrocio con la condizione studentesca, e richiede una precisazione rispetto ai paragrafi precedenti. Nell'analisi delle sezioni Svago e Studio la variabile rilevante si era rivelata la residenza nel comune universitario, che accomunava studenti in sede e fuori sede contrapponendoli ai pendolari. Per la Domanda 5 quella partizione non funziona: si dichiara interessato l'88,0% dei fuori sede (22 su 25), contro il 50,0% degli studenti in sede (3 su 6) e il 43,2% dei pendolari (16 su 37). Gli studenti in sede si collocano dunque accanto ai pendolari e non ai fuori sede, e aggregando i due gruppi il tasso si attesta al 44,2% (19 su 43), contro l'88,0% dei trasferiti.

La linea di frattura non è quindi il luogo in cui si abita, ma l'aver dovuto cercare una sistemazione. Chi risiede stabilmente nel comune universitario perché vi è cresciuto non ha mai affrontato il mercato abitativo studentesco, e la sua posizione coincide con quella del pendolare; chi si è trasferito per motivi di studio lo ha attraversato per necessità, e infatti esprime un interesse quasi unanime. La distinzione tra le due categorie non è dunque logistica, come nei paragrafi precedenti, ma esperienziale, e questo conferma che la ricodifica della variabile va calibrata sulla natura dell'item e non applicata in modo uniforme.

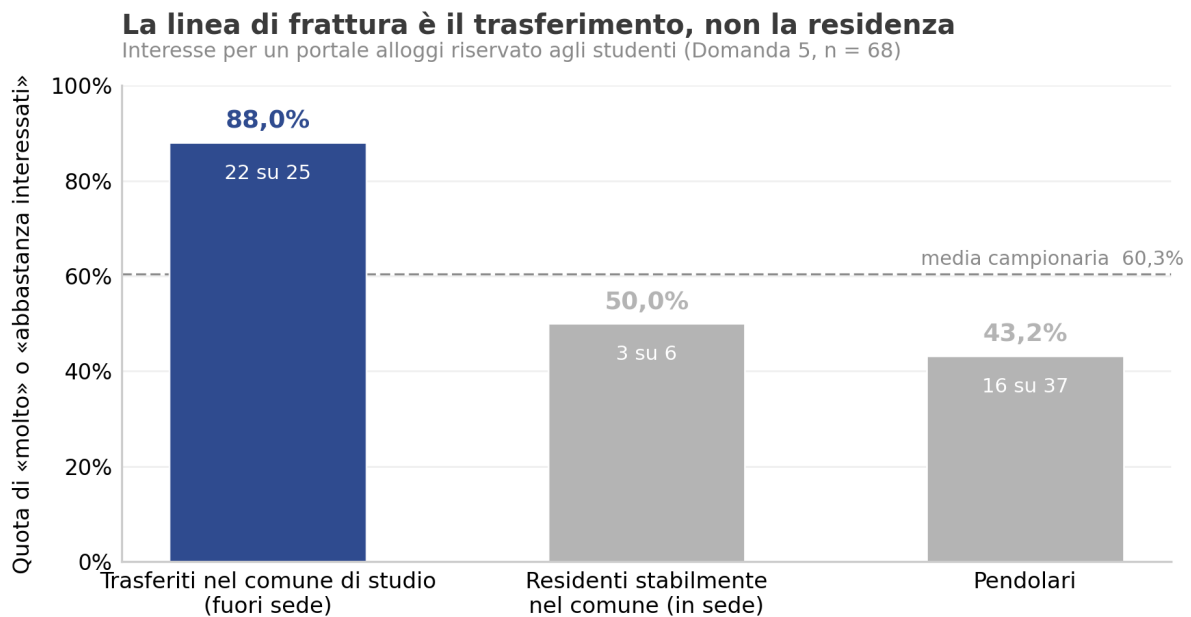


Fig. 14 Interesse verso un portale dedicato alla ricerca di alloggi riservato agli studenti, per condizione studentesca (Domanda 5, n = 68). La quota indicata corrisponde ai rispondenti che si dichiarano "molto" o "abbastanza interessati". Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

L'intensità dell'interesse rafforza ulteriormente questa lettura. Dei 25 studenti trasferiti, 19 non si limitano a dichiararsi interessati ma scelgono direttamente la modalità massima della scala: si tratta della concentrazione più elevata sull'opzione di vertice registrata nell'intero questionario. Sul versante opposto, i 27 rispondenti non interessati sono composti per il 77,8% da pendolari (21 casi), distribuiti su tutte le fasce di percorrenza con una prevalenza di tragitti brevi e medi, mentre i restanti sei si dividono equamente tra fuori sede e studenti in sede.

Le restanti variabili socio-demografiche non producono differenziali interpretabili. Tra gli interessati la fascia 25-30 anni pesa per il 68,3% e la componente femminile per il 63,4%, valori che si discostano di appena tre punti dalla composizione del campione, dove le due categorie valgono rispettivamente il 64,7% e il 60,3%; anche il confronto tra i tassi conferma l'assenza di scarti rilevanti, con il 63,6% dei 25-30enni contro il 56,5% dei 18-24enni e il 63,4% delle studentesse contro il 55,6% degli studenti. Non è pertanto sostenibile l'ipotesi che il bisogno cresca con l'avanzare del percorso accademico: l'unica variabile che lo spiega è il trasferimento. Merita una segnalazione, con la cautela imposta dalla numerosità, il fatto che tutti e cinque i dottorandi del campione si dichiarino interessati, circostanza coerente con il fatto che il dottorato comporta di norma uno spostamento dal contesto di origine.

Da queste evidenze discendono indicazioni progettuali di natura diversa da quelle emerse per le altre sezioni. La sezione alloggi presenta infatti un profilo di domanda opposto a quello della sezione Svago: dove quest'ultima intercetta una platea ampia con intensità media, la prima si rivolge a un segmento ristretto e chiaramente identificabile, venticinque studenti su sessantotto, che però la richiede in misura quasi unanime e con la massima intensità. Una funzionalità con queste caratteristiche va posizionata di conseguenza nell'architettura dell'applicazione: non come sezione di primo livello rivolta a tutti gli utenti, ma come area facilmente raggiungibile da chi la cerca, eventualmente segnalata in modo mirato agli studenti che dichiarano di essersi trasferiti in fase di registrazione.

Ne discende anche un vincolo di dimensionamento che va riconosciuto apertamente. Un portale di annunci funziona soltanto se raggiunge una massa critica di inserzioni, e un bacino potenziale ristretto espone la sezione al rischio di risultare vuota nella fase di avvio, con l'effetto di scoraggiare proprio gli utenti che dovrebbe servire. Il vincolo della posta istituzionale, che costituisce la garanzia di affidabilità dell'intero sistema, agisce del resto nella stessa direzione restrittiva. Un avvio circoscritto al polo di Reggio Emilia, dove si concentra oltre il 90% dei rispondenti, e una fase iniziale in cui la sezione accoglie anche le richieste di ricerca oltre alle offerte, in modo da rendere visibile la domanda quando l'offerta è ancora scarsa, rappresentano accorgimenti utili a superare questa soglia.

Quanto alle funzionalità di ricerca, filtri per fascia di prezzo, distanza dalla sede e tipologia di sistemazione costituiscono uno standard atteso in qualunque portale di annunci e non richiedono giustificazione empirica. L'elemento distintivo di UNImeet rispetto ai canali generalisti già disponibili non risiede in essi, ma nella verifica dell'appartenenza istituzionale e nella conseguente riduzione del rischio di frode, che è precisamente il problema segnalato dal 26,5% della Domanda 7. È su questo che la sezione va costruita e comunicata.

4.4 Il mantenimento dei contatti dopo la laurea (Q6)

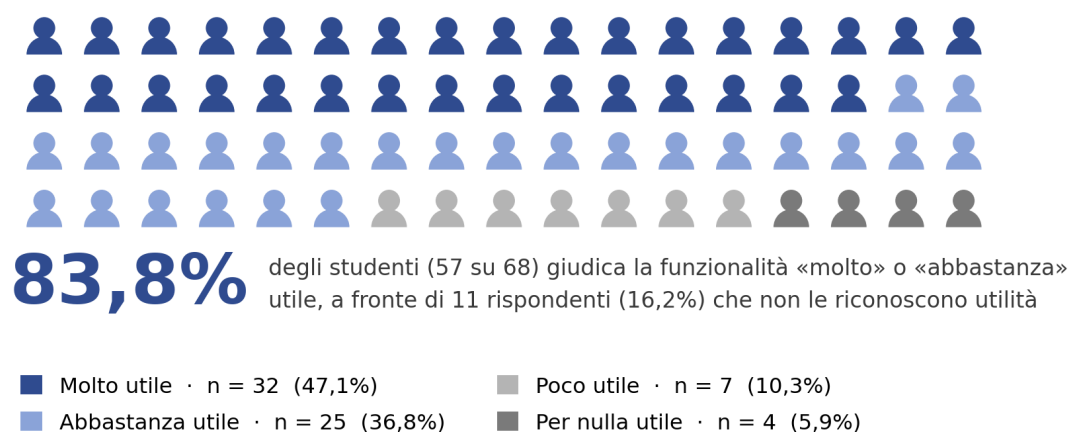
La conclusione del percorso universitario comporta per molti studenti un trasferimento, motivato dall'ingresso nel mondo del lavoro o dalla prosecuzione della formazione, e con esso la perdita della rete relazionale costruita durante gli anni di studio. Che questa prospettiva costituisca una difficoltà avvertita nel presente, e non soltanto un'ipotesi teorica, lo documenta la Domanda 7: fra le criticità della vita universitaria, il mantenimento dei rapporti sociali dopo

la laurea è indicato da 29 rispondenti, pari al 42,6% del campione, a pari merito con la creazione di nuove amicizie e con la ricerca di attività ricreative, e secondo soltanto al bilanciamento tra studio e vita sociale. Oltre due quinti degli studenti, dunque, considerano la discontinuità relazionale post-laurea un problema già mentre sono iscritti.

La Domanda 6 verifica il gradimento di una possibile risposta a questo bisogno, proponendo ai rispondenti di immaginare il proprio trasferimento in una nuova città e di valutare quanto sarebbe loro utile potersi connettere, attraverso un'applicazione già in uso durante gli studi, con ex studenti Unimore residenti in quella città. La valutazione risulta ampiamente positiva: 32 rispondenti (47,1%) giudicano la funzionalità "molto utile" e 25 (36,8%) "abbastanza utile", per un totale di 57 casi pari all'83,8% del campione, mentre 7 (10,3%) la ritengono poco utile e 4 (5,9%) del tutto priva di utilità.

Il contatto con ex studenti dopo la laurea è valutato utile

Risposte alla Domanda 6: utilità attribuita al contatto con ex studenti Unimore in caso di trasferimento (n = 68)



Ogni icona rappresenta un rispondente. Base: 68 questionari validi.

Fig. 15 Utilità attribuita alla possibilità di connettersi con ex studenti Unimore residenti nella città di destinazione, in caso di trasferimento successivo alla laurea (Domanda 6, n = 68). Ciascuna icona rappresenta un rispondente. Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

Il dato va interpretato considerando la formulazione dell'item, che presenta al rispondente uno scenario ipotetico e non un'esperienza già vissuta. L'83,8% indica quindi un'utilità percepita in via anticipata e non può essere considerato una stima effettiva dell'adozione della piattaforma. Il dato è comunque significativo perché conferma che la soluzione proposta viene percepita come pertinente rispetto a un problema già evidenziato, in modo indipendente, dalla

Domanda 7. L'analisi per sottogruppi restituisce un quadro sostanzialmente uniforme. Il tasso di valutazione positiva si attesta all'84,0% tra gli studenti trasferiti (21 su 25), all'81,1% tra i pendolari (30 su 37) e coinvolge la totalità dei sei studenti in sede; per fascia d'età si registrano l'84,1% tra i 25-30enni e l'82,6% tra i 18-24enni. Nessuna di queste differenze è interpretabile, e il confronto tra poli non è praticabile data la numerosità di Modena e Carpi. Tale uniformità è del resto coerente con la natura proiettiva dell'item, poiché tutti i rispondenti valutano il medesimo scenario immaginario e la loro condizione attuale incide poco sulla risposta. Un segnale, di intensità peraltro modesta, emerge soltanto guardando alla modalità di vertice della scala: sceglie "molto utile" il 56,0% degli studenti trasferiti contro il 43,2% dei pendolari e il 33,3% degli studenti in sede, il che suggerisce che chi ha già affrontato uno spostamento per motivi di studio ne riconosca il costo relazionale con maggiore nettezza. Va infine segnalato, con la cautela imposta dalla numerosità, che entrambi i laureati presenti nel campione, ossia i soli rispondenti ad aver realmente attraversato la transizione, valutano positivamente la funzionalità.

L'unico differenziale di ampiezza rilevante attiene al genere: giudicano utile la funzionalità il 96,3% degli studenti (26 su 27) contro il 75,6% delle studentesse (31 su 41), con uno scarto superiore ai venti punti percentuali; un solo rispondente di genere maschile nell'intero campione la considera poco o per nulla utile. Il segno di questo scarto coincide con quanto già osservato in due altri item, poiché tanto il bisogno di nuove amicizie della Domanda 1 quanto la disponibilità verso i gruppi studio della Domanda 2 mostrano tassi maschili sistematicamente superiori. La ricorrenza su tre item distinti, tutti relativi a forme di socialità mediata o organizzata, configura una regolarità che merita di essere registrata, sebbene la numerosità del campione non consenta né di sottoporla a verifica né di formularne una spiegazione fondata.

Sul piano progettuale le due evidenze, quella della Domanda 7 e quella della Domanda 6, sostengono due funzionalità distinte e non sovrapponibili. La prima è una rete di ex studenti disponibili a fungere da riferimento nelle città di destinazione, configurabile come sistema di adesione volontaria in cui il laureato dichiara la propria disponibilità e la città in cui risiede: risponde al bisogno specifico di chi si trasferisce e trova nel 56,0% di "molto utile" espresso dagli studenti già trasferiti il proprio indizio più solido. La seconda è uno spazio di scambio tematico sulle esperienze professionali e formative successive alla laurea, che si rivolge

invece all'intero bacino e risponde alla domanda di continuità relazionale documentata dal 42,6% della Domanda 7, indipendentemente da qualsiasi spostamento geografico. La distinzione non è pedantesca: la prima funzionalità richiede una massa critica di alumni distribuiti sul territorio, la seconda funziona anche con pochi partecipanti.

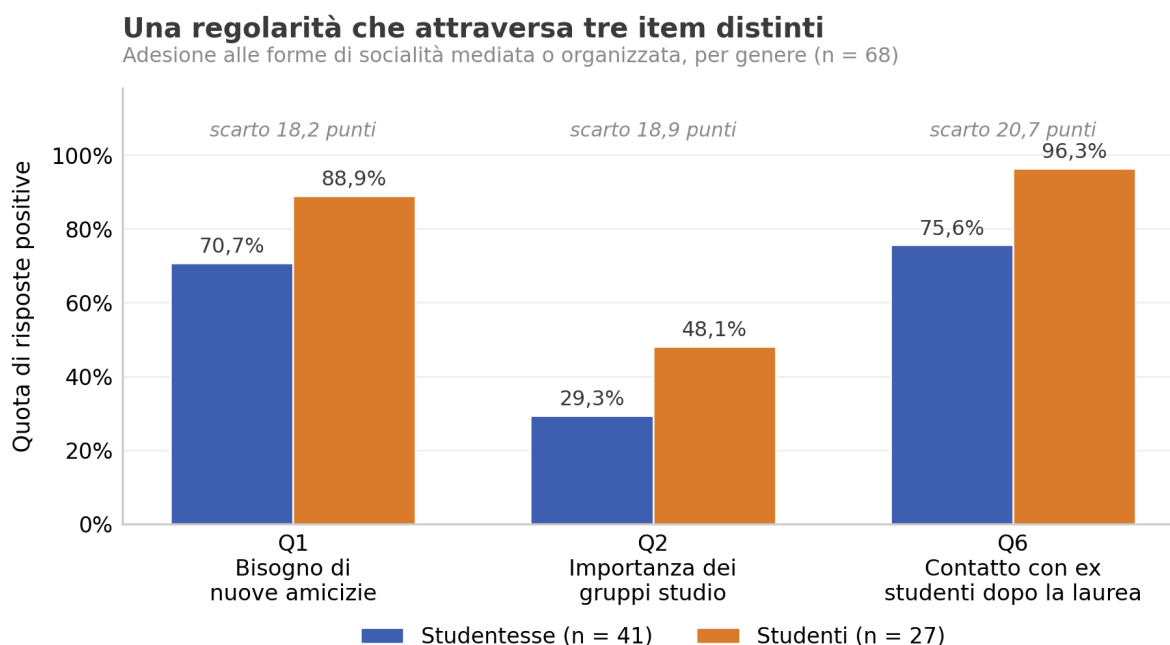


Fig.16 Adesione alle forme di socialità mediata o organizzata, per genere, in tre item del questionario (n = 68). Le percentuali indicano la quota di risposte collocate nelle due modalità superiori di ciascuna scala. Data la numerosità del campione i valori vanno assunti come scarti osservati, non sottoposti a verifica inferenziale. Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

Due vincoli strutturali condizionano tuttavia la realizzabilità della sezione e vanno esplicitati. Il primo riguarda la fase di avvio: entrambe le funzionalità presuppongono la presenza sulla piattaforma di soggetti già laureati, popolazione che al momento del lancio è per definizione assente e che si costituisce soltanto dopo che una prima coorte ha completato il percorso. Ne discende che la sezione post-laurea non può essere attivata contestualmente alle altre, ma richiede o un differimento a una fase successiva del progetto, o un coinvolgimento preliminare degli alumni attraverso i canali istituzionali dell'ateneo. Il secondo vincolo è di natura tecnica e riguarda l'accesso: l'affidabilità dell'intera piattaforma poggia sulla verifica tramite posta istituzionale, ma gli account d'ateneo vengono disattivati entro un termine dalla conclusione degli studi. La sezione richiede pertanto un meccanismo di conversione dello status, mediante il quale l'utente in procinto di laurearsi associa al proprio profilo un recapito

alternativo prima della scadenza, conservando la verifica di appartenenza acquisita durante gli anni di iscrizione.

Rispetto alle altre aree dell'applicazione, la sezione post-laurea presenta dunque il profilo temporale più lungo, poiché il suo valore cresce con l'accumularsi delle coorti che l'hanno attraversata. Questa caratteristica non ne riduce l'importanza, ma ne colloca la realizzazione in una fase distinta del percorso di sviluppo, e conferma la vocazione di UNImeet come strumento di continuità tra il percorso di studi e la fase successiva, piuttosto che come applicazione circoscritta alla durata dell'iscrizione.

4.5 Il valore di una rete digitale dedicata agli studenti (Q11, Q13)

Alla luce delle analisi condotte nei paragrafi precedenti, UNImeet si configura come una risposta a un vuoto concreto nel contesto universitario di Reggio Emilia e, più in generale, di Unimore: l'assenza di uno strumento unico che integri l'accesso alle informazioni e la costruzione di relazioni tra pari. Due item del questionario documentano le premesse su cui questa proposta si fonda, e vale la pena esaminarli separatamente perché riguardano dimensioni distinte, l'una informativa e l'altra relazionale.

La Domanda 11 chiedeva di valutare su una scala da uno a cinque quanto fosse semplice e intuitivo navigare il sito universitario per reperire le informazioni necessarie. Le risposte si concentrano nelle fasce medio-basse, poiché i punteggi 2 e 3 raccolgono complessivamente il 66,2% del campione, con una media di 2,81 su 5 e valori di mediana e moda pari a 3. Soltanto il 23,5% dei rispondenti esprime una valutazione positiva, collocandosi sui punteggi 4 o 5, mentre il 38,2% si attesta sui livelli più bassi della scala. Il quadro è quello di una soddisfazione parziale: il sito assolve alla funzione di erogare le informazioni, ma l'esperienza di reperirle è percepita come poco agevole. Il fatto che la media si collochi al di sotto della moda segnala un'asimmetria della distribuzione: il punteggio intermedio, pur essendo il più frequente, non descrive una posizione di equilibrio, perché la coda verso i valori bassi risulta più consistente di quella verso i valori alti.

Questo dato acquista il suo significato pieno se accostato alla Domanda 12. Gli studenti che faticano a orientarsi tra i canali ufficiali sono gli stessi che nel 79,4% dei casi indicano i gruppi WhatsApp come canale informativo prevalente (come illustrato nella Fig. 12), ricorrendo dunque a reti informali più rapide da interrogare pur continuando a consultare le

fonti istituzionali. I due item, presi isolatamente, direbbero poco; letti insieme documentano un comportamento di supplenza, nel quale la comunità studentesca si organizza per colmare una difficoltà di accesso che il canale ufficiale non risolve. È precisamente lo spazio in cui una piattaforma di aggregazione può inserirsi con una funzione utile.

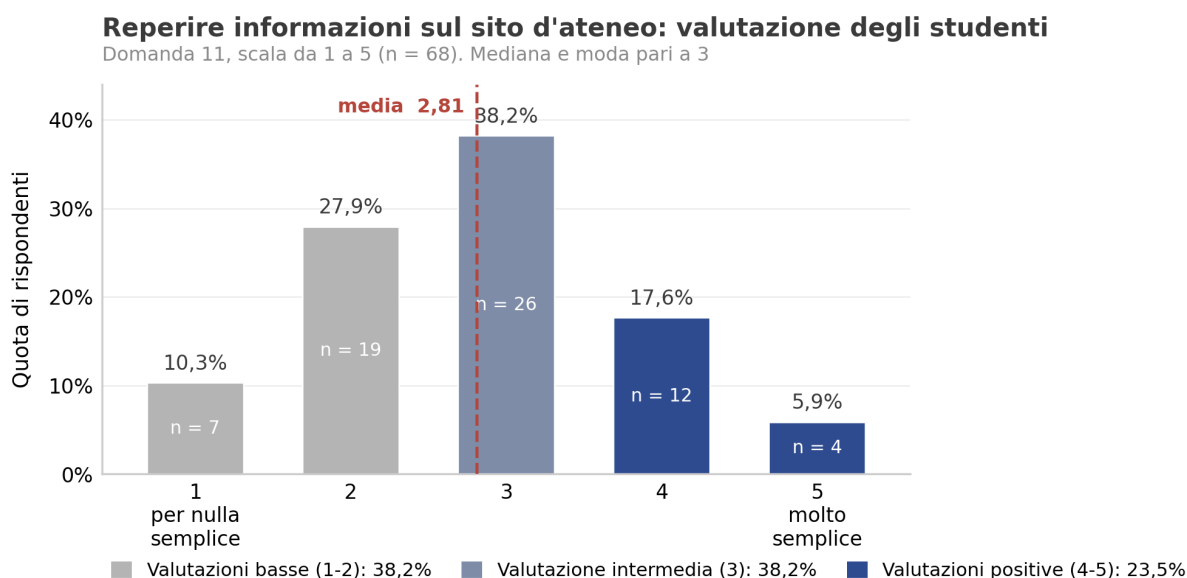


Fig. 17 Valutazione della semplicità di reperimento delle informazioni sul sito d'ateneo (Domanda 11, scala da 1 a 5, n = 68). La linea tratteggiata indica la media campionaria, pari a 2,81; mediana e moda sono entrambe pari a 3. Fonte: elaborazione propria su dati del questionario esplorativo.

La Domanda 13 riguarda invece la dimensione relazionale, chiedendo quanto conoscere altri studenti possa migliorare il proprio benessere durante il percorso universitario. Il 95,6% degli intervistati ha risposto "abbastanza" (66,2%) o "molto" (29,4%), mentre solo il 4,4% ha indicato "poco" e nessuno ha selezionato "per nulla". Si tratta, insieme alla Domanda 3, del consenso più ampio registrato nell'intera rilevazione: la quasi totalità del campione riconosce nelle relazioni tra pari un fattore che incide sulla qualità della propria esperienza universitaria. Va sottolineato che nessuno dei due item presenta differenziali tra sottogruppi. Sulla Domanda 11 le medie oscillano tra 2,50 e 2,96 su tutte le variabili socio-demografiche considerate, e sulla Domanda 13 il consenso è prossimo al massimo in ogni categoria. Diversamente da quanto osservato per le singole funzionalità, dove i divari tra segmenti erano talvolta ampi, le due premesse generali del progetto valgono per l'intero campione: non descrivono il bisogno di una componente specifica, ma una condizione condivisa.

La portata di questi risultati va tuttavia precisata. La Domanda 13 rileva una percezione soggettiva del rapporto tra relazioni e benessere, non uno stato psicologico misurato, e nessun

item del questionario indaga direttamente l'isolamento, l'ansia o lo stress. Ciò che i dati stabiliscono è dunque che gli studenti Unimore riconoscono nelle relazioni tra pari una risorsa per il proprio benessere, e che una proposta orientata a favorirle incontra una disposizione favorevole pressoché unanime. Il nesso tra isolamento e qualità dell'esperienza accademica, cui questa percezione rinvia, è invece documentato dalla letteratura richiamata nel capitolo secondo: le ricerche di Active Minds e dell'American College Health Association individuano nello stress e nell'isolamento due tra le principali cause di abbandono degli studi, mentre l'analisi di Putnam sul capitale sociale evidenzia come la riduzione delle interazioni dirette produca effetti negativi sulla coesione delle comunità. La convergenza tra il dato empirico e il quadro teorico è ciò che rende l'intervento giustificato: la letteratura individua il meccanismo, il questionario attesta che nella popolazione osservata quel meccanismo è riconosciuto e che esiste quindi una leva su cui agire.

Su questa base la proposta alla base di UNImeet trova il proprio fondamento. Occorre però distinguere due piani. I dati validano la premessa del progetto, ossia che esista un bisogno informativo insoddisfatto e che le relazioni tra pari siano percepite come rilevanti per il benessere; non validano, di per sé, la soluzione, poiché ai rispondenti non è stato chiesto se un'applicazione dedicata sia il mezzo più adeguato per rispondervi. L'adeguatezza dello strumento resta una scelta progettuale, sostenuta dall'analisi dei bisogni ma verificabile soltanto attraverso la sperimentazione dell'interfaccia, alla quale sono dedicati i capitoli successivi.

Ciò premesso, la direzione indicata dai dati è netta. UNImeet non si limita a proporre un canale di comunicazione aggiuntivo, ma interviene su due condizioni che gli studenti stessi individuano come critiche, la dispersione delle informazioni e la difficoltà di costruire relazioni significative, e lo fa in un ambito, quello del benessere studentesco, che la letteratura collega direttamente alla continuità del percorso accademico. La predisposizione favorevole documentata dalla Domanda 13 costituisce una condizione necessaria all'accoglienza dello strumento, e la sua traduzione in un utilizzo effettivo dipenderà dalla qualità dell'esperienza d'uso: è questa la ragione per cui alla progettazione dell'interfaccia e alla sua verifica mediante test di usabilità è dedicata la parte successiva del lavoro.

4.6 Conclusioni

L'indagine condotta attraverso il questionario esplorativo, pur nei limiti di un campionamento per convenienza che ne circoscrive la validità al gruppo osservato, restituisce un quadro articolato dei bisogni espressi dagli studenti Unimore, con particolare riferimento al polo di Reggio Emilia. Ne emerge una vita universitaria vissuta come equilibrio instabile tra impegni accademici, esigenze relazionali e ostacoli concreti alla partecipazione, secondo una configurazione che i singoli item permettono di ricostruire con una certa precisione. Prima di riepilogare i risultati per area funzionale, conviene isolare tre elementi trasversali che l'analisi ha fatto emergere e che orientano l'intera progettazione.

Il primo riguarda la natura del bisogno di socialità, che risulta universale mentre i suoi ostacoli sono segmentati. Il 77,9% dei rispondenti dichiara di avvertire spesso o sempre il bisogno di stringere nuove amicizie, e tale quota non varia in modo apprezzabile al mutare della condizione abitativa e dell'età. Ciò che varia è la possibilità di soddisfarlo: il 70,6% attribuisce importanza alla disponibilità di attività ricreative in prossimità dell'ateneo, ma il dato scende al 54,1% tra i pendolari contro il 90,3% di chi risiede nel comune universitario. La domanda è dunque comune, l'offerta che la intercetta no, e progettare per la media significherebbe servire bene una parte soltanto della popolazione studentesca.

Il secondo elemento riguarda la lettura della condizione studentesca, che ha richiesto una ricodifica rispetto alle sei modalità previste dal questionario. Poiché lo studente fuori sede è per definizione colui che si è trasferito nel comune sede dell'ateneo, egli condivide con lo studente in sede la medesima condizione logistica quotidiana, mentre le distanze dichiarate nell'item misurano per lui la lontananza dal contesto di origine e non un tragitto giornaliero. Da questa precisazione discende una conseguenza metodologica di rilievo: la linea di frattura utile non è sempre la stessa, ma dipende dalla natura dell'item. Per la fruizione di eventi e per la mobilità serale essa separa i residenti nel comune universitario dai pendolari; per la ricerca di alloggi separa invece chi si è trasferito da tutti gli altri, poiché gli studenti in sede, che non hanno mai affrontato il mercato abitativo studentesco, si collocano accanto ai pendolari, con il 50,0% a fronte del 43,2%, valori che la ridotta numerosità del primo gruppo, composto da sei soli casi, rende peraltro difficilmente distinguibili, mentre i fuori sede si distaccano nettamente da entrambi.

Il terzo elemento riguarda la natura duplice delle barriere alla partecipazione. Le difficoltà di spostamento serale, segnalate dal 66,2% del campione, dipendono congiuntamente dalla condizione abitativa, con l'80,6% dei residenti contro il 54,1% dei pendolari, e dal genere, con il 75,6% delle studentesse contro il 51,9% degli studenti. La sicurezza percepita si comporta diversamente: il 32,4% dichiara livelli elevati di insicurezza negli spostamenti urbani, ma su questo item la condizione abitativa non produce alcun differenziale, mentre il genere ne produce uno di quasi trenta punti, con il 43,9% delle studentesse contro il 14,8% degli studenti. Si tratta pertanto di due barriere distinte, una logistica e una relativa alla sicurezza, che richiedono risposte progettuali separate e che il capitolo ha analizzato come tali. Merita infine di essere registrata una regolarità che attraversa più item: sul bisogno di nuove amicizie, sull'apertura ai gruppi studio e sulla valutazione della rete post-laurea le studentesse presentano tassi sistematicamente inferiori, con scarti compresi tra i diciotto e i ventuno punti, mentre il rapporto si inverte sulle due barriere appena descritte. La ricorrenza del fenomeno su cinque item distinti ne suggerisce la rilevanza, benché la numerosità del campione non consenta di sottoporlo a verifica né di formularne una spiegazione fondata.

Passando alle singole aree funzionali, la sezione Svago trova la propria giustificazione nella combinazione tra domanda ampia e attrito documentato. Il segmento che cumula il bisogno più intenso e la frizione più elevata è quello degli studenti trasferiti, che pur risiedendo in prossimità del campus segnalano la difficoltà di spostamento serale nell'84,0% dei casi, mentre i pendolari a lunga percorrenza mostrano contemporaneamente il minor interesse per gli eventi in zona universitaria e la minore percezione dell'ostacolo, configurando un disinvestimento dalla dimensione sociale del contesto accademico più che una partecipazione impedita. Da ciò derivano due leve differenti: per i residenti la raggiungibilità serale in assenza di mezzo proprio, cui rispondono l'indicazione degli orari di rientro, i punti di ritrovo geolocalizzati e le funzioni di spostamento in gruppo; per i pendolari la collocazione oraria delle attività, cui risponde un filtro per fascia oraria e una programmazione contigua agli orari delle lezioni. A queste si affianca, sul versante della sicurezza percepita, la mappatura dei percorsi alimentata dalle segnalazioni della community.

La sezione Studio richiede invece un ripensamento del formato. I gruppi studio organizzati raccolgono un giudizio positivo dal 36,8% dei rispondenti, mentre il 63,2% attribuisce loro scarsa importanza, con un divario netto tra i pendolari, che li svalutano nel 73,0% dei casi, e

gli studenti trasferiti, che si fermano al 44,0%: il vincolo è la fattibilità dell'incontro in presenza, non la disponibilità alla collaborazione. Che il bisogno accademico esista, e sia di natura diversa, lo dimostra la Domanda 3, dove il 97,1% dei rispondenti giudica utile uno spazio dedicato a porre domande e condividere materiali, con il consenso più ampio dell'intera rilevazione. Ciò che gli studenti respingono è la forma sincrona e programmata; ciò che chiedono è l'accesso condiviso e asincrono alle risorse. Il quadro si completa con la Domanda 12, che descrive un ecosistema informativo frammentato nel quale il canale più utilizzato, con il 79,4% delle selezioni, non è istituzionale, e con la Domanda 11, dove la facilità di reperire informazioni sul sito d'ateneo ottiene una valutazione media di 2,81 su 5. La combinazione dei due item documenta un comportamento di supplenza, nel quale la comunità studentesca si organizza autonomamente per colmare una difficoltà di accesso che il canale ufficiale non risolve.

La sezione Alloggi presenta un profilo di domanda diverso da tutti gli altri, ed è il caso che meglio illustra perché l'ampiezza del consenso non sia da sola un criterio di prioritizzazione. Il 60,3% dei rispondenti si dichiara interessato a un portale riservato agli studenti, valore che è il più contenuto tra le funzionalità analizzate; ma quasi due terzi degli interessati sceglie la modalità di vertice della scala, e all'interno del segmento degli studenti trasferiti l'adesione raggiunge l'88,0%, con diciannove dei venticinque casi collocati sull'opzione di massimo interesse. Si tratta dunque di una funzione rivolta a un bacino ristretto e chiaramente identificabile, che però la richiede con intensità superiore a qualsiasi altra. Il riscontro indipendente proviene dalla Domanda 7, dove la difficoltà di trovare alloggi sicuri è segnalata dal 26,5% del campione. L'elemento distintivo rispetto ai portali generalisti non risiede nelle funzioni di ricerca, che sono uno standard, ma nella verifica dell'appartenenza istituzionale, che risponde direttamente al problema dell'affidabilità degli annunci.

La sezione dedicata al Networking post-laurea poggia su due evidenze di natura differente. La prima è la Domanda 7, dove il mantenimento dei rapporti sociali dopo la laurea è indicato da 29 rispondenti, pari al 42,6%, a pari merito con la creazione di nuove amicizie e con la ricerca di attività ricreative: si tratta di una difficoltà avvertita nel presente e non di uno scenario ipotizzato. La seconda è la Domanda 6, dove l'83,8% giudica utile la possibilità di connettersi con ex studenti residenti nella città di destinazione; questo secondo dato, tuttavia, misura un'utilità anticipata rispetto a una situazione immaginaria, e va assunto come indicazione di

gradimento della soluzione più che come stima di adozione. Coerentemente con la natura proiettiva dell'item, l'adesione risulta trasversale a tutti i sottogruppi, con l'unica eccezione del differenziale di genere già richiamato. Restano infine i due vincoli strutturali discussi nel paragrafo dedicato, relativi all'assenza di una popolazione di alumni al momento del lancio e alla necessità di un meccanismo di verifica alternativo alla posta istituzionale, che ne collocano la realizzazione in una fase successiva del percorso di sviluppo.

Nel complesso, gli studenti Unimore esprimono due bisogni paralleli. Il primo è relazionale, e lo attesta il 95,6% che riconosce nelle relazioni tra pari un fattore di benessere. Il secondo è informativo, e non emerge da una richiesta esplicita ma dal comportamento che gli studenti già adottano, cioè il ricorso a canali informali per supplire alla difficoltà di orientarsi tra quelli ufficiali. UNImeet si propone di rispondere a entrambi, aggregando informazioni oggi disperse e facilitando incontri che gli studenti cercano comunque per vie proprie.

Resta da chiarire che cosa i dati dimostrino e che cosa no. Dimostrano che il bisogno esiste, che pesa in modo diverso sui vari segmenti della popolazione studentesca e che l'idea di uno strumento dedicato incontra un'accoglienza ampiamente favorevole. Non dimostrano che l'applicazione verrà effettivamente usata, perché tra il dichiarare interesse e adottare uno strumento nella propria routine la distanza è notevole, e a colmarla è soprattutto la qualità dell'esperienza d'uso. È da questa consapevolezza che muove la progettazione dell'interfaccia illustrata nel capitolo seguente, mentre la verifica empirica presso gli studenti costituisce il naturale proseguimento del lavoro.

Capitolo 5 Progettazione e sviluppo dell'interfaccia di UNImeet

Per questo progetto di tesi il design dell'interfaccia utente e il flusso di navigazione rappresentano elementi imprescindibili per dimostrare l'efficacia della piattaforma e la sua capacità di rispondere in modo mirato alle esigenze reali del target di riferimento.

Questa progettazione ha di base costrutti teorici di *Human-Computer Interaction (HCI)* e *User Experience Design (UX)*. L'applicazione è pensata per la comunità studentesca universitaria con l'obiettivo di promuovere l'aggregazione, il supporto reciproco e la creazione di reti sociali significative. In questo contesto, l'interfaccia non è semplicemente un mezzo per accedere a contenuti e funzionalità, ma un vero e proprio ponte tra le intenzioni di chi crea l'applicazione e i bisogni dei fruitori, capace di influenzare in maniera determinante la qualità dell'esperienza percepita.

L'approccio user-centered è alla base della progettazione dell'interfaccia di UNImeet, che pone al centro del processo i futuri utilizzatori dell'applicazione (studenti, dottorandi ed ex studenti) e le loro modalità di interazione con la piattaforma. Tale approccio ha richiesto un lavoro preliminare di analisi, condotto attraverso la somministrazione di un questionario, volto a identificare i principali scenari d'uso, le motivazioni all'impiego dell'applicazione e le criticità che UNImeet intende affrontare. L'elaborazione di *personas*⁴ ha poi permesso di ricondurre i dati raccolti a un numero contenuto di profili utente e di ipotizzare i percorsi che ciascuno di essi potrebbe seguire nell'app, individuando i punti in cui l'interfaccia può agevolare l'accesso alle funzionalità. Da questo processo, mutuato dalle metodologie di progettazione in uso nell'ambito UX, sono derivate le indicazioni progettuali e le priorità funzionali che hanno orientato le scelte descritte nei paragrafi seguenti.

Un altro aspetto centrale di questo lavoro ha riguardato la definizione di linee guida di design che concorressero a rendere l'interfaccia coerente, accessibile e inclusiva. In un contesto come quello universitario, caratterizzato da una grande eterogeneità di utenti per età,

⁴ Per “elaborazione di *personas*” si intende la creazione di profili utente fittizi ma realistici, sviluppati sulla base di dati e ricerche, che rappresentano i diversi segmenti del pubblico a cui l'applicazione è destinata. Le *personas* aiutano a comprendere esigenze, obiettivi e comportamenti tipici degli utenti. Il termine “*user journey*” indica invece la mappatura del percorso che un utente compie per raggiungere un determinato obiettivo all'interno dell'applicazione, evidenziando i punti di contatto, le azioni intraprese e le possibili criticità dell'esperienza d'uso.

competenze digitali e background culturale, l'usabilità e l'intuitività della piattaforma rappresentano un prerequisito imprescindibile. L'applicazione di principi quali la riduzione del carico cognitivo, la chiarezza dei percorsi di navigazione e la coerenza visiva ha consentito di sviluppare un'interfaccia capace di ridurre le barriere di accesso e di favorire un'interazione fluida e gratificante.

Tali scelte, supportate da una riflessione sui più diffusi pattern di design e sull'impiego di librerie grafiche moderne, hanno garantito la realizzazione di un ambiente digitale che bilancia semplicità d'uso e ricchezza funzionale.

Il flusso di navigazione è stato concepito secondo un approccio orientato all'ottimizzazione dell'esperienza utente, con l'obiettivo di garantire un accesso rapido e intuitivo alle quattro macro-aree funzionali dell'applicazione: Studio, Svago, Alloggi e Post-laurea.

La progettazione ha richiesto una particolare attenzione alla sintesi di un insieme articolato di funzionalità all'interno di un'unica piattaforma, al fine di ridurre il carico cognitivo dell'utente e favorire una transizione fluida, coerente e priva di discontinuità tra le diverse sezioni operative.

Attraverso *mockup* interattivi è stato possibile affinare l'esperienza utente e individuare le aree di miglioramento, confermando l'efficacia del modello adottato.

Questo capitolo si propone dunque di illustrare il percorso seguito nella progettazione e nello sviluppo dell'interfaccia di UNImeet, approfondendo le motivazioni delle scelte adottate e descrivendo i passaggi fondamentali del processo. Nello specifico, verranno presentate le linee guida di design alla base della progettazione, la definizione del flusso di navigazione e dell'architettura informativa, nonché le attività di prototipazione del modello. L'obiettivo è fornire una visione chiara e articolata del lavoro svolto, evidenziando come un approccio centrato sull'utente e supportato da metodologie di progettazione consolidate possa tradursi in un prodotto digitale capace di rispondere in modo concreto alle esigenze della comunità studentesca.

5.1 La Home Page di UNImeet: struttura, logica e flusso di navigazione

La Home Page di UNImeet è stata concepita come il principale punto di ingresso all'applicazione e come spazio di sintesi della vita universitaria, rispondendo a un duplice

obiettivo: fornire agli studenti un accesso rapido alle funzionalità più utilizzate e una visione immediata e personalizzata delle loro attività accademiche e sociali.

La progettazione di questa sezione si è basata sui bisogni rilevati nell'analisi descrittiva del Capitolo 4, e in particolare su tre di essi. Il primo è il desiderio di connessione sociale, dichiarato dal 77,9% dei rispondenti, che afferma di avvertire spesso o sempre il bisogno di stringere nuove amicizie (Q1), e confermato dal 70,6% che attribuisce importanza alla disponibilità di eventi e attività ricreative nella zona dell'ateneo (Q4). Il secondo è la domanda di uno spazio collaborativo dedicato allo studio, riconosciuta come utile dal 97,1% del campione, la quota più alta registrata nell'intera rilevazione (Q3). Il terzo è l'esigenza di strumenti informativi centralizzati, che non emerge da una richiesta esplicita ma dalla combinazione di due dati: la difficoltà di reperire informazioni sul sito d'ateneo, che ottiene una valutazione media di 2,81 su 5 (Q11), e il ricorso prevalente a canali informali, con il 79,4% che indica i gruppi WhatsApp come fonte principale (Q12). La Home Page nasce dunque per rispondere simultaneamente a queste tre direzioni, aggregando in un unico punto ciò che oggi gli studenti reperiscono attraverso percorsi separati.

Si è quindi scelto di inserire un'intestazione personalizzata di benvenuto per l'utente all'interno di UNImeet. Tale scelta risponde al principio di recognition over recall di Nielsen (1994), secondo cui il riconoscimento immediato di informazioni familiari riduce lo sforzo mentale richiesto all'utente. La personalizzazione dell'elemento di apertura contribuisce inoltre al senso di appartenenza, in linea con gli studi sulla personalizzazione dell'esperienza utente (Fan & Poole, 2006), che evidenziano come gli elementi personalizzati incrementino l'engagement e la percezione di rilevanza dei contenuti proposti.

La dashboard di UNImeet, collocata immediatamente sotto il messaggio di benvenuto, rappresenta il fulcro informativo della Home Page e ha l'obiettivo di offrire una panoramica sintetica ma completa dello stato dell'utente all'interno dell'applicazione. Gli elementi che la compongono sono le notifiche, gli eventi a cui l'utente partecipa, i gruppi attivi e le news ufficiali Unimore, attraverso cui gli studenti possono venire a conoscenza in modo pratico e immediato delle iniziative promosse dall'università. La loro selezione discende direttamente dal quadro informativo descritto nel Capitolo 4: poiché nel questionario quattro canali diversi superano il 58% di utilizzo, con il canale più diffuso di natura non istituzionale, la dispersione delle fonti risulta il problema da affrontare in via prioritaria. Aggregare in un'unica schermata

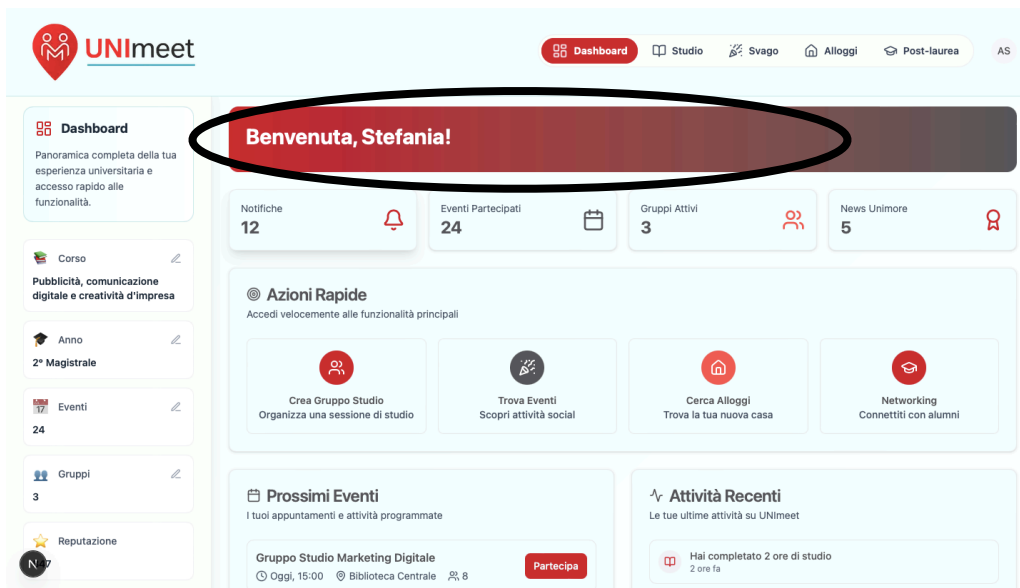
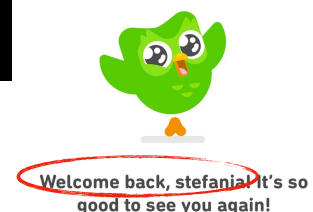


Fig. 18 Home Page di UNImeet: l'intestazione personalizzata di benvenuto, evidenziata in figura, applica il principio di recognition over recall (Nielsen, 1994) collocando in apertura un elemento di riconoscimento immediato. Elaborazione dell'autrice.

avvisi, impegni e aggiornamenti risponde a questa frammentazione, e la funzione di monitoraggio del proprio percorso accademico e sociale che ne deriva costituisce una conseguenza progettuale di tale scelta, più che un bisogno rilevato in quanto tale dal questionario.



Home page di Nike



START MINI REVIEW

Fig. 19 Esempi di applicazione del medesimo principio in prodotti digitali consolidati: a sinistra la home page di Nike, a destra la schermata di benvenuto di Duolingo. In entrambi i casi l'evidenziazione segnala l'elemento personalizzato collocato in apertura. Fonti: nike.com e Duolingo

5.1.1 Il principio del “Progressive Disclosure”

La progettazione della Dashboard segue il principio di progressive disclosure, teorizzato da Tidwell (2010) e ripreso nelle linee guida del Nielsen Norman Group, secondo il quale è preferibile mostrare in prima istanza solo le informazioni più rilevanti, rinviando i dettagli e le opzioni avanzate a livelli di navigazione successivi. Questo approccio consente di evitare il sovraccarico informativo, riducendo il carico cognitivo complessivo e rendendo l'interazione più naturale. In altre parole, l'utente ha accesso immediato ai dati più utili per orientarsi, come il numero di eventi confermati o il punteggio reputazione, ma può accedere a viste di dettaglio soltanto se lo desidera, senza essere costretto a elaborare da subito un eccesso di informazioni. Questa impostazione si ispira al modello di Information Dashboard Design descritto da Stephen Few (2013), secondo il quale una dashboard efficace deve essere progettata per:

- Fornire informazioni in forma sintetica, attraverso indicatori visivi chiari e facilmente leggibili;
- Supportare decisioni rapide, rendendo immediatamente disponibili gli stati e le metriche chiave;
- Minimizzare il tempo di interpretazione, riducendo la necessità di passare da una schermata all'altra per ricostruire il quadro complessivo.

Nel caso di UNImeet queste raccomandazioni si traducono in una dashboard compatta e modulare, in cui ogni elemento è distinguibile e contestualizzato: le notifiche consentono di non perdere aggiornamenti su eventi o gruppi; il riquadro "Eventi partecipati" fornisce un indicatore immediato del livello di coinvolgimento; il conteggio dei gruppi attivi restituisce una misura sintetica della propria partecipazione accademica e sociale; il punteggio reputazione, infine, offre un riscontro immediato sul contributo alla community, secondo la logica di feedback discussa nel Capitolo 3.

Il terzo dei criteri indicati da S. Few è quello che risponde più direttamente all'esigenza emersa dall'analisi dei bisogni. Il Capitolo 4 ha documentato un quadro informativo frammentato, nel quale quattro canali diversi superano il 58% di utilizzo e la reperibilità delle informazioni sul sito d'ateneo ottiene una valutazione media di 2,81 su 5: la dispersione delle fonti, più che la loro scarsità, costituisce il problema principale. Concentrare in un'unica vista avvisi, impegni e aggiornamenti mira precisamente a ridurre il numero di passaggi necessari

per ricostruire il proprio quadro complessivo, che è il costo che gli studenti sostengono oggi consultando in parallelo canali istituzionali e informali.

L'obiettivo perseguito attraverso l'applicazione di questi principi è una maggiore efficienza cognitiva, ossia la possibilità per l'utente di acquisire le informazioni essenziali con uno sforzo ridotto e senza dover ricordare dove reperirle, con un conseguente rafforzamento del senso di controllo sull'ambiente digitale. Occorre precisare che si tratta di un esito atteso sulla base della letteratura richiamata e non di un risultato misurato, poiché il prototipo non è stato sottoposto a una verifica sperimentale dei tempi di orientamento: la sua valutazione richiederebbe un test di usabilità condotto su un campione di utenti.

L'adozione di dashboard sintetiche è del resto un tratto comune nelle applicazioni che aggregano indicatori di performance, ossia i cosiddetti KPI (key performance indicator), quali attività da svolgere, scadenze e notifiche, così da rendere immediatamente leggibile lo stato di un processo articolato. Si pensi all'interfaccia di piattaforme come Trello, che accanto alla visualizzazione delle attività offre riepiloghi sintetici su schede completate, scadenze imminenti e notifiche, consentendo all'utente di riconoscere a colpo d'occhio lo stato di avanzamento del lavoro senza ricostruirlo elemento per elemento. La dashboard di UNImeet adotta la medesima logica, applicando anche in questa sezione il principio di recognition over recall già richiamato a proposito dell'intestazione di benvenuto.

5.1.2 Sidebar personalizzabile e usabilità adattiva

Sul lato sinistro della Home di UNImeet è collocata una sidebar che funge da cruscotto informativo personalizzabile, riepilogando dati essenziali quali corso di studio, anno di iscrizione, eventi e gruppi attivi e punteggio reputazione. La scelta di collocare tali elementi in un pannello laterale fisso risponde alla necessità di garantire un accesso costante e immediato alle informazioni chiave, senza che l'utente debba navigare in altre schermate. L'obiettivo perseguito è una riduzione dei tempi di interazione e un rafforzamento del senso di controllo sul sistema, aspetti che la letteratura individua come determinanti della soddisfazione d'uso (Norman, 2013).

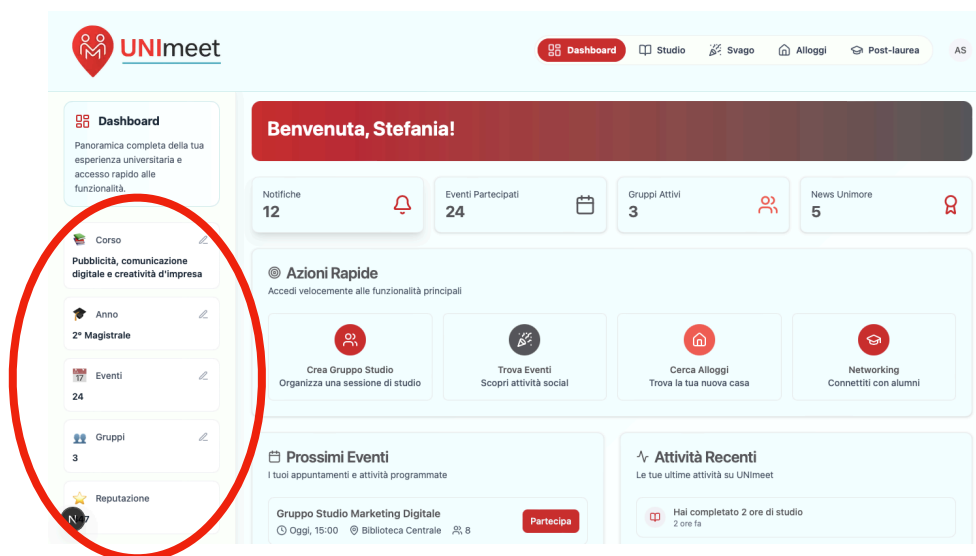


Fig. 20 Sidebar di UNImeet: il pannello laterale, evidenziato in figura, mantiene costantemente visibili le informazioni di stato dell'utente, applicando il principio di auto-descrittività attraverso l'abbinamento di etichetta testuale e icona per ciascuna voce. Elaborazione dell'autrice.

La progettazione della sidebar si fonda sul principio di auto-descrittività, che la norma ISO 9241-110⁵ annovera tra i requisiti fondamentali del dialogo uomo-sistema e che richiede che la funzione di ciascun elemento dell'interfaccia risulti comprensibile senza il ricorso a spiegazioni esterne. Ogni voce della sidebar è pertanto autoesplicativa, grazie all'abbinamento di etichette testuali e icone convenzionali, in linea con le heuristics di Nielsen (1994), che annoverano tra i principi fondamentali dell'usabilità la visibilità dello stato del sistema, ossia la capacità dell'interfaccia di comunicare con chiarezza la situazione corrente e le azioni disponibili, e la corrispondenza tra sistema e mondo reale, che impone l'adozione di terminologia e convenzioni familiari all'utente così da contenere la curva di apprendimento. La disposizione degli elementi segue inoltre il principio del posizionamento prevedibile: le funzioni di uso più frequente sono collocate dove l'utente si aspetta di trovarle, sulla base di convenzioni ormai consolidate. La letteratura in ambito Human-Computer Interaction ricollega questo criterio alla riduzione del carico cognitivo e a una maggiore facilità d'uso

⁵ La norma ISO 9241-110:2006, intitolata "Ergonomia dell'interazione uomo-sistema-Parte 110: Principi di interazione", stabilisce i principi ergonomici per la progettazione di sistemi interattivi, applicabili a qualsiasi contesto tecnologico. Essa definisce sette criteri fondamentali per rendere un'interfaccia efficace e user-friendly: adattamento al compito, auto-descrizione, controllo, conformità alle aspettative dell'utente, apprendibilità, assistenza nella prevenzione e gestione degli errori e adattamento alle capacità individuali. Tali principi mirano a garantire che il sistema supporti l'utente nel completamento dei compiti in modo efficiente, prevedibile e personalizzabile (ISO, 2006).

percepita (Shneiderman et al., 2016; Norman, 2013). La stessa logica risponde anche a un requisito di accessibilità, poiché le Web Content Accessibility Guidelines 2.1 prescrivono, al criterio 3.2.3, di mantenere invariato l'ordine dei meccanismi di navigazione ricorrenti tra le diverse schermate (W3C, 2018)⁶.

La sidebar combina due proprietà distinte, che nella letteratura sulle interfacce personalizzate vengono tenute separate. È anzitutto adattabile, in quanto l'utente può selezionare i contenuti da visualizzare configurando il pannello secondo le proprie esigenze; ed è al tempo stesso adattiva, poiché si aggiorna automaticamente quando l'utente accede alle diverse macro-aree dell'applicazione, presentando le opzioni più pertinenti al contesto di navigazione in cui si trova. La distinzione non è meramente terminologica, giacché nel primo caso il controllo resta all'utente mentre nel secondo è il sistema a intervenire: la combinazione dei due meccanismi, discussa in letteratura come strategia per conciliare efficienza e senso di controllo sull'interazione (Gajos et al., 2006), consente di mantenere invariata la struttura del pannello, e quindi la sua prevedibilità, modulandone però il contenuto.

Un'area laterale permanente permette infine di consultare le informazioni essenziali senza interrompere il flusso di navigazione. Il vantaggio non è soltanto di comodità: il Capitolo 4 ha documentato un quadro informativo frammentato, nel quale quattro canali diversi superano il 58% di utilizzo e la reperibilità delle informazioni istituzionali si ferma a una valutazione media di 2,81 su 5. Mantenere costantemente visibile lo stato dell'utente riduce quindi il numero di passaggi necessari per ricostruire un quadro che oggi gli studenti compongono consultando fonti separate. Lo stesso principio si ritrova in piattaforme consolidate come LinkedIn, che nella colonna laterale raccoglie il riepilogo del profilo, le voci di navigazione rapida e l'accesso a contenuti ulteriori: un approccio che unisce coerenza visiva, prevedibilità e personalizzazione, qui replicato e adattato al contesto universitario.

5.1.3 Prossimi Eventi e Attività Recenti: design temporale e contestuale

Tra i widget presenti nell'area centrale della dashboard si colloca "Prossimi Eventi", che consente agli utenti di visualizzare in ordine cronologico gli appuntamenti imminenti, quali gruppi di studio, eventi sociali e incontri accademici. Per ciascun appuntamento sono riportate

⁶ World Wide Web Consortium (W3C), Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1, W3C Recommendation, 5 giugno 2018

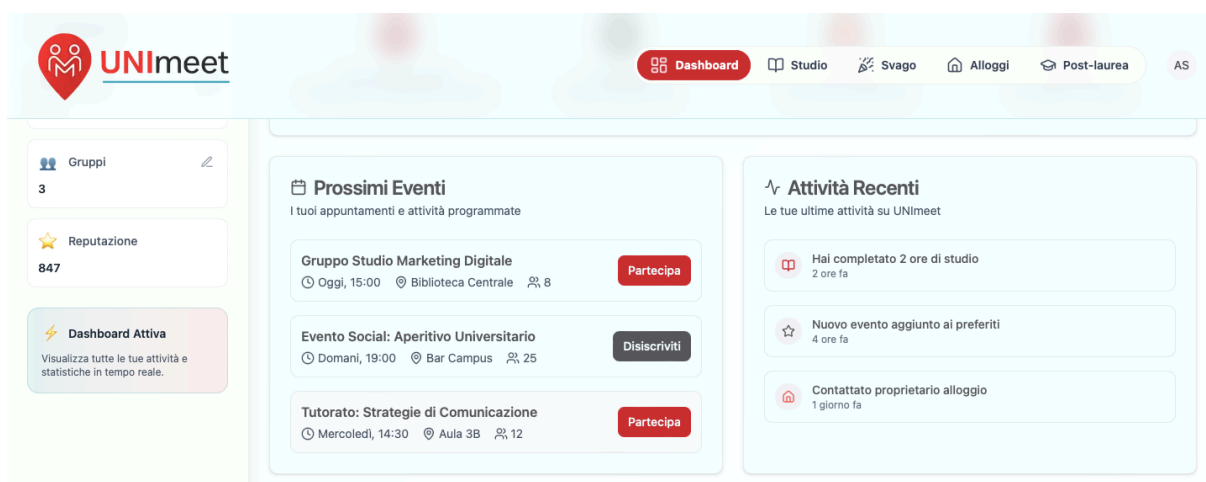


Fig. 21 Dettaglio della dashboard di UNImeet: i widget "Prossimi Eventi" e "Attività Recenti", organizzati secondo il criterio della prossimità temporale. Elaborazione dell'autrice.

le informazioni essenziali, ossia data, ora, luogo e numero di partecipanti, accanto a pulsanti di azione rapida come "Partecipa" e "Disiscriviti". Il dimensionamento e la collocazione di tali pulsanti applicano la legge di Fitts (Fitts, 1954), che modella il tempo necessario a raggiungere un elemento in funzione della sua distanza e della sua ampiezza, e da cui discende l'indicazione di collocare i comandi di uso frequente in posizioni prossime e con superfici sufficientemente estese, così da contenere i tempi di selezione.

Inoltre lateralmente, il widget "Attività Recenti" mostra le ultime interazioni effettuate dall'utente all'interno dell'app, ad esempio il completamento di ore di studio, l'aggiunta di eventi ai preferiti o i contatti avviati con i proprietari di alloggi. Questa impostazione mantiene una traccia temporale delle attività svolte, con l'obiettivo di rafforzare la percezione di continuità dell'esperienza e la trasparenza rispetto alle azioni compiute.

La progettazione di entrambi i blocchi adotta il criterio dell'organizzazione temporale dei contenuti, che Kalbach (2016) pone alla base della rappresentazione delle esperienze d'uso e in forza del quale le informazioni sono ordinate secondo la loro prossimità nel tempo, così da favorire decisioni rapide e contestuali. I due widget declinano tale criterio in direzioni opposte e complementari: "Prossimi Eventi" proietta l'utente in avanti, verso gli impegni da onorare, mentre "Attività Recenti" guarda all'indietro, restituendo il percorso già compiuto. La combinazione di testo e icone risponde inoltre al principio della dual-coding theory (Paivio, 1991), secondo cui la presentazione simultanea dell'informazione in forma verbale e visiva ne agevola la codifica e il successivo recupero.

La sezione mira così a sostenere un monitoraggio proattivo delle attività e la pianificazione personale, rendendo accessibili le funzioni operative, come l'iscrizione o la cancellazione da un evento, senza richiedere il passaggio a schermate secondarie. L'obiettivo perseguito è fornire all'utente un quadro aggiornato e contestuale della propria settimana universitaria. Questa impostazione risponde in modo diretto a una delle evidenze del Capitolo 4: la domanda di eventi in prossimità dell'ateneo, espressa dal 70,6% dei rispondenti, si accompagna infatti a un vincolo di natura oraria per la componente pendolare, per la quale la possibilità di verificare a colpo d'occhio la collocazione temporale di un appuntamento, e di aderirvi o rinunciarvi in un solo passaggio, costituisce la condizione stessa della partecipazione.

5.1.4 Personalizzazione e Supporto proattivo nella Dashboard

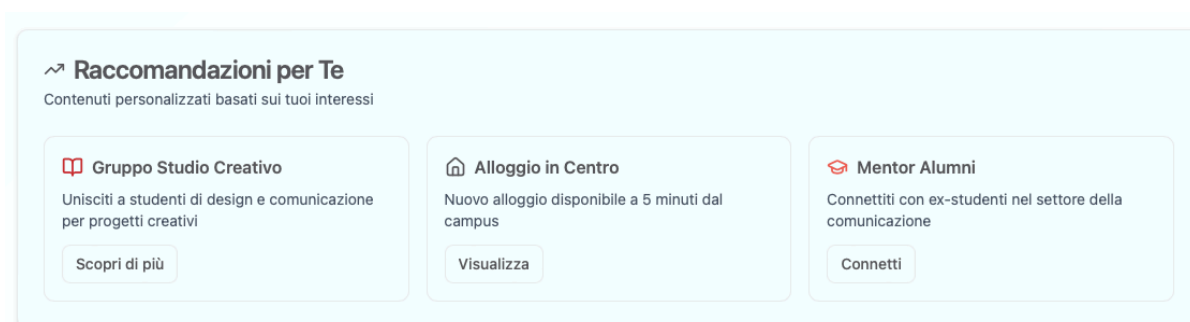


Fig. 22 Widget "Raccomandazioni per Te": suggerimenti personalizzati relativi alle aree Studio, Alloggi e Post-laurea. Elaborazione dell'autrice.

Il widget "Raccomandazioni per Te", collocato nella parte inferiore della dashboard, propone contenuti selezionati in base agli interessi dichiarati e alle interazioni dell'utente, organizzati in tre card distinte dedicate rispettivamente a un gruppo studio, a un'offerta abitativa e a un contatto con un ex studente. Ciascuna card presenta un titolo sintetico, una descrizione contestuale e un pulsante di azione che consente di approfondire, visualizzare o avviare un contatto. La struttura a blocchi mira a rendere la navigazione rapida e modulare, contenendo il tempo necessario a individuare le opportunità pertinenti senza che l'utente debba esplorare le singole sezioni.

La scelta di collocare qui un elemento trasversale discende direttamente dall'architettura dei bisogni ricostruita nel Capitolo 4. Le tre card corrispondono infatti ad altrettante esigenze documentate dall'indagine, ossia il bisogno di nuove relazioni, dichiarato dal 77,9% dei rispondenti, l'interesse per un portale abitativo riservato, che raggiunge l'88,0% tra gli studenti trasferiti, e la difficoltà di mantenere rapporti sociali dopo la laurea, segnalata dal 42,6% del campione. Il widget non propone dunque suggerimenti generici, ma riconduce a un unico punto di accesso bisogni che l'analisi ha mostrato distribuiti in modo diseguale tra i profili di utenza, offrendo a ciascuno il richiamo più pertinente alla propria condizione.

Il meccanismo di suggerimento si richiama alla logica dei sistemi di raccomandazione, formalizzata da Resnick e Varian (1997), che generano proposte a partire dalle preferenze espresse da utenti con profili affini. In UNImet tale logica viene applicata non a contenuti da consumare ma a occasioni di incontro e a risorse della vita universitaria, il che ne modifica sensibilmente la finalità: l'esito atteso non è il prolungamento della permanenza nell'applicazione, bensì il passaggio dall'ambiente digitale a un'interazione reale. La progettazione tiene inoltre conto degli studi sull'esperienza d'uso dei sistemi di raccomandazione (Knijnenburg et al., 2012), secondo i quali la percezione di utilità e la soddisfazione non dipendono soltanto dalla qualità dei suggerimenti, ma anche dal modo in cui questi vengono presentati e resi comprensibili. È questa la ragione per cui ogni card affianca al titolo una descrizione contestuale, che esplicita il motivo per cui quella proposta viene mostrata a quell'utente.

La disposizione a card segue il principio del progressive disclosure (Tidwell, 2010) già adottato per la dashboard nel suo complesso: le informazioni essenziali, cioè titolo e breve descrizione, sono immediatamente visibili, mentre i dettagli restano accessibili tramite il pulsante di azione, così da contenere il sovraccarico informativo. Poiché la personalizzazione presuppone il trattamento di dati relativi al profilo e al comportamento dell'utente, il meccanismo opera sulle sole informazioni conferite volontariamente in fase di registrazione e successivamente modificabili, coerentemente con l'impostazione di tutela adottata nelle altre sezioni della piattaforma.

Merita una precisazione la presenza, tra i suggerimenti, di una proposta di gruppo studio, che è la funzionalità meno richiesta tra quelle rilevate dall'indagine, giudicata importante dal 36,8% dei rispondenti. La scelta è deliberata e discende proprio da quel dato: il Capitolo 4 ha

mostrato che lo scetticismo non riguarda la collaborazione tra pari in quanto tale, ma il formato tradizionale dell'incontro programmato, il cui ostacolo principale è di natura oraria e organizzativa. Un suggerimento personalizzato, che propone un gruppo già formato e coerente con il proprio corso di studi, aggira precisamente il costo di attivazione che rende quel formato poco attrattivo, e costituisce quindi la leva attraverso cui riproporre in forma contestualizzata una funzione che difficilmente verrebbe cercata di propria iniziativa.

Nel complesso, questa sezione persegue il passaggio da uno strumento che aggrega informazioni a uno strumento che anticipa i bisogni, mettendo in relazione opportunità accademiche e sociali che l'utente non avrebbe necessariamente individuato per conto proprio. Si tratta di un obiettivo progettuale la cui efficacia, come per le altre soluzioni descritte in questo capitolo, potrà essere verificata soltanto attraverso una sperimentazione dell'interfaccia con utenti reali.

5.2 Analisi della struttura della sezione Studio

5.2.1 Struttura e architettura della sezione

La sezione Studio di UNImeet costituisce il pannello dedicato alle attività accademiche e nasce con l'obiettivo di favorire la creazione di reti collaborative tra studenti, dottorandi ed ex studenti, promuovendo forme di apprendimento partecipativo. Le funzionalità integrate, ossia la gestione dei gruppi di studio, il forum di confronto tra pari, le richieste di tutoraggio e il calendario condiviso, rispondono ai bisogni rilevati nel Capitolo 4, dove l'indagine ha restituito un quadro articolato: se da un lato il 97,1% dei rispondenti riconosce l'utilità di uno spazio dedicato a porre domande e condividere conoscenza, dall'altro soltanto il 36,8% attribuisce importanza ai gruppi di studio organizzati nella loro forma tradizionale. La progettazione della sezione si fonda su questa asimmetria, che indica una domanda di collaborazione asincrona e a basso costo di attivazione, piuttosto che di incontri programmati.

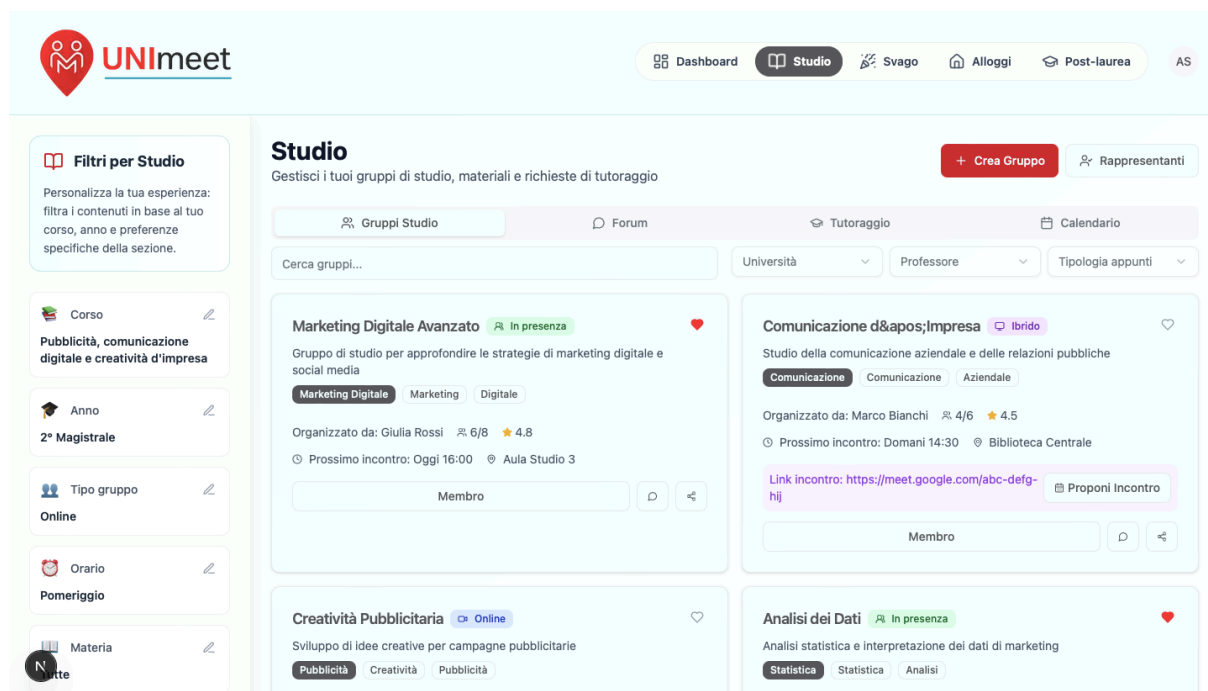


Fig. 23 Sezione Studio di UNImeet. La barra superiore articola la sezione in quattro schede, mentre l'area centrale presenta i gruppi di studio attivi con l'indicazione della modalità, in presenza, ibrida od online, e del numero di partecipanti. Elaborazione dell'autrice.

Dal punto di vista progettuale, la barra di navigazione collocata nella parte superiore applica i principi di Human-Computer Interaction relativi al riconoscimento immediato delle opzioni disponibili e alla visibilità dello stato del sistema (Nielsen, 1994; Norman, 2013). La suddivisione in quattro schede, dedicate rispettivamente ai gruppi di studio, al forum, al tutoraggio e al calendario, contiene il carico cognitivo rendendo esplicita fin dall'accesso l'intera offerta della sezione, senza che l'utente debba esplorare menu annidati per individuarla.



Fig. 24 Dettaglio dell'intestazione della sezione Studio: le schede di navigazione e il pulsante di accesso all'area dedicata ai rappresentanti degli studenti, evidenziati in figura. Elaborazione dell'autrice.

5.2.2 Il collegamento con la rappresentanza studentesca

Merita una considerazione specifica l'inserimento del pulsante dedicato ai rappresentanti degli studenti, collocato nella parte superiore destra della schermata. La scelta discende da uno dei risultati più netti dell'indagine: alla domanda sui canali utilizzati per reperire informazioni accademiche, nessuno dei 68 rispondenti ha indicato i rappresentanti studenteschi, benché l'opzione fosse esplicitamente prevista nell'elenco. Si tratta dell'unica voce del questionario a non aver raccolto neppure una selezione, e il dato segnala un vuoto comunicativo tra la rappresentanza e la popolazione studentesca.

Il pulsante apre una finestra che raccoglie i profili dei rappresentanti articolati per livello di rappresentanza, dal corso di laurea al dipartimento fino al consiglio di corso di studio, indicando per ciascuno il recapito istituzionale, la sede e gli orari di ricevimento, oltre a un contatto diretto. L'obiettivo è rendere queste figure identificabili e raggiungibili, ricostruendo un canale che allo stato attuale risulta, dal punto di vista degli studenti intervistati, semplicemente inesistente. Va precisato che il questionario documenta il mancato utilizzo del canale, non una domanda esplicita di attivarlo: la funzionalità va quindi intesa come un'ipotesi progettuale la cui efficacia richiederebbe una verifica successiva.

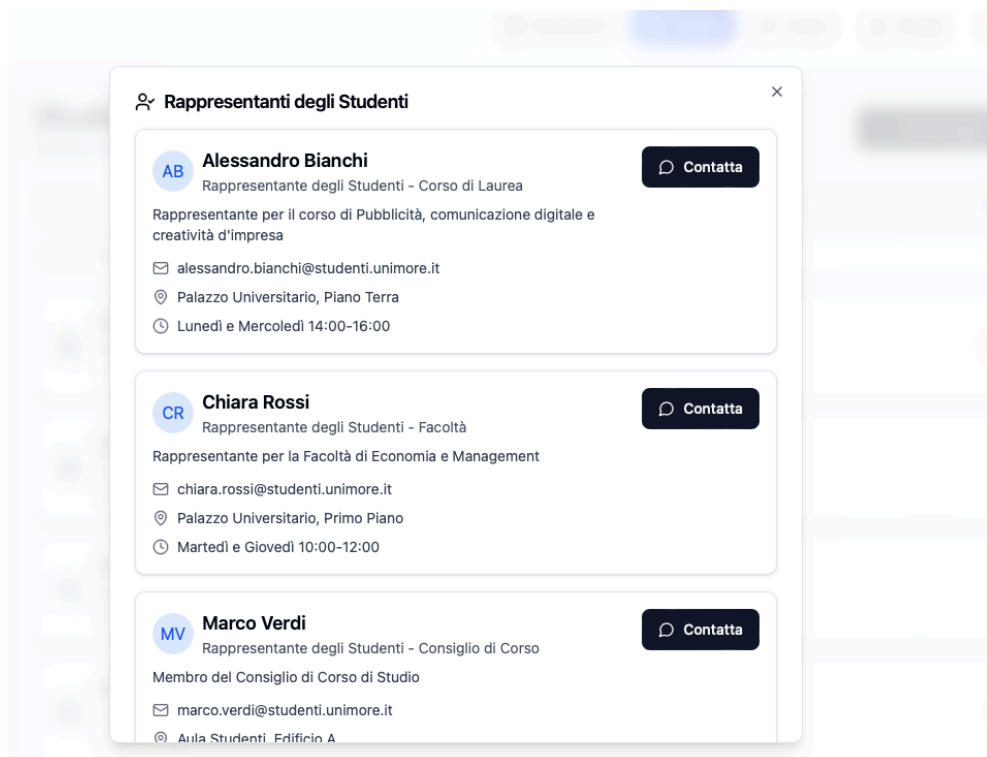


Fig. 25 Finestra di accesso ai rappresentanti degli studenti, articolata per livello di rappresentanza. Per ciascun profilo sono riportati il recapito istituzionale, la sede, gli orari di ricevimento e il comando di contatto diretto. Elaborazione dell'autrice.

5.2.3 I gruppi di studio in modalità ibrida

L'indagine ha messo in luce una limitata attrattiva dei gruppi di studio tradizionali, con un divario marcato lungo la condizione studentesca: li giudica poco o per nulla importanti il 73,0% dei pendolari, contro il 44,0% degli studenti trasferiti nel comune universitario. Il vincolo, come argomentato nel Capitolo 4, non è la disponibilità alla collaborazione ma la fattibilità pratica di un incontro in presenza, che per chi rientra quotidianamente in un altro comune deve collocarsi nella stretta finestra oraria compresa tra le lezioni e il viaggio di ritorno.

Questo riscontro va tuttavia accostato a un secondo risultato: la propensione alla socializzazione resta elevata anche all'interno di questo gruppo, poiché il 69,8% di quanti svalutano i gruppi di studio dichiara comunque di avvertire spesso o sempre il bisogno di stringere nuove amicizie. Ciò che viene respinto non è la relazione tra pari, ma il formato in cui viene proposta.

Alla luce di queste considerazioni si è scelto di rinnovare il concetto tradizionale di gruppo studio introducendo una modalità ibrida, nella quale il gruppo si forma e si consolida in un ambiente digitale e prevede, quando i partecipanti lo ritengono utile, momenti di incontro in presenza. In fase di creazione l'utente seleziona infatti la modalità del gruppo tra le opzioni "in presenza", "ibrido" e "online", configurando di conseguenza il luogo fisico, il collegamento telematico o entrambi.



Fig. 26 Sitemap preliminare del flusso di proposta di un incontro in presenza: dalla dashboard il percorso conduce al gruppo studio, da questo alla funzione "Proponi incontro" e infine alla vista calendario per la raccolta delle disponibilità. Elaborazione dell'autrice.

Per agevolare l'organizzazione degli incontri offline è stato introdotto il pulsante "Proponi incontro", che apre una finestra in cui specificare il titolo dell'appuntamento e accedere a una vista calendario nella quale i partecipanti indicano le proprie disponibilità in termini di giorni e orari. L'incontro si fissa dunque sull'intersezione delle disponibilità dichiarate, anziché su una data imposta dall'organizzatore: è precisamente il meccanismo che rimuove il costo di coordinamento identificato come ostacolo principale per la componente pendolare.

Fig. 27 Finestra di creazione di un nuovo gruppo di studio. La selezione della modalità, in presenza, ibrida od online, determina i campi di configurazione successivi, che nel caso della modalità ibrida richiedono sia il luogo fisico sia il collegamento telematico, oltre ai giorni di disponibilità. Elaborazione dell'autrice.

La scelta persegue una duplice finalità. Da un lato riduce le barriere logistiche che limitano la partecipazione, in particolare per chi affronta uno spostamento quotidiano; dall'altro accompagna gli studenti oltre una condizione di studio prevalentemente individuale, favorendo una scoperta graduale del potenziale dello studio collaborativo. I gruppi di studio

diventano così non soltanto strumenti per migliorare il rendimento accademico, ma occasioni di costruzione di comunità, coerentemente con le finalità generali della piattaforma.

5.2.4 Partecipazione, riconoscimento e clima comunitario

L'interfaccia della sezione è stata sviluppata combinando un design essenziale con elementi di immediatezza propri delle piattaforme sociali. L'integrazione di strumenti sincroni, quali la chat e il calendario condiviso, e asincroni, quali il forum e le richieste di tutoraggio, risponde all'esigenza documentata nel Capitolo 4 di una collaborazione che non imponga la compresenza: la componente asincrona costituisce l'asse portante della sezione, mentre quella sincrona resta disponibile per i gruppi che scelgano di avvalersene.

Quanto ai meccanismi di riconoscimento, la sezione Studio applica il repertorio di elementi ludici delineato nel Capitolo 3, calibrandone la declinazione sulle specificità dell'ambito accademico. Il sistema di progressione assegna punti esperienza alle azioni che alimentano la vita della sezione, ossia le risposte fornite nel forum, la creazione e il coordinamento di gruppi di studio e la disponibilità offerta come tutor ai colleghi, e li traduce in una barra di avanzamento e in badge di riconoscimento quali Studioso Attivo, Mentore e Organizzatore di Eventi. Poiché la condivisione diretta dei materiali è stata sostituita dal forum moderato, per le ragioni illustrate nel paragrafo 5.2.6, il contributo qui premiato non è la quantità di file caricati bensì la qualità e la continuità della partecipazione alla discussione tra pari.

A questo impianto si affianca il sistema di reputazione, che attribuisce a ciascun utente un grado di affidabilità in funzione dei contributi prestati e dei riscontri ricevuti dalla community, e che nella dashboard compare tra gli indicatori sintetici della sidebar. La reputazione assolve una funzione duplice: restituisce all'utente un riscontro immediato sul proprio apporto e, al tempo stesso, offre agli altri membri un criterio per orientarsi nella scelta di un interlocutore, circostanza particolarmente rilevante nel tutoraggio tra pari, dove l'affidabilità percepita costituisce il presupposto della richiesta di aiuto.

Le classifiche settimanali dei contributori più attivi, previste dal Capitolo 3, trovano applicazione anche in questa sezione. La loro funzione, va precisato, non consiste nel mettere a confronto il rendimento accademico degli studenti, che resta estraneo alla piattaforma, bensì nel dare visibilità a chi ha dedicato tempo ad aiutare gli altri: ciò che viene misurato è il contributo alla community, e il criterio premia dunque un comportamento cooperativo e non

una prestazione individuale. In questa forma la classifica agisce sul bisogno di competenza e di riconoscimento che la teoria dell'autodeterminazione individua tra i fattori della motivazione intrinseca (Ryan & Deci, 2000), offrendo all'utente uno stimolo a migliorare il proprio apporto senza che tale miglioramento avvenga a scapito di alcuno. Il carattere settimanale della rilevazione, inoltre, impedisce il consolidarsi di posizioni acquisite e mantiene la partecipazione aperta anche a chi si iscrive in un momento successivo, coerentemente con l'indicazione della letteratura secondo cui i cicli di feedback brevi sostengono il coinvolgimento più efficacemente dei traguardi cumulativi di lungo periodo (Zichermann & Cunningham, 2011).

Il riconoscimento assume infine due forme distinte. La prima è simbolica e interna alla piattaforma, e comprende badge, avanzamenti di livello e visibilità nella community: si tratta della componente principale, coerente con la natura non commerciale del progetto e con l'impostazione motivazionale appena descritta. La seconda è concreta e opera al di fuori della piattaforma, attraverso le agevolazioni che gli esercenti del territorio possono decidere autonomamente di offrire agli studenti iscritti secondo il modello di adesione volontaria illustrato nel paragrafo successivo. La distinzione tra i due livelli è rilevante anche sul piano della sostenibilità del progetto: mentre i riconoscimenti simbolici sono interamente gestiti dall'applicazione e non comportano oneri, quelli concreti dipendono dall'iniziativa di soggetti esterni e non possono pertanto essere garantiti dall'ateneo né dagli sviluppatori.

A integrazione di questo impianto si propone un meccanismo di feedback collettivo, volto a monitorare in modo partecipativo la qualità dell'interazione all'interno della piattaforma. Gli utenti potranno compilare periodicamente brevi questionari anonimi sul gradimento e sulla percezione del clima comunitario, segnalando criticità, suggerimenti o esperienze positive. I risultati aggregati verranno trasmessi ai moderatori, cui spetta il compito di garantire che UNImet resti un ambiente rispettoso e sicuro, e costituiranno al tempo stesso uno strumento di verifica dell'effetto prodotto dalle meccaniche ludiche adottate: la letteratura segnala infatti che non tutte le forme di gamification risultano ugualmente efficaci nel lungo periodo (Deterding et al., 2011), e la rilevazione periodica del clima percepito consente di correggere l'impianto qualora emergessero effetti indesiderati. Il sistema valorizza così la voce della community e promuove un senso diffuso di corresponsabilità.

5.2.5 Il rapporto con il territorio: un modello di adesione volontaria

Una riflessione ulteriore riguarda l'ipotesi di integrare nella piattaforma agevolazioni promozionali derivanti da collaborazioni con esercizi del territorio reggiano, quali librerie, bar o spazi culturali. L'idea è coerente con l'obiettivo di rafforzare il legame tra popolazione studentesca e comunità locale, ma presenta criticità di natura amministrativa: un'università, in quanto amministrazione pubblica, è tenuta a rispettare i principi di trasparenza, imparzialità e parità di trattamento nella selezione dei soggetti con cui stipula accordi, il che richiederebbe procedure formalizzate e la selezione di un numero circoscritto di partner. Una simile impostazione risulterebbe onerosa e, soprattutto, controproducente rispetto alla filosofia inclusiva del progetto, che punta a una rete ampia e dinamica di collaborazioni.

Per superare questo limite si propone un modello decentralizzato e volontario, nel quale siano le realtà locali a scegliere autonomamente di aderire all'iniziativa. Ogni esercente potrebbe offrire agevolazioni agli studenti che dimostrino la propria iscrizione mostrando il profilo nell'applicazione, senza alcuna intermediazione né garanzia economica da parte dell'ateneo. Configurandosi come iniziativa commerciale autonoma, questa modalità non richiede atti convenzionali né vincoli contrattuali. Parallelamente, i rappresentanti studenteschi o le associazioni universitarie potrebbero promuovere in autonomia iniziative di sensibilizzazione presso gli esercenti, illustrando i vantaggi in termini di visibilità e affluenza. La soluzione garantisce flessibilità e assenza di oneri amministrativi per l'università, e favorisce la costruzione di un ecosistema partecipativo fondato sull'iniziativa individuale e sull'interesse reciproco.

5.2.6 Dal repository al forum: una scelta di responsabilità

Un'ultima questione riguarda la condivisione dei materiali didattici. La possibilità di pubblicare riassunti, appunti o rielaborazioni personali risponde a un'esigenza diffusa, che l'indagine documenta collocando la difficoltà di reperire materiali di studio condivisi al 32,4% delle segnalazioni nella domanda sulle criticità della vita universitaria, quarta in ordine di frequenza. Essa solleva però criticità di natura accademica e deontologica, poiché la circolazione di contenuti non verificati può incidere sulla qualità del processo formativo e, trattandosi di un'applicazione promossa in ambito universitario, pone questioni di

responsabilità istituzionale e di tutela della proprietà intellettuale, in particolare quando i materiali derivino da lezioni, dispense o testi protetti da diritto d'autore.

Si è pertanto scelto di sostituire il sistema di caricamento dei file con un forum moderato tra pari, concepito come spazio di confronto e supporto reciproco nel quale discutere argomenti, porre domande e condividere strategie di studio, senza scambio di materiali. La struttura del forum prevede una suddivisione per insegnamenti e docenti di riferimento, con la possibilità di aprire thread tematici identificati da tag specifici quali "metodo di studio", "esame" o "consigli". A ciascuna discussione può inoltre essere attribuito lo stato di risolta, con facoltà di riaprirla qualora emergano elementi ulteriori. Questa funzione, unita ai filtri di ricerca per materia, docente e stato del thread, consente al forum di sedimentare nel tempo un patrimonio di risposte consultabili: il contributo di un singolo studente non si esaurisce così nella conversazione in cui è nato, ma resta disponibile per chi affronterà in seguito lo stesso esame. È questa la caratteristica che permette alla soluzione di rispondere alla domanda di accesso asincrono alla conoscenza, individuata nel Capitolo 4 come tratto distintivo del bisogno accademico, senza che ciò comporti la circolazione di materiali protetti.

Il forum sarà supervisionato da moderatori, affiancati eventualmente dai rappresentanti studenteschi, con il compito di verificare che i contenuti restino coerenti con le finalità accademiche del progetto e che le interazioni mantengano un tono rispettoso. La moderazione non ha funzione censoria ma di facilitazione e garanzia qualitativa, e comprende tra i propri compiti la vigilanza sui contenuti riferiti a singoli docenti. Come si osserva nella Fig. 28, i riferimenti ai professori presenti nelle discussioni riguardano il metodo di preparazione e gli argomenti su cui l'esame insiste maggiormente: è precisamente il perimetro entro cui la moderazione è chiamata a mantenerli, distinguendo l'informazione utile alla preparazione dalla valutazione personale del docente, che esula dalle finalità della piattaforma.

Questa soluzione preserva l'intento originario di collaborazione e mutuo supporto, promuovendo una comunità di apprendimento fondata sulla discussione e sullo scambio di esperienze anziché sulla mera circolazione di materiali. UNImeet non si configura dunque come archivio digitale, ma come ecosistema dialogico orientato all'apprendimento tra pari. Attraverso il confronto diretto la piattaforma può contribuire a sviluppare competenze trasversali quali la comunicazione, la cooperazione e l'auto-organizzazione, rafforzando al

tempo stesso il senso di appartenenza alla comunità universitaria. L'approccio partecipativo e moderato consente così di coniugare innovazione tecnologica e rigore accademico.

The screenshot displays the 'Studio' forum interface. At the top, there's a navigation bar with 'Gruppi Studio', 'Forum' (highlighted with a red circle), 'Tutoraggio', and 'Calendario'. Below this is a search bar and filters for 'Materia', 'Professore', and 'Stato'. A red box highlights a forum post titled 'Domanda su SEO e SEM per l'esame di Marketing Digitale' by Giulia Rossi, asking for the difference between SEO and SEM. Below the post, two responses are shown, also highlighted with a red box. The first response is from Marco Bianchi, explaining that SEO is organic optimization while SEM includes paid advertising like Google Ads. The second response is from Sofia Verdi, clarifying that SEO is free but takes time, while SEM includes Google Ads for immediate results. Below this, another thread titled 'Consigli per l'esame di Comunicazione d'Impresa' is shown, marked as 'Risolto' (Solved). It includes two responses: one from Anna Bianchi suggesting topics like business communication theory, crisis management, and social media; and another from Roberto Rossi suggesting studying public relations and real-world business communication cases.

Studio
Gestisci i tuoi gruppi di studio, materiali e richieste di tutoraggio

+ Crea Gruppo Rappresentanti

Gruppi Studio **Forum** Tutoraggio Calendario

Cerca nel forum... Materia Professore Stato + Fai una Domanda

Domanda su SEO e SEM per l'esame di Marketing Digitale
di Giulia Rossi Marketing Digitale - Prof. Rossi 2 ore fa

Ciao a tutti! Ho un dubbio sulla differenza tra SEO e SEM per l'esame di Marketing Digitale. Qualcuno può spiegarmi le principali differenze e come si integrano in una strategia di marketing digitale?

SEO SEM Esame

2 risposte 45 visualizzazioni

Risposte (2)

MB Marco Bianchi 1 ora fa 5

Ciao Giulia! SEO (Search Engine Optimization) si riferisce all'ottimizzazione organica per i motori di ricerca, mentre SEM (Search Engine Marketing) include sia SEO che pubblicità a pagamento. In pratica, SEM è l'insieme, SEO è una parte.

SV Sofia Verdi 45 minuti fa 3

Esatto! Per l'esame ricorda che: SEO = gratuito ma risultati a lungo termine, SEM = include anche Google Ads per risultati immediati. Il prof. Rossi ama quando parliamo dell'integrazione delle due strategie.

Esatto! Per l'esame ricorda che: SEO = gratuito ma risultati a lungo termine, SEM = include anche Google Ads per risultati immediati. Il prof. Rossi ama quando parliamo dell'integrazione delle due strategie.

Rispondi Segna Risolto

Consigli per l'esame di Comunicazione d'Impresa Risolto
di Luca Neri Comunicazione - Dott.ssa Bianchi 1 giorno fa

Salve! L'esame di Comunicazione d'Impresa si avvicina e vorrei alcuni consigli su come prepararmi al meglio. Quali sono gli argomenti più importanti da ripassare?

Esame Consigli Comunicazione

2 risposte 78 visualizzazioni

Risposte (2)

AB Anna Bianchi 20 ore fa 8

Ciao Luca! Ti consiglio di concentrarti su: 1) Teoria della comunicazione aziendale, 2) Gestione delle crisi comunicative, 3) Social media per le aziende. La Dott.ssa Bianchi punta molto sui casi pratici!

RR Roberto Rossi 18 ore fa 6

Aggiungo: studia bene il capitolo sulle relazioni pubbliche e preparati a discutere casi reali di comunicazione aziendale. Lei adora le discussioni in classe!

Rispondi Riapri

Fig. 28 Scheda Forum della sezione Studio. I filtri consentono di circoscrivere la ricerca per insegnamento, docente e stato della discussione; ciascun thread riporta l'autore, i tag tematici, il numero di risposte e di visualizzazioni, e può essere contrassegnato come risolto. I riscontri positivi attribuiti alle singole risposte alimentano il sistema di reputazione descritto nel paragrafo 5.2.4. Elaborazione dell'autrice.

5.3 La sezione Svago

La schermata dedicata alla sezione Svago si configura come un ambiente articolato ma intuitivo, progettato per rispondere ai bisogni emersi dall'analisi descrittiva del Capitolo 4. L'interfaccia è costruita secondo un approccio di user-centered design che muove da due evidenze convergenti: il 77,9% degli studenti dichiara di avvertire spesso o sempre il bisogno di instaurare nuove amicizie (Q1) e il 70,6% attribuisce importanza alla disponibilità di eventi e attività ricreative nella zona dell'ateneo (Q4). La prima attesta un bisogno relazionale trasversale, la seconda lo traduce in una domanda di occasioni concrete e prossime: insieme giustificano la scelta di collocare la socialità e la fruibilità degli eventi al centro della progettazione.

La disposizione degli elementi adotta una struttura modulare a due livelli. Un pannello laterale è dedicato alla personalizzazione dell'esperienza mediante filtri per categoria, data, prezzo e luogo, mentre una griglia centrale presenta i contenuti attraverso card interattive, ciascuna delle quali racchiude titolo dell'evento, luogo, data, costo, numero di partecipanti e tag tematici.

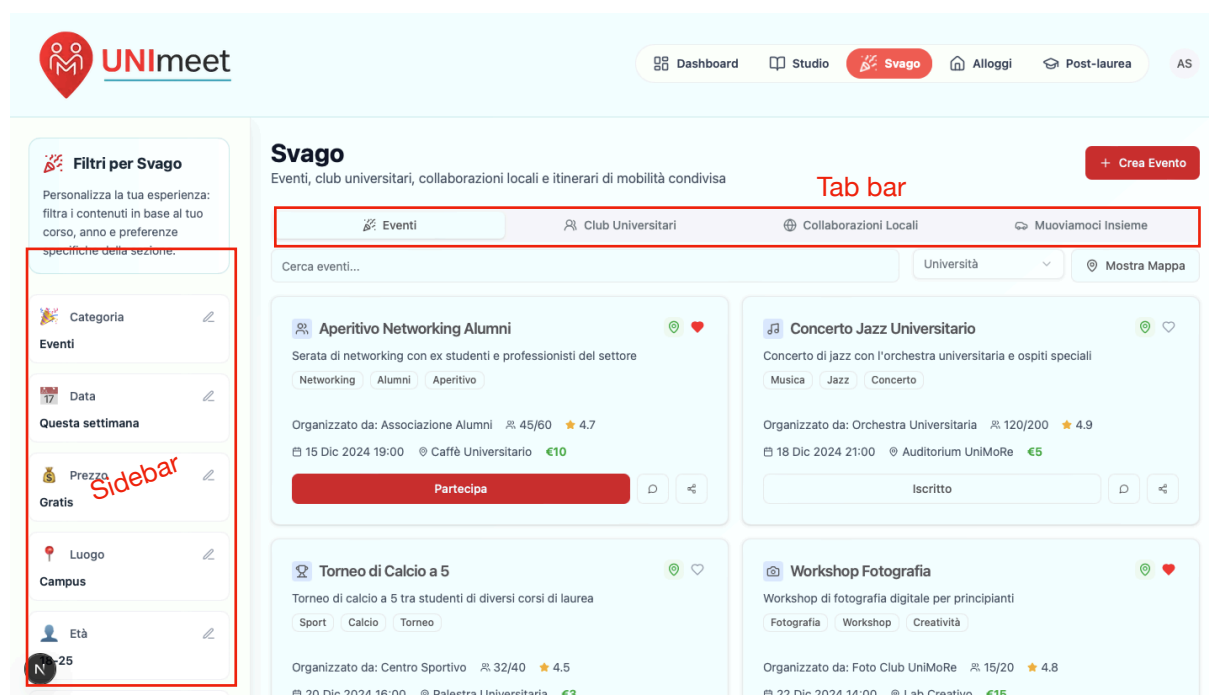


Fig. 29 Sezione Svago di UNImeet. Il pannello laterale raccoglie i filtri di personalizzazione per categoria, data, prezzo e luogo, mentre la tab bar articola la sezione in quattro sottosezioni. La griglia centrale presenta gli eventi attraverso card che riportano titolo, tag tematici, organizzatore, data, luogo, costo e numero di partecipanti. Elaborazione dell'autrice.

Questa organizzazione consente una rapida scansione visiva dei contenuti e contiene il carico cognitivo, applicando il principio del progressive disclosure (Tidwell, 2010): la card espone le sole informazioni necessarie a decidere se approfondire, rinviando il dettaglio a un livello successivo.

La scelta di rendere immediatamente visibili orario e luogo in ciascuna card discende dai risultati delle domande Q8 e Q9. Il 66,2% del campione ha infatti dichiarato che le difficoltà di spostamento serale incidono sulla partecipazione a eventi e momenti di aggregazione, con due assi di differenziazione distinti: sul piano della condizione abitativa segnala l'ostacolo l'80,6% di chi risiede nel comune universitario contro il 54,1% dei pendolari, mentre sul piano del genere il divario oppone il 75,6% delle studentesse al 51,9% degli studenti. Il primo dato indica che l'attrito non dipende dalla distanza percorsa ma dalla percorribilità del tratto serale in assenza di mezzo proprio; il secondo segnala una componente che attraversa trasversalmente tutte le condizioni abitative.

Per rispondere a questa esigenza è stato introdotto un filtro per luogo, che consente di circoscrivere la ricerca a una zona determinata, affiancato dalla possibilità di inserire negli annunci una geolocalizzazione dettagliata. L'utente può così individuare le sole opportunità realisticamente raggiungibili, riducendo il tempo speso a valutare proposte che non potrebbe comunque frequentare.

A questo si affianca un criterio di ordinamento per prossimità temporale, che non si limita a classificare gli eventi per categoria o distanza ma introduce una variabile dinamica, attribuendo maggiore visibilità alle attività imminenti rispetto a quelle programmate a lungo termine. La piattaforma mette così automaticamente in evidenza ciò che risulta più urgente per l'utente, semplificando l'orientamento tra le proposte disponibili. Integrando questo meccanismo con il calendario personale e con i dati di interazione, UNImeet può inoltre suggerire eventi compatibili con gli impegni già pianificati e inviare promemoria mirati nella sezione notifiche, quando si avvicinano iniziative affini a quelle per cui l'utente ha manifestato interesse in passato.

Dal punto di vista visuale, la griglia centrale adotta un layout a card responsive che agevola la navigazione anche su dispositivi mobili. La distinzione tra azioni primarie, quali "Partecipa", e secondarie, quali il salvataggio e la condivisione, segue il criterio della prioritizzazione delle

call-to-action⁷, che stabilisce quali azioni rendere immediatamente riconoscibili e quali collocare in secondo piano; il criterio si ricollega al principio più generale della visibilità delle azioni disponibili nell'interfaccia (Nielsen, 1994; Norman, 2013).

Quanto alla percezione di sicurezza rilevata dalla Q9, la risposta progettuale si articola su due livelli distinti, che conviene tenere separati. Il primo riguarda la pianificazione: in alto a destra di ciascuna card è collocato un pulsante che consente di visualizzare la posizione dell'iniziativa su mappa interattiva, così da valutarne preventivamente l'ubicazione, la distanza e il contesto urbano. Questa funzione agisce sulla conoscenza del territorio, che il Capitolo 4 ha individuato come elemento critico soprattutto per gli studenti trasferiti di recente, ma non incide di per sé sulla sicurezza dello spostamento (si rimanda alla figura 30 a pagina 108).

Il secondo livello riguarda invece lo spostamento in quanto tale ed è affidato alle funzioni di mobilità condivisa. Le icone impiegate in questa sezione, ossia il simbolo del calendario, il marker di geolocalizzazione e quello relativo alla mobilità, non si limitano a riprodurre l'aspetto dell'oggetto rappresentato ma ne veicolano il significato attraverso convenzioni visive condivise dall'utente⁸. La scelta di simboli già familiari nel linguaggio delle applicazioni di mobilità e geolocalizzazione riduce il carico cognitivo necessario alla loro interpretazione, rafforzando la coerenza semiotica dell'intero sistema di navigazione.

Qualora per un evento sia stata proposta una modalità di spostamento condiviso, a piedi oppure mediante noleggio di un mezzo, accanto alla card compare un'icona dedicata: selezionandola, l'utente accede al pannello "Eventi collegati e progetti di mobilità", raggiungibile anche dalla sottosezione "Muoviamoci insieme" della tab bar, dove può aderire a un tragitto già proposto oppure organizzarne uno nuovo con altri partecipanti. Per le iniziative che comportano una spesa, come il noleggio di una navetta, il pannello espone l'obiettivo economico, la quota già raccolta e il numero di aderenti, mentre il versamento avviene su piattaforma esterna accreditata secondo il modello descritto nel Capitolo 4: UNImeet aggrega la domanda, verifica l'appartenenza istituzionale dei partecipanti e coordina orari e punti di ritrovo, senza assumere la titolarità di alcun flusso finanziario.

⁷ La distinzione tra azioni primarie, quali "Partecipa", e secondarie, quali il salvataggio e la condivisione, segue il criterio della prioritizzazione delle call-to-action⁴, che stabilisce quali azioni rendere immediatamente riconoscibili e quali collocare in secondo piano; il criterio si ricollega al principio più generale della visibilità delle azioni disponibili nell'interfaccia (Nielsen, 1994; Norman, 2013).

⁸ Le icone impiegate in questa sezione, ossia il simbolo del calendario, il marker di geolocalizzazione e quello relativo alla mobilità, non si limitano a riprodurre l'aspetto dell'oggetto rappresentato ma ne veicolano il significato attraverso convenzioni visive condivise dall'utente.

Questa impostazione favorisce la partecipazione collettiva e la ripartizione dei costi di spostamento, ma risponde soprattutto all'esigenza di sicurezza emersa dall'indagine. Il 32,4% degli studenti dichiara infatti livelli elevati di insicurezza negli spostamenti urbani, con un

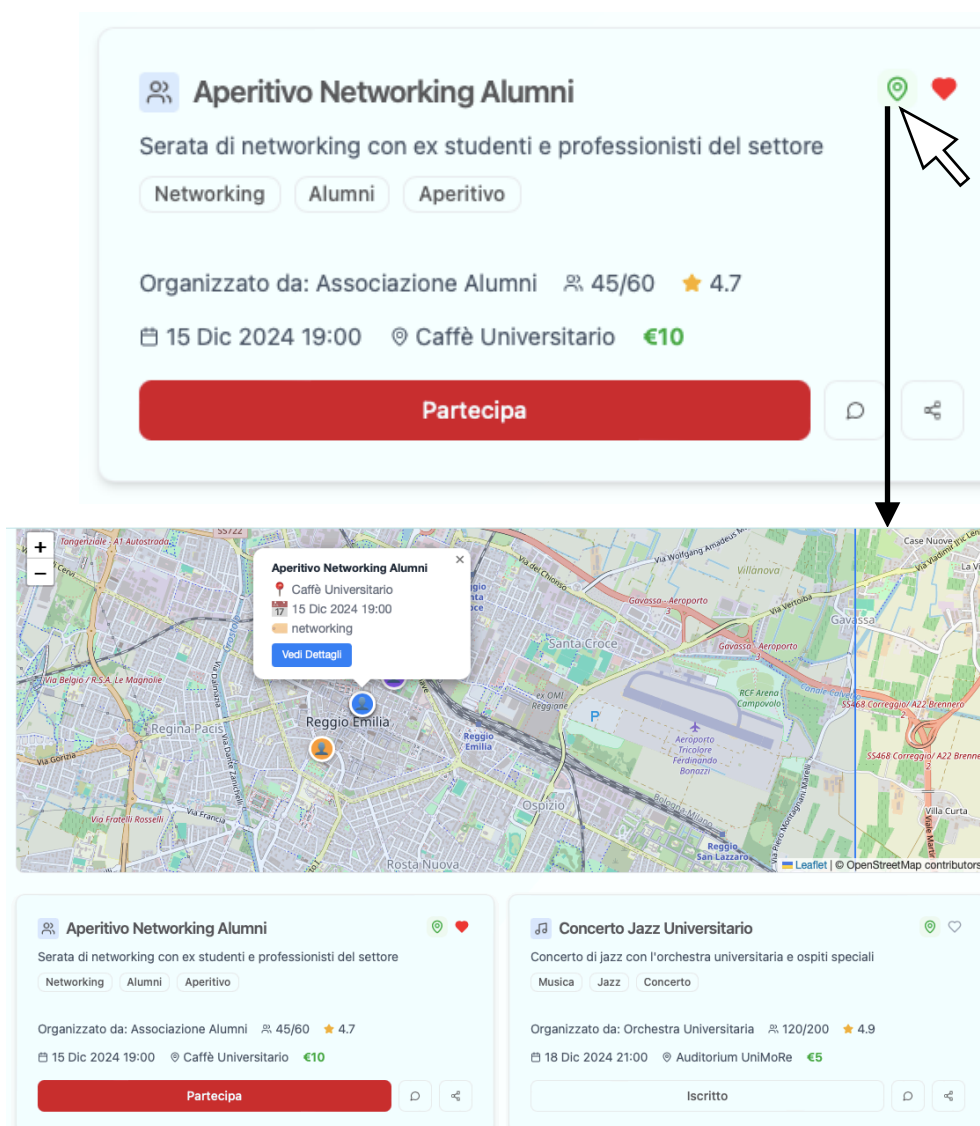


Fig. 30 Attivazione della mappa interattiva tramite l'icona di geolocalizzazione presente nella card evento. La mappa restituisce l'ubicazione dell'iniziativa nel contesto urbano e consente di accedere al dettaglio dell'evento. Elaborazione dell'autrice.

divario di genere che oppone il 43,9% delle studentesse al 14,8% degli studenti; e tra i sei rispondenti che dichiarano di non sentirsi per nulla al sicuro figurano esclusivamente studentesse, cinque delle quali residenti trasferite. È su questa configurazione che la funzione interviene: ciò che riduce l'esposizione percepita non è la disponibilità di un mezzo, bensì il fatto di non percorrere da soli il tratto serale, e il meccanismo opera pertanto a valle della

verifica dell'identità istituzionale, coordinando persone già riconoscibili all'interno della piattaforma.

La navigazione mantiene infine una continuità visiva con le altre macro-aree. Anche nella

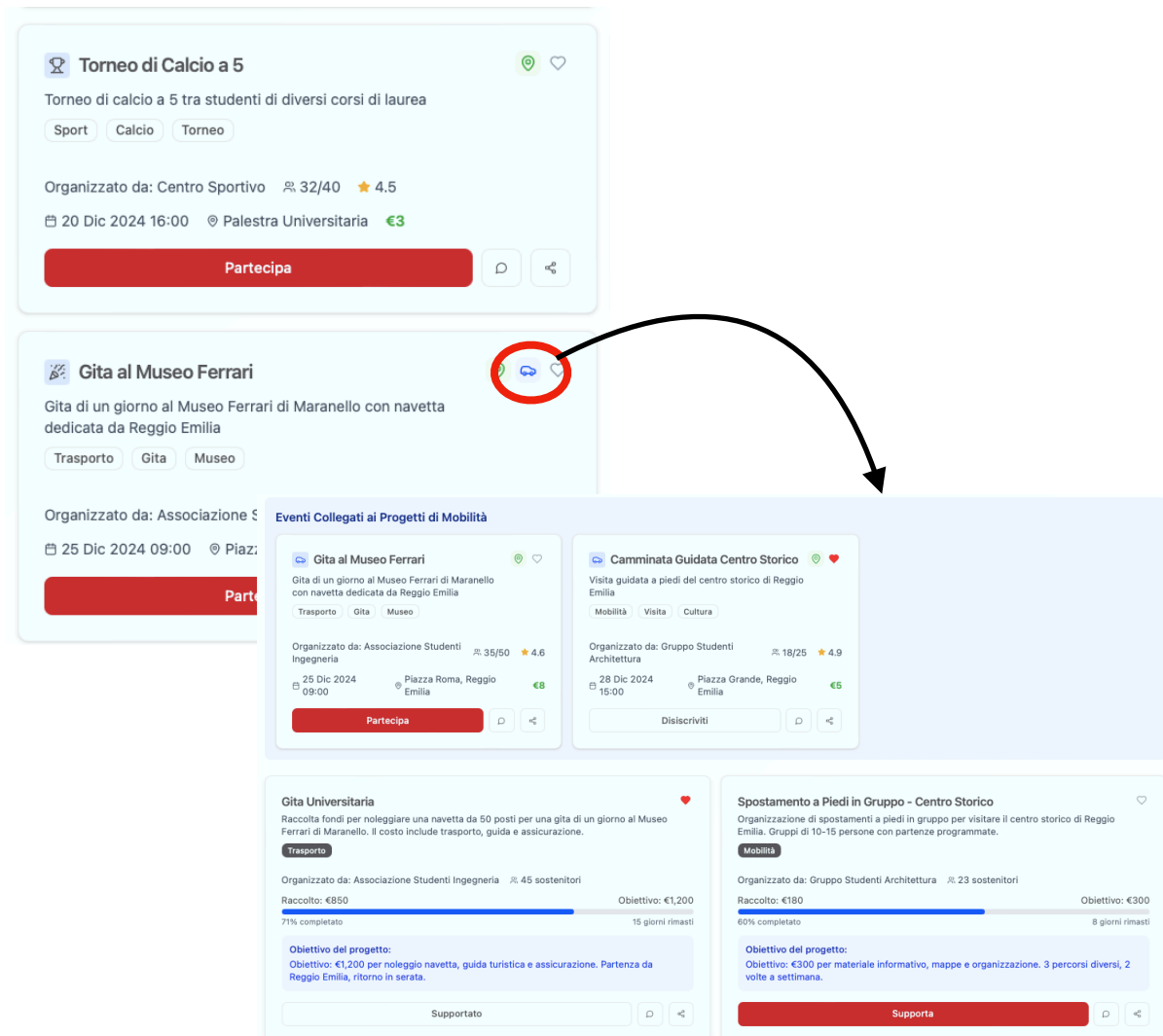


Fig. 31 Apertura del pannello "Eventi collegati e progetti di mobilità" dalla card evento. Il pannello raccoglie le iniziative di spostamento condiviso associate all'evento, con l'indicazione dell'obiettivo economico, della quota raccolta e del numero di aderenti. Elaborazione dell'autrice.

sezione Svago la tab bar consente di spostarsi tra le sottosezioni Eventi, Club Universitari, Collaborazioni Locali e Muoviamoci insieme, quest'ultima dedicata al coordinamento degli spostamenti e la precedente alle agevolazioni offerte dagli esercenti del territorio secondo il modello di adesione volontaria illustrato nel paragrafo

5.4 Analisi della sezione Alloggi

Tra le sfide più rilevanti della vita universitaria vi è la gestione della sistemazione abitativa. Per gli studenti che si trasferiscono nella città di studio, o per coloro che stanno valutando di farlo, trovare un alloggio sicuro e adeguato rappresenta spesso una fonte di stress e incertezza, con ricadute sul benessere e sulla continuità del percorso accademico. L'indagine conferma questa percezione da due direzioni indipendenti: nella domanda sulle criticità della vita universitaria la difficoltà di trovare alloggi sicuri raccoglie il 26,5% delle segnalazioni (Q7), mentre alla domanda specifica il 60,3% del campione, pari a 41 risposte su 68, si dichiara "molto" (39,7%) o "abbastanza interessato" (20,6%) alla presenza di un portale dedicato (Q5). Il dato assume tuttavia un significato più netto se disaggregato per condizione studentesca. Tra gli studenti trasferiti nel comune universitario l'interesse sale all'88,0%, pari a 22 casi su 25, a fronte del 44,2% registrato congiuntamente da pendolari e studenti in sede. Come argomentato nel Capitolo 4, la linea di frattura non coincide qui con la residenza nel comune universitario, criterio valido per le sezioni precedenti, bensì con l'aver dovuto cercare una sistemazione: chi vive in città perché vi è cresciuto non ha mai affrontato il mercato abitativo studentesco e si colloca infatti accanto ai pendolari. L'intensità del riscontro conferma la lettura, poiché nessuno studente trasferito si è dichiarato "per nulla interessato" e 19 su 25 hanno scelto direttamente l'opzione di massimo interesse.

Ne discende un profilo di domanda diverso da quello di tutte le altre funzionalità della piattaforma. Il 60,3% è il consenso più contenuto tra quelli rilevati, ma si accompagna alla concentrazione più elevata sulla modalità di vertice: si tratta dunque di una funzione rivolta a un bacino ristretto e chiaramente identificabile, che però la richiede con un'urgenza superiore a qualsiasi altra. Questa asimmetria ha conseguenze dirette sulla progettazione, che sono discusse più avanti a proposito del meccanismo di ricircolo.

Alla luce di tali evidenze, la sezione Alloggi è stata concepita come un portale riservato agli studenti, vincolato all'uso della posta istituzionale d'ateneo tanto per l'accesso quanto per la pubblicazione degli annunci. Il vincolo opera come filtro all'ingresso, restringendo la partecipazione a soggetti identificabili e riconducibili all'ateneo, e riduce sensibilmente il rischio di inserzioni fraudolente rispetto ai portali generalisti. Occorre precisare che tale verifica riguarda l'identità dell'inserzionista e non la conformità dell'immobile o delle condizioni proposte: UNImet mette in contatto le parti senza intervenire nella negoziazione

né nella stipula del contratto, che restano rapporti privati tra gli interessati. È la medesima impostazione di prudenza adottata per le funzioni di mobilità condivisa, e risponde all'esigenza di non esporre l'ateneo a responsabilità che esulano dalle sue finalità istituzionali. La struttura della schermata mantiene, in coerenza con le altre macro-aree, un'impostazione user-centered. La tab bar collocata nella parte superiore consente l'accesso rapido alle tre sottosezioni, dedicate rispettivamente alla ricerca degli alloggi, alla visualizzazione su mappa e ai preferiti, mentre il pannello laterale ospita i filtri avanzati che permettono di personalizzare la ricerca in base alla tipologia di alloggio, distinguendo tra stanza singola, doppia e appartamento, alla fascia di prezzo, alla distanza dai poli universitari, ai servizi inclusi e alle preferenze di coabitazione.

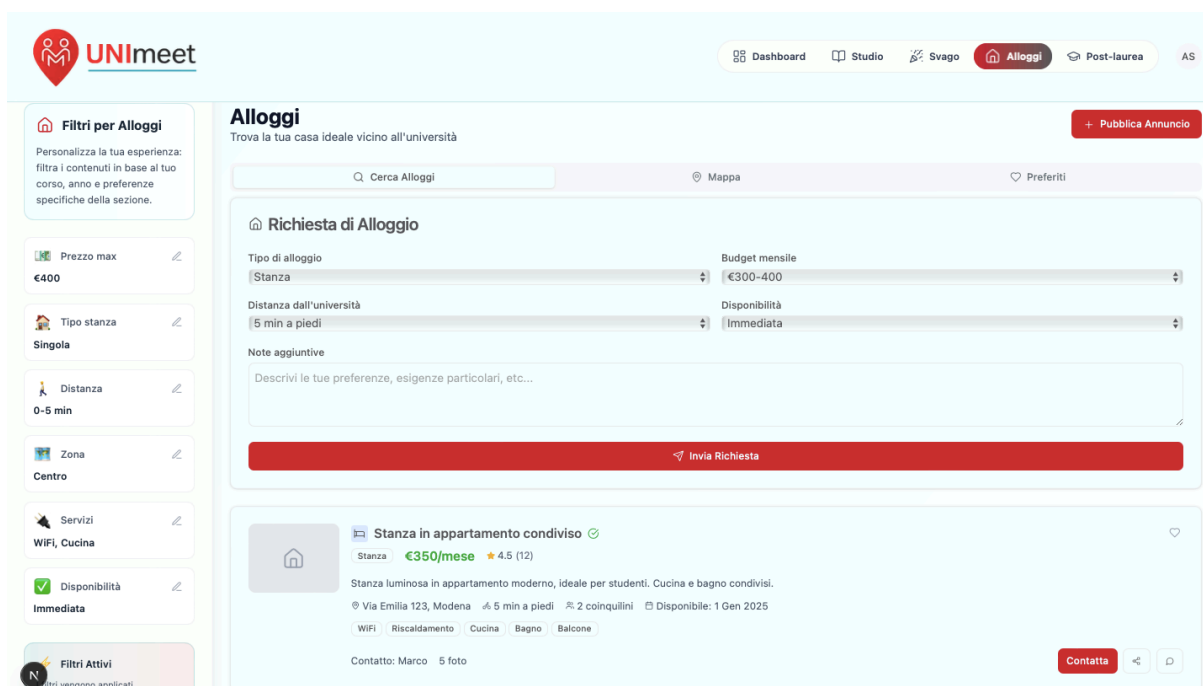


Fig. 32 Sezione Alloggi di UNImeet. La tab bar articola la sezione in ricerca, mappa e preferiti; il pannello laterale raccoglie i filtri per prezzo, tipologia, distanza, zona, servizi e disponibilità, mentre l'area centrale ospita il modulo di richiesta di alloggio e, di seguito, gli annunci pubblicati dalla community. Elaborazione dell'autrice.

Subito sotto la tab bar è collocata l'area dedicata alla pubblicazione delle richieste di alloggio, seguita dalla raccolta degli annunci inseriti dalla community, mentre in alto a destra un pulsante dedicato consente la creazione rapida di un nuovo annuncio. La scelta di anteporre le richieste alle offerte non è casuale: in una fase iniziale, quando il numero di annunci

disponibili è necessariamente contenuto, rendere visibile la domanda consente di segnalare l'esistenza di una platea attiva anche in assenza di un'offerta consolidata.

La sottosezione dedicata alla mappa abilita la visualizzazione degli annunci su base cartografica interattiva, secondo un modello adottato da piattaforme consolidate quali Booking.com e volto a migliorare la contestualizzazione spaziale delle proposte, agevolando così le decisioni abitative (Monge Roffarello et al., 2023). La rappresentazione su mappa risulta particolarmente utile per il segmento di riferimento, poiché chi si trasferisce in una città che non conosce non dispone degli elementi necessari a interpretare un indirizzo, e ha bisogno di collocarlo rispetto ai poli didattici e alle linee di trasporto.

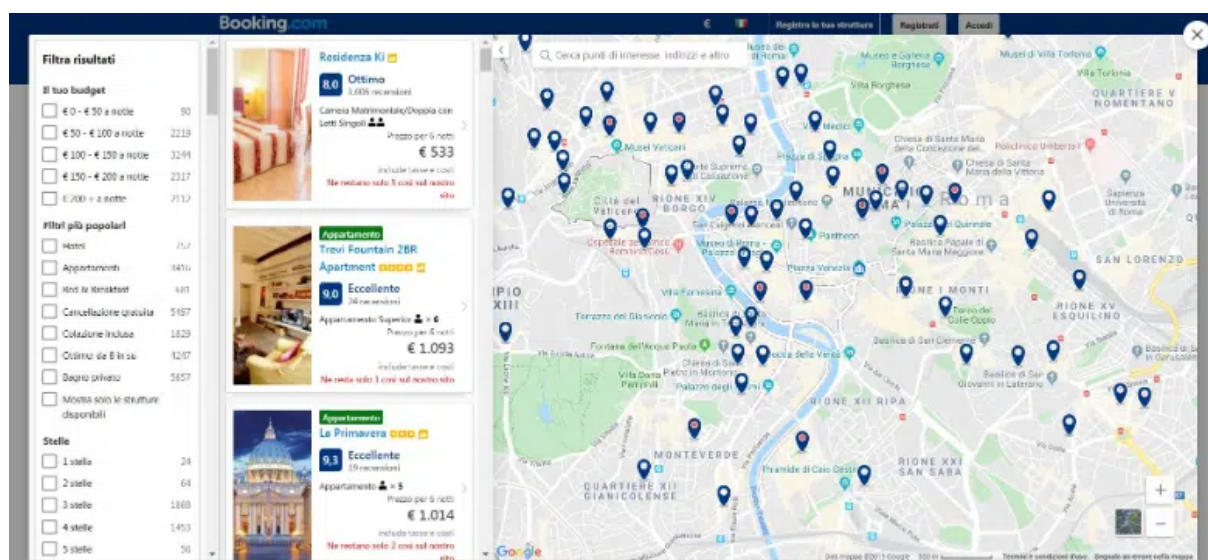


Fig. 33 Visualizzazione degli annunci su mappa interattiva in Booking.com, assunta come riferimento per la sottosezione cartografica di UNImeet. Fonte: booking.com.

Fra gli aspetti più rilevanti della sezione figura la capacità di alimentare un ricircolo costante di opportunità abitative all'interno della comunità studentesca. L'ipotesi progettuale su cui la sezione si fonda è la seguente: nel momento in cui una quota di studenti conclude il percorso accademico e lascia la città si rende disponibile un patrimonio di stanze e appartamenti che, attraverso i canali tradizionali, tende a disperdersi o a ricollocarsi al di fuori del circuito studentesco. La piattaforma intende intercettare questo passaggio e trasformarlo in un meccanismo di continuità, nel quale gli spazi lasciati da chi conclude gli studi diventano risorse immediatamente disponibili per chi arriva.

Il meccanismo risponde inoltre al vincolo di dimensionamento richiamato in apertura. Un portale di annunci funziona soltanto al raggiungimento di una massa critica di inserzioni, e un bacino potenziale ristretto espone la sezione al rischio di risultare poco popolata nella fase di avvio, scoraggiando proprio gli utenti che dovrebbe servire. Il ricircolo interno alla community costituisce la risposta strutturale a questo problema, poiché fa coincidere l'uscita di una coorte con l'alimentazione dell'offerta per la successiva.

Da ciò discendono due conseguenze dirette. La prima è che l'ingresso dei nuovi studenti nel contesto universitario risulta agevolato, con una riduzione dei tempi, dei costi e dell'incertezza connessi alla ricerca di un alloggio. La seconda è il consolidamento di un sistema abitativo interno alla community, nel quale le informazioni circolano in un ambiente ad accesso verificato, con garanzie di affidabilità superiori a quelle offerte dai portali pubblici. In questa prospettiva UNImet non si limita a mettere in contatto domanda e offerta, ma mira a costruire un ecosistema abitativo sostenibile, nel quale ogni coorte di studenti sostiene, anche indirettamente, quella successiva.

5.5 La sezione Post-laurea: continuità e networking

La sezione Post-laurea rappresenta l'estensione naturale dell'applicazione. Non serve soltanto a sostenere lo studente durante il percorso, ma a fargli da ponte verso la fase successiva, quella dell'ingresso nel mondo del lavoro o della formazione avanzata. L'indagine documenta questo bisogno da due direzioni. La prima è la Domanda 7, dove il mantenimento dei rapporti sociali dopo la laurea è segnalato da 29 rispondenti, pari al 42,6% del campione, a pari merito con la creazione di nuove amicizie e con la ricerca di attività ricreative: si tratta di una difficoltà avvertita già durante gli studi. La seconda è la Domanda 6, dove l'83,8% giudica utile poter contattare ex studenti Unimore residenti nella città di destinazione, e il 47,1% sceglie direttamente l'opzione di massima utilità.

Quest'ultimo dato va letto tenendo conto di come è formulato l'item, che propone uno scenario immaginario anziché rilevare un'esperienza vissuta. Ciò che misura è dunque un'utilità anticipata, e il suo valore sta nel confermare che la soluzione proposta viene riconosciuta come pertinente rispetto a un problema che la Domanda 7 attesta in modo indipendente. Coerentemente con questa natura, l'adesione risulta trasversale a tutte le condizioni studentesche e a tutte le fasce d'età. Un segnale, peraltro modesto, emerge soltanto guardando

alla modalità di vertice, scelta dal 56,0% degli studenti trasferiti contro il 43,2% dei pendolari: chi ha già affrontato uno spostamento per motivi di studio sembra riconoscerne il costo relazionale con maggiore chiarezza.

L'interfaccia riprende l'impostazione già adottata nelle altre sezioni, così da mantenere la coerenza visiva dell'applicazione, e articola l'area in tre sottosezioni dedicate rispettivamente al networking, ai corsi di formazione e ai profili degli ex studenti.

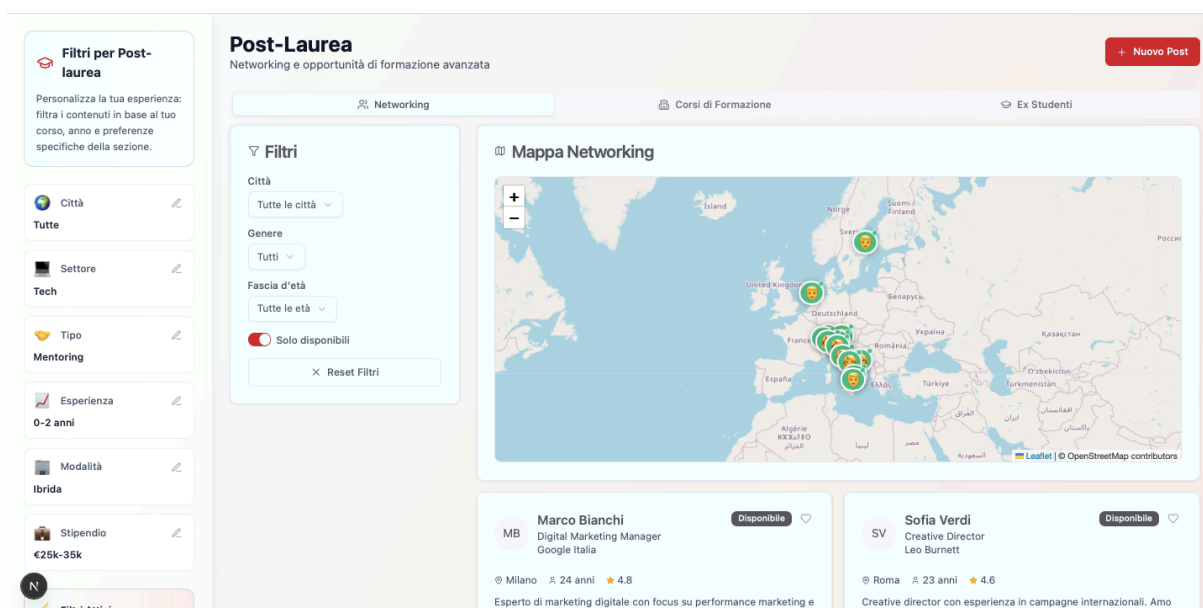


Fig. 34 Sezione Post-laurea di UNImeet. La tab bar articola l'area in Networking, Corsi di Formazione ed Ex Studenti; il pannello laterale raccoglie i filtri di ricerca, mentre l'area centrale presenta la mappa dei contatti disponibili e, al di sotto, le card dei profili con ruolo professionale e stato di disponibilità. Elaborazione dell'autrice.

L'elemento centrale della prima sottosezione è la mappa, una rappresentazione interattiva basata su OpenStreetMap che mostra i contatti, ossia neolaureati e professionisti legati a Unimore, che abbiano scelto di rendere visibile la propria collocazione in città italiane ed europee. La posizione è indicata a livello di area urbana e non di indirizzo: l'utente può così individuare la presenza di un referente in una determinata città senza che la residenza di quest'ultimo venga esposta, e l'adesione alla mappa resta volontaria e revocabile in qualsiasi momento. La soluzione si ispira ai modelli di geolocalizzazione dei contatti professionali già adottati da piattaforme di networking consolidate e persegue due obiettivi: permettere di individuare rapidamente un referente nella città di interesse e favorire la costruzione di legami già prima del trasferimento. Risponde così alla disponibilità, manifestata da ex studenti e

dottorandi, di sostenere chi si trova ad affrontare la stessa transizione, dando vita a una rete che supera i confini fisici dell'ateneo.

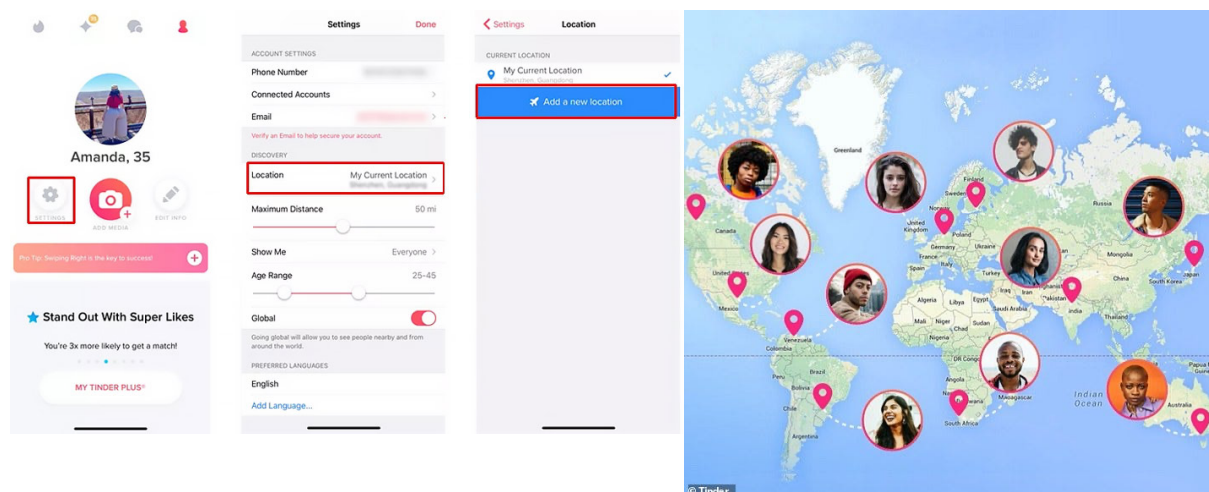


Fig. 35 Esempio di geolocalizzazione dei contatti su mappa in una piattaforma di networking, assunta come riferimento per la sottosezione Networking di UNImeet. Fonte: [tinder.com](https://www.tinder.com)

A supporto della mappa, il pannello laterale ospita i filtri, che consentono di restringere la ricerca per città, area professionale, fascia di esperienza e disponibilità dichiarata al contatto: l'utente può così circoscrivere i risultati a quelli davvero pertinenti, riducendo il tempo necessario a individuare un interlocutore utile. I profili compaiono in card collocate sotto la mappa, con nome, ruolo professionale e stato di disponibilità, offrendo una panoramica rapida a partire dalla quale decidere se approfondire. La sottosezione non è quindi un elenco di nominativi, ma uno strumento pensato per favorire il contatto con chi ha già attraversato una determinata esperienza.

La seconda sottosezione è dedicata all'aggiornamento professionale e accademico e raccoglie in un unico spazio le opportunità di formazione successive al titolo, quali master, corsi di specializzazione e dottorati, che possono essere segnalate tanto dall'ateneo quanto dagli utenti stessi.

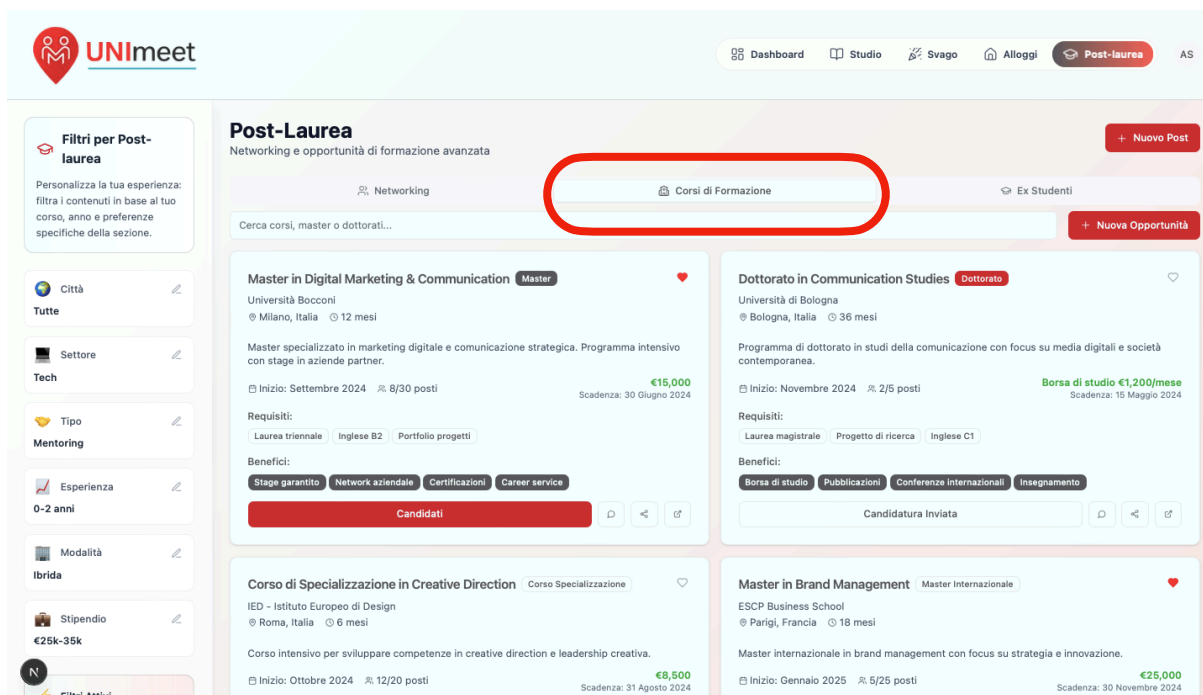


Fig. 36 Sottosezione Corsi di formazione nell'area Post-laurea. Il modulo raccoglie master, corsi di specializzazione e dottorati segnalati dall'ateneo o proposti dagli utenti. Elaborazione dell'autrice.

È proprio questa seconda possibilità a costituire l'elemento più interessante del modulo. Consentire agli studenti di proporre percorsi formativi amplia infatti l'orizzonte oltre il ventaglio istituzionale, includendo workshop e corsi che intercettano esigenze più immediate e legate alle trasformazioni del mercato del lavoro, che l'offerta accademica recepisce con tempi necessariamente più lunghi. Per incentivare questa attività propositiva, i contributi degli utenti concorrono al sistema di reputazione descritto nel Capitolo 3, accrescendo la visibilità di chi alimenta la sottosezione con segnalazioni pertinenti. Va precisato che il questionario non contiene item relativi alla formazione continua, poiché il bisogno che l'indagine documenta è di natura relazionale e non formativa: questa sottosezione va dunque intesa come un'estensione progettuale coerente con la finalità dell'area, e non come risposta a un'esigenza rilevata empiricamente.

La terza sottosezione, infine, raccoglie i profili di chi ha concluso il percorso a Unimore e ha scelto di restare parte della community. A differenza della mappa, che organizza i contatti su base geografica in funzione di un trasferimento, questa vista li ordina per percorso di studi e ambito professionale, rispondendo a un'esigenza diversa: non individuare qualcuno in una città, ma confrontarsi con chi ha compiuto un percorso simile al proprio. È la sottosezione a

cui si rivolge lo studente ancora iscritto che voglia farsi un'idea degli sbocchi del proprio corso di laurea, o il laureando che cerchi un riferimento nel settore verso cui si sta orientando. La realizzazione dell'intera sezione resta tuttavia condizionata dai due vincoli strutturali già illustrati nel Capitolo 4. Il primo riguarda l'avvio, poiché tutte e tre le sottosezioni presuppongono la presenza di soggetti già laureati, una popolazione che al momento del lancio è per definizione assente e che si forma soltanto dopo che una prima coorte ha completato il percorso. Il secondo è di natura tecnica e riguarda l'accesso, dal momento che l'affidabilità della piattaforma poggia sulla verifica tramite posta istituzionale, che viene però disattivata qualche tempo dopo la laurea: serve quindi un meccanismo di conversione dello status, con cui lo studente prossimo a laurearsi associ al proprio profilo un recapito alternativo conservando la verifica di appartenenza acquisita durante gli anni di iscrizione.

Superati questi vincoli, la sezione può colmare il vuoto che separa l'esperienza universitaria da ciò che viene dopo. Sul piano pratico potrebbe agevolare l'inserimento in un nuovo contesto urbano, ridurre l'incertezza legata al trasferimento e rafforzare il senso di appartenenza a una comunità che continua a esistere oltre il percorso di studi. A questo si aggiunge un possibile vantaggio per l'ateneo, poiché la sottosezione dedicata al networking consentirebbe ai laureandi triennali di esplorare le opportunità formative disponibili in Unimore e di confrontarsi con chi frequenta già i corsi magistrali, incoraggiando la prosecuzione del percorso nella stessa istituzione. L'applicazione potrebbe così incidere positivamente sul tasso di prosecuzione degli studi e favorire la nascita di una community intergenerazionale, rafforzando al tempo stesso l'immagine di Unimore come ateneo attento al percorso complessivo dei propri studenti.

5.6 L'utente ospite: opportunità e implicazioni strategiche per l'ateneo

L'ecosistema digitale di UNImet prevede che l'accesso alla piattaforma sia riservato agli studenti immatricolati, i quali ottengono le credenziali istituzionali al termine della procedura di iscrizione. Questa scelta, se da un lato innalza sensibilmente il livello di sicurezza e definisce con chiarezza i confini della community interna, dall'altro rischia di limitare l'impatto della piattaforma proprio nelle fasi di orientamento e di primo contatto, quando l'interesse di un potenziale utente non è ancora sostenuto da un'iscrizione formale.

L'introduzione di una modalità di accesso in qualità di ospite risponde a questo limite e si articola, nella proposta qui avanzata, su due livelli distinti.

Il primo livello riguarda l'ospite esterno. Futuri studenti, potenziali immatricolati o laureandi provenienti da altri atenei potrebbero esplorare le opportunità offerte dalla community universitaria, comprendendone la vitalità e le dinamiche interne, senza che l'integrità della piattaforma ne risulti compromessa. Il profilo sarebbe configurato in sola lettura, con accesso a un insieme circoscritto di contenuti quali gli eventi, le iniziative culturali, le opportunità di networking e le informazioni sui rappresentanti studenteschi, e senza alcuna possibilità di pubblicare, commentare o modificare. Le funzioni partecipative resterebbero così riservate ai soli utenti autenticati con credenziali istituzionali, mentre la piattaforma acquisterebbe una funzione ulteriore, quella di vetrina della vita universitaria per chi ancora non ne fa parte.

Soluzioni analoghe sono adottate da diverse piattaforme digitali. LinkedIn rende pubblicamente consultabile una versione ridotta dei profili anche a chi non è registrato, mentre Coursera consente di seguire i contenuti di un corso in modalità uditore e Udemy mette a disposizione anteprime gratuite delle lezioni. In tutti questi casi un accesso parziale ma progettato con attenzione abbassa la barriera d'ingresso, stimola la curiosità e favorisce la successiva adesione: è precisamente l'effetto che la modalità ospite intende produrre in UNImeet.

Il secondo livello riguarda invece gli ex studenti e trova applicazione nella sottosezione a loro dedicata all'interno dell'area Post-laurea. Come illustrato nel paragrafo precedente, la verifica dell'appartenenza istituzionale, che costituisce il fondamento dell'affidabilità dell'intera piattaforma, si basa su credenziali destinate a essere disattivate qualche tempo dopo la conclusione degli studi. La modalità ospite fornisce la risposta a questo vincolo: chi ha concluso il percorso mantiene un accesso riconosciuto sulla base della precedente appartenenza all'ateneo, con permessi di scrittura circoscritti al proprio profilo. Può quindi aggiornare i contatti e corredarli di una breve descrizione del percorso professionale o formativo successivo alla laurea, senza acquisire le facoltà partecipative piene proprie degli studenti attivi.

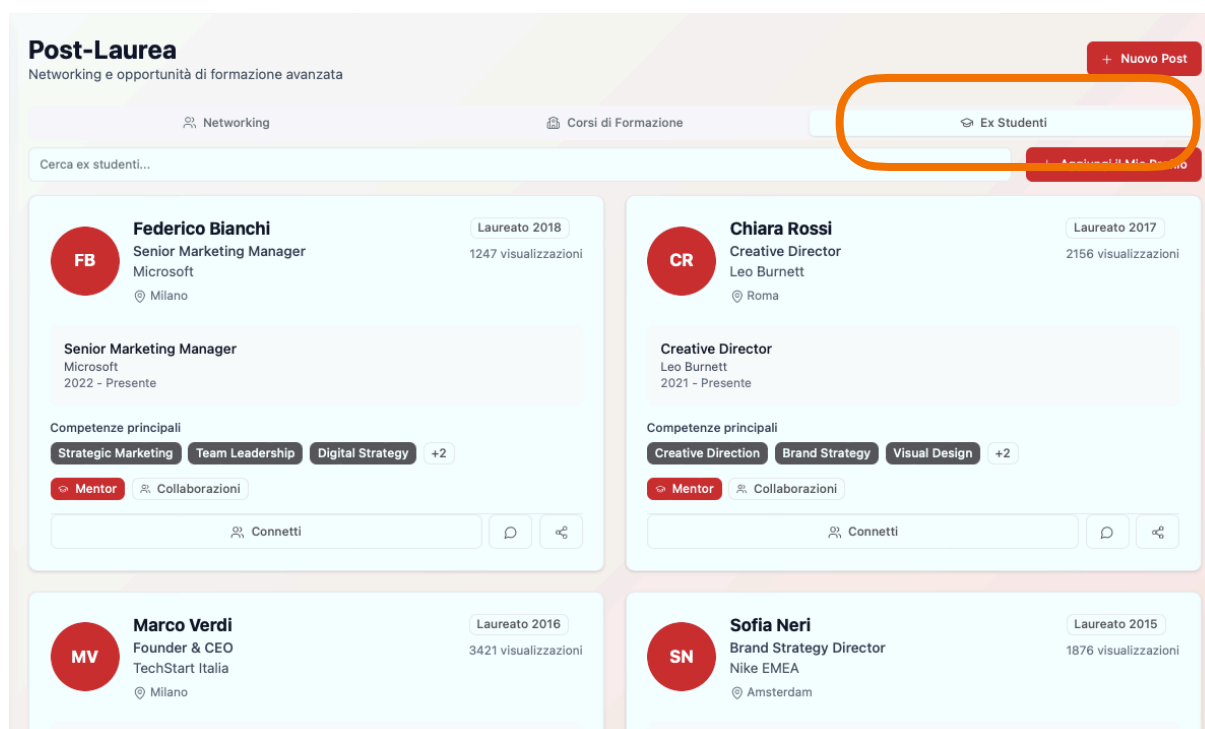


Fig. 37 Sottosezione Ex Studenti nell'area Post-laurea, accessibile in modalità ospite. Chi ha concluso il percorso può aggiornare i propri recapiti e corredarli di una descrizione dell'esperienza professionale o formativa successiva alla laurea, pur dopo la scadenza delle credenziali istituzionali. Elaborazione dell'autrice.

Questa configurazione produce vantaggi su due versanti. Consente anzitutto agli ex studenti di mantenere un legame attivo con l'università e di continuare a sentirsi parte della rete Unimore anche dopo la conclusione degli studi. Permette inoltre all'istituzione di disporre di informazioni aggiornate sull'evoluzione dei percorsi post-laurea, utili per analisi di placement, studi sull'impatto formativo e future collaborazioni con il mondo produttivo e della ricerca. Va precisato, su quest'ultimo punto, che il conferimento dei dati è volontario e revocabile, che il profilo resta cancellabile su richiesta dell'interessato e che ogni utilizzo dei dati a fini statistici o di ricerca presuppone un'informativa dedicata e un consenso specifico, distinto da quello prestato per la partecipazione alla community.

La possibilità per gli ex studenti di aggiornare autonomamente il proprio profilo e di rendersi disponibili al contatto apre infine la strada a forme di mentoring e di cooperazione tra generazioni accademiche diverse, contribuendo alla costruzione di un ecosistema relazionale duraturo. Occorre precisare che il questionario non contiene item relativi a una modalità di accesso di questo tipo, e che la proposta va dunque intesa come estensione progettuale

coerente con le finalità della piattaforma, non come risposta a un bisogno rilevato empiricamente.

In questa prospettiva la funzione ospite non rappresenta una semplice estensione tecnica del sistema di accesso, ma un ponte tra passato e futuro accademico: uno strumento capace di consolidare nel tempo il senso di appartenenza alla comunità universitaria e di rafforzare il dialogo tra studenti, alumni e istituzione.

Capitolo 6. Il design del logo di UNImeet: identità visiva, evoluzione cromatica e coerenza istituzionale

La definizione del logo di UNImeet rappresenta un passaggio cruciale nella costruzione dell'identità visiva del progetto e, più in generale, della sua strategia comunicativa. L'identità visiva non è infatti una semplice manifestazione estetica, ma la traduzione visiva della cultura organizzativa: comunica ciò che un'istituzione è, non soltanto ciò che mostra (Olins, 2008). Diventa così un atto di comunicazione istituzionale, capace di riflettere nella sfera pubblica la reputazione e la missione dell'ente.

Sulla stessa linea, Wheeler (2018) sottolinea che la progettazione dell'identità di marca deve fondarsi su un framework strategico in grado di connettere estetica, funzionalità e coerenza sistemica. Un marchio efficace non nasce da un gesto creativo isolato, ma da un processo che assicura continuità percettiva e riconoscibilità in tutti i punti di contatto con il pubblico, i cosiddetti brand touchpoints. Un'identità visiva riuscita costruisce dunque fiducia e senso di appartenenza attraverso la coerenza tra il linguaggio visivo dell'organizzazione e l'esperienza che ne fanno i suoi utenti.

A partire da questi riferimenti, il logo di UNImeet è stato concepito come elemento simbolico capace di collegare l'università alla comunità studentesca, cercando un equilibrio tra espressione culturale e coerenza istituzionale. L'obiettivo non è stato semplicemente quello di creare un segno distintivo, ma di tradurre in forma visiva i valori di connessione, fiducia e appartenenza, con un linguaggio che dialogasse con la sensibilità contemporanea degli studenti mantenendo al contempo continuità con i codici grafici e i valori culturali di Unimore.

6.1 Struttura e costruzione del marchio

Muovendo dai principi del Corporate Visual Identity definiti da Van den Bosch, De Jong ed Elving (2005), il marchio UNImeet è stato progettato come un sistema modulare, composto da due elementi distinti ma complementari: il segno iconico e il wordmark.

Il segno iconico riprende la forma di un marker di geolocalizzazione, simbolo ampiamente riconosciuto che richiama l'idea di luogo e di presenza, concetti centrali nell'impostazione del progetto. All'interno del marker due figure stilizzate si stringono la mano e compongono, per sintesi visiva, la lettera M di meet.



Fig. 38 Logo di UNImeet nella versione definitiva. Il segno iconico riprende la forma del marker di geolocalizzazione e racchiude due figure stilizzate che, nello stringersi la mano, compongono la lettera M di *meet*; il wordmark affianca "UNI" in semibold a "meet" in regular, completato dalla linea orizzontale turchese. Elaborazione dell'autrice.

Questa costruzione rispecchia quanto descritto da Lupton e Phillips (2015) a proposito della funzione del segno come condensatore semantico, ossia come dispositivo grafico che racchiude una narrazione traducendo in forma visiva un'idea astratta: in questo caso l'incontro e la collaborazione.

Il wordmark impiega un carattere sans-serif geometrico dai terminali arrotondati, scelto per trasmettere chiarezza, accessibilità e contemporaneità. Il contrasto di peso tra le due componenti del naming, con "UNI" in semibold e "meet" in regular, le distingue visivamente pur mantenendole in un'unica parola, rafforzando da un lato il riferimento all'ambito universitario e dall'altro la vocazione relazionale. Come osserva Frascara (2004), la leggibilità tipografica e la coerenza formale sono condizioni necessarie affinché un segno diventi veicolo di significato e non semplice ornamento.

Completa la composizione una linea orizzontale turchese collocata sotto il logotipo, introdotta per mantenere l'equilibrio visivo dell'insieme e per richiamare gli accenti cromatici presenti nel sito istituzionale di Unimore.

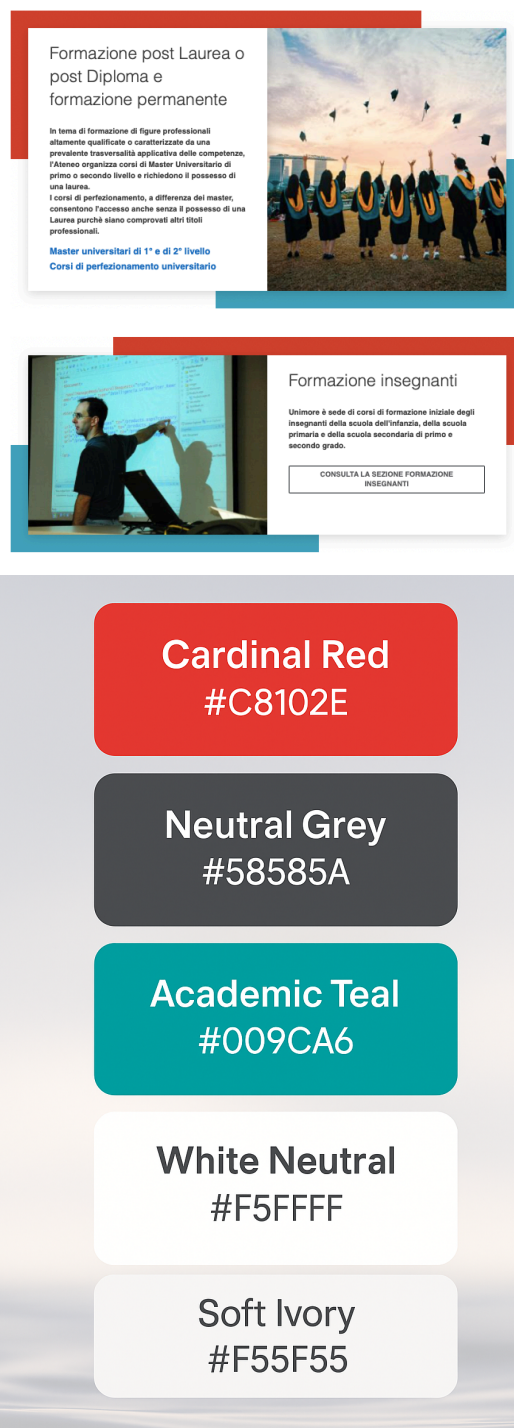


Fig. 39 Derivazione della palette cromatica di UNImeet dagli accenti presenti nel sito istituzionale Unimore. In alto la schermata di riferimento (fonte: unimore.it, consultato in data [inserire]), in basso la palette definitiva con i relativi codici esadecimali.

6.2 Significato cromatico e razionalizzazione della palette

Nella prima fase di progettazione si era pensato di adottare una palette turchese e lavanda, scelta per trasmettere freschezza, apertura e inclusività.



Fig. 41 Prima versione del logo di UNImeet, con la palette turchese e lavanda adottata nella fase iniziale di progettazione, precedente all'allineamento con l'identità visiva istituzionale. Elaborazione dell'autrice.

Nel momento in cui l'applicazione è entrata a far parte dell'ecosistema Unimore, tuttavia, è emersa la necessità di ricondurre l'identità visiva all'interno della matrice simbolica istituzionale, così da rafforzarne la riconoscibilità e la coerenza semantica. Come ricorda Wheeler (2018), il colore costituisce uno degli strumenti più efficaci per costruire il significato di marca: non un semplice elemento estetico, ma un veicolo di coerenza e fiducia, capace di generare familiarità e di consolidare la memoria visiva collettiva. Sulla stessa linea Olins (2008) considera il colore un marcatore di identità culturale, poiché agisce su un duplice piano, razionale ed emotivo, traducendo in percezione visiva i valori e i comportamenti dell'organizzazione.

In questa prospettiva la palette di UNImeet è stata riconfigurata per armonizzarsi con l'immagine coordinata di Unimore, secondo i principi di uniformità percettiva e continuità simbolica propri del Corporate Visual Identity (si richiama alle Figure 39 e 40).

6.2.1 Valori e funzioni dei colori nel nuovo sistema visivo

Il rosso cardinalizio costituisce il colore primario istituzionale e il nucleo semantico del marchio, in quanto richiama la tradizione accademica dell'ateneo. Sul piano percettivo il rosso è associato a energia e vitalità, e già Kandinsky (1911) lo descriveva come colore caldo e dinamico, dotato di una forza di movimento che lo distingue dalle tinte fredde. All'interno del

sistema visivo di UNImeet esso rappresenta la connessione umana e la partecipazione attiva, fungendo da elemento portante dell'identità della community.

Il grigio neutro assolve la funzione di colore secondario, impiegato per gli elementi testuali e titolativi. Ne deriva un effetto di stabilità e di mediazione visiva: il grigio attenua l'impatto energetico del rosso, bilancia la composizione cromatica e garantisce una lettura chiara e ordinata. Si può leggerlo come un colore di transizione, che smorza il contrasto tra le due polarità del marchio e accompagna il passaggio dalla dimensione istituzionale a quella relazionale.

Il turchese opera come colore d'accento ed è introdotto sia nella linea orizzontale del logotipo sia all'interno dell'interfaccia. Riprende gli accenti cromatici presenti nelle interfacce Unimore e funziona da ponte visivo, evocando movimento, apertura e prossimità relazionale.

I neutri di supporto, bianco e avorio, creano infine respiro visivo e favoriscono l'accessibilità della composizione. Il loro contributo non è di natura simbolica ma strutturale: non veicolano un significato proprio, bensì regolano lo spazio tra gli altri elementi, amplificandone la leggibilità e sostenendo la chiarezza complessiva del messaggio.

6.2.2 La palette come linguaggio simbolico

La palette definitiva costituisce un sistema coerente con la missione del progetto: il rosso esprime identità e vitalità accademica, il grigio ne consolida l'autorevolezza comunicativa, il turchese apre alla dimensione del dialogo e dell'incontro. Considerati insieme, questi colori non operano soltanto come elementi visivi, ma come segni culturali che traducono graficamente i valori di conoscenza, comunità e collaborazione propri dell'università.

La ridefinizione cromatica non rappresenta dunque un atto di subordinazione all'immagine di Unimore, bensì un gesto di continuità culturale: un modo per inserire UNImeet nel linguaggio visivo dell'ateneo preservandone al tempo stesso l'identità progettuale. Come osserva Frascara (2004), la comunicazione visiva non è mai neutra, poiché ogni scelta formale è anche una decisione di natura etica e sociale. In questa prospettiva il colore diventa un medium relazionale e simbolico, capace di unire istituzione e studenti in uno spazio condiviso di riconoscibilità e fiducia.

Capitolo 7 Conclusioni e sviluppi futuri

Questo capitolo costituisce la sintesi conclusiva del lavoro svolto e, al tempo stesso, un punto di ripartenza. L'obiettivo è duplice: da un lato mettere in luce i risultati ottenuti e le criticità emerse durante la ricerca e la progettazione di UNImeet, dall'altro delineare prospettive di sviluppo e scenari futuri di implementazione, in linea con la missione formativa, sociale e comunicativa di Unimore.

Il percorso di tesi ha mostrato come la progettazione di strumenti digitali in ambito accademico non possa ridursi a una questione tecnica o estetica, ma vada intesa come processo culturale e comunicativo, capace di tradurre bisogni, valori e relazioni in linguaggio visivo, narrativo e interattivo. UNImeet nasce da questa consapevolezza, ossia dal proposito di costruire una piattaforma che non si limiti a fornire informazioni o funzioni operative, ma che sappia mediare la relazione tra l'università e i suoi studenti, restituendo all'ambiente accademico la sua dimensione più autentica, quella di *communitas* (Esposito, 1998).

7.1 Principali risultati e criticità emerse

L'indagine condotta ha confermato la presenza di bisogni relazionali diffusi nella comunità studentesca osservata. I dati del questionario hanno evidenziato tre nuclei di criticità: la necessità di ampliare le reti sociali e interpersonali, le difficoltà connesse alla partecipazione alla vita sociale universitaria e la frammentazione comunicativa tra studenti e istituzione. I tre assi sono strettamente connessi e rimandano a un medesimo problema di fondo, quello dell'indebolimento del tessuto relazionale nell'università contemporanea.

Il dato più eloquente riguarda il primo asse: il 77,9% dei rispondenti dichiara di avvertire spesso o sempre il bisogno di stringere nuove amicizie durante il percorso di studi, e la quota non varia in modo apprezzabile al mutare della condizione abitativa o dell'età. Si tratta di un bisogno trasversale, che attraversa l'intero campione. Ciò che invece si distribuisce in modo diseguale sono gli ostacoli alla sua soddisfazione, e l'analisi ne ha isolati due di natura distinta. Il primo è di ordine logistico: il 66,2% segnala che le difficoltà di spostamento serale incidono sulla partecipazione, con un divario che oppone l'80,6% di chi risiede nel comune universitario al 54,1% dei pendolari. Il secondo riguarda la sicurezza percepita, dichiarata problematica dal 32,4% del campione, ed è indipendente dalla condizione abitativa mentre risulta fortemente segnato dal genere, con il 43,9% delle studentesse a fronte del 14,8% degli

studenti. Riconoscere che si tratta di due barriere separate, e non di un unico ostacolo, è stato il passaggio che ha orientato le scelte progettuali della sezione dedicata allo svago.

Un secondo contributo dell'analisi ha riguardato la lettura della condizione studentesca. Poiché lo studente fuori sede è per definizione colui che si è trasferito nel comune sede dell'ateneo, egli condivide con lo studente in sede la medesima condizione logistica quotidiana, mentre le distanze dichiarate nel questionario misurano la lontananza dal luogo di origine e non un tragitto giornaliero. Ne è derivata una ricodifica della variabile che ha permesso di correggere l'interpretazione di più item, e insieme la constatazione che la linea di frattura utile cambia a seconda della funzione considerata: per la fruizione degli eventi separa i residenti dai pendolari, per la ricerca di un alloggio separa invece chi si è trasferito da tutti gli altri.

Un terzo elemento riguarda la distinzione tra ampiezza e intensità della domanda. La funzione con il consenso più basso, il portale alloggi al 60,3%, è anche quella che raccoglie la concentrazione più alta sulla modalità di massimo interesse e che all'interno del proprio segmento di riferimento raggiunge l'88,0%. Una funzione richiesta da pochi con intensità elevata risponde a un bisogno più definito di una gradita a molti in modo tiepido, e questo ha conseguenze dirette sulla gerarchia delle sezioni all'interno dell'applicazione.

Tali evidenze si inseriscono in un quadro più ampio, che riflette le trasformazioni post-pandemiche della vita universitaria e la crescente digitalizzazione delle relazioni sociali. Come osserva Bauman (2000), la modernità liquida produce comunità istantanee e fragili, nelle quali la connessione tende a sostituire la relazione e la prossimità viene mediata da schermi e piattaforme. In questo contesto UNImeet si propone come strumento di ricomposizione sociale, orientato a riattivare la partecipazione in presenza attraverso la mediazione digitale: la progettazione si è configurata come un processo di interazione continua tra ricerca empirica e scelte di design, finalizzato a tradurre le evidenze raccolte in proposte concrete. Funzionalità quali la geolocalizzazione degli eventi, i filtri per fascia oraria, i punti di ritrovo per gli spostamenti di gruppo e la sezione dedicata al networking post-laurea nascono esattamente per rispondere ai bisogni individuati.

La fase di ricerca e progettazione ha tuttavia messo in luce anche alcune criticità strutturali.

La prima riguarda il campionamento per convenienza del questionario che, pur restituendo un quadro coerente e informativo, non consente generalizzazioni all'intera popolazione

studentesca. La concentrazione dei rispondenti sul polo di Reggio Emilia e su due soli dipartimenti restringe ulteriormente il dominio di riferimento dei risultati. Ciò non riduce la validità descrittiva dell'analisi, ma impone cautela interpretativa e suggerisce l'opportunità di studi successivi condotti con metodologie probabilistiche e su basi più ampie.

La seconda criticità è di natura istituzionale e normativa. Alcune funzioni ipotizzate, quali il finanziamento collettivo di trasporti condivisi o la stipula di convenzioni dirette con esercizi commerciali del territorio, incontrano limiti regolamentari per un'università pubblica, che non può fungere da garante economico né da intermediario commerciale. Per superare questo vincolo si è adottata una duplice soluzione: la gestione economica è demandata a servizi esterni accreditati, raggiungibili tramite collegamento ipertestuale, mentre le agevolazioni offerte dagli esercenti locali sono state ricondotte a un modello di adesione volontaria che non richiede atti convenzionali. In entrambi i casi l'applicazione mantiene una funzione di coordinamento senza assumere la titolarità di alcun flusso finanziario, preservando così la neutralità dell'ateneo.

La terza criticità attiene all'equilibrio etico nella gestione delle interazioni online. Come suggerisce Frascara (2004), ogni progetto di comunicazione che coinvolge persone deve porsi il problema della responsabilità. Da qui la scelta di calibrare con attenzione le meccaniche ludiche adottate: il sistema di reputazione e i riconoscimenti individuali premiano la qualità e la continuità del contributo alla community, mentre gli strumenti di natura comparativa sono stati concepiti in modo da valorizzare il comportamento cooperativo anziché la prestazione individuale. A questo impianto si affianca un meccanismo di feedback collettivo, che raccoglie in forma anonima la percezione del clima comunitario e ne restituisce i risultati aggregati ai moderatori della piattaforma, consentendo di verificare nel tempo gli effetti prodotti dalle scelte adottate e di correggerle qualora emergessero dinamiche indesiderate.

Una quarta criticità, infine, riguarda il perimetro stesso di questo lavoro. La progettazione si è arrestata alla realizzazione di un prototipo interattivo, senza che sia stata condotta una fase di validazione empirica strutturata con utenti reali. Ne consegue che le soluzioni descritte nel capitolo quinto costituiscono ipotesi progettuali fondate sull'analisi dei bisogni e sulla letteratura di riferimento, ma la loro efficacia in termini di usabilità, comprensibilità e capacità di sostenere l'adozione resta da verificare. È questa la limitazione più rilevante del lavoro, e insieme il punto da cui muovere per la sua prosecuzione.

Nel complesso, UNImeet rappresenta una traduzione progettuale dei bisogni emersi dalla ricerca, un dispositivo che restituisce forma visiva e operativa ai risultati dell'indagine. La sua forza risiede nel tentativo di trasformare il dato in relazione, l'informazione in fiducia e la tecnologia in occasione di incontro.

7.2 Sviluppi futuri e prospettive di implementazione

Se la prima fase del lavoro ha consentito di delineare il modello concettuale e comunicativo di UNImeet, gli sviluppi successivi riguardano la sua implementazione concreta e la scalabilità istituzionale. Il progetto, pur nato in ambito accademico, presenta i requisiti per evolvere in piattaforma ufficiale d'ateneo o in prototipo pilota di innovazione sociale universitaria.

Il primo passo, e il più realistico, consiste nella verifica empirica dell'interfaccia. Come rilevato in chiusura del paragrafo precedente, il lavoro si è arrestato al prototipo interattivo: una fase di test di usabilità condotta su un campione di studenti, articolata in prove di esecuzione di compiti e in una successiva rilevazione della soddisfazione d'uso, consentirebbe di verificare le ipotesi progettuali formulate e di individuare le criticità dell'architettura informativa prima di qualsiasi sviluppo tecnico. È la condizione preliminare a ogni implementazione successiva.

Un secondo passo riguarda l'integrazione di UNImeet all'interno dei servizi digitali di Unimore, come canale complementare a quelli già esistenti. In questa configurazione l'applicazione potrebbe fungere da punto di raccordo relazionale, convogliando comunicazioni, eventi, opportunità di tirocinio e iniziative culturali oggi distribuiti su canali differenti: una funzione che risponde direttamente alla frammentazione informativa documentata dall'indagine, dove quattro canali distinti superano il 58% di utilizzo e la reperibilità delle informazioni sul sito d'ateneo ottiene una valutazione media di 2,81 su 5. L'applicazione potrebbe inoltre svolgere un ruolo significativo nella fase di orientamento, offrendo ai nuovi iscritti uno spazio digitale di accoglienza e forme di mentoring tra pari a sostegno della transizione all'università.

In prospettiva più ampia, un ulteriore livello di sviluppo potrebbe consistere nell'estensione inter-ateneo, con la costruzione di una rete di collegamenti tra diverse università italiane. Ciò permetterebbe di sperimentare forme di cooperazione orizzontale, scambio culturale e supporto reciproco tra istituzioni, in linea con le politiche europee in materia di open

education e cittadinanza digitale. Un progetto di questo tipo avrebbe anche un impatto reputazionale non trascurabile, poiché consoliderebbe il profilo di Unimore come ateneo promotore di innovazione relazionale e di welfare studentesco.

Un asse di sviluppo distinto riguarda l'impiego di sistemi di intelligenza artificiale per la personalizzazione dell'esperienza utente. Attraverso l'analisi delle preferenze espresse, delle abitudini di interazione e della collocazione geografica, l'applicazione potrebbe suggerire eventi, gruppi di studio o opportunità coerenti con il profilo dello studente. Va precisato che un trattamento di questo tipo non può dirsi anonimo, poiché la personalizzazione presuppone per definizione il collegamento dei dati a un utente determinato: si tratterebbe semmai di dati pseudonimizzati, il cui impiego richiede una base giuridica adeguata, un'informativa specifica e la possibilità per l'interessato di disattivare la funzione. Lo sviluppo dovrebbe pertanto fondarsi sui principi di trasparenza, supervisione umana e minimizzazione dei dati enunciati dalle linee guida europee per un'intelligenza artificiale affidabile (High-Level Expert Group on Artificial Intelligence, 2019).

Merita infine attenzione la sezione Post-laurea, e in particolare la sottosezione dedicata agli ex studenti descritta nel capitolo precedente. In quell'area i laureati possono lasciare i propri recapiti e una testimonianza del percorso professionale successivo, costituendo nel tempo una base informativa utile all'ateneo tanto per il monitoraggio degli sbocchi occupazionali quanto per lo sviluppo di programmi di mentoring e di placement. Anche in questo caso il conferimento deve restare volontario e revocabile, e l'eventuale impiego dei dati in forma aggregata per finalità statistiche presuppone un consenso distinto da quello prestato per la partecipazione alla community. A queste condizioni, la sezione consentirebbe di trasformare UNImeet in un archivio dinamico della comunità universitaria, capace di mantenere legami e scambi oltre il tempo della formazione.

Guardando oltre il piano operativo, UNImeet propone anche una riflessione sul ruolo della comunicazione nella costruzione dei legami sociali. Se ogni comunità si costituisce attraverso i processi comunicativi che la attraversano, come la semiotica di matrice echiana ha contribuito a mostrare, e se l'università è il luogo in cui la conoscenza si fa linguaggio, allora una piattaforma come questa può aspirare a essere lo spazio in cui quel linguaggio torna a farsi incontro: un ponte tra persone, discipline e territori, e un laboratorio di cooperazione in un'epoca che tende alla frammentazione e all'isolamento dell'individuo.

Bibliografia

1. Augé, M. (1992). *Non-lieux: Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Seuil.
2. Bánáthy, B. H. (1996). *Designing Social Systems in a Changing World*. Plenum Press.
3. Barthes, R. (1964). *Éléments de sémiologie*. Seuil.
4. Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Polity Press.
5. Bourdieu, P. (1979). *La distinction: Critique sociale du jugement*. Éditions de Minuit.
6. Bourdieu, P. (1980). *Le sens pratique*. Éditions de Minuit.
7. Bourdieu, P. (1993). *La misère du monde*. Seuil.
8. Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Blackwell.
9. Castells, M. (2002). *La Galassia Internet: riflessioni sull'Internet, l'impresa e la società*. Feltrinelli.
10. Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. Harper & Row.
11. Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal Experience in Work and Leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815–822.
12. Design Council. (2007). *Eleven Lessons: Managing Design in Eleven Global Brands*. Design Council.
13. Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification". *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference*, 9–15. ACM.
14. Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5(1), 1–31.
15. Eco, U. (1973). *Trattato di semiotica generale*. Bompiani.
16. Esposito, R. (1998). *Communitas. Origine e destino della comunità*. Einaudi.
17. Esposito, R. (2002). *Immunitas. Protezione e negazione della vita*. Einaudi.

18. Fan, H., & Poole, M. S. (2006). What Is Personalization? Perspectives on the Design and Implementation of Personalization in Information Systems. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 16(3–4), 179–202.
19. Few, S. (2013). *Information Dashboard Design: Displaying Data for At-a-Glance Monitoring* (2nd ed.). Analytics Press.
20. Fitts, P. M. (1954). The Information Capacity of the Human Motor System in Controlling the Amplitude of Movement. *Journal of Experimental Psychology*, 47(6), 381–391.
21. Floridi, L. (2014). *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford University Press.
22. Frascara, J. (2004). *Communication Design: Principles, Methods, and Practice*. Allworth Press.
23. Gajos, K. Z., Wobbrock, J. O., & Weld, D. S. (2006). Automatically Generating User Interfaces Adapted to Users' Motor and Vision Capabilities. *Proceedings of the 19th Annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology*, 231–240.
24. Gehl, J. (2011). *Life Between Buildings: Using Public Space*. Island Press.
25. Guareschi, M., & Rahola, F. (2015). Introduzione. La forma della città. In M. Guareschi & F. Rahola (a cura di), *Forme della città. Sociologia dell'urbanizzazione* (pp. 7–40). Agenzia X.
26. Han, B.-C. (2013). *La società della stanchezza. Nottetempo*.
27. Han, B.-C. (2022). *La società senza dolore. Einaudi*.
28. Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. Pantheon Books.
29. International Organization for Standardization. (2006). ISO 9241-110:2006 — Ergonomics of Human-System Interaction — Part 110: Dialogue Principles. ISO.
30. International Organization for Standardization. (2019). ISO 9241-210:2019 — Ergonomics of Human-System Interaction — Part 210: Human-Centred Design for Interactive Systems. ISO.
31. Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. Random House.

32. Jaramillo-Mediavilla, C., García-Peñalvo, F. J., & Corell, A. (2024). Gamification in Higher Education: Systematic Review and Meta-Analysis. *Computers & Education*, 210, 105015.
33. Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
34. Kalbach, J. (2016). *Mapping Experiences: A Complete Guide to Creating Value through Journeys, Blueprints, and Diagrams*. O'Reilly Media.
35. Kandinsky, W. (1911). *Lo spirituale nell'arte*. SE.
36. Kapp, K. M. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction*. Pfeiffer.
37. Knijnenburg, B. P., Willemsen, M. C., Gantner, Z., Soncu, H., & Newell, C. (2012). Explaining the User Experience of Recommender Systems. *User Modeling and User-Adapted Interaction*, 22(4–5), 441–504.
38. La Cecla, F. (2015). *Contro l'urbanistica. La cultura delle città*. Einaudi.
39. Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions*. Wadsworth.
40. Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge University Press.
41. Lefebvre, H. (1968). *Le droit à la ville*. Anthropos.
42. Lefebvre, H. (1974). *La production de l'espace*. Anthropos.
43. Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic Design: The New Basics* (2nd ed.). Princeton Architectural Press.
44. Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.
45. Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
46. McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6–23.
47. Monge Roffarello, A., Messina, N., & De Russis, L. (2023). User-Centered Design for Interactive Housing Maps. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 39(5), 447–460.

48. Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2002). The Concept of Flow. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology* (pp. 89–105). Oxford University Press.
49. Nielsen, J. (1994). Heuristic Evaluation. In J. Nielsen & R. L. Mack (Eds.), *Usability Inspection Methods* (pp. 25–62). John Wiley & Sons.
50. Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51.
51. Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things* (Revised and Expanded ed.). Basic Books.
52. Norman, D. A., & Draper, S. W. (1986). *User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction*. Lawrence Erlbaum Associates.
53. Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. Marlowe & Company.
54. Olins, W. (2008). *The Brand Handbook*. Thames & Hudson.
55. Paivio, A. (1971). *Imagery and Verbal Processes*. Holt, Rinehart and Winston.
56. Palmer, K., Lunceford, S., & Patton, A. J. (2012). The Gamification of Business. *Deloitte Review*, 11, 52–69.
57. Peffers, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A., & Chatterjee, S. (2007). A Design Science Research Methodology for Information Systems Research. *Journal of Management Information Systems*, 24(3), 45–77.
58. Petruzzi, V. (2015). *Il potere della Gamification. Usare il gioco per creare cambiamenti nei comportamenti e nelle performance individuali*. FrancoAngeli.
59. Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
60. Resnick, P., & Varian, H. R. (1997). Recommender Systems. *Communications of the ACM*, 40(3), 56–58.
61. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
62. Sanders, E. B.-N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the New Landscapes of Design. *CoDesign*, 4(1), 5–18.

63. Sennett, R. (1998). *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. W. W. Norton.
64. Shneiderman, B., Plaisant, C., Cohen, M., Jacobs, S., Elmqvist, N., & Diakopoulos, N. (2016). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction* (6th ed.). Pearson.
65. Soja, E. W. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Blackwell.
66. Taylor, C. (1991). *The Ethics of Authenticity*. Harvard University Press.
67. Tidwell, J. (2010). *Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design* (2nd ed.). O'Reilly Media.
68. Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
69. UK Design Council. (2005). The "Double Diamond" Design Process Model. Design Council.
70. Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. (2021). *Manuale di Identità Visiva di Ateneo*. Ufficio Comunicazione Unimore.
71. Van den Bosch, A. L. M., De Jong, M. D. T., & Elving, W. J. L. (2005). How Corporate Visual Identity Supports Reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(2), 108–116.
72. Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227–252.
73. Wenger, E. (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge University Press.
74. Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). John Wiley & Sons.
75. World Wide Web Consortium (W3C). (2018). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1*. W3C Recommendation.
76. Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'Reilly Media.

Sitografia

1. Figma. (s.d.). *Figma – Design e prototipazione*. <https://www.figma.com/>
2. LinkedIn. (s.d.). *LinkedIn – Professional networking platform*. <https://www.linkedin.com/>
3. OpenStreetMap. (s.d.). *OpenStreetMap – Open data e mappe collaborative*. <https://www.openstreetmap.org/>
4. Booking.com. (s.d.). *Booking.com – Prenotazione di strutture ricettive*. <https://www.booking.com/>
5. Tinder. (s.d.). *Tinder – Dating app*. <https://tinder.com/>
6. Trello. (s.d.). *Trello – Project management e organizzazione delle attività*. <https://trello.com/>
7. Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. (s.d.). *Identità, comunicazione e immagine coordinata di Ateneo*. <https://www.unimore.it/>

Appendice

Questionario UNImeet

UNImeet: l'app che renderà la tua vita universitaria più facile e divertente!

Ciao! 😊

Questo questionario è parte di una ricerca dedicata a studenti e studentesse UNIMORE, frequentanti, laureand* e laureat*.

L'obiettivo è comprendere esigenze, stati d'animo e sfide legate all'università e alla vita nella città di studio.

Le risposte, anonime, contribuiranno allo sviluppo di soluzioni volte a migliorare l'esperienza universitaria, rendendola più soddisfacente e coinvolgente.

NB. Una volta iniziato sei liber* di abbandonare in qualsiasi momento la compilazione del questionario.

Ti ringraziamo per la collaborazione e il tempo dedicato!

Domande del questionario:

1. Quanto spesso senti il bisogno di fare nuove amicizie durante il percorso universitario?

- ☐ Mai
- ☐ Raramente
- ☐ Spesso
- ☐ Sempre

2. Quanto è importante per te partecipare a gruppi studio organizzati?

- ☐ Per nulla importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Abbastanza importante
- ☐ Molto importante

3. Quanto trovi utile avere uno spazio per porre domande e condividere materiali di studio con altri studenti?

- ☐ Per nulla utile
- ☐ Poco utile
- ☐ Abbastanza utile
- ☐ Molto utile

4. Quanto è importante per te trovare eventi e/o attività ricreative nella zona della tua università?

- Per nulla importante
- Poco importante
- Abbastanza importante
- Molto importante

5. Quanto ti interessa avere un canale affidabile per trovare o offrire alloggi tra studenti?

- Per nulla interessato
- Poco interessato
- Abbastanza interessato
- Molto interessato

6. Immagina di laurearti e trasferirti in una nuova città per motivi lavorativi. Per costruire nuove relazioni di amicizia o supporto, potresti volerti connettere con ex studenti UNIMORE che vivono nella stessa città, utilizzando un'app che hai già usato durante gli anni universitari.

Quanto pensi che possa essere utile per te questa funzionalità?

Per nulla utile
Poco utile
Abbastanza utile
Molto utile

7. Quali aspetti consideri più difficili nella tua vita universitaria? (Scegli un massimo di 3 opzioni)

- Trovare persone con cui organizzare gruppi studio
- Fare ripetizioni con studenti che hanno già superato l'esame
- Trovare materiali di studio condivisi
- Trovare attività ricreative
- Trovare alloggi sicuri nella città in cui studio
- Gestire il bilanciamento tra studio e vita sociale
- Creare nuove amicizie
- Mantenere rapporti sociali dopo la laurea

8. Quanto incide la difficoltà di spostarsi la sera (es. assenza di mezzi pubblici, costi elevati dei trasporti, mancanza di soluzioni condivise) sulla tua

partecipazione a eventi, attività sociali o momenti di aggregazione fuori dall'orario universitario?

- Per nulla, riesco sempre a organizzarmi
- Poco, ma a volte è un problema
- Abbastanza, mi capita di rinunciare a qualche occasione
- Molto, spesso evito di uscire per questo motivo
- Tantissimo, è un ostacolo significativo alla mia vita sociale

9. Come valuti il tuo senso di sicurezza quando ti sposti nella città in cui studi?

- Mi sento sempre al sicuro, in qualsiasi orario e zona
- Mi sento sicuro/a di giorno, ma meno la sera
- Mi sento sicuro/a solo in alcune zone specifiche
- Mi sento spesso insicuro/a quando mi sposto a piedi o con i mezzi pubblici
- Non mi sento per nulla al sicuro e cerco di evitare di spostarmi da solo/a

10. Quanti giorni ci sono in una settimana?

- 4
- 7
- 10
- 12

11. Quanto trovi semplice e intuitivo navigare nel sito dell'università per trovare le informazioni di cui hai bisogno?

- Molto difficile
- 1
- 2
- 3
- 4
- Molto semplice

12. Quali sono i canali che utilizzi più frequentemente per reperire informazioni su lezioni, esami, eventi e materiale universitario? (Puoi selezionare più risposte)

- Sito ufficiale dell'università
- Portali accademici (Moodle, Microsoft Teams, Google Classroom, altri)
- Gruppi WhatsApp
- Telegram
- Facebook

- Instagram
- Email istituzionale/universitaria
- Professori
- Passaparola tra studenti
- Bacheche fisiche all'università
- Rappresentanti degli studenti

13. Quanto pensi che conoscere altri studenti possa migliorare il tuo benessere durante l'università?

- Per nulla
- Poco
- Abbastanza
- Molto

14. Qual è il tuo status attuale?

- Student* universitar* attiv*
- Laureat* (entro 2 anni dalla laurea)
- Dottorand*

15. Come definiresti la tua condizione attuale?

- In sede
- Pendolare (meno di 30 minuti di viaggio)
- Pendolare (tra 30 e 60 minuti di viaggio)
- Pendolare (oltre 60 minuti di viaggio)
- Fuori sede (meno di 3 ore di viaggio)
- Fuori sede (oltre 3 ore di viaggio)

16. In quale polo universitario UNIMORE frequenti le lezioni?

- Modena
- Reggio Emilia
- Carpi
- Mantova

17. A quale dipartimento di UNIMORE appartiene il tuo corso di laurea?

- Dipartimento di Comunicazione ed Economia (DCE)

- Dipartimento di Economia “Marco Biagi” (DEMB)
- Dipartimento di Educazione e Scienze Umane (DESU)
- Dipartimento di Giurisprudenza
- Dipartimento di Ingegneria “Enzo Ferrari” (DIEF)
- Dipartimento di Medicina e Chirurgia
- Dipartimento di Scienze Biomediche, Metaboliche e Neuroscienze (BMN)
- Dipartimento di Scienze Chimiche e Geologiche (DSCG)
- Dipartimento di Scienze della Vita (DSV)
- Dipartimento di Scienze e Metodi dell’Ingegneria (DISMI)
- Dipartimento di Scienze Fisiche, Informatiche e Matematiche (FIM)
- Dipartimento di Scienze Mediche e Chirurgiche Materno-Infantili e dell’Adulto
- Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita
- Dipartimento di Studi Linguistici e Culturali (DSLCL)

18. In quale fascia d’età ti trovi?

- 18–24
- 25–30
- 31–35
- Oltre 35

19. Come descriveresti il tuo genere?

- Donna
- Uomo
- Non binario
- Agender
- Altro

Caratteristiche socio-demografiche dei rispondenti alla domanda Q1

Dimensione	Frequenza Assoluta	Frequenza relativa
Studenti laurea	47	88,7
Dottorandi	4	7,5
Neolaureati (entro 2 anni)	2	3,8
Fuori sede (>3h di viaggio)	15	28,3
Fuori sede (<3h di viaggio)	5	9,4
Pendolari (≤30 min)	10	18,9
Pendolari (30–60 min)	11	20,8
Pendolari (>60 min)	7	13,2
In sede	5	9,4
Reggio Emilia	49	92,5
Modena	2	3,8
Carpi	1	1,9
Comunicazione ed Economia (DCE)	34	64,2
Scienze e Metodi dell'Ingegneria (DISMI)	15	28,3
Scienze Chimiche e Geologiche (DSCG)	2	3,8
Educazione e Scienze Umane (DESU)	1	1,9
Economia "Marco Biagi" (DEMB)	1	1,9
25–30 anni	33	62,3
18–24 anni	19	35,8
> 30 anni	1	1,9
Donna	29	54,7
Uomo	24	45,3

Tabella 1. Tabella che illustra le caratteristiche dei rispondenti alla Q1 citata a pag. 52