

LAQUP

RISCOPRI RISORSE

Riusare e condividere gli spazi pubblici

**PERCEZIONI E RAPPRESENTAZIONI
DELLO SPAZIO PUBBLICO
NELLA PROGETTAZIONE URBANA**

Seminario a cura di Sarah Chiodi
Architetto, Dottore di ricerca in Ambiente e Territorio

sarah.chiodi@polito.it

SOMMARIO

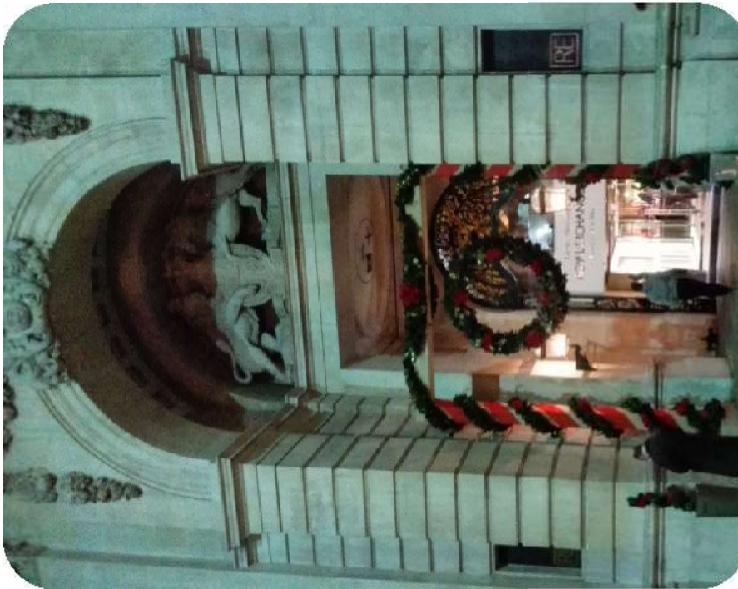
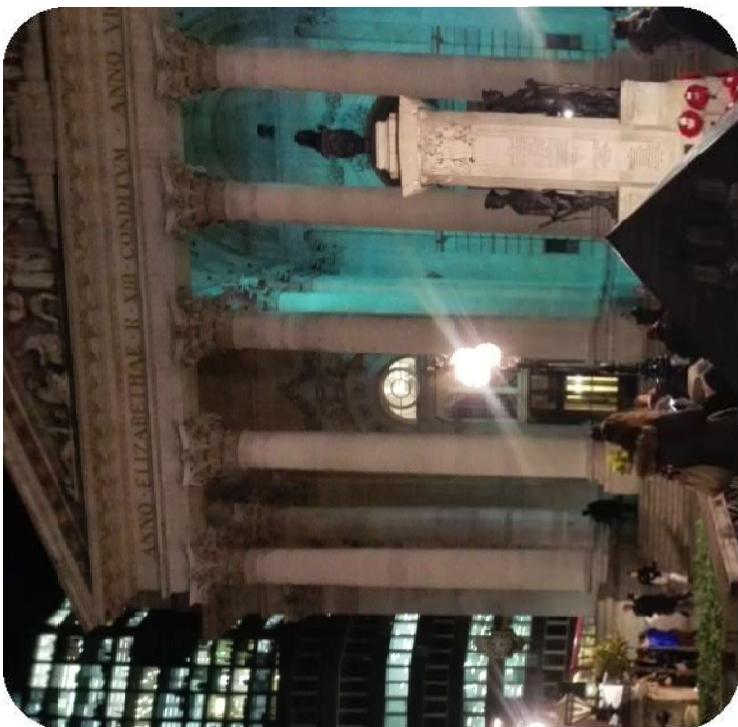
1. Una definizione di spazio pubblico
2. Parole chiave (orientamento, identificazione ecc.)
3. La percezione dei luoghi: la scala territoriale, elementi cognitivi ed emotivi
4. Metodi e strumenti per l'analisi delle percezioni ambientali
5. Il progetto dello spazio pubblico: alcune tendenze contemporanee

1. Una definizione di spazio pubblico

- aspetti giuridici
- aspetti funzionali
- modalità di fruizione
- immagine sociale e mass media



1. Una definizione di spazio pubblico ... in sintesi



→ E' uno spazio di proprietà pubblica o privata, aperto ad una fruizione pubblica

→ E' uno spazio plurifunzionale o monofunzionale,
teoricamente non vincolato da schemi omogenei di comportamento.

1. Una definizione di spazio pubblico ... in sintesi



→ E' uno spazio aperto a tutti ma del quale nessuno può appropriarsi.

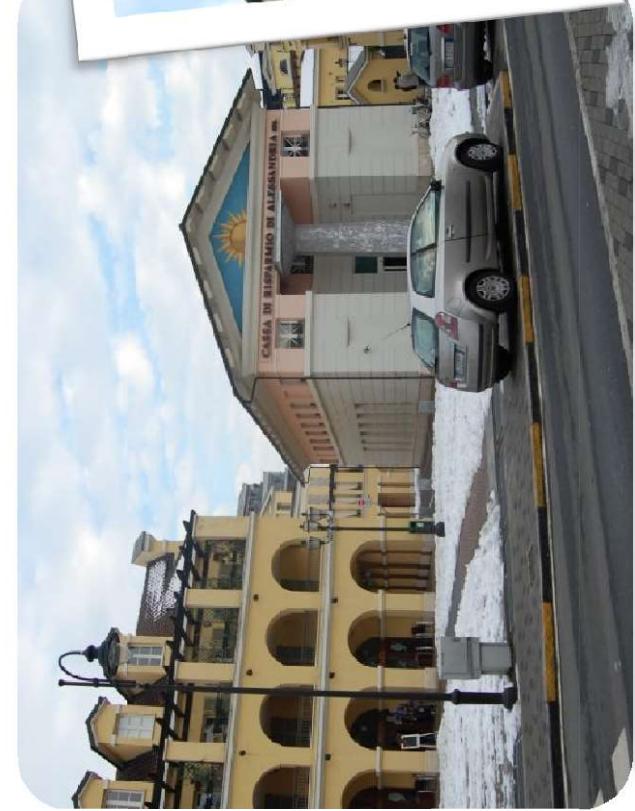
→ L' accesso può essere vincolato da una **selezione**, che non dovrebbe essere eccessivamente discriminante.

2. Parole chiave

→ Una premessa: $B = \int (E, P)$ (K.Lewin, 1936)

→ **Luogo** (*place*): un ambiente con connotazioni fisiche, affettive e comportamentali, esperito direttamente dall'individuo e soggettivamente significativo.

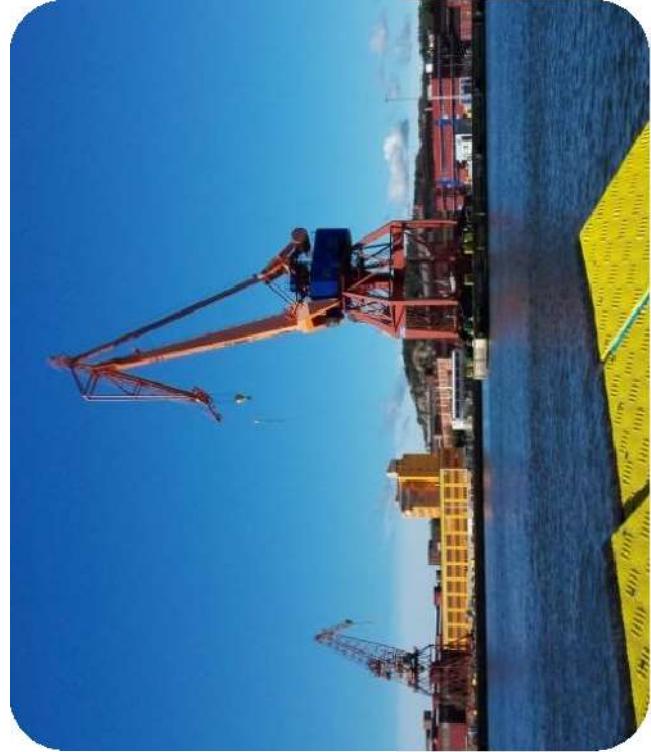
- M. Augè, Non luoghi
- M. De Certeau, L'invenzione del quotidiano
- Merleau-Ponty, Fenomenologia della percezione



2. Parole chiave

→ **Orientamento:** strutture spaziali che facilitano lo sviluppo di un'immagine ambientale (“immaginabilità”) in cui non sentirsi persi (punti focali, regioni, itinerari memorabili,...) “so dove sono”

- **Nodo, percorso, quartiere, landmark, margini** (K. Lynch, 1960): sono le strutture spaziali di base di orientamento.



2. Parole chiave

→ **identificazione**: «diventare amici» di un ambiente dato; gli oggetti con cui ci si identifica sono le proprietà ambientali concrete e le relazioni che l'uomo «storicamente» intrattiene con esse.



- **Place identity**: corrispondenza tra i significati e i valori associati ad un ambiente fisico e l'immagine della persona stessa ... si sviluppa con il tempo e le esperienze ambientali vissute dall'individuo.

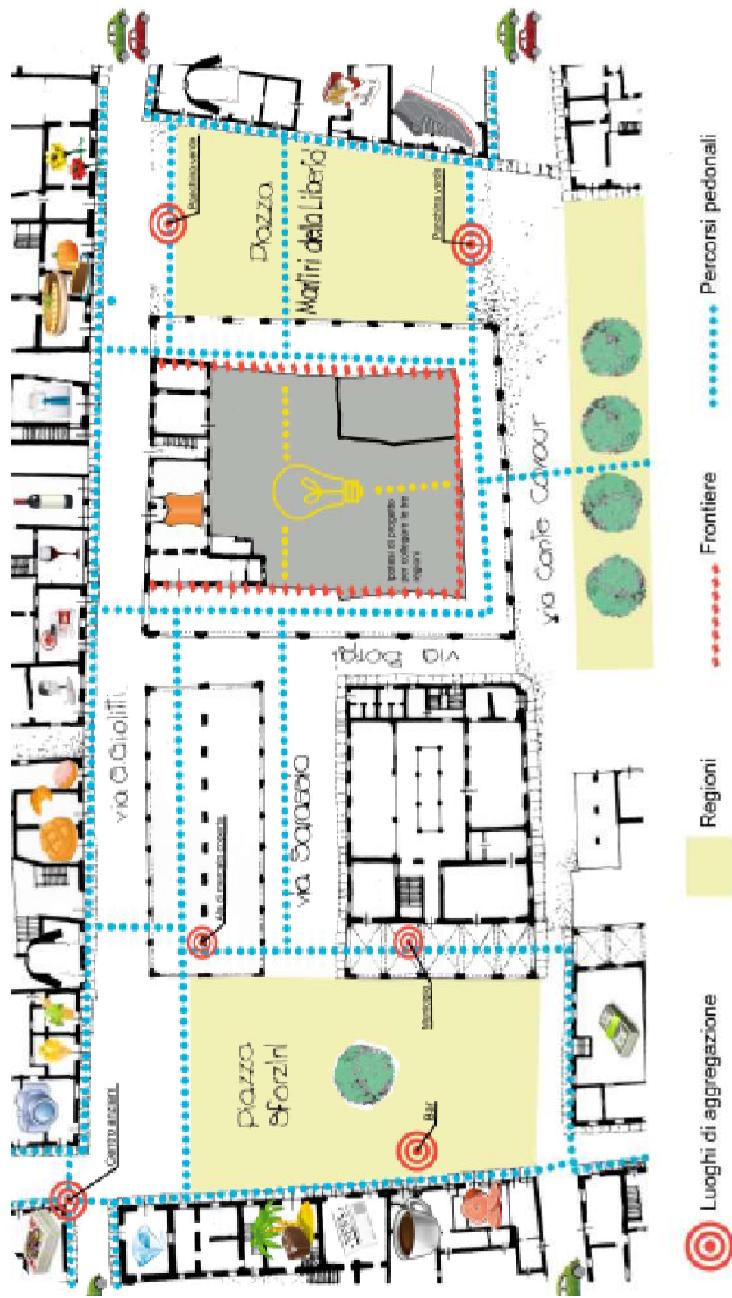
2. Parole chiave

→ **identificazione**: «diventare amici» di un ambiente dato; gli oggetti con cui ci si identifica sono le proprietà ambientali concrete e le relazioni che l'uomo «storicamente» intrattiene con esse.



- **Place attachment**: l'insieme complesso di caratteristiche di un luogo che ci fa sentire a “casa” ... è caratterizzato dalle dimensioni di: intensità, qualità emozionale, durata e continuità, consapevolezza, propensione personale a stabilire nuovi legami dopo una perdita.

3. La percezione dei luoghi: la scala territoriale



→ **La scala “macro”:**

- Si pone l’attenzione sulla trama urbana, sulle relazioni tra le parti della città, sulla diversificazione dei quartieri/delle regioni, sulle strutture dello spazio urbano (percorsi, nodi, simboli, ecc.) – master plan

3. La percezione dei luoghi: la scala territoriale



→ La scala “micro”:

- Si pone l'attenzione su specifici luoghi (fino alla dimensione estrema degli interni-arredamenti), sui modi con cui la loro forma influenza i comportamenti dei fruitori, sugli aspetti minuti della vita quotidiana – arredo urbano

3. La percezione dei luoghi: elementi cognitivi

→ Gli aspetti cognitivi della relazione individuo-ambiente (Baroni, 1998) si possono sintetizzare in:

- percezione e conoscenza degli ambienti (schemi ambientali)
- memoria ambientale (immagini più che emozioni)
- orientamento nell'ambiente (mappe cognitive)

→ Alcuni indicatori ci aiutano a descrivere le caratteristiche dello spazio percepito:

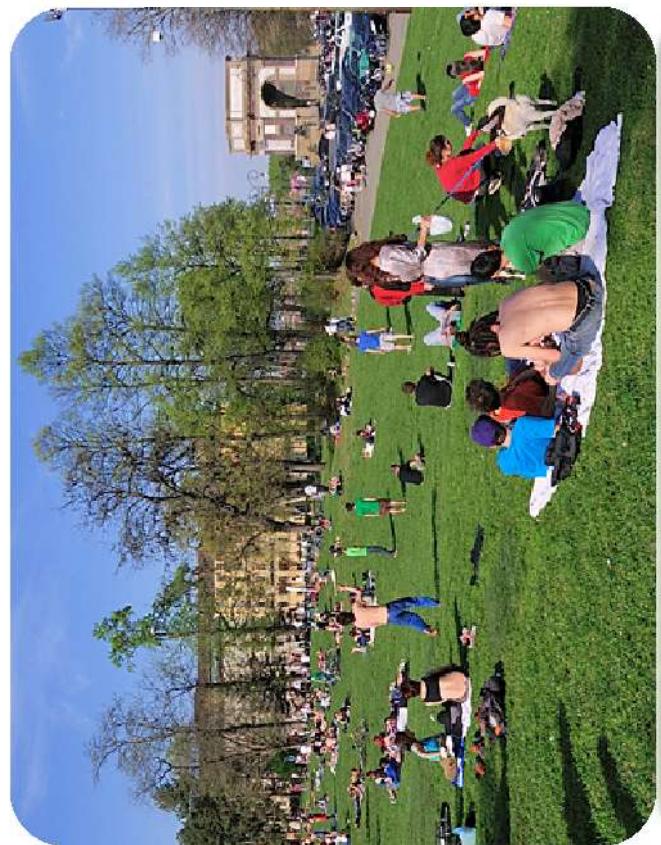
- Densità
- Focalizzazione
- Indicatori delle leggibilità/complessità
- Landmark
- Percorsi

3. La percezione dei luoghi: elementi cognitivi

→ La **densità fisica**: è il rapporto tra numero di abitanti e superficie di un'area.



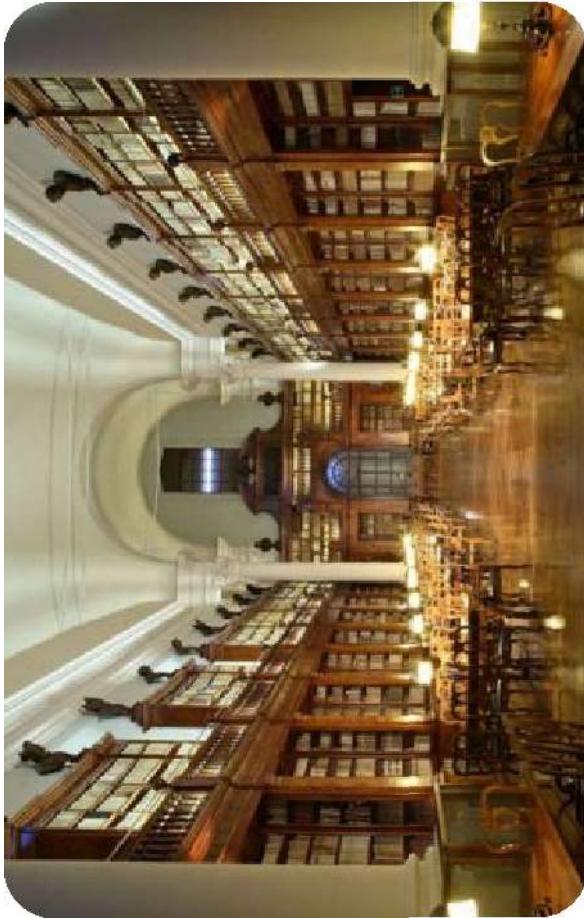
→ La **densità sociale**: è il rapporto tra numerosità e la ricchezza delle interazioni sociali e la superficie.



3. La percezione dei luoghi: elementi cognitivi

→ Indicatori degli spazi ad **alta e bassa focalizzazione**:

- Presenza / assenza di una funzione dominante (a parte quella residenziale)



- Frequentazione finalizzata ad un solo scopo / frequentazione con molti scopi
- Regolazione elevata / bassa del comportamento sociale

3. La percezione dei luoghi: elementi cognitivi

→ Indicatori della **leggibilità**:

(aspetti morfologici)

- Presenza di una rete viaria regolare
- Omogeneità nell'allineamento degli edifici
- Compatibilità degli stili architettonici



(aspetti socio-funzionali)

- Presenza di poli attrattori in posizione baricentrica
- Presenza di un sistema di segnali efficace
- Corrispondenza tra caratteri fisici e sociali

→ **complessità**: ricchezza/povertà di stimoli e attrattori

3. La percezione dei luoghi: elementi cognitivi

→ I **landmark**: catalizzano l'attenzione e favoriscono la schematizzazione cognitiva.

- ampio raggio: orientano la percezione in un'area ampia.



- breve raggio: ambito locale di scala “micro”

3. La percezione dei luoghi: elementi cognitivi

- **I percorsi** connettono dei punti-luoghi in senso mono o bidirezionale, definendo una rete.
- (Lynch, 1960): i percorsi sono linee lungo le quali l'osservatore si muove abitualmente o occasionalmente.



- possono avere diversa conformazione (rettilinei, sotterranei ecc.) ed essere di diversa tipologia: automobilistici, pedonali e ciclabili ecc.

3. La percezione dei luoghi: elementi emotivi

→ Alcuni aspetti emotivi della relazione uomo-ambiente:

- **Stabilità:** soddisfano l'esigenza di stabilità emotiva, di conferma delle aspettative, di familiarità con i luoghi.
- **Sorpresa:** soddisfano l'esigenza di mettersi alla prova, di ampliare le proprie esperienze, di esplorare e di ricevere stimoli inusuali.
- Luoghi simbolici
- Percezione della sicurezza
- Fattori ambientali che influenzano la sicurezza urbana

3. La percezione dei luoghi: elementi emotivi

→ **Luoghi simbolici:** elementi puntuali che rafforzano l'impatto emotivo; possono essere caratterizzati da:

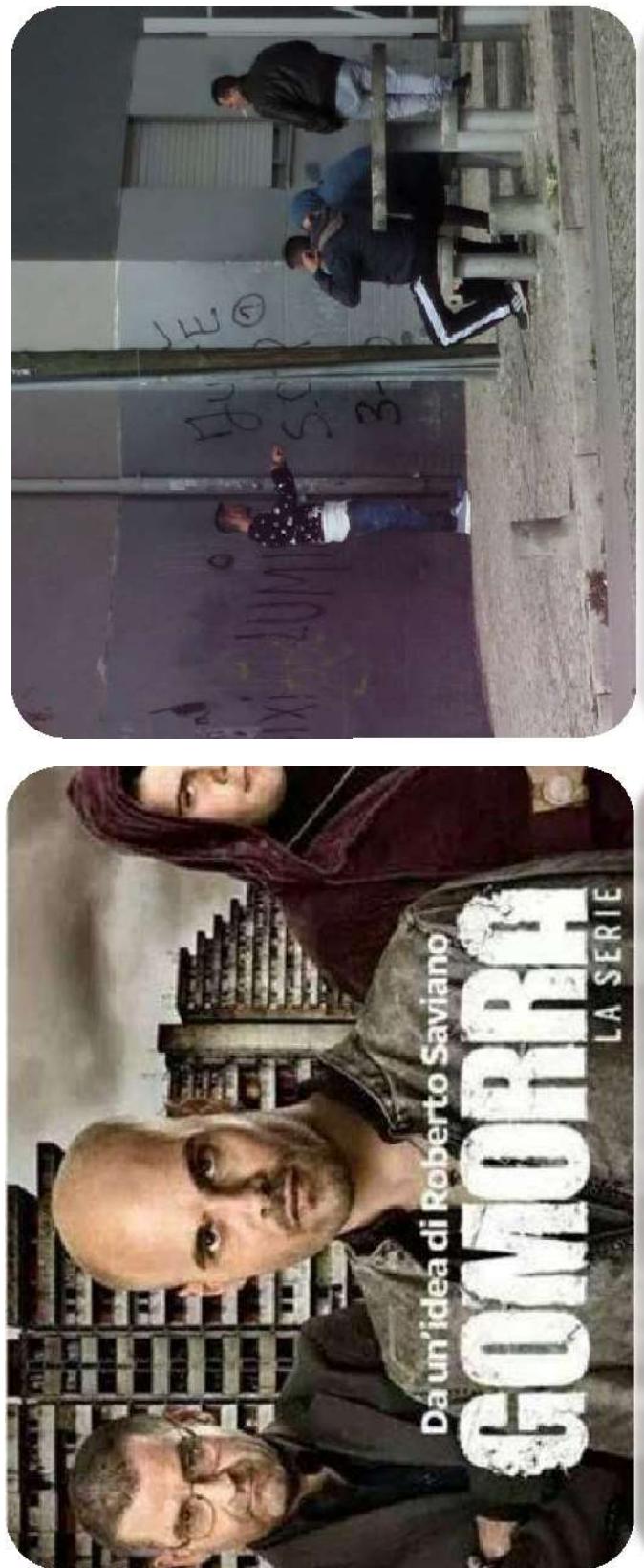
- rilievo storico-architettonico
- rilievo ambientale
- rilievo sociale



3. La percezione dei luoghi: elementi emotivi

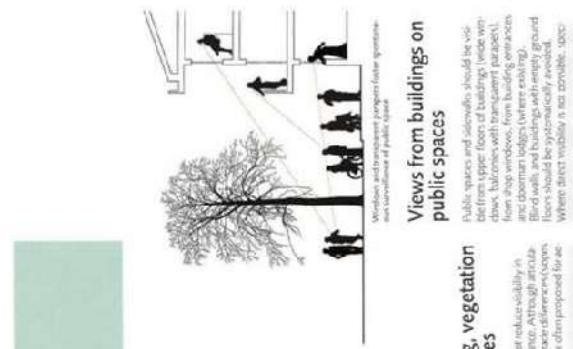
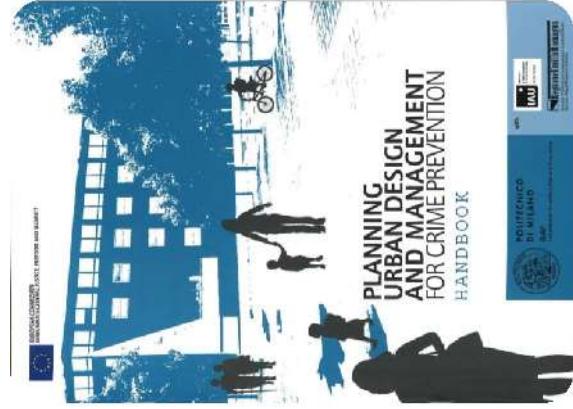
→ **Percezione della sicurezza:**

- fattori **oggettivi** dell'insicurezza: traffico, microcriminalità, pericolo di caduta (neve, massi) ecc.
- fattori **soggettivi**: vulnerabilità dei soggetti, vittimizzazione, comunicazione mediatica, caratteristiche dei soggetti (età, genere, livello culturale, ecc.).



3. La percezione dei luoghi: elementi emotivi

- **Fattori ambientali che influenzano la sicurezza urbana :**
 - Vi sono dei fattori che tendenzialmente favoriscono la sensazione dell'insicurezza: ad es. la presenza di tracce di vandalismo, la scarsa visibilità o vitalità dei luoghi, l'assenza di vie di fuga ecc.
- Crime Prevention Through Environmental Design
- NORMA UNI CEN TR 14383-2:



The issue

Visibility allows people to see their way and thus avoid dangerous situations as well as to be seen at they use public spaces, thus making spontaneous surveillance possible. Visibility also facilitates the task of police or other forms of surveillance. Everybody has experienced feeling uncomfortable or scared by having to walk along a dark wall, or for having to wait for bus where crime cannot be seen. Moreover, offenders know where they can be seen and recognised, and therefore avoid visible places.

For the purpose of safety, public spaces should be designed with visibility in mind: be visible from adjoining buildings (where existing), blind walls and building with empty ground floors should be systematically avoided. Where direct visibility is not possible, specific measures (reflecting walls) are often proposed for ac-

Public spaces and schools should be visible from upper floors of buildings with transparent facades, from glass windows, from building entrances and dormer windows (where existing). Blind walls and building with empty ground floors should be systematically avoided. Where direct visibility is not possible, specific measures (reflecting walls) are often proposed for ac-

Cities experiencing fears of crime, instability and disorder, if they are well planned and designed, can become safer. In fact, it is considered necessary that a place can be easily recognized at a distance of 15 m. To obtain good visibility, high level of lighting is not enough. The distribution, the position and design of features are also very important. Lighting should be transparent, whereas shadows, those should be in more than 15 meters of distance that may create

Landscaping, vegetation and sightlines

Landscape should not reduce visibility in order to allow surveillance. Although artificial landscaping and green structures (trees and shrubs) are often proposed for ac-

3. La percezione dei luoghi: elementi emotivi → Alcune linee guida dal manuale



- La **vitalità** delle strade e degli spazi pubblici è un importante fattore di prevenzione del crimine. Il mix funzionale (commerciale, residenziale, ricreativo, ecc.) e la presenza di attività diversificate generano sorveglianza.



- Evitare l'esclusione e l'introversione degli spazi, tenendo conto delle **fasce più vulnerabili** della popolazione.

4. Metodi e strumenti per l'analisi delle percezioni ambientali

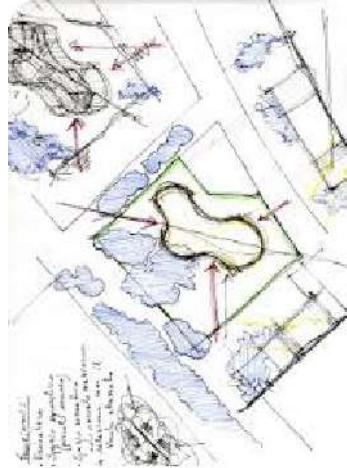
→ Metodi che presuppongono **interazione** tra i ricercatori e la popolazione interessata.

- Sono basati sul questionario, l'intervista, le storie di vita, le mappe mentali, focus group...

[Digital Storyteller - Cavour.avi](#)

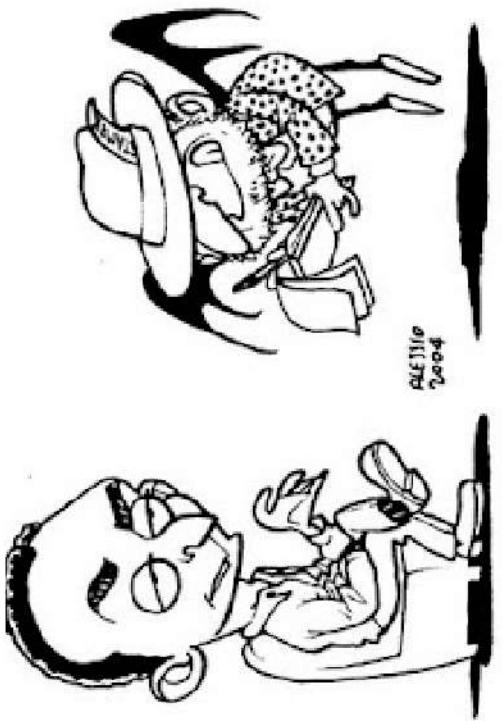
→ Metodi basati sull'osservazione «**non partecipante**» dei luoghi e dei comportamenti.

- Documentazione visuale (foto/video), vignette tematiche e storiche, schizzi, rilievi...



4. Strumenti per l'analisi: l'intervista

- L'informazione viene ottenuta attraverso l'interazione tra un intervistatore e un intervistato.

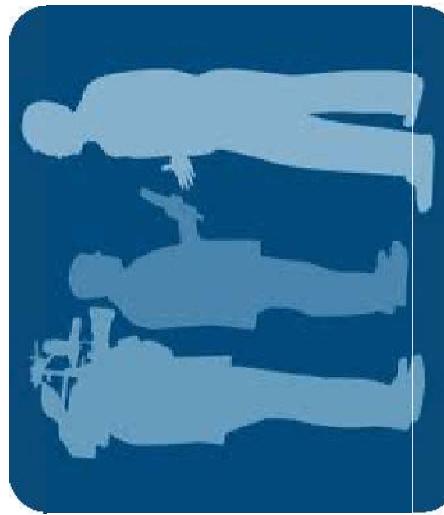


- Diverse tipologie: dalla survey con questionario a vari tipi di intervista qualitativa (con diversi gradi di strutturazione della traccia)

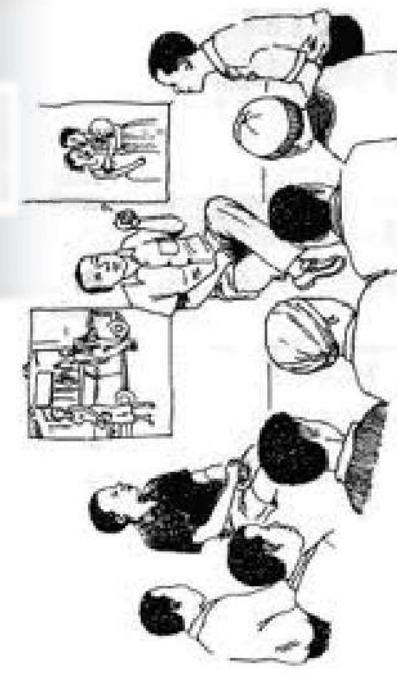


4. Strumenti per l'analisi: l'intervista

- Diverse forme di somministrazione



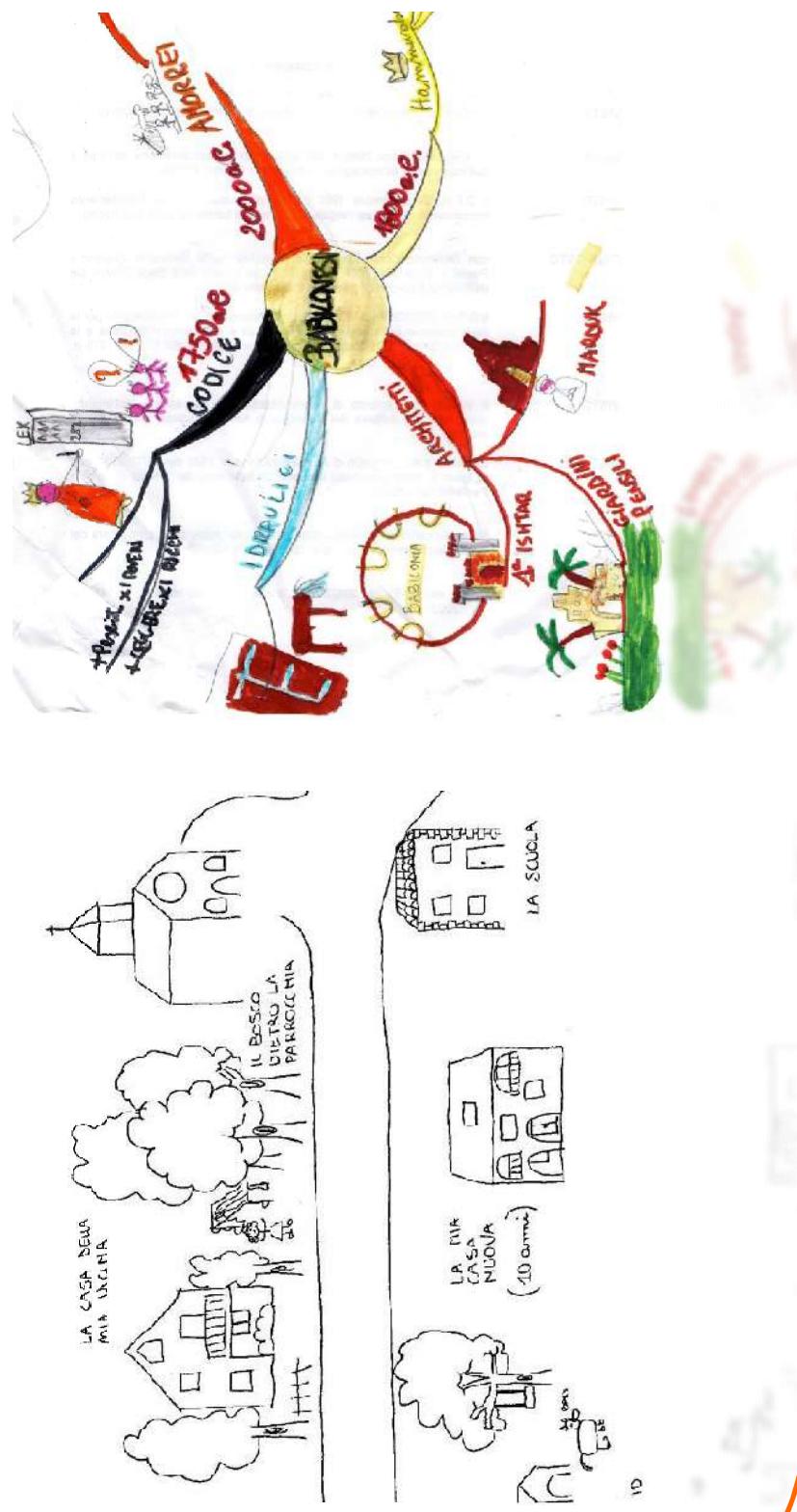
- In alcuni casi, oltre all'interlocuzione orale o scritta, vengono usate forme di stimolazione visuale (fotografie, mappe, cartografie, filmati, ecc.)



Carefully chosen pictures can be used in FGDs to provoke detailed discussion.

4. Strumenti per l'analisi: le mappe mentali

- Tecnica di rappresentazione grafica che associa concetti ed informazioni in modo non lineare.
- È realizzata in forma spontanea per lo più a mano libera, ma anche con l'ausilio del digitale.



5. Il progetto dello spazio pubblico

→ Un solo spazio ...
diverse percezioni
... LATO A



5. Il progetto dello spazio pubblico

→ Un solo spazio ...
diverse percezioni
... LATO B



5. Il progetto dello spazio pubblico

→ Uso Vs Design

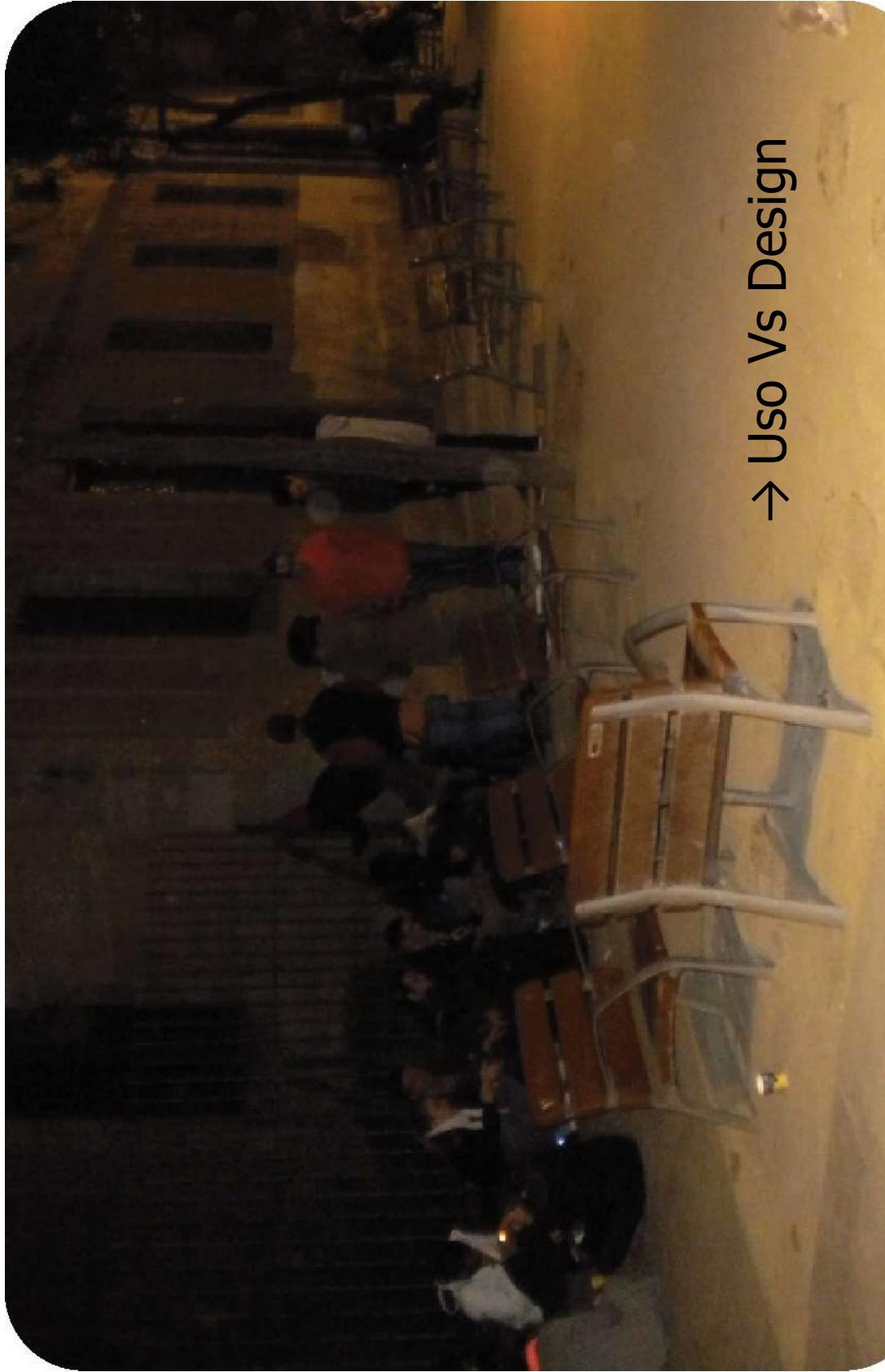


5. Il progetto dello spazio pubblico

→ Uso Vs Design

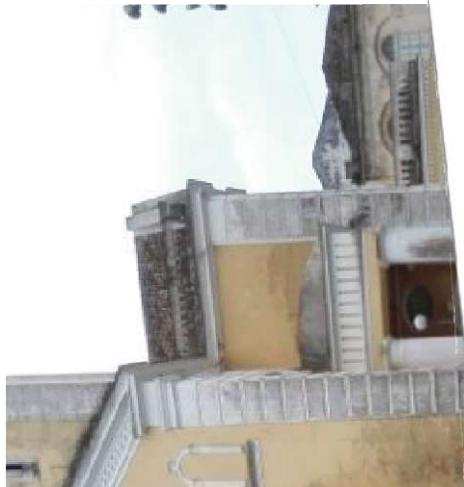
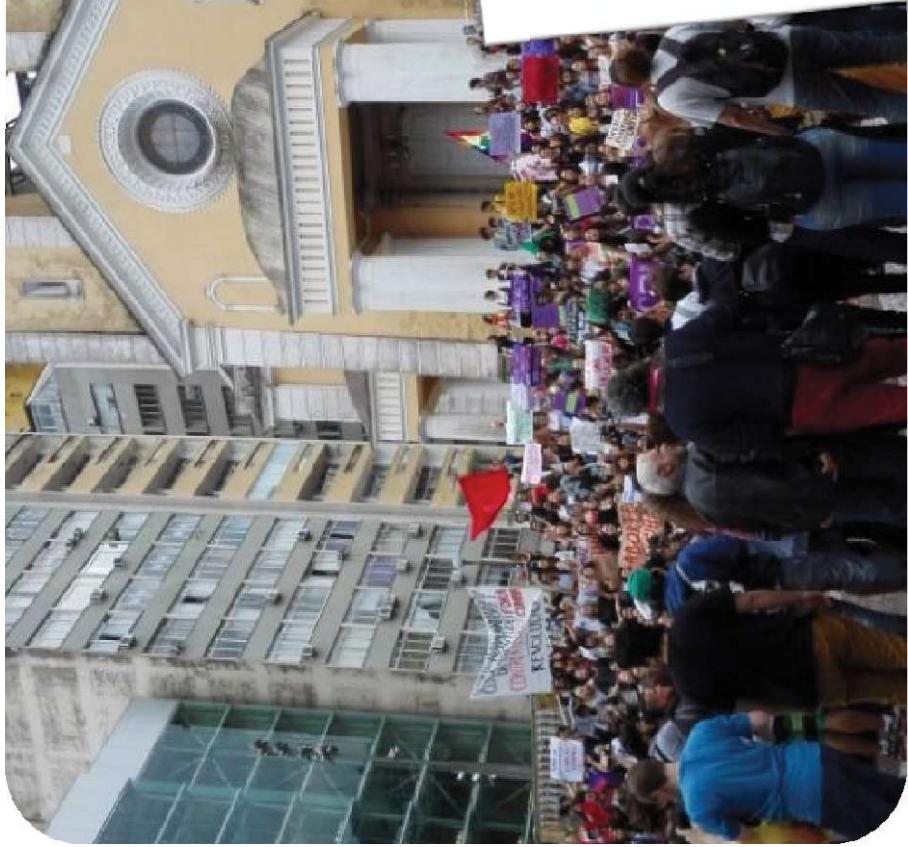


5. Il progetto dello spazio pubblico



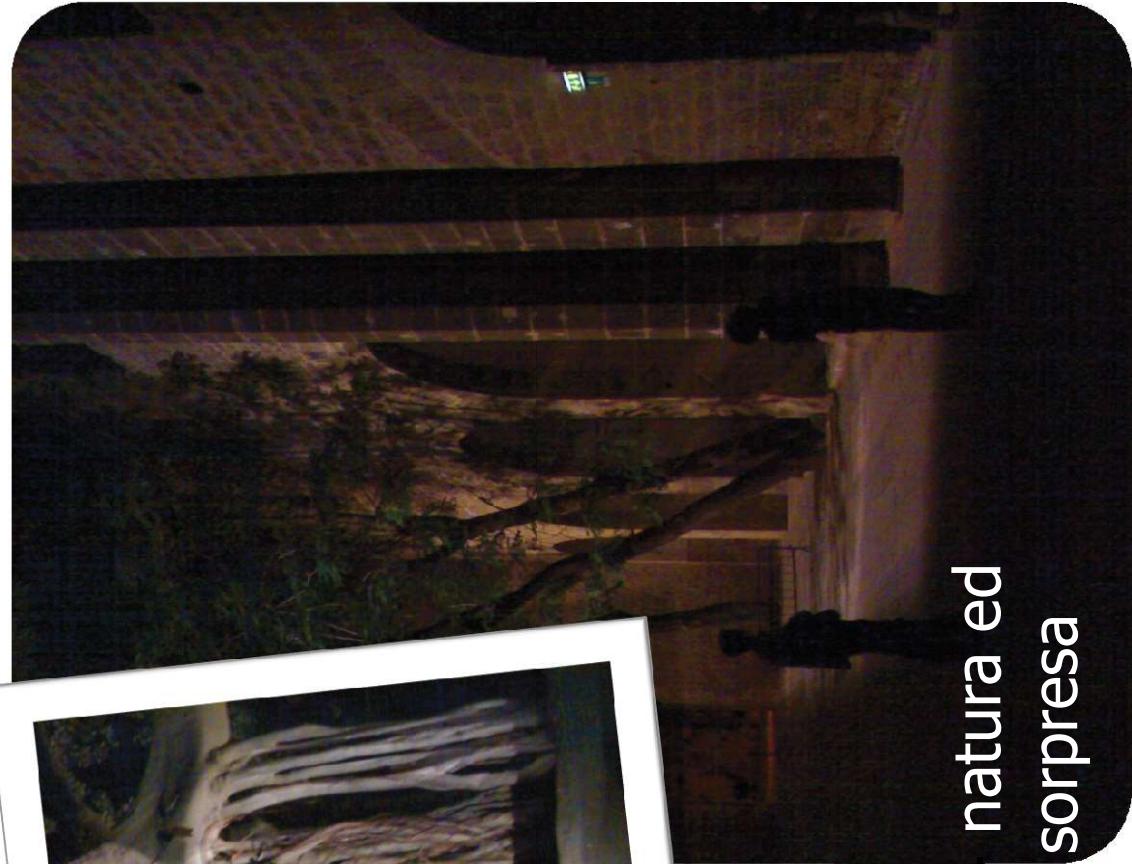
→ Uso Vs Design

5. Il progetto dello spazio pubblico



→ Usi "altri"

5. Il progetto dello spazio pubblico



→ Verde - natura ed
effetto sorpresa

5. Il progetto dello spazio pubblico



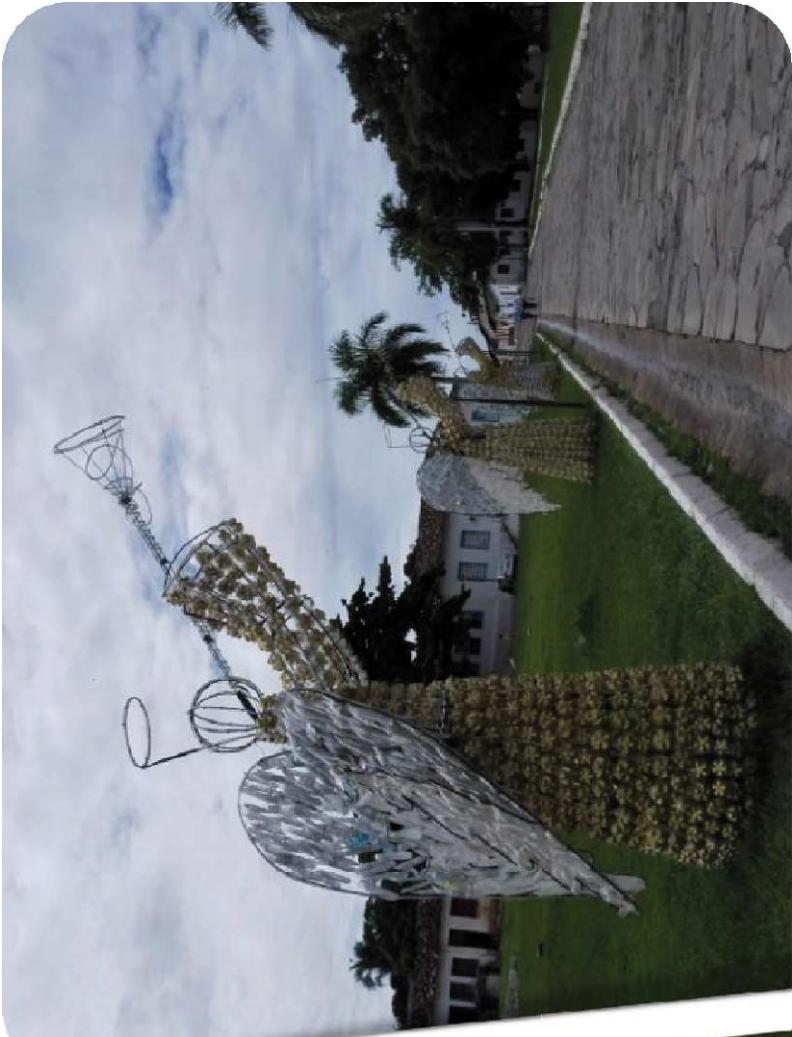
→ Arredo urbano

5. Il progetto dello spazio pubblico

→ Un altro
arredo
urbano



5. Il progetto dello spazio pubblico



→ Un altro arredo urbano

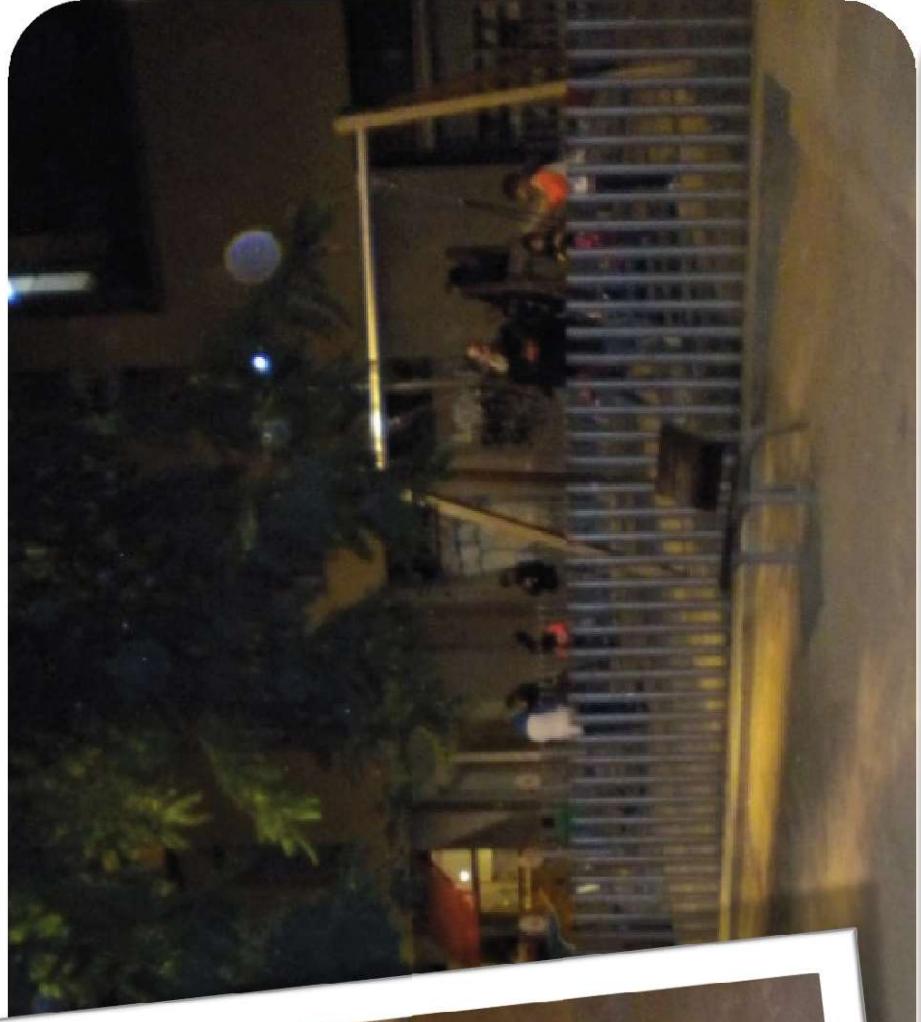


5. Il progetto dello spazio pubblico



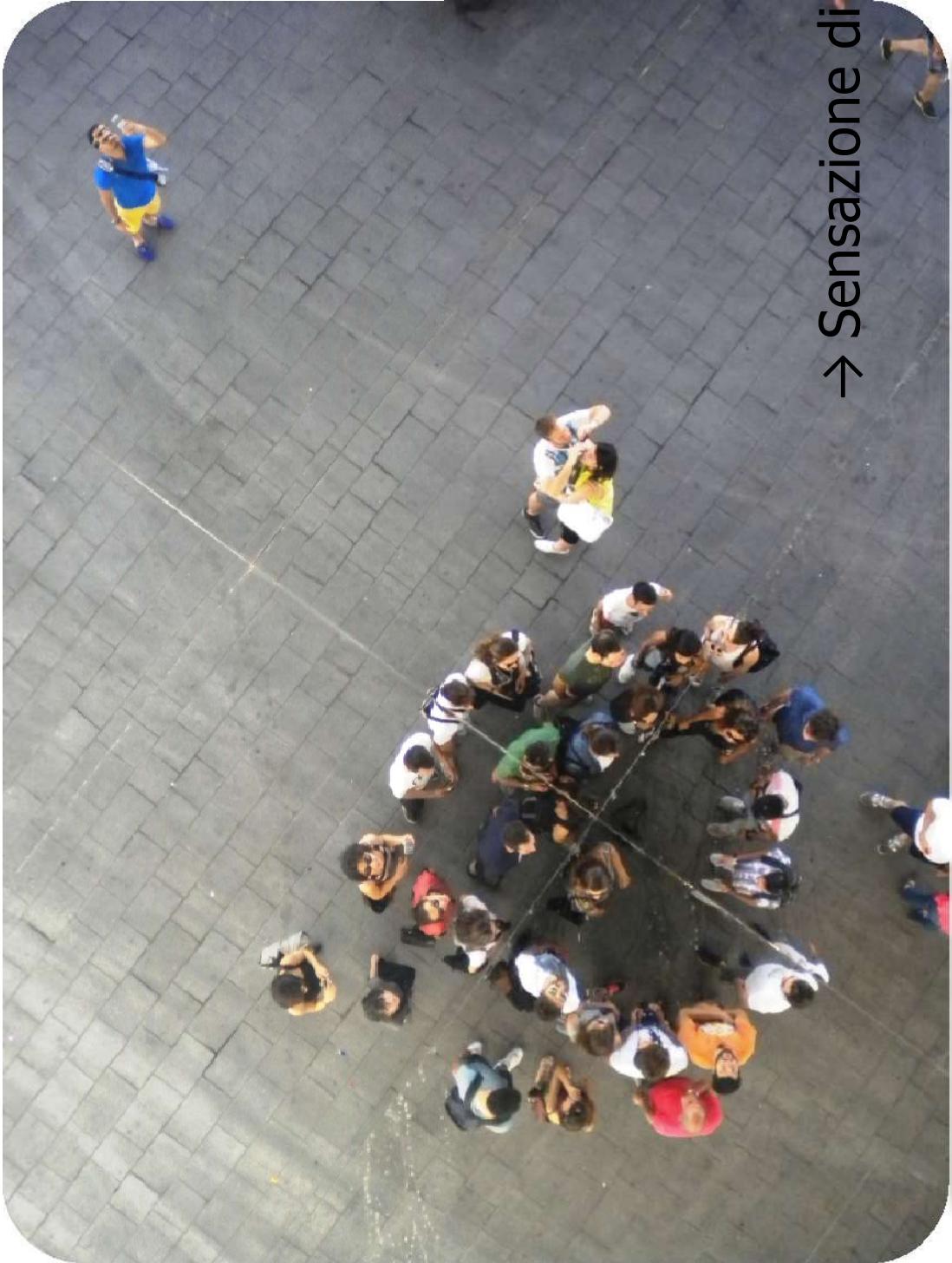
→ margini

5. Il progetto dello spazio pubblico



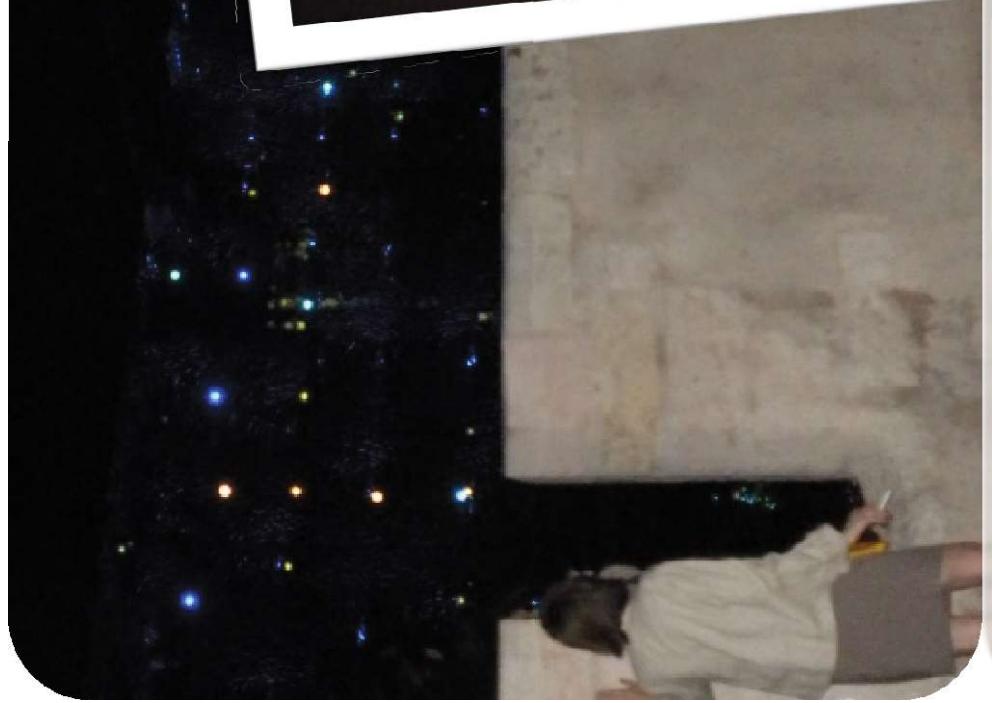
→ margini

5. Il progetto dello spazio pubblico



→ Sensazione di Sorpresa

5. Il progetto dello spazio pubblico



→ Sensazione di sorpresa