



tecnologia - numero 28 - refresh@laregione.ch

Sponsor

Per E-finance, E-payment, E-fattura e Pagamento mobile  
www.postfinance.ch

PostFinance  
LA POSTA

# Costruire siti

di Luca Berti

Si può fare! Costruire un sito Internet (anche) con mattoncini di plastica colorati è possibile. La metodologia è stata messa a punto in Ticino, nei laboratori di ricerca della facoltà di Scienze della comunicazione dell'Usi. Chiamata Url (User requirements with Lego), la tecnica permette ai progettisti di pagine Internet di capire meglio i bisogni dei loro clienti mettendoli attorno a un tavolo e facendoli letteralmente giocare. Basato sulla metodologia "Serious Play" sviluppata negli anni Novanta a Losanna, Url è stato pubblicato nelle scorse settimane con licenza open source.

## Nei preferiti

**www.webatelier.net/url**

La pagina web da cui è possibile scaricare la metodologia "User requirements with Lego". Il documento, in formato Pdf, è lungo una cinquantina di pagine ed è concesso con licenza Creative Commons. È quindi possibile copiarlo, distribuirlo e modificarlo a piacere. La metodologia è a disposizione di tutti, comprese le aziende di consulenza che vogliono impiegarla.

**www.seriousplay.com**

Il portale ufficiale di Lego dedicato alla metodologia Serious Play. Dal sito è possibile scaricare il manuale in cui si illustra come utilizzare i mattoncini colorati della ditta danese nell'ambito della costruzione d'identità o delle strategie d'azienda.

## L'abecedario

**Led/Light Emitting Diode**

Led, acronimo per "Light Emitting Diode" (o diodo a emissione luminosa) è un termine che ricorre spesso quando si parla di tecnologia. Concretamente i led sono quelle piccole "lampadine" che vengono incorporate in numerosi dispositivi elettronici e che, negli ultimi tempi, cominciano ad essere sempre più impiegati anche per sostituire le normali lampadine. Il fatto di essere altamente affidabili, di avere una vita piuttosto lunga, di essere particolarmente miniaturizzabili e di garantire un basso consumo ne hanno favorito la diffusione su larga scala soprattutto a partire dagli anni novanta. A differenza delle lampadine a incandescenza e di quelle a scarica, la luce non viene generata attraverso il riscaldamento di un filamento di metallo o per ionizzazione di un gas (spesso neon), ma sfruttando la particolarità di alcuni materiali semiconduttori capaci di emettere luce quando sono sottoposti a una tensione elettrica.

**LightScribe/LabelFlash**

**LightScribe** è una tecnologia sviluppata da Hewlett-Packard nel 2004 che consente a un masterizzatore di "disegnare" un'immagine a 256 tonalità di grigio sulla parte anteriore di un CD o DVD appositamente predisposto. In questo modo non è più necessario stampare etichette cartacee da applicare al disco in un secondo tempo. A meno, ovviamente, che non si voglia che l'etichetta sia a colori. Il concorrente di **LightScribe** è **LabelFlash**, sistema messo a punto dalla compagnia nipponica Nec nel dicembre 2005. Rispetto al concorrente, l'immagine impressa è più contrastata ed è possibile variarne la risoluzione.

**Locale**

Nel gergo informatico lavorare "in locale" significa sfruttare un'applicazione che si trova fisicamente registrata sul disco rigido del computer utilizzato. Si contrappone al lavoro "in remoto".

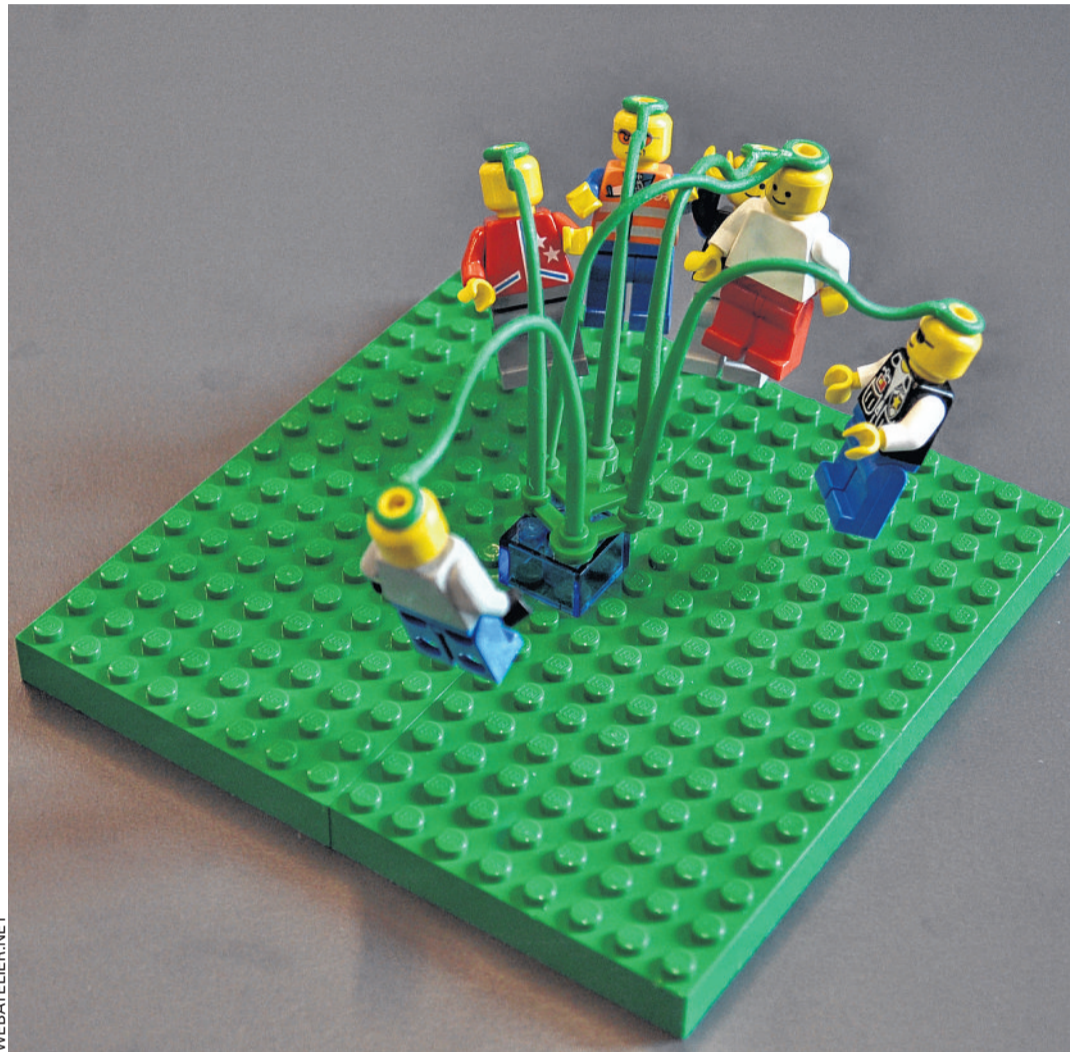
**Remoto**

Agire "in remoto" significa utilizzare computer o applicazioni a cui non si ha, in quel momento, fisicamente accesso. Lo scambio di dati avviene attraverso una rete intranet o Internet. Un esempio di lavoro in remoto è il controllo a distanza di un computer che rende di fatto possibile visualizzare lo schermo e dare ordini a una macchina da un computer che si trova ad una certa distanza.

La prima e più importante sfida per i professionisti che realizzano pagine web non ha nulla a che fare con la tecnologia: è capire esattamente cosa devono creare per soddisfare i bisogni dei propri clienti.

Per quanto possa sembrare semplice, il compito presenta numerose insidie dal momento che non è affatto detto che il committente sappia precisamente cosa vuole, a chi vuole rivolgersi e cosa vuole comunicare. E, anche qualora lo sapesse, non è detto che sia in grado di esprimerlo in maniera chiara. Un problema comunicativo che può tradursi in grattacapi più in là, quando il sito è quasi pronto o, addirittura, quando è già online. Per riuscire ad aggirare l'inconveniente, negli anni sono state sviluppate numerose tecniche per individuare i requisiti necessari a un progetto prima ancora di chinarsi concretamente sulla sua realizzazione: si utilizzano interviste individuali con i principali referenti, si prevedono sessioni di gruppo per discutere della questione assieme. Poi c'è chi utilizza Lego. Il metodo, che nessuno sino ad ora aveva formalizzato, è stato sviluppato all'Università della Svizzera italiana, dove i ricercatori dei laboratori webatelier.net e New Media in Education Laboratory (in collaborazione con la società milanese di consulenza aziendale trivioquadrivio e l'azienda informatica modenese Kharta) hanno adattato l'impiego dei mattoncini colorati, in uso già da qualche tempo per favorire la costruzione dell'identità e della strategia di un'azienda, alle necessità dei progettisti di pagine web. Il risultato è Url (acronimo per User requirements with Lego), un documento di una cinquantina di pagine pubblicato nelle scorse settimane sul sito dell'ateneo luganese e rilasciato sotto licenza Creative Commons.

Secondo gli esperti dell'Usi, l'utilizzo dei Lego permetterà di far emergere quei requisiti



WEBATELIER.NET

che nessuna delle altre tecniche è in grado di individuare: quegli aspetti, cioè, a cui i committenti di un sito non pensano e per questo non specificherebbero mai nel corso delle interviste o nei gruppi di discussione. La forza insita nell'utilizzo dei mattoncini da costruzione sta nel fatto che a ogni partecipante - una decina in tutto per ogni sessione - viene chiesto di costruire un modello per rappresentare sé stesso in relazione al sito, per rappresentare un utente a cui le pagine web dovranno rivolgersi e per

rappresentare un contenuto che dovrà essere presente online. Poi ogni singola costruzione deve essere spiegata al gruppo. «Quando si parla di tecnologie digitali succede spesso che persone diverse utilizzino le stesse parole intendendo significati diversi. Oppure impieghino parole diverse per esplicitare lo stesso concetto - spiega Marco Faré, assistente all'Usi e coautore della metodologia assieme a Elisabetta Frick e al professor Lorenzo Cantoni -. Un problema che si manifesta soprattutto nelle riu-

nioni dove sono presenti più figure professionali che devono interagire per dar vita al sito: grafici, informatici, persone che si occupano dei contenuti e della gestione della comunicazione aziendale hanno un approccio diverso alla pianificazione della presenza in Internet e non necessariamente specificano nei dettagli cosa intendono quando utilizzano un termine. Costringendoli a creare delle metafore sotto forma di costruzioni Lego si forzano i partecipanti a spiegare cosa vogliono dire con un concetto. Alla fine, quindi, il gruppo sa esattamente di cosa si sta parlando».

La metodologia prende spunto dal progetto Serious Play (tradotto letteralmente: "gioco serio" ndr) messo a punto negli anni Novanta dalla business school Imd di Losanna con lo scopo di stimolare il pensiero creativo. Adottato dalla stessa Lego, Serious Play si è diffuso in tutto il mondo grazie a una rete di consulenti certificati. Di recente la ditta danese ha reso disponibile la propria metodologia sotto la licenza open source. Decisione che ha dato la possibilità ai ricercatori dell'Usi di ren-



WEBATELIER.NET

Un momento di una sessione Url

dere pubblico il proprio metodo di lavoro che ormai sonnecchiava (ma nemmeno molto, visto che è stato comunque utilizzato per anni) nei cassetti dal 2006. In qualche settimana Url è stato scaricato diverse centinaia di volte e le reazioni non si sono fatte attendere. Alcune «erano scettiche - dice Faré -. Un atteggiamento assolutamente legittimo». Qualche perplessità di fronte a un metodo tanto particolare era stata prevista e, aggiunge il ricercatore, «uno dei limiti di questo progetto, peraltro specificato nel documento assieme al tempo necessario (3 o 4 ore), è che è necessario avere la volontà di buttarlo».

I vantaggi sembrerebbero però deporre a favore dell'approccio ludico: «Punto forte è il poco tempo dato al partecipante per creare il proprio modello: non si ha modo di progettare e pianificare; il risultato è quindi molto più spontaneo rispetto ad altre metodologie. Il fatto di dover lavorare individualmente permette inoltre di evitare che le persone s'influenzino nell'atto creativo. Viene così meno il rischio che i dipendenti dicano semplicemente quanto il capo, in genere presente alle sessioni, vuole sentirsi dire».

Url, avvertono all'Usi, non dispensa però dall'utilizzare anche altre tecniche per capire cosa serve ai clienti. «Può essere un punto di partenza, ma è esaustivo». Faré propone un esempio tratto dalle decine di utilizzi concreti già sperimentati all'Usi: «Nel caso di una compagnia di crociere, dall'analisi tramite la metodologia Url non è mai emerso che uno dei pubblici più importanti del sito avrebbe dovuto essere l'agente di viaggio, cosa che invece è risultata chiarissima nelle interviste. Se non avessimo interpellato i dipendenti, non l'avremmo saputo. Tuttavia se non avessimo impiegato la metodologia Url avremmo pensato che le pagine web avrebbero dovuto rivolgersi esclusivamente agli operatori delle agenzie di viaggio».

Una volta creati, i modelli dei partecipanti vengono disposti su un secondo tavolo. I presenti devono quindi riordinarli secondo una visione collettiva del progetto e unirli attraverso delle connessioni logiche. Al termine delle tre ore sarà possibile vedere fisicamente il frutto del lavoro collettivo e trarre le prime indicazioni. «Il giocare con i Lego permette di sviluppare la discussione in un ambiente rilassato e divertente - rileva Faré -. Le conclusioni che si traggono sono però assolutamente serie».

Un altro modo per dare significato all'espressione costruire un sito.

# Google compra Motorola

Google compra Motorola Mobility per circa 12,5 miliardi di dollari, vale a dire il 63% in più rispetto al prezzo di chiusura del titolo Motorola venerdì scorso. L'operazione, annunciata ieri dall'amministratore delegato di Google Larry Page attraverso il blog dell'azienda, è stata approvata all'unanimità dai Cda delle due società. La mossa di "Big G" segna un punto a proprio favore nella lotta che la vede opposta ad Apple. Sino ad ora l'azienda di Mountain View si era limitata a stringere partnership con produttori esterni - fra cui anche la stessa Motorola - per promuovere l'utilizzo del proprio sistema operativo Android (in concorrenza con iOs di Cupertino) su diversi dispositivi mobili. L'acquisto del ramo di Motorola che produce Smartphone, telefoni cellulari e tablet, permetterà a Google di diventare un concorrente a tutti gli effetti degli altri produttori di dispositivi mobili, incluso anche quello di iPhone e iPad. La mossa potrebbe rappresentare anche una risposta alle recenti voci secondo cui Microsoft starebbe pensando di acquisire Nokia.



KEYSTONE

Il tablet di Motorola con software di Google

«L'operazione - ha spiegato Sanjay Jha, amministratore delegato di Motorola Mobility - offre nuove stimolanti opportunità anche per clienti e partner nel mondo. Abbiamo condiviso una proficua partnership con Google per migliorare la piattaforma Android e adesso attraverso questa unione saremo

in grado di fare ancora di più per realizzare straordinarie soluzioni mobili». Prima di essere formalmente concluso, l'acquisto della ditta di telefonia mobile da parte del gruppo di Mountain View dovrà venir approvato dalle autorità competenti negli Usa, in Unione Europea e in altre giurisdizioni. La transazione dovrebbe chiudersi definitivamente «entro la fine del 2011 o all'inizio del 2012». Secondo i dati a disposizione di Bloomberg si tratta della più grande operazione nel settore almeno nell'ultimo decennio. «L'acquisizione di Motorola Mobility, già partner di Android - si legge nella nota di Page - permetterà a Google di sviluppare ulteriormente l'ecosistema di Android che resterà comunque un sistema aperto», a cui potranno quindi continuare ad avere accesso gli altri produttori di smartphone. Motorola Mobility rimarrà «un business separato» all'interno del gruppo di Mountain View. Secondo Page «l'impegno congiunto nello sviluppo di Android» aveva già portato le due aziende a uno stato di «naturale complementarità».

ansara/red

## Intel punta sull'ultrasottile

Intel intende investire 300 milioni di dollari nella ricerca e nello sviluppo degli "Ultrabook", i computer portatili ultrasottili in stile MacBook Air. I primi modelli, spesso circa 1,5 centimetri e non più pesanti di 2 chili, dovrebbero vedere la luce entro fine anno. La seconda ondata è prevista per l'inizio del 2012 e dovrebbe già essere equipaggiata con processori di nuova generazione Ivy Bridge e disporre di schermi sensibili al tatto.

## Il Pc morto a trent'anni?

L'hanno inventato 30 anni fa e oggi c'è chi all'interno di Ibm dichiara morto il Personal computer. Mark Dean, ingegnere che ha contribuito alla creazione del primo Pc (il modello 5150), ha detto di aver abbandonato il computer per un tablet.