

Zeitschrift: Geomatik Schweiz : Geoinformation und Landmanagement =
Géomatique Suisse : géoinformation et gestion du territoire =
Geomatica Svizzera : geoinformazione e gestione del territorio

Herausgeber: geosuisse : Schweizerischer Verband für Geomatik und
Landmanagement

Band: 111 (2013)

Heft: 8

Artikel: Lo scenario svizzero dei SIG nello spazio virtuale

Autor: Straumann, R.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-346981>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 18.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Lo scenario svizzero dei SIG nello spazio virtuale

La geografia («studio del pianeta») si occupa dello spazio. Ma dopo la pubblicazione dei lavori effettuati da Michael Hermann e dai suoi colleghi della sotomo [1] risulta palese che gli spazi di cui si occupa la geografia non devono più per forza essere sempre intesi geograficamente o fisicamente. Infatti, si possono anche analizzare degli spazi caratteristici o topologici: per esempio, le reti di strade, le condotte sotterranee o idrografiche. Oppure degli spazi virtuali: per esempio in Internet: le reti di traffico di posta elettronica, le collaborazioni progettuali di un'azienda in intranet o le reti di seguaci (follower) di Twitter. Quest'ultimo tema, trattato nell'articolo, è incentrato sulle attività svolte dagli esperti svizzeri dei SIG.

Twitter è una rete sociale facile da utilizzare: gli utenti scrivono un breve messaggio e possono abbonarsi ai messaggi di altre persone e seguire i loro tweet. Twitter mi piace perché consente di lanciare personalmente un «flusso di informazioni» o un gazettino di un campo d'attività specifico (l'associazione dei Professionisti Geomatica Svizzera è anch'essa attiva su Twitter: @FGSPGS). Però Twitter è anche una piattaforma interattiva di comunicazione: si possono porre delle domande e solitamente si riceve anche una risposta. Inoltre, Twitter può servire quale completamento della lettura di riviste specializzate e blog.

È straordinario constatare che sempre più colleghi del mondo dei SIG sono attivi su Twitter. Secondo me però finora mancava una visione sistematica d'insieme. Di conseguenza, ho deciso che fosse arrivato il momento di crearne una.

R. Straumann

Determinazione dello scenario svizzero dei SIG 2.0

Per farmi una panoramica dello scenario dei SIG su Twitter ho innanzitutto cercato di scoprire chi della mia cerchia di conoscenze fosse presente su Twitter. Un compito semplice solo a prima vista. La soluzione l'ho trovata utilizzando l'interfaccia di programmazione Twitter API.

Ho quindi creato una lista di persone, che seguo su @rastrau in Twitter, le quali hanno un interscambio su tematiche relative ai SIG, alle analisi spaziali e alla cartografia. Secondo il principio del crowdsourcing [2] ho successivamente ampliato la lista grazie all'aiuto dei miei conoscenti a cui avevo chiesto di indicarmi altri account SIG. La lista ha infine raggiunto 35 cosiddetti «seed user» (utenti fonte) che rappresentano la base per l'analisi.

Questa selezione soggettiva non era naturalmente sufficiente per rispecchiare in modo esaustivo la scena svizzera dei SIG 2.0. Ho allora completato questa lista con degli account sconosciuti ma che presentavano delle caratteristiche identiche: grazie alle conoscenze acquisite durante un progetto privato [3], ho chiesto ai *seed user* di indicarmi gli account che seguivano o sui cui venivano seguiti. In seguito ho verificato manualmente tutti gli account così scoperti che intrattenevano almeno quattro relazioni con i miei *seed user*. Quattro relazioni stanno, per esempio, a significare che un certo account segue due *seed user* e due *seed user* seguono l'account in questione. Durante il controllo si sono identificati tutti gli account, in base all'ubicazione e alla descrizione (e in caso di dubbio in base ai contenuti dei tweet) per vedere se potessero o meno essere integrati nello scenario svizzero dei SIG 2.0. Dopo questa verifica il numero degli account SIG svizzeri è stato raddoppiato, passando a 74!

Risultati

Profili delle persone trovate

La figura 1 mostra un cosiddetto wordcloud (nuvola di parole) dei termini contenuti nelle «biografie Twitter» (brevi descrizioni) degli utenti Twitter trovati. Si sono evidentemente individuate delle parole chiave comuni come: *sig*, *geospatial*, *svizzera*, *geoinformation*, *developer*, *geographer*, *data*, *geomatica*. In aggiunta si trova anche la open community con concetti come *open*, *openstreetmap* e *qgis*.

Chi segue chi e quali utenti formano una comunità?

La figura 2 mostra la rete che collega i 74 utenti Twitter. Con un software per l'analisi delle reti sociali ho assegnato dei nodi ai singoli gruppi (communities) e li ho dimensionati in funzione del numero dei follower del settore. Per fare questo non mi sono basato sul numero di tutti gli utenti di un account, ma sul numero dei follower che fanno parte della rete qui illustrata.

Soppressione delle barriere linguistiche?

La figura 3 mostra le lingue degli account, indicati dagli utenti. I nodi sono dimensionati seguendo la stessa logica applicata per la figura 2. Le connessioni tra i vari nodi assumono il colore del nodo di partenza della relazione (cioè di un utente che segue un altro utente). Si noterà che il gruppo più cospicuo è quello parlante inglese. Questo non deve meravigliare perché l'inglese è la lingua standard al momento dell'apertura di un account. Ancora più interessante è il rapporto di 3 a 1 tra il tedesco e il francese che rispecchia abbastanza fedelmente la ripartizione linguistica nazionale – una dimostrazione che la procedura per trovare i nuovi account è funzionata bene. Rallegra inoltre vedere quante sono le connessioni che superano il «Röstigraben» virtuale.

Relazione tra le reti virtuali e quelle reali

In relazione alle communities rappresentate sulla figura 2 ci si potrebbe chiedere

se queste reti virtuali di relazioni rispecchiano la realtà e come si relazionano le persone virtualmente collegate. In questo alla figura 4 si sono rappresentate le aziende, le autorità e le organizzazioni in base ai loro account e alle persone che ci lavorano. Ne risulta un mix interessante di:

- privati: Ernst Basler + Partner, Camptocamp, Esri
- istituti di formazione: Uni Zurigo, Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW), Hochschule Rapperswil (HSR)
- cantoni e dipartimenti: ZH, GL, BS, swisstopo, UFAM, MeteoSvizzera, UST, USTRA
- associazioni e movimenti: Free and open source software (FOSS) e Open Data

A questo punto risulta interessante il confronto con le communities della figura 2. Tranne FHNW ed Esri, che formano delle comunità abbastanza autonome e interconnesse, i limiti delle comunità della figura 2 si estendono a varie aziende, istituzioni e centri d'interesse definiti alla figura 4: questo è un chiaro segnale di un mix ottimale dei vari attori nello spazio virtuale del web 2.0!

Fattori di successo

Per concludere mi sono anche posto la domanda sui fattori di successo: cosa ci vuole per raggruppare un massimo di follower nel proprio settore? Si sarebbe indotti a pensare che sia necessario investire tanto tempo, essere molto attivi o essere in grado di attrarre molti follower. Come risulta dalla figura 5 questi fattori svolgono un ruolo infinitesimale nell'at-

trarre gli utenti di Twitter. Naturalmente ci vuole un certo tempo fino a quando un account attiri l'attenzione degli utenti. Tuttavia, per avere un vasto pubblico del proprio settore non è indispensabile essere presenti da tanto tempo su Twitter e aver inviato tanti tweet.

Ma è un dato di fatto: per avere un folto stuolo di follower bastano dei tweet interessanti e una fitta presenza di buoni interlocutori.

Conclusione

Con il mio metodo sono riuscito a scoprire uno scenario SIG svizzero molto attivo con circa 70 utenti nello spazio virtuale. Questi follower hanno caratteristiche diverse e lavorano presso svariati datori di lavoro. Facendo un'analisi approfondita delle varie communities in rete risulta che i gruppi di utenti superano qualsiasi barriera linguistica o organizzativa. Questo è sinonimo di uno scambio vivace e interattivo tra professionisti di uno stesso settore.

Stephan Heuel ed io ci siamo già attivati per approfondire nella vita reale le reti virtuali cartografate: il 6 marzo abbiamo organizzato presso la sede della von Ernst Basler + Partner a Zurigo il primo incontro «birristico» GeoBeer della Svizzera dove tanti colleghi si sono incontrati per conoscersi e discutere. Volete partecipare anche voi al prossimo incontro GeoBeer? Troverete tutte le relative informazioni sulla pagina web della GeoBeer [4] o su Twitter @GeoBeerCH. Sarei felice di conoscervi personalmente – sia nella vita reale che virtuale!

In previsione di un aggiornamento vi sarei grato se mi forniste qualsiasi informazione non ancora contenuta nella mia analisi sugli account SIG.

I grafici qui illustrati sono disponibili online [5] e possono essere utilizzati liberamente, su riserva di menzionare del nome dell'autore.

Referenze:

- [1] www.sotomo.ch/aktuelle-projekte/projektarchiv/84-atlas-der-politischen-landschaften
- [2] <http://geo.ebp.ch/2012/01/24/chancen-und-risiken-von-crowdsourcing-fur-die-of-fentliche-verwaltung>
- [3] www.somepolis.ch
- [4] www.geobeer.ch
- [5] <http://geo.ebp.ch/2013/02/09/gis-netzwerk-im-zeitalter-von-social-media>

Potete seguirmi su Twitter su @rastrau (www.twitter.com/rastrau).

Ralph Straumann
Dr. sc. nat.
Ernst Basler + Partner AG
Mühlebachstrasse 11
CH-8032 Zurigo

Fonte: Redazione PGS

