

Pauro: co-progettare con le emozioni che accompagnano i giorni dell'emergenza

a cura di Alessandra Stella Caravella e Francesca Schioppo



Alessandra Stella Caravella

Studio Cadeira

psicologa psicoterapeuta in formazione

Gestalt, istruttrice Mindfulness

e collabora nel campo dello sport.

Le emozioni

stato - alterazione - reazione

Provare un'emozione determina uno stato di attivazione psico-fisica. La **paura**, in qualità di emozione, causa un'alterazione dello stato interno. La **reazione** spontanea dell'individuo è tentare di ristabilire un equilibrio.



Emozioni e bisogni

la presa di contatto con un bisogno

Il processo attraverso il quale l'individuo ripristina uno stato di omeostasi è attraverso la presa di contatto con un bisogno.

Il desiderio di soddisfare questo bisogno porta a compiere delle azioni specifiche.



La funzione delle emozioni

il confine del contatto come touchpoint

Per “organismo” si intende l’individuo che è in relazione con l’*ambiente*, in un costante processo di *adattamento creativo*.

Due organismi entrano in contatto attraverso ciò che viene definito “confine del contatto”, nel service design potrebbe corrispondere al cosiddetto “touchpoint”.



La gestalt

relazione tra figura e sfondo

Il termine “figura” in tedesco si traduce “gestalt”.

La relazione tra figura e sfondo rappresenta il paradigma centrale per descrivere l'emergenza verso il soddisfacimento dei bisogni.

Facendo un parallelismo con il service design, che a partire dall'analisi del contesto nel suo insieme, estrapola il bisogno in figura sul quale intervenire attraverso delle azioni mirate.

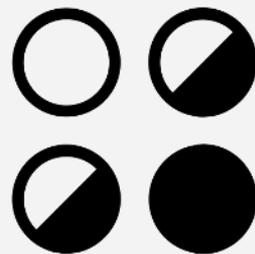


Il ciclo del contatto

la presa di contatto con un bisogno

Per Perls e Goodman ci sono quattro fasi del ciclo o spirale del contatto, anche detto “ciclo dell’esperienza” o degli istinti:

- Pre contatto
- Presa di contatto
- Contatto pieno
- Post-contatto



Fasi del ciclo del contatto

per l'organismo

PRE CONTATTO

sensazioni-emozioni-percezioni fisiche: *cosa sento?*

PRESA DI CONTATTO

emozioni: *cosa voglio?*

PIENO CONTATTO

azione: *cosa faccio?*

POST CONTATTO

assimilazione: *cosa sento dopo aver fatto?*



Fasi del ciclo del contatto

per l'organismo

PRE CONTATTO

sensazioni-emozioni-percezioni fisiche: *cosa sento?*

PRESA DI CONTATTO

emozioni: *cosa voglio?*

PIENO CONTATTO

azione: *cosa faccio?*

POST CONTATTO

assimilazione: *cosa sento dopo aver fatto?*

per l'organizzazione

→ Fase di ricerca

→ Fase di elaborazione
partecipativa

→ Fase di realizzazione

→ Fase di condivisione

Conclusioni

Progettare attraverso l'utilizzo delle emozioni consente di configurare nuovi scenari possibili e nuovi adattamenti funzionali al raggiungimento dell'obiettivo aziendale.





Francesca Schioppo

docus.do

Visual communication designer,
documentarista, camminante, attivista.

Founder di docus.do

Design e innovazione

dal prodotto alla persona

Il design dei servizi è un approccio interdisciplinare, che combina diversi metodi e strumenti, per affrontare problemi complessi mettendo al centro la persona.

#olistico #evolutivo #generativo #nonlineare
#iterativo #strategico #partecipativo



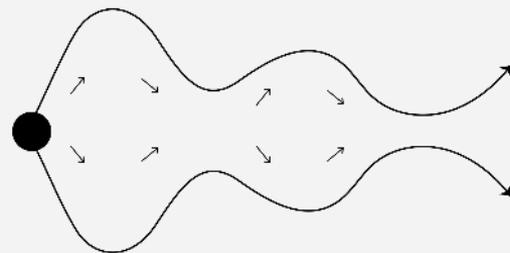
Creare scelte

un approccio non schematico

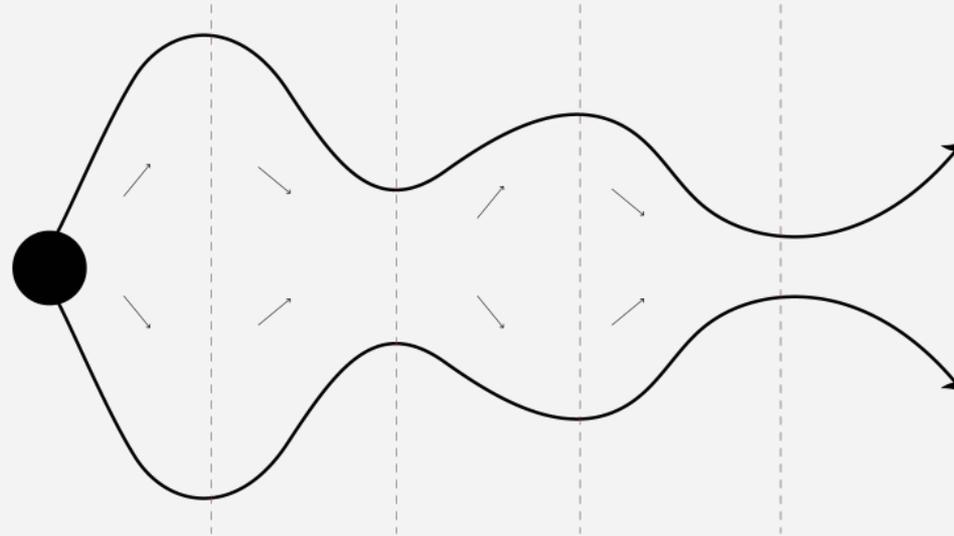
Divergere e convergere, lungo un percorso iterativo, vuol dire creare il più possibile scelte (divergere) e poi fare scelte (convergere).

Il punto di partenza è una sfida e attraverso diverse fasi mappiamo l'esperienza dell'utente.

#esplorazione #definizione #ideazione #prototipo #test



Le Fasi e la narrativa



1. Esplorazione
ricerca figura/contesto
divergente

2. Definizione
Qual è la challenge
convergente

3. Ideazione
Co-progettazione
divergente

4. Prototipo
Concretizziamo l'idea
convergente

5. Test
Verifica e processo

Emozioni e progettazione

dalla persona-organismo alle organizzazioni

Le organizzazioni sono organismi adattivi, viventi, con un ecosistema, all'interno di un *confine* che ne definisce l'identità ma che allo stesso tempo le pone in contatto con l'esterno; osmotiche, influenzabili e influenzanti.

“Le organizzazioni sono il loro ecosistema”

[Stelio Verzera]



Touchpoint e ciclo del contatto

discipline a confronto

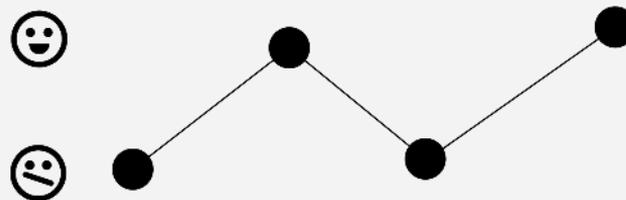
I touchpoint sono i punti di contatto tra l'utente ed il servizio, tra la persona e l'organizzazione. Le interazioni avvengono in un contesto, in un arco temporale, per soddisfare una necessità.



La curva dell'emozione

cosa sente, cosa sento?

Le emozioni rappresentano le modalità con cui si sperimentano e si affrontano gli eventi di confine-contatto. Conoscere queste emozioni permette di vivere e progettare esperienze migliori in ecosistemi positivi.



La curva dell'emozione è la rappresentazione delle emozioni che una persona prova durante l'utilizzazione di un prodotto o di un servizio.

CUSTOMER JOURNEY MAP

Nome del servizio

Data

Gruppo

Che ore sono?	
Dove si trova?	
 COSA FA? Racconta le sue azioni, dal perché inizia una ricerca fino al soddisfacimento del bisogno.	
 COSA PENSA? interpreta.	
 COSA SENTE? traccia le sue emozioni 	
 COSA VEDE? touchpoint	
 COSA FA IL TEAM?	linea del servizio
 COSA SENTE IL TEAM? 	

CONSAPIENZA

1° INCONTRO

2° INCONTRO

PREVENTIVO

RICERCA

PROGETTAZIONE

DELIVERY

FOLLOW-UP

CLIENTE

SERVIZIO

CLIENTI
 PUNTA PER
 RIVERBIRE AI
 CLIENTI
 PRESENTAZIONE
 DI DOCOS

SCIENTIFICITÀ
 IL PRECISO
 IL ABILI
 STRATEGIA

PRIMO
 LANCIO
 CON
 IL
 CLIENTE

INCONTRO
 STRATEGIA
 LANCIO
 DEL
 GRUPPO
 PRIMO
 LANCIO
 CON
 IL
 CLIENTE

ENTRARE
 NEL
 MONDO
 DEL
 CLIENTE

PREVENIRE
 SUL
 CLIENTE
 DIVERGENZE
 DA
 RISPONDERE
 LA
 LINGUA
 LINGUAGGIO
 LINGUAGGIO

MAPPA
 TICA
 QUESTIONARIO

IL
 PRECISO
 SUL
 MONDO
 DEL
 CLIENTE
 PREVENIRE
 LE
 DIVERGENZE
 DA
 RISPONDERE
 LA
 LINGUA
 LINGUAGGIO
 LINGUAGGIO

PREVENIRE
 LE
 DIVERGENZE
 DA
 RISPONDERE
 LA
 LINGUA
 LINGUAGGIO
 LINGUAGGIO

VELOCITÀ
 RAGGIUNGO
 ELEMENTI
 AL
 PREVENTIVO

RICERCA
 ELEMENTI
 IN
 PREVENTIVO
 SOLUZIONI
 DA
 TROVARE
 IN
 PREVENTIVO

SPERDI
 DI
 TEMPO

SALVO
 SFIDA

CONSAPIENZA
 DEL
 VALORE
 RISPONDERE
 AL
 CLIENTE

CREAZIONE
 DEL
 BRAND

TEAM
 FINANCIO

TOUCHPOINT
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PRODOTTO
 A
 CERO
 PREZZO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

AGENDA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PREVENTIVO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

RICERCA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PROGETTAZIONE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

DELIVERY
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

FOLLOW-UP
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

CLIENTE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

SERVIZIO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

STRATEGIA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

TEAM
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

DOCUMENTAZIONE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

GESTIAMO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT



DOCOS
 IL
 PRIMO
 LANCIO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

INTEGRAZIONE
 A
 UN
 NUOVO
 MONDO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

CONSAPIENZA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PRODOTTO
 A
 CERO
 PREZZO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

AGENDA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PREVENTIVO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

RICERCA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PROGETTAZIONE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

DELIVERY
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

FOLLOW-UP
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

CLIENTE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

SERVIZIO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

STRATEGIA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

TEAM
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

IL
 RISULTATO?
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

IL
 PRIMO
 LANCIO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

INTEGRAZIONE
 A
 UN
 NUOVO
 MONDO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

CONSAPIENZA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PRODOTTO
 A
 CERO
 PREZZO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

AGENDA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PREVENTIVO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

RICERCA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PROGETTAZIONE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

DELIVERY
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

FOLLOW-UP
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

CLIENTE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

SERVIZIO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

STRATEGIA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

IL
 PRIMO
 LANCIO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

INTEGRAZIONE
 A
 UN
 NUOVO
 MONDO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

CONSAPIENZA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PRODOTTO
 A
 CERO
 PREZZO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

AGENDA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PREVENTIVO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

RICERCA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

PROGETTAZIONE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

DELIVERY
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

FOLLOW-UP
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

CLIENTE
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

SERVIZIO
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

STRATEGIA
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

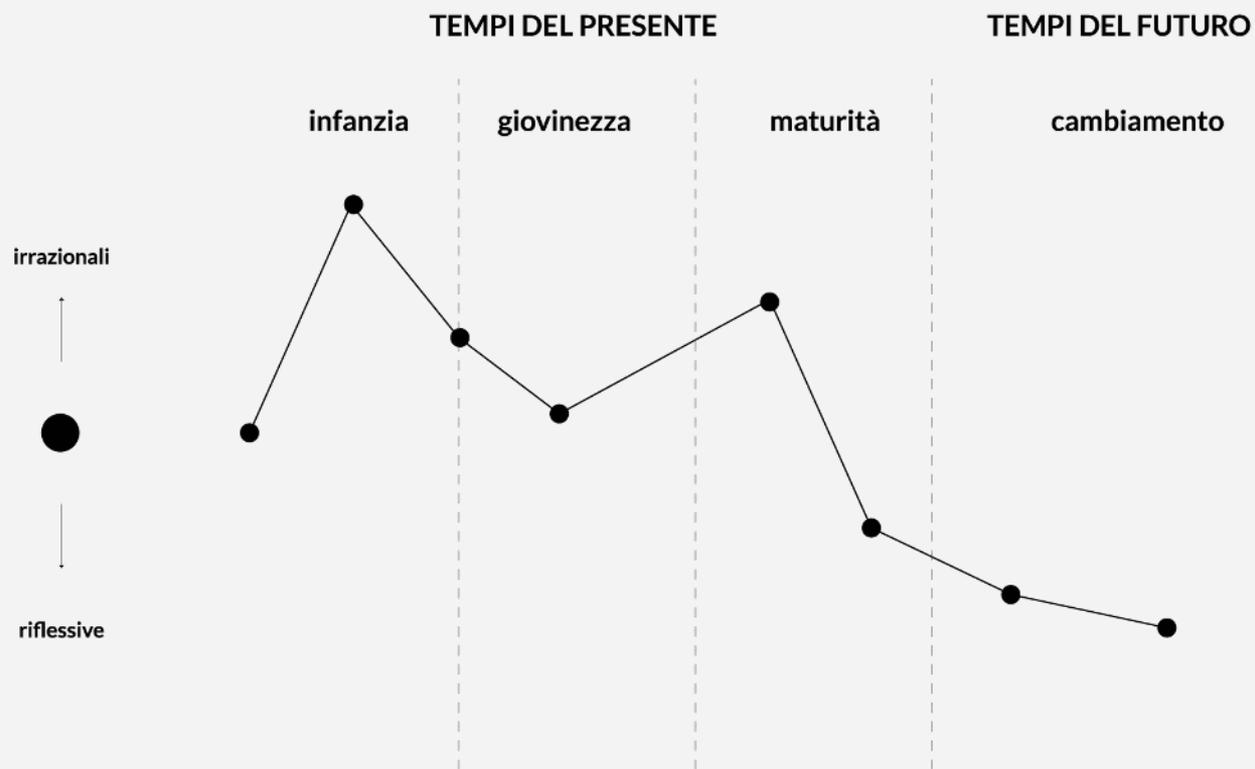
TEAM
 ANALISI
 DI
 TUTTI
 I
 TOUCHPOINT

Paura

I giorni dell'emergenza ci hanno dato l'opportunità di sperimentare in modo nuovo la curva dell'emozione

docus.do

PAURA



La curva dell'emozione *paura*

Trasformiamo la paura in occasione di apprendimento



Esplorazione → dell'esperienza emotiva

Definizione della challenge → come trasformiamo la paura?

Ideazione → co-progettazione del Libro e processo partecipativo

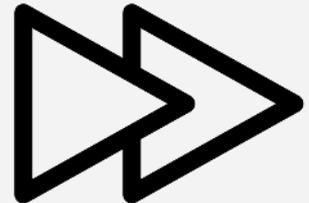
Prototipazione → mockup libro e campagna di crowdfunding

Test → misurazione impatto della campagna, feedback dei lettori e contributors...

Blueprint di processo: implementazione dei nuovi strumenti progettuali sperimentati.

Conclusione

Progettare è un percorso di autoconsapevolezza.
Così come le emozioni determinano la natura
di questa consapevolezza, allo stesso modo diventano
l'occasione per sperimentare processi partecipativi
che disegneranno il nostro futuro prossimo.



Grazie

*La nostra mente scorrazza come i cavalli selvaggi
nei prati, mentre le nostre emozioni restano
ingovernabili come scimmie che si dondolano fra i rami.*

[Istruzioni a un cuoco Zen, Dogen Zenji, 1237 d.C.]



Alessandra Stella Caravella
Studio Cadeira

web. psicologacaravellabari.com

mail. stella.caravella@gmail.com



Francesca Schioppo
docus.do

fb. web. [docus.do](https://www.facebook.com/docus.do)

mail. info@docus.do