

Team Building: Emozioni e Metodo

Original

Team Building: Emozioni e Metodo / Moiso, L.. - In: GRAPHICUS. - ISSN 0017-3436. - ELETTRONICO. - Progettare le emozioni:1076 / 0008(2020), pp. 64-67.

Availability:

This version is available at: 11583/2973542 since: 2022-12-01T19:57:45Z

Publisher:

Progresso Grafico

Published

DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

GRAPHICUS

1076

0008

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

NOVEMBRE 2020



GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

Contatti:

Corso Luigi Settembrini, 178

10135 - Torino (TO)

www.graphicusmag.it

info@graphicusmag.it

Politecnico di Torino

Dipartimento di Architettura

e Design

www.polito.it/design

PROGETTARE LE EMOZIONI

NOVEMBRE 2020

Direttore:

Paolo Tamborrini

Comitato scientifico:

Silvia Barbero

Fiorella Bulegato

Francesca Comisso

Andrea Di Salvo

Vittorio Merlo

Redazione:

Cristina Marino

Flavio Montagner

Pier Giuseppe Molinar

Barbara Stabellini

Progetto grafico di:

Alessandro Di Benedetto

Copertina di:

Francesca Ticca

ISSN (print) 0017-3436

ISSN (online) 2282-4545

iscritto al Registro dei Giornali e
Periodici del Tribunale di Torino
n.655 del 20.09.1951

6

EDITORIALE COMUNICARE CON LE EMOZIONI

PAOLO TAMBORRINI

8

PROGETTARE L'EMOZIONE?

MARCO MENIN



12

LIKE ERGO SUM

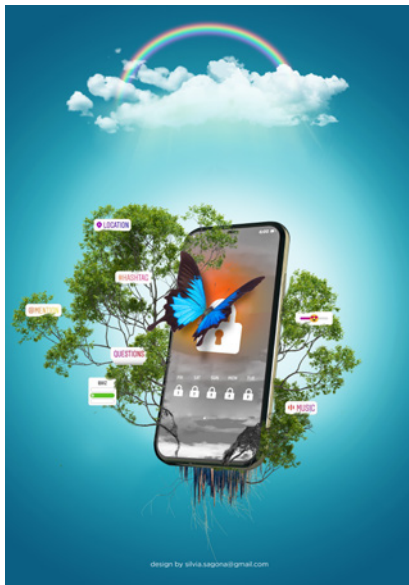
DARIA GRIMALDI



16

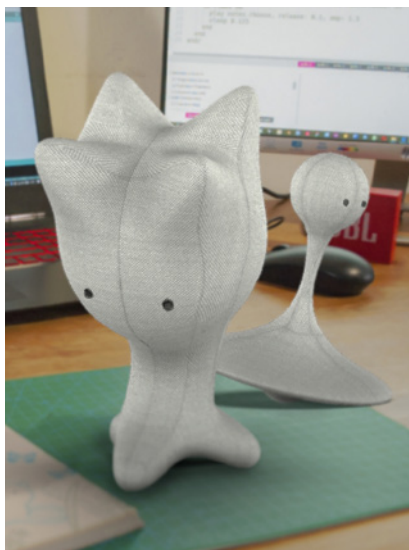
PLING!

MASSIMO MARTELLOTTA



20
SOCIAL BENDER

SILVIA SAGONA



24
**DESIGN PER
LE EMOZIONI**

FLAVIO MONTAGNER



28
**HER: SHE LOVES DATA
E I RITUALI DEL
NUOVO ABITARE**

ORIANA PERSICO



32
**PROGETTARE PER
LA DURABILITÀ
EMOTIVA**

ELEONORA FIORE

36

**LE EMOZIONI
DEL DESIGNER**

FRANCESCA MONTAGNA
SAMUELE COLOMBO
MARCO CANTAMESSA



40

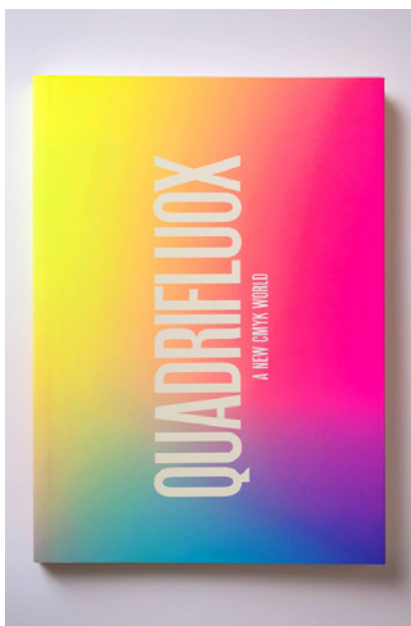
SUBLIMAZIONE

FRANCESCA TICCA



46
EMOTIONAL RESCUE

ROBERTO MARIA CLEMENTE



50
QUADRIFLUOX

PIER GIUSEPPE MOLINAR



54
**IL DESIGN PER
IL BENESSERE
PSICO-EMOTIVO**

ESTER IACONO



58
**RICOMPORRE
LE PROSPETTIVE**

INTERVISTA A TRULY DESIGN
DI ANDREA DI SALVO



64
**TEAM BUILDING:
EMOZIONI E METODO**

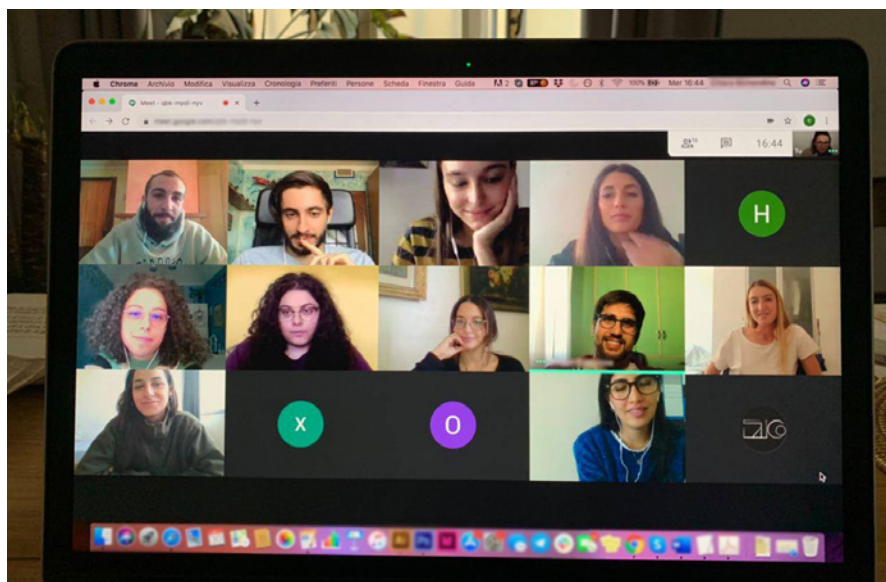
LEONARDO MOISO

TEAM BUILDING: EMOZIONI E METODO

Human-centered design per la creazione e lo sviluppo di un team.

LEONARDO MOISO

Svolge attività di mentorship, team e community building per C.Lab Torino, spazio interuniversitario di sperimentazione challenge based.



Un gruppo di qualsiasi natura si crea nel momento in cui persone con caratteristiche diverse appartenenti ad un contesto sociale, si riuniscono ed operano insieme in maniera coordinata per affrontare e risolvere un problema che, tendenzialmente non sarebbe risolvibile singolarmente dai singoli componenti o dalle loro soggettive abilità o competenze.

IL CONCETTO DI INTERDIPENDENZA

Un simile scenario è caratterizzato da dinamiche d'interazione interdipendente, ossia nei membri del gruppo si è consolidata la consapevolezza di dipendere gli uni dagli altri. Un fenomeno comune in natura, possiamo osservarlo in moltissime specie animali come nelle colonie di api e formiche. Tra i modelli sociali, comunitari e quelli naturali sono presenti diverse analogie; le dinamiche di branco nel mondo animale, sono comportamenti simili ai processi organizzativi, cooperativi che ritroviamo nella dimensione umana. Un altro esempio, sono i fenomeni di retroazione che un

ecosistema attua per ritrovare il suo equilibrio, equiparabili ai comportamenti di resilienza degli individui nel rispondere ad un evento esterno in modo efficace, creativo e risolutivo.

TEAM BUILDING A SISTEMA

Osservare da un punto di vista sistemico la formazione ed evoluzione di un team di lavoro significa interpretare le relazioni, ed individuare i comportamenti chiave che contraddistinguono le diverse sfumature professionali, mentali ed emotive dei membri del gruppo; come lo scienziato naturalista, che guarda l'ambiente e gli esseri viventi che lo popolano soffermandosi sulle correlazioni e connessioni sottese, anche nella sfera sociale, attraverso uno sforzo deduttivo è possibile considerare l'essere umano come un sistema. Un generatore di input ed output, capace di trasmettere anziché materia ed energia, pensieri, emozioni e comportamenti utilizzando diversi linguaggi.

LINGUAGGIO

Il dialogo è lo strumento essenziale per creare una buona in-

terdipendenza. Evitare il confronto porta i membri del gruppo in condizioni di lavoro negative, che ostacolano la realizzazione degli obiettivi. In una società complessa composta da una moltitudine di profili caratteriali e professionali che collidono, è naturale che la comunicazione sia complicata.

I sistemi sociali, le community, i gruppi a cui apparteniamo non appaiono talvolta come sani terreni di crescita e confronto, in alcuni casi si trasformano in veri e propri scenari di conflitto. Imparare a far parte di un gruppo è un processo continuo, che inizia fin da bambini e continua fino all'anzianità. Crescere all'interno di un gruppo allena la capacità di gestire l'emotività e migliora le personali modalità espressive. Questo processo richiede tempo e grande capacità di adattamento, coesione e colla-

borazione.

L'esplorazione di queste dinamiche relazionali appassiona psicologi, sociologi, designer, formatori ma anche ingegneri e imprenditori, un interesse attivato non solo dal bisogno di efficientare le risorse umane della propria azienda, ma soprattutto dalla curiosità di osservare, studiare come l'individuo si relaziona con altri soggetti e discipline mentre affronta i processi di ideazione, sviluppo di un nuovo progetto, prodotto o servizio fino al lancio dello stesso.

CAMBIAMENTO

Creare team con forti abilità tecniche e scientifiche guidate da un approccio empirico, oppure composto da figure umanistiche che dimostrano una profonda e critica visione della sfera umana,

*A sinistra, **Team building online**, Polito Innovation Design Lab, 2020.*

*In basso, **Team working**, Polito Innovation Design Lab, ph. Lorenzo Ritorto, 2019.*

talvolta non tiene conto dell'attuale contesto tecnologico-culturale, dove la contaminazione e collaborazione tra diverse discipline è una costante espressa dai network reali e digitali in continua relazione ed espansione.

Oggi la figura del designer, nelle dinamiche di team generation e team working, funziona da figura "intermediaria" tra il piano umanistico, tecnico e scientifico. Obiettivo primario far dialogare le diverse visioni progettuali intrecciandole con strumenti metodologici, tecnologici e con approcci





inusuali che spesso sfiorano, agli occhi di molti, la linea di confine tra l'arte e il ludos. Il "Design Thinking" utilizzato come metodologia diventa un catalizzatore dei processi di team generation. I linguaggi visivi e tangibili, facilitano le dinamiche cooperative, favoriscono il pensiero laterale e il raggiungimento di un senso comune di obiettivo. Instaurano un background e un linguaggio comune tra i membri del gruppo.

RUOLI

Il concetto di membership in un gruppo si amplifica quando sappiamo dare valore alle nostre abilità e competenze creando un ruolo che ci rappresenta. L'equilibrio della groupship, è da ritrovare nelle relazioni individuali e nelle dinamiche dell'intero gruppo; serve esperienza, capacità auto-critica, trasparenza e disponibilità a sviluppare un'empatia.

Il facilitatore del processo co-

operativo è il leader, una figura che emerge spontaneamente oppure viene individuata dal gruppo sociale. Chi assume la leadership dimostra di possedere consapevolezza sociale, gestisce le proprie emozioni, mantiene la calma e in caso di conflitti riesce ad offrire soluzioni.

Non sempre un gruppo di lavoro si sceglie, ci troviamo spesso in contesti dove il rapporto con altre



A sinistra, **Team building**, Polito
Innovation Design Lab, ph. Lorenzo
Ritorto, 2019.

LETTURE CONSIGLIATE

Goleman, D., (2011). *Lavorare con
intelligenza emotiva*. Bur, Milano.

Goleman, D., (2015). *Intelligenza
sociale ed emotiva. Nell'educazione
e nel lavoro*. Edizioni Centro Studi
Erickson.

Lewrick, M., Link, P., Leifer, L., (2020).
*The Design Thinking Toolbox: A
Guide to Mastering the Most Popular
and Valuable Innovation Methods*.
John Wiley & Sons.

persone è imposto, pertanto ci si
trova in uno scenario composto
da individui che non sempre con-
dividono i nostri interessi, pensie-
ri e comportamenti. Applicando
la propria intelligenza emotiva
e i criteri metodologici idonei si
possono superare gli aspetti con-
flittuali che potrebbero generar-
si, riconoscendo il potenziale del
gruppo di generare innovazione
ed ispirando altri a fare lo stesso.



GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE
