



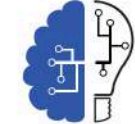
Innovazione sociale: il futuro dei nuovi servizi digitali

A cura di Antonella Varesano
docente di SDI
social digital innovation esperta in
new media e creatività

> STUDENTI LAB 2019



esseretrepuntozero



Gli studenti universitari
a disposizione dei cittadini
**Pordenone, da lunedì 2 marzo
a venerdì 29 maggio 2020**



**INCONTRI GRATUITI PER TUTTI
SU INTERNET E TECNOLOGIE DIGITALI**



Comune di Pordenone



Consorzio
Universitario
di Pordenone



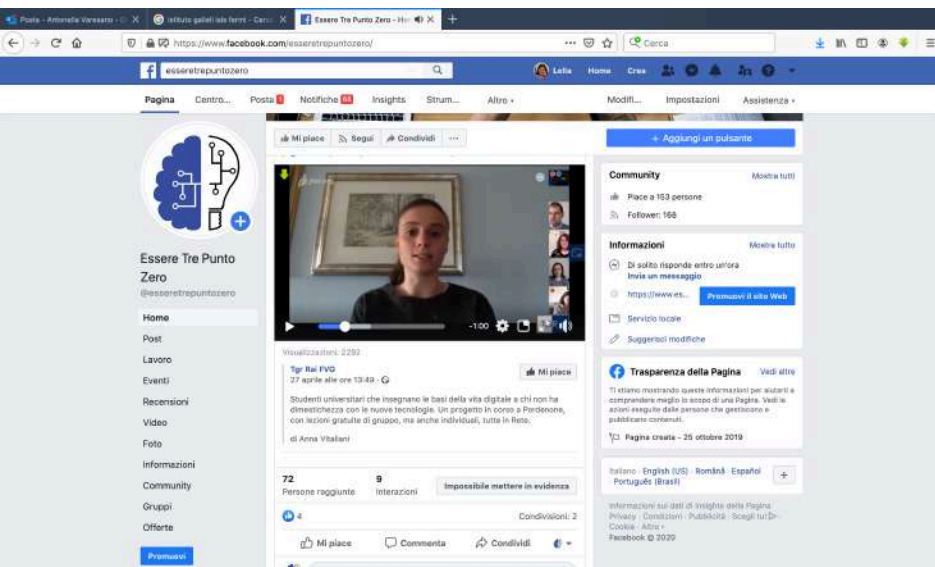
cinemazero



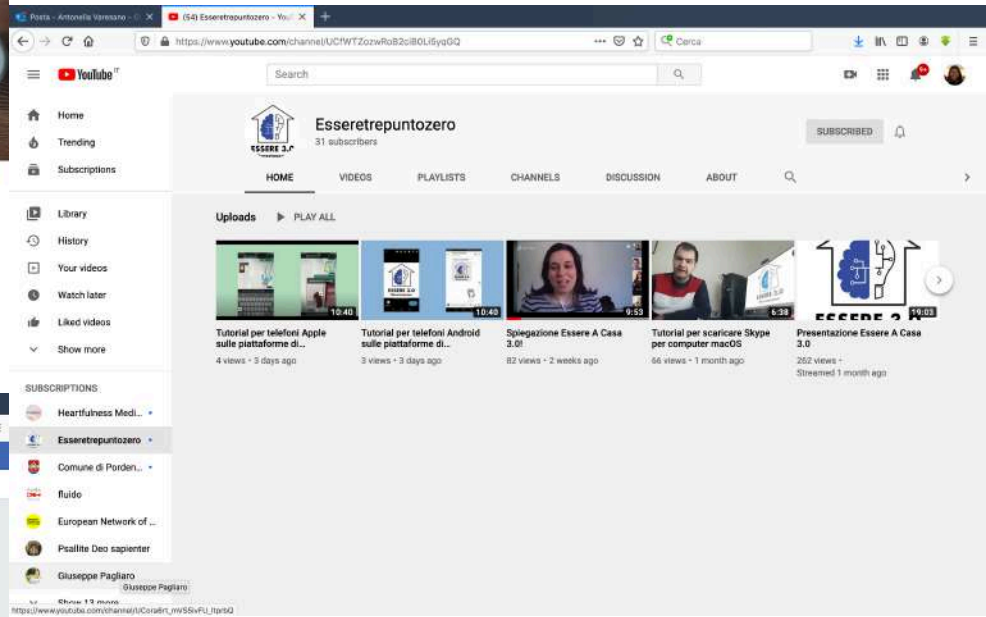
Antonella Varesano, seminario, maggio 2020



pagina FB



sito web



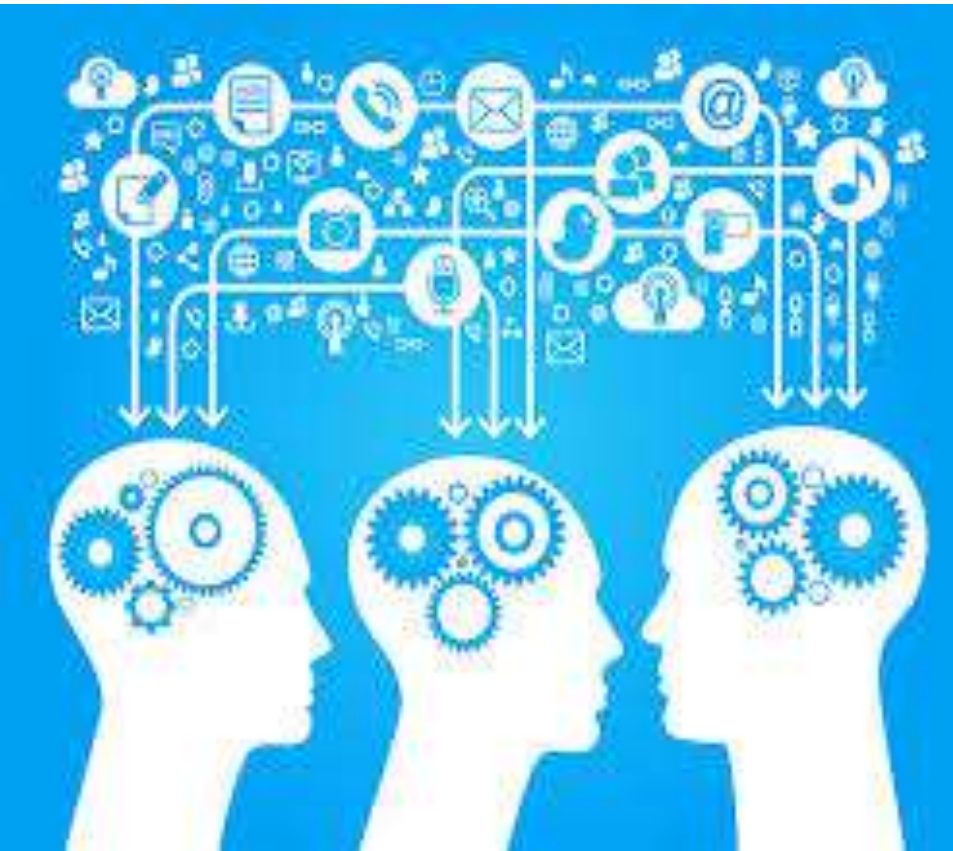
canale youtube



seminari

Martedì 5 maggio	Innovazione sociale: il futuro dei nuovi servizi digitali Di Antonella Varesano docente di social digital innovation esperta in new media e creatività	18.00 20.00
Martedì 12 maggio	Realtà aumentata nell'industria 4.0 Di Marco Venier socio della Eye Tech esperto di realtà immersiva, virtuale e aumentata	18.00 20.00
Martedì 19 maggio	Digitalizzazione pervasiva, dalla fantascienza alla realtà Di Andrea Zanni direttore del Consorzio Universitario di Pordenone, Ingegnere Informatico ed esperto in Tecnologie Cloud	18.00 20.00
Martedì 26 maggio	Usare ma non farsi usare" il corretto utilizzo di cellulari, smartphone e tablet A cura di Paolo Fedrigo, ARPA FVG Laboratorio Regionale di Educazione Ambientale	18.00 20.00

di cosa parleremo ?



1. > **potenziale innovativo offerto dai nuovi servizi digitali**
2. > **gli aspetti creativi dell'innovazione** riguardo ai temi contemporanei: **interfacce, robotica, big data, IA e in generale il futuro del web** in grado di modificare i futuri stili di vita
3. > **approccio critico di stampo teorico umanistico** vincolato alla **visione etica dell'umanesimo tecnologico**

SEMINARIO 1 _ > 5 maggio 2020 dalle 18.00 alle 20.00

I parte > SDI Social Digital Innovation



II parte > Innovazione digitale



PAUSA 10 MINUTI

III parte > Creatività



IV parte > Living lab



I parte > SDI Social Digital Innovation



> il concetto INNOVAZIONE

“Per innovazione si intende in generale quella particolare componente creativa in grado di fornire soluzioni adeguate ai bisogni emergenti del pianeta - In essa **l'aspetto creativo rimane dominante** -.

Si tratta di innovazione quando, **qualcosa di speciale, accade tra azienda e mercato**, tale abilità è una caratteristica intrinseca dell'essere umano legata alla sua creatività.

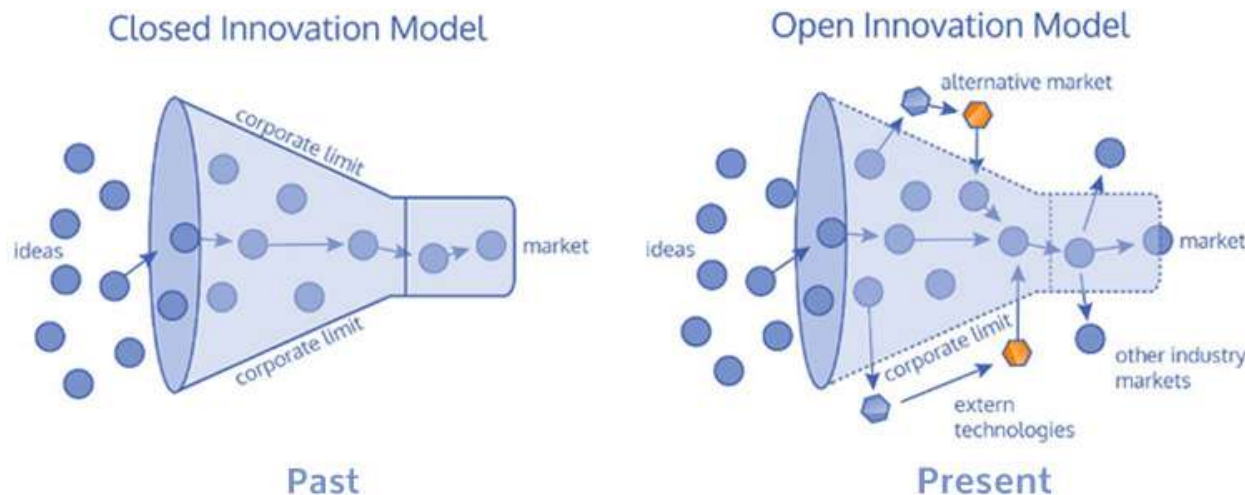
Il concetto di INNOVAZIONE inizialmente è stato limitato all'economia, Schumpeter definisce innovazione come: *The commercial or industrial application of something new – a new product, process, or method of production; a new market or source of supply; a new form of commercial, business, or financial organization* (Schumpeter (1961)).



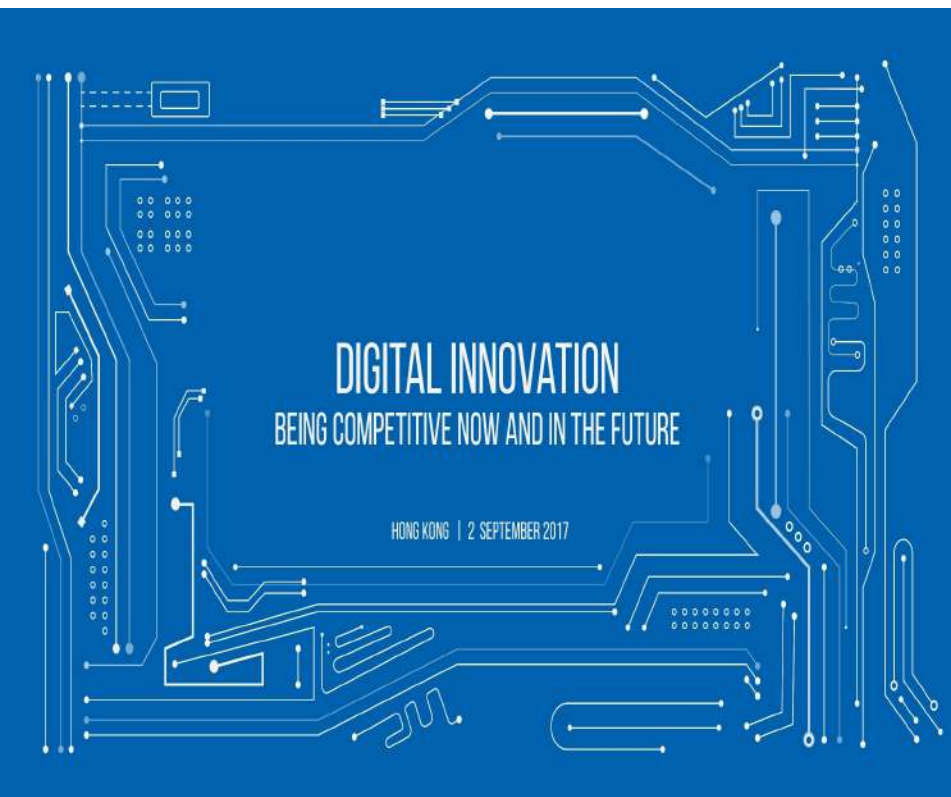
> OPEN INNOVATION

Open innovation is the use of purposive inflows and outflows of knowledge to accelerate internal innovation, and expand the markets for external use of innovation, respectively. This paradigm assumes that firms can and should use external ideas as well as internal ideas, and internal and external paths to market, as they look to advance their technology.

Henry Chesbrough, 2003 Open Innovation: Researching a New Paradigm



> DIGITAL INNOVATION



DIGITAL INNOVATION è *il termine che più in generale unisce il modo di fare innovazione attraverso l'utilizzo interno ed esterno del digitale, cioè attraverso i prodotti **INVENTATI** e attraverso gli **UTILIZZI** successivi di tali prodotti in situazione diverse e non predittive.*

Es: invento un'apparecchiatura o un software per uno scopo e poi lo utilizzo per un altro scopo.

> SOCIAL INNOVATION

SOCIAL INNOVATION:

è un approccio intersettoriale che riguarda diversi attori: centri di ricerca, azienda, organizzazioni indipendenti ma ognuna di esse propone una modalità di approccio al problema.



> SOCIAL DIGITAL INNOVATION

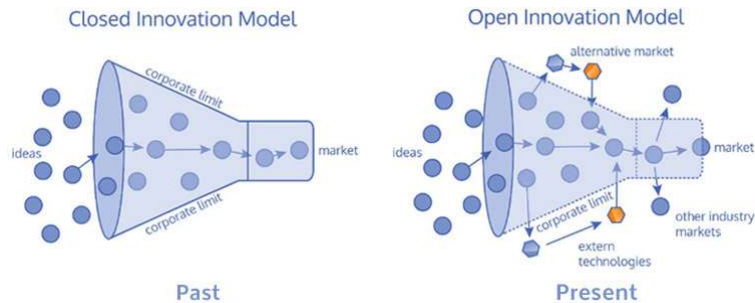
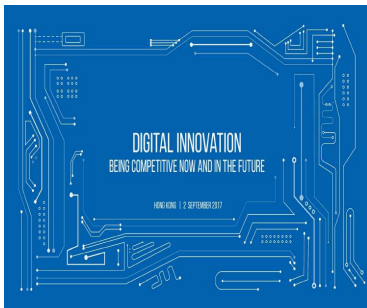
>SOCIAL DIGITAL INNOVATION:
con l'introduzione dei media digitali e
il loro potenziale di condivisione,
diventa SDI cioè un insieme di **ATTIVITA'** e
SERVIZI INNOVATIVI motivati dall'obiettivo
di **soddisfare bisogni sociali**, ma in realtà
racchiude in sé tutti i precedenti concetti e nel
tempo ha sviluppato due ulteriori sfumature.



https://st.ilsole24ore.com/bc/hitachi-socialinnovation/?utm_source=facebook&utm_medium=cpc&utm_campaign=hitachi

<https://youngfoundation.org/publications/>

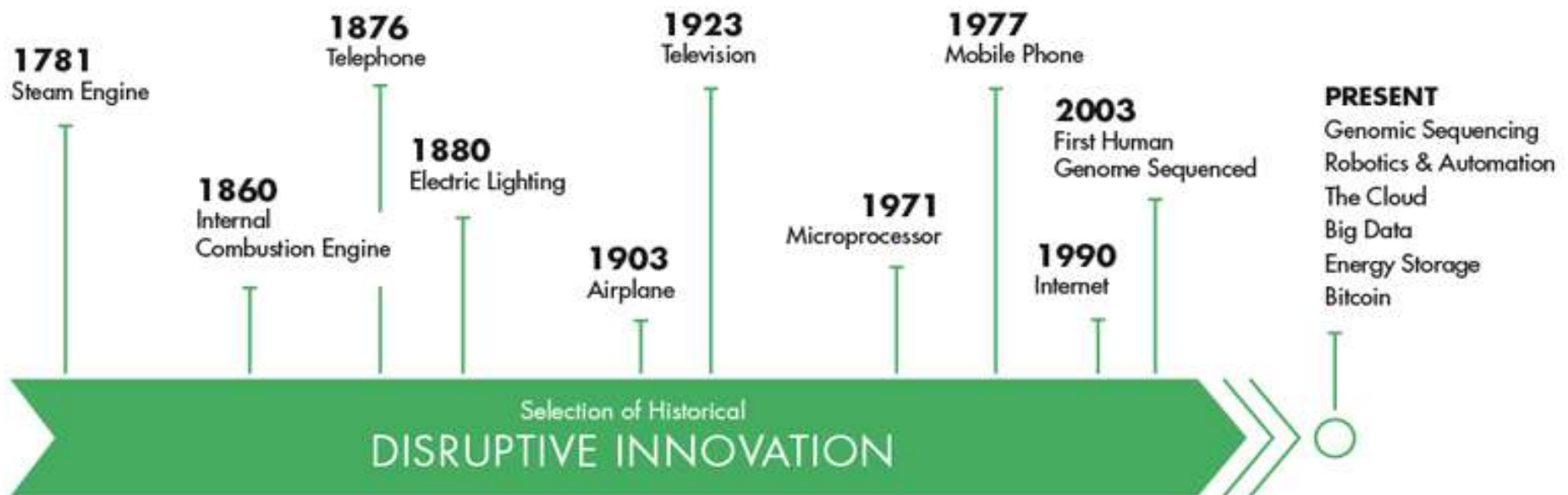
> evoluzioni



Il parte > INNOVAZIONE DIGITALE

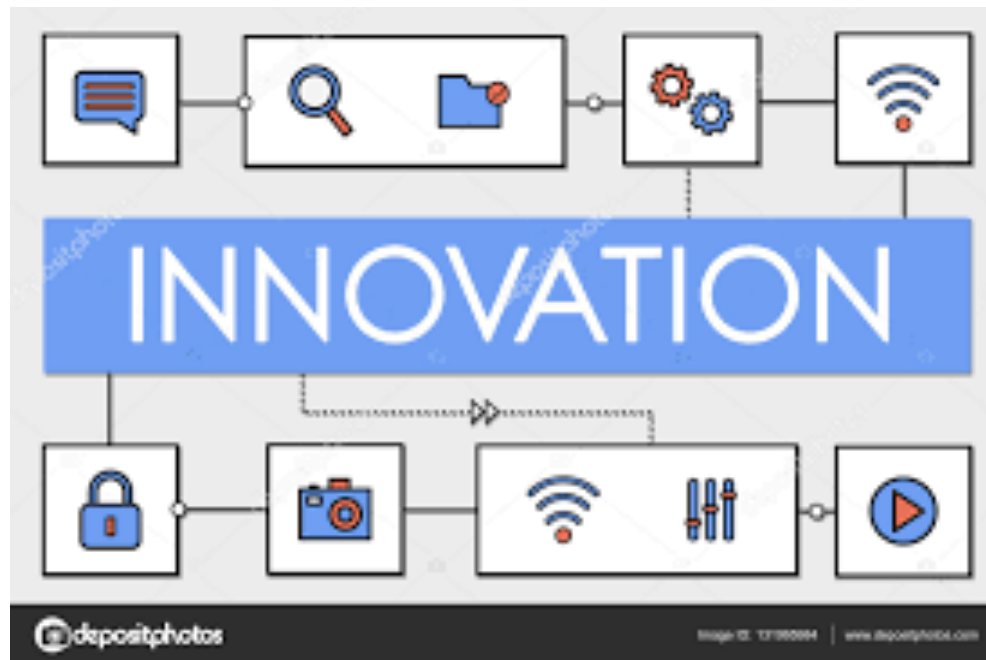


> la storia



INNOVAZIONE nel tempo

Le esperienze di innovazione in generale hanno o stanno utilizzando i media digitali in modo creativo e stanno producendo in modo graduale delle mutazioni sorprendenti che non sono state ancora comprese pienamente...

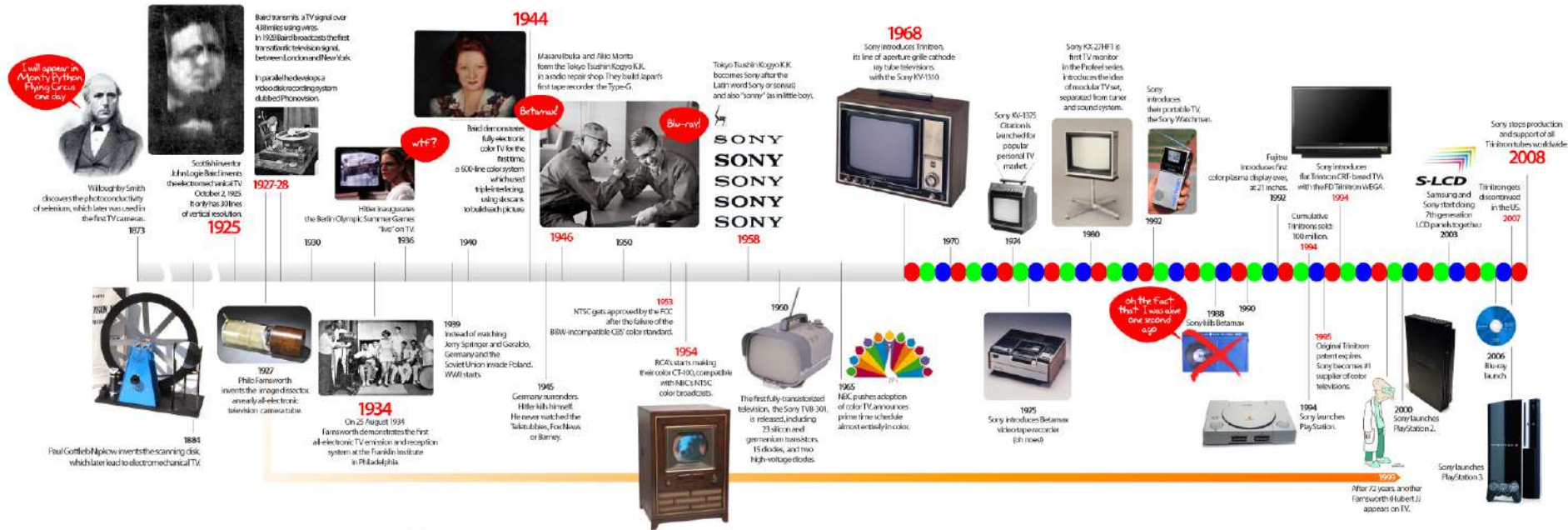


> time line 1

Timeline: Influence of digital on the mainstream

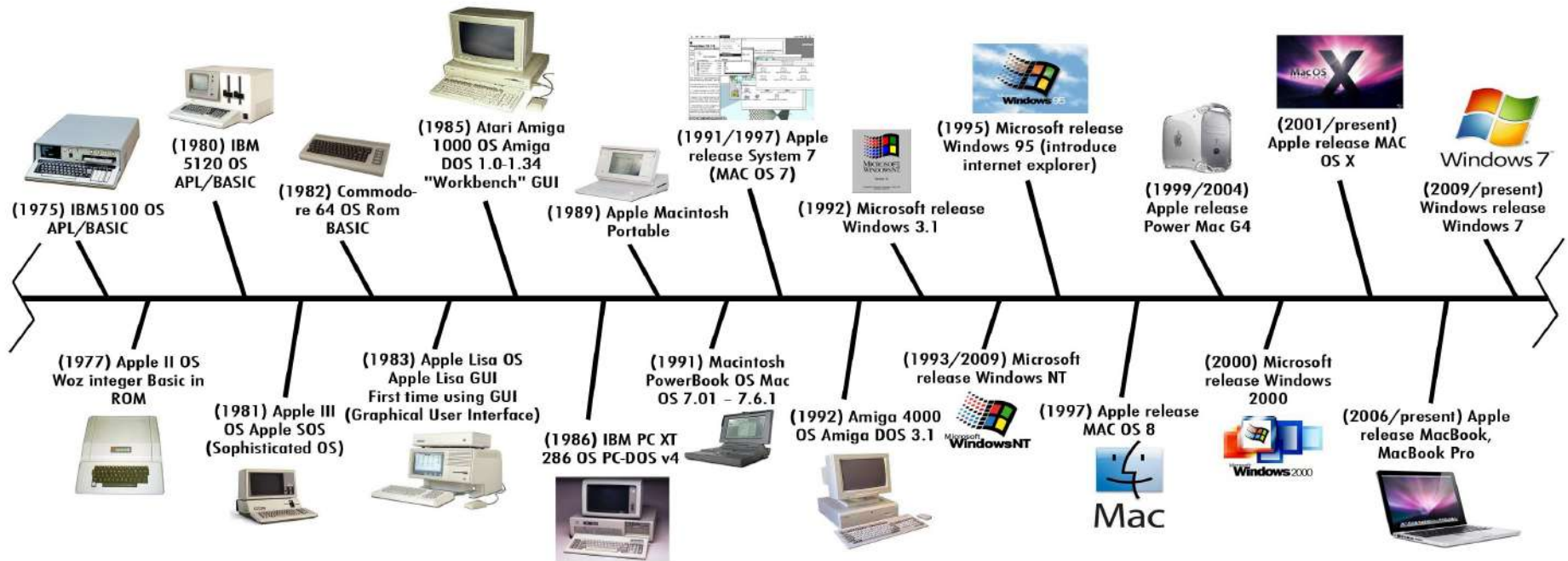


> time line 2

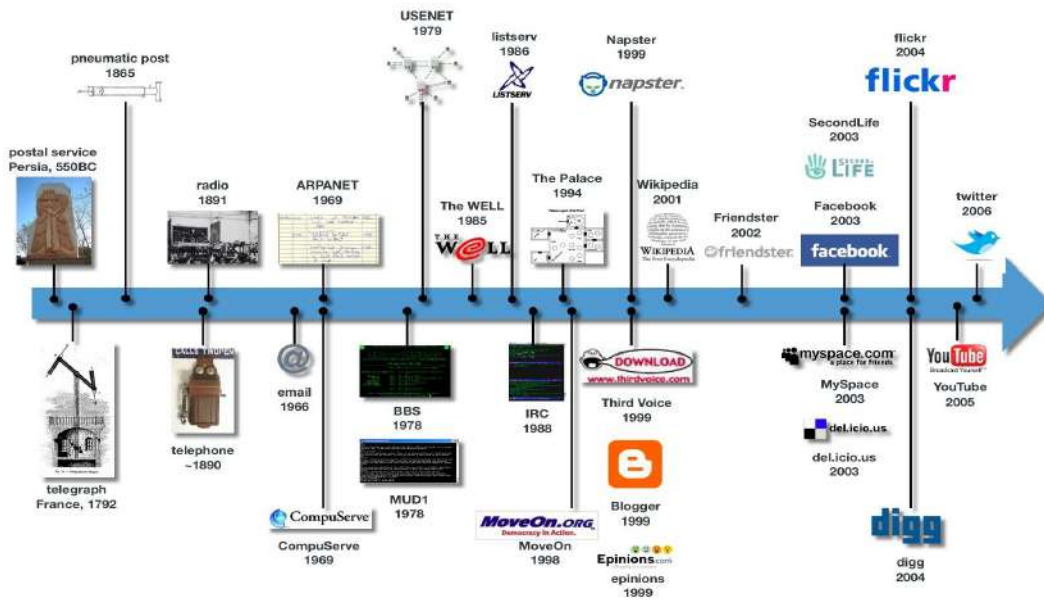


Sony Trinitron Timeline by Jesús Díaz · Gizmodo

> time line 3

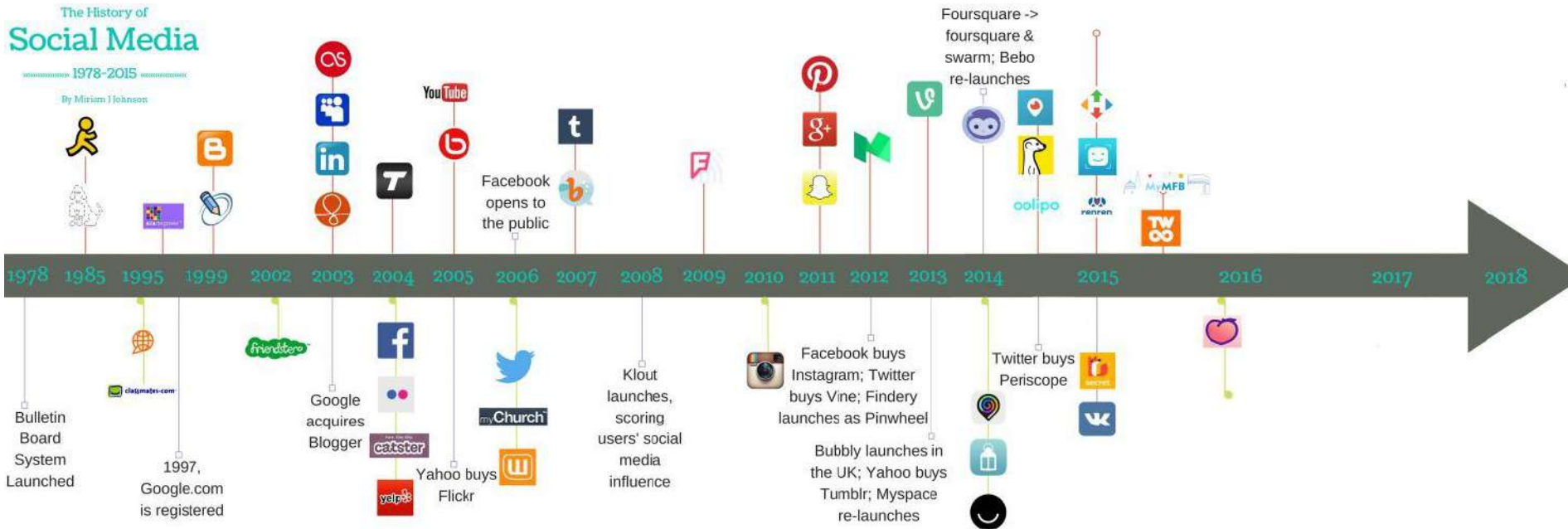


> time line 4

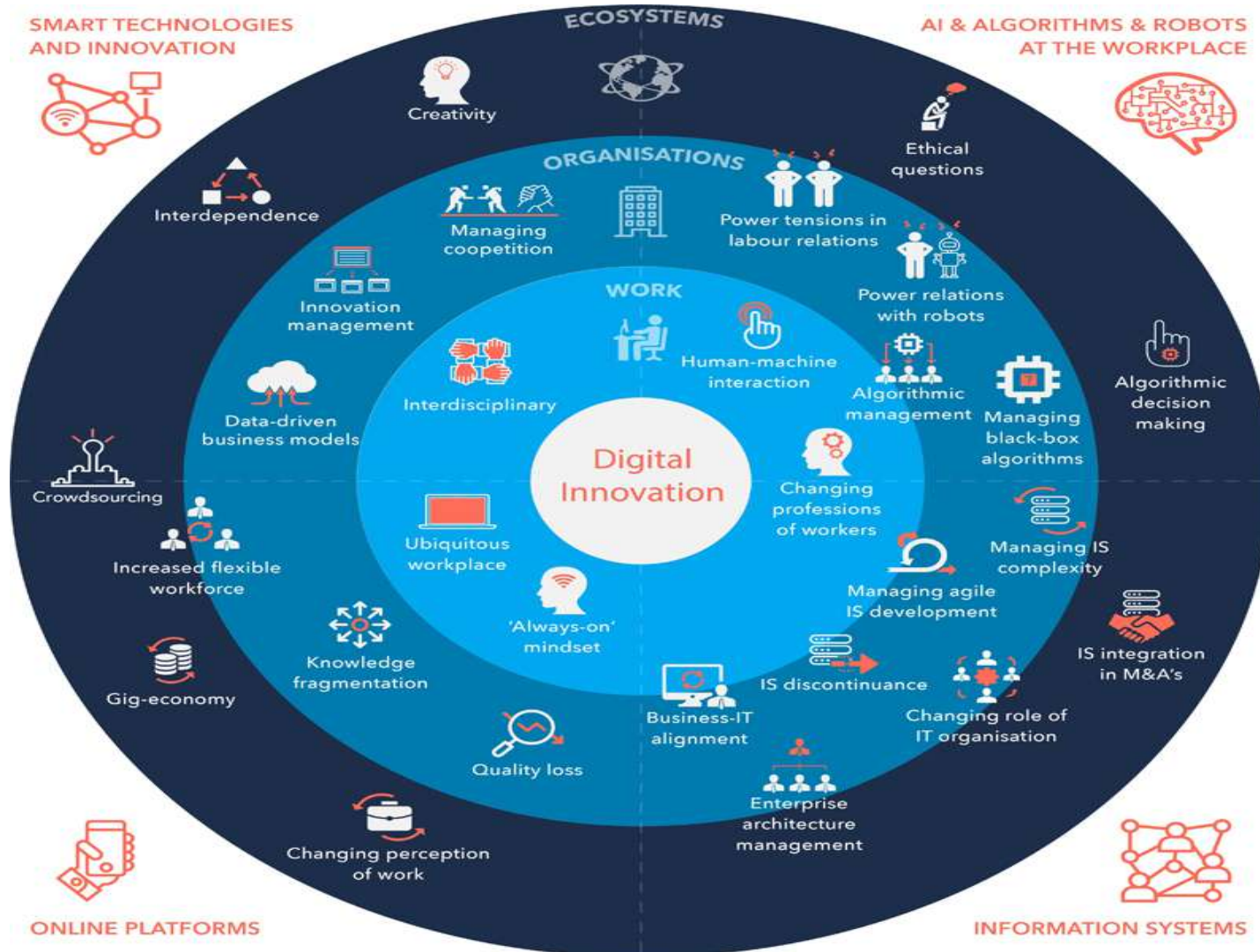


The History of Social Media

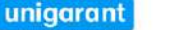
1978-2015
By Miriam Johnson



> SINERGIE



> gli attori

Human Resource Management	Banking	(Health) Insurance	Telco	Utility	Food Retail	Retail	Consumer Products	Kitchen Appliances
             	       	            	     	       	      	          	      	        

> successi

Le trasformazioni digitali di successo raggiungono i seguenti risultati:

_CLIENTI:

utilizzare le reti dei clienti per re inventare il percorso di acquisto in linea con i loro comportamenti reali

_COMPETITIVITA':

ripensare alla competitività e costruire piattaforme per offrire vantaggi competitivi

_DATI:

trasformare i dati in assets in grado di provare in tempo reale **il risultato di mercato** dei prodotti

_INNOVAZIONE:

innovare utilizzando **sperimentazioni veloci**

_VALORE:

cambio di giudizio su come la trasformazione digitale è in grado di aiutare la creazione di **nuovi modelli di business**



a alamy stock photo

CTYBD9
www.alamy.com

> casi studio

AMAZON >

AUDI >

GENERAL ELECTRIC >

LEGO >

MCDONALD'S >

STARBUCKS >



> casi studio

Chrome Archivio Modifica Visualizza Cronologia Preferiti Persone Scheda Finestra Guida 100% Mar 13:04 AirLella

YouTube 15 European health startups VC Business Insider Prime Memb The Medical Futurist

medicalfuturist.com

App Gmail Maps YouTube

TMF The Medical Futurist Magazine Services Impact Research Our vision [Subscribe](#)

Our mission

We help understand digital health technologies to bring healthcare into the 21st century.

WHO WE ARE →

[Book a keynote](#) [Check out our e-books](#)

Follow us for more 222k 81k 1,7M 90k 3k

Subscribe to our newsletter [Subscribe](#)



> INNOVAZIONE E FILOSOFIA

**DI QUALSIASI INNOVAZIONE SI
TRATTI è NECESSARIO
METTERE IN RELAZIONE**

_ INNOVAZIONE e ETICA
(hume)

_ INNOVAZIONE e FELICITA'
(aristotele)

_ INNOVAZIONE e TRADIZIONE
(stoici)



TED archivio digital innovation

The best **TED** talks on: Innovation



[VISIONARE PLAYLIST](#)

10 MINUTI DI PAUSA

III parte > LA CREATIVITA'



Zingarelli: ***Capacità creativa, facoltà inventiva, capacità di produrre nuove idee, invenzioni e opere d'arte.***

Capacità di parlare, di capire e di emettere enunciati che prima non ha mai sentito.

La conferma che **l'atto creativo è preliminare all'atto di innovare** il quale permette invece di trasformare introducendo sistemi o metodi nuovi. La creatività (fenomeno mentale) precede sempre l'innovazione (fenomeno economico, sociale e culturale) generando idee che, una volta comunicate, condivise e adottate dalla collettività, sviluppano innovazione.

> DEFINIZIONI

La creatività nasce dall' **integrazione di pensiero logico e pensiero analogico**. Il primo tipo di pensiero procede per sequenze lineari: cause ed effetti, premesse e conseguenze.

Coinvolge essenzialmente l'emisfero cerebrale sinistro, dove si trovano i centri del linguaggio. Il secondo tipo di pensiero procede in modo non sequenziale ma per somiglianze, analogie appunto, e differenze, simmetrie e asimmetrie. Coinvolge in prevalenza l'emisfero cerebrale destro, dove si trovano i centri della visione.

La creatività è

*** una abilità**

**** una attitudine**

***** un processo**

Guilford's Test of Divergent Thinking

History of the test

- During World War II, psychologist J.P. Guilford developed tests that selected certain individuals to enter a pilot's training program. His interests on isolating different types of thinking for different tasks continued after the war as he sought to understand human intelligence and talent.



Use the circles as a prompt for drawing. Draw for two minutes.

Anna					
	face	face	face	face	face
Benji					
	face	wheel	ball		
Carol					
	wheel	wheel	ball		
Darlène					
	bomb	balloon			
Eric					
	face	face	face		

> CONCETTO DI CREATIVITA'

J.P. Guilford nel 1950 pubblica un articolo dal titolo **Creativity in American Psychologist**, dove accanto al pensiero convergente o verticale (logico deduttivo), che aveva caratterizzato la ricerca scientifica del passato, individua un pensiero divergente o laterale meno vincolato a schemi rigidi ed in grado di produrre molteplici alternative.

> CONCETTO DI CREATIVITA'

Molte sono state, in seguito, le ricerche e gli autori che si sono occupati di creatività, tra i quali vale la pena di citare: A. Osborn, G. Wallas, H. Gardner e E. De Bono ampiamente ricordati da Arieti e Munari.

Tutti sono concordi nel credere che la creatività è un valore ed in quanto tale vada indagato in modo serio.

BRAINSTORMING



Alex Osborn, advertising writer of the fifties and sixties, has contributed many very powerful creative thinking techniques.

Brainstorming is the best known and certainly one of the most powerful idea generating technique.

Osborne, padre del **Brainstorming** elaborò la tecnica nel 1939 con 4 regole fondamentali:

1. evitare la critica ed i pregiudizi;
2. andare a ruota libera;
3. privilegiare la quantità e non la qualità;
4. cercare la combinazione e il miglioramento.

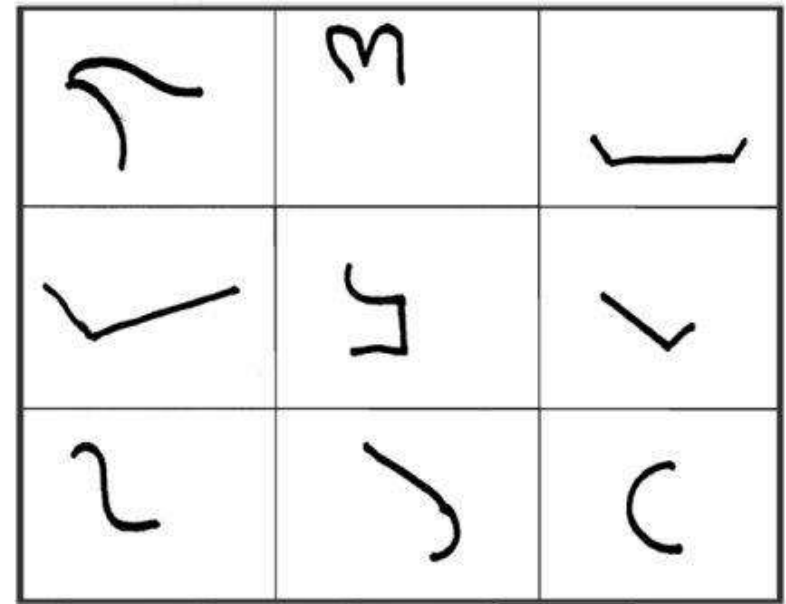


> CONCETTO DI CREATIVITA'

Il concetto di **Creative Thinking** di Torrance (1974) lo ha condotto alla formulazione del famoso test TTCT Torrance Test Of Creative Thinking.

Nel 1966, Torrance sviluppa uno standard di riferimento nella valutazione della creatività. Nato dai lavori di Guilford sul pensiero divergente questo semplice test comprende alcuni test di pensiero divergente ad altri di *problem solving* divisi in 4 scale di competenza:

1. **Fluidità:** numero di interpretazioni significative e idee rilevanti in risposta a vari stimoli;
2. **Flessibilità:** numero di differenti categorie di risposte rilevante;
3. **Originalità:** rarità statistica delle risposte;
4. **Elaborazione:** numero dei dettagli nelle risposte.

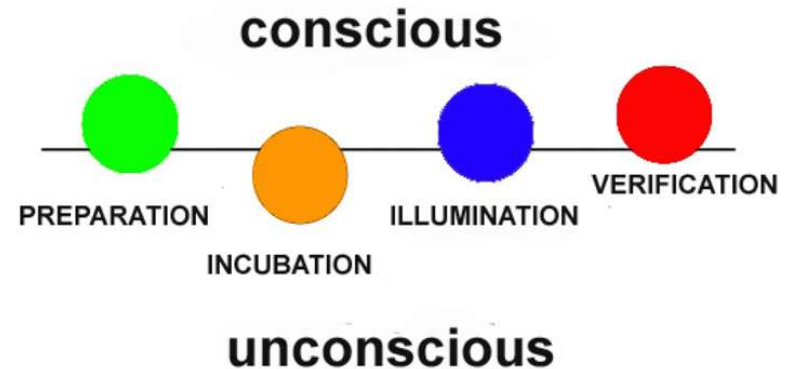


1. PROCESSO CREATIVO di ARIETI



> CREATIVITA'

WALLAS MODEL



2. LE COSTANTI di MUNARI

> SILVANO ARIETI 1914-1981



Silvano Arieti è una figura complessa, nasce a Pisa nel 1914, si laurea in medicina ma è costretto a fuggire negli Stati Uniti, a causa delle leggi razziali, dove si specializza in psichiatria e psicoanalisi.

Si inserisce nella corrente della psichiatria psicodinamica di Fromm-Reichmann e fin dagli inizi apre la sua ricerca a molteplici approcci che spaziano dalle neuroscienze alla psicologia del profondo.

Arieti era particolarmente interessato a ricerche interdisciplinari, sviluppate in collaborazione fra studiosi di formazione neurobiologica e studiosi di formazione psicoanalitica.

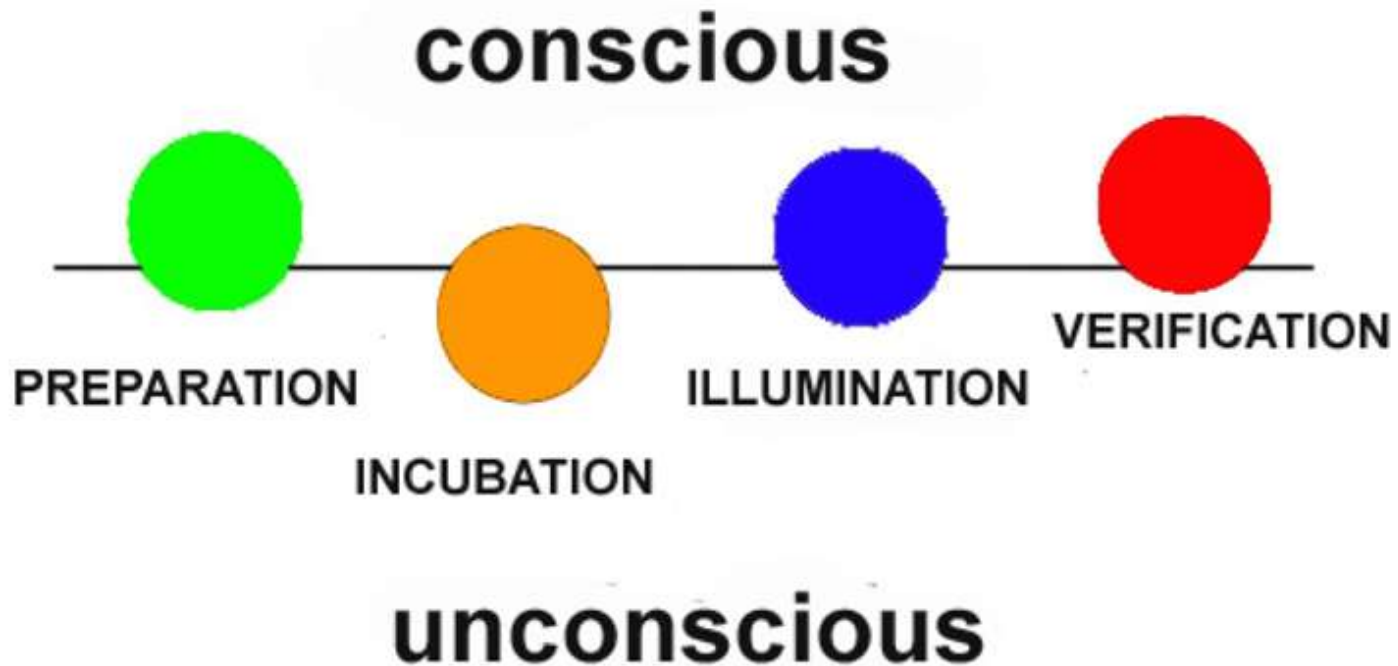
Ha dedicato buona parte dei suoi studi all'analisi del processo creativo.

... ma nel processo creativo qual'è la parte veramente creativa?



MODELLO DI WALLAS

WALLAS MODEL



> IL PROCESSO CREATIVO

2 costanti o presupposti fondamentali da analizzare :

_ CONTINGENZE OCCASIONALI che sono stimoli esterni;

_ IMMAGINAZIONE E COGNIZIONE AMORFA o ENDOCETTO

che riguardano la vita psichica dell'individuo



> IL PROCESSO CREATIVO

“Questo libro si occupa dello svolgersi del processo creativo e dell’emergere del prodotto creativo, come pure del rapporto tra società e creatività e della promozione della creatività “ pag.13.



Per Arieti la **CREATIVITA'** è **UNA SINTESI MAGICA**, generativa ma prima di tutto è una rinuncia ai *cliché*, sia interni che esterni all'individuo, una rinuncia ai ruoli prestabiliti dall'educazione in termini di prevedibilità. La natura umana è già creativa, ma viene piegata attraverso all'educazione a non esserlo, viene quindi addestrata e non educata.

> L'ILLUMINAZIONE, INSIGHT, VISIONE

Nella selezione tra quelle utili e quelle inutili ci sono due ipotesi:

1. **la qualità estetica** della combinazione, forse la mente con un delicato setaccio lascia passare solo le combinazioni che colpiscono per **bellezza ed eleganza**;
2. non tutte le idee possibili ma le idee che hanno a che fare con **l'oggetto di studio**



> BRUNO MUNARI 1907- 1998

Bruno Munari nasce a Milano nel 1907, è una della grandi figure del design e della cultura del XX secolo. Ha vissuto i periodi più significativi dell'arte e del progetto della scena milanese diventandone un assoluto protagonista sin dagli anni '30,



> DIFFERENZE

FANTASIA > è la facoltà più libera delle altre, può anche non tener conto della realizzabilità o del funzionamento di ciò che ha pensato, è libera di pensare qualunque cosa, anche la più assurda, incredibile ed impossibile.

INVENZIONE > usa la stessa tecnica della fantasia, cioè la relazione tra ciò che si conosce, ma finalizzandola ad un uso pratico. Inventare vuol dire pensare o immaginare qualcosa che prima non c'era, scoprire vuol dire trovare qualcosa che prima non si conosceva ma che esisteva.

CREATIVITA' > anch'essa è un uso finalizzato della fantasia, anzi della fantasia e dell'invenzione in modo globale ma nasce e si nutre di diverse esperienze ed è proprio grazie ad esse che ha in sé una capacità generativa.

IMMAGINAZIONE > è il mezzo per visualizzare, per rendere visibile ciò che la fantasia, l'invenzione e la creatività pensano, Mentre la fantasia, l'invenzione e la creatività producono qualcosa che prima non c'era, l'immaginazione può pensare anche qualcosa che già esiste ma che al momento non è tra noi perchè **l'immaginazione non è necessariamente creativa.**

> LE COSTANTI

Per capire come funzionano: fantasia, invenzione, creatività, immaginazione è importante individuare le operazioni fatte dalla memoria **mettendo in relazione dei DATI NOTI**



> **ROVESCIARE** la situazione cioè pensare al contrario, il mondo alla rovescia, es: FUOCO FREDDO.

> **RIPETIZIONI** senza mutazioni di qualcosa, tanti invece di uno o moltiplicare le parti di un insieme, es: IL DRAGO DALLE 7 TESTE.

> **RELAZIONI** tra affinità visive o funzionali, es: GAMBA DEL TAVOLO = GAMBA DI UN ANIMALE

> **SOSTITUZIONI** o cambi di qualcosa, di colore, di contesto, di materia, di funzione, di dimensione, di movimento etc.,
es: IL PANE BLU.

> **METTERE IN RELAZIONE** più cose diverse per farne una cosa unica, più cose che diventano una cosa sola,
es: ANIMALI FANTASTICI.

> **LA RELAZIONE TRA RELAZIONI**, qualcosa che è in un posto non suo ma in un modo molto strutturato e complesso anche culturalmente, es: UN GATTO BLU, LEGGERISSIMO ANCORATO CON UN PESO MA ALTO TRE METRI.

Il pensiero pensa l'immaginazione vede



> SIMULTANEAMENTE



Il mondo esterno all'individuo viene esplorato dall'intelligenza mediante manipolazioni e operazioni logiche, allo scopo di cercare di capire le cose ed i fenomeni che sono intorno a noi. La vista, l'udito, il tatto e tutti gli altri recettori sensoriali si mettono in azione **simultaneamente** e l'intelligenza cerca di coordinare ogni tipo di sensazione per rendersi conto di ciò che succede. Tutto ciò che viene capito viene poi fissato nella memoria, nei tre settori principali, in quello di breve durata in quello di lunga e in quello con funzioni generiche.

TED > JOHN MAEDA SIMPLICITY



TED > TIM BROWN CREATIVITY



IV parte > LIVING LAB



> IL TERMINE

— **LIVING LAB** è un concetto ed approccio all'attività di ricerca, incentrato sull'utente e sull'ecosistema di Open innovation, operando spesso in un contesto territoriale (città, agglomerato urbano, regione) e integrando processi d'innovazione e di ricerca in una partnership tra persone e tra pubblico e privato.

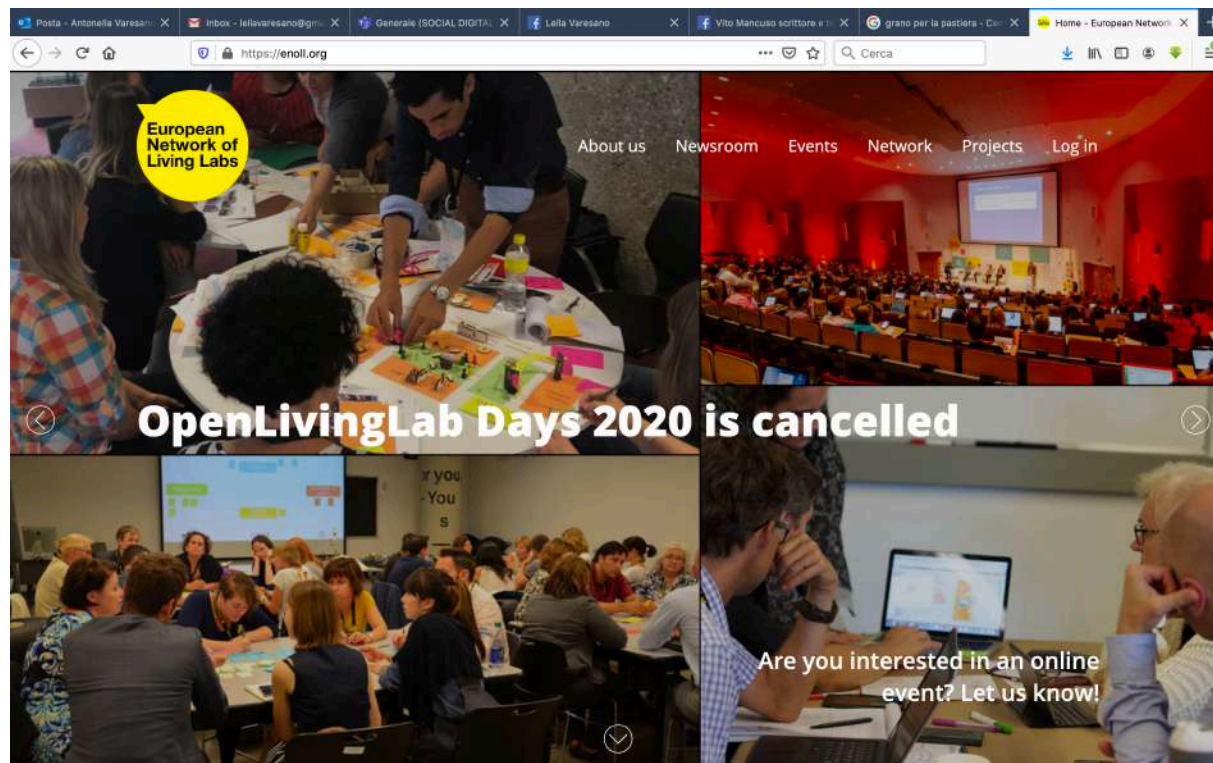
I LL sono basati su un approccio di co-creazione sistematica e di processi di innovazione e ricerca integrati attraverso :

- la co-creazione, l'esplorazione, la sperimentazione e la valutazione di
- idee innovative, scenari, concetti e relativi manufatti tecnologici in casi d'uso reali.

Questi casi d'uso coinvolgono le comunità d'utenti, non solamente come soggetti osservanti ma anche come fonti di creazione. Questo approccio permette a tutte le parti interessate di considerare sia le prestazioni globale del prodotto o servizio che la sua potenziale adozione da parte degli utenti.

> LIVING LAB

- > In Europa i Living Lab sono stati utilizzati come **politica per stimolare e accelerare l'innovazione industriale e sociale** attraverso la partecipazione diretta degli utenti nello sviluppo e nella validazione delle innovazioni.
- > Un circolo virtuoso di governance basato sulla conoscenza e un modello a tre soggetti: il settore pubblico, il mondo della ricerca e il mercato.
- > L'esperienza europea ha poi puntato molto sul **mettere in rete le iniziative esistenti**, costituendo l' European Network of Living Labs (EnoLL) per il coordinamento dei progetti in corso.



> NETWORK

The European Network of Living Labs (ENoLL) is the international federation of benchmarked Living Labs in Europe and worldwide.

ENoLL provides co-creation, user engagement, test and experimentation facilities targeting innovation in many different domains such as energy, media, mobility, healthcare, agrifood, etc.



**European
Network of
Living Labs**

ENoLL è in una posizione ideale per fungere da piattaforma per lo scambio, l'apprendimento e il supporto delle migliori pratiche e lo sviluppo del progetto internazionale di Living Lab.

> EUROPA

In **Italia** prevale l'uso dei **living labs** per **l'industria creativa e l'e-learning**, ma ci sono anche molteplici esperienze legate alla mobilità urbana, forse anche per la diffusione dell'idea di smart city, e all'e-health e il mantenimento in buona salute. In Italia, infine, è trainante il settore pubblico rispetto ai laboratori hi-tech e alle aziende ICT.



> **LA SPAGNA** è la nazione che ha dimostrato di credere maggiormente nel modello, e infatti ha **47 esperienze** al suo attivo, seguita dalla Francia con **38 living labs**.

> **L'ITALIA** si posiziona immediatamente dopo, terza in Europa, prima di Regno Unito, Finlandia, Germania e Portogallo, con **23 realtà** di living labs, distribuite soprattutto al centro tra Toscana, Emilia Romagna e Lazio.

> VIDEO LIST

Firefox File Modifica Visualizza Cronologia Segnalibri Strumenti Finestra Aiuto

follow up - fellavaresano... European Network of Living... Posta - antonella.varesan... +

https://vimeo.com/openlivinglabs Cerca

vimeo Join Log in Pricing Features Watch Stock NEW

Search videos, people, and more Upload

Following Likes About More

Message Follow

European Network of Living Labs

71 Videos | 34 Followers | 4 Likes

The European Network of Living Labs (ENOll) is the international federation of benchmarked Living Labs in Europe and worldwide. Founded in November 2006 under the... [Read more](#)



Opportunities and Limits for Living Labs as key actors for SDGs
European Network of Living Labs | 23 plays



What are Living Labs? U4IoT explains
European Network of Living Labs | 141 plays

Taskbar icons: various applications including browser, file explorer, and creative tools.

> VIDEO

Firefox File Modifica Visualizza Cronologia Segnalibri Strumenti Finestra Aiuto

follow up - Iellavaresano... What are Living Labs? ... Posta - antonella.varesan... +

https://vimeo.com/275820503 Cerca

vimeo Join Log in Pricing Features Watch Stock NEW

Search videos, people, and more Upload

Co-Creation

Multi-Method Approaches

Real-Life Setting

LIVING LAB

User Engagement

Multi-Stakeholder Participation

What are Living Labs? U4IoT explains

9 months ago | More

European Network of Living Labs PLUS + Follow

More from European Network of Living Labs

Autoplay next video

What are Living L... European Network of Living Labs

> CASI

Firefox File Modifica Visualizza Cronologia Segnalibri Strumenti Finestra Aiuto

follow up - Iellavaresano... x Cosa sono i living labs? - ... x Home - European Networ... x Home - European Networ... x Posta - antonella.varesan... x

livinglabs.regione.puglia.it/~cosa-sono-i-living-labs-

Entra ▼

LivingLabs^{ict}
Apulia innovation in progress

UNIONE EUROPEA REGIONE PUGLIA

Home Il Progetto I Protagonisti Aree D'intervento Partecipa Community Livinglabs Network Contatti

Living Labs > Home > Cosa sono i living labs?

Contenuto Taggato < Torna alla Pagina Piena

Cosa sono i living labs?

 "Living Labs" un nuovo paradigma per l'innovazione

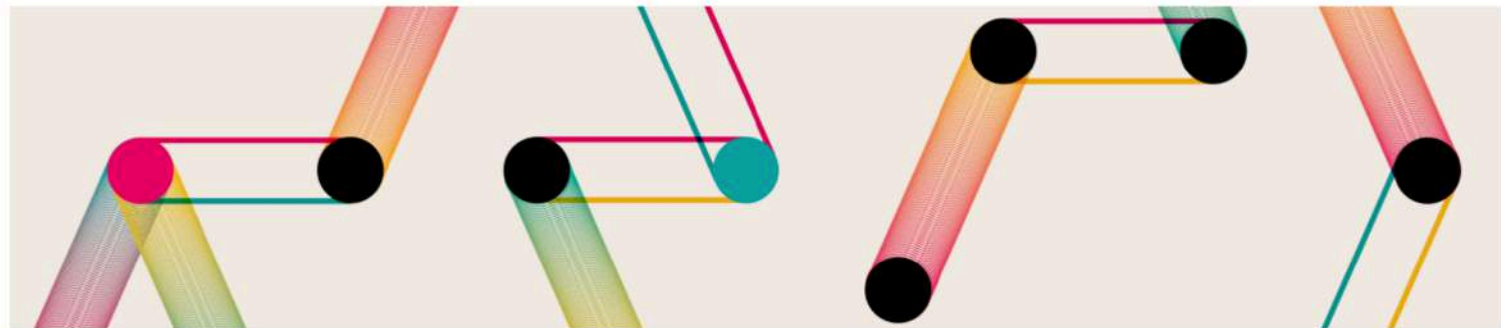
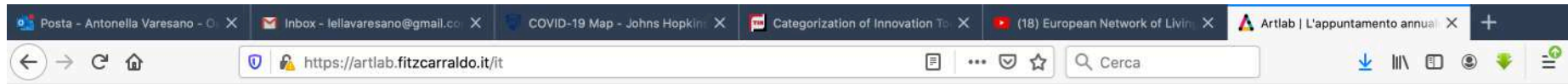
Sono 274 nel mondo, i "living labs" per la maggior parte distribuiti in Europa dove ce ne sono addirittura 227, ma cosa sono realmente?

Sono esperienze sulle quali si è teorizzato già negli ultimi anni del secolo scorso, ma è stato nel 2003, al MIT di Boston, che è stato elaborato il modello operativo dei living labs che definisce l'innovazione come un processo collaborativo di co-produzione e co-creazione di servizi innovativi per studiare la gente e la loro interazione con le nuove tecnologie in ambienti di vita reale.

Sul sito del MIT living labs si legge: "La convergenza di globalizzazione, cambiamenti demografici, e urbanizzazione sta trasformando quasi ogni aspetto della nostra vita. Siamo di fronte a nuove scelte su dove e come lavorare, vivere, viaggiare, comunicare e mantenersi in buona salute. In definitiva, le nostre società si trasformano. MIT Living Labs riunisce

Trasferimento dati da syndication.twitter.com...

> CASI



ArtLab è la piattaforma indipendente italiana dedicata all'innovazione delle politiche, dei programmi e delle pratiche culturali.

NEWS

Le ultime notizie dal mondo di ArtLab



Posta - Antonella Varesano X Inbox - lellavaresano@gmail.com X Generale (SOCIAL DIGITAL X Lella Varesano X Vito Mancuso scrittore e tr X grano per la pastiera - Cer X Home - Torino City Lab X

https://www.torinocitylab.it/ Cerca

TORINO CITYLAB La politica di innovazione della città di Torino CITTÀ DI TORINO Italiano (IT) Login Menu

Welcome TO City Lab

Innovation | Testing | Openness

Play

GENERAL MOTORS GLOBAL PROPULSION SYSTEMS

iren

THAI DANCE

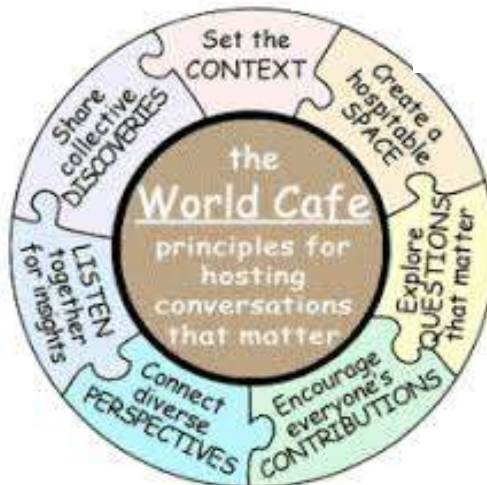
javascript:void(0)

> Step 1

CO-SENSING : time for an exploration of the field,
time for observation of existing, time to think about goals



Generating collective intelligence and insight through high quality conversation



The Cycle of Storytelling - Davila

The Three T Model of Storytelling

The 'Telling'	The 'Tale'	The 'Talk'
- the actual process of the telling of the story. - It places emphasis on the non-verbal aspects of the communication taking place. - Eg: facial expression, tone of voice, gesture and body language.	- refers to the content of a story, be it told, read aloud or alone, or seen in a movie or TV. - Whatever the story there is always a message that is conveyed.	refers to the conversation that may happen between teller and listeners, where either might comment on the story either as the story is taking place, if a story is being told, or afterwards.

> Step 2

**STEP 2 | CO-PRESENCING : time for idea generation,
time to think about new ideas**

Interpersonal

T_{alk}
E_{valuate}
A_{ssist}
M_{otivate}

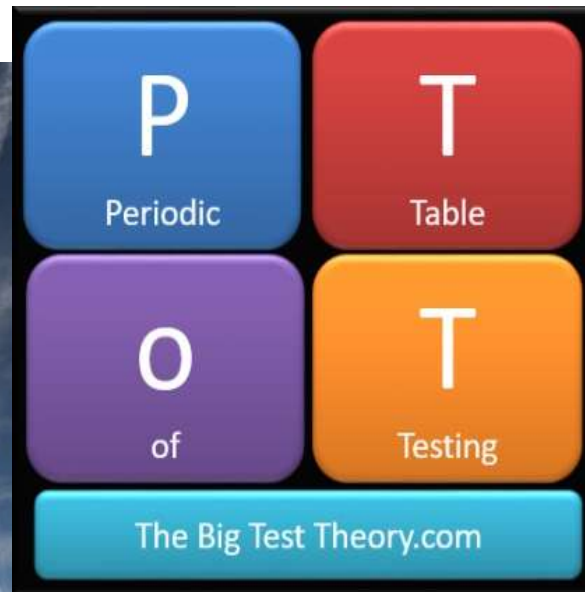
Analytical

F_{rame}
O_{rganize}
C_{ollect}
U_{nderstand}
S_{ynthesize}



> Step 3

STEP 3 | CO-CREATION : time for development, experimentation,
create and test the future



> Step 4

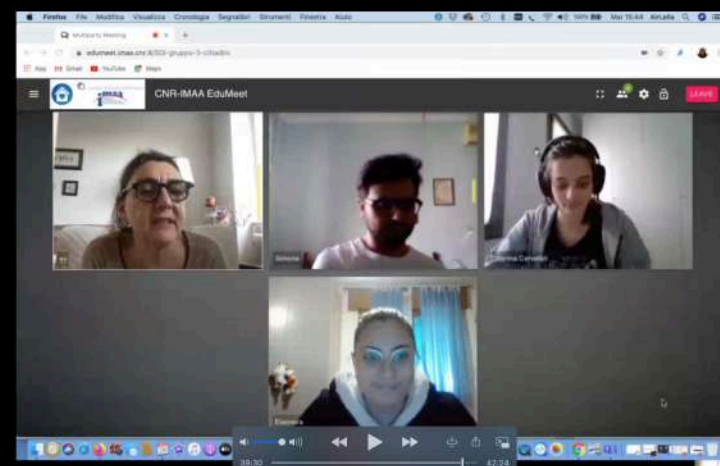
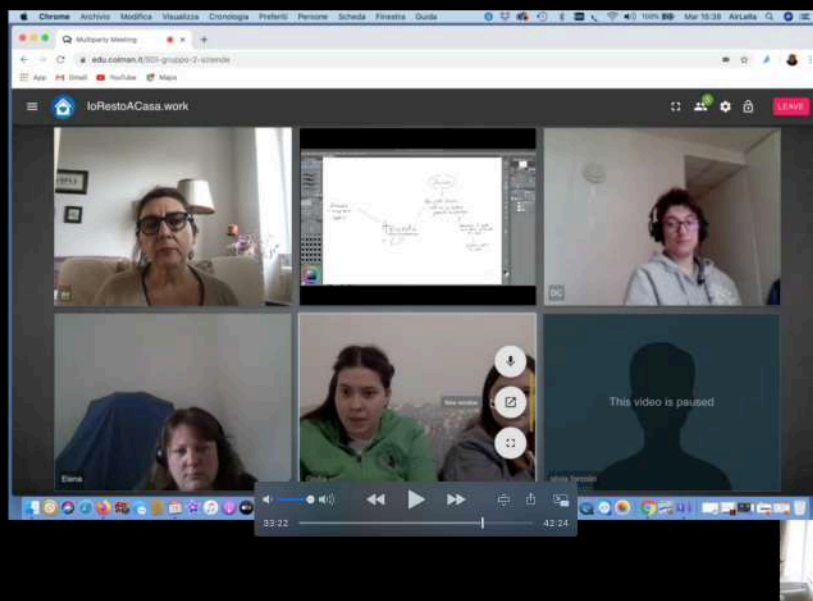
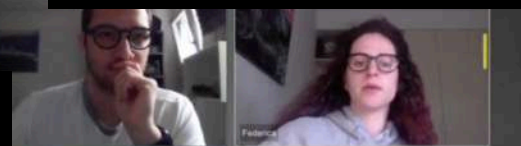
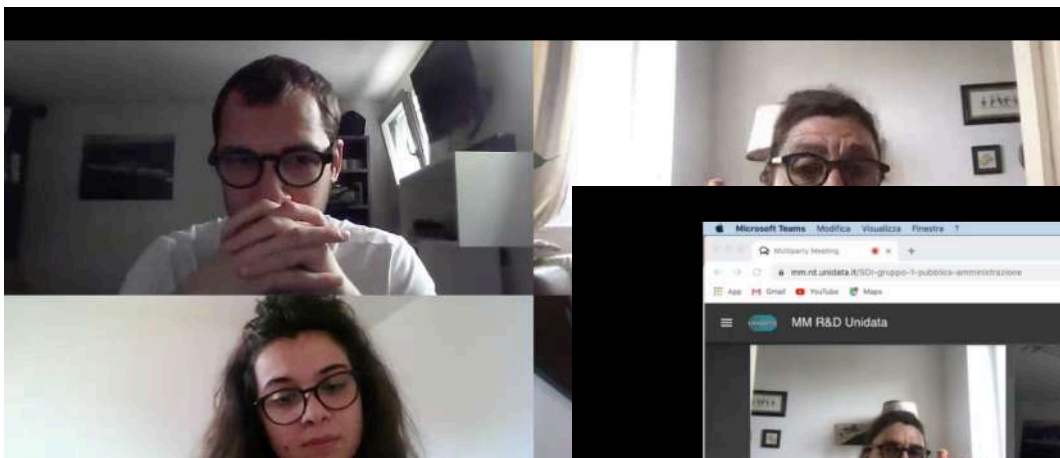
STEP 4 | VALIDATION : time to deliver the conclusion for the finalization of the new idea



> STUDENTI LAB 2019



> STUDENTI LAB 2020



> RESILIENZA



- La teoria della resilienza ha come obiettivo i sistemi sociali-ecologici collegati ad individui, organizzazioni comunità, regioni e pianeta. Come teoria interdisciplinare, rappresenta l'intersezione tra psicologia, ecologia, teoria organizzativa, studi di comunità ed economia.
- È simile alla scienza della sostenibilità in quanto è un approccio di tutto il sistema ma differisce dal fatto che **si concentra sull'equilibrio tra continuità e cambiamento, un ciclo continuo (o infinito) di rilascio, riorganizzazione, crescita e consolidamento che caratterizza tutti i sistemi viventi resilienti.**

SOCIAL INNOVATION SUMMIT > washington



SOCIAL
INNOVATION
SUMMIT 2020

[MODIFY REGISTRATION](#)

[REGISTER](#)

JUNE 2-3, 2020
THE CONRAD HOTEL
WASHINGTON, D.C.

[HOME](#)

[AGENDA](#)

[SPEAKERS](#)

[ATTENDEES](#)

[PARTNERS](#)

[LOCATION](#)

[UPCOMING](#)

[CONTACT US](#)

**BUSINESS INNOVATION
MEETS SOCIAL
TRANSFORMATION**

[REGISTER TODAY](#)



> world economic forum



[Agenda](#) [Platforms](#) [Reports](#) [Events](#) [About](#)

[English](#) ▼

[TopLink](#)



[Global Agenda](#) [COVID-19](#) [Fourth Industrial Revolution](#) [Tech for Good](#)

How personal data could help contribute to a COVID-19 solution



A woman wearing protective mask and gloves uses her phone in a Mass Rapid Transit train in Kuala Lumpur, Malaysia.

Image: REUTERS/Lim Huey Teng

> TESTO DI RIFERIMENTO

>> Interfacce e creatività <<

Il testo è una rivisitazione della tesi di dottorato, già pubblicata nel 2010, riproposta dopo circa dieci anni in una versione adattata ed aggiornata per gli studenti della materia SDI Social Digital Innovation. Lo studio approfondisce il ruolo degli aspetti creativi, empatici ed emozionali, legati al concetto di atmosfera e di contesto, per scenari dedicati all'Interaction Design di nuova generazione. La ricerca si occupa principalmente dei concetti di interazione e di interfaccia, per sostenere la tesi che l'utilizzo della creatività nella progettazione di prodotti interattivi - se applicata per creare atmosfere emozionali - ne consente il miglioramento. Il lavoro è stato arricchito dall'analisi delle sorti future dei servizi e dei prodotti digitali che proporranno l'evolversi di nuovi stili di vita, legati alle nuove modalità di comunicazione tra esseri umani ed oggetti in grado di ri-definire i modi di vivere, di agire e di pensare. Il potenziale dispiegato è immenso e il panorama è in continuo mutamento, la sfida della tecnologia risiede da sempre nel suo utilizzo e nel fare in modo che possa migliorare la vita di tutti.



Studiosa di linguaggi, new media, interfacce e strategie comunicative digitali, specializzata nell'utilizzo creativo delle tecnologie dal 1986, ha diretto il Newmedialab di Trieste, insegnato in diverse università, autrice di Nuovi Media magma di linguaggi, ha diffuso il concetto di umanesimo tecnologico in ambienti pubblici e privati. Usa la bici.



978-620-2-08712-4

varesano



antonella varesano

>> Interfacce e creatività <<

... metodologie innovative per i servizi digitali...

grazie

del vostro

tempo