

02

Define



Questa sezione aiuterà gli operatori nella seconda fase del modello Design Thinking for Social Change: definire il problema.

Per esempio, la difficoltà di apprendimento dovuta al Covid-19 o aumentare le competenze digitali degli educatori.



Lo scopo di questa fase è quello di "definire"/focalizzare i problemi e le sfide. Sulla base dei dati raccolti durante la prima fase (Emphatize) saremo in grado di definire il problema di progettazione o un punto di vista percorribile. L'obiettivo è stimolare la generazione di idee, utilizzando metodi per sintetizzare i dati grezzi in un insieme di conoscenze significative e utilizzabili.

Attività	Strumenti	Risultati
1. Workshop per definire il problema	<ul style="list-style-type: none"> Strumenti per il disegno e la scrittura 	<ul style="list-style-type: none"> Briefing progettuale per il cambiamento sociale /Denuncia del problema
2. Meeting con gli Stakeholders	<ul style="list-style-type: none"> Post-it 	<ul style="list-style-type: none"> Mappa degli Stakeholder Mappa del contesto
3. Focus group	<ul style="list-style-type: none"> Lavagna magnetica e bianca 	<ul style="list-style-type: none"> Mappa Opportunità/ Viaggio nella comunità
4. Intervista di gruppo	<ul style="list-style-type: none"> Community discussion 	<ul style="list-style-type: none"> Mappa Opportunità/ Viaggio nella comunità
1. Data activism	<ul style="list-style-type: none"> Tableau Software 	<ul style="list-style-type: none"> Visualizzazione dei dati



Workshops (faccia a faccia/online)

Un workshop può essere definito come "un seminario, un gruppo di discussione o simili, che enfatizza lo scambio di idee e la dimostrazione e applicazione di tecniche, abilità, ecc.". [www.dictionary.com]. Esistono molti formati di workshop e strumenti da applicare. La metodologia del design thinking impiega spesso attività di workshop per riunire un gruppo eterogeneo di persone e identificare i problemi da risolvere e le potenziali soluzioni. Una delle possibilità è quella di creare obiettivi comuni utilizzando il **Problem Statement Workshop** e conoscere i vari sottoproblemi che gli altri stakeholder desiderano risolvere. Dall'altro lato, **attraverso il Design brief for social change, tutti possono comprendere il problema e gli obiettivi primari dell'intento progettuale**. Fondamentalmente, un design brief è un documento che contiene informazioni di base e informazioni chiave su un potenziale progetto/problema in forma sintetica.

Stakeholders Meeting (faccia a faccia/online)

Un incontro con gli stakeholder è un evento strategico utilizzato per far conoscere le parti interessate, ottenere l'impegno per il cambiamento sociale e definire gli obiettivi comuni. È anche un metodo per raccogliere informazioni da esperti del settore e tecnici sulle sfide del cambiamento sociale e sul suo contesto. Il team di progettazione per il cambiamento sociale deve convincere le parti interessate a prestare attenzione ai bisogni della comunità. La chiave è garantire che le richieste e il coinvolgimento di ogni stakeholder siano compresi. Organizzare gli stakeholder in gruppi e tracciarli sulla **mappa degli stakeholder** è l'obiettivo di questa azione. Ciò consente al project manager di identificare chi sono gli stakeholder del progetto e quanta attenzione e impegno richiede ogni stakeholder per mantenere il progetto in carreggiata. Nella gestione dei progetti, questa è un punto necessario.

Focus Group (faccia a faccia/online)

Un focus group è una riunione di dieci o meno persone in una stanza per discutere un prodotto, un servizio, un concetto o anche solo un'idea. Il focus group è uno strumento di ricerca qualitativa per scoprire le diverse opinioni e risposte a un argomento. Quando abbiamo bisogno di conoscere le opinioni di un gruppo di persone, i focus group sono un'ottima soluzione. I problemi di una comunità sono di solito condivisi da numerose persone e i membri della comunità ne discutono tra pari. Un focus group è un metodo per catturare queste dinamiche ed è comunemente usato per la validazione.

I focus group sono stati recentemente criticati come tecnica a causa di un difetto intrinseco. Nella maggior parte dei casi, uno dei partecipanti è molto più dominante degli altri e tende a influenzare l'intero gruppo. In questo caso, il risultato può rappresentare solo un partecipante piuttosto che l'intero gruppo. Tuttavia, riteniamo che i focus group continueranno a essere uno dei metodi di ricerca più utilizzati. È necessario un moderatore esperto per mitigare le difficoltà che possono sorgere durante l'evento.

Lo strumento che utilizzeremo per raccogliere le esigenze della comunità attraverso un focus group è una **mappa del contesto**. Una mappa del contesto è uno strumento e un documento utilizzato per illustrare aspetti complessi che riguardano una comunità. I progettisti per il cambiamento sociale, i membri della comunità e i leader della comunità utilizzano le mappe di contesto per facilitare le discussioni sul cambiamento relativo a diversi aspetti. Inoltre, si occupa dei potenziali destinatari del progetto, delle tendenze emergenti, dei rischi e delle incertezze.

Intervista di gruppo *(faccia a faccia/online)*

L'intervista di gruppo è una metodologia utilizzata per facilitare le discussioni all'interno della comunità e creare spunti per le iniziative di cambiamento sociale. Questo metodo consiste nel riunire un gruppo eterogeneo di persone che rappresentano diverse prospettive ed esperienze rilevanti per il problema in questione.

Durante l'intervista di gruppo, ai partecipanti viene posta una serie di domande aperte e vengono incoraggiati a condividere le loro esperienze personali, i loro pensieri e le loro opinioni. La discussione è facilitata da un moderatore esperto che assicura che tutte le opinioni siano ascoltate e che la conversazione rimanga in tema. L'obiettivo finale dell'intervista di gruppo è generare una comprensione condivisa del problema, identificare le opportunità di cambiamento sociale e creare una tabella di marcia per l'azione.

Al termine dell'intervista di gruppo, il facilitatore riassume le intuizioni raccolte e crea una rappresentazione visiva della discussione. Questa può assumere la forma di una **mappa delle opportunità** o di un percorso comunitario, che illustra i temi e le idee chiave emerse durante la discussione. Questi risultati possono essere utilizzati per guidare iniziative future e per comunicare le intuizioni e le idee generate durante l'intervista di gruppo a un pubblico più ampio. In generale, le interviste di gruppo sono uno strumento prezioso per le iniziative di cambiamento sociale, in quanto forniscono un modo per coinvolgere le comunità, generare intuizioni e sviluppare una visione condivisa del cambiamento.

Visualizzazione dei dati *(faccia a faccia/online)*

La visualizzazione è la trasformazione delle informazioni in immagini che si possono osservare con gli occhi o con la mente. A volte è necessario usare le immagini per rappresentare testi, numeri o altri dati (che, come avete sentito dire, valgono più di mille parole). A volte si tratta di mettere insieme idee diverse per formare una storia avvincente che possa evocare immagini mentali vivide.

Creare rappresentazioni visive delle sfide sociali (dati sull'inquinamento, sulla disoccupazione, ecc.) può essere molto utile per creare una consapevolezza immediata da parte degli individui o delle comunità. Infatti, la visualizzazione rende tali concetti più fisici e concreti. Attiva una parte diversa del cervello; è un nuovo modo di pensare. Gli approcci visivi non devono essere necessariamente difficili o sofisticati. Disegnare grafici su una lavagna può essere un'attività davvero efficace. Per un'enorme quantità di dati raccolti tramite data scraping, uno strumento digitale come **Tableau** può essere la soluzione migliore.