

LINEE GUIDA *(Le linee guida saranno illustrate all'inizio della sessione creativa del 30 settembre).*

1. INIZIO

QUESITO/PROBLEMA:

"....." (scrivere qui il quesito che

ESEMPIO : **I giovani non vanno al teatro**

vuoi risolvere

- **PRIMA DI INIZIARE LA SESSIONE CREATIVA**
- RACCOGLIERE INFORMAZIONI SULL'OGGETTO DEL PROBLEMA (SE POSSIBILE).
- ORGANIZZARE MENTALMENTE TUTTE LE INFORMAZIONI IN POSSESSO.

- FASE DI PERCEZIONE

- Tecnica creativa: PER ME IL PROBLEMA È... ; *Stabilire le vere cause di un "problema"; aiutarvi a far emergere i parametri di ricerca più efficaci;*
- **COME FUNZIONA?**
- 1. RIFORMULARE IL PROBLEMA A PARTIRE DA: **per me il problema è...**
.SCIogliere IL PROBLEMA IN UNA SERIE DI SOTTOPROBLEMI - vedi esempio.
- 2. FARE UN ELENCO DEI SOTTOPROBLEMI IN BASE ALLA LORO PRIORITÀ.
- 3. CONDIVIDERE E SCEGLIERE IL SOTTOPROBLEMA DA AFFRONTARE - vedi esempio.
- 4. TRASFORMARE IL SOTTOPROBLEMA SCELTO IN UNA DOMANDA - vedi esempio.

ESEMPIO: **Punto 1.** Esempio di elenco di sottoproblemi (in questo caso non si distingue tra lavoro di gruppo e lavoro individuale):

- Per me il problema è il prezzo dei biglietti
- Per me il problema è la mancanza di teatri
- Per me il problema è la mancanza di trasporti pubblici
- Per me il problema è la scarsa comunicazione
- Per me il problema è l'uso dei social network

Punto 3. Problema scelto: Il prezzo dei biglietti troppo alto per i giovani.

Punto 4. Come possiamo vendere biglietti teatrali a basso costo?

OUTPUT:

Scrivi “L'elenco dei sotto problemi per priorità individuale”.

1. 2. 3. 4. 5.
--

Scegli un sotto problema su cui lavorare.

“.....”

Trasformalo in una domanda.

“.....”

2. FASE DELL’ ANALISI

Tecnica creativa: LIPOGRAMMA? Permette di scoprire le dimensioni latenti del problema. **COME FUNZIONA?**

RIFORMULARE IL "PROBLEMA" (COME DESCRITTO AL PUNTO 5 DELLA FASE DI PERCEZIONE) RIMUOVENDO UNA LETTERA DELL'ALFABETO (di volta in volta).

1. ANALIZZARE IL SOTTOPROBLEMA EMERSO RENDENDO PIÙ ORIGINALE E COMPLETA LA DOMANDA INIZIALE, CERCANDO DI RICERCARE NUOVI ASPETTI CHE POTEVANO SFUGGIRE A UNA PRIMA LETTURA DEL PROBLEMA. QUESTO GRAZIE ALL'UTILIZZO DI NUOVI TERMINI (METAFORE, SINONIMI, CONTRARI);
2. RACCOLTA DI TUTTI I NUOVI ASPETTI DEL PROBLEMA EMERSO Raccogliere tutte le nuove parole emerse dalla tecnica del "lipogramma" che potrebbero rappresentare nuovi aspetti del problema;
3. RIPRENDERE LA DOMANDA INIZIALE, QUELLA CHE È NATA DA "PER ME IL PROBLEMA È", E AGGIUNGERLA, SE È IL CASO, DI TUTTI I NUOVI ASPETTI CHE SONO EMERSI (inserendo le parole corrispondenti trovate).



ESEMPIO: **Punto 1.** "elimina la lettera "a". La domanda deve essere riformulata senza utilizzare parole che contengono la lettera "a".

Come possiamo vendere biglietti teatrali a basso costo? In questo caso non possiamo usare la parola teatro. Bisogna quindi trovare sinonimi o descrizioni che richiamino il teatro ma che non contengano la lettera "a".

Come si fa a vendere biglietti a basso costo per ambienti in cui persone mascherate cantano, recitano?

Punto 3. Ambiente; Travestito; Persone; Recitare; Cantare (parole nuove)

Punto 4. Nuova domanda: *Come possiamo vendere biglietti a basso costo per recitare in tutti gli ambienti possibili?*

OUTPUT:

Scrivere la "Riformulazione individuale del problema originale".

3. FASE DI PRODUZIONE DI IDEE

(ORA) IL PROBLEMA È (dopo le FASI DI PERCEZIONE E ANALISI). Inserite la domanda emersa al punto 4 della fase di analisi.

Tecnica creativa: SCAMPER?* **COME FUNZIONA?**

<https://www.interaction-design.org/literature/article/learn-how-to-use-the-best-ideation-methods-scampers>

- Sostituire
- Combinare
- Adattare
- Modificare/Ingrandire /Minimizzare
- Cambiare l'ordine
- Eliminare
- Invertire/Ripartire

OUTPUT:

Scrivere un elenco di tutte le idee finali emerse e raccolte per priorità.

4. FASE DI SELEZIONE DELLE IDEE

Tecnica creativa: FEO? COME FUNZIONA?

-Disegnare una matrice che riporti i parametri di valutazione (Fattibilità; Economicità; Originalità) in verticale, le diverse idee in orizzontale (Idea 1; Idea 2; Idea 3; ...).

PARAMETRI/IDEE	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3
FATTIBILITÀ considerando i fattori del contesto			
EFFICIENZA			
ORIGINALITA'			
TOTAL			

1. Valutare ogni idea, con un punteggio da 1 a 5, rispetto alla fattibilità dell'idea, all'originalità dell'idea, all'economicità dell'idea.

PARAMETRI/IDEE	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3
FATTIBILITÀ considerando i fattori del contesto	2	5	5
EFFICIENZA	5	1	4
ORIGINALITA'	1	1	2
TOTAL	8	7	11

2. Riflessione concreta fino a raggiungere una definizione condivisa tra tutti dell'idea da portare avanti. Quella che, in quel particolare contesto, viene considerata l'idea da perseguire in assoluto.

OUTPUT:

Disegna e riempi la matrice



Elenco delle idee da realizzare per priorità.

5. FASE DI APPLICAZIONE DELLE IDEE

Tecnica creativa: FOGLIO DI IDEE? **COME FUNZIONA?**

1. Per l'idea selezionata, ogni partecipante deve descrivere individualmente ciò che è elencato:
 - o Tema (tipo di macro problema che si intende risolvere)
 - o Titolo dell'idea
 - o Descrizione dettagliata dell'idea
 - o Punti di forza
 - o Ostacoli da superare (nelle fasi di applicazione)
 - o Punti di azione (elenco dei passi da seguire)
 - o Figure coinvolte



OUTPUT:

L'idea deve essere completata in tutte le sue parti