

Parliamo D

Federica Scotellaro

Ufficio Comunicazione e Promozione di Ateneo
Università Ca' Foscari Venezia

conversa con

Maria Cristina Lavazza

Head of Experience Design presso UserTest/lab

Maria Cristina

Siamo davvero, come sostiene Luciano Floridi, nell'era Onlife, dove non c'è più differenza fra online e offline?

Sono assolutamente d'accordo, ma non possiamo dimenticare il famoso battito d'ali della farfalla dall'altra parte del mondo. Io penso che la partita non si gioca più sulla dicotomia fisico-digitale, che è questione assodata, quanto sul nuovo equilibrio da ricercare. Fisico e digitale coesistono, ma devono trovare nuove connessioni e una corretta concertazione in base all'oggetto di progettazione. La sfida è proprio nella progettazione integrata, armonica e sostenibile ritagliata sulle persone e sugli scenari del servizio. A ognuno il proprio modello, qui «one size doesn't fit all».

Sei una Experience Designer. Cos'è per te il Design e qual è il valore di progettare esperienze positive?

Il design oggi è più importante che mai, l'aspetto sempre più complesso dei sistemi con cui misurarsi e la sfida all'innovazione continua ha bisogno di approcci sempre più duttili e resilienti. Tutte le tradizionali discipline che riguardano il management e la leadership sono oggi messe a dura prova dal carattere rigido e prescrittivo. Il design, nella sua accezione più critica e umana, permette di spaziare e di progettare per la complessità dei sistemi in cui viviamo. Si tratta di progettare esperienze sempre più ritagliate sui contesti che sono sempre la combinazione di persone, modelli culturali, emozioni, spazi, momenti storici. La sfida è questa: come possiamo offrire un'esperienza di servizio positiva a Seul come a Parigi? Non può essere lo stesso identico servizio, ma deve

essere la stessa identica esperienza positiva da parte dei clienti.

L'approccio pratico che preferisci usare nel tuo lavoro?

Ascolto e cerco di lavorare sullo spazio che il progetto richiede prima di arrivare a soluzioni definitive. Non sempre ci riesco, sono umana :) e a volte devo sforzarmi di non percorrere i temi. Mi piace immaginare un progetto come fare spazio al respiro nei polmoni: prima lento, poi sempre più ampio e potente per risalire velocemente in superficie. Non ho mai fatto immersioni in apnea, ma lo immagino un po' così.

Nomini spesso le 'domande potenti'. Quali sono?

Beh, fanno parte di quello che dicevo prima sull'ascolto. Le domande potenti sono quelle che costringono l'altro a riflettere e connettersi. Non ci sono risposte secche o assolute, ma riflessioni personali. La cosa più interessante delle domande profonde è che non puoi anticipare la risposta nella tua testa, come designer puoi solo accogliere ciò che arriva senza preconcetti.

In che ambito credi ci sia più bisogno di una nuova generazione di designers?

Penso che qualsiasi forma di design che connetta gli elementi in gioco in maniera critica sarà sempre più necessaria. I designer oggi non sono tanto quelli che creano, ma coloro capaci di vedere connessioni inedite nella realtà.

Cosa significa, secondo te, fare innovazione?

Tuffarsi in un mistero che si fa euristica per diventare algoritmo. Non è mio, ma di Roger Martin che ha

detto anche: «a plan is not a strategy». Potrei sintetizzare entrambi i concetti nel fatto che fare innovazione si traduce nel dominare il caos, e questo chiede tempo e presenza mentale. Non può essere estemporaneo né immediato.

Il tuo progetto del cuore?

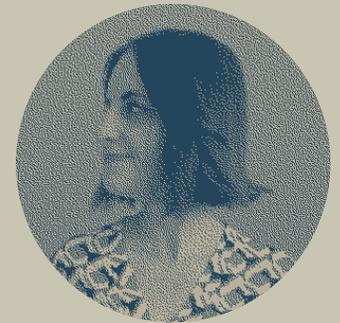
Non saprei dirti il migliore in assoluto, ma amo tutti quelli a carattere sociale in grado di cambiare in meglio la vita delle persone. Quando posso lavorare per target più fragili sento che il design esprime tutto il suo valore.

La frase, l'immagine, il concetto o l'hashtag che più ti ha ispirato nel tuo lavoro?

Ne raccolgo continuamente per alimentare la riflessione. Quella di questo momento è di Shakespeare: quando la tua anima è pronta, lo sono anche le cose. Mi incoraggia ad attendere con fiducia e ottimismo, la soluzione emerge nel momento giusto, quello in cui le cose sono mature. E queste sono le fondamenta del pensare da designer.

Lo strumento di lavoro che usi di più e che consigli di usare a chi lavora nel mondo del Service e UX Design?

In questo momento sono molto orientata alla rappresentazione visiva e allo sketching delle idee. Disegnare e condividere concetti, dati, visioni restituisce risultati potentissimi nella gestione della collaborazione. Alla fine innovazione non è una comunità che dà forma al futuro insieme? (Neanche questa è mia, ma di Otto Scharmer).



Maria Cristina Lavazza pensa che le persone vengano prima di tutto e che carta, pennarelli, lavagne e post-it siano spesso più efficaci di qualsiasi tecnologia. Con una laurea in Storia delle Religioni e una in Biblioteconomia, è experience designer con UTLàb, specializzata nella ricerca su e con le persone e nei metodi partecipativi. Esplora e riprogetta l'esperienza delle persone per organizzazioni nazionali e internazionali, pubbliche e private. È docente di user experience e design thinking presso numerose realtà accademiche, insegna e facilita corsi e workshop dove aiuta le aziende a ripensare il loro approccio ai clienti e alle persone interne. È autrice di due libri: *Comunicare la User Experience e Radical Collaboration, di carte: UX Domino Card* e di un gioco: *Designer in Gioco*, tutto all'insegna dell'esperienza delle persone. Scrive per il suo blog, www.mclavazza.it, ma anche per riviste e giornali. È relatrice a convegni nazionali e internazionali sui temi del design partecipativo e dello human/customer centered design.