

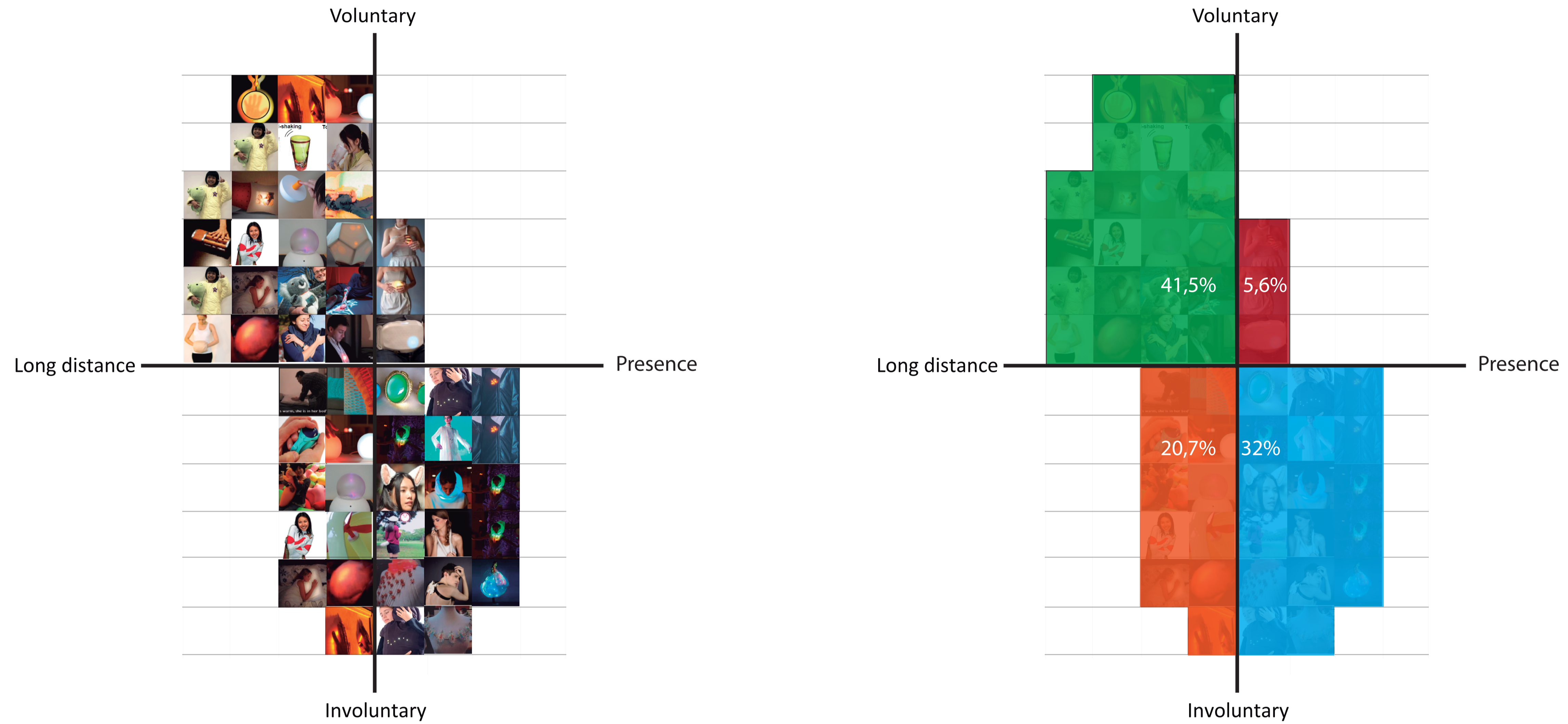
DUO

Comunicare Emozioni a Distanza
Attraverso i Sensi con Prodotti Dinamici



Politecnico di Milano
Facoltà del Design
LaureaMagistrale: Design&Engineering
Tesi di: Camilo Bonilla_matricola 797391
Relatrice: Lucia Rampino
Correlatrice: Sara Colombo
a.a. 2013-2014

Mappa Generale



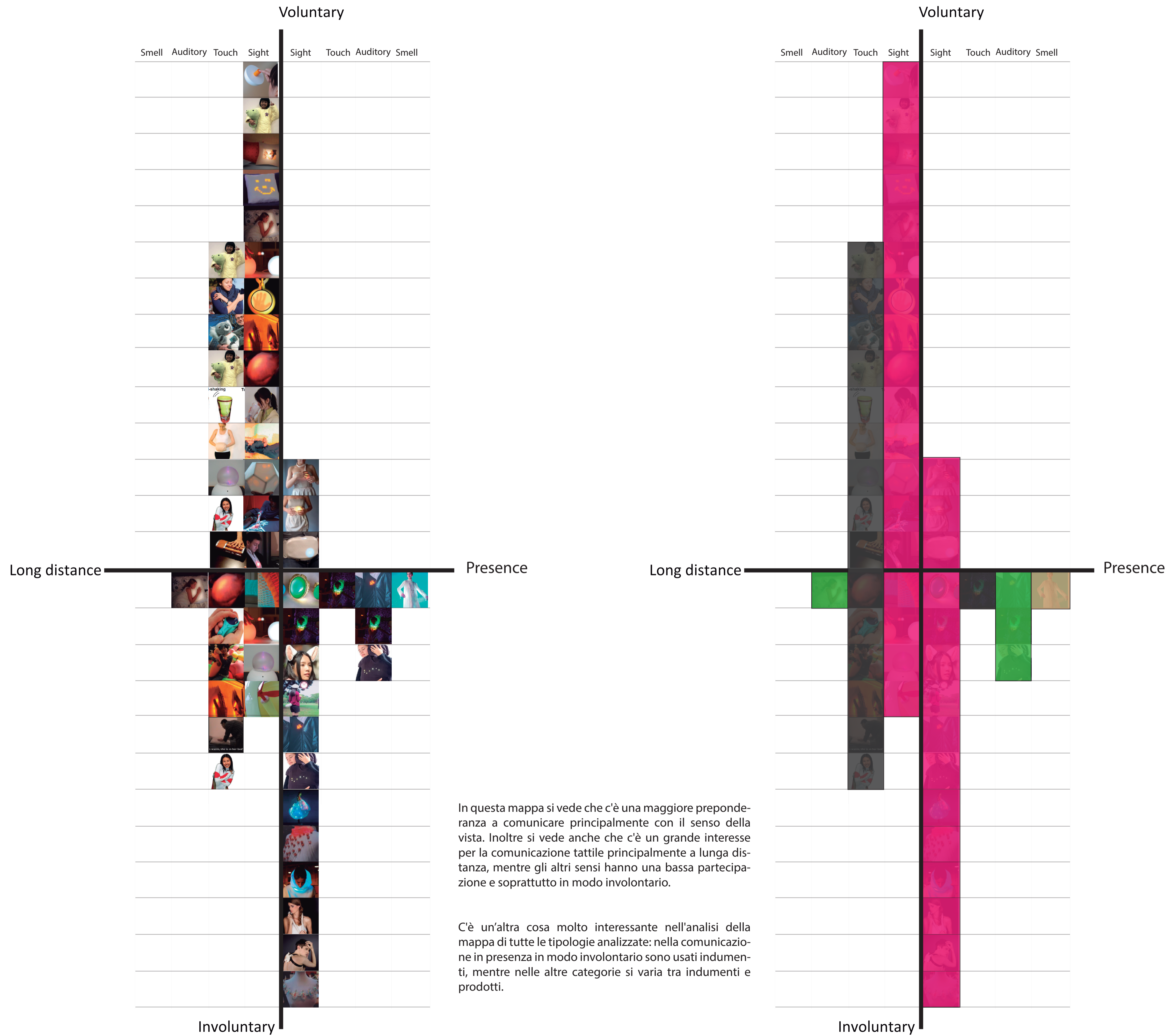
Nei 53 Casi Studio valutati c'è un numero maggiore di progetti nella categoria della comunicazione volontaria – lunga distanza; invece la comunicazione in presenza – volontaria ha una bassa quantità di proposte progettuali.

La comunicazione involontaria sia a lunga distanza che in presenza è stata ampiamente esplorata rispetto alla comunicazione volontaria – in presenza.

Questo diagramma ci indica che c'è una tendenza maggiore all'esplorazione della comunicazione non verbale e delle emozioni a lunga distanza; la comunicazione in presenza-in modo volontario invece è quasi inesplorata.

Uno dei possibili motivi per cui c'è una bassa esplorazione nella comunicazione in presenza volontariamente può essere il fatto di dimostrare quello che non vogliamo rivelare, e ciò può causare imbarazzo: secondo Freud è l'atto di vedere o dare a vedere, che viene collegato al concetto di nudità dal punto di vista fisico e emozionale, e ciò viene inteso come la necessità di nascondere alcune parti del nostro corpo, i nostri pensieri e le nostre emozioni.

Mappa Generale dei Sensi



In questa mappa si vede che c'è una maggiore preponderanza a comunicare principalmente con il senso della vista. Inoltre si vede anche che c'è un grande interesse per la comunicazione tattile principalmente a lunga distanza, mentre gli altri sensi hanno una bassa partecipazione e soprattutto in modo involontario.

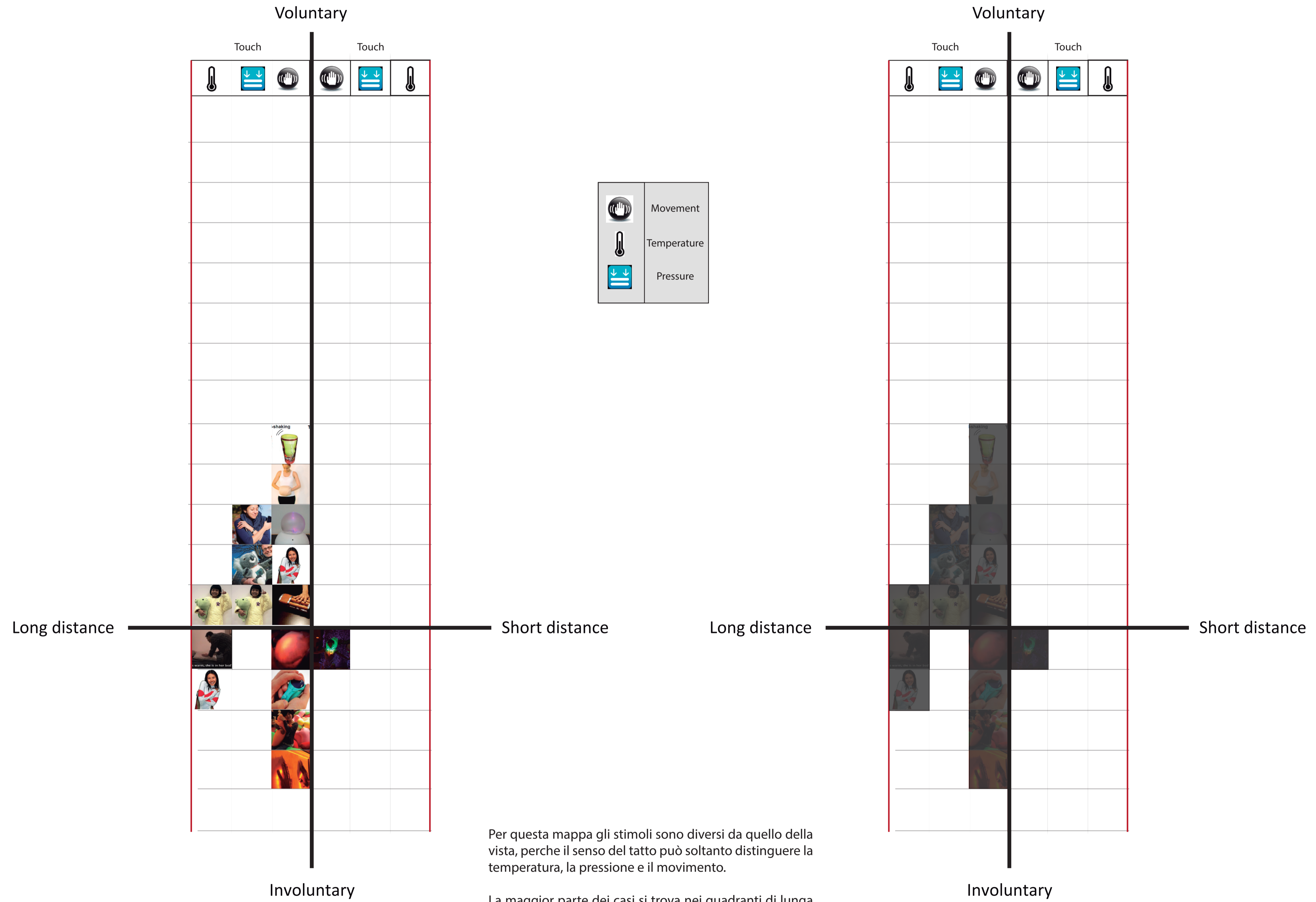
C'è un'altra cosa molto interessante nell'analisi della mappa di tutte le tipologie analizzate: nella comunicazione in presenza in modo involontario sono usati indumenti, mentre nelle altre categorie si varia tra indumenti e prodotti.

Mappa Senso della Vista



In questa mappa tutti i progetti comunicano il messaggio attraverso il senso della vista; si crea una divisione per sapere con quale mezzo viene comunicato il messaggio. La maggior parte dei casi presenti in questa mappa comunicano attraverso la luce, mentre il cambiamento di colore è poco utilizzato; il movimento ha una bassa presenza in tutti i quadranti, con l'eccezione del quadrante involuntary- short distance.

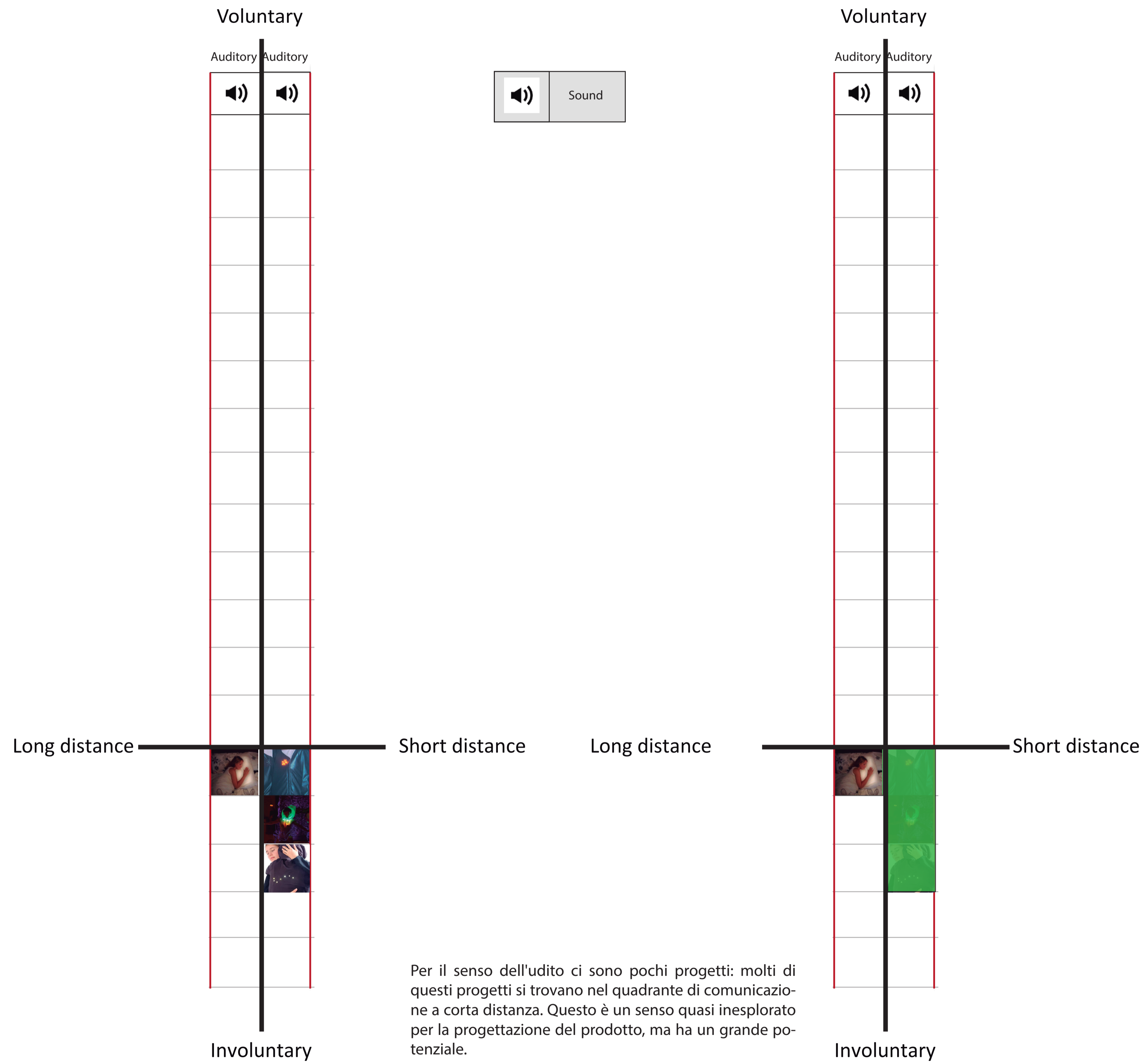
Mappa Senso del Tatto



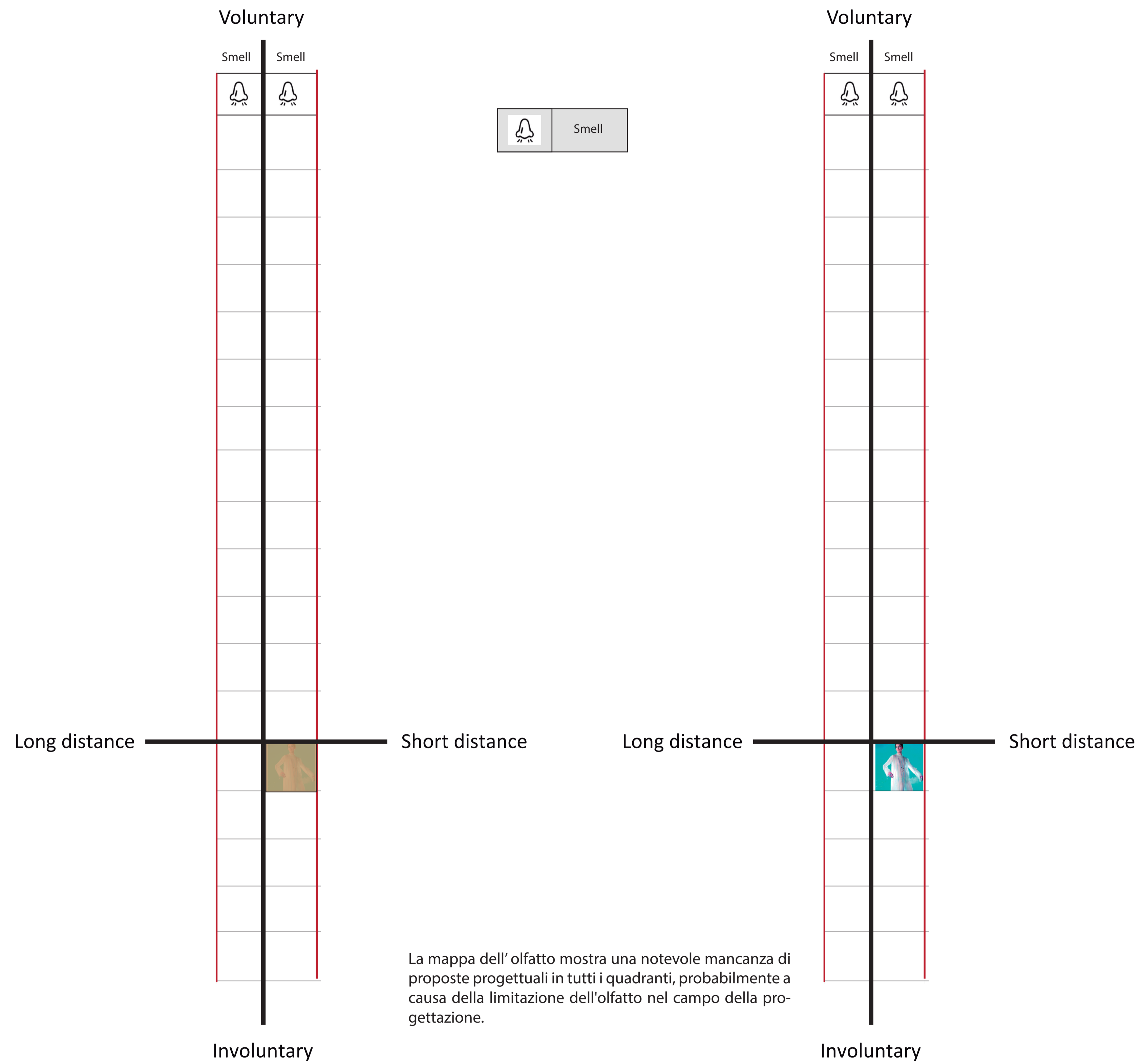
Per questa mappa gli stimoli sono diversi da quello della vista, perché il senso del tatto può soltanto distinguere la temperatura, la pressione e il movimento.

La maggior parte dei casi si trova nei quadranti di lunga distanza: questo è molto interessante perché c'è un interesse in generale ad emulare il contatto fisico attraverso la distanza; si vede anche che quasi tutte le tipologie fanno uso del movimento per comunicare i messaggi. La ragione può essere forse che la tecnologia è più facilmente raggiungibile.

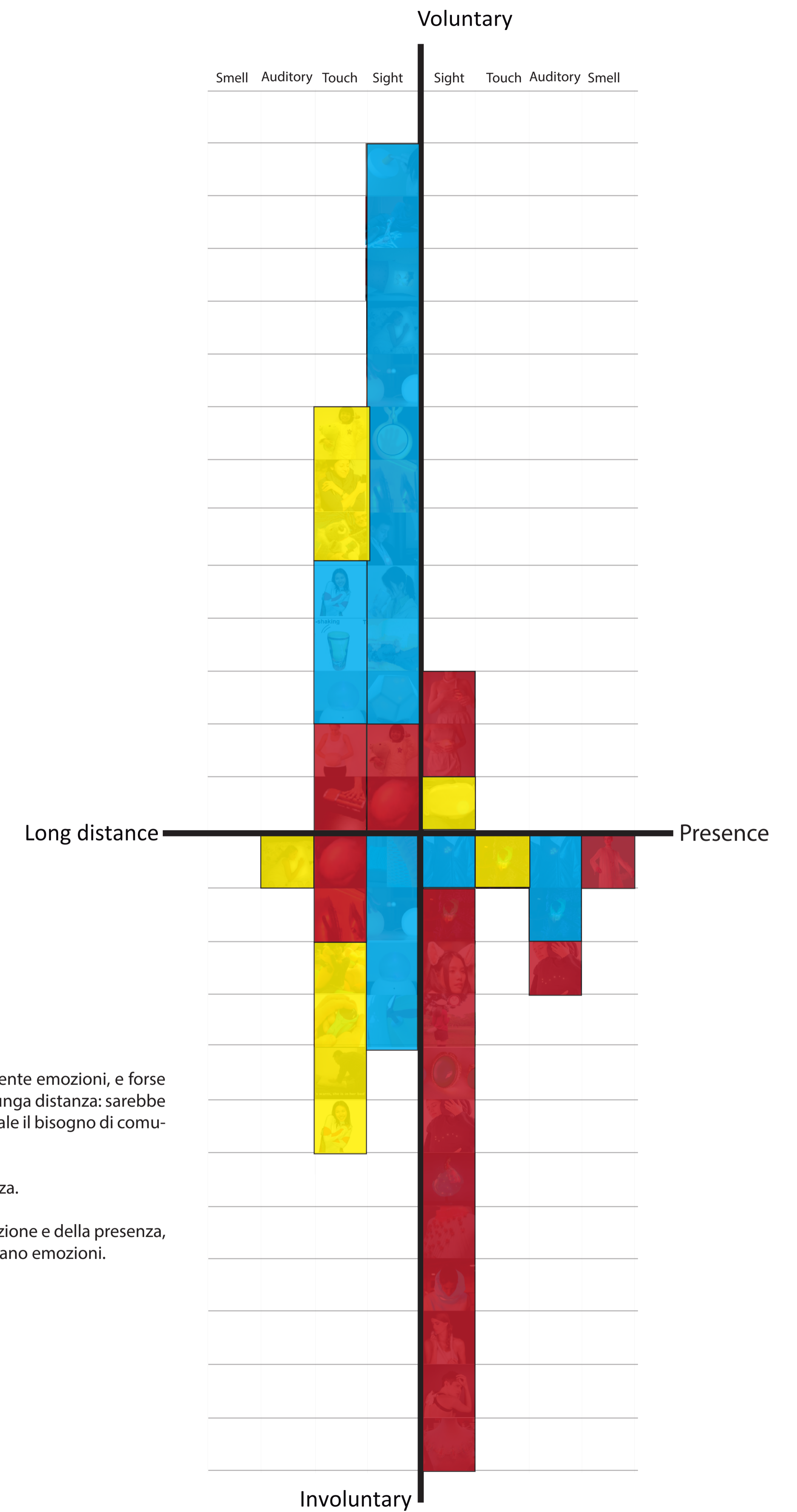
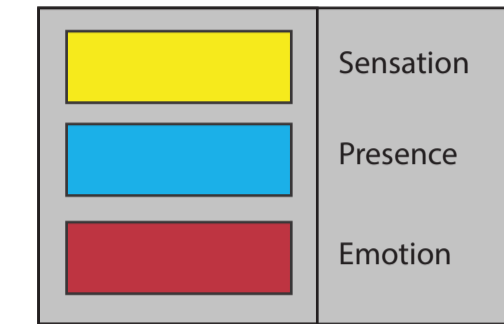
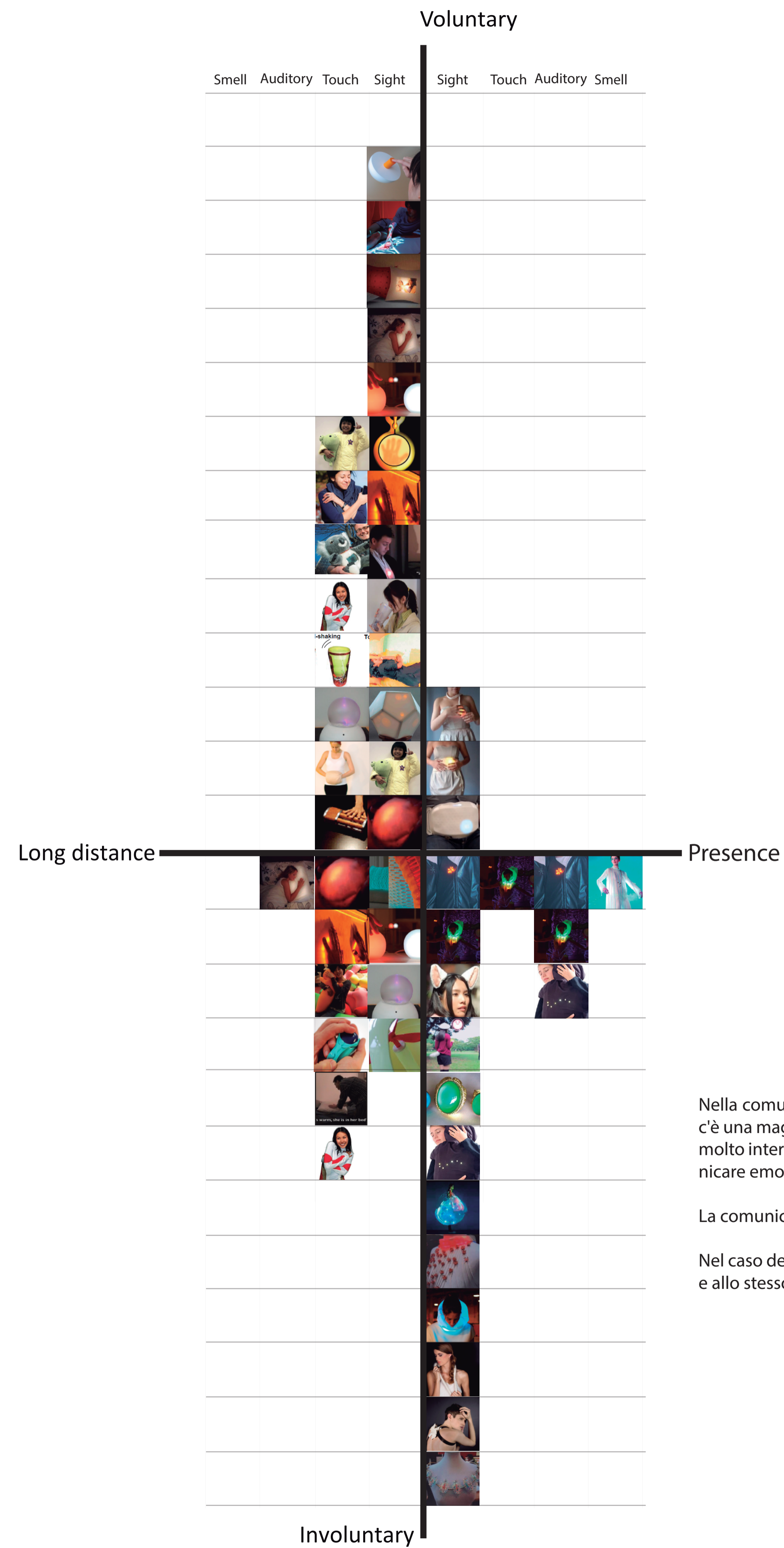
Mappa Senso dell'Udito



Mappa Senso dell'Olfatto



Mappa Generale di Contenuto Emozionale

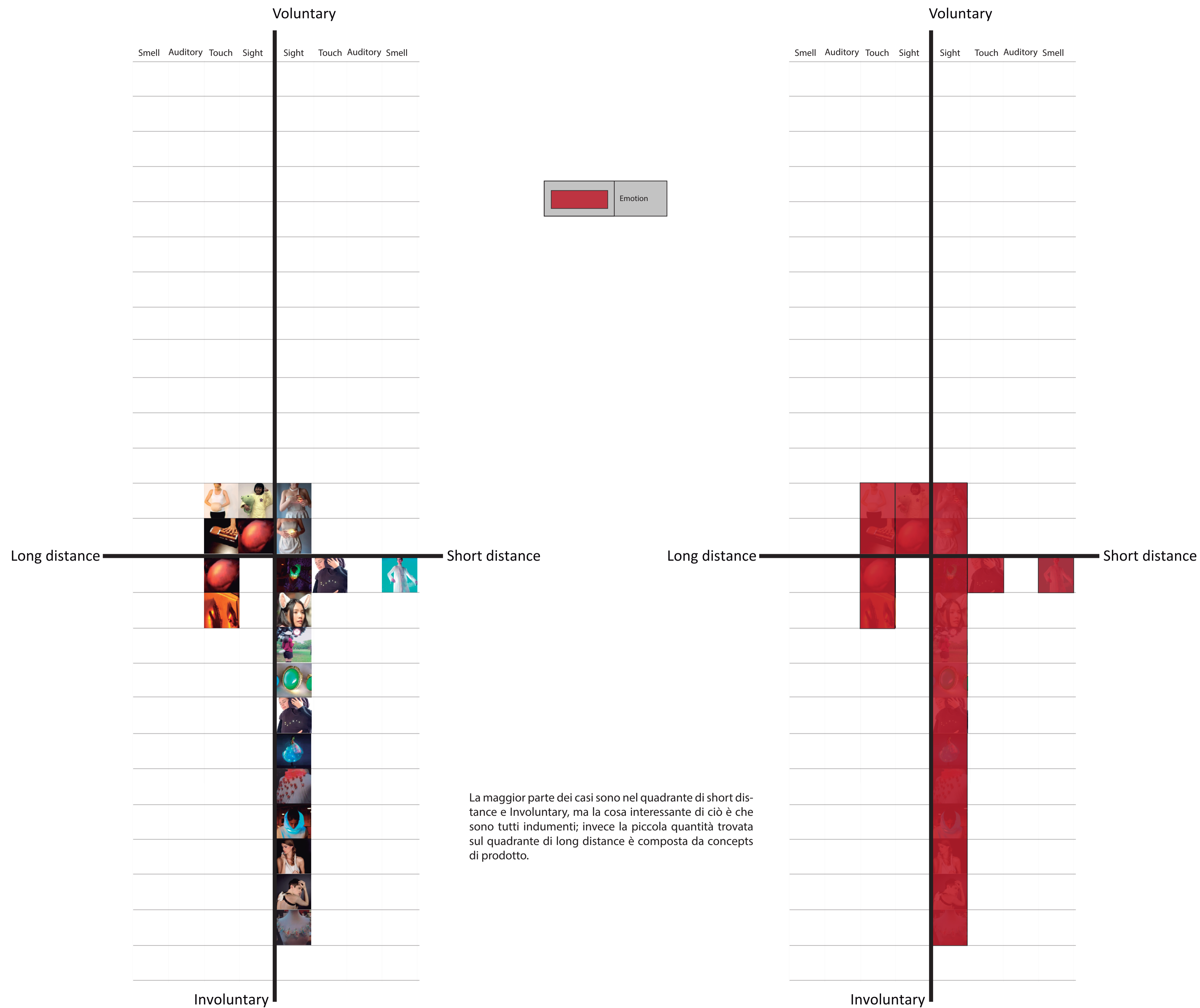


Nella comunicazione in presenza in modo involontario si comunicano principalmente emozioni, e forse c'è una maggiore difficoltà nello sviluppare proposte per comunicare emozioni a lunga distanza: sarebbe molto interessante sviluppare proposte di design per questo gruppo, visto che è reale il bisogno di comunicare emozioni a lunga distanza.

La comunicazione a lunga distanza ha maggiore volontà nel trasmettere la presenza.

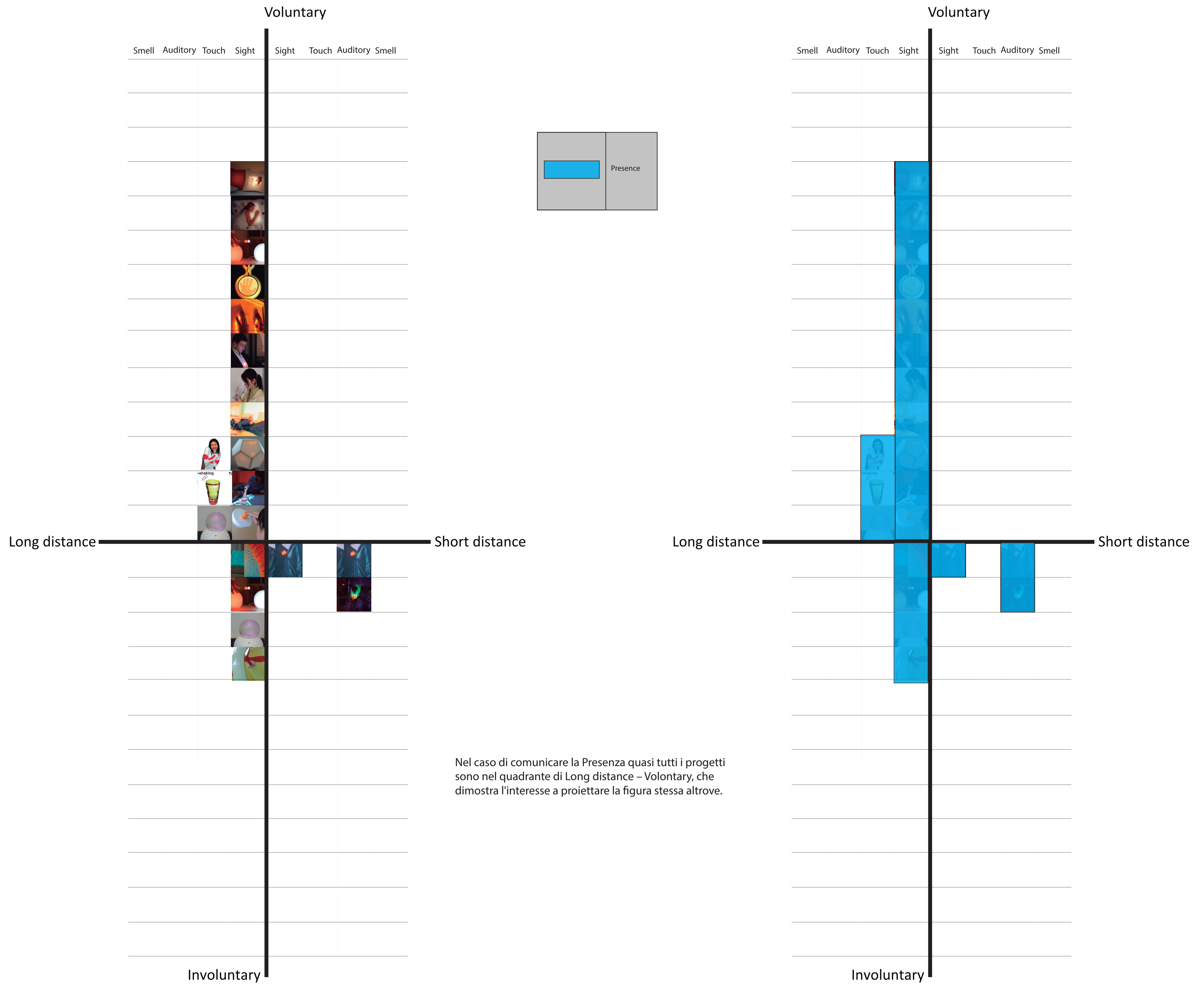
Nel caso della lunga distanza in modo involontario sono esplorati i casi della sensazione e della presenza, e allo stesso modo hanno una quantità maggiore rispetto ai prodotti che comunicano emozioni.

Mappa Comunicazione di Emozioni

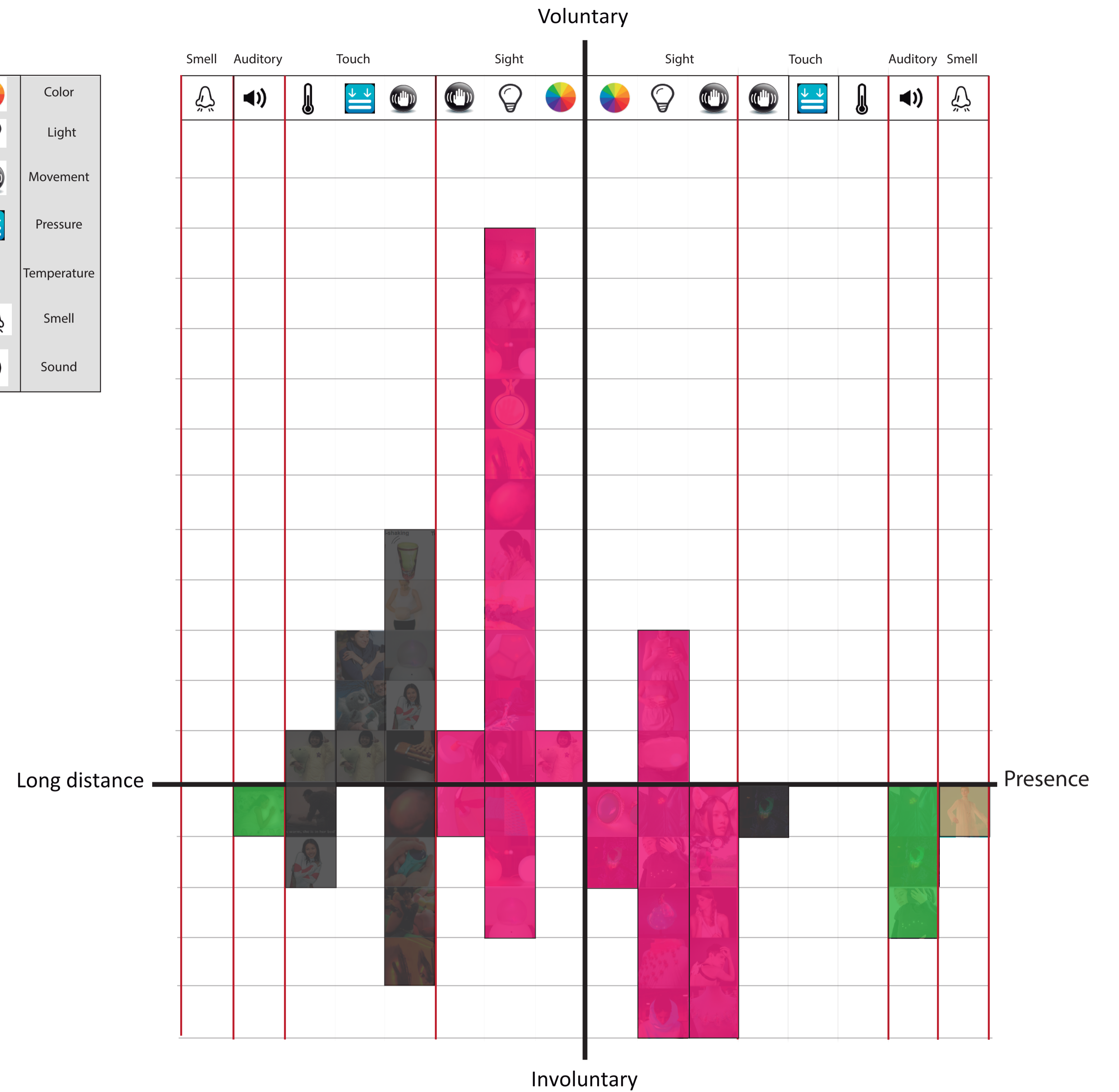
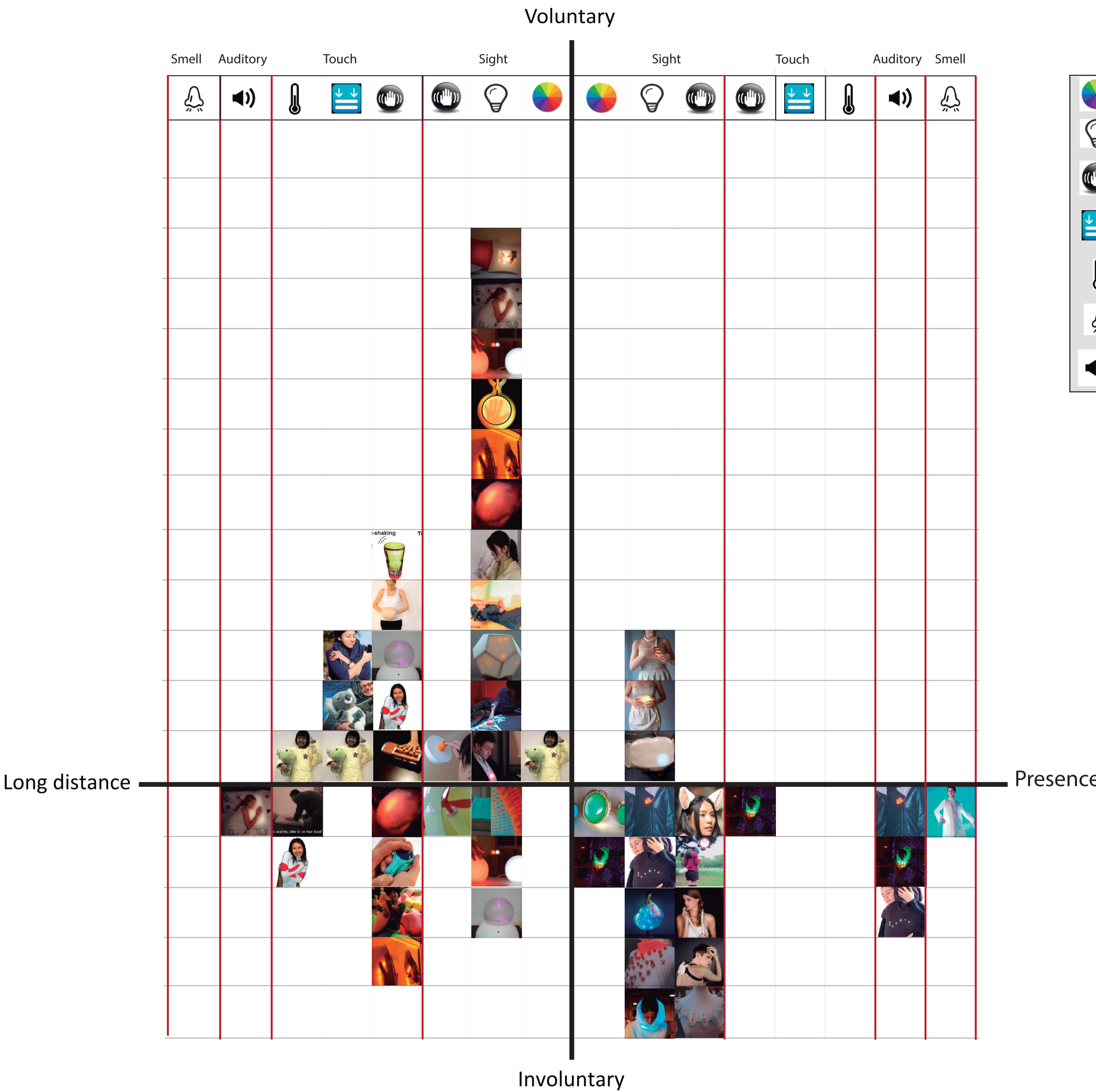


La maggior parte dei casi sono nel quadrante di short distance e Involuntary, ma la cosa interessante di ciò è che sono tutti indumenti; invece la piccola quantità trovata sul quadrante di long distance è composta da concepts di prodotto.

Mappa Comunicazione di Presenza



Mappa degli Stimoli

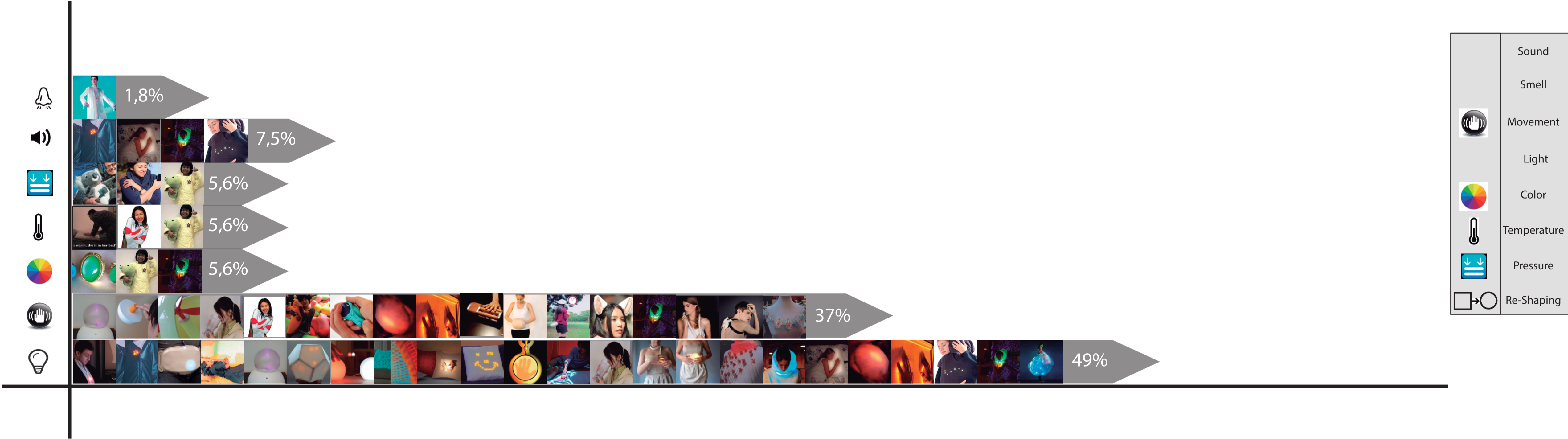


In questa mappa si trovano i diversi stimoli usati per comunicare con ogni senso e si osserva un forte utilizzo della luce, ovviamente attraverso il senso della vista, mentre altri stimoli come il cambiamento di colore, movimento e cambiamento di forma rimangono quasi inesplorati. Ciò è strano perché il senso del tatto ha una minore quantità di tipologie rispetto al senso della vista, ma ha un'esplorazione maggiore sugli stimoli. Questo vuole dire che il senso del tatto ha una grande importanza per la comunicazione interpersonale e l'espressione delle emozioni.

È un po' strano che il senso del tatto sia più usato per la comunicazione a lunga distanza che in presenza, la risposta di questo potrebbe essere che la distanza non vuole essere vista come un impedimento per il contatto fisico, ma come rafforzamento del rapporto a distanza che è una realtà in aumento.

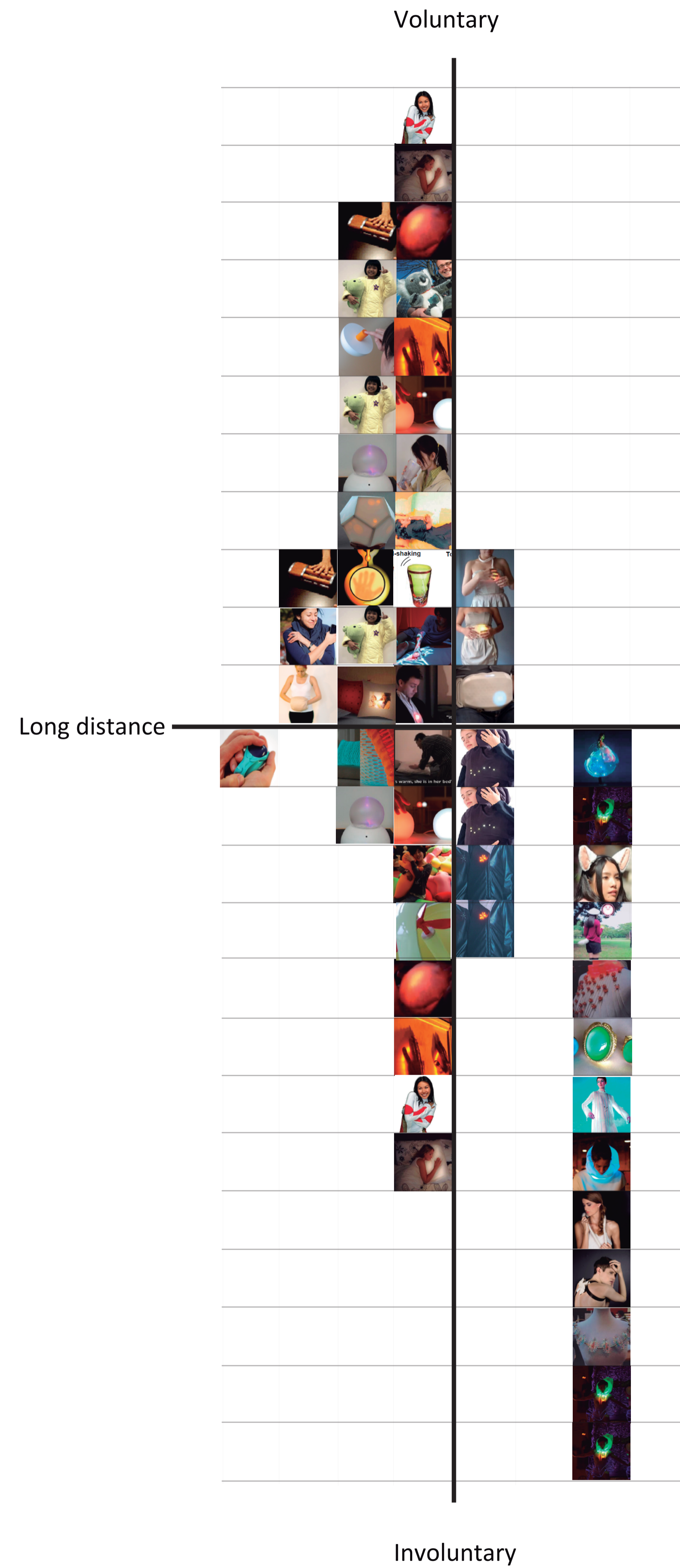
Gli esseri umani e i primati hanno bisogno di manipolare gli oggetti per ottenere informazioni tattili, poiché il contatto è una sensazione confortante, cioè il bisogno di affetto e di vicinanza è molto importante; Harry Harlow seguendo gli studi di Freud, René Spitz, Konrad Lorenz, stabilisce che il contatto fisico contribuisce al benessere emotivo perché il contatto fisico è imprescindibile per sopravvivere fin dalla nascita.

STIMULATION



	Sound
	Smell
	Movement
	Light
	Color
	Temperature
	Pressure
	Re-Shaping

Mappa Classificazione dei Gruppi



- Loved one
- Family
- Unknown
- Friends

Presence

Long distance

Involuntary

Questa mappa è stata classificata in 4 gruppi per sapere ad ogni proposta progettuale gli utenti con i quali si realizza la comunicazione. Il colore viola: loved one; il colore giallo: Family; il colore verde: friends; e il colore grigio: le persone sconosciute.

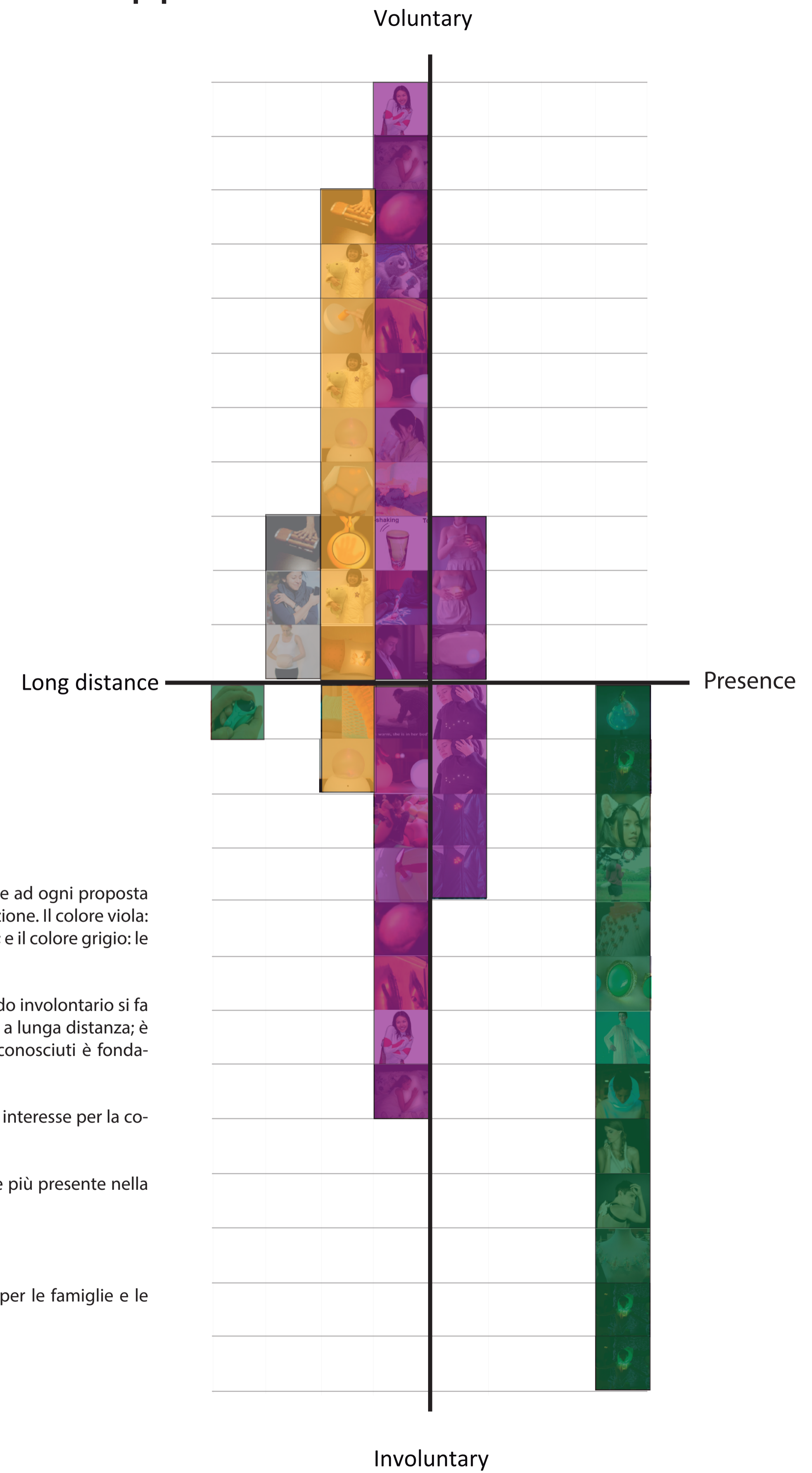
Principalmente nella comunicazione in presenza in modo involontario si fa la comunicazione tra sconosciuti, ma questa non è così a lunga distanza; è molto interessante vedere che la comunicazione tra sconosciuti è fondamentalmente di forma visiva.

Nelle quattro parti della mappa si vede che c'è un forte interesse per la comunicazione tra coppie.

Per quanto riguarda la comunicazione con la famiglia è più presente nella comunicazione a lunga distanza in modo volontario.

La comunicazione tra gli amici ha un basso successo.

Questo mappa ci fa capire che l'interesse primordiale per le famiglie e le coppie è la comunicazione a lunga distanza



Long distance

Presence

Involuntary