

MOMENTO
raccolgi le idee



MOMENTO

Riabilitare il valore dei tempi morti attraverso la ritualità della pausa caffè, incentivando la condivisione delle idee.

Tesi di Laurea Magistrale
Anno accademico 2022-2023

Università di Bologna
Dipartimento di architettura
Corso Advanced Design dei Prodotti

Laureanda: Alice Ballardini 0001004857
Relatore: Andreas Sicklinger

Alla mia famiglia

Già nel 2010 Bauman definiva il mondo moderno come “liquido” per descrivere il suo carattere continuamente mutabile. In seguito alla pandemia da Covid-19, identificata come catalizzatore di ulteriori cambiamenti sul piano economico, sociale e soprattutto umano, le persone necessitano di ristabilire un equilibrio tra il passato e la nuova quotidianità. In un mondo frenetico e costantemente connesso, è sempre più difficile ritagliarsi il tempo per fare una pausa salutare e utile alla ricarica di energia. Il progetto si propone di riabilitare il valore dei “tempi morti”, grazie a un sistema-prodotto che reinnesta la ritualità della pausa caffè in ambito lavorativo, incentivando la condivisione delle idee e l'aumento di produttività.

Conclusioni

9

Sviluppi futuri

8

Prototipazione

7

Momento

- 6.1 Concept definitivo
 - 6.2 Tecnologie coinvolte
 - 6.3 Materiali e tecniche di produzione
 - 6.4 Packaging
 - 6.5 Logo e comunicazione
 - 6.6 Personalizzazione
-

6

Studio formale

- 5.1 Primi concept
- 5.2 Processo di stilizzazione
- 5.3 Le gestualità del tempo

5

IN DI CE

0

Introduzione

Il valore dei tempi morti

- 1.1 Il fenomeno "996"
 - 1.1.2 Tangping e Karoshi
 - 1.2 "Great resignation"
 - 1.3 Impatto causato dallo smart-working: alcuni dati
 - 1.4 Information overload: come percepiamo la realtà
 - 1.5 Ritorno alla "normalità": blended reality
-

1

La coffee culture

- 2.1 Coffee culture
 - 2.2 Proprietà del caffè
 - 2.3 Il ruolo culturale e sociale del caffè
 - 2.4 Il rito della pausa caffè sul posto di lavoro
-

2

Liquid network

- 3.1 Come nascono le buone idee
 - 3.2 Liquid network
-

3

Analisi casi studio

- 4.1 Little Signals | Google
 - 4.2 Concerto touch | Necta
Maestro touch | Necta
-

4

0. IN- TRODU- ZIONE

La pandemia da Covid-19 ha avuto un impatto significativo sullo stile di vita e sulle abitudini quotidiane di un ampio spettro della popolazione globale, influenzando profondamente le modalità di comunicazione e di lavoro. Basti pensare che nel 2019, come emerge da un'indagine condotta da Eurostat, meno del 6% degli occupati italiani erano preparati a lavorare da remoto.

Durante il lockdown è stato necessario reinventarsi e riuscire a svolgere il proprio lavoro e le proprie attività in linea con le restrizioni e il distanziamento sociale imposti. In principio i ritmi sembravano essere più lenti, come se il mondo si stesse prendendo una pausa dalla frenetica quotidianità ma poi è stato necessario riorganizzarsi e, le case, un tempo luoghi sicuri e intimi sono diventati posti di lavoro, palestre, sale conferenze. Poco a poco lavoro e vita privata si sono intersecate fino a non avere più confini ben limitati. Ciò ha portato a ritmi eccessivi e frenetici anche all'interno delle mura domestiche e ha determinato la scomparsa dei "tempi morti" quei tempi che prima venivano utilizzati per spostarsi da un luogo all'altro o per intrattenere le quotidiane relazioni con amici e conoscenti e che fungevano da cuscinetto per liberare la mente e prepararla all'azione successiva. Ora che il mondo sembra tornare alla "normalità" e le persone riempiono di nuovo bar, uffici e palestre,

il concetto di "tempo morto" sembra appartenere ormai al passato. Dopo aver ampiamente utilizzato la tecnologia per lavorare comodamente dal proprio divano sembra ora strano e svantaggioso abbandonarla per tornare a doversi spostare e intrattenere conversazioni fisiche e "reali". Tuttavia, come dimostra la letteratura analizzata nella prima parte di questo elaborato, i tempi che definiamo "morti" in realtà risultano essere particolarmente utili e indirettamente produttivi a livello lavorativo e personale. È infatti importante riuscire a ritagliarsi qualche momento per una pausa caffè per resettare i pensieri o condividerli per riuscire a renderli più nitidi e focalizzati una volta tornati alla scrivania. Il progetto si pone infatti l'obiettivo di rivalorizzare i tempi morti in ambiente lavorativo attraverso il momento della pausa caffè, migliorando il benessere del singolo individuo e del suo ambiente lavorativo e, indirettamente, anche la produttività dell'intera azienda.

Nella fase iniziale di ricerca vengono analizzati i tre concetti che, intersecandosi tra loro, hanno gettato le basi del tema dell'elaborato. In primis la rapida trasformazione che il mondo lavorativo ha subito recentemente a causa di fenomeni globali come la pandemia e la "Great Resignation"; in secondo luogo l'importanza della pausa caffè non solo intesa come assunzione di una bevanda stimolante ma come momento di svago e socializzazione all'interno di un ambiente lavorativo sano e proficuo e, infine, lo studio di come le "buone idee" nascano dal confronto tra menti e dalla creazione di un "liquid network" che permette ad esse di incontrarsi, scambiarsi e fondersi dando origine a qualcosa di maggior valore e con un elevato potenziale.

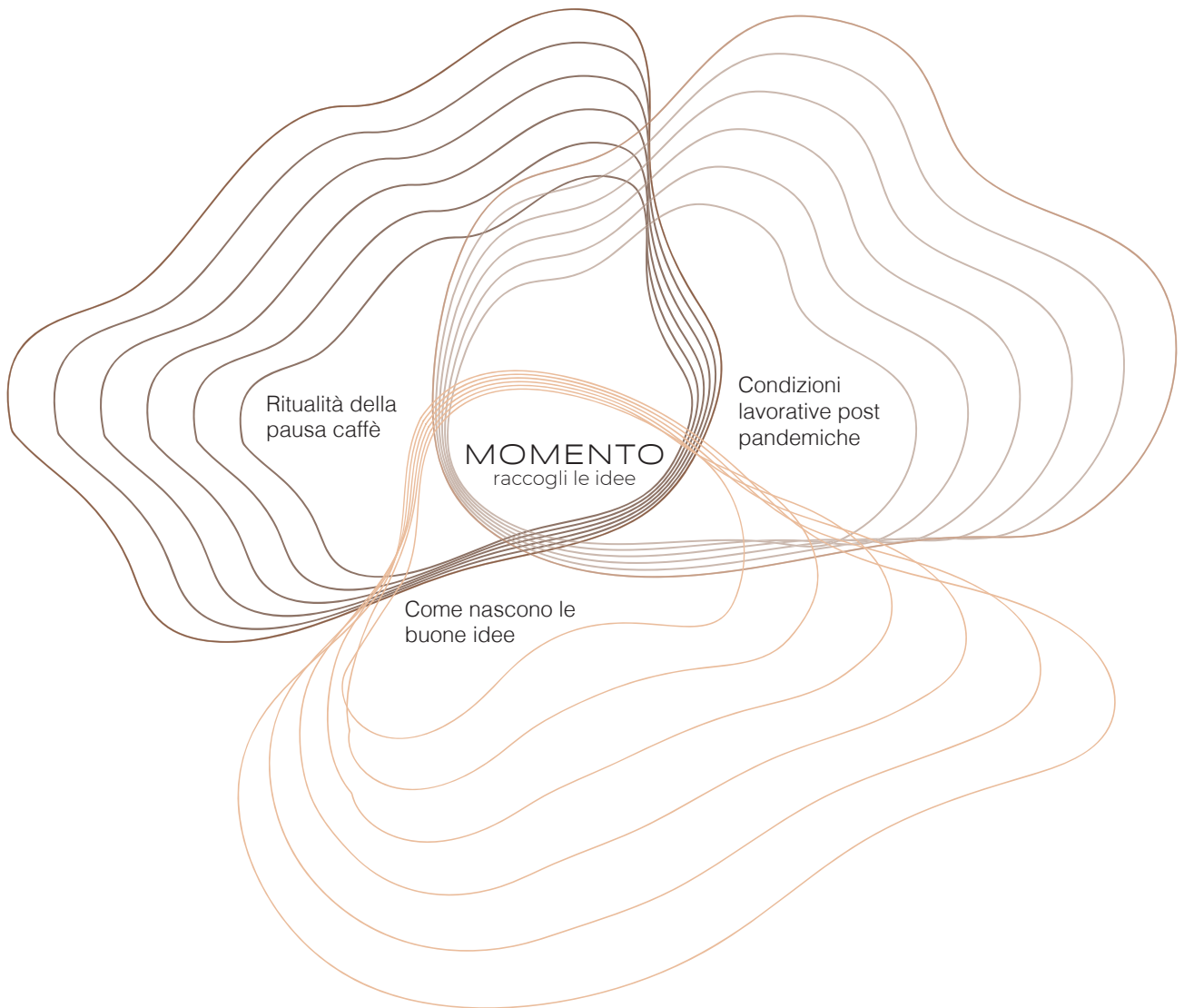


Fig. 1

Fig. 1 - Rappresentazione dei tre concetti che, intersecandosi tra loro, hanno dato luogo al tema dell'elaborato.

1. IL VALORE DEI TEMPI MORTI

Il presente capitolo si propone di analizzare diversi fenomeni che, al giorno d'oggi, influenzano il mondo del lavoro in diversi paesi. In particolare, si esploreranno i cambiamenti verificatisi in seguito alla pandemia, la quale, secondo esperti e diretti interessati, ha rappresentato un vero e proprio catalizzatore di trasformazioni all'interno del mercato del lavoro.

La pandemia ha portato alla luce alcune criticità del mondo del lavoro che erano già presenti ma che sono state accentuate dalle circostanze eccezionali legate alla crisi sanitaria. Gli esperti e i lavoratori concordano sul fatto che la pandemia ha contribuito ad accelerare l'adozione di nuovi modelli di lavoro, come il lavoro da remoto e la digitalizzazione delle attività lavorative. Tuttavia, questi cambiamenti non rappresentano un'innovazione radicale, ma un'accelerazione di tendenze già presenti nel mondo del lavoro pre-pandemia. Tali cambiamenti presentano una radice comune: il raggiungimento di limiti di stress e malcontento da parte dei lavoratori che li conduce in molti casi allo sfinimento, alla ribellione e alla ricerca di nuove condizioni di vita e di lavoro più soddisfacenti ed equilibrate.

La pandemia ha rappresentato un fattore che ha amplificato questi problemi, mettendo in luce la necessità di una revisione profonda dei modelli di lavoro tradizionali. L'investimento in un ambiente di lavoro sano è un modo vincente per migliorare la produttività, ridurre i costi, aumentare la soddisfazione dei lavoratori e migliorare la reputazione dell'azienda, questa è l'unica direzione possibile in vista di un futuro lavorativo più stabile e redditizio. Questo perchè sono le persone a comporre le aziende e ad avere le competenze e il know how che le rende tali, pertanto è occupandosi dei propri dipendenti che si mira sempre più in alto. Si tratta di temi di grande rilevanza, che richiedono un'attenzione particolare da parte degli attori sociali e politici per garantire condizioni di lavoro dignitose e soddisfacenti per tutti.



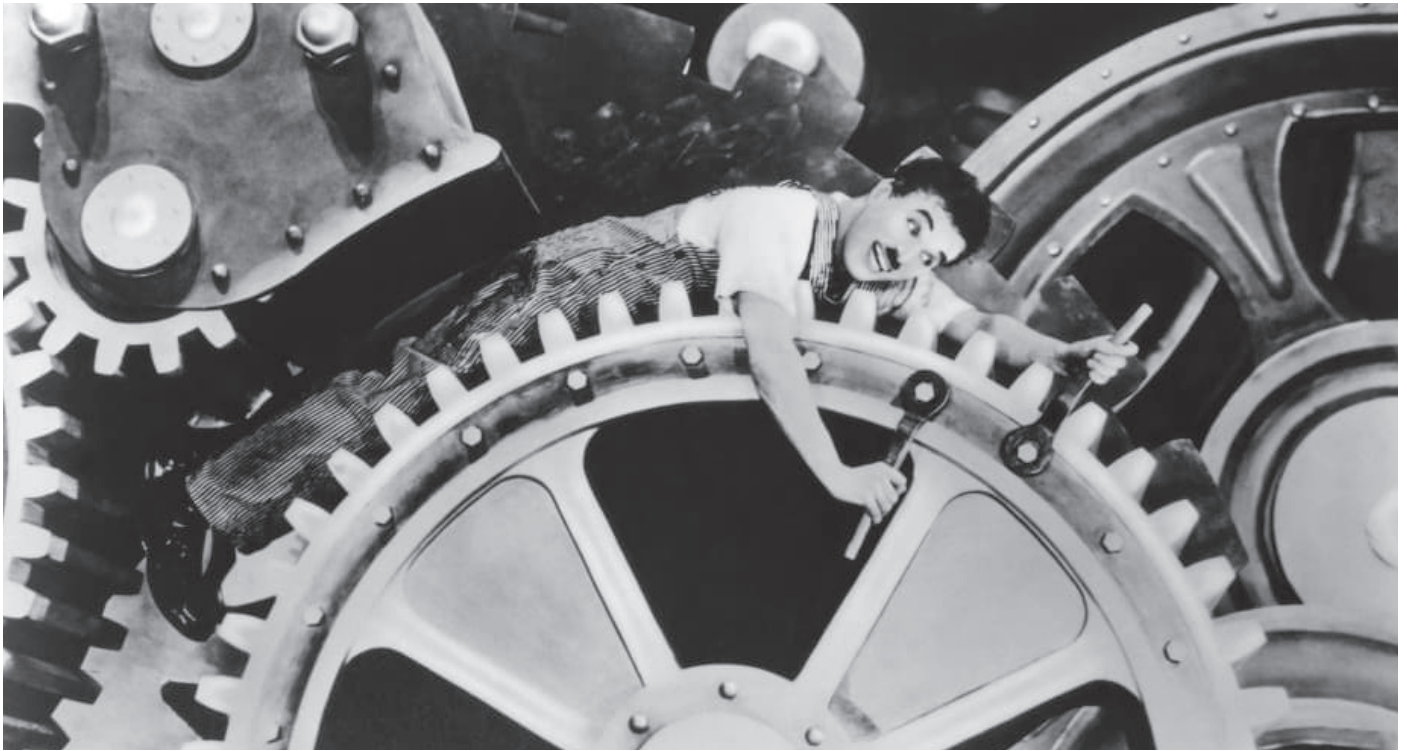
Operai al lavoro all'interno della fabbrica "Foxconn"

1.1 Il fenomeno "996"

"996" è una sigla che scandisce la settimana lavorativa di molti operai cinesi: dalle 9 del mattino alle 21 della sera, 6 giorni alla settimana, per un totale di 72 ore settimanali con un solo giorno di riposo. Tale sistema esiste dagli anni 2000, anni in cui in Cina cominciarono a nascere molteplici start-up in competizione tra loro. Sorgeva così l'esigenza di trovare dipendenti disposti a lavorare quante più ore possibili in una giornata, in particolare all'interno delle aziende produttrici di tecnologia. Tra queste, nella periferia di Shenzhen, si trova la fabbrica "Foxconn", all'interno della quale vengono assemblati alcuni prodotti Apple, tra cui gli ultimi modelli di iPhone. La vita di un iPhone inizia nella Silicon Valley, ma termina in Cina. Uno dei lavori più minuziosi che viene effettuato all'interno dello stabilimento Foxconn è il fissaggio della scheda madre e assemblaggio della cover posteriore esterna del

telefono. Agli operai viene richiesto di effettuare tale operazione in un minuto per un risultato di circa 700 iPhone al giorno. Tali operazioni diventano dunque ripetitive e i lavoratori si sentono alienati, proprio come succedeva a Charlie Chaplin nel film "Modern Times" del 1936 in cui il regista e attore evidenzia le contraddizioni della società statunitense dell'epoca, interpretando un operaio la cui mansione è stringere bulloni di una catena di montaggio. Le azioni ripetitive, i ritmi disumani e spersonalizzanti della catena di montaggio fanno uscire di senno il povero Charlot che nemmeno nella pausa pranzo può trovare un po' di pace in quanto viene nutrito attraverso una maldestra macchina automatica per alimentazione ancora in via di sperimentazione. Appare chiara e sconvolgente la somiglianza tra il protagonista Charlot e gli operai della Foxconn, alcuni dei quali proprio

a causa di tali condizioni lavorative sono arrivati a togliersi la vita. Nel 2010 in tutto il mondo usciva l'iPhone 4 e a pagarne le conseguenze erano gli operai della città cinese di Shenzhen: quell'anno quattordici persone si sono tolte la vita nello stabilimento Foxconn, un numero alto tanto da portare a provvedimenti come il montaggio di apposite reti "antisuicidio" e la redazione di dichiarazioni, da far firmare a tutti gli operai, in cui questi ultimi promettevano di non uccidersi. Certamente tali provvedimenti avrebbero impedito ad altri operai di togliersi la vita all'interno della fabbrica, ma il problema del 996, alla base dello sfruttamento di questi lavoratori, non venne nemmeno preso in considerazione. Tale sistema lavorativo è infatti percepito come una vera e propria "fortuna" da parte di molti imprenditori cinesi. Tra questi si può annoverare Jack Ma,



Charlie Chaplin nel film "Modern times" uscito nel 1936.

fondatore del gigante dell'e-commerce Alibaba, il quale sostiene che lavorare duramente sia l'unico modo per raggiungere il successo e che il 996 stesso dovrebbe essere visto come una benedizione e non come un peso, un motivo di orgoglio personale e un modo per rendersi utile alla propria comunità. Questo pensiero purtroppo non vive solitario, la maggioranza degli imprenditori cinesi è di questa idea e, unito alla cultura cinese del senso di dovere e abnegazione verso il proprio datore di lavoro, ha condotto a questa situazione di sfruttamento incontrollato. Di recente però i dipendenti, logorati

dal ritmo lavorativo e stanchi di non riuscire ad avere il tempo materiale di dedicarsi ad altre attività esuli dal lavoro, hanno iniziato delle ribellioni contro questo sistema che da troppo tempo li tiene prigionieri. A questo scopo è stato realizzato un sito web il cui nome, "996.ICU", si riferisce al fatto che spesso le condizioni 996 portano i lavoratori a gravi problemi di salute e burnout a causa del forte stress psico-fisico che viene ad essi imposto. Il sito ha ricevuto molte interazioni specialmente su GitHub¹, dove è stato il progetto più stellato, (ha ricevuto più di 240.000 stelle, in confronto il framework JavaScript

React, il modo più diffuso per costruire interfacce utente di applicazioni Web, ne aveva solo 126.000). Il sito rappresenta un notevole punto di svolta in seguito a tempi di abnegazione e sottomissione da parte dei lavoratori, in quanto sottolinea che le leggi cinesi sul lavoro proibiscono un numero superiore a otto ore lavorative al giorno e quarantaquattro ore settimanali in quello che dovrebbe essere un contratto standard, e che è illegale non pagare gli straordinari ai lavoratori che svolgono più ore rispetto a tale conteggio. Il sito afferma che nonostante siano recenti le dichiarazioni sull'esistenza del

1. Git Hub: servizio di hosting per progetti software, di proprietà della società GitHub Inc., con sede legale a San Francisco in California. È un sito utilizzato principalmente da sviluppatori che caricano il codice sorgente dei loro programmi, rendendolo scaricabile agli altri utenti.

fenomeno 996, esso è stato a lungo praticato in molte aziende cinesi. Grazie alle interazioni degli utenti con il sito sulla piattaforma GitHub, si è giunti a un elenco di oltre 110 aziende che praticano il 996 e tra queste ci sono nomi noti a livello globale come Huawei, Alibaba, Baidu e Youzan, aziende i cui dipendenti hanno allegato e fornito le prove di tali soprusi. La vicenda è aggravata dalla notizia secondo la quale le società tecnologiche cinesi in questione stanno usando i loro browser web per bloccare il sito della protesta. Secondo la rivista *Abacus*², il programma di messaggistica istantanea WeChat³ rifiuta di aprire il collegamento e altri browser limitano l'accesso al sito, QQ⁴ visualizza un messaggio pop-up che informa gli utenti che la pagina di protesta è un "sito dannoso". Il browser 360, infine, blocca il sito e con un messaggio lo accusa di contenere "informazioni illegali". Tutto ciò potrebbe significare che le aziende tecnologiche cinesi si stiano a poco a poco impossessando della legge per poter agire nel proprio interesse a discapito dei poveri lavoratori.

2. *Abacus*: rivista accademica trimestrale sottoposta a revisione paritaria pubblicata da Wiley-Blackwell per conto della Accounting Foundation. È stata fondata nel 1965.

3. WeChat: servizio di comunicazione attraverso messaggi di testo e vocali per dispositivi portatili, sviluppato dalla società cinese Tencent Holdings Limited, utilizzata come strumento di sorveglianza e censura sulla popolazione cinese. La prima versione è stata distribuita a gennaio 2011.

4. QQ: il più popolare programma di messaggistica istantanea in Cina. È di proprietà della Tencent Holdings Limited.

1.1.2 Tangping e Karoshi

Quello della Foxconn purtroppo è solo uno tra i tanti esempi di superlavoro che tuttora affligge i lavoratori cinesi. Dopo un decennio di crescita esplosiva, il settore tecnologico in Cina sta attraversando un periodo di incertezza. L'aspirazione a fare carriera o guadagnare facilmente denaro in grandi aziende tecnologiche è stata infranta. La classe media urbana cinese è sempre meno benestante e la disuguaglianza economica è in aumento. La pandemia ha aggravato la situazione, con un tasso di disoccupazione tra i giovani che ha raggiunto il 15,4% a giugno 2021, salari stagnanti e prezzi delle case in aumento. Spopola nella blogosfera cinese il termine "tangping" ossia "stare sdraiati", neologismo che fa riferimento alla "resistenza passiva ai ritmi sfrenati della vita lavorativa in Cina, vissuta soprattutto dai giovani lavoratori delle aziende tech o legate alla nuova economia", afferma Ivan Franceschini, esperto di diritto dei lavoratori in Cina e ricercatore presso l'Australian National University. Il giovane sociologo dell'università di Hong Kong, Li Xiaotian, sostiene che la crescita di una coscienza

di classe tra le nuove generazioni cinesi sia naturale, sia per motivi culturali che per condizioni di lavoro spesso alienanti. Sebbene il fenomeno del "tangping" sia molto diffuso sui social, l'esperienza collettiva di sfruttamento e alienazione è reale, e il risentimento collettivo per il rapporto attuale di lavoro continuerà a crescere. I social potrebbero aiutare i giovani a organizzarsi e a protestare. Le nuove generazioni non sono più disposte a sacrificarsi per il "sogno cinese" e ciò potrebbe condurre a uno scontro con il potere politico. Un recente studio sulla salute dei dipendenti delle aziende digitali cinesi, pubblicato il 16 luglio 2021, ha rilevato una correlazione tra lunghi orari di lavoro, insonnia e disturbi psichici, come la depressione. Questo fenomeno, una volta diffuso soprattutto in Giappone con il nome di "karoshi" che letteralmente significa "superlavoro della morte", sta diventando sempre più comune anche in Cina, con oltre 600 mila morti ogni anno causate da malattie e stress dovuti al lavoro o suicidi di individui apparentemente in buona salute. In questi Paesi per interi de-

cenni sono stati segnalati problemi quali l'impossibilità di lasciare il lavoro prima del proprio capo, svolgendo più di 80 ore di straordinario al mese non retribuite. Questo fenomeno ha attirato l'attenzione nazionale negli anni '80 quando diversi importanti dirigenti morirono improvvisamente senza alcuna annunciata patologia. Situazione che si rivela molto simile a quella che vivono i lavoratori delle fabbriche tecnologiche cinesi. L'aumento delle morti correlate al lavoro è stato evidenziato anche dalle recenti morti di due dipendenti dell'e-commerce Pinduoduo a dicembre 2020 e gennaio 2021. La pressione per i giovani inizia già all'università, spesso alimentata dai genitori. Secondo una ricerca condotta nel 2019-2020, l'83,5% dei ragazzi laureati in Cina si era sentito sotto forte o notevole pressione durante gli studi. Questo fenomeno evidenzia l'importanza della creazione di un ambiente di lavoro sano e sostenibile per i dipendenti, al fine di evitare l'insorgere di problemi di salute mentale e fisica e di garantire il benessere dei lavoratori, stimolando e spronando le loro potenzialità.

1600

persone che **ogni giorno** muoiono in Cina a causa del lavoro

600 mila

persone che **ogni anno** muoiono in Cina a causa del lavoro

Fonte: China Youth Daily

In conclusione, il fenomeno 996 è ormai radicato nella cultura cinese per varie e diverse motivazioni tra le quali la necessità di denaro, la mira ad una carriera migliore, il rispetto di regole imposte, la paura di perdere il posto. La mentalità 996 sicuramente punta all'ottimizzazione massima ma sfocia nello sfruttamento e dove le persone non possono stare bene a livello umano e personale non possono nemmeno essere produttive a lungo termine, come dimostrano i molteplici suicidi avvenuti nella fabbrica Foxconn. Tale situazione è ingiustificabile e crudele per i dipendenti che vengono trattati come numeri e non come persone e, sul piano economico, non conveniente nemmeno alle aziende. Lavorare a ritmo serrato e in condizioni disumane a lungo andare può rendere le persone meno efficaci rispetto a quando lavorano meno ore ma in modo più calmo.

I dipendenti stanchi possono svolgere lavori approssimativi e introdurre problematiche che causano rallentamenti in momenti successivi rispetto alla produzione del prodotto. Grandi menti come Darwin, Poincaré e Thomas Mann affermavano di dedicare alla loro produzione creativa blocchi giornalieri da 3 o 4 ore per poi riempire il resto della giornata con altre attività per tenere in allenamento la mente ma anche lo spirito. Il concetto di superlavoro della 996 culture è dannoso per il benessere psico-fisico dei dipendenti, non garantisce che essi producano un lavoro migliore dei colleghi che lavorano in orari e condizioni più salutari. Fanno dimenticare ai lavoratori che prima di essere tali essi sono persone che, in quanto tali, dovrebbero avere il diritto di godere di tempo libero da dedicare ai propri affetti e alle proprie passioni che esulano dal contesto lavorativo.

1.2 “Great resignation”

In epoca post-pandemica e in particolare a cominciare dalla seconda metà del 2021, si sono registrati molti casi di dimissioni soprattutto in America, tanto da alimentare un fenomeno chiamato “Great resignation”. I dati pubblicati dal US Bureau of Labor Statistics⁵ hanno sottolineato come alla fine del mese di marzo 2022 le posizioni vacanti fossero 11 milioni e 550 mila e le dimissioni 4 milioni e 500 mila, cioè il 3% della forza occupazionale complessiva. Tale numero appare considerevole, dal momento che in America prima della pandemia le dimissioni non avevano superato la soglia del 2,4%. Tra i Paesi europei tale fenomeno pare non essersi diffuso, fatta eccezione per l'Italia. I dati pubblicati a inizio 2022 dall'Aidp, Associazione italiana direzione personale, affermano che le dimissioni volontarie interessano il 60% delle aziende coinvolgendo i settori dell'informatica, del digitale, della produzione, del marketing e delle vendite. La fascia più incline a tale scelta risulta essere quella tra i 26 e i 35 anni, per la maggior parte impiegati di aziende del Nord Italia. In base ai dati raccolti da Aidp, tale decisione viene spesso dettata dalla ricerca di condizioni economiche più soddisfacenti e la speranza di trovare un migliore equilibrio tra vita privata e lavoro.

“ **Senza alcun dubbio, la pandemia è una delle ragioni. C'è stato un cambiamento culturale per quanto riguarda le priorità personali: la gente ora mette in dubbio che il lavoro debba avere lo stesso ruolo che aveva prima.**

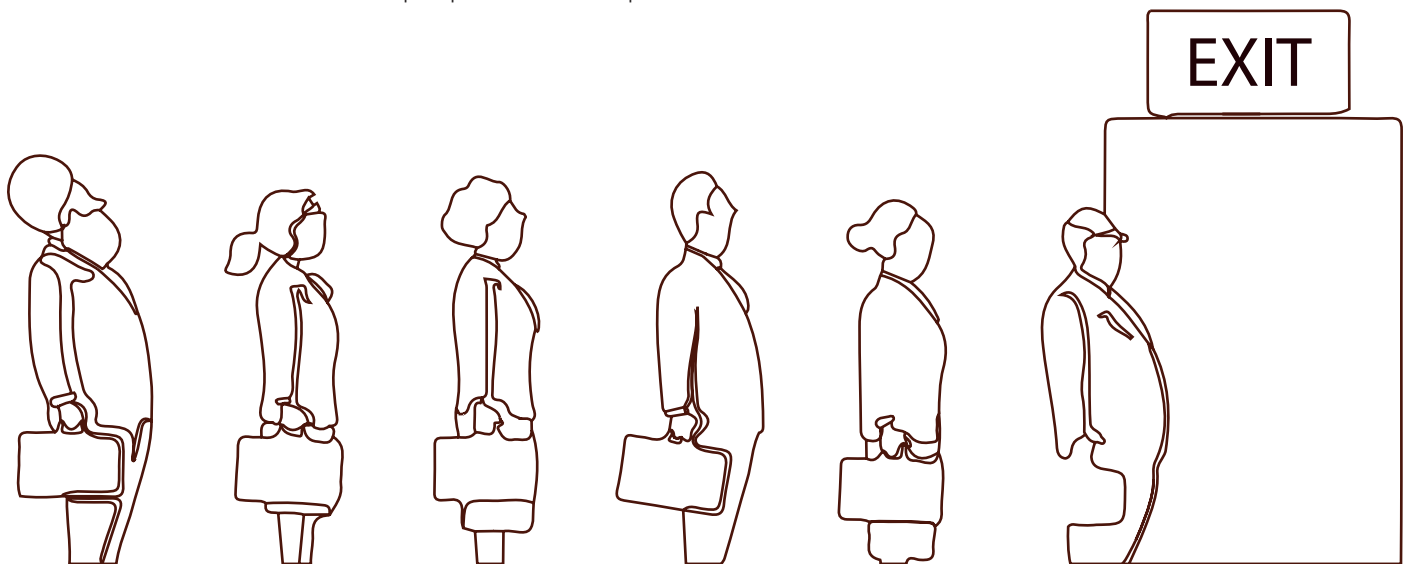
ha detto **Jerònimo Maillo**, professore di diritto europeo all'Università CEU San Pablo di Madrid, in una intervista per Euronews, uno tra i canali di informazioni più seguito a livello europeo. Sia gli esperti che i lavoratori stessi indicano la pandemia come un evidente catalizzatore di tale cambiamento ma alcuni studiosi hanno motivo di inserire tale fenomeno all'interno di una transizione più ampia e a più lungo raggio temporale. Se l'ipotesi corretta è la seconda lo potremo sapere solo in futuro ma quel che è certo, al momento, è che il periodo pandemico ha contribuito in modo consistente. Questo perché durante i mesi di lockdown, soprattutto i primi, il mercato del lavoro risultava “congelato”. La situazione era talmente precaria che non era conveniente abbandonare il proprio lavoro perché il periodo incerto non garantiva la possibilità di trovarne un altro. In base alle statistiche risulta infatti che molte delle di-

5. US Bureau of Labor Statistics: principale agenzia d'indagine del governo statunitense nel vasto campo dell'economia e della statistica del lavoro e tra le più importanti agenzie del Sistema statistico federale statunitense. Fondata nel 1884.

6. PageGroup: azienda di reclutamento con sede in Gran Bretagna.

missioni avvenute in periodo post-pandemico siano in realtà dimissioni rimandate a causa della fase critica dovuta alla pandemia. A tale proposito Tommaso Mainini, Senior Managing director Italia & Turchia di PageGroup⁶ afferma che “il fenomeno delle grandi dimissioni si è sviluppato nel periodo dell'emergenza Covid-19 perché molti hanno iniziato a dare maggiore importanza alla **qualità del lavoro e della vita privata**, mettendo al primo posto i desideri di autorealizzazione e di crescita personale e sociale. Intercettare questi nuovi desideri è la vera sfida che attende le aziende nel 2022”. A livello umano, infatti, in questi ultimi anni, molte persone si sono trovate in situazioni che mai avrebbero pensato di poter vivere, situazioni che, inevitabilmente, conducono a riflessioni profonde sul proprio essere e sulla direzione più adatta da seguire, che rispecchi la propria vera inclinazione e che si avvicini sempre più

al concetto di felicità. Bauman nel suo libro “Cose che abbiamo in comune” definiva il mondo moderno con l'aggettivo “liquido” riferendosi alla sua continua capacità di mutazione. All'interno delle 44 lettere l'autore descrive la flessibilità come la caratteristica che permette la sopravvivenza all'interno di questo mondo così perpetuamente in evoluzione. Il libro in questione è stato scritto nel 2010 ma è chiaro quanto i concetti che descrive siano tanto attuali quanto utili. L'epidemia ha infatti prodotto una sorta di “congelamento” della quotidianità privata e lavorativa di tante persone, rendendo la realtà come sospesa in cerca di una nuova “normalità”, di una nuova via che riunisca la parte di sé stessi che viveva prima della pandemia con quella profondamente cambiata che vive ora. Molto spesso non si tratta di “tornare alla normalità” ma di reinventarsi una propria nuova quotidianità.



1.3 Impatto causato dallo smart-working sui lavoratori: alcuni dati

Secondo un'indagine condotta da Eurostat⁷, nel 2019 erano quasi 17 milioni (circa il 72%) gli occupati in Italia con un orario rigidamente determinato dal datore di lavoro - o dalle esigenze dei clienti nel caso degli autonomi, solo lo 0,8 % degli occupati italiani (184 mila persone) ha usato la propria abitazione come luogo principale di lavoro, il 2,7% (629 mila) come luogo secondario, mentre il 2,2% (524 mila) ha lavorato da casa solo in modo occasionale. Alle porte del 2020, quindi, emerge complessivamente come meno del 6% degli occupati fosse immediatamente preparato a lavorare da remoto. Come è ben noto, la pandemia ha cambiato notevolmente la situazione: lo smart working ha interessato il 19,4% dei lavoratori nel secondo trimestre del 2020, un totale di oltre 4 milioni di occupati e una stima fino a 8,2 milioni di potenziali smart worker. Condizioni quali la digitalizzazione e il distanziamento sociale hanno contribuito a produrre una nuova segmentazione nel mercato del lavoro che, grazie alla sua evoluzione, ha evitato il collasso dell'economia globale e ha rivoluzionato la vita di molte persone che, proprio grazie allo smart working, sono riuscite a coordinare tutti gli ambiti della propria vita in condizioni che altrimenti non avrebbero potuto permetterlo. I benefici sono molteplici sia per i lavoratori che per le aziende in quanto tale modello organizzativo consente di ottimizzare

i tempi e di ridurre i costi aumentando dunque la produttività del sistema nell'immediato. I dipendenti si sentono liberi di lavorare comodamente da casa propria e risparmiano sui mezzi di trasporto, hanno orari più flessibili e più libertà di movimento. A una prima valutazione i vantaggi sembrano molti ma è necessario analizzare più accuratamente quali siano stati gli effetti dello smart working sui lavoratori attraverso dati più specifici. Uno sguardo più attento porta alla luce alcune complicazioni quali, ad esempio, il fatto che avendo un orario flessibile i lavoratori possano mettere le proprie mansioni in secondo piano, partecipando ad altre attività non lavorative; inoltre è stato dimostrato come la riduzione delle interazioni tra i lavoratori o tra essi e i loro referenti rappresenti un rischio di diminuzione della produttività, soprattutto per determinate tipologie di lavoro. Infine, uno dei problemi più riscontrati risulta essere quello del "superlavoro": la mancanza di orari lavorativi predefiniti e fissati porta ad alcune situazioni estreme che però sono molto frequenti come consumare i pasti alla scrivania e continuare a lavorare anche una volta terminate le canoniche 8 ore per riuscire a concludere determinate operazioni e dimostrare al datore di lavoro che la propria efficienza non è messa a repentaglio dal lavoro in modalità remota.

7. Eurostat: Ufficio statistico dell'Unione europea, direzione generale della Commissione europea che raccoglie ed elabora dati provenienti dagli Stati membri dell'Unione europea a fini statistici, promuovendo il processo di armonizzazione della metodologia statistica tra gli Stati stessi.

“ Lo smart working rischia, quindi, di portare il lavoro a risultare invasivo, rendendo labile il confine tra tempi di lavoro e tempi di vita privata, e potrebbe costituire una causa di stress e disequilibrio per i lavoratori

Grinza, E., Abrardi, L., Signoretta, R. (2021). Valutazione dell'impatto dello smart working sul work-life balance dei lavoratori.



dei lavoratori richiedono condizioni migliori per restare



dei lavoratori sono stanchi di sentirsi in "burnout"



vogliono sentirsi più valorizzati per le proprie capacità

Fonte: Microsoft Work Index 2021

Vediamo alcuni dei dati raccolti su un campione di 1594 individui lavoratori, riportati nell'elaborato appena citato. Una delle variabili analizzate è stato l'andamento complessivo dell'equilibrio tra vita lavorativa e vita privata dei lavoratori che hanno sperimentato lo smart working. Dal grafico 1 si evince che il 38% del totale non ha notato cambiamenti, più del 40% ha evidenziato dei peggioramenti mentre solo il 22% ritiene che il proprio equilibrio sia migliorato. In una scala da 1, ossia peggioramento significativo, a 5, ossia miglioramento significativo, la risposta media è stata 2,76.

Il grafico 2 evidenzia quanto durante il periodo di smart working rispetto alla normalità, sia stato ridistribuito il tempo a disposizione per le diverse attività. È evidente come le ore relative al lavoro domestico e cura di altri individui a carico come bambini o anziani, siano aumentate a scapito delle ore da dedicare a sé stessi che sono invece diminuite notevolmente. Inoltre le ore dedicate al lavoro vero e proprio sono aumentate nella maggior parte dei casi come sottolinea il grafico 3: "quasi il 50% sostiene che siano aumen-

tate, il 35% non ha notato differenze, per il 18% sono diminuite. In una scala da 1 - ridotte significativamente a 5 - aumentate significativamente, la risposta media è stata 3,4" (ibidem).

Dai dati analizzati emerge che i lavoratori italiani, durante il periodo epidemico hanno lavorato più ore del solito a discapito del tempo da dedicare a loro stessi. Tale evidenza, tuttavia, non risulta essere avvenuta in concomitanza di un carico di lavoro eccessivo e pertanto l'allungamento dell'orario lavorativo non dipende dal carico di lavoro. Probabilmente la ragione di tale fenomeno va ricercata nelle restrizioni imposte dai vari lockdown che hanno praticamente annullato i momenti di socializzazione, costringendo per certi versi gli italiani a concentrarsi sul lavoro. "Ciò però ha inevitabilmente portato a registrare, durante il 2020, un peggioramento del work-life balance rispetto alla situazione pre-pandemica" (ibidem).

Come introdotto precedentemente gli smart worker in Italia sono sempre più diffusi e in continua affermazione. Ciò segna una netta linea di confine per un

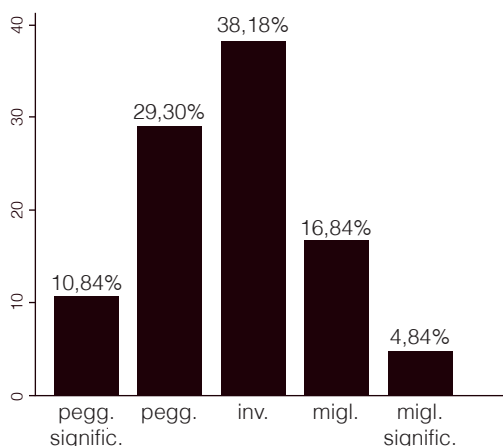


Grafico 1 - Come è variato complessivamente l'equilibrio tra la tua vita lavorativa e quella privata?
Scala: 1- pegg. signific., 5- migliorato signific.

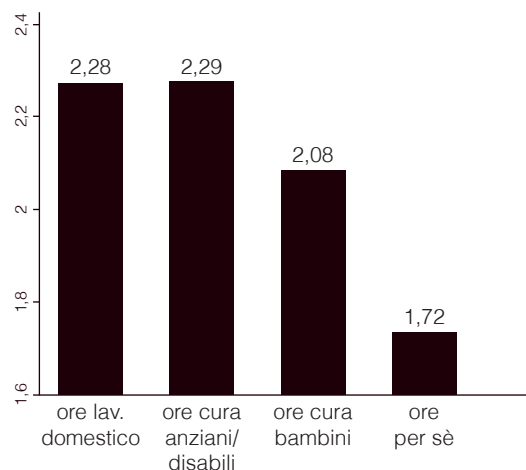


Grafico 2 - Durante la pandemia, rispetto alla normalità, come si sono modificati i seguenti aspetti?
Scala: 1- diminuite, 2- invariate, 3- aumentate

nuovo mercato del lavoro che va però guidata affinché non si miri esclusivamente alla produttività delle aziende e alla loro economia ma anche al benessere dei singoli lavoratori che, seppure fisicamente lontani possano non provare sensazioni di angoscia o stress rispetto al proprio lavoro. Per questi motivi sarà sempre più necessario stabilire delle nuove norme che regolino questa non più così nuova modalità di lavoro per mantenere alta l'efficienza ma anche l'umore dei lavoratori. Tra queste norme si fa spazio il **“diritto alla disconnessione”**, che in Francia esiste già dal 2016 e che è approdato di recente anche in Italia proprio in merito alla Legge sul “lavoro agile” (L. 81/2017, Art.19, comma 1). Come denota Stefano Gheno⁸ nel suo articolo “Il lavoro nel post Covid-19: tra desiderio e cambiamenti necessari” (2020), dal punto di vista psicologico, lo sviluppo di nuove modalità di lavoro che prevedono da un lato la “smaterializzazione” dei luoghi di lavoro, dall'altro la semplicità di connessione basata su tecnologie digitali sempre più diffuse e di facile utilizzo

“**porta con sé il rischio di un lavoro senza limiti temporali, fondato su un modello implicito di domanda-risposta in tempo reale. È quindi necessario recuperare una certa dimensione di limite nel lavoro che la sua virtualizzazione tende a sopprimere.**

(Gheno, S. (2020). Il lavoro nel post Covid-19: tra desiderio e cambiamenti necessari).

È dunque necessario, all'interno di un ambiente lavorativo così vasto e flessibile, porre dei confini che segnino la salute e il benessere del lavoratore e, al tempo stesso, la sua efficienza.

“**Le relazioni lavorative non sono solo funzionali a trasferire cognitivamente informazioni, ma servono anche a costruire reciproca identificazione e appartenenza.**

(ibidem). Tutto ciò viene facilitato se tali relazioni si verificano in presenza in quanto di persona è più semplice creare

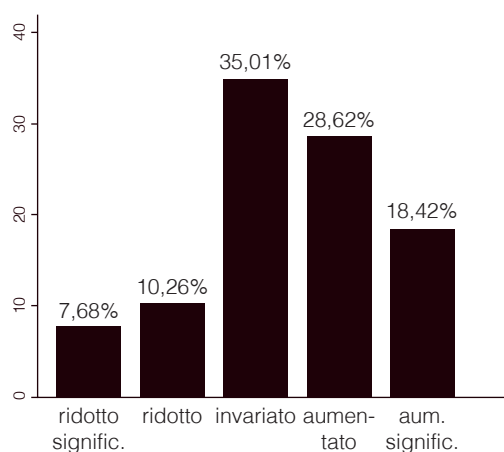


Grafico 3 - Durante la pandemia, rispetto alla normalità, come è variato il numero di ore che dedichi al lavoro?

una buona atmosfera all'interno della quale si abbia più voglia di lavorare in modo corretto. "Anche per questo motivo" – continua Gheno (ibidem) – "la narrazione dello smart working come un isolamento ideale e perfetto dalle distrazioni presenti nei luoghi di socialità, possibilmente in ambienti soggettivamente soddisfacenti (la spiaggia caraibica o il rifugio in alta quota, per citarne due) è forse efficace per "vendere" il concetto, ma non corrisponde alla reale struttura antropologica che è fatta anche di quelle **"distrazioni sociali" che hanno la forma delle chiacchiere in mensa o alla macchinetta del caffè**"(ibidem). Sono proprio tali momenti, chiamati a volte "tempi morti", condivisi con i propri colleghi o con altre persone che spesso mettono il lavoratore a proprio agio nell'ambiente di lavoro e gli permettono di dare il meglio una volta tornato alla propria postazione. Molto spesso è proprio in questi momenti di riunione informale che le informazioni più utili vengono veicolate e portano alla soluzione di alcuni problemi che, analizzati in solitaria sembrano irrisolvibili.

Come verrà spiegato nei capitoli successivi, la collaborazione tra i colleghi è un elemento fondamentale per la produttività di un'intera azienda. Bisognerebbe dunque stabilire alcuni criteri che consentano di valutare i vantaggi dello smart working; tra questi Gheno annovera la possibilità di garantire un tenore di vita dignitoso, sviluppare le proprie competenze, alimentare il proprio benessere psico-

fisico, soddisfare le proprie esigenze relazionali e contribuire al bene comune. Anche se "dobbiamo accettare il fatto che il lavoro cambia con una velocità molto maggiore alla nostra capacità di descriverlo in modo condiviso" (ibidem), sarà necessario d'ora in poi più che mai sviluppare una nuova capacità di stabilire vincoli e utilità di queste nuove modalità d'impiego per garantire il benessere dei lavoratori. In una parola bisognerebbe prendersi cura dello **Psycap** dei lavoratori ossia il loro capitale psicologico. Il termine Psycap ha radici teoriche nella "psicologia positiva" di Seligman⁹. Quest'ultimo sostiene che la psicologia debba assistere le persone in quanto tali e non solo nel momento in cui presentano una determinata patologia, cercando di aiutarle a conoscersi e a sviluppare il proprio patrimonio di risorse positive, una psicologia che intervenga a favore dello sviluppo e non per forza della cura. Il capitale psicologico interviene nel mondo delle organizzazioni al fine di creare le condizioni ideali in cui ciascuno possa sviluppare le proprie caratteristiche migliori. Lo Psycap è, dunque, uno stato psicologico positivo ed è costituito da quattro dimensioni: autoefficacia, ottimismo, resilienza e determinazione. Queste, se combinate e stimolate adeguatamente, permettono al singolo lavoratore di ottenere con meno sforzo una performance migliore e a crescere professionalmente. Ciascuna delle quattro variabili risulta essere indipendente dalle altre a livello teorico, misurabile attraverso

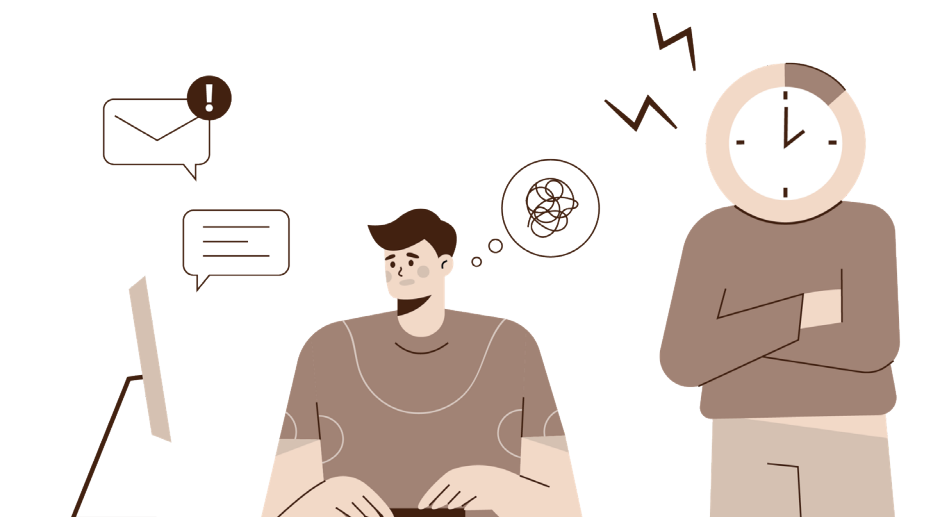
8. Stefano Gheno: professore specializzato in psicologia del lavoro presso l'Università Cattolica, insegna presso lo stesso ateneo "Gestione delle risorse umane e psicologia delle risorse umane", presso la Facoltà di Scienze politiche e sociali.

9. Martin E. P. Seligman: psicologo e saggista statunitense.

determinati strumenti e stimolata grazie a specifici programmi per influire in modo positivo sul rendimento del lavoratore. Alcuni studi internazionali rivelano, infatti, come lo PsyCap possa migliorare l'esperienza dei lavoratori aumentando il loro attaccamento verso il lavoro e quindi il loro grado di soddisfazione e il loro coinvolgimento che portano all'innalzamento del livello motivazionale e cognitivo. È stato provato, inoltre, che le persone con PsyCap elevato sono a minor rischio di stress e burnout, in quanto la loro percezione positiva dell'ambiente lavorativo permette loro di reagire in modo migliore a eventi stressanti. Dal punto di vista organizzativo, invece, è stato dimostrato che, collaboratori con un elevato PsyCap sono più proattivi e disponibili nel condividere e veicolare idee e conoscenze

che permettono la crescita del know-how aziendale. Insomma è chiaro come implementare ogni dimensione di tale matrice possa favorire il benessere del singolo individuo che, sentendosi a proprio agio potrà mettersi in gioco e far crescere l'efficienza dell'intera azienda. Tale attenzione verso lo PsyCap (Manuti¹⁰, 2014), ci fa inoltre pensare che la ripresa vada accompagnata da una "cura" della salute organizzativa che inglobi anche il benessere psicosociale oltre alla canonica salute fisica.

Una volta rientrato l'allarme epidemico, lavoratori e imprese si sono trovati a dover riprendere una dinamica fatta di "normale" relazionalità e a capire l'importanza della rete sociale che compone e guida le aziende e senza la quale vengono a mancare le fondamenta del lavoro.



10. Amelia Manuti: professoressa associata di Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni presso l'Università degli studi di Bari.

1.4 Information overload: come percepiamo la realtà

Un'altra variabile in continua evoluzione che caratterizza questa transizione a livello globale è la costante esposizione a una quantità elevatissima di input e dati provenienti dal mondo reale ma anche, e forse in proporzione maggiore, da quello virtuale. L'epoca attuale vede le persone vivere in un limbo, sempre a metà tra reale e virtuale: ormai tutti possiedono sia una vita online che una offline che continuamente si intersecano e non possono esistere l'una senza l'altra. Questa situazione è stata ampiamente analizzata da molti studiosi, tra i quali Luciano Floridi¹¹, filosofo e padre dell'etica dell'informazione, presidente della squadra di esperti voluta dall'Unione Europea sul tema "Concepts Engineering" da cui, già nel 2015, sono nati l'Onlife Initiative e il manifesto ad essa correlato. Il sottotitolo del manifesto "Being human in a hyperconnected era" indica già il fulcro su cui si concentrano le riflessioni ossia l'avanzare della costante e continua connessione che a poco a poco:

- sfuma i confini tra reale e virtuale
- modifica le interazioni tra uomo, macchina e Natura
- sovraccarica le menti delle persone di informazioni
- passa dal primato dell'oggetto a quello dell'interazione.

Maria Cristina Tortorelli nella sua analisi del testo in questione per un Seminario di Cultura Digitale all'università di Pisa scrive "l'uomo plasma la realtà che lo circonda in concetti, allo scopo di comprenderla e dominarla. Questi concetti, e la percezione che ne abbiamo, sono l'interfaccia con cui ci relazioniamo con il

mondo. Oggi non disponiamo di strumenti concettuali tali da poter comprendere e realizzare appieno le questioni relative alle ICT¹². È proprio questa mancanza di strumenti che conduce, molto spesso, alla paura e al forte senso di inadeguatezza verso il futuro: rifiutiamo tutto quello che non conosciamo e tutto quello a cui faticiamo a trovare un senso". Per questo è stato avviato un dibattito pubblico sui cambiamenti della società, per trovare di nuovo i punti di riferimento che utilizziamo per decifrare e comprendere il mondo. Uno dei punti sottolineati all'interno del Manifesto riguarda la grandissima quantità di informazioni a cui si è quotidianamente esposti e che causa il sovraccarico cognitivo, la distrazione e il presente amnesico, elementi tipici della generazione odierna. Il fenomeno in questione si chiama "Information Overload" e consiste nella grande quantità di informazioni che captiamo ogni giorno, ogni ora e ogni minuto da siti web, social media e input del mondo reale che possono arrivare a inibire la capacità dell'utente di metabolizzarle e discernere quelle valide dalle informazioni non necessarie o addirittura ingannevoli. Questa situazione è legata alla questione della iperconnettività, il mondo chiede di stare sempre al passo, app di messaggistica istantanea ti mostrano "online" e sempre pronto a una risposta in tempo reale, si finisce per essere travolti dal ritmo vorticoso senza di fatto capire in cosa ci si stia trovando. D'altra parte, il correre affannosamente inseguendo obiettivi e tenori di vita sempre più elevati è diventato l'emblema di questa nuova società in cui l'apparenza è ciò che conta. Sarebbe a volte utile prendersi una piccola pausa per permettersi di focalizzare le informazioni importanti e dividerle da quelle futili, per capire quale

11. Luciano Floridi: filosofo italiano, professore ordinario di filosofia ed etica dell'informazione presso l'Oxford Internet Institute dell'Università di Oxford, dove è direttore del Digital Ethics Lab, nonché professore di Sociologia della comunicazione presso l'Università di Bologna.

12. ICT: Information and Communication Technologies, in italiano "tecnologie dell'informazione e della comunicazione", sono l'insieme dei metodi e delle tecniche utilizzate nella trasmissione, ricezione ed elaborazione di dati e informazioni.

direzione può davvero essere quella giusta. La nostra società vive nella velocità e a volte nella banalità e nella semplificazione più estrema e rende sempre più difficile l'approccio a cose complesse che richiedono analisi, attesa, introspezione, ascolto. Siamo diventati sempre più incapaci di sperimentare la lentezza, la solitudine, la noia, i momenti vuoti delle nostre vite, e sentiamo la necessità di riempirli con questo flusso di contenuti che ci precipitano addosso e che non siamo in grado di interrompere. Il nostro cervello riceve tantissime informazioni, siamo costantemente bombardati da stimoli che ci regalano una falsa sensazione di pienezza, quando in realtà stiamo semplicemente intrattenendo il nostro vuoto in completa solitudine. Questa continua confusione ha inoltre alimentato la commistione tra pubblico e privato, due concetti un tempo ben distinti da contorni che ormai risultano essere sempre più labili e sfumati. Internet, ad esempio, può essere considerato uno spazio pubblico all'interno del quale agiscono e interagiscono tra loro soggetti privati. Al giorno d'oggi ogni individuo sente la necessità di essere al riparo dall'opinione pubblica ma anche di esserle esposto in qualche maniera, per sentire l'appartenenza a questo mondo virtuale che sempre più non può fare a meno di vivere in simbiosi con quello reale. Un'altra conseguenza dell'information overload è il rapporto tra utenti e informazioni. Finora tale rapporto era teso all'accumulo di conoscenza e di comprensione del mondo mentre ora, il fatto di poter rintracciare tramite un semplice click su un motore di ricerca o una domanda ad Alexa qualsiasi informazione istantaneamente, porta gli utenti a un altro tipo di percezioni dei dati appresi. Ciò influisce anche sulla capacità

di attenzione dell'uomo che è destinata a diminuire sempre più. I social stanno rovinando la nostra soglia dell'attenzione, che in media al momento risulta essere di 8 secondi, inferiore a quella di un pesce rosso. Viviamo in un mondo in cui le cose hanno 3 secondi di tempo per rivelarsi interessanti poi il nostro interesse inizia a calare e il pollice, quasi autonomamente, esegue lo scroll al prossimo contenuto. Vogliamo tutto e subito, siamo schiavi di un appagamento istantaneo, di titoli clickbait che ci tengono incollati allo schermo senza comunicarci niente. Nel mondo digitale la nostra attenzione rappresenta un bene di scambio su cui lucrare: tale visione strumentale e merceologica, secondo Maria Cristina Tortorelli, "trascura la dimensione sociale e politica dell'attenzione. Ogni essere umano ha diritto di concentrarsi e di focalizzare la propria attenzione come preferisce, e questa è una condizione necessaria per un corretto sviluppo in ognuno di noi di autonomia, responsabilità, riflessività, pluralità all'interno della nostra società e senso di significato nella vita", esse costituiscono uno dei pilastri fondamentali nella costruzione del linguaggio umano, nell'empatia e nella cooperazione tra individui. Ciò che guardiamo, ascoltiamo o leggiamo plasma la nostra mente, influenza inconsapevolmente i nostri pensieri e, la qualità dei nostri pensieri crea la nostra realtà. È necessario ammettere che le ICT stanno rivoluzionando il modo di vivere e pensare, cambiamenti profondi che sono già in atto e di cui sarebbe incosciente non ammettere l'esistenza. L'intelligenza viene spesso definita come la miglior forma di adattamento all'ambiente, capire il cambiamento per veicolarlo nel modo più utile all'equilibrio terrestre e non combatterlo a tutti i costi in modo cieco.

Conseguenza inequivocabile del ritmo forsennato che la modernità impone risulta essere l'aumento delle malattie mentali. Uno studio dell'Harvard School of Public Health e del World Economic Forum, citato dall'Economist in un articolo dal titolo "Mental illness. The age of unreason", dimostra che tra il 2011 e il 2030 il costo delle malattie mentali in tutto il mondo aumenterà notevolmente fino a superare il costo relativo a malattie oncologiche, cardiovascolari, respiratorie e del diabete. Il sito dell'AIFA, Agenzia Italiana del Farmaco, afferma che le patologie psichiatriche come ansia, depressione o disturbi bipolari insieme a quelle neurologiche come Alzheimer e demenze, nei Paesi ad alto reddito rappresentano la principale causa di perdita di anni di vita per morte prematura e disabilità. "A causa del legame tra sviluppo economico, invecchiamento e malattia mentale – conclude infatti l'Economist – i prossimi decenni rischiano di assomigliare a un'età dell'irragionevolezza". È dunque importante sensibilizzare in tal senso le nuove generazioni di lavoratori in modo da poter prevenire, per quanto possibile, il rischio di ammalarsi.

1.5 Ritorno alla “normalità”: blended reality

Dalle considerazioni analizzate nei paragrafi precedenti appare chiaro quanto più che mai sia in atto attualmente un'epoca di transizione. A livello lavorativo ciò si traduce in una “blended reality” che deve far convivere reale e virtuale tra colleghi sparsi in giro per il mondo o semplicemente non fisicamente nello stesso ufficio. L'esperienza dello smart working in tempo pandemico ha portato i lavoratori ad abituarsi a lavorare “in solitaria”, dimenticando anche una volta tornati in presenza, quanto potesse essere utile e ricaricante una pausa alla macchinetta del caffè con un collega. Nell'ottica odierna di iperconnessione e alta reperibilità, i momenti di pausa o spostamento una volta abitudinari e quotidiani oggi possono sembrare una perdita di tempo. È difficile ritrovare punti di riferimento in questo processo di ritorno a una normalità che sembra non avere più nulla di “normale”. Mentre durante la pandemia era sufficiente cambiarsi la maglia del pigiama e avviare una video chiamata per concludere un appuntamento lavorativo e in un giorno poter incontrare persone da diversi luoghi senza spostarsi dalla propria sedia, ora è necessario tenere conto del tempo che serve per raggiungere il luogo dell'incontro o per prepararsi per uscire di casa, cose che un tempo risultavano scontate ma che oggi dobbiamo reinserire nella mentalità collettiva. È necessario però riflettere su come questi tempi che spesso definiamo “tempi morti” che impieghiamo in spostamenti, veloci scambi umani, conversazioni con i colleghi, stati di sovrappensiero mentre si è su un mezzo pubblico e tante

altre azioni che svolgiamo in automatico per arrivare a destinazione in realtà sono fondamentali parti del processo finale. È esperienza comune, infatti, che proprio durante questi “intervalli” affiori nella mente la cosiddetta “illuminazione” perché spesso la parola di un collega, il gesto di uno sconosciuto o un semaforo rosso mentre siamo alla guida ci permettono di interrompere il loop di pensieri irrisolti e trovare una prospettiva diversa da cui osservare il problema, spesso evidenziandone la soluzione. Altre volte semplicemente sfruttiamo questi tempi che non potrebbero altrimenti essere produttivi per risolvere alcune questioni pratiche più o meno impellenti che improvvisamente liberano la mente e fanno spazio per accogliere prontamente l'attività successiva.

Spesso non ci accorgiamo di quanto siano importanti certi momenti di socialità, pausa, meditazione o relax per l'efficienza di un lavoratore. Il progetto qui presentato si pone infatti l'obiettivo di ridare spessore e colore a questi tempi ormai appiattiti e sbiaditi dalle abitudini grigie del lavoro “agile” che risulta essere veloce e performante per certi versi tecnici e avanguardisti ma sicuramente frettoloso e sbrigativo in termini di socialità e relazioni umane. È dunque in un'ottica a lungo termine che si propone di salvaguardare il benessere dei lavoratori e la produttività dell'azienda che è importante curare e dare giusta risonanza alla pausa caffè, approfondendo e contestualizzando il luogo della macchinetta del caffè all'interno di un ambiente lavorativo.

2. LA COFFEE CULTURE

Il caffè è la bevanda più consumata al mondo e la sua storia si intreccia con le usanze di moltissimi Paesi. Questo capitolo analizza le proprietà stimolanti della bevanda e l'importante ruolo che ha svolto nel corso della storia umana, esaminando le diverse tradizioni e ritualità legate al momento di questo gesto profondamente radicato negli usi e nei costumi di luoghi diversi e negli artefatti che per tradizione artigianale sono legati alla preparazione e allo svolgimento di tale momento di comune ritrovo.



2.1 Coffee culture

La storia del caffè è lunga e affascinante, e affonda le sue radici nel lontano 500 d.C., in Africa. In particolare, la pianta di caffè cresceva selvaggia in Etiopia, tra i 1000 e i 1300 metri di altitudine, soprattutto nella regione di Kaffa, da cui prende il nome. Gli etiopi usavano il caffè nella sua interezza, sia i chicchi che le bacche, come spezia, mentre gli arabi preferivano preparare decotti con la pianta. Fu solo intorno al 1200 che si iniziò a rendere la bevanda più piacevole abbrustolendo i chicchi e tritandoli prima di farli bollire. Gli arabi ben presto iniziarono a berlo nei momenti di incontro perché non alcolico, facendolo diventare la bevanda preferita da bere in compagnia. Fu così che nacque il caffè per come lo conosciamo oggi e che cominciarono a svilupparsi tutte le tradizioni ad esso legate. Grazie alle campagne militari dei guerrieri etiopi il caffè si diffuse presto lungo tutti i territori affacciati sul Mar Mediterraneo, gli Arabi lo portarono poi in Persia dove si sviluppò l'usanza di berlo in tazze anziché in piccole coppe, come era consuetudine in Arabia. Dai paesi arabi, il caffè giunse in Turchia, dove divenne parte integrante della cultura e della tradizione. I caffè turchi erano solitamente serviti con dolcetti, come i famosi "baklava", e venivano consumati in apposite caffetterie, chiamate kahve, dove si svolgevano anche attività culturali come la lettura e la poesia. Fu solo nel XVII secolo che il caffè giunse in Europa, portato dai mercanti veneziani che lo importavano dall'Oriente. A Venezia, il caffè divenne presto un'attrazione popolare, con l'apertura di numerose caffetterie, dove la gente si incontrava per discutere di politica, cultura e arte. Da Venezia, il caffè si diffuse rapidamente in tutta Europa, diventando una bevanda molto popolare in Francia,

Inghilterra e Germania. Nel XVIII secolo, il caffè divenne una bevanda di lusso, molto apprezzata dalle classi nobili, che lo consumavano in pregiati servizi di porcellana. In Italia, l'attaccamento al caffè ha origini antiche che sono state tramandate tra le generazioni.

“ **In Italia il caffè è molto più di una semplice bevanda: è un vero e proprio rito, è parte integrante della nostra identità nazionale ed è espressione della nostra socialità che ci contraddistingue nel mondo.**

Gian Marco Centinaio¹³

La "coffee culture" è un fenomeno sociale che si è diffuso in tutto il mondo e che ha assunto connotazioni diverse a seconda dei paesi e delle culture. In alcune parti del mondo, come in Italia o in Francia, il caffè è una vera e propria istituzione, un rito che va rispettato e che si svolge secondo precise regole. In altri paesi, come gli Stati Uniti, il caffè è visto più come una bevanda pratica, da consumare in fretta durante la pausa lavoro o mentre ci si sposta da un posto all'altro. Nonostante le differenze culturali, tuttavia, il caffè rimane sempre un momento di condivisione e di socializzazione. Spesso, infatti, capita di invitare amici o colleghi per prendere un caffè insieme come pretesto per scambiare opinioni, parlare di lavoro o di altri argomenti di interesse comune. In molti Paesi, tra i quali l'Italia, il caffè è un'occasione per "fare networking" e stringere nuove relazioni professionali o personali tramite incontri informali che si concretizzano poi in opportunità lavorative o di crescita personale grazie alla possibilità di conoscere nuove persone.

13. Gian Marco Centinaio: sottosegretario dell'Agricoltura.

2.2 Proprietà del caffè

Il caffè è una pianta appartenente al genere "Coffea" della famiglia "Rubiaceae" i cui semi lavorati e ridotti in polvere si usano per produrre l'omonima bevanda. Le specie di Coffea sono 40 tra le quali sono molto utilizzate la Coffea Arabica, la più pregiata, e la Coffea Robusta, spesso mescolate insieme per ottenere miscele di sapore diverso. Tale pianta necessita di temperature medie annue fra i 15° e i 25° e predilige un terreno ricco e permeabile, piogge abbondanti alternate a periodi di siccità. Al momento le coltivazioni di caffè sono diffuse soprattutto in Sud America, Africa, India e nel sud-est asiatico.

Ciò che rende il caffè una bevanda stimolante è la caffeina, una sostanza presente in tante altre bibite come tè, Coca Cola, Red Bull etc., che, una volta assunta raggiunge il cervello e lo aiuta a rilasciare alcuni neurotrasmettitori come la noradrenalina e la dopamina che agiscono sull'attivazione dei neuroni. La caffeina, infatti, è in grado di potenziare il sistema nervoso centrale, diminuendo la sensazione di sonnolenza e incrementando quella di benessere. Alcuni benefici vengono percepiti anche dal cuore e a livello psichico, con l'aumento delle capacità mnemoniche e dell'abilità di ragionamento. Anche l'attività digestiva può beneficiare di un buon caffè che stimola la secrezione gastrica e biliare. Può

ridurre il senso di appetito e funzionare come analgesico contro il mal di testa e, se consumato senza zucchero, contiene solo 1-2 calorie a tazzina e dunque è adatto a chi è a dieta. A questi benefici immediati se ne aggiungono altri che nel tempo possono aiutare a prevenire malattie degenerative del sistema nervoso. Alcuni studi affermano, infatti, che il caffè può proteggere dal Parkinson attenuando alcuni sintomi e avere un ruolo migliorativo nell'incidenza di malattie quali il diabete di tipo II, grazie alla presenza di acido clorogenico. Il caffè, inoltre, è ricco di sostanze antiossidanti, i polifenoli, il cui assorbimento contrasta i radicali liberi e favorisce la riparazione del DNA, tutti fattori che in una prospettiva lungimirante possono ridurre lo stress ossidativo che risulta essere una delle principali cause di insorgenza di diabete di tipo II. Le proprietà benefiche del caffè non si fermano tuttavia alla sua composizione chimica: parte fondamentale dell'esperienza che accompagna il "momento caffè" è il suo profumo. Quando la bevanda è in preparazione, soprattutto se si produce con il classico metodo della Moka, l'aroma che viene sprigionato è un vero e proprio richiamo per tutti i presenti. L'aroma del caffè, è un elemento molto complesso che racchiude in sé tantissime molecole odorose differenti, e che inizia a formarsi molto prima di arrivare nella caffettiera, in

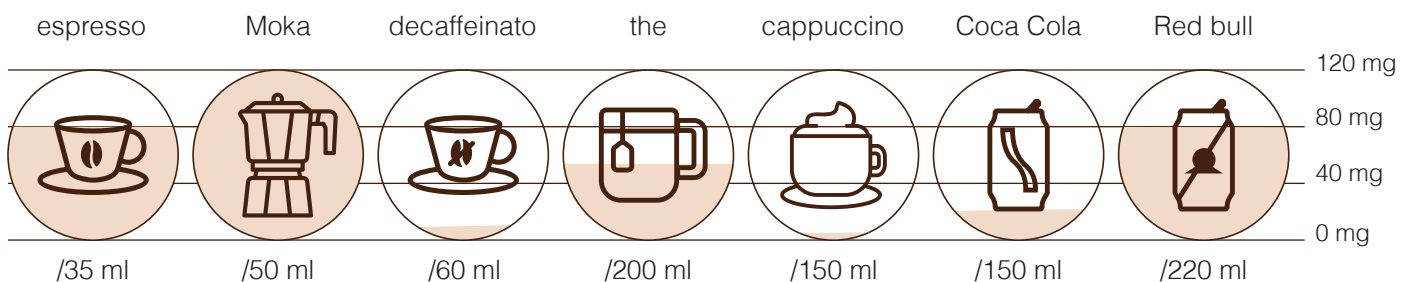


Fig. 2

Fig 2 - Grafico che mette a confronto diverse bevande in base alla quantità di caffeina che contengono.

particolare durante la torrefazione, fase in cui i chicchi verdi diventano a poco a poco di colore marrone scuro e sviluppano le 4 caratteristiche fondamentali del caffè: gusto, corpo, colore e aroma. Quando si sente “profumo di caffè” in realtà si stanno percependo una vastissima gamma di sentori, odori e ricordi olfattivi che si mescolano all’interno della mente. L’olfatto risulta essere, tra i cinque sensi, quello più evocativo e collegato alla memoria. Questo perché la zona del cervello che elabora le informazioni trasportate dai neuroni olfattivi, il bulbo olfattivo, si trova vicino all’ippocampo, sede della memoria a breve e a lungo termine. Secondo gli studi neuro-scientifici sono presenti circa un migliaio di recettori olfattivi grazie ai quali associamo odori e profumi a specifici ricordi. Queste ricerche hanno portato a scoprire che l’olfatto agisce sul sistema limbico e, dunque sulla struttura “emotiva” del cervello che regola stati d’animo, appetiti e istinti primordiali. Ecco perché ancor prima di assaggiare uno dei piatti preferiti, la mente ritorna a tempi passati in cui quello stesso piatto veniva preparato da una persona cara, perché odori e memorie sono strettamente connessi. Su questi concetti si basa uno studio dello “Stevens

Institute of Technology”, uno tra gli atenei più antichi degli Stati Uniti, che dimostra come il solo aroma del caffè riesca a rendere le persone che lo inalano più attive mentalmente. La professoressa Adriana Madzharov, esperta di marketing e branding sensoriale, ha condotto l’esperimento su un campione di circa cento studenti frequentanti lo stesso corso di business, ai quali sono state sottoposte dieci domande di algebra. Il primo gruppo ha compilato il test in un’aula dove veniva diffuso profumo di caffè mentre il secondo gruppo, il gruppo cosiddetto di controllo, ha effettuato l’esame in condizioni normali. Il primo gruppo ha ottenuto risultati migliori del secondo, pur non avendo assunto realmente caffeina. La professoressa spiega che l’aroma del caffè viene automaticamente associato dalla mente alla presenza di caffeina, producendo un effetto “placebo” che suggestiona i candidati, rendendoli immediatamente più vigili. I risultati ottenuti dallo studio appena citato potrebbero essere sfruttati a livello di marketing sensoriale in ambito lavorativo, al fine di aumentare la produttività dei dipendenti. In futuro gli uffici saranno forniti di metodi di diffusione di aroma di caffè artificiale? Ancora non è possibile saperlo ma di

Aroma sprigionato da una tazzina di caffè caldo



certo è dimostrato come l'aroma del caffè aiuti la mente ancor prima di assumere effettivamente la caffeina. Dopo averne elogiato le qualità è necessario sottolineare anche l'evenienza della comparsa di alcuni effetti collaterali dovuti all'accesso di assunzione del caffè o a patologie già presenti nell'individuo come ipertensione, gastrite o tachicardia. Quando si supera la soglia di tollerabilità della bevanda, gli effetti negativi che possono presentarsi si manifestano come palpitazioni, disturbi del ritmo cardiaco, tremori e reflusso gastrico. In ogni caso per individui sani e adulti è consigliabile assumere non più di 3-4 tazzine al giorno.



2.3 Il ruolo culturale e sociale del caffè

Nel 1650 viene aperta la prima caffetteria in Inghilterra, a Oxford. A quei tempi era rischioso bere acqua a causa della sporcizia che vi si trovava all'interno e per questo le bevande più diffuse erano gli alcolici, consumati in grandi quantità ad ogni ora del giorno. Con l'avvento del caffè e del tè le persone avevano d'un tratto la possibilità di bere una sostanza che aveva effetto stimolante anziché inibitorio e che costava relativamente poco. In più la nascita di luoghi come le caffetterie dava loro un punto di ritrovo, uno spazio in cui persone e idee di diversa provenienza potevano dialogare tra loro. Per questo si dice che le caffetterie abbiano giocato un ruolo fondamentale nel grande fermento intellettuale che accompagnò il periodo illuminista. Il grande contributo che una tazza di caffè può lasciare è proprio la situazione di relazione e socialità che intorno a essa si crea. Quante idee sono nate da un caffè in compagnia delle persone giuste? La mentalità di incontrare le persone con la scusa di bere un caffè è molto radicata in Italia ma anche negli altri Paesi euro-

pei e nasce dalla tradizione che questa bevanda porta con sé. Il caffè è infatti diffuso in tutto il Mediterraneo e presenta diversi riti, gestualità e parole fortemente connesse al contesto geografico, culturale e sociale a cui si riferisce. Accogliere qualcuno con una tazza di caffè è un gesto simbolico che nei secoli è diventato elemento identificativo della cultura mediterranea. Ciò lo ha reso dal punto di vista economico "uno tra i prodotti più importati sul mercato internazionale, una delle "commodities" più scambiate a livello globale" (Lemon, A. (2020). Trading sul caffè. DailyForex). L'industria del caffè risulta essere tra le poche veramente globali in quanto si rivolge sia a Paesi in via di sviluppo sia a Paesi già sviluppati, alle grandi società commerciali ma anche alle piccole attività locali. A livello culturale il caffè è carico di significati profondi legati al patrimonio materiale e immateriale dei contesti a cui appartiene, che nel tempo hanno creato rituali, utensili appositi alla sua preparazione e combinazioni con determinati cibi locali. Come afferma Jonathan Chapman¹⁴ in uno dei suoi libri sul

14. Jonathan Chapman: professore e direttore di dottorato presso la School of Design della Carnegie Mellon University, USA.



design emozionale **“la cultura materiale legata al caffè e la varietà delle esperienze create intorno ad esso, stabiliscono connessioni forti e durevoli all’interno dei consumatori, sia a livello razionale che emotivo”** (Chapman, J. (2005). *Emotionally Durable Design: Objects, Experiences and Empathy*. Routledge) e “generano un senso di appartenenza e continuità tra l’individuo e il gruppo, così come tra presente e passato” (Ozge, M. C. (2012). *Tradition and innovation: A study on reconfiguration of product language through innovative approaches*). Dal punto di vista del design un altro aspetto interessante della Coffee Culture risiede nel fatto che sia profondamente radicata nelle comunità e legata all’artigianato e alla lavorazione dei materiali locali. L’articolo “A cup of coffee between tradition and new cross-cultural experimentations”, (Caputo, I., Bozzola, M., De Giorgi, C., (2021). *PAD – Pages on Arts and Design*), analizza tali tradizioni per il loro valore storico e per le peculiarità progettuali intrinseche nei manufatti.

Turchia - “Kahve”

La caffettiera turca “cezve” o “ibrik” è realizzata in rame o in ottone, materiali lavorati grazie all’esperienza dell’artigianato anatolico, e ha una tipica forma a base larga e bocca stretta che è il segreto per creare la ricca schiuma che caratterizza il caffè turco. Il lungo manico e il beccuccio permettono di versare il contenuto solo con la mano destra, per servirlo in piccole tazze anch’esse di ottone o rame, dipinte a mano e dotate di uno strato di porcellana utile al mantenimento della temperatura della bevanda e al suo isolamento, consentendo la presa della tazzina senza scottarsi. Secondo la tradizione il caffè turco deve essere preparato in un ampio recipiente di rame pieno di sabbia, la quale consente una maggiore uniformità di calore rispetto al fornello.



Cartina geografica del Mar Mediterraneo e collocazione nei diversi Paesi degli strumenti legati al rito del caffè.



Tipico vassoio servito al momento del caffè in Turchia.

Siria

In Siria il caffè viene sempre servito nelle occasioni importanti come matrimoni e cerimonie, di solito preparato con acqua zuccherata eccetto per i funerali, durante i quali viene servito amaro. La caffettiera tradizionale è in ottone o argento e presenta un lungo beccuccio e un manico ricurvo. Il caffè siriano viene di solito servito all'interno di bicchieri molto piccoli senza manico.

Al rito del caffè in Siria è associato un determinato linguaggio che lo rende ancor più ricco di significato. Quando il caffè viene offerto agli ospiti, essi devono rispondere con la parola "daïmè", un augurio che esprime la speranza che quella casa sia sempre così generosa.

Caffettiera tradizionale siriana in ottone.



Egitto

Il caffè egiziano è simile al caffè turco e per prepararlo sono necessari i medesimi strumenti. Anche in Egitto il caffè senza zucchero è riservato alle occasioni tristi come i funerali e si chiama "saddah".

Tunisia - "zèzoua"

La tradizionale caffettiera tunisina (zèzoua) è molto simile a quella introdotta dagli Ottomani nel XVI secolo, solitamente realizzata a partire da un disco di ottone, rame o argento da esperti artigiani locali. Il manico viene fissato tramite stagnatura manuale con fuoco di carbone e poi il tutto viene lucidato. Il caffè tunisino viene versato in una tazzina di porcellana o ceramica cesellata di rame con coperchio e aromatizzato con fiori d'arancio o essenza di acqua di rose e servito con datteri o pasticcini.

In Siria il caffè viene accompagnato da datteri e dolci tipici.



Libano - "raqwa"

Anche nella società libanese il caffè è servito come atto di accoglienza e ospitalità. Viene preparato con la tradizionale caffettiera a manico lungo ("raqwa"), che è fatta di rame, oro o argento e presenta disegni molto elaborati, e viene servita in apposite tazze di dimensioni simili a quelle della tazzina da espresso con o senza manico, su un vassoio molto elaborato, accompagnato da un bicchiere d'acqua.

In questo territorio da secoli sopravvive un mestiere tradizionale legato al mondo del caffè, quello dei "kahwajes" ossia venditori ambulanti che servono il caffè in diverse circostanze, e che, passando di cliente in cliente, diventano testimoni e narratori di storie, pettegolezzi e dibattiti politici, custodi di piccoli attimi di quotidianità.

Strumenti tipici dell'attività di "kahwajes".



Grecia

Il caffè greco è un caffè forte simile al caffè turco. Il luogo dove è possibile bere un caffè in Grecia è il "kafenio", un luogo di ritrovo sociale con pochi tavoli e sedie dove la bevanda viene servita accompagnata da un bicchiere di acqua fredda e biscotti o dolci tradizionali, i "loukoumi". Il caffè greco è un infuso ricco e forte caratterizzato da una schiuma cremosa in cima, "kaimaki", e da un sedimento di polvere fine depositato sul fondo della tazza.

Viene bollito in una pentola alta e stretta chiamata "briki", solitamente realizzata in ottone, rame o acciaio inossidabile, e infine viene servito con i fondi in una tazzina di ceramica.

Caffetteria tipica in Grecia ("kafenio").

Italia

In Italia, il caffè detta il ritmo di ogni giorno. Il suo arrivo, datato all'incirca nel XVI secolo, fu oggetto di una diatriba religiosa a causa delle sue origini arabe. Inizialmente introdotta a Venezia attraverso il commercio con l'Oriente, la produzione del caffè italiano si è sviluppata a Napoli. All'inizio dell'Ottocento si diffonde in tutta Italia la tipica caffettiera napoletana "cuccumella", strumento utilizzato per la preparazione casalinga del caffè, dapprima realizzata in rame e successivamente in alluminio. A differenza dei tradizionali metodi di erogazione prima citati, la caffettiera napoletana viene messa sul fuoco con il beccuccio capovolto: non appena l'acqua bolle, e dal foro del serbatoio fuoriesce il vapore, la "cuccumella" deve essere afferrata saldamente e capovolta in modo che l'acqua bollente filtri attraverso la miscela di caffè. Nel 1933 viene prodotta per la prima volta la "moka", così chiamata in riferimento alla città di Moka, situata nello Yemen, famosa per la qualità del caffè, il caratteristico dispositivo italiano per la preparazione del caffè inventato da Alfonso Bialetti. Il primo modello si chiamava Moka Express, ed era composto da quattro elementi principali in alluminio e aveva il manico in bachelite. Oggi, invece, la "moka" viene prodotta in acciaio, pur avendo lo stesso meccanismo di funzionamento del primo prototipo.

Il caffè espresso è la tipologia più consumata fuori casa. Anche in Italia il caffè è simbolo di ospitalità e generosità. La tradizione del sud Italia del "caffè sospeso" ne è un interessante esempio; quando un cliente ordina un caffè sospeso, paga due caffè ricevendone solo uno. In questo modo, quando un bisognoso entra nel bar, può consumare il caffè pagato da uno sconosciuto. Tale tradizione sottolinea quanto, in Italia, il caffè sia un momento di personale piacere, un rito irrinunciabile.



Moka e caffè macinato, essenziali in ogni cucina italiana.

“

Anche in Italia il caffè è simbolo di ospitalità e generosità. La tradizione del sud Italia del “caffè sospeso” ne è un interessante esempio; quando un cliente ordina un caffè sospeso, paga due caffè ricevendone solo uno. In questo modo quando un bisognoso entra nel bar, può consumare il caffè pagato da uno sconosciuto. Questa iniziativa evidenzia quanto, in Italia, il caffè sia un piacere e un rito irrinunciabile, ed è impensabile non poterne beneficiare.

Caputo, I., Bozzola, M., De Giorgi, C. (2021). A cup of coffee between tradition and new cross-cultural experimentations

2.4 Il rito della pausa caffè sul posto di lavoro

Come analizzato nel paragrafo precedente, il caffè rappresenta molto più di una bevanda, incarna un rito di socialità e incontro che accompagna le persone da tanti secoli. Per questo lo scorso marzo il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali ha approvato la candidatura del “caffè espresso italiano” alle liste UNESCO del Patrimonio Immateriale dell’Umanità. La cultura del caffè è profondamente intrecciata con la cultura italiana, complice e artefice dell’italiano medio all’interno dell’immaginario collettivo. Tuttavia in ambiente lavorativo la pausa caffè non è sempre stata vista di buon occhio. Il 1968 fu un anno di grande sommossa che coinvolse tanti ambiti della società, tra questi le fabbriche furono sede di movimenti operai che miravano all’ottenimento di maggiori diritti in favore dei lavoratori. Tra le altre conquiste ci fu quella per la quale il concetto di pausa non venne più associato a una perdita di tempo o tempo “rubato” al lavoro ma un meritato momento di svago e condivisione tra colleghi. Poco a poco i dirigenti delle aziende iniziarono a capire che i dipendenti, in quanto persone, non potevano svolgere ininterrottamente il proprio lavoro come fossero macchine a ciclo continuo, e a volte la possibilità di interfacciarsi con diversi colleghi dava loro la possibilità di ampliare la loro conoscenza e risolvere i guasti in meno tempo. Tale concetto veniva spesso espresso citando Don Bosco¹⁵, il quale affermava: “Se sto troppo inginocchiato a pregare non penso più al Signore, ma al ginocchio che mi fa male!”. Oggi esistono studi che provano quanto sia importante per il benessere dei lavoratori avere ambienti sani e aperti e, a loro volta quanto il benessere dei dipendenti incida sulla loro produttività. Concentrare l’attenzione per un lungo periodo può infatti portare a un

progressivo calo delle prestazioni. Uno studio del professor William S. Helton¹⁶ dimostra come brevi periodi di inattività durante il giorno garantiscano una maggior resa nel momento in cui si ritorna al lavoro. Al contrario se si insiste quando si ha bisogno di una pausa è più probabile che si prosegua l’attività in modo distratto o approssimativo. La frequenza con cui è necessario interrompere la propria mansione è soggettiva ma fondamentale per ripristinare le energie, in una visione a breve termine, e per prevenire il “burnout”, in una visione a lungo termine.

“ **Non sappiamo esattamente cosa si esaurisce nel cervello, ma quando si esegue un compito cognitivamente impegnativo, funziona come se ci fosse un “carburante mentale” che si brucia**

William S. Helton

Spesso all’interno delle aziende viene seguito il modello dei “super chickens”, ossia un sistema che privilegia pochi impiegati “superstar” che si distinguono per prestazioni migliori, favorendo la competizione tra colleghi. L’imprenditrice Margaret Heffernan¹⁷ spiega per quale motivo tale logica rischia di distruggere le attività e i loro dipendenti in un’ottica a lungo termine durante un suo intervento presso Ted Women 2015 dal titolo “Super chickens? No grazie. Archiviamo le gerarchie lavorative”. Margaret Heffernan cita un esperimento del biologo evolutivista William Muir¹⁸ il cui obiettivo era studiare la produttività che, nelle galline, veniva misurata contando le uova. Le galline vivono in gruppo, pertanto Muir ne seleziona una colonia media la lascia crescere per sei generazioni. Crea poi

15. Don Bosco: Giovanni Melchiorre Bosco, presbitero e pedagogo italiano, fondatore delle congregazioni dei Salesiani e delle Figlie di Maria Ausiliatrice. È stato canonizzato da Papa Pio XI nel 1934, è considerato uno dei santi sociali torinesi.

16. William S. Helton: professore alla George Mason University

17. Margaret Heffernan: imprenditrice, amministratore delegato, scrittrice e relatrice. Attualmente insegna presso la School of Management dell’Università di Bath nel Regno Unito.

un secondo gruppo formato unicamente dalle galline più produttive, da qui il nome “superchickens” e le riunisce in una seconda colonia selezionando da ogni generazione solo gli individui più produttivi. Verificando la situazione in seguito a sei generazioni, Muir osserva che gli animali della prima colonia risultano in salute e ben piumati e la loro produzione di uova è aumentata. Al contrario nella “super colonia” sono sopravvissuti solo pochi individui che hanno beccato a morte tutti gli altri. Gli individui più produttivi, dunque, avevano raggiunto il successo eliminando la produttività altrui. Secondo Margaret Heffernan la colonia dei “super chickens” rappresenta metaforicamente il sistema di gestione tradizionale delle aziende che ha condotto a un clima di aggressività, malfunzionamento e spreco di talento. La Heffernan cita un altro eloquente esperimento svolto dal MIT¹⁹ con l’obiettivo di capire cosa renda alcuni

gruppi di lavoro più efficaci e produttivi rispetto agli altri. Il campione preso in considerazione conta centinaia di volontari suddivisi in team a cui vengono assegnati problemi di difficile soluzione. Il risultato dell’esperienza dimostra che i gruppi migliori non sono stati quelli che contenevano individui con quoziente intellettivo più elevato e nemmeno quelli con quoziente intellettivo complessivamente più alto. Le squadre migliori risultavano, invece, in possesso di queste tre caratteristiche:

- Alto grado di sensibilità sociale reciproca (test di lettura dello sguardo¹⁹)
- Tutti i componenti dispongono dello stesso tempo per esprimere le proprie idee: assenza di leader dominanti e individui passivi
- Maggior numero di componenti femminili.

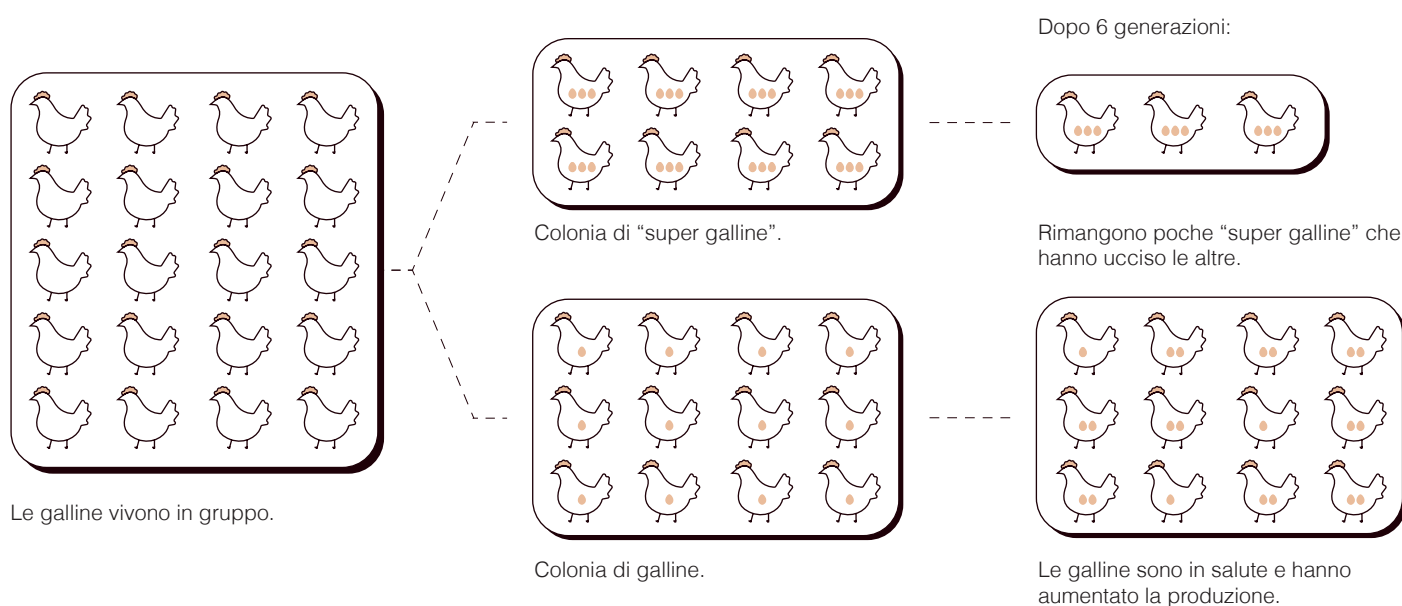


Fig. 3

18. William Muir: biologo evoluzionista della Purdue University.

19. MIT: Istituto di tecnologia del Massachusetts, una delle più importanti università di ricerca del mondo con sede a Cambridge, nel Massachusetts.

20: test di lettura dello sguardo: si basa sul metodo psicologico di “Programmazione Neurolinguistica” studiato negli anni settanta del’900 da Richard Bandler e John Grinder. Tale test in genere rivela anche il grado di empatia di chi lo sostiene.

Fig.3 - Esperimento sulla produttività delle galline di William Muir.

Entrambi gli esperimenti riportati dimostrano l'importanza delle interazioni tra individui che fanno sì che le idee possano circolare e svilupparsi ulteriormente. Questo non può accadere se i momenti di pausa e socialità vengono inibiti o se il sistema aziendale pone i dipendenti gli uni contro gli altri. Ciò che conta non è solo il capitale economico ma anche, e soprattutto, quello umano che pone le fondamenta per la crescita a lungo termine dell'azienda non solo in termini di fatturato ma anche in termini di know how, ossia l'insieme delle competenze che insieme i dipendenti apportano all'azienda. Margaret afferma che il concetto di cooperazione risulta vincente sull'intelligenza individuale. Durante la sua prima esperienza come direttrice si un'azienda sperimentò la veridicità di quanto affermato. Si rese conto, infatti, che l'azienda era giunta a una stasi a causa dei continui attriti che nascevano tra i colleghi. Questo accadeva perché i singoli dipendenti erano così concentrati sul loro lavoro individuale che quasi non conoscevano il proprio vicino di scrivania. La situazione si risollevò solo quando ai dipendenti fu data la possibilità di conoscersi vicendevolmente e scambiare liberamente le proprie opinioni. Questa situazione accadeva quasi trent'anni fa, oggi è significativo osservare come diverse aziende impediscano ai propri dipendenti di portare il caffè alla scrivania suggerendo invece di consumarlo nell'apposita area dedicata ai momenti di pausa in modo da favorire le interazioni umane all'interno dell'edificio. Al giorno d'oggi le aziende si sono evolute e creano appositi spazi dove i dipendenti sono incentivati tramite attività a chiacchierare e relazionarsi anche tra diversi dipartimenti dello stabilimento, in modo da avere una visione più ampia anche sull'azienda stessa. Una delle dimostrazioni del successo di tale sistema lavorativo è rappresentata dall'intervento Alex Pentland²⁰, considerato il padre della fisica sociale, il quale suggerì a un'a-

zienda tedesca di sincronizzare le pause caffè per dare agli impiegati il tempo di chiacchierare. Il risultato fu l'aumento dei profitti di 15 milioni di dollari e del grado di soddisfazione dei dipendenti del 10%. Dimostrazione ulteriore del fatto che investire risorse nel capitale umano significa avere un ritorno a livello di benessere dell'ambiente lavorativo, produttivo ed economico.

Oltre al miglioramento della resa dei dipendenti, distrarre gli occhi dallo schermo del computer è fondamentale per la loro salute. Per tutti gli individui che lavorano al computer per almeno venti ore a settimana è infatti prevista la normativa D.lgs n. 81 del 2008 che stabilisce le seguenti regole:

- chi lavora al computer per almeno 20 ore a settimana ha diritto a 15 minuti di pausa ogni 2 ore di lavoro;
- se il datore nega il diritto alla pausa di 15 minuti rischia pesanti sanzioni
- in questi 15 minuti di pausa però il dipendente non ha diritto ad assentarsi dal lavoro per un quarto d'ora, ma semplicemente in quell'arco di tempo non potrà usare il computer, potrà svolgere quindi, qualsiasi altra mansione non digitale.
- In generale, ogni lavoratore ha diritto a 10 minuti di pausa almeno, purché il suo orario lavorativo sia di almeno 6 ore. Si tratta della cosiddetta pausa caffè, la cui utilità è quella di permettere di recuperare le energie.

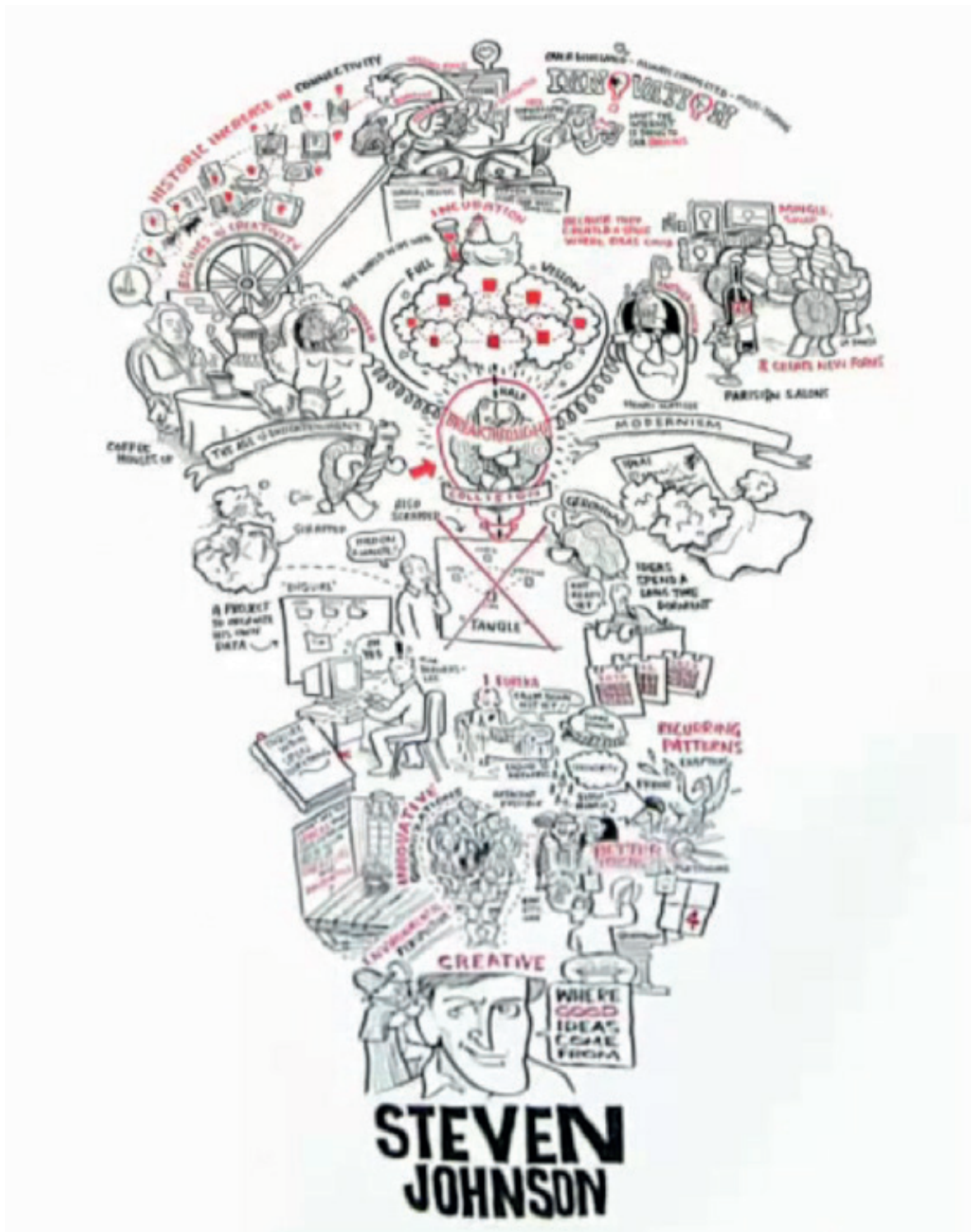
**“ Companies
don’t have
ideas,
only people
do.”**

Margaret Heffernan

3. LIQUID NETWORK

Il lessico che fa riferimento al campo delle idee comprende termini quali “illuminazione”, “intuizione” o espressioni come “colpo di genio” e “mi si è accesa la lampadina”. Si presuppone dunque che l’idea sia una singola cosa che giunge alla mente di chi la elabora in un preciso istante colmo di ispirazione. Nel suo libro “Where good ideas come from” Steven Johnson²¹ spiega come tale convinzione sia priva di significato in quanto, andando a fondo nella questione, viene dimostrato come l’idea sia in realtà generata dalla collisione di piccole intuizioni che devono trovarsi in un ambiente atto alla loro condivisione e al loro sviluppo.

21. Steven Berlin Johnson: giornalista e scrittore statunitense contemporaneo.



Disegno di Steven Johnson tratto dal libro "Where good ideas come from", Steven Johnson, 2010

3.1 Come nascono le buone idee

Molto spesso sul lavoro è importante essere sorgenti continue di idee di valore, idee che vengono richieste e pretese in tempi sempre minori. Spesso si crede che tutto ciò di cui si ha bisogno sia un momento di ispirazione ma in realtà la questione è ben più complessa. Esistono schemi ricorrenti da cui poter imparare? Il giornalista e scrittore statunitense Steven Berlin Johnson analizza la questione nel suo libro “Where good ideas come from – the natural history of innovation”, in numerosi video sulla piattaforma Youtube e Ted Talk. Egli sottolinea la presenza di un ampio lessico a nostra disposizione per descrivere l’ispirazione: dalle parole “flash”, “strock”, cioè un colpo di genio, “Epifania”, “Eureka”, ai modi di dire come “light bulb moment”, ossia un momento di illuminazione. Tutti questi vocaboli tuttavia, osserva Steven Johnson, fanno riferimento a eventi singoli, come se l’idea arrivasse dal nulla in un momento mistico di pura ispirazione. La verità invece è che l’idea in sé è un network, una buona idea non è nient’altro che il frutto di diverse idee combinate tra loro. Questa visione è dimostrata da un esperimento svolto da Dunbar²² il quale ha registrato una giornata lavorativa all’interno di una serie di laboratori collocati in diverse parti del mondo. Osservando le registrazioni si rese conto che la maggior parte delle idee di rilievo nascevano al tavolo delle riunioni quando gli scienziati si ritrovavano settimanalmente per condividere gli ultimi risultati appresi. Ecco quindi che la buona idea non è frutto di un momento perfetto in cui la mente si libera e i pensieri si allineano, o meglio si arriva a questo momento ideale grazie a un processo durato mesi o spesso anni, chiamato “slow inch”, ossia intuizione lenta, che rappresenta un periodo più o meno lungo

di incubazione dell’idea che lentamente si fa strada nella mente dell’ideatore grazie a contatti e dialoghi con altre idee. Secondo Steven Johnson, infatti, le idee sono causate dalla collisione di piccole intuizioni che formano qualcosa che ha più valore del loro insieme. Spesso una sola persona possiede solo metà o una parte dell’idea finale. Un esempio di tale tesi è riscontrabile nel percorso di Timothy John Berners-Lee²³ co-inventore del World Wide Web²⁴. Quando Tim iniziò a lavorare al progetto aveva una visione settoriale e puntuale, solo dopo dieci anni e lo svolgimento di altri progetti intermedi riuscì a sviluppare una visione completa di quello che oggi chiamiamo Web. Le idee prendono forma come intuizioni incomplete che hanno bisogno di collidere con altre intuizioni: “Spesso ciò che trasforma un’idea in un successo è un’altra idea che ronza nella testa di un’altra persona” Steven Johnson. È per questo che le prime caffetterie, nate in periodo illuminista, o i saloni letterari del modernismo sono stati fucine di creatività; perché davano luogo a uno spazio dove le idee potevano incontrarsi, fondersi e scambiarsi. Assecondando tale ragionamento, diventa quindi fondamentale instaurare un sistema che permetta alle intuizioni di dialogare, un ambiente favorevole allo scambio di opinioni e all’interazione tra gli individui e le loro menti. Al giorno d’oggi tale ambiente non è più solo fisico: grazie a internet è possibile entrare facilmente in contatto con persone molto distanti per cultura e geografia e avere a disposizione di un “click” tutto lo scibile umano. “Cosa sta facendo internet alle nostre menti?”, si chiede Steven Johnson a un certo punto della sua riflessione. La risposta appare evidente: internet contribuisce a uno stile

22. Dunbar: antropologo e psicologo evolucionista britannico e specialista nel comportamento dei primati. A capo del Social and Evolutionary Neuroscience Research Group presso il Dipartimento di Psicologia Sperimentale dell’Università di Oxford.

23. Timothy John Berners-Lee: informatico britannico, insignito del premio Turing 2016, co-inventore insieme a Robert Cailliau del World Wide Web

di vita “multi-tasking” (ibidem) e continuamente connesso, portandoci all’elaborazione di pensieri meno complessi, stimolati da una lettura veloce e spesso superficiale. Allo stesso tempo però analizzando la storia dell’innovazione scientifica e tecnologica è possibile comprendere come la forza motrice di ogni upgrade sia stato l’incremento di connettività, ossia l’abilità degli esseri umani di raggiungere e scambiare idee con altri esseri umani. Per fare un bilancio Steven Johnson afferma che le nuove tecnologie in forma di social media e simili contribuiscono a generare distrazione ma al tempo stesso consentono nuovi modi di raggiungere e incontrare altre persone in modo da trovare i pezzi mancanti per completare le idee a cui si sta lavorando, o imbattersi per caso in nuove informazioni da utilizzare nella costruzione delle singole intuizioni.

“ **L’opportunità favorisce la mente connessa.**

Steven Johnson

Applicando il ragionamento appena descritto all’ambito lavorativo giungiamo nuovamente alla conferma dell’importanza della creazione di ambienti che favoriscano le relazioni umane, gli scambi interpersonali e il flusso delle idee al fine di aumentare il capitale umano dell’azienda che, in un secondo momento, darà possibilità di crescita all’intera azienda oltre che ai singoli dipendenti.

24: World Wide Web: sigla WWW o W3, è uno dei principali servizi di Internet, che permette di navigare e usufruire di un insieme molto vasto di contenuti

3.2 “Liquid network”

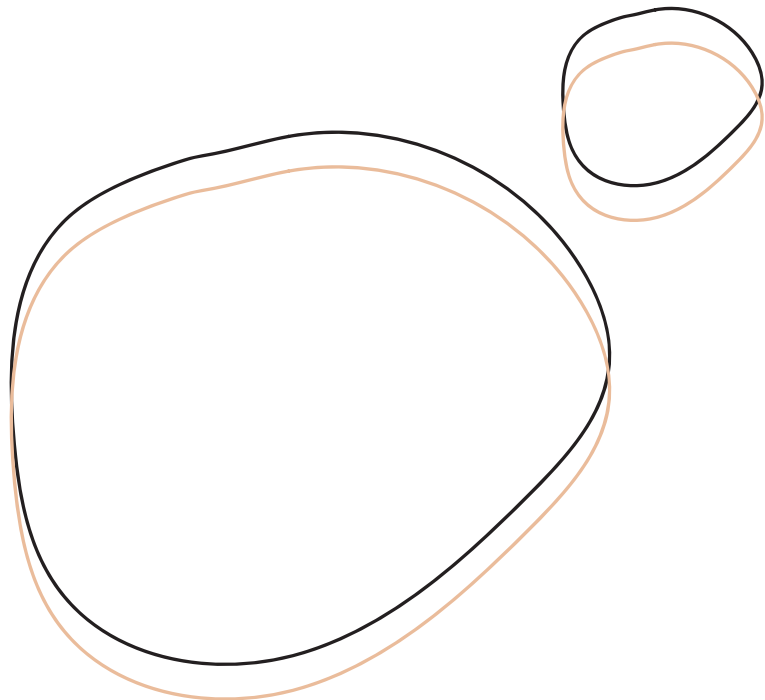
Per definire l'ambiente adatto in cui le idee possono fondersi e svilupparsi, Steven Johnson fa un paragone con il comportamento delle molecole in tre stati diversi. Nello stato gassoso è il caos a dominare: le molecole sono libere di dare luogo a nuove configurazioni ma queste risultano instabili e scombinare. Allo stato solido invece accade il contrario: le strutture molecolari sono stabili ma incapaci di cambiamento. Quello che serve è una “rete liquida” lascia più libertà di movimento rispetto alla fase solida e più stabilità di quella gassosa. “L'innovazione è liquida” (ibidem), nel concetto di liquido è già implicita l'innovazione perché dove è permesso il movimento le cose hanno possibilità di evolversi. Secondo Johnson per secoli gli esseri umani hanno vissuto “nell'equivalente culturale delle reti gassose” (ibidem) dove piccoli gruppi di cacciatori raccoglitori si spostavano costantemente nei territori circostanti quasi senza contatti tra di loro. L'avvento dell'agricoltura poi segnò la rivoluzione: per la prima volta l'uomo ha cominciato a formare gruppi più grandi e a stanziarsi in modo stabile in determinati luoghi favorevoli. L'aumento demografico ha favorito il numero di interazioni e connessioni tra individui, rendendo più facile lo sviluppo e la diffusione di buone idee. Divenne possibile collaborare per innovare. Il termine che in economia si usa per definire questo tipo di condivisione che ha luogo in ambiente del genere densamente popolati è “travaso delle informazioni”, un termine che coglie il carattere essenzialmente liquido delle intuizioni che vengono condivise. La densità dell'ambiente è un altro elemento fondamentale. Aumentando il numero di interazioni, infatti, aumenta la probabilità di incontrare, tra le altre intuizioni, quelle utili e in linea con quello che si ha già nella propria mente. All'interno di reti caotiche a bassa densità, le idee vanno e vengono, mentre in quelle densamente fitte dei primi agglomerati urbani le buone idee entrano spontaneamente in

circolazione, si diffondono e vengono tramandate. Le reti liquide dunque sono garanzia di innovazione e conservazione delle nuove connessioni in modo che possano svilupparsi. In un'analogia in cui le antiche tribù di cacciatori-raccoglitori sono “l'equivalente culturale di uno stato gassoso caotico” (ibidem), una cultura in cui le informazioni vengono tramandate da scritti si colloca all'opposto.

Andando ancor più nello specifico nel definire il luogo adatto alla nascita delle buone idee è necessario riconsiderare l'esperimento di Dunbar citato nel capitolo precedente. Il risultato più interessante del suo studio è stato l'individuazione del luogo fisico in cui la maggior parte delle innovazioni veniva alla luce.

Pensando a una disciplina scientifica che si svolge all'interno di un laboratorio, nell'immaginario comune subito compare uno scienziato solitario che osserva per ore e ore un vetrino al microscopio per poi, all'improvviso, compiere una nuova scoperta. Dunbar ha invece dimostrato che tali eventi isolati sono davvero rari. Al contrario, le idee migliori sorgevano durante le abituali riunioni dove tanti ricercatori sedevano allo stesso tavolo, discutendo in modo informale delle loro ultime ricerche. “Se guardiamo la mappa della formazione delle idee tracciata da Dunbar, vediamo che l'epicentro dell'innovazione non è il microscopio, ma il tavolo della sala riunioni. Dunbar” (ibidem). Il ragionamento di Dunbar ricostruisce una serie di interazioni che permettevano importanti progressi durante le conversazioni in laboratorio. Il lavoro di gruppo risultava fondamentale nell'ottica di ricontestualizzazione dei problemi in quanto gli interrogativi posti dai colleghi costringevano i ricercatori a riesaminare il loro esperimento da un punto di vista differente, annullando i propri preconcetti e limitando la probabilità che risultati diversi da quelli attesi potessero essere liquidati come errori sperimentali. Come osserva Dunbar “gli esiti del ragionamento di una persona alimentavano la rifles-

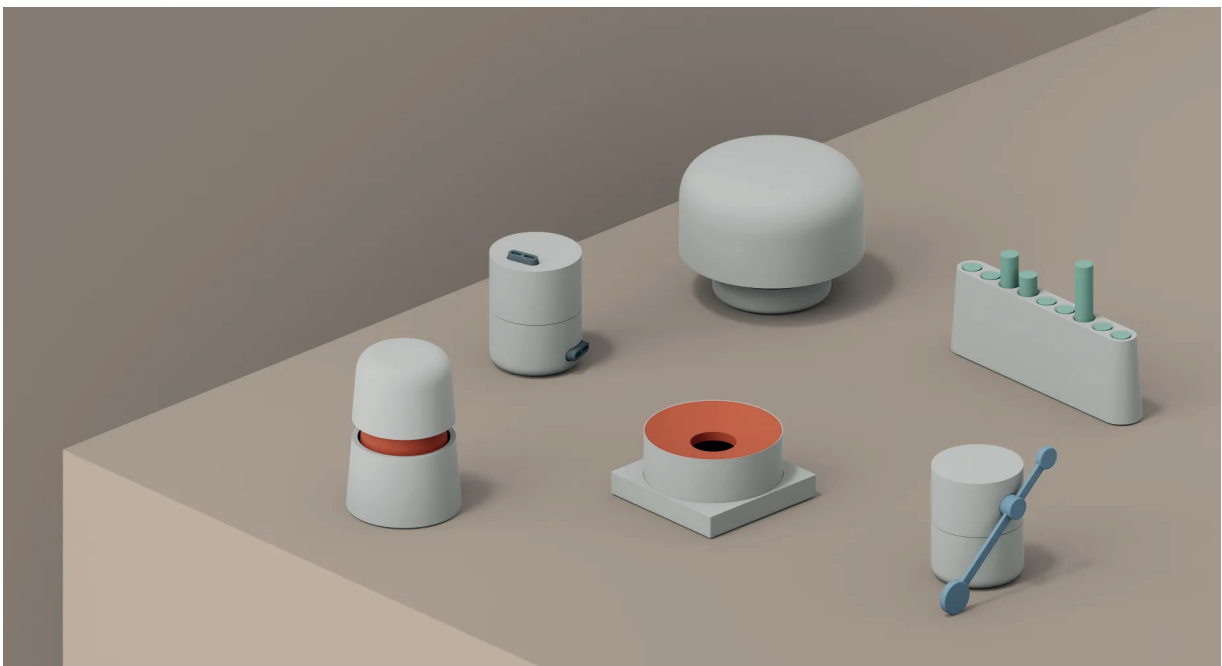
sione di un'altra [...] provocando mutamenti significativi di tutti gli aspetti del metodo di ricerca impiegato" (ibidem). Si può dunque concludere che, nonostante le tecnologie avanzate presenti in un laboratorio di biologia molecolare, dove Dunbar ha effettuato le sue osservazioni, lo strumento più importante ed efficace per la nascita di buone idee rimane un gruppo di persone riunite allo stesso tavolo che parla del proprio lavoro. Le riunioni di laboratorio danno luogo a un ambiente in cui possono verificarsi nuove combinazioni e il "travaso" di informazioni da un progetto a un altro. Quando si lavora in solitudine, le idee corrono il rischio di restare intrappolate nei pregiudizi di partenza, mentre il flusso delle conversazioni all'interno di un gruppo, possibilmente ampio, può sciogliere invece quello stato solido in una rete liquida.



4. ANALISI CASI STUDIO

4.1 “Little Signals” | Google

“Little signals” è un progetto open source realizzato da Google che vuole esplorare nuovi modelli per adattare la tecnologia alla quotidianità. La collezione è composta da sei oggetti che fanno uso di diversi stimoli sensoriali per catturare l'attenzione in modo intimo, sottile e senza disturbare. Il loro obiettivo è quello di tenere l'utente aggiornato su determinate situazioni ma in modo dolce, passando dallo sfondo al primo piano secondo necessità. Ciascun oggetto ha il proprio modo di comunicare: attraverso soffi d'aria, suoni ambientali o piccoli movimenti che rendono gli oggetti sensibili alle transizioni ambientali. Proprio come fanno gli oggetti che quotidianamente usiamo per ottenere informazioni come le lancette di un orologio o il fischio di un bollitore, Little Signals trova il modo di comunicare informazioni digitali all'utente senza invaderlo tramite dati, notifiche di allarme o ulteriori schermi.



4.2 “Concerto touch” I Necta “Maestro touch” I Necta

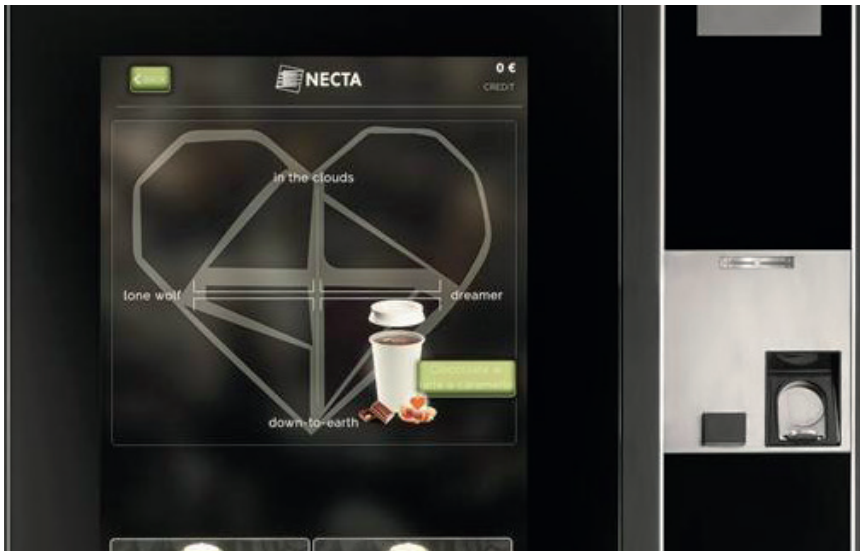
Necta è un fornitore di distributori tecnologici e moderni per luoghi pubblici di lavoro o svago. “Concerto touch” e “Maestro touch” sono distributori di bevande calde che, tramite alcune grafiche riportate sulla parete frontale, vogliono regalare all’utente una pausa dall’attività che stanno svolgendo, portandolo idealmente in un luogo di relax. Entrambe le macchinette presentano un display abbastanza grande con un’interfaccia chiara e comunicativa. In particolare lo schermo del distributore “Maestro touch” è in grado di associare, tramite una matrice, la scelta della bevanda alla personalità dell’utente che sta usufruendo del servizio. Entrambe sono connesse alla rete wifi dunque possono essere utilizzate in modalità tradizionale tramite monete ma anche in modalità cashless tramite carta di credito, app di pagamento come Satispay e chiavette. Necta inoltre si serve del sistema “Hi”, un piccolo dispositivo che può essere facilmente instal-

lato su qualsiasi distributore rendendo possibile la connessione alla rete wifi e, di conseguenza i pagamenti tramite app, inquadrando l’apposito qr-code presente sulla macchinetta comodamente con il proprio smartphone, ma anche tramite chiavetta o tag.

Tale sistema risulta essere interessante in quanto, pur vivendo in un mondo sempre più cashless, da dati Confida, associazione di categoria della distribuzione automatica, raccolti nel 2019 solo il 2% del parco macchinette consente il pagamento cashless tramite app, il 3% accetta la carta di credito, mentre l’84% funziona con contanti e, in modalità cashless, solo con chiavetta.



Il sistema “Hi” applicato su “Concerto touch”



Interfaccia "Maestro touch" che associa la scelta della bevanda alla personalità dell'utente.



Concerto touch - Necta



Maestro touch - Necta

5. STU DIO FOR MALE

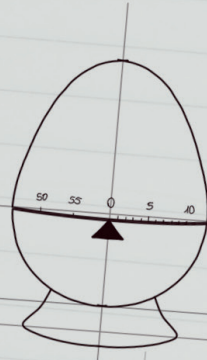
All'interno del capitolo viene riassunto il percorso concettuale che ha dato come esito la forma finale del dispositivo, approfondendo il significato che essa apporta al progetto. Il filo conduttore di tale ragionamento si dipana su tre assi: la familiarità dell'utente con determinate forme legate all'ambiente del caffè, il suo aroma inconfondibile e rigenerante, e il concetto di tempo. È stato inoltre eseguito un processo di stilizzazione per rendere l'oggetto adatto ad ambienti di lavoro moderni.



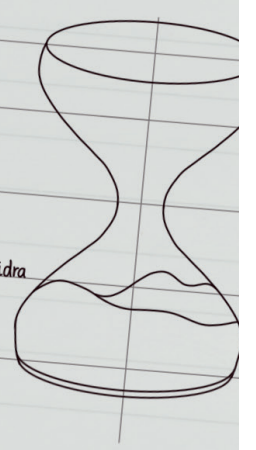
Tazzina per
espresso



Moka



Timer da
cucina



Clessidra



LIQUID

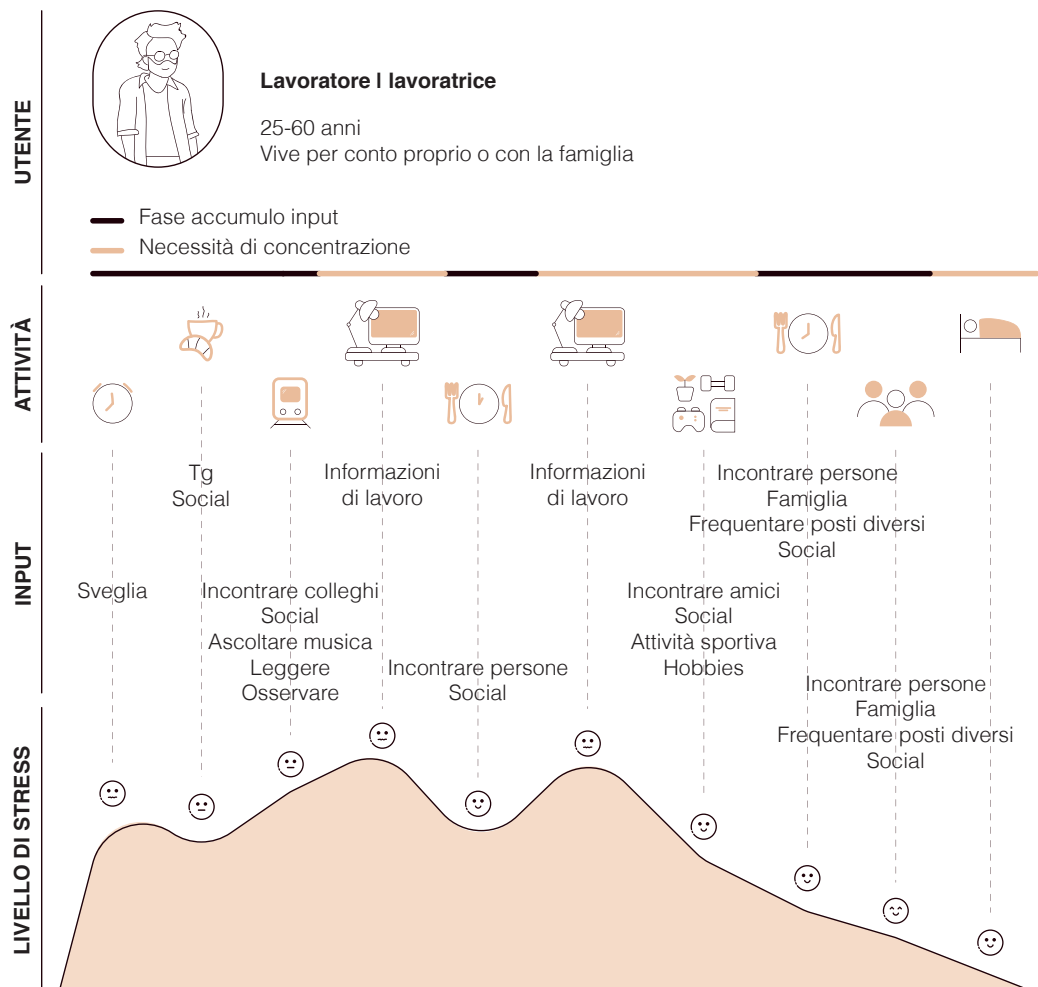


5.1 Primi concept

Al fine di concretizzare il progetto è stato definito un target di riferimento: lavoratore di età compresa tra i 25 e i 60 anni che svolge una mansione che richiede una postazione fissa fornita di un computer all'interno di un'azienda, uno studio o un ufficio personale. È stata redatta una user journey map dell'utente per evidenziare i momenti della giornata in cui quest'ultimo risultasse particolarmente sottoposto a stress, dovuto a diverse e varie motivazioni, e a quali stimoli fosse esposto quotidianamente. I picchi più alti di stress sono registrati in corrispondenza delle ore lavorative che, per diversi motivi, legati al lavoro o no, risultano essere le più logoranti da questo punto

di vista. Pensando al periodo pandemico appare chiaro quanto non vi fosse una separazione tra la giornata lavorativa e la propria vita privata in quanto si svolgevano nello stesso luogo, ed era comune lo scenario secondo il quale ci si ritrovava a riversare tutte le preoccupazioni della giornata sui propri cari perché non si aveva avuto il tempo di metabolizzarle. A questo scopo le chiacchiere con i colleghi all'uscita piuttosto che il viaggio di ritorno verso casa erano "tempi morti" a livello di produttività ma utili al proprio benessere psicologico e a riordinare le idee prima di approcciarsi a una nuova situazione.

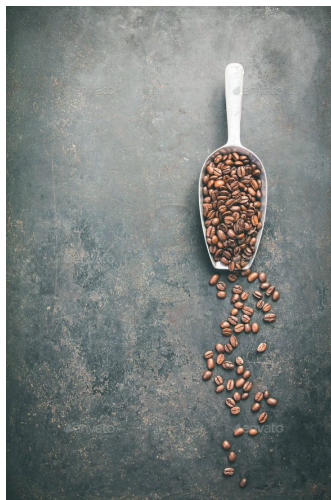
User Journey Map
Analisi delle attività
quotidiane dell'utente
e degli input che da
esse riceve.



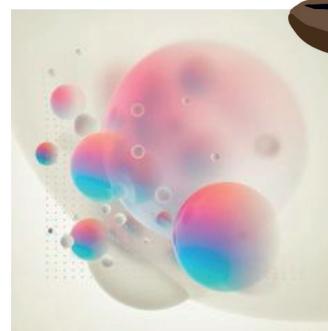
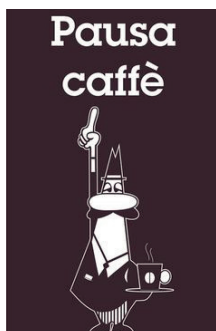
Durante la progettazione è stato necessario contestualizzare anche l'ambiente di lavoro in cui il dispositivo vuol essere collocato. Un ambiente moderno ed essenziale, che permetta alla mente dei lavoratori di essere sgombra da inutili decori che appesantiscono la vista. Un luogo luminoso, spazioso, adatto al co-working e al confronto tra colleghi e che presenti un adeguato spazio destinato alla pausa e al dialogo o almeno un distributore automatico di bevande e snack dove i colleghi possano interagire e socializzare.

Moodboard:
ambiente di collocazione e carattere del progetto

CAFFÈ



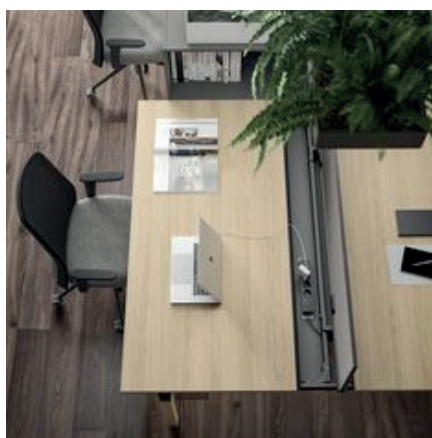
UFFICIO



LIQUID NETWORK



SOCIALITÀ



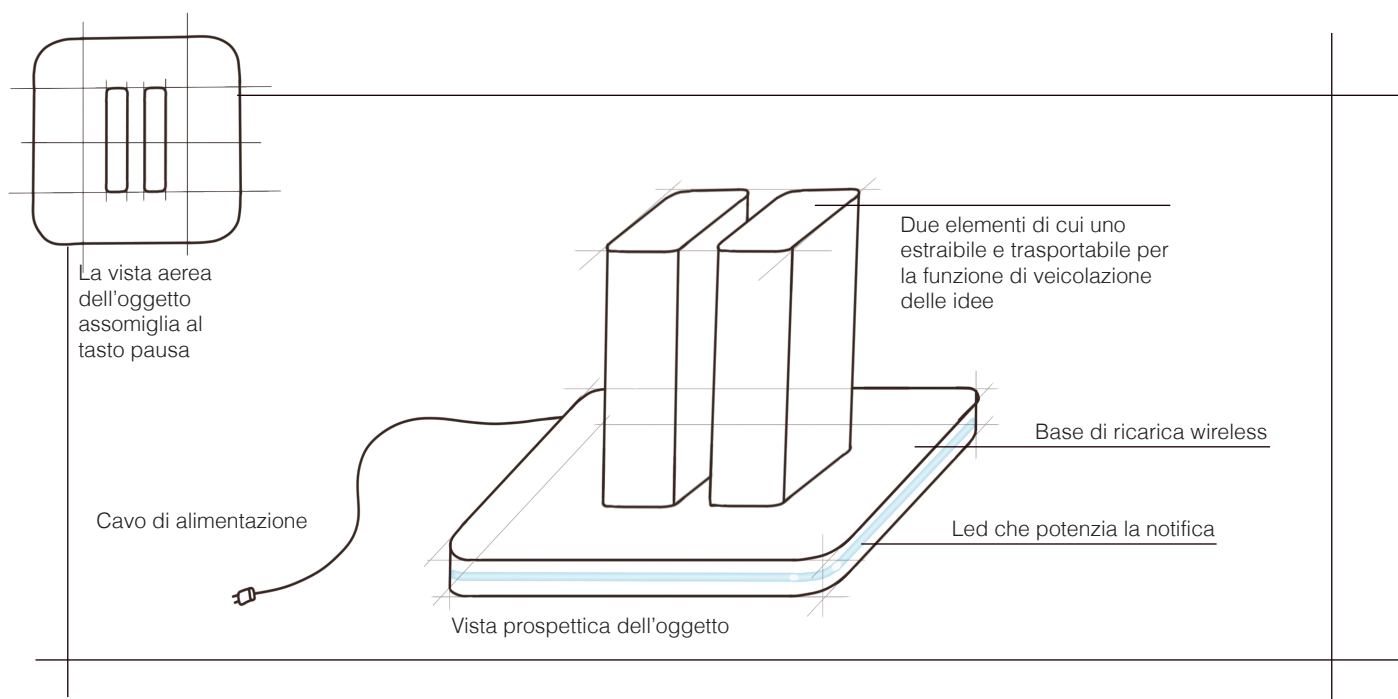
PAUSA

A partire dalla moodboard elaborata, in una prima fase di progettazione sono stati presi in considerazione diversi concept che verranno brevemente illustrati per lasciare spazio a quello definitivo. Si tenga presente che le varie proposte sono state elaborate a partire da un sistema comune che verrà analizzato nel capitolo successivo, e che prevede la presenza di due elementi più o meno integrati tra loro: uno da collocare sulla scrivania che si occupi di notificare il momento della pausa, e l'altro trasportabile facilmente fino al luogo dove effettivamente la pausa viene svolta, a cui viene affidata la funzione di veicolazione delle idee.

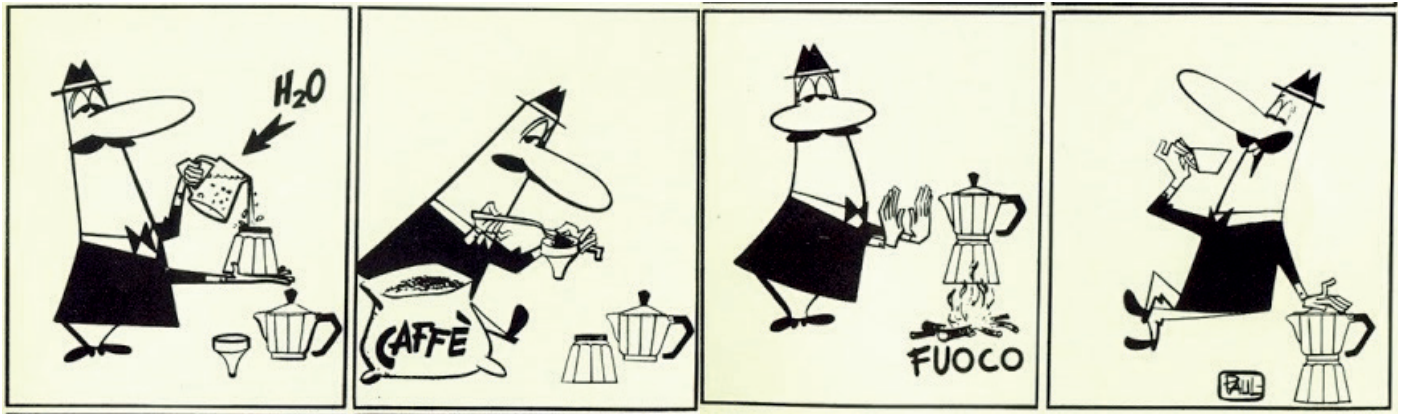
A. Il tasto "pausa"

Quando ci si trova all'interno di situazioni particolarmente stressanti, pesanti a livello fisico o emotivo, si sente la necessità di prendersi del tempo per ricaricare le energie. Spesso, sul piano linguistico, tale azione viene associata metaforicamente a espressioni come "staccare la spina" o "premere il tasto pausa". Da questa riflessione nasce una prima strada progettuale. Il fatto che l'oggetto servisse per prendersi un momento per staccare dal lavoro è stato associato al simbolo del tasto "pausa", due semplici linee che rappresentano l'interruzione della riproduzione di un brano musicale, di un film o, in senso lato di qualsiasi si-

tuazione dalla quale si sente la necessità di estraniarsi per un periodo. Tale concetto viene trasposto nell'oggetto in questione attraverso due parallelepipedi, ai quali sono affidate le due funzionalità prima descritte, che poggiano su una base di ricarica wireless che ne garantisca la ricarica, la sincronizzazione, e il funzionamento. Questa via è stata scartata in quanto molto legata al concetto di pausa ma poco a quello di socialità che invece dovrebbe prevalere. Inoltre le linee rigide dei parallelepipedi risultano fuorvianti rispetto al concetto di liquid network e di condivisione delle idee che è alla base dell'intero progetto.



Alcuni sketch del concept ispirato al tasto pausa

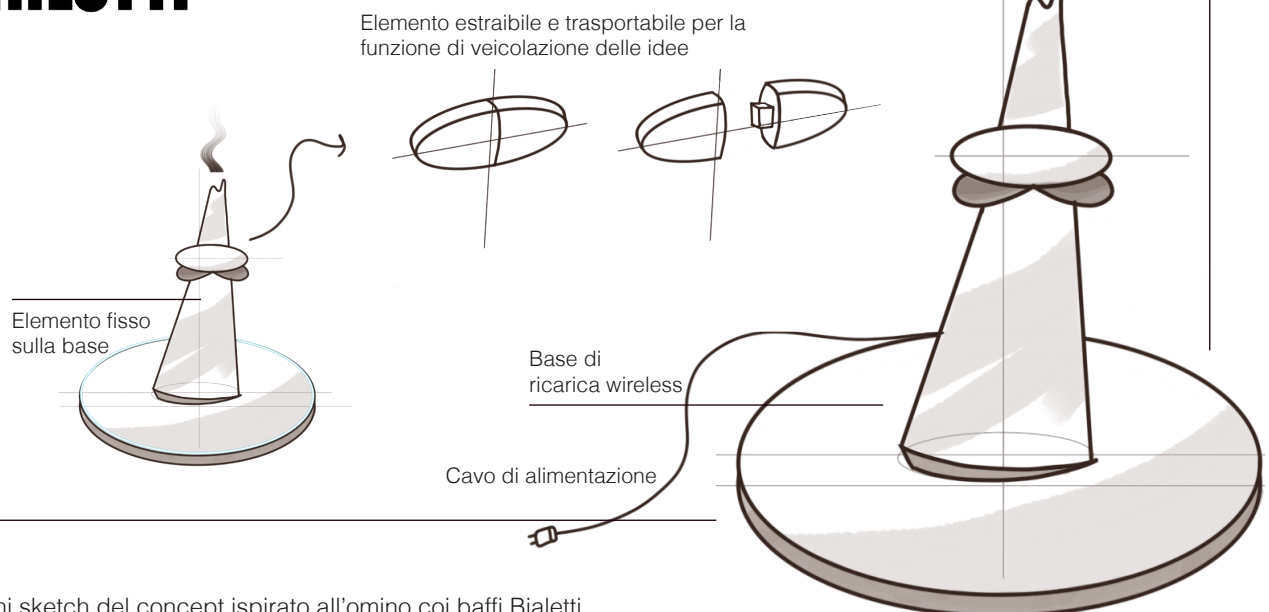


Omino coi baffi
Disegno di Paul Campani 1953

B. Bialetti - omino coi baffi

All'interno della moodboard (vedi pagina 55) compare un'icona dell'espresso e del Design "Made in Italy": l'omino coi baffi, un personaggio immaginario nato dalla matita di Paul Campani nel 1953, mascotte e testimonial pubblicitario della Bialetti, negli spot trasmessi durante la trasmissione "Carosello". L'omino è in realtà una caricatura di Renato Bialetti, erede dell'attività del padre Alfonso, ideatore della prima Moka (1933). I baffi e il dito alzato, sempre pronto per ordinare un espresso, rendono iconico il personaggio che, in modo geniale e simpatico aveva il compito di insegnare e raccontare agli italiani come e perché utilizzare la Moka.

L'idea è stata quella di riprendere le curve del disegno, personificando l'oggetto nell'omino coi baffi, e assegnare a una parte iconica come quella dei baffi o del cappello la funzione di veicolazione delle idee, rendo le parti in questione estraibili e trasportabili. Questa via offriva la possibilità di legarsi al brand Bialetti a livello di comunicazione visiva e tratti grafici. Tuttavia anche questa strada non è risultata vincente a causa della forte relazione con l'ambito del caffè che lasciava in secondo piano il resto del sistema. Per lo stesso motivo è stata esclusa anche un'ipotesi ispirata alla tipica forma ottagonale del serbatoio della Moka.

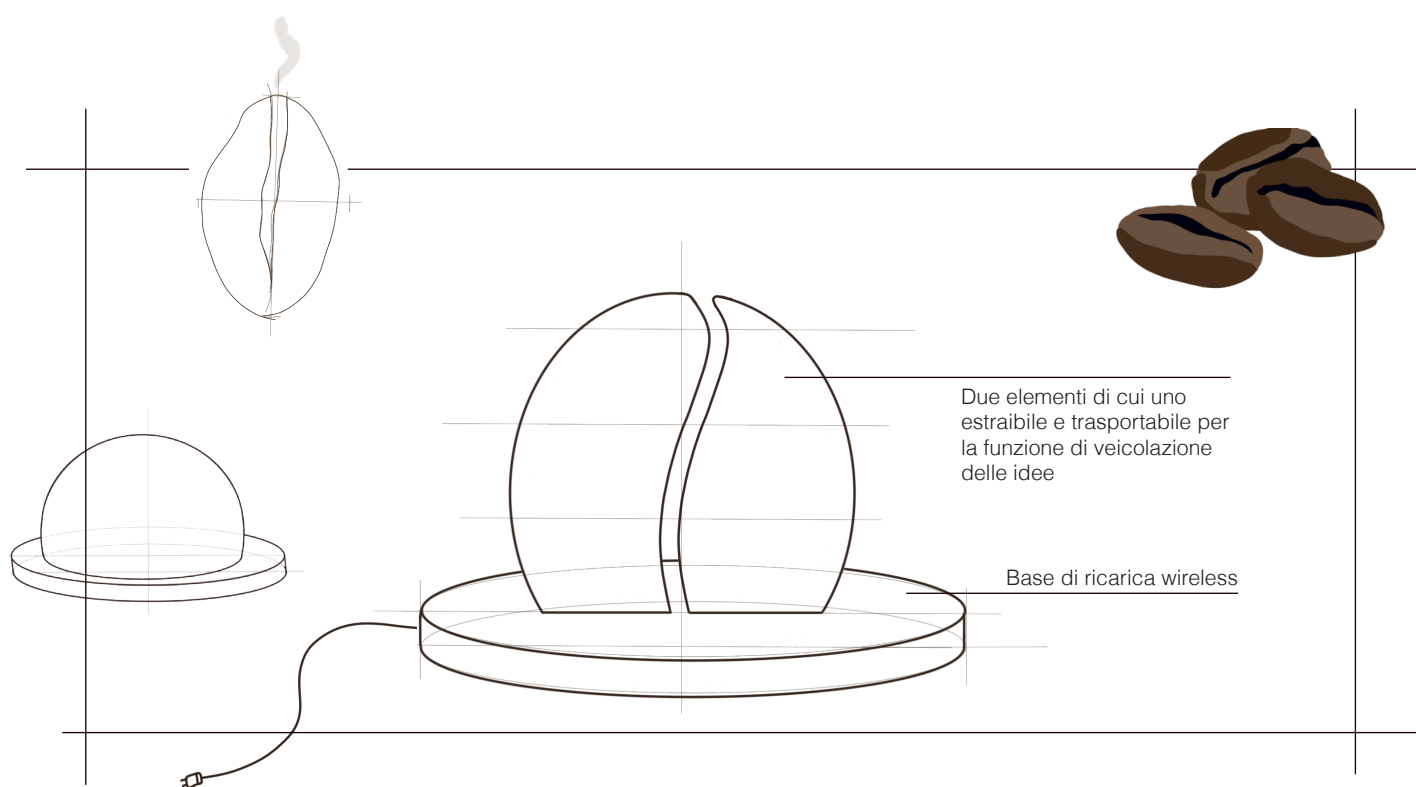


Alcuni sketch del concept ispirato all'omino coi baffi Bialetti

C. Il chicco di caffè

La terza ipotesi è invece ispirata alla particolare forma del chicco di caffè che risulta essere calzante per tutti i concetti che hanno gettato le basi del progetto. Ogni chicco di caffè è composto da due parti che non potrebbero esistere l'una senza l'altra, concetto che ben si lega con il processo di formazione di una buona idea che, come spiegato nel capitolo 3, nasce solo nel momento in cui due intuizioni compatibili collidono insieme. Questo concept rende l'utente immediatamente consapevole del soggetto del progetto: il caffè e relazioni che ha creato durante la storia dell'umanità e che crea tuttora. A questo si aggiunge la sinuosità della spaccatura centrale che ricorda l'aroma che esce da una tazzina di caffè

bollente e allude al carattere liquido e in costante trasformazione delle idee all'interno del cosiddetto liquid network. A livello concettuale questo è risultato il concept vincente anche se, a livello formale, sono stati necessari ulteriori sviluppi. La maggiore criticità su cui era necessario lavorare, risiedeva nella presenza di due elementi distinti che, una volta separati per eseguire la funzione di veicolazione delle idee, non risultavano più riconoscibili come due parti dello stesso chicco. Inoltre per permettere una maggiore stabilità di appoggio era necessario effettuare un taglio con un piano perpendicolare all'asse di simmetria verticale del chicco, privandolo della sua tipica rotondità.



Alcuni sketch del concept ispirato al chicco di caffè

5.1 Processo di stilizzazione

Per rendere il concept ispirato al chicco di caffè coerente a livello formale con l'ambiente di collocazione descritto dalla moodboard a pagina 55, è stato necessario un processo di stilizzazione che potesse rendere l'oggetto adeguato a luoghi ordinati, puliti e arredati in modo essenziale. Il primo passo di tale processo è stato eseguito tramite l'analisi di un chicco reale trasposto in digitale tramite foto e poi disegni sempre meno dettagliati. Tale procedimento è stato utile anche nell'identificazione delle linee principali che costituiscono tale forma, e che, ad ogni passaggio, venivano riconfermate come essenziali. Queste linee, evidenziate dalla figura qui sotto riportata (fig.4), sono state successivamente rielaborate

al fine di ottenere la morfologia definitiva. In affiancamento alla semplificazione, le linee sono anche state rese più simmetriche al fine di ottenere un oggetto più facilmente industrializzabile e più esteticamente appetibile. Il grado più estremo di semplificazione e simmetria tuttavia è risultato al limite della riconoscibilità e pertanto è stato scartato in favore del grado subito precedente (vedi fig.4, terza riga, elemento centrale). La forma semplificata del chicco di caffè viene arricchita tramite la sottolineatura della linea di spaccatura che caratterizza ogni chicco e che, a livello semantico, risulta calzante per la sua associazione al concetto di aroma, come verrà spiegato nel capitolo successivo.

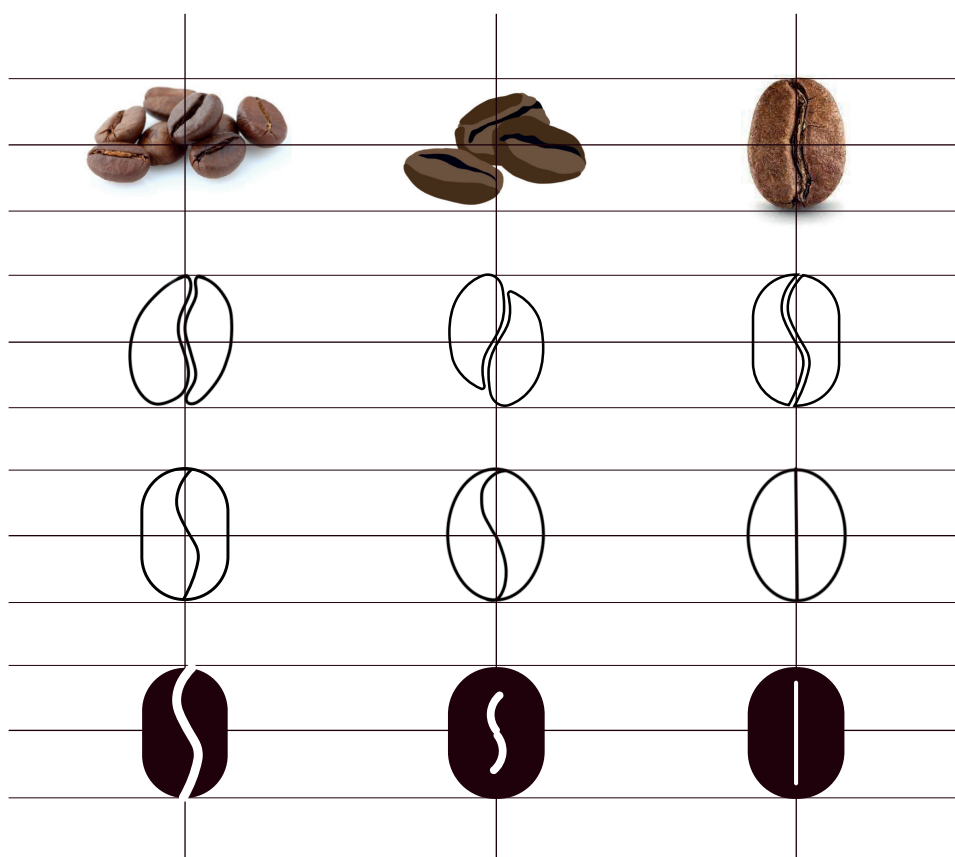


Fig. 4

Fig 4 - Processo di stilizzazione di un chicco di caffè.

Una volta associata la forma dell'elemento superiore è stato necessario studiare la morfologia della base dell'oggetto che potesse garantire una dimensione utile alla funzione di serbatoio del diffusore di aroma di caffè e all'alimentazione del sistema. Sono state prese in considerazione diverse soluzioni: le prime mostravano l'intento di accogliere il chicco mettendolo in risalto e, pertanto, avevano forme molto semplici che però risultavano coerenti con il carattere tecnologico dell'oggetto, rendendolo poco comunicativo. D'altra parte forme simili al serbatoio della moka sono state scartate in quanto

già permeate da tanti significati che appesantivano visivamente e concettualmente il dispositivo. Dopo diverse prove la strada vincente è stata intrapresa nel momento in cui addolcendo le curve delle prime forme semplici si è osservato che esse rendevano il serbatoio idealmente simile a una tazzina da caffè. A livello semantico la tazzina risulta protagonista sia perché contenitore effettivo del caffè, sia per il nesso con il contesto sociale della pausa e per il fatto che è la tazzina stessa che emana l'inconfondibile aroma.



La curva che, per rivoluzione, origina la forma del case, è ispirata a quella di una classica tazzina per espresso.

5.3 gestualità e ritualità

Uno dei concetti che fa da sfondo a tutto il progetto è il tempo. La vita dell'uomo in quanto tale ruota inesorabilmente intorno a tale variabile che disegna e scandisce la sua esistenza. Fin dai tempi antichi l'uomo ha studiato dei metodi per misurarne, per controllarlo e risparmiarlo. Uno tra questi è la clessidra o "orologio di sabbia", utilizzato già dagli antichi Egizi per misurare piccoli intervalli. Il suo nome deriva dal greco "κλεψύδρα" (klepsýdra), che significa letteralmente "rubacqua" in quanto i primi meccanismi costruiti funzionavano grazie a due serbatoi d'acqua comunicanti e un galleggiante. Tale congegno fu poi alimentato a sabbia per essere facilmente trasportabile e sempre più preciso. Le prime clessidre di sabbia avevano la forma di vasi tenuti insieme da spago e cera, evolute poi in un pezzo unico dalla tipica forma che oggi conosciamo grazie al progresso della

lavorazione del vetro.

Nel tempo gli oggetti che misurano il tempo si sono evoluti in precisione, dimensioni e tecnologie. Le clessidre e le meridiane hanno lasciato il posto agli orologi a pendolo o a muro che, a loro volta hanno lasciato il passo a modelli sempre più digitali e performanti.

È stata svolta una ricerca in merito alla forma di tali oggetti da cui è emersa la presenza di elementi comuni il cui movimento è convenzionalmente adottato da secoli e di cui, quindi, le persone hanno ben chiaro il funzionamento senza avere bisogno di spiegazioni prima dell'uso. Per questa ragione è possibile dare le forme più disparate a tali oggetti, a meno che il movimento di determinati elementi rimanga invariato. In particolare la gestualità legata alla clessidra risulta essere particolarmente intuitiva e conosciuta.

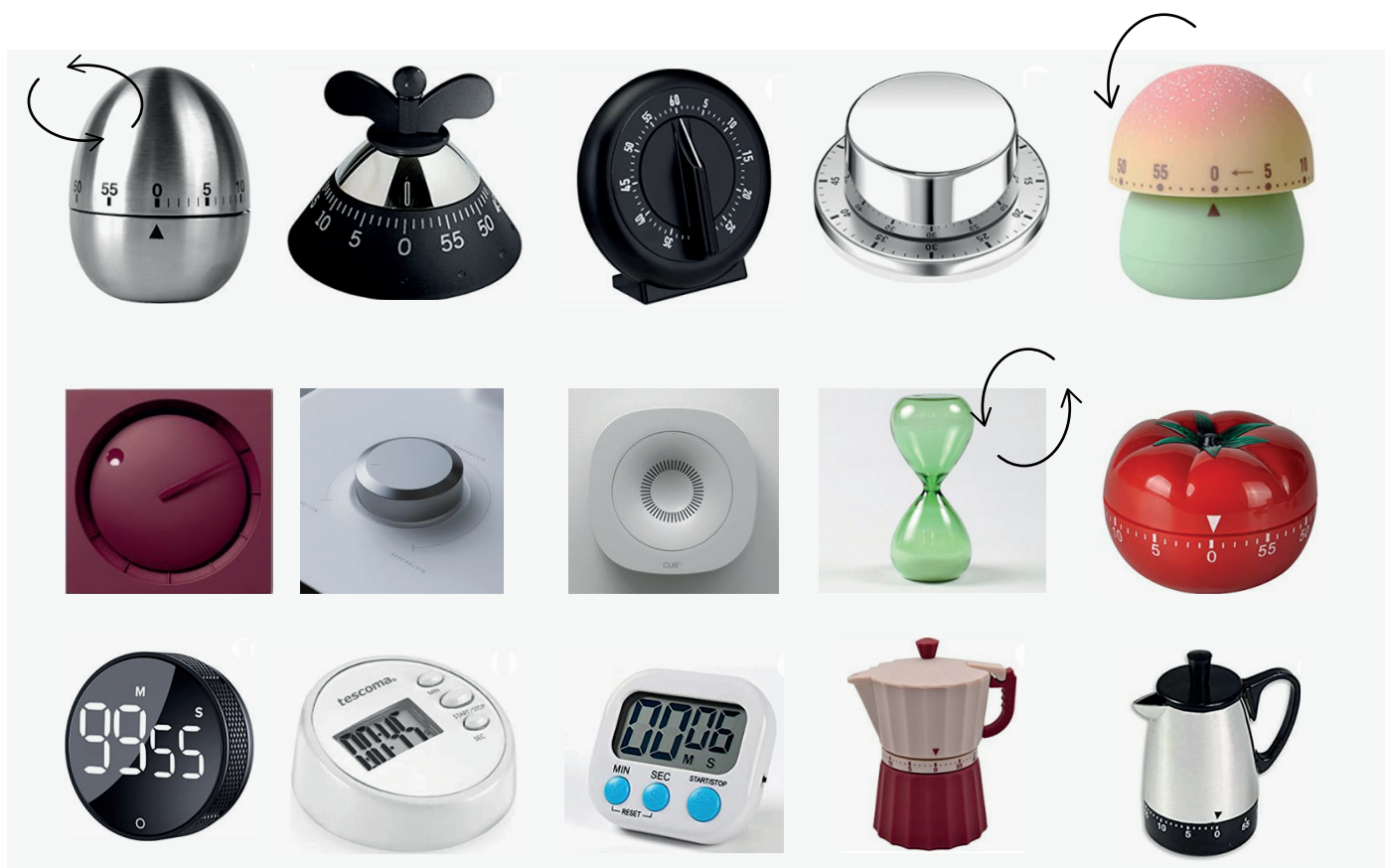


Fig. 5

Fig 5 - Alcuni degli oggetti analizzati per la loro gestualità legata al tempo.

Applicando tale concetto all'elemento del progetto che il lavoratore colloca sulla propria scrivania, la narrazione del rito della pausa caffè è così descritta. Il rito si apre con la notifica del dispositivo che diffonde l'aroma ed emana un segnale luminoso, entrambe avvertenze intime e non fastidiose che, nel caso in cui l'utente sia impegnato nelle proprie attività, possono essere tranquillamente ignorate. In caso contrario, l'utente è chiamato a svolgere una gestualità ispirata proprio alla clessidra: spesso quando si va alle macchinette si porta con sé la chiavetta per servirsi in modo cashless e più veloce. Il dispositivo è provvisto di tale chiavetta ma, per riuscire ad averla è necessario capovolgere il chicco di caffè che, per forza di gravità, rilascerà la chiavetta. Quest'ultima, una volta giunti al distributore di bevande, avrà una funzione interessante: la macchinetta nell'attesa della preparazione della bevanda proporrà all'utente un'interfaccia che vuole simulare il "liquid network" delle idee di cui parla Steven Johnson in cui vengono mostrate, una per volta, le idee che i colleghi desiderano condividere. Se se ne legge una particolarmente interessante sarà possibile votarla e scaricarla proprio tramite l'apposita chiavetta. Dopo qualche chiacchiera con i colleghi o semplicemente qualche minuto di relax l'utente è pronto per tornare alla propria scrivania, dove potrà reinserire la chiavetta nell'apposito vano all'interno del chicco, decretando la fine del momento di pausa e il ritorno al lavoro, con la mente più fresca e ricaricata.



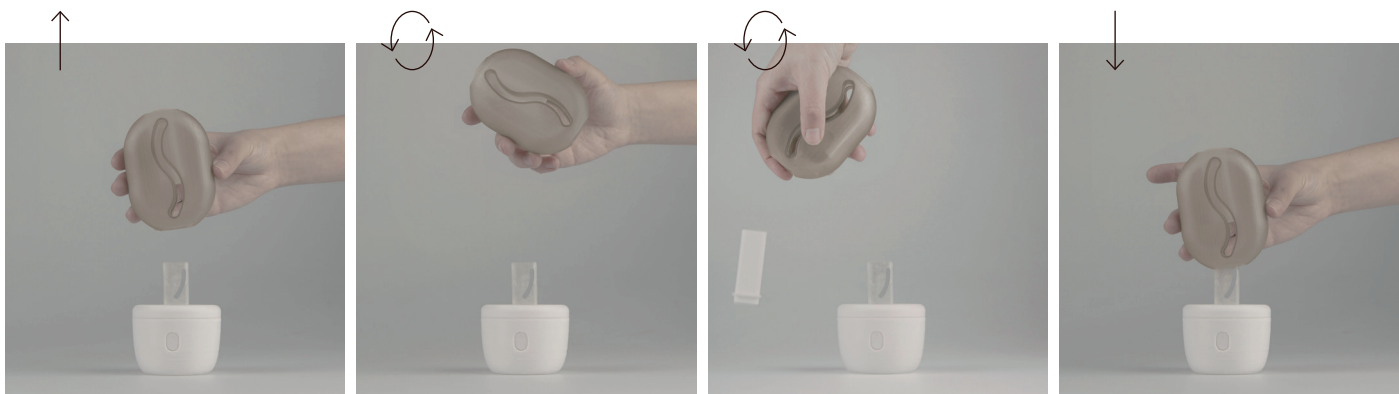
1. Apertura del rito



2. Prelievo chiavetta



3. Chiusura del rito



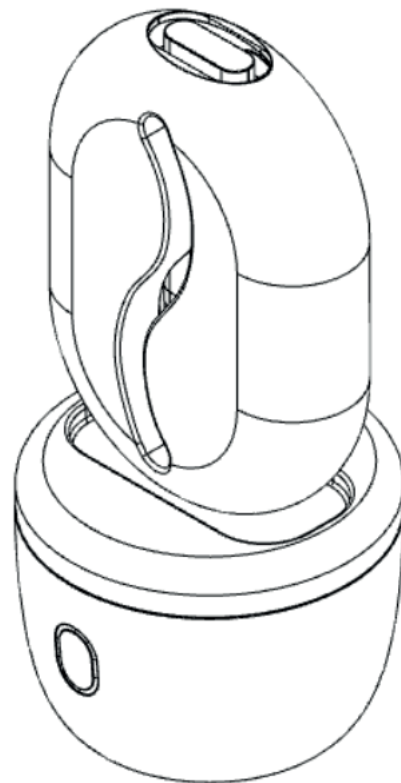
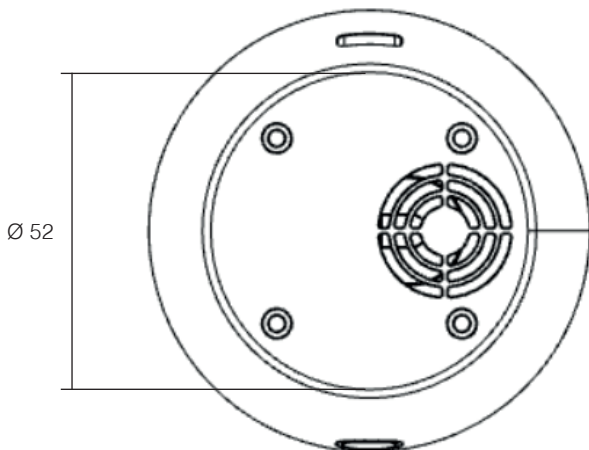
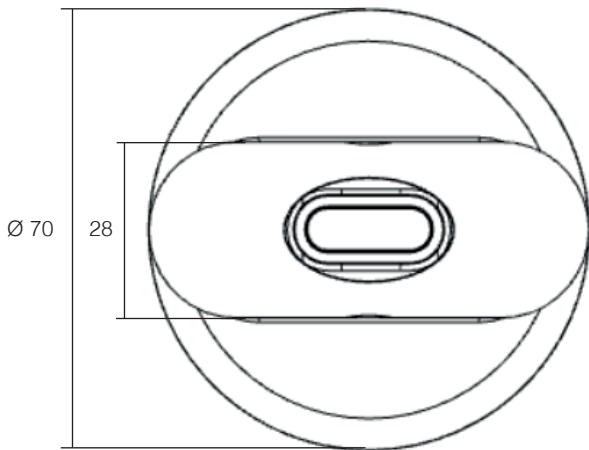
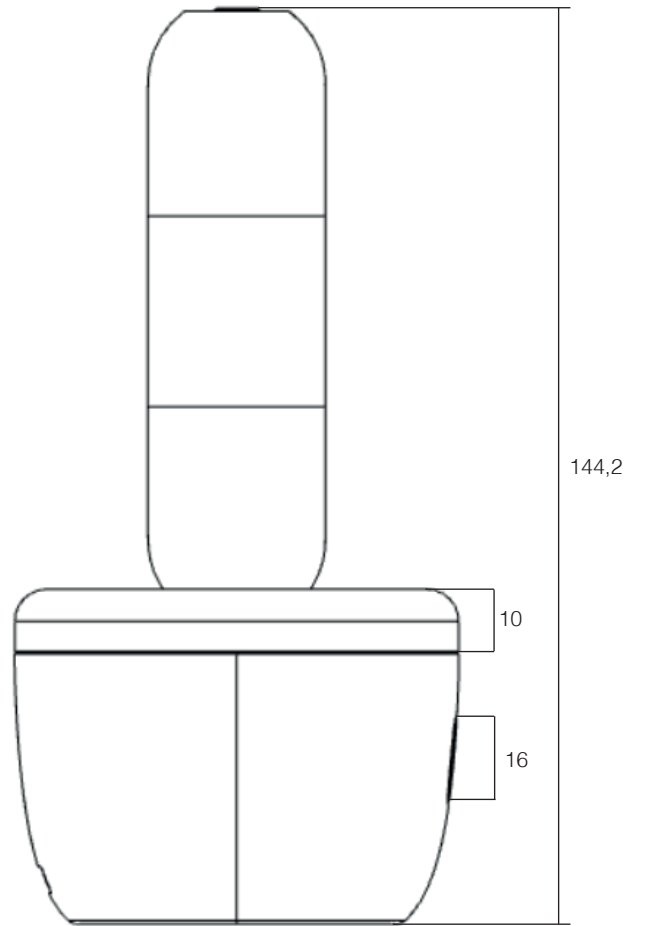
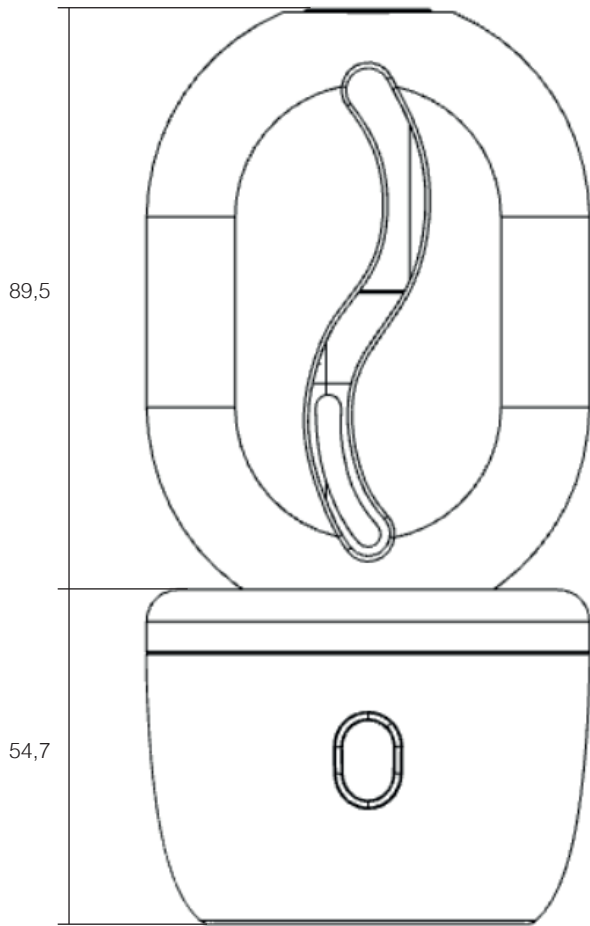
Gestualità ispirata alla clessidra

6. MO MENTO

raccogli le idee

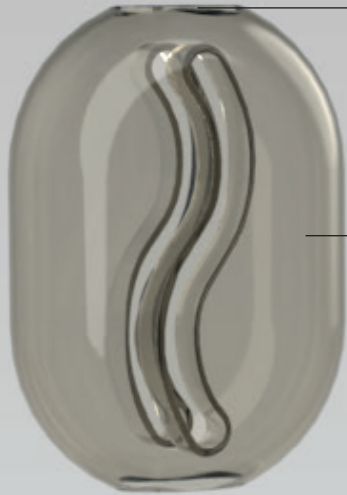
Momento è un dispositivo per la sincronizzazione delle pause caffè in ambiente lavorativo. Si compone di due elementi principali: un diffusore di aroma di caffè che, collocato sulla scrivania dell'utente si occupa di notificare in modo anonimo l'invito da parte di un altro utente a fare una pausa insieme, e una chiavetta che, una volta inserita all'interno dell'apposita entrata presso il distributore di bevande, risulta utile per il pagamento cashless delle stesse e per interagire con il "liquid network" formato dalle idee dei colleghi mostrato dall'interfaccia già presente sulla macchinetta. Il tutto è regolabile e personalizzabile tramite un'applicazione desktop che guida l'utente nell'utilizzo del dispositivo e nell'organizzazione di idee e incontri, e gestito da un software che ne garantisce il funzionamento e l'anonimato. Nel capitolo che segue verrà esplicitato il concept definitivo del progetto e il suo sviluppo a livello materico, tecnologico e produttivo, la grafica dell'interfaccia e dell'applicazione web. Infine sarà descritta l'identità visiva e la possibilità di personalizzazione da parte dell'azienda e/o dell'utente finale.







Chiavetta



Alloggio chiavetta

Diffusore aroma di caffè



Coperchio del case



Canula per fuoriuscita del vapore



Led e opalino

Serbatoio di acqua e aroma



Pulsante

Case

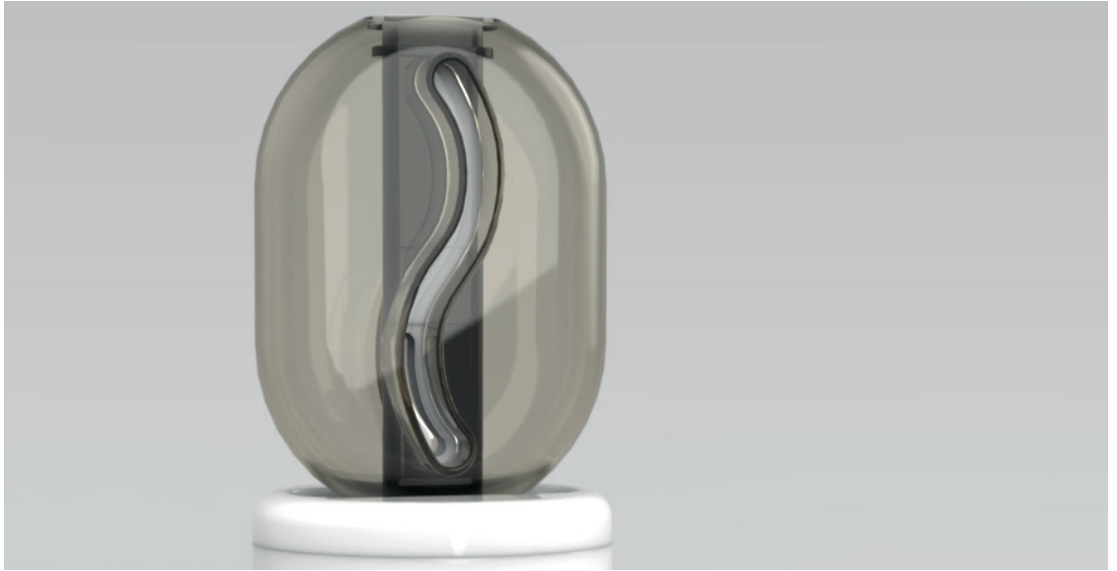
6.1 concept definitivo

Il progetto si compone di quattro elementi chiave, due fisici e due digitali: il diffusore di aroma e la chiavetta per il distributore, sul piano reale, e l'interfaccia delle idee e l'applicazione desktop, responsabile della gestione dell'intero sistema e del dialogo tra gli altri tre elementi, sul piano virtuale. Tale scissione non è casuale in quanto il progetto si inserisce nel contesto attuale in cui, come scritto nel capitolo 1, ciascuno vive tanto nel mondo reale quanto in quello virtuale e, oggi più che mai è tangibile l'inscindibilità di tali spazi.

Il diffusore

Il diffusore è un oggetto personale e intimo che accompagna l'utente durante tutta la giornata lavorativa. Ogni dipendente possiede il proprio e lo tiene sulla scrivania all'interno del proprio campo visivo e olfattivo. Al primo utilizzo infatti, tramite l'applicazione desktop, ognuno potrà impostarlo secondo le proprie esigenze e preferenze. Tra le opzioni potrà decidere anche quanto tempo vuole che intercorra tra una pausa e l'altra a seconda delle proprie abitudini lavorative. Questa scelta sarà fondamentale all'interno del funzionamento del sistema, come verrà spiegato più avanti. Una volta settate le impostazioni sarà necessario premere per tre secondi l'unico tasto presente sul case del serbatoio del diffusore, al fine di eseguire la sincronizzazione. Tale pulsante ha inoltre la funzione di connettere il proprio dispositivo a quello di un altro collega. Quando il proprietario sente la necessità di una pausa caffè e desidera passarla in compagnia, può premere il pulsante. In seguito a tale azione, il sistema provvederà, tramite un software appositamente programmato, a "chiamare" un altro dispositivo secondo una scelta randomica ma ristretta in base un criterio: il sistema potrà effettuare la selezione per la chiamata solo tra i colleghi che hanno già superato il limite di tempo impostato

inizialmente come preferenza tra una pausa e l'altra. Tale sistema è appositamente casuale per garantire una più ampia rete di scambi, anche tra diversi settori della stessa azienda, rispetto a una situazione standard in cui è abitudine passare i momenti di pausa esclusivamente con persone che si conoscono già. La "chiamata" consiste nell'accensione del diffusore presente sulla scrivania del destinatario, tramite l'accensione del diffusore che inizierà la vaporizzazione di aroma di caffè e accenderà il led. A questo punto l'utente che riceve la notifica può a sua volta premere il pulsante per accettare l'invito oppure semplicemente non interagire con il diffusore se si trova indaffarato o non interessato a interrompere la propria attività, lasciando che il sistema chiami un altro utente, seguendo lo stesso processo di selezione. Questo permette all'impianto di non bloccarsi se, al momento della notifica, il destinatario non è presente sul luogo di lavoro, come è possibile che succeda in certi ambienti lavorativi. L'interfaccia del diffusore è stata dunque ridotta a un singolo pulsante grazie al supporto digitale dell'applicazione desktop da cui è possibile regolare tutti i parametri necessari. Questo ha permesso di rendere le linee dell'oggetto pulite e il suo utilizzo più intuitivo.



La chiavetta

Nel momento in cui l'utente destinatario della notifica accetta l'invito, entra in gioco il secondo elemento: la chiavetta delle idee, così chiamata perché consente sia il pagamento cashless presso il distributore di bevande, come una qualsiasi chiavetta, sia lo storage di idee (vedi paragrafo successivo). L'utente infatti, svolgendo la gestualità ispirata alla clessidra sul chicco di caffè, dunque afferrandolo da un lato e ruotandolo di 180 gradi, permette la fuoriuscita della chiavetta, decretando simbolicamente l'inizio della pausa caffè. Con essa l'utente si reca nell'area dedicata al "coffee break" dove incontrerà l'utente iniziale che ha premuto il tasto facendo partire la notifica. A questo punto i due potranno servirsi al distributore, dove entreranno in contatto con l'interfaccia delle idee.



L'interfaccia delle idee

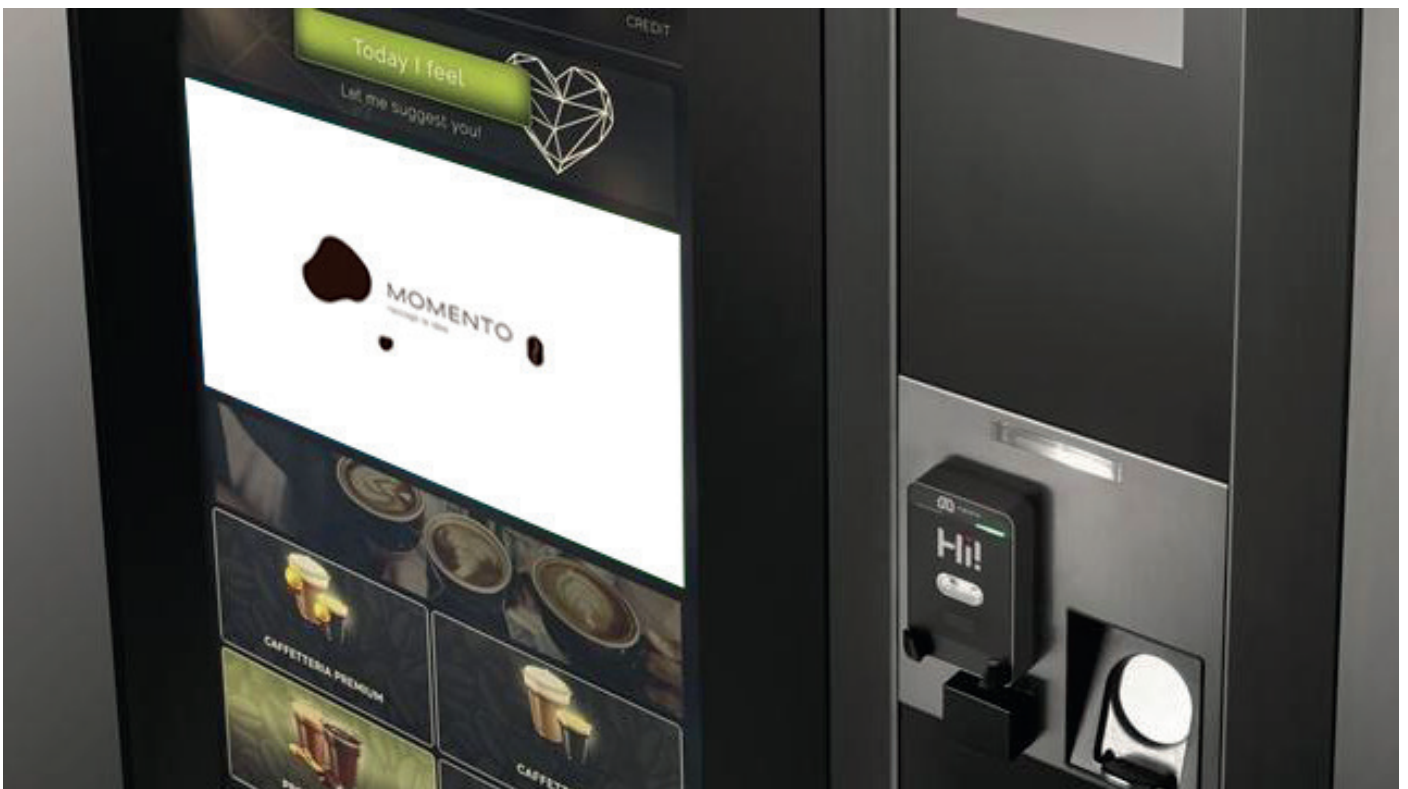
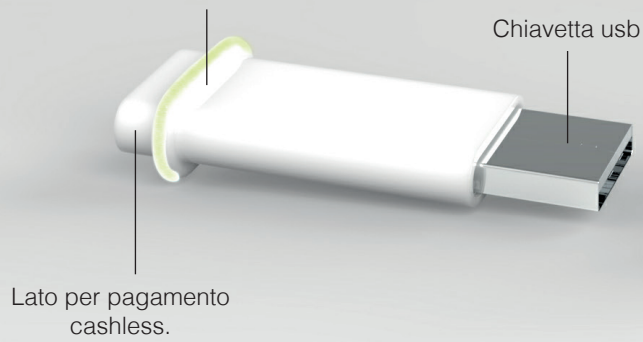
Tale interfaccia, detta anche "liquid network" in quanto molto vicina all'omonimo concetto espresso da Steven Johnson, descritto nel capitolo 3, è integrata all'interno dell'interfaccia già presente nella macchinetta del caffè. La schermata in un primo momento darà all'utente la possibilità di scegliere una bevanda in modo standard oppure lasciarsi coccolare come se la macchinetta fosse personificata in un vero e proprio barista: l'utente infatti vedrà le opzioni "Il solito, grazie" e "Bevanda a sorpresa". La prima identificherà la bevanda che è stata acquistata un maggior numero di volte tramite la chiavetta inserita, mentre la seconda ne proporrà una tra quelle mai acquistate. Eseguita la scelta, verrà avviata la preparazione su cui l'utente resterà aggiornato grazie a una barra di caricamento posta nella parte alta dello schermo. Nella parte centrale, invece l'interfaccia mostrerà un'idea tra quelle che i lavoratori hanno inserito tramite l'applicazione. La lettura sarà possibile per tutto il tempo di attesa

del caffè, che si aggira intorno ai 40 secondi. Al termine il lettore potrà valutare il pensiero e, se l'ha trovato interessante, decidere di scaricarlo all'interno della propria chiavetta. Tale idea può essere spunto per una riflessione personale, se l'utente che la legge si trova da solo alla macchinetta, o condivisa se si trova in compagnia, magari con una persona che non conosce bene grazie alla scelta randomica del sistema. Una volta terminata la pausa l'utente farà ritorno alla scrivania e, inserendo la chiavetta all'interno del chicco decreterà, la fine del momento di pausa e il ritorno ufficiale al lavoro.

Permette alla chiavetta di non cadere una volta inserita nel suo alloggiamento.

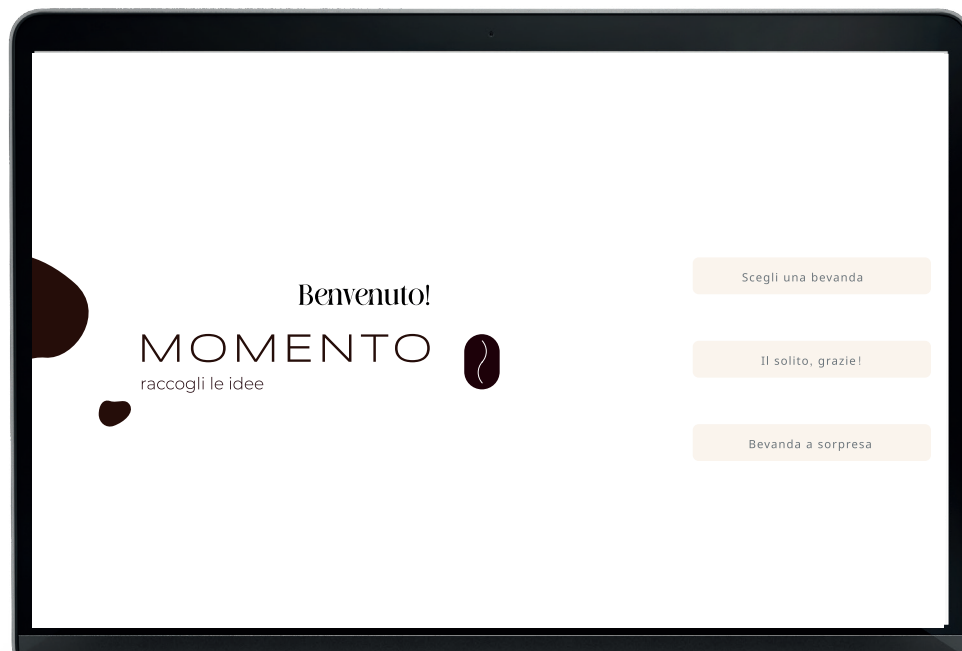
Contiene un led che esegue un feedback luminoso all'inserimento della chiavetta all'interno del distributore.

Coperchio della chiavetta usb

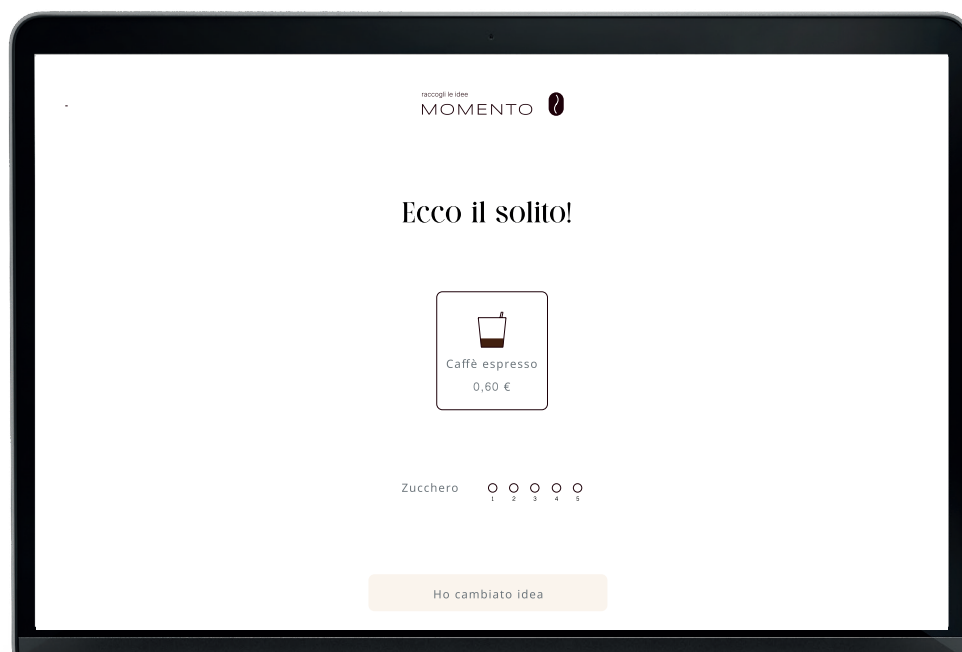


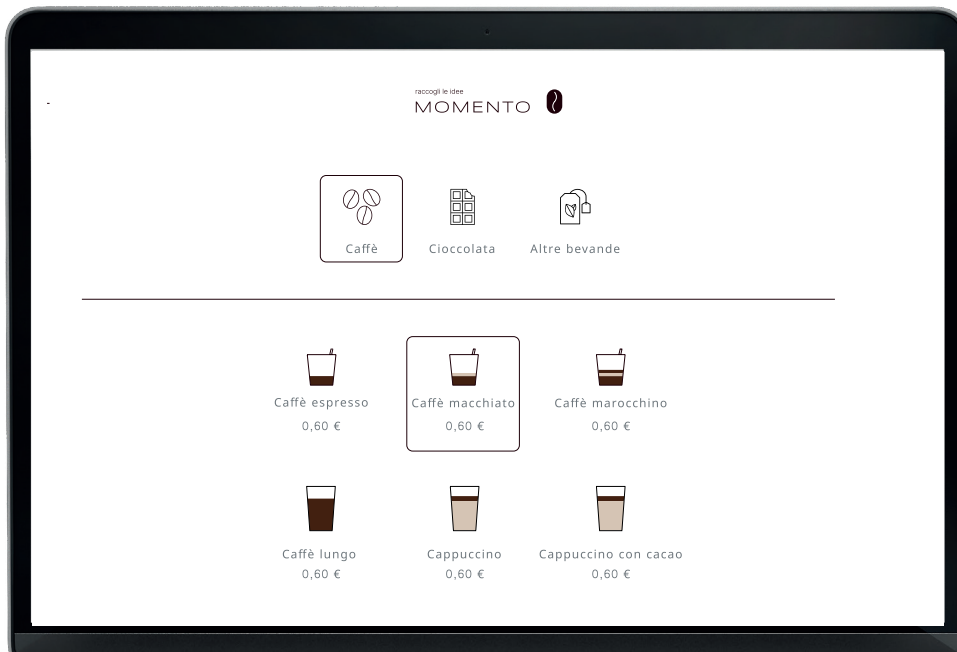
Schermata iniziale dell'interfaccia presso un distributore di bevande - mock up

Schermata iniziale: l'utente può scegliere la bevanda tra quelle presenti sulla lista, ordinare il solito, oppure lasciarsi sorprendere dalla macchinetta che proporrà una bevanda mai acquistata dalla chiavetta in uso.

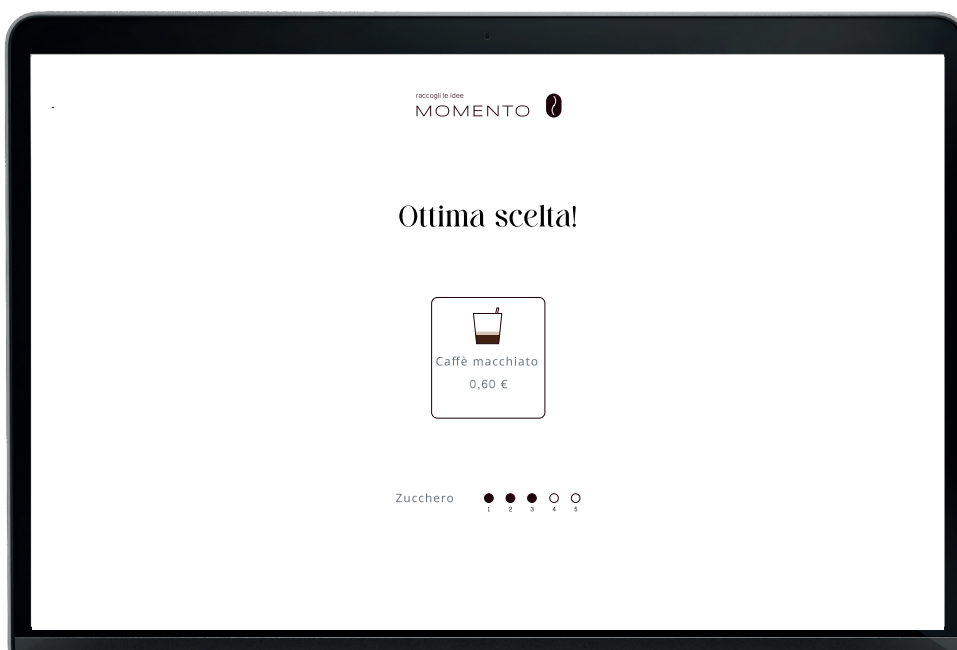


Se la proposta della macchinetta dopo aver cliccato "il solito, grazie!" o "bevanda a sorpresa" non soddisfa l'utente, egli potrà tornare alla schermata precedente e scegliere autonomamente la bevanda.



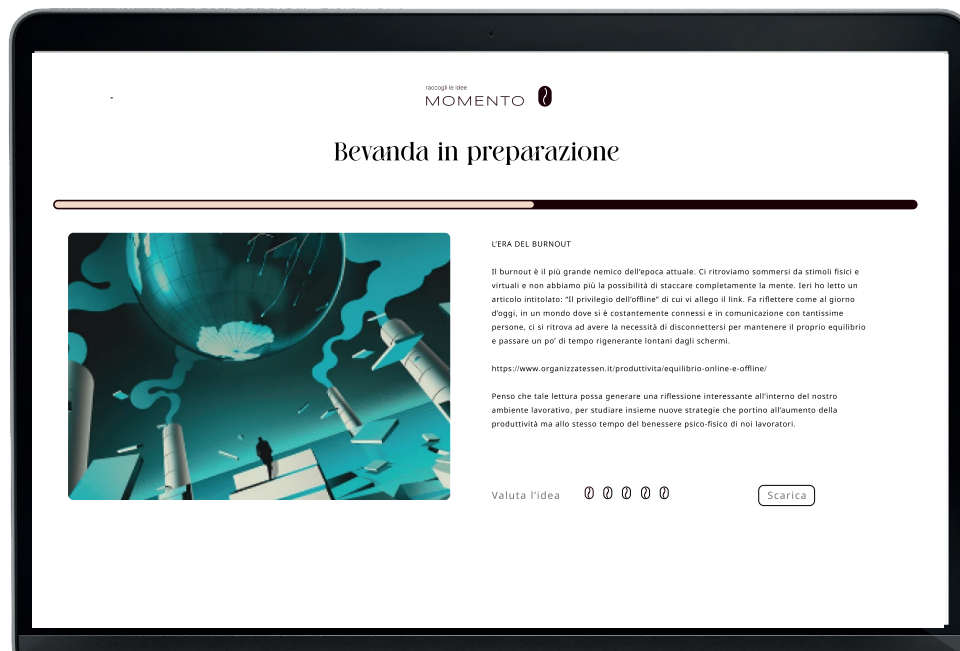


Schermata in cui l'utente può navigare tra le bevande in lista e sceglierne una.

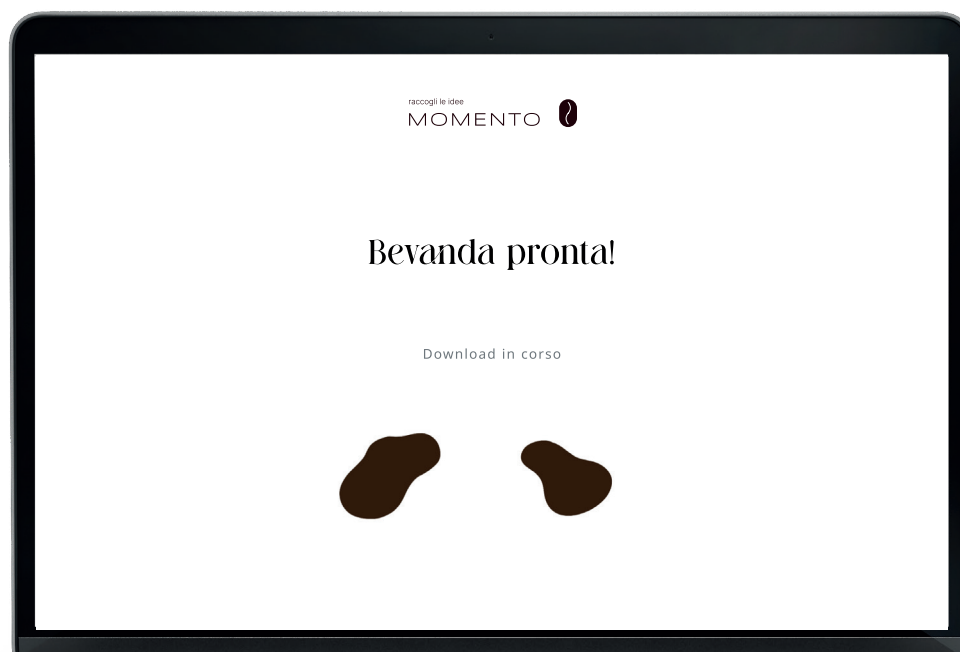


Per scegliere la bevanda basterà cliccarci su, dopo aver chiesto la quantità di zucchero desiderata la macchinetta provvederà alla preparazione.

L'utente rimane aggiornato sulla preparazione della bevanda grazie alla barra di caricamento in alto. Nel frattempo gli viene proposta un'idea che può leggere e commentare con i colleghi, valutare da 1 a 5 chicchi e scaricare sulla propria chiavetta per visionarla in seguito.



La schermata di download presenta un'animazione di due macchie di caffè che si mischiano per emulare le idee che si stanno metaforicamente incontrando.



L'applicazione desktop

In ogni momento l'utente potrà consultare l'applicazione desktop, responsabile della gestione dell'intero sistema e del dialogo tra gli altri tre elementi, per modificare le impostazioni relative al diffusore, vedere le proprie idee già condivise e inserirne di nuove tramite l'apposita schermata in cui è possibile inserire file già pronti e modificarli oppure crearne di nuovi.

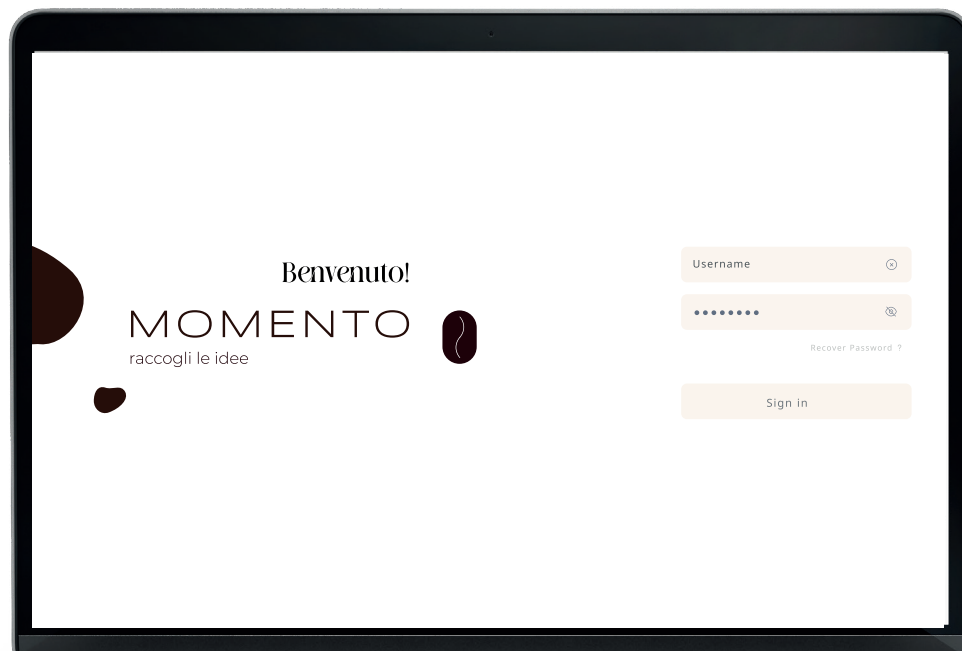
La grafica dell'applicazione desktop è stata realizzata con l'intento di evocare il carattere liquido delle idee, associato alle macchie di caffè, bevanda che per antonomasia è legata alla socializzazione, quindi alla contaminazione di tali pensieri, e alla stimolazione della mente. Pertanto è stata realizzata una palette di colori che riprendono, in diverse gradazioni, il colore del caffè e delle altre bevande appartenenti alla stessa categoria, come ad esempio il cappuccino. Le animazioni

utilizzate per la navigazione tra le diverse schermate cercano di emulare il movimento fluente delle macchie di caffè e delle idee che si contaminano a vicenda. Il caffè, soprattutto in Italia, è una bevanda che, di consuetudine, viene offerta. Ciò accade soprattutto all'interno di ambienti lavorativi, dove spesso tale gesto risulta "a buon rendere" ossia nella speranza che la volta successiva sia l'altra persona a pagare. Tale usanza viene rispecchiata dall'azione della pressione del pulsante da parte dell'utente iniziale che simula il gergo colloquiale della frase "posso offrirti un caffè?". Tale pratica può essere un incentivo alla partecipazione attiva al sistema ma senza esagerare. L'applicazione infatti è programmata per inviare notifiche scherzose di richiamo alle persone che accettano gli inviti ma non premono mai il bottone per offrire.

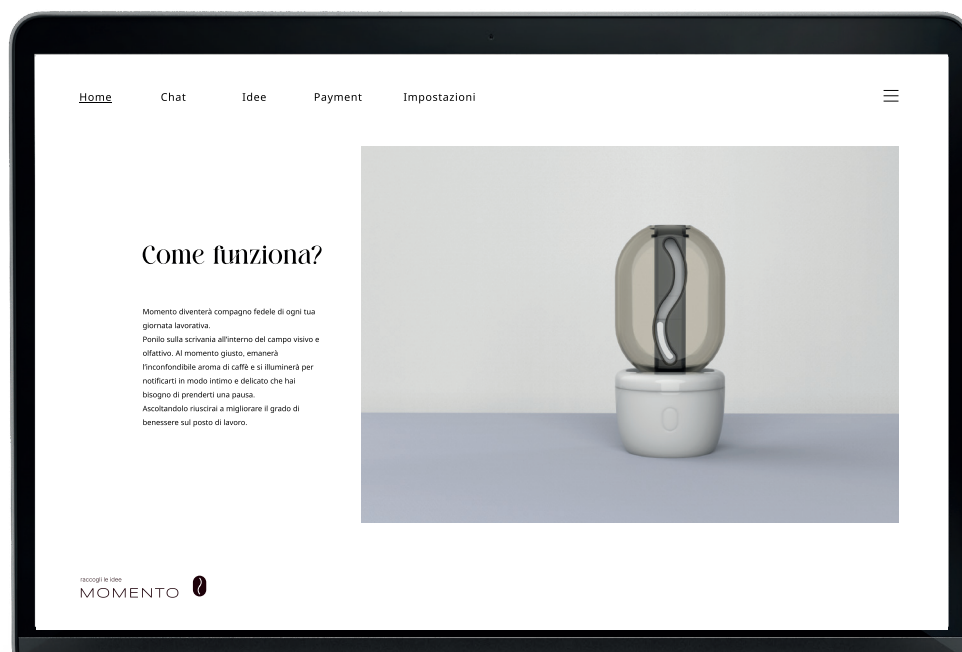


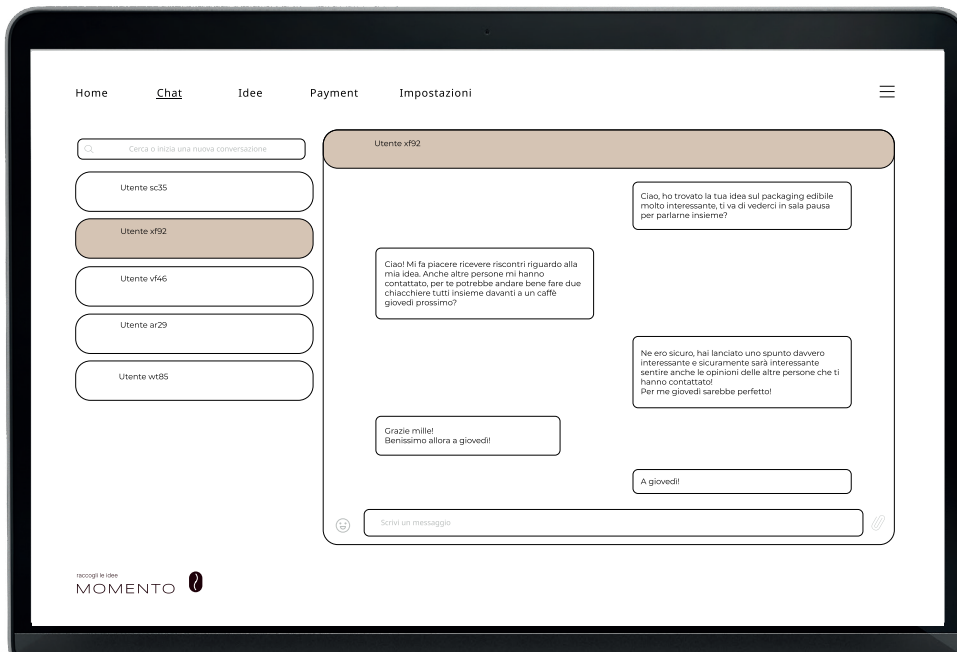
Schermata iniziale dell'applicazione all'interno di un computer aziendale - mock up

Schermata di registrazione: al primo utilizzo l'utente dovrà inserire le proprie credenziali per settare il sistema e permetterne il funzionamento

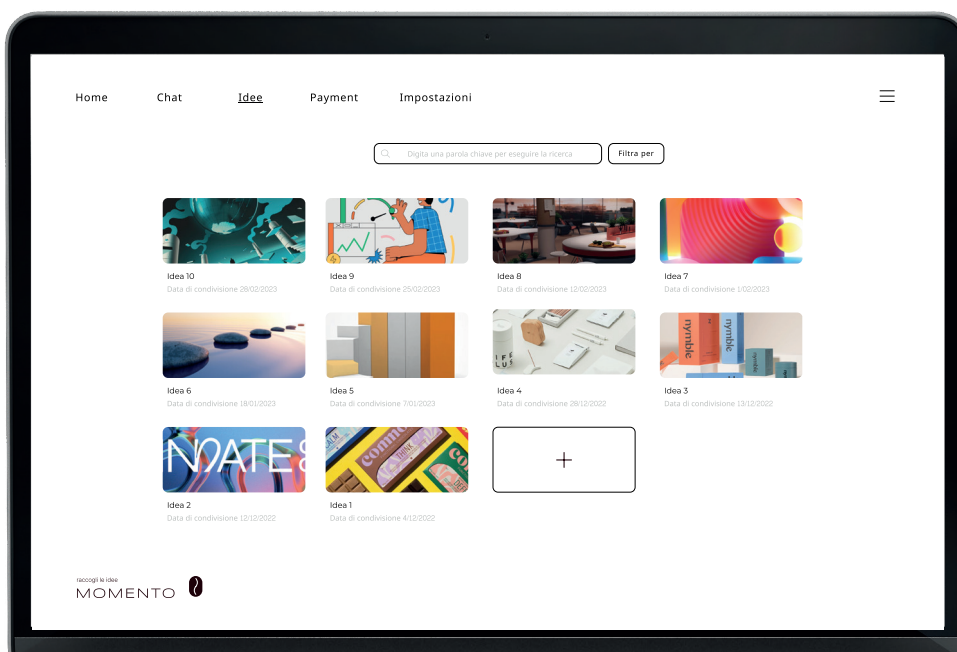


Sezione in cui vengono spiegati i pochi passaggi da effettuare durante il primo utilizzo e il funzionamento dell'intero sistema.



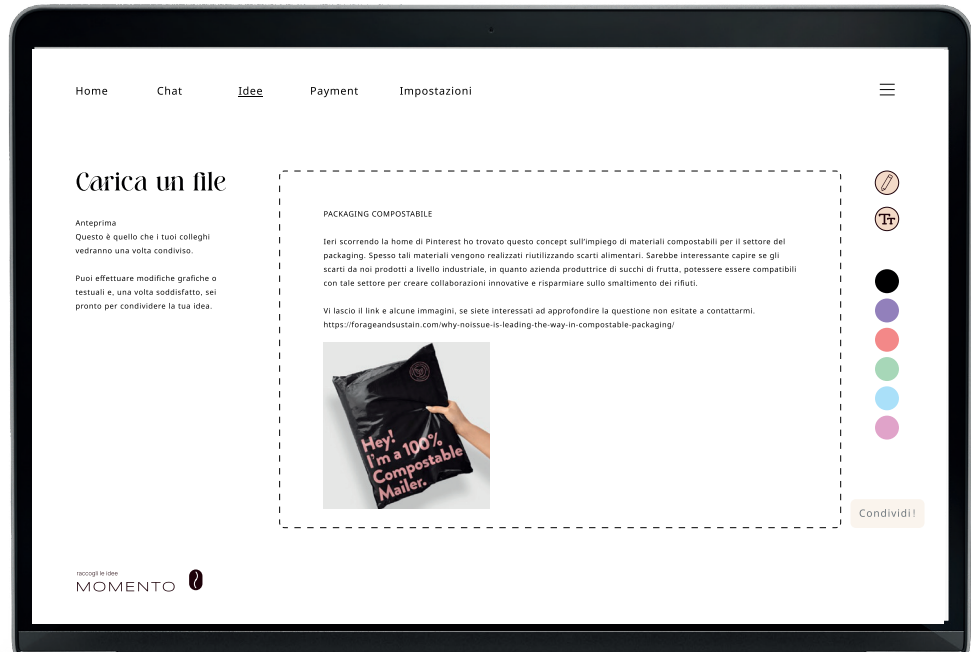


Sezione dell'app in cui è possibile contattare i proprietari delle idee che l'utente ritiene interessanti per accordarsi su un possibile incontro per approfondire la questione.

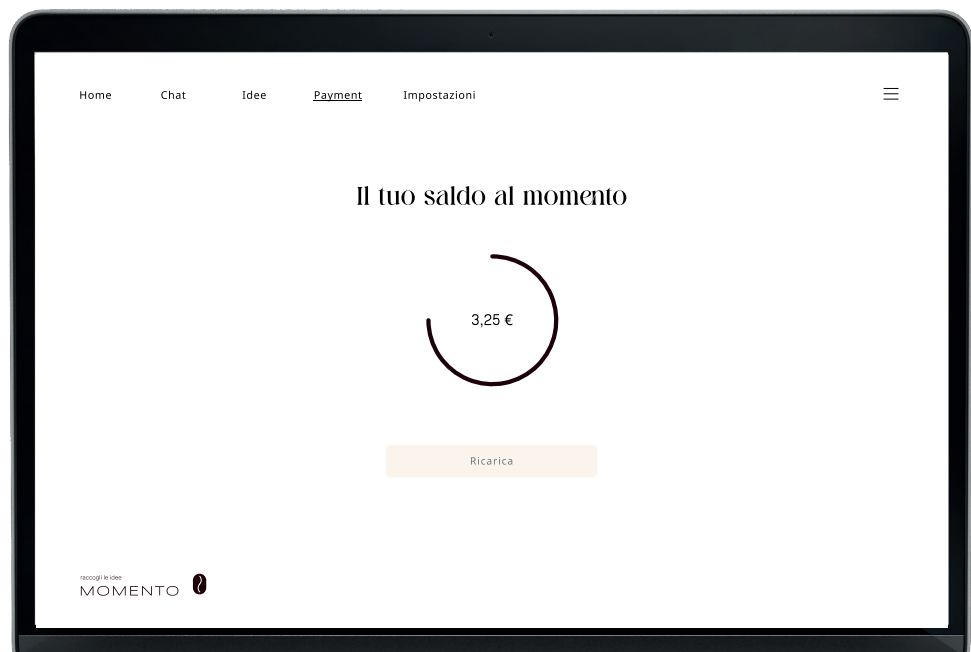


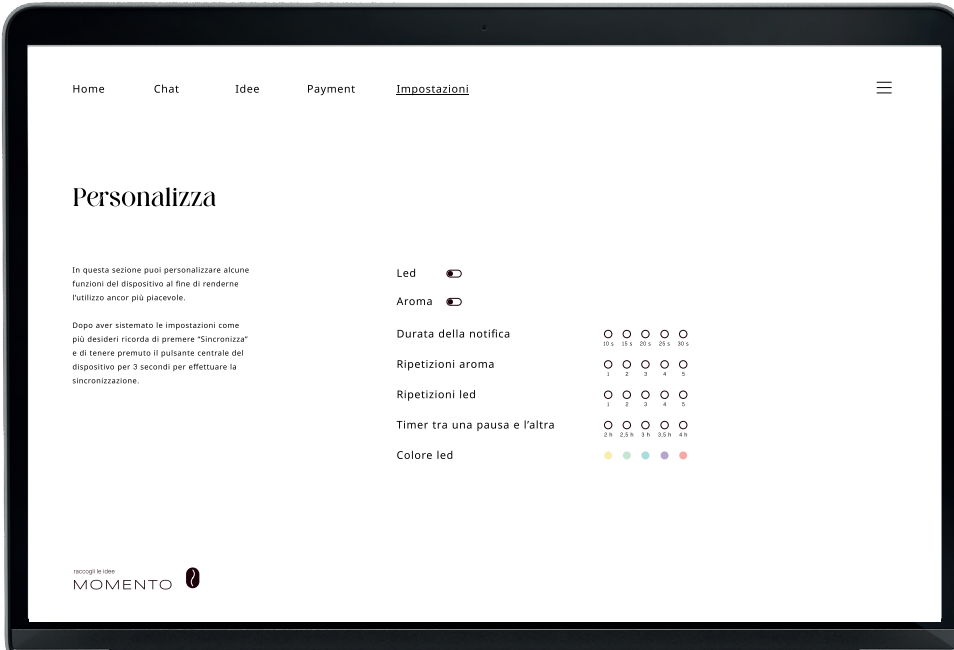
L'app permette di tenere traccia di tutte le idee scaricate e di tutte quelle condivise dando modo di filtrarle per data di pubblicazione, parole chiave e voti ottenuti.

Sezione relativa all'upload di una nuova idea. È possibile modificare, scrivere o disegnare su un documento importato o ex novo.

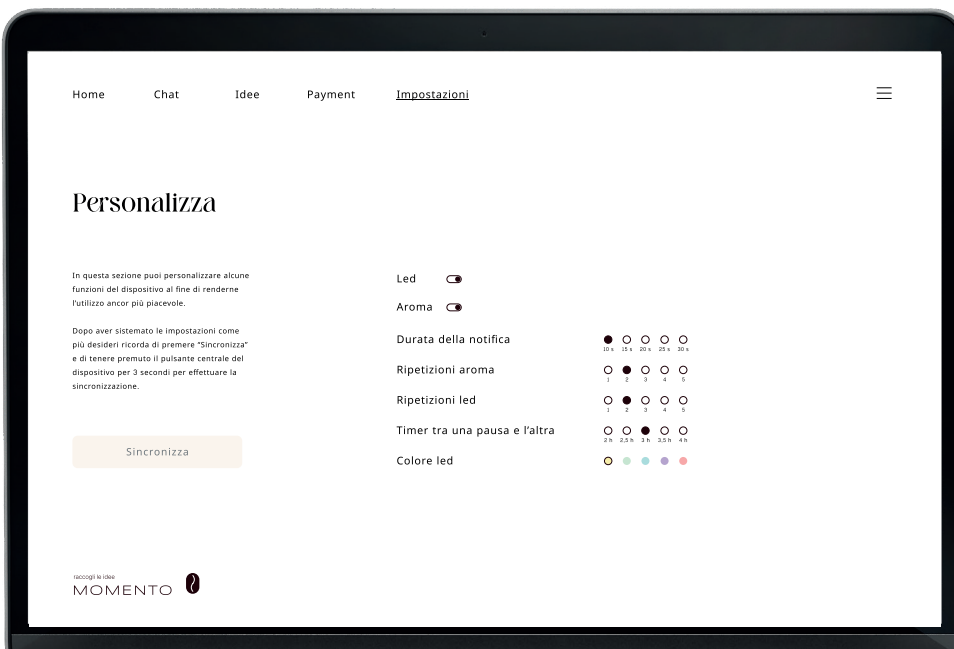


Tramite un'apposita sezione l'utente può controllare il saldo della propria chiavetta e, se necessario, ricaricarla.





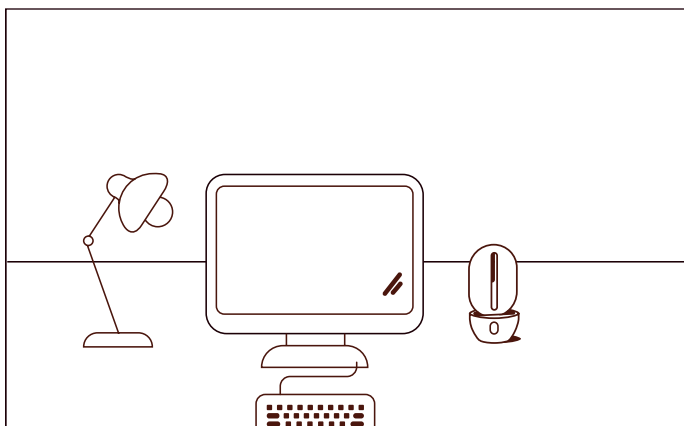
L'utente può personalizzare alcune impostazioni relative al diffusore per un miglior utilizzo del dispositivo.



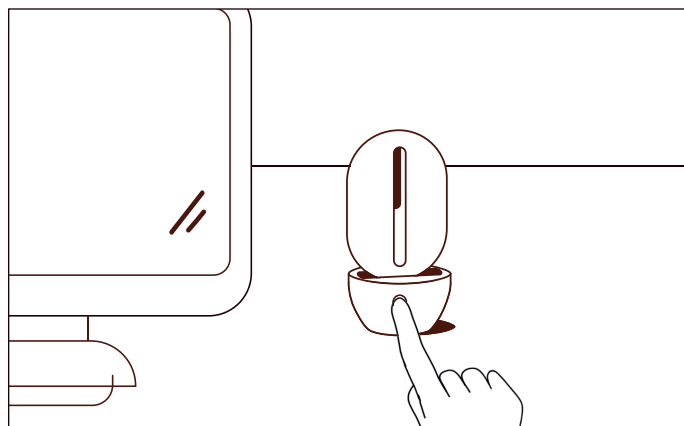
Terminato il settaggio è necessario cliccare su "sincronizza" e premere il pulsante del diffusore per 3 secondi in modo da trasferire le impostazioni.

Storyboard del sistema

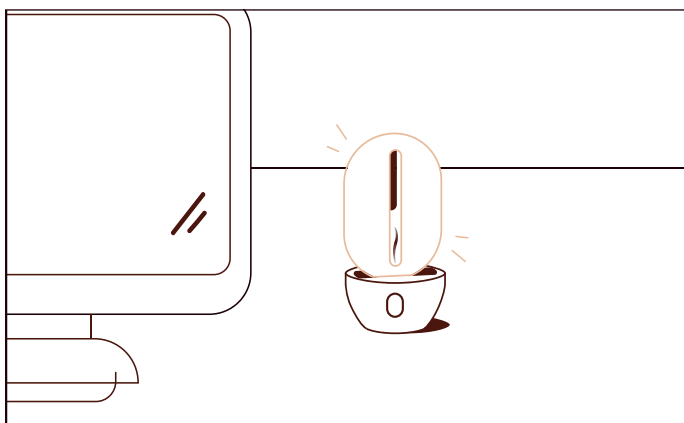
È stato redatto uno storyboard del sistema per ragionare sulle gestualità e sulle necessità degli utenti.



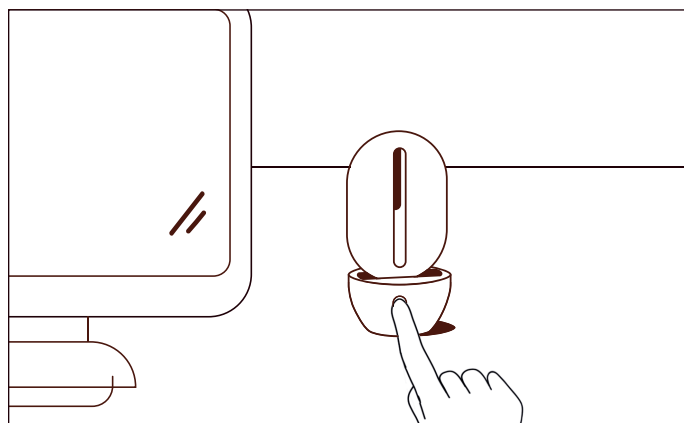
1. Il dispositivo si trova sulla scrivania dell'utente, all'interno del suo campo visivo e olfattivo.



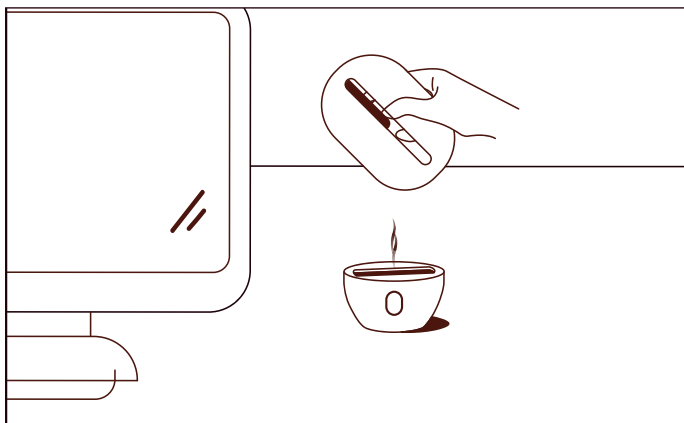
2. L'utente sente il bisogno di una pausa in compagnia dunque schiaccia il pulsante per offrire un caffè.



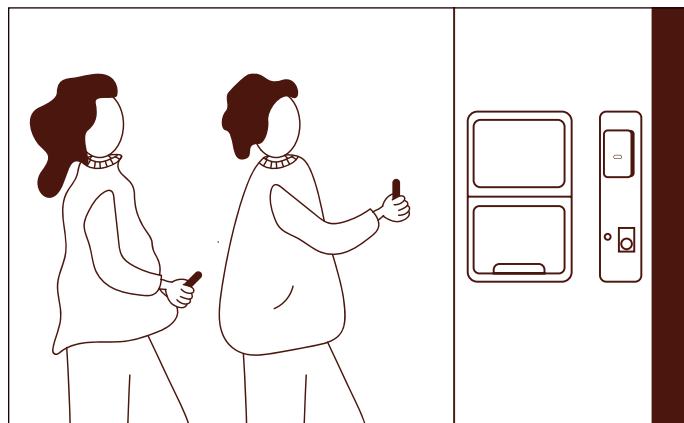
3. Il sistema sceglie un altro utente secondo i parametri prestabiliti e accende il suo dispositivo.



4. L'utente può ignorare la notifica oppure accettare l'invito. Nel secondo caso preme a sua volta il pulsante.



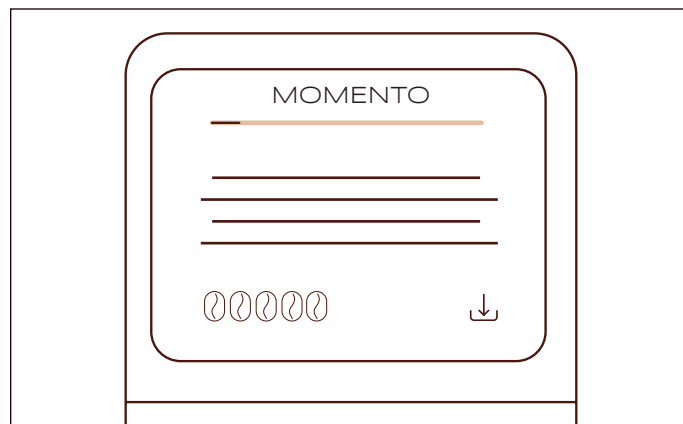
5. Entrambi i colleghi eseguono la gestualità dell'apertura del rito della pausa, per estrarre la chiavetta e si dirigono nell'area comune.



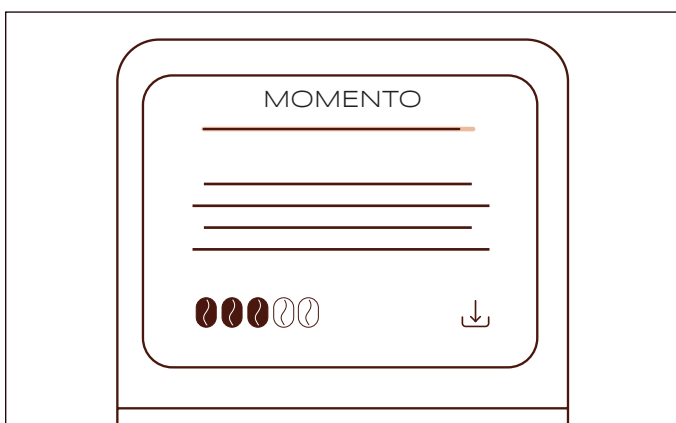
6. I due colleghi si incontrano al distributore automatico e iniziano a interagire.



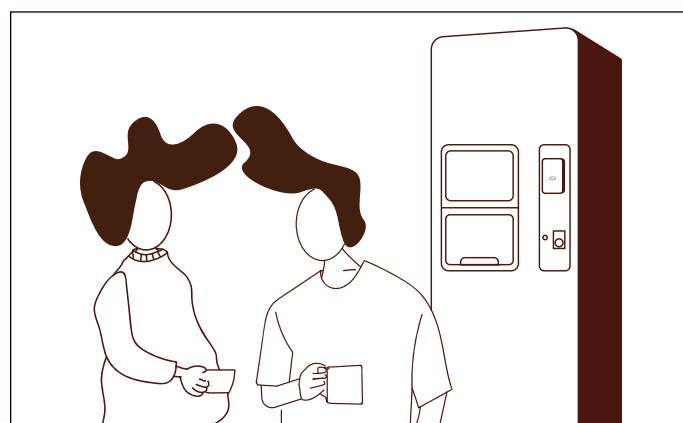
7. L'utente che offre il caffè inserisce la chiavetta che subito restituisce un feedback luminoso per comunicare il proprio corretto utilizzo.



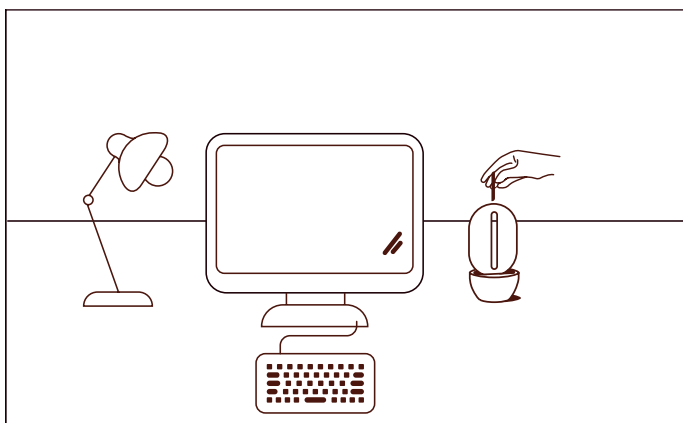
8. Durante l'attesa per la preparazione della bevanda l'interfaccia propone una sola idea che può dare spunto all'utente per riflessioni personali o condivise.



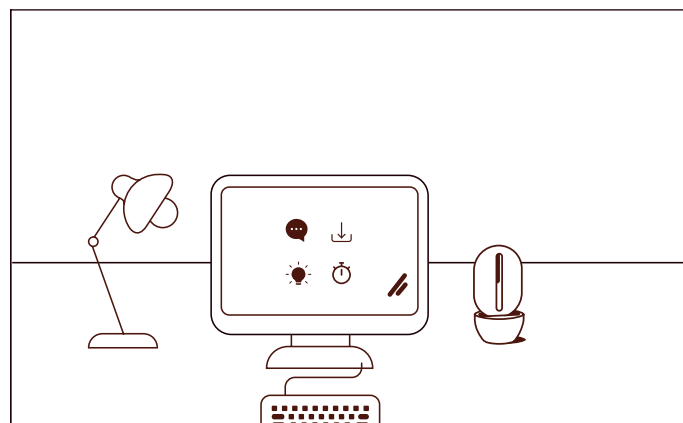
9. L'utente interagisce con l'interfaccia valutando l'idea che gli è stata proposta da 1 a 5 chicchi e scaricando l'idea sulla propria chiavetta se la ritiene interessante.



10. I due colleghi sono incentivati a dialogare tra loro e con con gli altri lavoratori presenti, magari prendendo spunto dall'idea letta grazie all'interfaccia.



11. Finita la pausa entrambi tornano alla propria postazione e reinseriscono la chiavetta all'interno del dispositivo, decretando la fine della pausa e il ritorno al lavoro.



12. In qualsiasi momento i lavoratori possono consultare l'applicazione desktop per settare le impostazioni del diffusore o rileggere le idee proposte e scaricate.

6.2 Tecnologie coinvolte

Il funzionamento dell'intero sistema è basato su tecnologie ampiamente diffuse e conosciute a livello globale che rendono i dispositivi di facile manutenzione e/o sostituzione in caso di rottura o manutenzione parziale degli elementi. Tutti i dispositivi all'interno dei diversi uffici e ambienti lavorativi in genere di uno stesso edificio sono connessi tra loro tramite un software appositamente progettato che è in grado di gestire i dati registrati tramite l'applicazione e la chiavetta e l'input della pressione del pulsante in tempo reale. Ciò permette al sistema di funzionare in modo wireless e lascia campo libero per un'eventuale personalizzazione di tutto il suo funzionamento da parte dell'azienda che decide di utilizzare questi dispositivi. Il sistema prevede l'utilizzo dei distributori di bevande già presenti all'interno delle aziende, purché provvisti di uno schermo, anche non touchscreen, che possa essere riprogrammato e adattato ad accogliere le nuove funzionalità. Per quanto riguarda il metodo di pagamento, i dati Confida, associazione di categoria della distribuzione automatica, raccolti in Italia nel 2019 affermano che il parco macchine già presente sul territorio per il 100% accetta monete, per l'84% consente di pagare in modalità cashless solo con chiavetta, mentre il 3% permette l'acquisto con carta di credito e solo il 2% tramite applicazione sullo smartphone. Questi dati appaiono anacronistici se si pensa

che gli italiani al giorno d'oggi preferiscono i metodi di pagamento contactless ai contanti, come sottolineano i dati raccolti dall'Osservatorio "Innovative Payments" (fig.5). Tale gap viene però risolto da sistemi innovativi come "Hi!" che tramite un dispositivo compatto e compatibile con qualsiasi macchinetta, la fornisce di connessione wifi e bluetooth, rendendola uniforme ai pagamenti cashless e contactless. Tornando nei termini del progetto, la possibilità di dotare le macchinette standard di una connessione wifi e bluetooth rende possibile il download delle idee proposte dall'interfaccia sulla chiavetta del singolo utente. Per fare ciò la chiavetta deve però essere munita della stessa tecnologia del distributore. L'altra tecnologia che si trova all'interno della chiavetta è l'usb storage che funziona proprio come una normale chiavetta usb e che, nonostante sia una tecnologia forse superata, risulta essere funzionale rispetto al compito di immagazzinare le idee e trasferirle all'interno dell'app tramite un gesto che consapevolizza l'utente rispetto alla questione dell'immissione delle idee all'interno di un "liquid network" comune. L'ultima tecnologia da prendere in considerazione è la programmazione della scheda che giace all'interno del diffusore e che ne permette la regolazione tramite app e l'accensione attraverso il sistema di chiamata randomico di cui sopra.

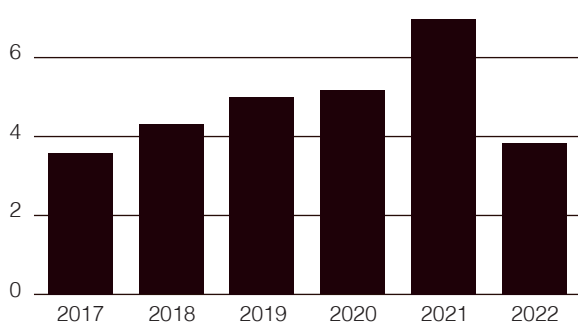


Fig. 6

Fig. 6 - Stime Osservatorio Innovative Payments fino al primo semestre 2022 riguardo le transazioni con pagamenti digitali in miliardi

Fig.7 - Dati Confida sul parco macchinette in Italia, febbraio 2019



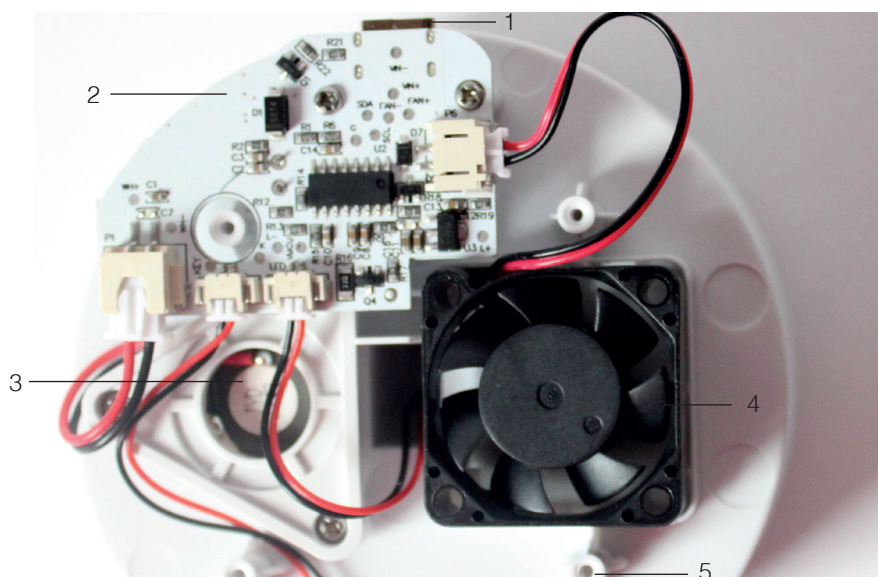
Fig. 7

Funzionamento del diffusore

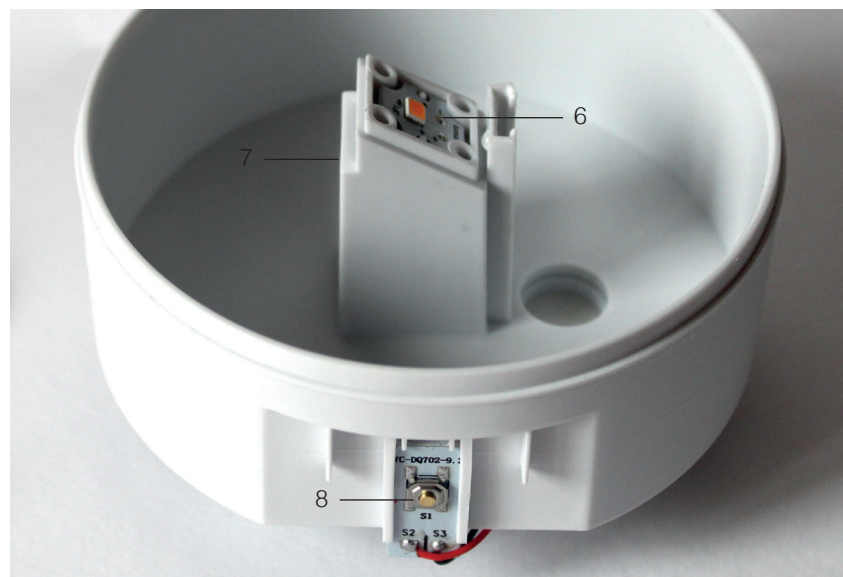
Il diffusore funziona tramite una piastrina in ceramica che emette ultrasuoni impercettibili all'orecchio umano. Tali vibrazioni agitano l'acqua che viene trasformata in vapore acqueo senza il bisogno di essere riscaldata. Il sottile fumo viene spinto all'esterno da una ventola che è fondamentale per il corretto utilizzo del dispositivo. All'interno del serbatoio deve essere segnalata la linea massima di riempimento perché, se superata, le bolle che si formano al momento dell'accensione faranno fuoriuscire il liquido. È inoltre fondamentale la presenza di una presa d'aria nella parte interna del serbatoio che renderà la ventola funzionante ma che dovrà essere protetta dall'eventuale contatto con l'acqua in quanto immediatamente collegata alla parte elettrica del dispositivo. Al fine di emanare una fragranza è sufficiente aggiungere 6-8 gocce di olio essenziale all'interno del serbatoio già riempito di acqua.

Foto di un serbatoio disassemblato per evidenziare le componenti necessarie al funzionamento:

1. Attacco per cavo di alimentazione
2. Scheda elettronica programmata
3. Piastrina in ceramica che genera gli ultrasuoni
4. Ventola
5. Vani per fissaggio del serbatoio al case esterno
6. Led e opalino
7. Presa d'aria
8. Pulsante d'accensione



Serbatoio - esterno inferiore



Serbatoio - interno superiore

6.3 Materiali e tecniche di produzione

Al fine di definire materiali e processi di produzione dell'intero sistema è stata eseguita un'analisi benchmark per capire cosa fosse già presente sul mercato. Dapprima sono stati presi in considerazione diversi modelli appartenenti a diverse fasce di prezzo e costituiti da differenti materiali, in modo da avere un quadro generale più ampio. Per quanto riguarda il diffusore è stata effettuata una selezione tra quelli maggiormente venduti da Amazon, la più grande Internet Company al mondo. La ricerca è stata condotta secondo diverse caratteristiche per confrontarle con i parametri del progetto e capire quali fossero le più adatte. Nel campo dell'aromaterapia esistono diverse tipologie di diffusori che sfruttano diversi metodi di vaporizzazione: a candela, elettrici, spray e così via. Tutti quelli selezionati funzionano tramite una tecnologia a ultrasuoni che sfrutta una piastrina, posizionata al di sotto del serbatoio che, emettendo ultrasuoni, genera delle vibrazioni meccaniche che provocano l'evaporazione dell'acqua senza surriscaldarla. È sufficiente aggiungere alcune gocce di olio essenziale all'interno del serbatoio dell'acqua per emanare una determinata fragranza. In secondo luogo è stato analizzato l'ingombro dimensionale dei diffusori. Facendo la media matematica tra le varie misure, il diffusore ideale medio risulta avere un diametro di 15 cm e un'altezza di 14 cm. Tali calcoli sono stati però rivisitati in funzione della capacità del serbatoio contenuto nei diversi dispositivi. Questi ultimi, infatti, sono prodotti nella maggior parte dei casi per una diffusione continua nell'ambiente da un minimo di 4 ore a un massimo di 12 ore, cosa che non è richiesta invece a Momento, in quanto progettato per un'azione puntuale nel tempo e ripetuta poche volte all'interno di

una giornata. Pertanto le dimensioni finali del prodotto sono state ridotte, tenendo in considerazione una capacità massima del serbatoio di 100 ml. Il 100% del campione analizzato presenta inoltre un chip di protezione che spegne il diffusore quando l'acqua finisce evitando la possibilità di bruciare il circuito. Per quanto riguarda i materiali la maggior parte degli oggetti presi in considerazione risulta essere composto da plastica, in particolare ABS o polipropilene privi di BPA²⁵ e ftalati²⁶, sostanze nocive che potrebbero essere rilasciate durante la vaporizzazione. Fanno eccezione alcuni dispositivi costituiti da materiali più pregiati come vetro satinato e ceramica che però rientrano in fasce di prezzo e target diversi. Alcuni prodotti sono "smart" cioè prevedono la possibilità di essere associati a dispositivi come Alexa, Google Home o applicazioni di domotica casalinga per poter essere gestiti da remoto con un semplice click o un comando vocale, tecnologia che, all'interno di Momento è stata convertita tramite la programmazione di un software che rendesse possibile il funzionamento del sistema per come è stato descritto nel capitolo precedente. Infine tutti gli oggetti analizzati presentano l'aggiunta di un led rgb, il cui colore può essere personalizzato direttamente dall'utente, che può migliorare l'esperienza creando un'atmosfera rilassante. Il tipo di alimentazione prediletto è a 5 Volt, con cavo USB. È stata studiata anche l'interfaccia dei prodotti benchmark ed è risultato evidente quanto la presenza di molti tasti rendesse gli oggetti più performanti ma il loro utilizzo più complesso e poco intuitivo. Da qui la scelta di gestire le varie impostazioni da un'applicazione esterna e lasciare sul case dell'oggetto un solo pulsante.

25. BPA: bisfenolo A, sostanza in grado di danneggiare la salute alterando l'equilibrio endocrino

26. Ftalati: famiglia di sostanze chimiche che derivano dal petrolio. Possono causare lo sviluppo di alcune patologie come asma, diabete, problemi e disturbi di fertilità e soprattutto rischi evidenziati nel sistema endocrino.

| | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|--|---|---|--|
| Marca | Maxcio | Jolie Max | Medisana | Alfloia | Arya | Zoeson | Salking | Salking |
| |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tipologia | Tecnologia a ultrasuoni | Tecnologia a ultrasuoni | Tecnologia a ultrasuoni | Tecnologia a ultrasuoni | Tecnologia a ultrasuoni | Tecnologia a ultrasuoni | Tecnologia a ultrasuoni | Tecnologia a ultrasuoni |
| Dimensioni | 16x16x26,5 cm | 17x17x12 cm | 16,6x16,6x7,2 cm | 10x10x15,8 cm | 21x21x13 cm | 13,3x13,3x10 cm | 10x10x17 cm | 16,8x16,8x9,6 cm |
| Prezzo | 51,99 € | 18,99 € | 47,50 € | 21,99 € | 89,99 € | 33,99 € | 31,99 € | 33,99 € |
| Capacità serbatoio | 400 ml 6-12 ore | 500 ml 11-20 ore | 100 ml 4-6 ore | 100 ml 4-6 ore | 100 ml 6 ore | 300 ml 8 ore | 150 ml 5-9 ore | 250 ml 10 ore |
| Connessione con altri dispositivi | Alexa, Google home, smartphone tramite app | No | No | No | No | Smartphone tramite app | No | No |
| Materiali | Plastica, no BPA e ftalati | Plastica, no BPA e ftalati | Bamboo | ABS, polipropilene | Vetro satinato | ABS, polipropilene | Polipropilene BPA free (interno) e ceramica (esterno) | Legno, metallo e polipropilene |
| Implementazioni | Luci led personalizzabili, silenzioso | Luci led e deumidificatore | Luci led personalizzabili e deumidificatore | Doppio utilizzo: diffusore e lampada da notturna | Luci led e telecomando per settare a distanza | Diffusore, lampada notturna e umidificatore | Luci led regolabili, molto silenzioso | Luci led regolabili, molto silenzioso |
| Potenza alimentazione | 14 Watt presa di corrente | 14 Watt presa di corrente | 13 Watt presa di corrente | 13 Watt presa di corrente | 13 Watt presa di corrente | 13 Watt batterie | 13 Watt presa di corrente | 10 Watt presa di corrente |
| Numero pulsanti interfaccia | 2 | 2 | Non visibili | 2 | Non visibili | 2 | 3 | 3 |

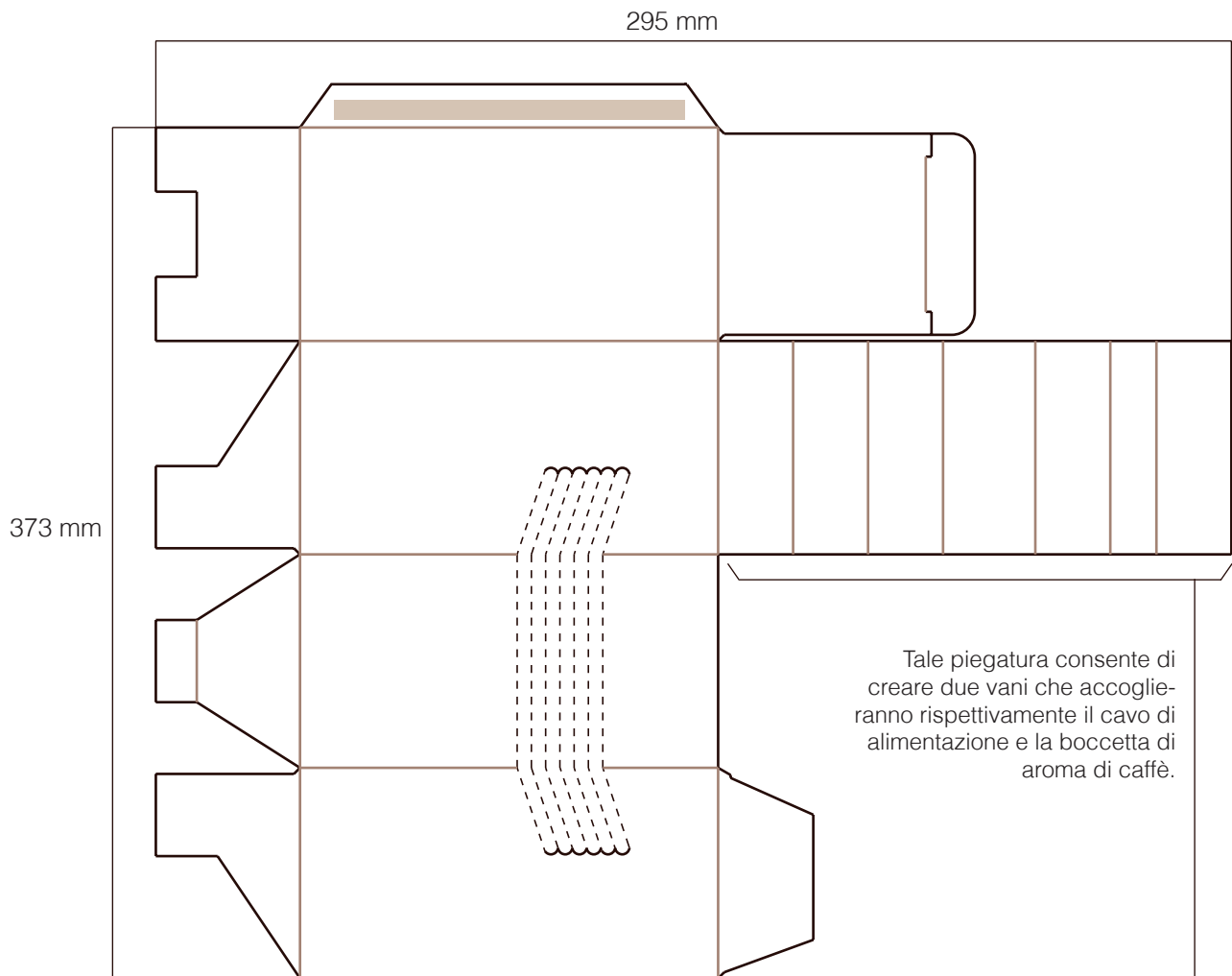
In seguito a queste considerazioni è stato scelto come materiale di tutti i componenti del prodotto l'ABS, acrilonitrile-butadiene stirene, un polimero amorfo di grande resa estetica, che può essere trasparente ma allo stesso tempo facilmente colorabile e che rientra nelle "commodities" dunque è adatto al segmento di mercato a cui Momento si rivolge. Ciò non esclude chiaramente la possibilità di eventuali collezioni personalizzate per ambienti di lavoro particolarmente ricercati che preferiscano materiali più pregiati come ad esempio il vetro satinato. Il processo da prediligere a livello industriale è lo stampaggio ad iniezione, essendo una tecnologia che richiede la realizzazione di stampi in partenza il cui costo è molto elevato e che verrebbe ammortizzato nel tempo solo grazie a un'ampia produzione.

Per il singolo dispositivo compreso di packaging, boccetta con olio essenziale al caffè, cavo di alimentazione e chiavetta, il prezzo potrebbe aggirarsi intorno ai 30 euro, facendo una stima in base ai materiali e alle tecniche di produzione scelti, rispetto alle fasce di prezzo di quanto già presente in commercio.

6.4 Packaging

Per quanto riguarda il packaging primario del prodotto la scelta è ricaduta su una scatola con fondo a incastro che risulta essere facile e veloce da montare e anche economica da produrre. Il materiale utilizzato non è un semplice cartoncino ma una carta prodotta dalla Cartiera Reflex riutilizzando gli scarti della filiera del caffè e della sua fibra 100% riciclata post consumo, la quale dona un tratto grafico peculiare e caratteristico alla carta creando un pattern unico per ogni foglio. Essendo resistente e di ottima stampabilità si presta bene per la realizzazione di imballaggi e stampati di ogni tipo, conferendo, già a un primo sguardo, un aspetto sostenibile al prodotto. Tuttavia la sostenibilità del packaging progettato non risiede solo nei suoi materiali ma anche nel suo secondo utilizzo: molto

spesso gli imballaggi hanno vita breve e servono solo durante il trasporto dell'oggetto per poi essere gettati al primo utilizzo costituendo uno spreco dei materiali e delle risorse impiegate nella sua produzione e una quantità sempre maggiore di rifiuti che necessitano di essere raccolti e smaltiti correttamente. Il packaging di Momento, pertanto, suggerisce all'utente finale, cioè il lavoratore che di fatto lo apre, di essere riutilizzato all'interno della propria postazione di lavoro. Tramite lo strappo di alcune linee tratteggiate, infatti la scatola si trasforma in un cestino che l'utente può agganciare al bordo della scrivania in modo da essere incentivato a mantenere ordinato il piano e a differenziare maggiormente i propri rifiuti. Spesso, infatti, sul luogo di lavoro i cestini sono condivisi da molte persone e, per



Disegno tecnico della fustella del packaging con suddivisione in diversi layer in base alla lavorazione.

Legenda:

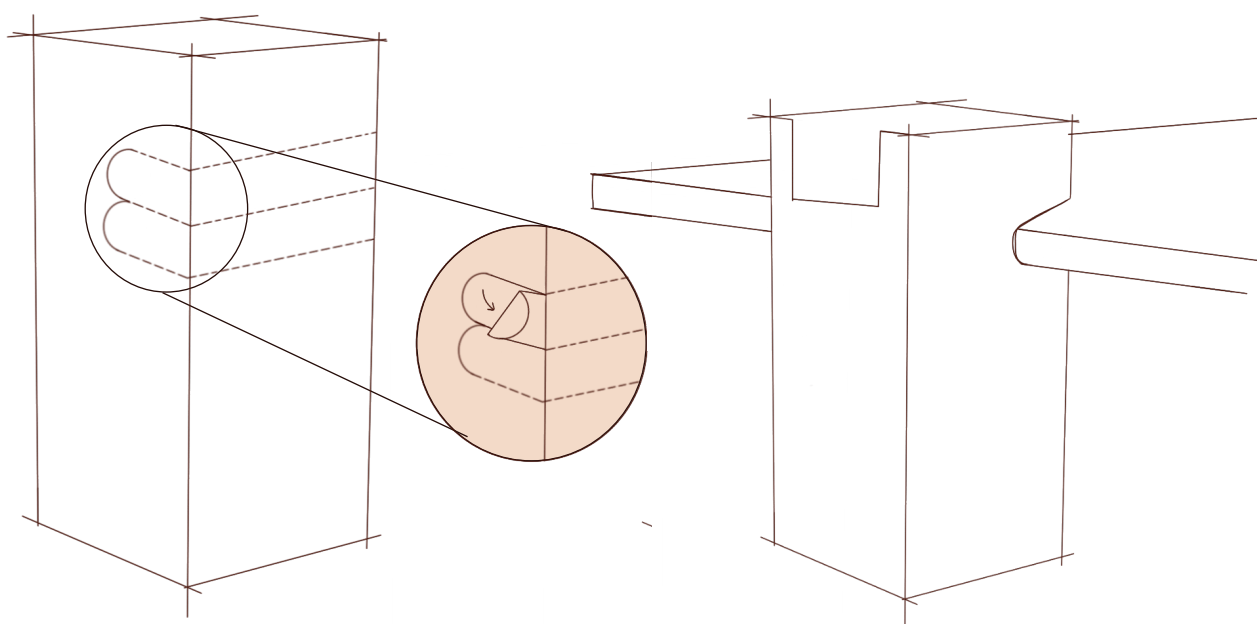
- | | | | | | |
|---|-------------|-----|------------|---|-------------|
| — | Taglio | --- | Tratteggio | ■ | Punti colla |
| — | Cordonatura | — | Quote | | |

questo, possono risultare lontani per alcuni. Ciò, unito alla pigrizia o alle giornate piene di impegni favorisce l'accumulo di cartacce sul tavolo che, a fine giornata devono essere gettate e, nella fretta è possibile che non vengano ben differenziate. Inoltre è bene sensibilizzare al tema della pulizia dell'ufficio perchè aiuta ad ottenere un'atmosfera più ordinata e favorevole al benessere degli utenti che ne usufruiscono. Non è necessaria la presenza di un foglio illustrativo all'interno del packaging in quanto l'uso dell'oggetto e le altre informazioni necessarie sono spiegate brevemente tramite una grafica integrata alla scatola stessa, realizzata in modo coerente rispetto a quella delle altre interfacce del sistema. La compattezza del pack garantisce inoltre la possibilità di essere impilato e la sicurezza dell'oggetto anche in fase di trasporto.



L'ingombro totale della scatola è 145x74x74 mm e presenta una grafica che, oltre a guidare l'utente nell'installazione del prodotto, mira a sensibilizzare tramite disegni e scritte alla prevenzione del burnout e all'importanza del benessere fisico e psicologico del singolo lavoratore ma anche del team di lavoro in generale. Il packaging è stato pensato per poter permettere l'alloggio del dispositivo con tutti i suoi componenti, il cavo di alimentazione e una boccetta di aroma di caffè in modo che all'apertura dell'imballaggio il lavoratore abbia tutto il necessario per il funzionamento del sistema.

La grafica che avvolge il pack è stata realizzata corentemente con l'identità del prodotto, che verrà descritta nel prossimo paragrafo, e con l'interfaccia e l'applicazione desktop precedentemente illustrate. Sui lati della scatola sono illustrati i pochi passaggi da effettuare per usare il dispositivo e per trasformare il contenitore in un pratico cestino. Sul fronte è riportato il logo del prodotto e un'illustrazione che vuole evocare la leggerezza del momento di una pausa caffè in compagnia. Sul retro è invece riportata una frase che, in modo scherzoso, invita l'utente a mantenere pulita e ordinata la propria postazione, utilizzando l'apposito cestino.



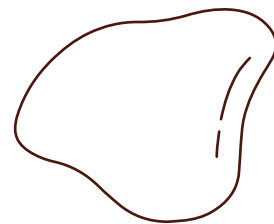
Sketch che illustra la trasformazione del pack in un cestino da scrivania.

Prenditi



Fronte

Raccogli le idee...



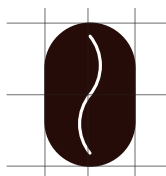
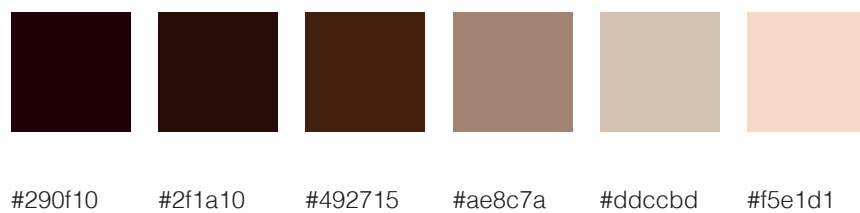
...ma anche le cartacce!

Retro

6.5 Logo e comunicazione

Il nome del prodotto “MOMENTO – raccogli le idee” vuole sottolineare il filo conduttore del progetto che intende invitare i lavoratori a prendersi dei momenti di pausa all’interno della frenetica quotidianità, riabilitando il valore di tali tempi cosiddetti “morti” e riconoscendone il contributo fondamentale che apportano al benessere e alla produttività dei lavoratori e alla possibilità di creare nuove connessioni interpersonali fisiche e reali che danno luogo alla formazione di buone idee. Un momento quindi per raccogliere le idee in senso figurato come sinonimo di organizzare i pensieri ma allo stesso tempo per condividere e collezionare idee innovative.

La font scelta per la parola “Momento” è “Syncopate regular” con i caratteri tutti maiuscoli e spaziati del 75% in più, mentre “raccogli le idee” è scritto in “Montserrat light”. Il logo è ispirato alla forma del diffusore e risulta coerente a livello semantico con i concetti cardine del progetto quali il caffè e il suo aroma. Le linee risultano sottili al fine di evocare il carattere leggero ma profondo del progetto. Il logo è stato progettato per funzionare in bianco e nero ma il colore scelto è una tonalità di marrone che ricorda il caffè il cui codice esadecimale è #2f1a10. Qui di seguito viene riportato il logo insieme alla palette di colori adottata per la comunicazione del progetto.



Il logo ricorda la forma del diffusore che, a sua volta ricorda il chicco di caffè, al cui centro è evidenziata la sagoma dell’aroma che metaforicamente esce dalla tazzina di caffè e dal diffusore.

6.6 Personalizzazione

Momento prevede la possibilità di ampia personalizzazione su più livelli del progetto.

In primo luogo la scelta dell'ABS come materiale principale del dispositivo garantisce una vasta gamma di colorazioni in quanto è un materiale facilmente colorabile che presenta un'ottima resa estetica. Inoltre la chiavetta può essere customizzabile da parte dell'azienda inserendo sulla superficie libera il proprio logo tramite diverse tecniche quali l'incisione tramite una macchina a controllo numerico o una semplice etichetta. Un altro livello di personalizzazione per l'azienda è rappresentato dall'intero sistema che, essendo gestito da un software appositamente programmato, può andare incontro alle richieste tramite la modifica del codice sorgente. Anche l'interfaccia e l'applicazione, ad esempio, potrebbero presentare diverse sezioni a seconda del tipo di informazioni che i lavoratori vogliono scambiare tra di loro. Spesso, infatti, capita che il luogo della macchinetta del caffè sia utilizzato non solo per chiacchiere di lavoro ma anche per organizzare o risolvere aspetti della vita privata che quotidianamente preoccupano le persone appartenenti alla fascia d'età del target preso in considerazione. In questo modo l'interfaccia potrebbe diventare una sorta di "bacheca" pubblica in cui lasciare quesiti in cerca di aiuto o risposta. Inoltre, come si è visto nel primo paragrafo di questo capitolo, l'utente finale può gestire secondo le proprie preferenze le impostazioni che riguardano tempi e ripetizioni di vaporizzazione dell'aroma e accensione e colorazione del led.



7. PRO TOTIPA ZIONE

La prototipazione ha accompagnato la progettazione sin dai primi studi di analisi formale. Le prime forme sono state realizzate al fine di comprenderne l'aspetto dimensionale ed ergonomico e sono state fondamentali nello sviluppo successivo del progetto. Per quanto riguarda il chicco di caffè, le prime prove sono state realizzate con del polistirolo espanso, tagliato con il filo incandescente e sagomato tramite utilizzo di carta vetrata a grana grossa.

Successivamente sono stati eseguiti dei tentativi per avvicinarsi sempre più al grado di colore e trasparenza desiderati. In un primo momento il chicco è stato suddiviso a metà e stampato grazie a una stampante a filamento in modo da ottenere uno stampo da termoformare in un secondo momento per avere i due gusci esterni dell'oggetto da incollare tra loro. Già durante la termoformatura sono stati riscontrati dei problemi relativi alla texture dell'oggetto in quanto la trama del riempimento del modello e la sua superficie stratificata dovuta al processo di "layering" effettuato dalla stampante, hanno provocato la presenza di diverse imperfezioni sul foglio termoformato. Quest'ultimo è stato poi tagliato tramite laser cutter ma l'esperimento è fallito.

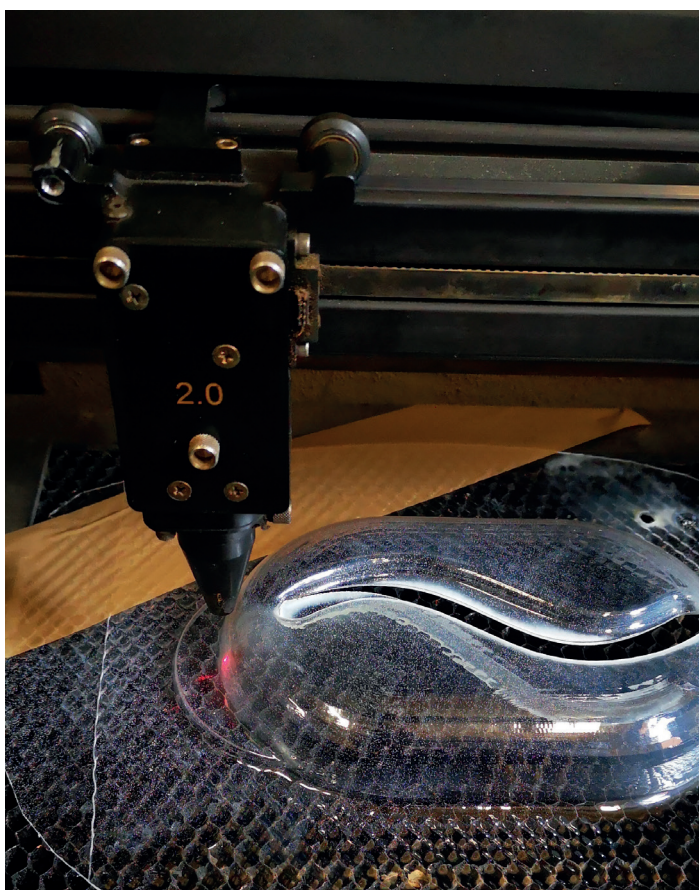


Il processo che più si è avvicinato al risultato sperato è stato quello ottenuto tramite la stampa di una resina trasparente che, miscelata ad alcune gocce di colorante apposito, ha prodotto un finish abbastanza realistico.

Per quanto riguarda il funzionamento del diffusore di aroma di caffè il primo passo è stato il disassemblaggio di un diffusore a ultrasuoni già in commercio. Tramite questo passaggio è stato possibile capire quali elementi utilizzare e come metterli in collegamento tra loro. In particolare il serbatoio è stato usato per il prototipo finale, in quanto non replicabile a causa dell'impossibilità di riprodurre la tenuta stagna con una forma stampata in 3d, unica tecnologia di cui si disponeva per la realizzazione del pezzo data la sua particolare forma. Tutto il collegamento

elettrico che alimenta e gestisce il serbatoio e il led è stato però riprogettato, per adattarlo al concept, tramite l'inserimento di una scheda Arduino Nano 3.3 programmata tramite la scrittura di un codice che permette di simulare la vaporizzazione di aroma e l'accensione del led di un diffusore tramite la pressione del pulsante centrale di un altro. Per fare ciò è stato necessario introdurre un relè che permettesse di bypassare il vero pulsante di accensione del diffusore smontato e che garantisse così la gestione dell'accensione del nuovo pulsante.

Gli altri componenti sono stati stampati in 3d con filamento bianco di PLA eccetto la canna centrale che è stata stampata in resina per poter ottenere un effetto opalino per il led presente all'interno del serbatoio.



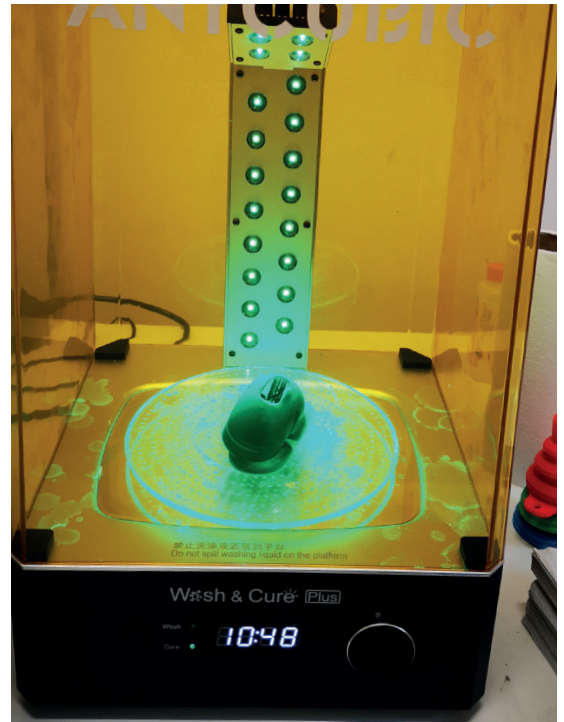
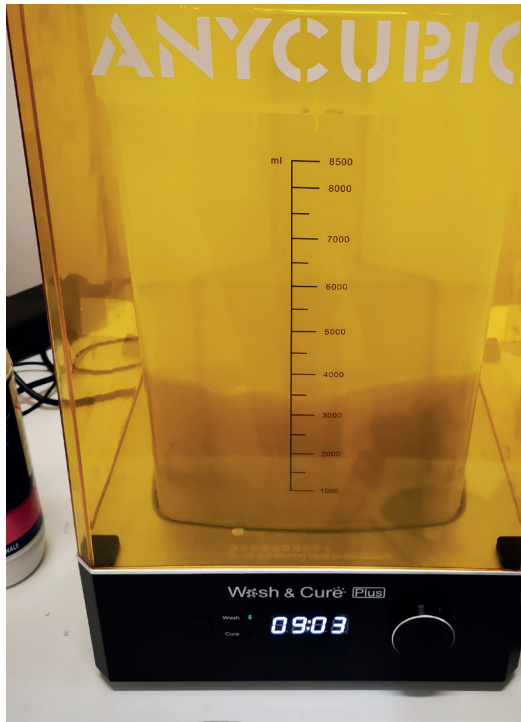
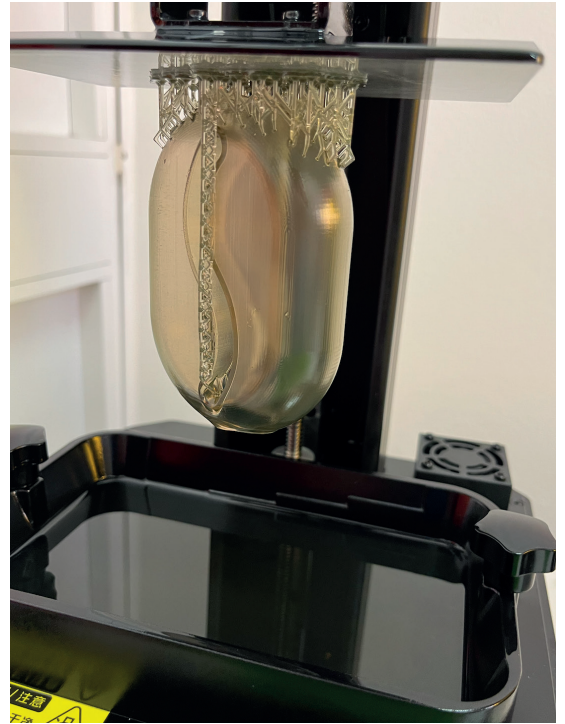
Processo di taglio laser su un foglio di PETG precedentemente termoformato.



Processo di stampa 3d a filamento di PLA.

Processo di stampa della resina:

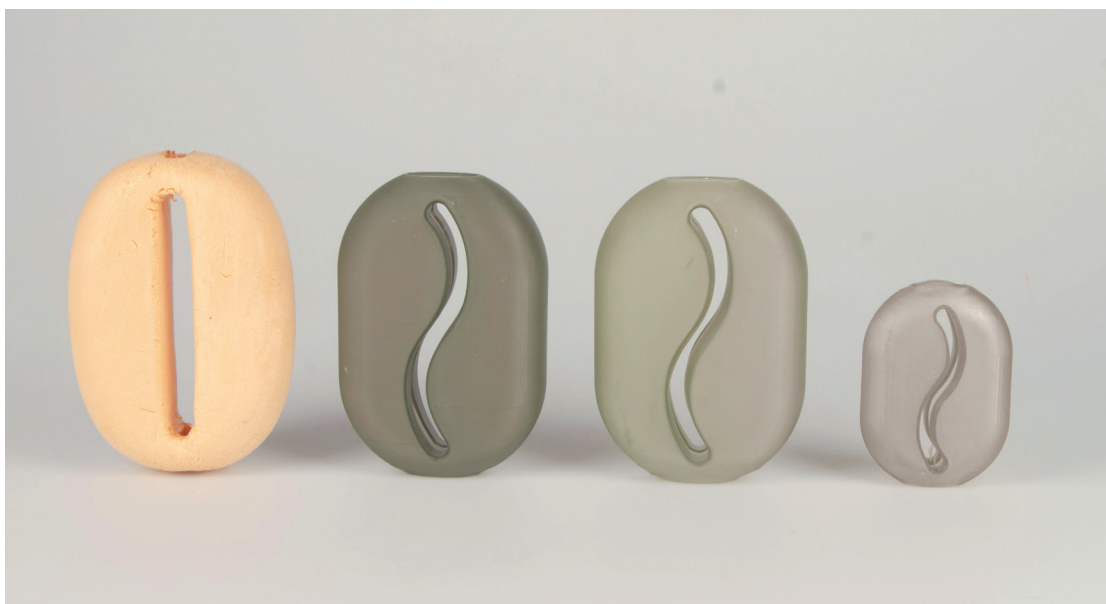
1. Miscelazione dei coloranti per ottenere il colore desiderato
2. Stampa dell'oggetto (18 ore)
3. Lavaggio in soluzione alcolica per pulire il modello dalla resina in eccesso
5. Cura sotto la lampada uv
6. Eliminazione dei supporti



Prototipi che hanno supportato l'analisi dimensionale del case del serbatoio del diffusore.



Prototipi che hanno supportato l'analisi dimensionale della parte superiore del diffusore.



Stampi e risultati delle diversi processi di lavorazioni eseguiti per la realizzazione del prototipo della parte superiore del diffusore.



Codice Arduino per Arduino Nano 3.3

```
void setup() {  
  pinMode(6,OUTPUT);  
  Serial.begin(9600);  
}
```

```
void loop() {
```

```
  digitalWrite(6,HIGH); //accendo il led  
  delay(2500);  
  digitalWrite(6,LOW);  
  delay(100);
```

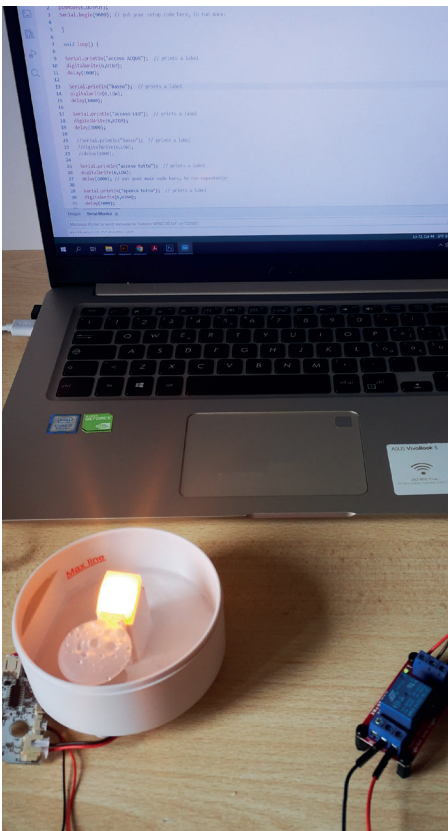
```
  digitalWrite(6,HIGH); //accendo l'acqua  
  delay(100);  
  digitalWrite(6,LOW);  
  delay(100);
```

```
  delay(10000); //attendo con tutto acceso
```

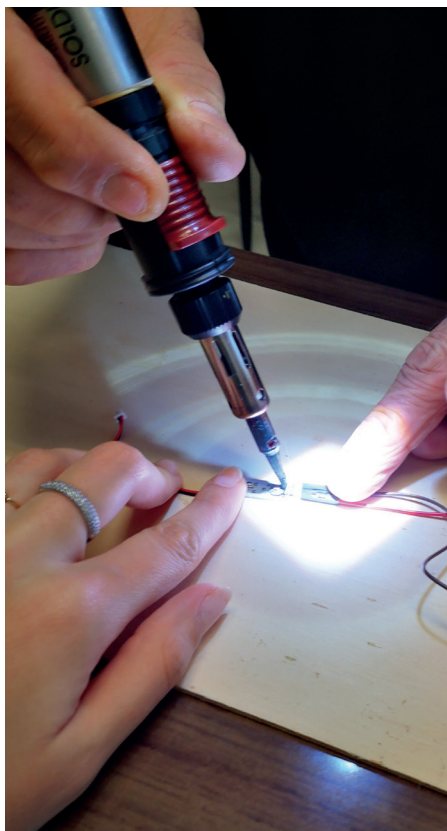
```
  digitalWrite(6,HIGH); //spengo tutto  
  delay(100);  
  digitalWrite(6,LOW);  
  delay(100);
```

```
  digitalWrite(6,HIGH);  
  delay(100);  
  digitalWrite(6,LOW);  
  delay(100);
```

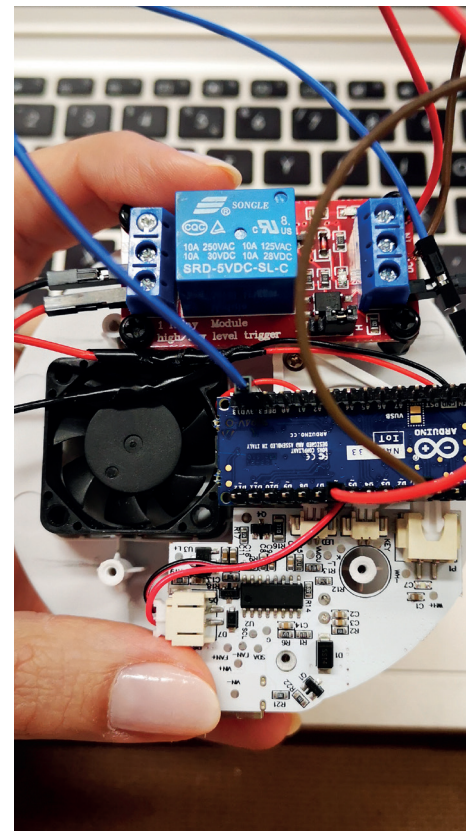
```
  delay(10000); //tempo in cui tutto è spento  
}
```



Fase di scrittura del codice per programmare la scheda Arduino Nano 3.3



Per collegare i cavi elettrici in modo stabile è stato necessario stagnarli.



Collegamento ultimato in seguito all'installazione del relè.



Alcune foto del prototipo definitivo.



Alcune foto del prototipo definitivo.

8. SVI LUPPI FU TURI

Avendo l'intero progetto un margine così ampio di modifica potrebbe essere facilmente sviluppato in futuro in versioni più avanzate o applicato ad altri ambiti. Visto l'attuale scenario lavorativo, descritto nel primo capitolo, e l'aumento del lavoro agile, sarebbe interessante, ad esempio, capire come tale sistema potrebbe funzionare in un'azienda i cui dipendenti lavorano esclusivamente da remoto. In tal caso sarebbe utile ai lavoratori nel riuscire a mantenere orari e abitudini lavorative sane e all'azienda per migliorare i rapporti interpersonali pur avendo dipendenti che non

si sono mai fisicamente trovati nella stessa stanza. Un altro interessante sviluppo potrebbe risultare dalla sostituzione del target "lavoratore" con quello del "pensionato" per aiutare le persone anziane a rimanere attive e per colmare, per quanto possibile, il loro senso di solitudine e, in alcuni casi, abbandono. Infine si potrebbe ipotizzare la collaborazione con eventuali aziende produttrici di distributori automatici o macchinette del caffè che possano proporre direttamente all'azienda questo sistema al momento dell'acquisto di una nuova macchina.

9. CON CLUSIO NI

In conclusione si può definire Momento come un sistema per la sincronizzazione di pause caffè che riabilita il valore dei tempi “morti” e incentiva la condivisione delle idee e la circolazione dei pensieri per concorrere alla creazione di un’atmosfera positiva in cui il lavoratore si senta accolto. Come emerge dai dati analizzati nei primi capitoli, infatti, il benessere dei singoli dipendenti è fondamentale per il loro rendimento e la loro produttività. È inoltre importante la parte di sensibilizzazione al sovraccarico di stimoli a cui ogni giorno siamo sottoposti che, a lungo andare, conduce al burnout.

Momento ci insegna che anche nei periodi di grande stress, e forse soprattutto, è importante prendersi una piccola pausa per riorganizzare i pensieri, rigenerare le energie, e ripartire, poi, più concentrati e motivati. Infine il progetto pone l'accento sulle interazioni umane interpersonali fisiche e reali, quelle che da sempre l'uomo, in quanto "animale sociale" intrattiene per sua natura. Spesso sono quelle a gettare le fondamenta per un ambiente sano e collaborativo all'interno del quale tutti si sentano liberi e incoraggiati a dare il meglio per contribuire insieme a un obiettivo comune.

La voglia di non fuggire delle piante

Vorrei avere la pazienza dei fiori di sera;
il loro crescere ostinatamente
fiorendo la primavera e non prima,
la loro sincera voglia di vivere,
di lavarsi con la brina.
Mi piacciono i loro obiettivi da raggiungere
E nessun destino da capovolgere,
il loro non percepire né figurare il niente
è un miracolo:
è la voglia di non fuggire delle piante,
trascorrendo serene le loro lune,
rimanendo lì, per superare ogni ostacolo,
fragili e fiere;
leggere,
fino alla fine.

Filippo - musicista

Qualcuno diceva che la nostra anima è come un giardino, ringrazio tutte le persone che hanno innaffiato la mia piccola aiuola e se ne sono presi cura. Chi da sempre mi dà terra e nutrimento, chi ha sradicato con pazienza le mie erbacce e chi ha rappresentato anche solo una breve giornata di sole. Siete tutti maestri inconsapevoli sul mio percorso, grazie per avermi aiutato a fiorire.

Bibliografia

Attitude, D. (2018, dicembre 17). Quanta caffeina c'è nel Caffè, nel Tè, nella Coca Cola e nella RedBull? - Diemme dal 1927. Caffè Diemme.
<https://www.caffediemme.com/quanta-caffeina-ce/>

Bauman, Z. (2010). Cose che abbiamo in comune - 44 lettere dal mondo liquido. Laterza.

Bialetti Official (Regista). (2021, luglio 6). Bialetti—The Moka Sound (sub ita).
<https://www.youtube.com/watch?v=zxFI7ATV-C4>

Bodei, R. (2009). La vita delle cose. Laterza.

by. (2019, maggio 3). La ribellione contro la cultura cinese del 996. City Roma News.
<https://cityroma.com/la-ribellione-contro-la-cultura-cinese-del-996/>

CAPITALE UMANO: Le persone al centro del successo dell'organizzazione. (2010, febbraio 23). Bilanciarsi.
<https://www.bilanciarsi.it/senza-categoria/capitale-umano-le-persone-al-centro-del-successo-dell'organizzazione/>

CNA. (2022, giugno 1). La carenza di personale è un fenomeno europeo. CNA Rimini.
<https://www.cna.it/la-carenza-di-personale-e-un-fenomeno-europeo/>

Coffee Uniting People – coffee t&i magazine. (s.d.).
<http://www.coffeeteaimagazine.com/coffee-uniting-people/>

Come fa l'aroma del caffè a coinvolgere tutti i nostri sensi? – Casalinacoffee.it. (s.d.).
<https://casalinacoffee.it/2019/10/21/come-fa-laroma-del-caffe-a-coinvolgere-tutti-i-nostri-sensi/>

Concerto Touch | Necta. (s.d.).
<https://necta.evocagroup.com/it/prodotti/coffee-vending-machines/concerto-touch>

Crisi post pandemica: Manca il lavoro o i lavoratori? (s.d.). Il Bo Live UniPD.
<http://ilbolive.unipd.it/it/news/crisi-post-pandemica-manca-lavoro-lavoratori>

designboom, juliana neira I. (2020, agosto 21). This dragonfly diffuser set balances on its beak while spreading gentle aromas. designboom | architecture & design magazine.
<https://www.designboom.com/design/balance-dragonfly-diffuser-set-08-21-2020/>

designboom, myrto katsikopoulou I. (2021, marzo 21). Middle east narratives, medkheneh fragrance diffuser by aljoud lootah. designboom | architecture & design magazine.
<https://www.designboom.com/design/middle-east-narratives-medkheneh-fragrance-diffuser-aljoud-lootah-03-20-2021/>

designboom, zach andrews I. (2018, marzo 28). Nendo redesigns the sands of time with four organic, riverlike hourglasses. Designboom | Architecture & Design Magazine.
<https://www.designboom.com/design/nendo-variations-of-time-hourglass-milan-design-week-03-28-2018/>

Designing the Domestic Robot—Whipsaw Industrial Design. (s.d.). Whipsaw.

<https://whipsaw.com/thinking/designing-domestic-robot/>

FELICI AL LAVORO, GRAZIE ALLA PAUSA CAFFÈ' international Web Post.
<https://www.internationalwebpost.org/articoli/articolo.php?id=4324>
felix spampa (Regista). (2012, novembre 12). Dove nascono le grandi idee (Steven Johnson).
<https://www.youtube.com/watch?v=8ISP8S5hVvQ>

Foti, M. A. (2021, febbraio 26). La cultura 996 uccide i lavoratori cinesi. Peshare.
<https://peshare.it/cultura-996-cina/>

Gheno, S. (s.d.). Il lavoro nel post Covid-19: Tra desiderio e cambiamenti necessari.

Grinza, E., Abrardi, L., & Signoretta, R. (2021, gennaio 14). Valutazione dell'impatto dello smart working sul work-life balance dei lavoratori.

Group Projects < Human Dynamics. (s.d.). MIT Media Lab.
<https://www.media.mit.edu/groups/human-dynamics/projects/>

Hai bisogno di una marcia in più al lavoro? Ti aiuta l'aroma del caffè. (2018, agosto 14). DersutMAG.
<https://www.dersutmagazine.it/caffe/aroma-del-caffe-aiuto-matematica-analisi/>

Heffernan, M. (2015). Margaret Heffernan: Forget the pecking order at work | TED Talk.
https://www.ted.com/talks/margaret_heffernan_forget_the_pecking_order_at_work

Il caffè espresso italiano proposto candidato a patrimonio immateriale dell'Umanità dell'Unesco. (s.d.). www.politicheagricole.it.
https://www.politicheagricole.it/Caffe_Espresso_italiano_Candidato_Patrimonio_Unesco

Il rito del caffè italiano è patrimonio dell'Unesco. (2022, marzo 12).
<https://www.mokabar.it/caffe/rito-caffe-italiano/>

Johnson, S. (s.d.). Steven Johnson: Where good ideas come from | TED Talk.
https://www.ted.com/talks/steven_johnson_where_good_ideas_come_from

Kahneman, D. (2011). Pensieri lenti e veloci. Mondadori.

La biografia di Alex Pentland, papà dei dispositivi indossabili. (s.d.).
<https://www.fastweb.it/fastweb-plus/digital-magazine/la-biografia-di-alex-pentland/>

La guida ai profumatori d'ambiente: Elettrici, ultrasuoni, catalitici, bastoncini, oli essenziali | Erbario Toscano. (2019, marzo 25).
<https://www.erbariotoscano.it/la-guida-ai-profumatori-dambiente-elettrici-ultrasuoni-catalitici-bastoncini-oli-essenziali/>

Laura. (2020, febbraio 27). IL DESIGN DELLE COSE: La moka. Arredativo Design Magazine.
<https://www.arredativo.it/2020/post-news/il-design-delle-cose-la-moka/>

Lavorare 4 giorni a settimana: Ecco perché è meglio. (s.d.).

<https://www.bruneau.it/it/mag/lavorare-4-giorni-a-settimana-ecco-perche-e-meglio>

Lavoro, anche in Italia sarà boom di dimissioni post-pandemia? (2021, novembre 29). euro-news.

<https://it.euronews.com/next/2021/11/29/lavoro-le-dimissioni-di-massa-post-pandemia-non-arrivano-in-europa>

Le "grandi dimissioni": Perché si abbandona sempre più il posto di lavoro? (2022, settembre 6). Etica Sgr.

<https://www.eticasgr.com/storie/approfondimenti/grandi-dimissioni-perche-i-dipendenti-stanno-lasciando-in-massa-il-posto-di-lavoro>

Le principali differenze tra tecnologia NFC e Bluetooth. (s.d.). Worldline.

<https://www.worldlineitalia.it/tecnologia-nfc-vs-bluetooth/>

Lee, Y. (2022, novembre 26). Foxconn unrest risks iPhone shipments, weighs on Apple shares. Reuters.

<https://www.reuters.com/technology/more-than-20000-new-hires-have-left-apple-supplier-foxconn-zhengzhou-plant-2022-11-25/>

Minazzi, A. (2022, marzo 25). Caffè. Un rito da "Giornata mondiale" verso il Patrimonio Unesco. Metropolitan.it.

<https://www.metropolitano.it/caffe-un-rito-da-giornata-mondiale-verso-il-patrimonio-unesco/>

Mistry, D. N. (2021, maggio 18). Accessori desktop interattivi che ti danno una pausa nostalgica durante quelle incessanti riunioni di zoom! -Yanko Design.

<https://www.yankodesign.com/2021/05/18/interactive-desktop-accessories-that-give-you-a-nostalgic-break-during-those-incessant-zoom-meetings/>

Montanaro, F. (2018, luglio 20). I benefici dell'aroma di caffè. Lettera35.

<https://www.lettera35.it/annusare-caffe-fa-diventare-bravi-in-matematica/>

Nast, C. (2019, febbraio 25). Alle macchinette del caffè ora si paga con lo smartphone. Wired Italia.

<https://www.wired.it/economia/consumi/2019/02/25/macchinette-caffe-satispay/>

PsyCap e Capitale Personale: Asset fondamentali per il successo aziendale. (2018, giugno 20). Utilia.

<https://utilia-hr.it/capitale-psicologico-e-capitale-personale-asset-fondamentali-per-il-successo-dellazienda/>

Redazione. (2022, ottobre 29). Proprietà e controindicazioni del caffè | il Salvagente.

<https://ilsalvagente.it/2022/10/29/proprietà-e-controindicazioni-del-caffè/>

Rusconi, G. (2022, aprile 20). "Great resignation": Perché è un fenomeno in crescita e come rallentarla. Il Sole 24 ORE.

<https://www.ilsole24ore.com/art/great-resignation-perche-e-fenomeno-crescita-e-come-rallentarla-AEU3sfLB>

Scienza&Salute, R. (2021, febbraio 5). Fisica Sociale: La nuova pianificazione delle società del futuro. UniVersoMe.

<https://www.universome.eu/2021/02/05/fisica-sociale-la-nuova-pianificazione-delle-societa-del-futuro/>

Selecta | Evoca Maestro. (s.d.). Selecta.

<https://www.selecta.com/it/it/prodotti-e-soluzioni/caffe-e-bevande-calde/evoca-maestro>

Selecta | Soluzioni di pagamento. (s.d.). Selecta.

<https://www.selecta.com/it/it/servizi/soluzioni-di-pagamento>

Sicklinger, A. (s.d.). PAD #21—DESIGN VALUES IN THE MEDITERRANEAN.

Sistemi di pagamento per distributori automatici: Quali sono? (2021, maggio 28).

<https://www.world-matic.com/sistemi-pagamento/>

SpecialCoffee. (2019, febbraio 18). Perché facciamo la Pausa Caffè? - Blog SpecialCoffee. SpecialCoffee.

<https://specialcoffee.it/perche-facciamo-pausa-caffe/>

stefanopollini, A. (2019, settembre 23). In azienda non sono importanti le persone. Stefano Pollini. Formazione per PMI e strutture turistiche.

<https://stefanopollini.com/2019/09/23/in-azienda-non-sono-importanti-le-persone/>

Tecnologia NFC: Come funziona e quali sono le differenze con il Bluetooth. (s.d.). Monclick.

<https://www.monclick.it/magazine/tecnologia-nfc-cos-e-differenze-con-bluetooth>

Tortorelli, M. C. (s.d.). Onlife Manifesto.

Weiser, M., & Brown, J. S. (1997). The Coming Age of Calm Technology. In P. J. Denning & R. M. Metcalfe (A c. Di), *Beyond Calculation: The Next Fifty Years of Computing* (pp. 75–85). Springer.

https://doi.org/10.1007/978-1-4612-0685-9_6

MOMENTO

raccogli le idee

