

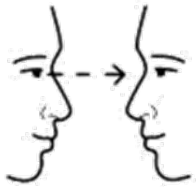
Non sono parole

# La lettura del non verbale nella ricerca qualitativa (offline)



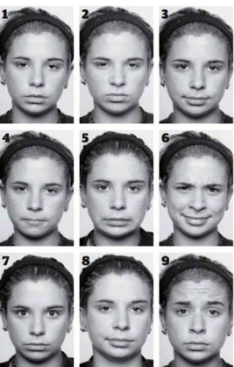
Postura

Prosemica



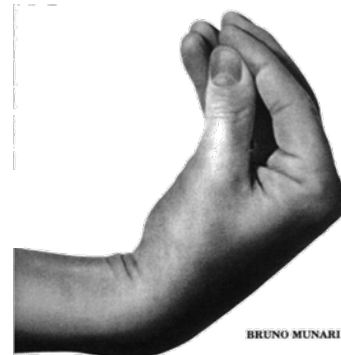
Contatto visivo

Espressione facciale



**NON VERBALE**  
E ora che la ricerca qualitativa trova nuovi spazi online?

Gestualità



NON SONO SOLO PERO'

RISPOSTA 1

bello

RISPOSTA 2

bello

Non \$0NO \$0£0 P@r0£&

Emoticons

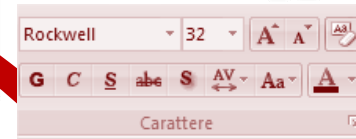


Linguaggio  
multimediale

ELEMENTI  
SITUAZIONALI



Punteggiatura



Carattere

“NON VERBALE”

ELEMENTI DI  
PERSONALITÀ

ELEMENTI  
INCONSCI NELLA  
PRODUZIONE  
DEL TESTO

Analisi  
emozionale del  
testo

Arial  
Arial Black  
Souvenir  
American Typewriter  
BLAIR MDITC  
Broadway Engraved

Font

Avatar  
Nickname

Individualità della  
risposta narrativa



Non \$ONo \$O£O P@rO£&

Emoticons



Linguaggio  
multimediale

ELEMENTI  
SITUAZIONALI



Punteggiatura



Carattere

“NON VERBALE”

ELEMENTI DI  
PERSONALITÀ

ELEMENTI  
INCONSCI NELLA  
PRODUZIONE  
DEL TESTO

Analisi  
emozionale del  
testo

Arial  
Arial Black  
Souvenir  
American Typewriter  
BLAIR MDITC  
Broadway Engraved  
Dom Die  
Engraved  
Exp

Font



Avatar  
Nickname

Individualità della  
risposta narrativa

# NON SONO SOLO PER La punteggiatura

2011  
RICERCA  
QUALITATIVA  
IN ITALIA  
APPLICAZIONI  
OFF & ONLINE



“?;!.,”

RISPOSTA 1

bello!!!

“?;!.,”

“?;!.,”

RISPOSTA 2

bello...

“?;!.,”

“?;!.,”

“?;!.,”

NON \$ONO \$OLEO P@rOE&

# Gli emoticon

2011  
RICERCA  
QUALITATIVA  
IN ITALIA  
APPLICAZIONI  
OFF & ONLINE

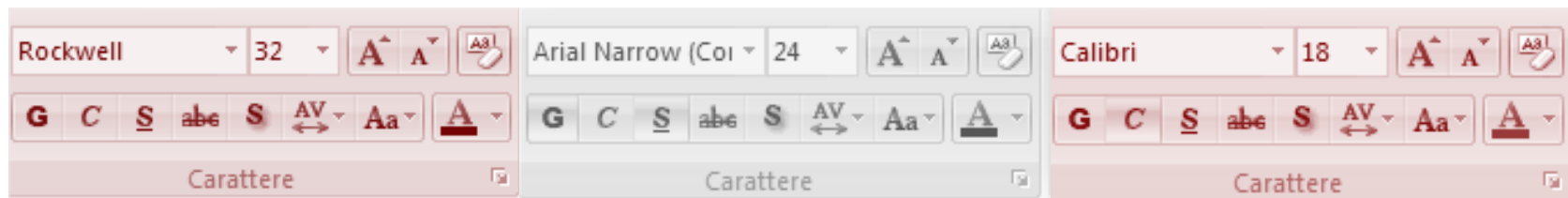
RISPOSTA 1

bello 😊

RISPOSTA 2

bello 😐

# NON SONO SOLO PERE& Il carattere di scrittura

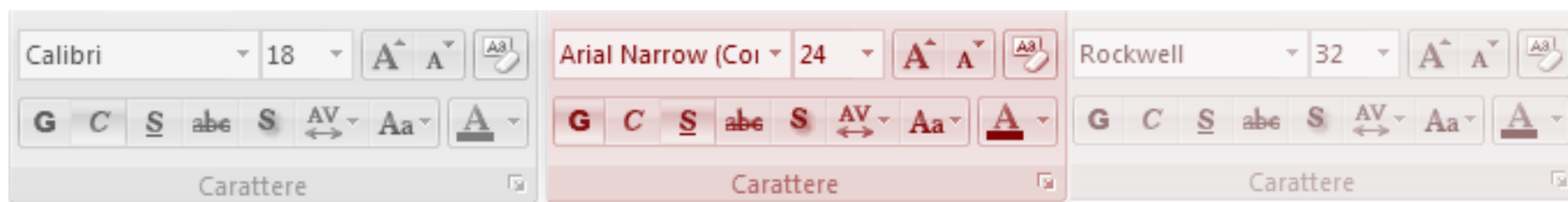


RISPOSTA 1

**BELLO**

RISPOSTA 2

**bello**





# Non SONO SOLO PER Il linguaggio multimediale

2011  
RICERCA  
QUALITATIVA  
IN ITALIA  
APPLICAZIONI  
OFF & ONLINE

RISPOSTA 1

bello



RISPOSTA 2

bello



Non \$0NO \$0£0 P@r0£&



Emoticons



Punteggiatura



Linguaggio  
multimediale

ELEMENTI  
SITUAZIONALI



Carattere

“NON VERBALE”

ELEMENTI DI  
PERSONALITÀ

ELEMENTI  
INCONSCI NELLA  
PRODUZIONE  
DEL TESTO

Analisi  
emozionale del  
testo

Arial  
**Arial Black**  
Souvenir  
American Typewriter  
BLAIR MDITC  
Broadway Engraved  
Dom Diez  
Engraff  
Exp

Font

Avatar  
Nickname

Individualità della  
risposta narrativa



# NON SONO SOLO PER

## Gli elementi identitari

2011  
RICERCA  
QUALITATIVA  
IN ITALIA  
APPLICAZIONI  
OFF & ONLINE



RISPONDENTE 1

Avatar

Nickname

RISPONDENTE 2

Avatar

Nickname



**Fragolina**



**Tough boy**



# NON SONO SOLO PER Il carattere di scrittura

2011  
RICERCA  
QUALITATIVA  
IN ITALIA  
APPLICAZIONI  
OFF & ONLINE



<b>Cooper BlkHd</b>	<i>Freestyle Script</i>	Joan	<i>Murray Hill Bold</i>
COSMIC	** <i>Romish Script</i>	<i>Sellyka</i>	** <i>Old Script</i>
CREEPY	<i>Flyboy</i>	Jokerman	Papyrus
<b>Croissant</b>	<b>FRANKFURTER</b>	Juice TC	** <i>Pavane</i>
Curly MT	Gabriola	** <i>Kelly Ann Gothic</i>	PRINCETOWN
<i>Cygnets Round</i>	** <b>GALLERIA</b>	KID COBALT	** <i>Pristina</i>

RISPOSTA 1

*bello*

RISPOSTA 2

**bello**

** <i>Edwardian Script ITC</i>	<b>Grilled Cheese</b>	MANDARIN	** <i>Shelley Allegro BT</i>
** <i>Enchanted Prairie Dog</i>	<i>Hancock</i>	<i>Mandela</i>	Souvenir Lt BT
** <i>English 111</i>	** <i>Harlow</i>	Marriage	Tango BT
** <i>English 157</i>	<i>Heather</i>	Mister Earl	Times New Roman
** <i>Englische Sch</i>	Herrnhaft	Mistral	TWO FOR JUAN
** <i>Embassy</i>	Hobo Becker	** <i>Monika</i>	Vijaya
<i>Freehand 521</i>	<b>HOT MUSTARD</b>	<i>MoonStar</i>	** <i>Vivaldi</i>
<i>Freehand 575</i>	<b>Impact</b>	** <i>More Enchanted PD</i>	<b>YARD SALE</b>

Non \$ONo \$O£O P@rO£&



Emoticons



Punteggiatura



Linguaggio  
multimediale

ELEMENTI  
SITUAZIONALI



Carattere

“NON VERBALE”

ELEMENTI DI  
PERSONALITÀ

ELEMENTI  
INCONSCI NELLA  
PRODUZIONE  
DEL TESTO

Analisi  
emozionale del  
testo

Arial  
Arial Black  
Souvenir  
American Typewriter  
BLAIR MDITC  
Broadway Engraved  
Dom Diez  
Engraff  
Exp

Font

Avatar  
Nickname

Individualità della  
risposta narrativa





# NON SONO LE PAROLE L'inconscio nel testo scritto



*“Testo e produzione linguistica, così come ogni altro atto comportamentale, sono riconducibili anche all’espressione del modo d’essere inconscio della mente.”*

(Renzo Carli e Rosa Maria Paniccia, *“L’analisi emozionale del testo”*,  
ed: Franco Angeli)

NON SONO P@R@&

# L'individualità nel testo narrativo

2011  
RICERCA  
QUALITATIVA  
IN ITALIA  
APPLICAZIONI  
OFF & ONLINE



RISPOSTA 1

Bello!!! Questa idea[... ]! Loro sono[... ]Sì!  
Sì! Sì! Come dice xyz[... ]



RISPOSTA 2

bello... lo avrei voluto[... ]Ad esempio io[... ]  
Peccato! A me[... ]



# NON SONO SOLO PAROLE L'analisi emozionale del testo





# Il caso Campari



- Stesso materiale in test
- Stesse macro-aree in entrambi i contesti.

# Il caso Campari

La reazione di uno stesso partecipante ai due concept. Un punto di partenza interessante per i nostri ragionamenti, due risposte all'apparenza molto simili tra loro:

Spot Replay 2009



0:00 / 0:30

*Originale\*, creativa, rilassante*

Rawhide Scene - The Blues Brothers Movie (1980) - HD



2:14 / 3:19

***Nuova, coinvolgente, ECCITANTE!***

*La scena di un film cult*

Il concept rimanda allo stesso mood / immaginario diventando cult a sua volta?

*Un altro spot...*

Forse il concept è poco originale?

*Gli aggettivi per descrivere il concept*

Dall'originalità alla rilassatezza... anticlimax

*Gli aggettivi per descrivere il concept*

Dall'originalità all'entusiasmo... climax sia verbale che non verbale

\*: la parte razionale contraddice quanto espresso nella scelta del video!

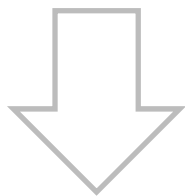
# Il caso Campari

- Alla fine abbiamo ottenuto:
  - Risultati online e offline simili che si sono andati a corroborare a vicenda
  - Per l'online: letture approfondite in orizzontale sull'intero gruppo e dettagli in verticale su singoli partecipanti, per comprendere la «tenuta» delle risposte ed acquisire ulteriori elementi
  - Un'analisi e una lettura delle risposte nei loro aspetti "non verbali" che ci ha aiutato a comprendere quale strada fosse effettivamente la più potenziale e elementi di fine tunings successivi

# Da dove siamo partiti... dove siamo arrivati

## RISPOSTA 1

bello

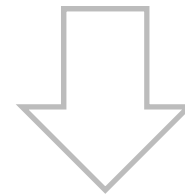


Fragolina

Bello!!! 😊 Questa idea...!  
Loro sono... Sì! Sì! Sì!

## RISPOSTA 2

bello



Tough\_guy

**bello...** 😊 **Io avrei voluto ... Ad esempio io... Peccato! A me...**



# Come fare per "catturare" il non verbale online?

2011  
RICERCA  
QUALITATIVA  
IN ITALIA  
APPLICAZIONI  
OFF & ONLINE



**IL SETTING**



**LA TRACCIA**



**LE TECNICHE**

# Ambiti di applicazione



CONVERSAZIONI ONLINE

QUANTILITATIVE

QUALITATIVE ONLINE

COMMUNITY  
CO-CREATION



# Per chiudere

- Attenzione a chi:

- dice che online c'è solo il **VERBALE**
- cerca **manifestazioni puntuali** del non verbale nel contesto online.
- si **limita** a dire che online il non verbale è fatto solo di grassetti, emoticon e link. Questa è **solo la superficie**

Chiedete di più al testo!

**Non SONO SOLO PER**

