

news libri

txt di Daniela Bonaretti

STRATEGIE DI CO-DESIGN

Il fenomeno della co-progettazione con il coinvolgimento attivo degli utenti finali sta diventando una componente fondamentale dello sviluppo di un prodotto, come di un servizio o di un sistema che li integra entrambi: è del resto ormai dimostrato che con questo approccio la qualità e l'efficacia del risultato finale è superiore. Le teorie e la pratica del progettare con gli utenti hanno tuttavia subito una certa evoluzione, dalle origini dei principi dell'UCD (Design Centrato sull'Utente), la psicologia delle azioni quotidiane, il design basato sull'esperienza, fino alla rivoluzione del co-design, anche come modello di business: cambia il processo partecipativo e i ruoli stessi del designer e dell'utente che nel co-design si mescolano e diventano interazione. Il Co-Design è empatico, simbiotico, totalmente focalizzato sul fattore umano, e fondato sul credo che tutti i manufatti debbano rispondere a un interesse reale, abbiano uno scopo e un compito, che il processo di realizzazione non deve mai perdere di vista. Il libro entra nello specifico dei metodi e degli strumenti messi a punto fino a oggi, rivolgendosi agli studenti come ai professionisti del design, della comunicazione e del marketing per indirizzare a nuovi approcci e riflessioni.

The phenomenon of co-design – active involvement of final users – is now becoming a fundamental aspect in the development of a product, a service or a system that integrates them both. Besides, this approach grants a top-quality and more effective final result. Nevertheless, theories and practices that involved final users in the design phase did develop from the principles of UCD (User-centered design), the psychology of daily actions, the experience-based design to the revolution of co-design. The latter has become even a business model that changes the participatory process and even the role played by designer and users. In fact, co-design merges and integrates them. Co-design is emphatic, symbiotic, entirely focused on the human aspects and based on the strong belief that every project, object, service has to satisfy a real need. It should follow a specific aim and task the project should always take into consideration. The book shows the specific methods and instruments created up to now. It addresses both students and design, communication and marketing experts in order to make them think about new approaches and ideas.



TEORIE, METODI E STRUMENTI PER PROGETTARE CON GLI UTENTI DI FRANCESCA RIZZO
ED. FRANCOANGELI, PAG. 144, TESTO ITALIANO,
€ 18,00. WWW.FRANCOANGELI.IT