

image not found or type unknown



El diseño de los objetos del futuro

Donald A. Norman

Fecha de publicación:
13/05/2010

Nueva obra del psicólogo y popular asesor sobre temas de diseño Donald A. Norman, que cambió para siempre nuestra forma de ver los objetos cotidianos con su influyente libro. *La psicología de los objetos cotidianos*.

Sello Editorial:
Ediciones Paidós

Contacto de prensa

Nombre: Paloma Cordón

Hace dos decenios, el psicólogo y popular asesor sobre temas de diseño Donald A. Norman cambió para siempre nuestra forma de ver los objetos cotidianos con su influyente libro *La psicología de los objetos cotidianos*. Aquel libro, adoptado por un amplio abanico de industrias —fabricantes de automóviles, empresas informáticas, firmas de diseño— y utilizado en cursos de todo el mundo, se ha convertido en un clásico de nuestros días. Ahora, Norman dirige su mirada crítica hacia el futuro. De nuevo nos señala los riesgos de pasar por alto el factor humano al diseñar los dispositivos que, se supone, van a mejorar nuestra vida. En realidad, dice Norman, gran parte de la tecnología que ya está en el mercado o en las mesas de los diseñadores acaba siendo frustrante y molesta.

Teléfono: 93 492 86 33

¿Cómo podemos hacer que estos productos sean más fáciles de usar? ¿Cómo podemos estar seguros de que los diseños del futuro trabajarán a favor nuestro y no al revés? La respuesta, dice Norman, estriba en llegar a comprender más a fondo las cualidades propias de las personas y las máquinas.

Email:
pcordon@planeta.es

Mediante numerosos ejemplos de todo el mundo —desde las bicicletas de Delft hasta unas cocinas en Cambridge— Norman nos ofrece un nuevo enfoque que, de igual modo que su anterior éxito, indudablemente será muy bien recibido por todos sus seguidores.

image not found or type unknown



Donald A. Norman

Donald A. Norman es profesor emérito de ciencia cognitiva en la University of California, San Diego, profesor de Ciencias de la Computación en la Northwestern University y también enseña en la Universidad de Stanford. Actualmente su campo de trabajo es la ingeniería de la usabilidad.

Los últimos estudios de Norman están centrados en el uso que le damos a los productos, cómo se conjugan emociones y diseño. Este tema lo ha desarrollado en profundidad en su libro *Diseño emocional*, publicado en Paidós.

Cofundó el Nielsen Norman Group, una consultoría dedicada a la usabilidad.

En Paidós ha publicado *Perspectivas de la ciencia cognitiva*, *El diseño emocional* y *El ordenador invisible*.