

L'IDEALISTA WEB

Mensile online sottoposto a revisione paritaria (peer review) | Reg. Trib. Roma Nro. 75/2021 del 05/05/2021

Rivista scientifica che promuove la pubblicazione di ricerche originali e di contributi critici nei campi del giornalismo, dei media, dei processi di comunicazione, della cultura digitale e dei transmedia. La rivista si propone di favorire il dialogo interdisciplinare tra studiosi, ricercatori e professionisti. Editore e Proprietario: INTERNATIONAL CENTER FOR SOCIAL RESEARCH - Via dell'Orso 73 - 00186 Roma (RM) - Codice Fiscale 97911440580 - ISP BT Italia SpA - Via Tucidide 56 - 20134 Milano Aut. DGSCER/1/FP/68284 Website: www.idealistaweb.com | Direttore Responsabile: Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte

© International Center for Social Research - Chiuso in Redazione il 2 febbraio 2026 - Open Access

Opera distribuita con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale (CC BY-NC-ND 4.0). Per maggiori informazioni: creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it

PROGETTARE PRIMA DI COSTRUIRE: IL PROTOTIPO COME STRUMENTO EPISTEMOLOGICO NELLA USER EXPERIENCE

AUTORE:

Dr. Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte

ABSTRACT (ITALIANO). *La crescente complessità dei prodotti digitali ha progressivamente trasformato il prototipo da semplice rappresentazione preliminare dell'interfaccia a vero e proprio strumento di produzione della conoscenza progettuale. Nell'ambito della UX, il prototipo non costituisce più soltanto una fase intermedia dello sviluppo, ma diventa un dispositivo attraverso il quale esplorare alternative, verificare ipotesi, facilitare la collaborazione interdisciplinare e ridurre l'incertezza decisionale. Il presente contributo analizza criticamente il ruolo della prototipazione nel processo Human-Centered Design, ricostruendone l'evoluzione teorica dai modelli classici di Houde e Hill fino agli attuali ecosistemi collaborativi basati su piattaforme cloud come Figma. Attraverso l'analisi dei concetti di wireframe, fedeltà del prototipo, collaborazione progettuale e design system, l'articolo sostiene che il valore della prototipazione non risiede nella rappresentazione dell'interfaccia, ma nella costruzione condivisa della conoscenza progettuale. Viene proposto un modello interpretativo che considera il prototipo come oggetto epistemico capace di mediare tra ricerca, progettazione, sviluppo e valutazione. **Parole chiave:** User Experience, Prototyping, Wireframes, Figma, Design Systems, Human-Centered Design, Collaborative Design, Digital Product.*

ABSTRACT (ENGLISH). *The increasing complexity of digital products has progressively transformed prototypes from preliminary interface representations into genuine instruments for generating design knowledge. Within UX, prototypes are no longer merely intermediate development artifacts but become devices for exploring alternatives, validating hypotheses, supporting interdisciplinary collaboration, and reducing design uncertainty. This paper critically examines the role of prototyping within the Human-Centered Design process, reconstructing its theoretical evolution from the classical framework proposed by Houde and Hill to contemporary cloud-based collaborative ecosystems such as Figma. Through the analysis of wireframes, prototype fidelity, collaborative design, and design systems, the article argues that the value of prototyping lies not in representing interfaces but in enabling the collective construction of design knowledge. Finally, an interpretative model is proposed, framing the prototype as an epistemic object mediating between research, design, development, and evaluation. **Keywords:** User Experience, Prototyping, Wireframes, Figma, Design Systems, Human-Centered Design, Collaborative Design, Digital Product.*

Introduzione

La progettazione dei prodotti digitali è tradizionalmente descritta come una sequenza di fasi che conduce progressivamente dall'idea iniziale alla realizzazione tecnica del prodotto. All'interno di questo processo, la prototipazione è stata a lungo interpretata come un semplice passaggio intermedio, finalizzato a rappresentare graficamente una soluzione prima della sua implementazione.

L'evoluzione della User Experience ha tuttavia modificato profondamente questa interpretazione. Il prototipo non rappresenta soltanto un'anticipazione del prodotto finale, rappresenta uno strumento attraverso il quale il progetto viene costruito, discusso, verificato e progressivamente trasformato.

La prototipazione svolge numerose funzioni: permette di dialogare con le proprie idee, favorisce la collaborazione tra progettisti, consente di raccogliere feedback precoci, esplorare soluzioni alternative e supportare l'evoluzione continua del progetto.

Questa pluralità di funzioni suggerisce che il prototipo non debba essere considerato semplicemente come un artefatto grafico. Esso costituisce un vero e proprio dispositivo cognitivo.

Il presente contributo sostiene che la prototipazione rappresenti una forma di produzione della conoscenza progettuale. Più che descrivere il prodotto futuro, il prototipo permette infatti di costruire progressivamente evidenze sulle quali fondare le decisioni di design, riducendo l'incertezza tipica dei processi di innovazione digitale.

Il prototipo come strumento di conoscenza

Nell'immaginario comune il prototipo viene spesso identificato con una versione incompleta del prodotto finale. Tale interpretazione, tuttavia, riduce la prototipazione a una semplice anticipazione dell'implementazione tecnica, trascurandone il ruolo cognitivo all'interno del processo progettuale.

Uno dei contributi più influenti in questa direzione è quello proposto da Houde e Hill, secondo i quali ogni prototipo nasce per rispondere a tre domande fondamentali: quale ruolo l'artefatto svolgerà nella vita dell'utente, quale aspetto avrà e come verrà implementato tecnicamente.¹

Questa classificazione evidenzia come il prototipo non sia un oggetto univoco. Esistono prototipi orientati alla funzione, prototipi orientati all'interazione, prototipi orientati all'esperienza estetica, prototipi orientati alla fattibilità tecnica.

Ogni prototipo rappresenta quindi una domanda progettuale trasformata in oggetto osservabile. Da questa prospettiva il prototipo non costituisce una copia semplificata del prodotto, costituisce un esperimento.

L'obiettivo non consiste nel dimostrare che una soluzione sia corretta, ma nel verificare se determinate ipotesi risultino plausibili prima dell'investimento necessario alla realizzazione definitiva.

La prototipazione assume quindi una funzione analoga a quella dell'esperimento scientifico: riduce progressivamente l'incertezza, produce evidenze, guida le decisioni successive.

Perché si prototipa: esplorare, comunicare, apprendere

La prototipazione svolge numerose funzioni che vanno ben oltre la semplice rappresentazione grafica di un'interfaccia. Il prototipo permette di dialogare con le proprie idee, collaborare con altri progettisti, raccogliere feedback precoci, sviluppare soluzioni alternative e facilitare l'evoluzione continua del progetto.

Queste attività condividono una caratteristica comune: trasformano il progetto da processo individuale a processo collettivo.

Il design contemporaneo raramente è il risultato del lavoro di un singolo progettista, ma coinvolge designer dell'esperienza, sviluppatori, ricercatori, product manager, stakeholder aziendali e utenti finali.

¹ Houde, Stephanie e Hill, Charles, "What Do Prototypes Prototype?", in Helander, Martin G., Landauer, Thomas K. e Prabhu, Prasad (a cura di), *Handbook of Human-Computer Interaction*, 2^a ed., Amsterdam, North Holland, 1997. ISBN 9781492051961

Il prototipo diventa pertanto un linguaggio comune. Attraverso di esso soggetti con competenze differenti possono discutere lo stesso artefatto, individuare criticità, proporre modifiche e costruire progressivamente una visione condivisa del prodotto.

La rappresentazione grafica assume così una funzione comunicativa. Non serve esclusivamente a mostrare una soluzione, ma serve soprattutto a renderla discutibile.

In questa prospettiva il prototipo favorisce quella che Donald Schön definiva «*reflection-in-action*»: il progettista riflette mentre progetta, osservando gli effetti delle proprie decisioni direttamente sull'artefatto e modificandolo continuamente alla luce delle nuove evidenze.²

La progettazione diventa quindi un dialogo continuo tra idee, rappresentazioni e verifiche empiriche.

Dai wireframe ai prototipi ad alta fedeltà

Uno degli aspetti più importanti della prototipazione riguarda il diverso livello di dettaglio con cui un prodotto può essere rappresentato, a partire dal **wireframe**, prototipo a bassa fedeltà, che Krug descrive come un diagramma schematico che rappresenta la disposizione degli elementi di una pagina, la loro gerarchia e le principali modalità di navigazione.³

Il wireframe non ricerca il realismo grafico. Al contrario, elimina intenzionalmente colori, immagini, tipografia e dettagli estetici per concentrare l'attenzione sulla struttura logica dell'interfaccia.

Le domande che esso pone riguardano infatti questioni fondamentali della progettazione:

- *Quali contenuti devono comparire?*
- *Qual è la loro gerarchia?*

² Schön, Donald A., *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*, New York, Basic Books, 1983. ISBN 9780465068746

³ Krug, Steve, *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*, 3^a ed., Berkeley, New Riders, 2014. ISBN 9780321965516

- *Quale sequenza seguirà l'utente?*
- *Come saranno organizzate le informazioni?*

La bassa fedeltà costituisce quindi un vantaggio metodologico. Poiché il prototipo appare chiaramente incompleto, tutti gli attori coinvolti si sentono maggiormente autorizzati a criticarlo e modificarlo.

Un prototipo troppo rifinito rischia invece di trasmettere un senso di definitività che ostacola il confronto progettuale.

Con il procedere dello sviluppo, il livello di fedeltà aumenta progressivamente. Ai wireframe seguono mockup grafici, prototipi interattivi e simulazioni sempre più vicine al comportamento del prodotto finale.

La fedeltà non rappresenta dunque un indice della qualità del progetto. Rappresenta semplicemente il livello di conoscenza raggiunto in una determinata fase del processo.

La fedeltà come scelta progettuale

La distinzione tra prototipi a bassa e ad alta fedeltà viene spesso interpretata come una progressione lineare. In realtà essa costituisce una scelta metodologica.

Un prototipo ad alta fedeltà non è necessariamente migliore di uno schizzo su carta. La sua efficacia dipende dalle domande cui il progetto deve rispondere.

Nelle fasi iniziali, quando il problema è ancora poco definito, strumenti semplici e facilmente modificabili consentono di esplorare rapidamente numerose alternative.

Quando invece il progetto entra nelle fasi di validazione finale, diventa necessario simulare con maggiore precisione il comportamento del sistema, così da osservare l'interazione reale degli utenti.

La fedeltà del prototipo deve quindi essere proporzionata al livello di maturità della conoscenza progettuale.

Non esiste un prototipo ideale. Esiste il prototipo più adeguato alla domanda di ricerca che il team intende affrontare. Questa prospettiva conferma come la prototipazione non sia un'attività puramente tecnica.

Essa rappresenta una strategia di apprendimento progressivo, nella quale ogni rappresentazione contribuisce a ridurre una diversa forma di incertezza progettuale.

Dal prototipo individuale alla progettazione collaborativa

Uno dei cambiamenti più significativi introdotti dagli strumenti contemporanei di progettazione riguarda il superamento della concezione individuale del design.

Per lungo tempo il prototipo è stato considerato un elaborato prodotto dal designer e successivamente consegnato agli sviluppatori per la realizzazione tecnica. Questa impostazione rifletteva una visione lineare del processo progettuale, nella quale ricerca, progettazione, sviluppo e valutazione costituivano fasi distinte e scarsamente comunicanti.

La progressiva digitalizzazione degli strumenti di progettazione ha profondamente modificato tale modello.

Piattaforme collaborative come **Figma** consentono oggi la co-progettazione in tempo reale, permettendo a designer, sviluppatori, ricercatori, product manager e stakeholder di lavorare simultaneamente sul medesimo progetto, condividendo osservazioni, modifiche e feedback in un ambiente unico.

Questa evoluzione non rappresenta soltanto un miglioramento tecnologico. Produce una trasformazione metodologica. Il prototipo cessa di essere un documento. Diventa uno spazio condiviso di negoziazione progettuale.

Ogni modifica viene immediatamente osservata, discussa e valutata dall'intero gruppo di lavoro. La progettazione assume quindi una natura dialogica. Le decisioni non derivano più esclusivamente dall'esperienza del progettista, ma emergono dal confronto continuo tra competenze differenti. Da questa prospettiva gli strumenti collaborativi non modificano soltanto il modo di progettare: modificano il modo in cui viene costruita la conoscenza progettuale.

I Design System: dalla progettazione dei componenti alla progettazione del linguaggio

La crescente complessità dei prodotti digitali ha evidenziato anche la necessità di garantire coerenza tra interfacce sviluppate da team numerosi e distribuiti. È in questo contesto che si affermano i *Design System*, oggi considerati uno degli strumenti fondamentali della progettazione digitale contemporanea. Si tratta di insiemi organizzati di componenti, regole, pattern e linee guida condivise, finalizzati a garantire uniformità, riuso e coerenza progettuale all'interno dei prodotti digitali.

La loro funzione va tuttavia oltre la semplice standardizzazione grafica. Un Design System rappresenta un linguaggio comune: ogni pulsante, ogni campo di input, ogni icona, ogni colore, ogni componente dell'interfaccia assume un significato condiviso da tutti gli attori coinvolti nel progetto.

La progettazione smette così di concentrarsi sui singoli elementi. Si orienta verso la definizione delle regole che governano il loro utilizzo. Il Design System può quindi essere interpretato come una grammatica dell'interazione.

Così come una lingua permette di costruire un numero potenzialmente infinito di frasi a partire da un insieme limitato di regole, un Design System consente di realizzare molteplici interfacce mantenendo coerenza visiva, funzionale e comunicativa.

Questa prospettiva rafforza ulteriormente il carattere sistemico della User Experience. L'obiettivo non consiste nel progettare schermate. Consiste nel progettare sistemi coerenti di interazione.

Prototipare significa progettare il cambiamento

Uno degli equivoci più diffusi consiste nel considerare il prototipo come una rappresentazione incompleta del prodotto finale. L'analisi sviluppata nei paragrafi precedenti suggerisce una prospettiva differente: il prototipo non rappresenta il prodotto, rappresenta il cambiamento del progetto.

Ogni versione successiva incorpora infatti nuove conoscenze derivate dalla ricerca, dai test di usabilità, dai confronti interdisciplinari e dai feedback degli utenti. La prototipazione non segue quindi una traiettoria lineare, assume una struttura iterativa.

Ogni iterazione modifica la comprensione del problema, la nuova comprensione produce nuove soluzioni e le nuove soluzioni vengono nuovamente prototipate e valutate. Il progetto evolve insieme alla conoscenza.

Da questo punto di vista il prototipo non costituisce un oggetto statico: è un artefatto dinamico che accompagna l'intero ciclo di vita del prodotto. La sua funzione principale non consiste nel descrivere ciò che verrà costruito, ma consiste nel rendere possibile l'apprendimento continuo.

Una proposta interpretativa: il prototipo come oggetto epistemico

L'analisi della letteratura consente di proporre una lettura unitaria della prototipazione:

- wireframe;
- mockup;
- prototipi interattivi;
- design system;
- Figma;

essi vengono generalmente descritti come strumenti differenti appartenenti a fasi diverse della progettazione. Una prospettiva alternativa suggerisce invece di considerarli manifestazioni di un medesimo processo cognitivo.

Tutti contribuiscono infatti alla costruzione della conoscenza progettuale:

- il wireframe esplora la struttura logica;
- il mockup verifica la comunicazione visiva;
- il prototipo interattivo osserva i comportamenti degli utenti;

- il design system consolida le conoscenze acquisite trasformandole in regole condivise;
- Figma rende tali conoscenze continuamente modificabili e accessibili all'intero team.

Ne deriva che il prototipo può essere interpretato come un **oggetto epistemico**: non viene costruito per rappresentare fedelmente il prodotto futuro, ma viene costruito per produrre conoscenza.

Ogni iterazione riduce una diversa forma di incertezza. Ogni modifica rappresenta una nuova ipotesi progettuale. Ogni verifica aumenta l'affidabilità delle decisioni successive. La prototipazione assume così una funzione analoga alla sperimentazione scientifica.

Non dimostra. Esplora. Non conferma definitivamente. Apprende progressivamente.

Conclusioni

L'evoluzione della User Experience ha progressivamente trasformato la prototipazione da semplice rappresentazione preliminare dell'interfaccia a strumento fondamentale della progettazione Human-Centered.

L'analisi dei principali contributi teorici e metodologici mostra come il valore del prototipo non risieda nella sua capacità di anticipare il prodotto finale, bensì nella possibilità di esplorare alternative, favorire la collaborazione interdisciplinare e produrre evidenze utili al processo decisionale.

Wireframe, mockup, prototipi interattivi, Design System e piattaforme collaborative come Figma rappresentano differenti livelli di un medesimo processo di costruzione della conoscenza progettuale.

Il contributo teorico proposto in questo articolo consiste nell'interpretare il prototipo come **oggetto epistemico**. In questa prospettiva, esso non costituisce semplicemente un artefatto grafico o tecnico, ma un dispositivo cognitivo attraverso il quale ricerca, progettazione, sviluppo e valutazione dialogano continuamente, trasformando l'incertezza iniziale in decisioni progressivamente più affidabili.

La prototipazione si configura così come uno dei principali strumenti attraverso cui la User Experience realizza il proprio paradigma Human-Centered: non progettare soluzioni definitive, ma costruire conoscenza condivisa prima della loro implementazione.

Bibliografia

AA.VV., *ISO 9241-210:2019. Ergonomics of Human-System Interaction – Human-Centred Design for Interactive Systems*, Ginevra, International Organization for Standardization, 2019, last reviewed and confirmed in 2025. <https://www.iso.org/standard/77520.html>

AA.VV., *The Design Process: What is the Double Diamond?*, Londra, Design Council, 2019. (<https://www.designcouncil.org.uk/resources/the-double-diamond/>; ultima consultazione 26 gennaio 2026).

AA.VV., *The Field Guide to Human-Centered Design*, disponibile presso Design Kit – The Field Guide to Human-Centered Design alla URL <https://www.designkit.org/resources/1.html>, San Francisco, IDEO.org, 2015. ISBN 9780991406319

AA.VV., *What Is User Experience (UX)?*, User Experience Professionals Association (UXPA) Minneapolis, UXPA International, 2020. (<https://uxpa.org/what-is-user-experience/>; ultima consultazione 26 gennaio 2026).

Bannon, Liam, “From Human Factors to Human Actors: The Role of Psychology and Human-Computer Interaction Studies in System Design”, in Greenbaum, Joan e Kyng, Morten (a cura di), *Design at Work: Cooperative Design of Computer Systems*, New York, Routledge, 2020. <https://doi.org/10.1201/9781003063988-3>

Bitner, Mary Jo, Ostrom, Amy L. E Morgan, Felicia N., “Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation”, in *California Management Review*, Vol. 50, No. 3, pp. 66-94, 2008. <https://doi.org/10.2307/41166446>

Blank, Steve G., *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win*, Pescadero, K&S Ranch, 2013. ISBN 9780989200509

Brown, Tim, *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*, New York, HarperBusiness, 2009. ISBN 9780061766084

Brown, Tim e Katz, Barry, *Change by Design: Revised and Updated*, New York, Harper Business, 2019. ISBN 9780062856623

Buchanan, Richard, “Wicked Problems in Design Thinking”, in *Design Issues*, Vol. 8, No. 2, Spring 1992, Pp. 5-21, Cambridge, Massachussets Institute of Technology, 1992. <https://doi.org/10.2307/1511637>

Buxton, Bill, *Sketching User Experiences: Getting the Design Right and the Right Design*, San Francisco, Morgan Kaufmann, 2007. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-374037-3.X5043-3>

Cagan, Marty, *Inspired: How to Create Tech Products Customers Love*, 2^a ed., Hoboken, John Wiley & Sons, 2018. ISBN 9781119387503

Cagan, Marty e Jones, Chris, *Empowered: Ordinary People, Extraordinary Products*, Hoboken (NJ), John Wiley & Sons, 2020. ISBN 9781119691297

Christensen, Clayton M., Hall, Taddy, Dillon, Karen e Duncan, David S., *Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice*, New York, Harper Business, 2016. ISBN 9780062435613

Cooper, Alan, Reimann, Robert, Cronin, David e Noessel, Christopher, *About Face: The Essentials of Interaction Design*, 4th ed., Indianapolis, Wiley, 2014. ISBN 9781118766576

Dewey, John, *Art as Experience*, New York, Perigee Books, 2005. ISBN 9780399531972

Eyal, Nir; Hoover, Ryan, *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*, New York, Portfolio, 2014. ISBN 9781591847786

Forlizzi, Jodi e Battarbee, Katja, “Understanding Experience in Interactive Systems”, in *Proceedings of the 5th Conference on Designing Interactive Systems: Processes, Practices, Methods, and Techniques (DIS 2004)*, New York, Association for Computing Machinery (ACM), pp. 261–268, 2004. <https://doi.org/10.1145/1013115.1013152>

Garrett, Jesse James, *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*, 2nd ed., Berkeley, New Riders, 2011. ISBN 9780321683687

Gonen, Esra, “Tim Brown, Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society (2009)”, in *Markets, Globalization & Development Review*, Vol. 4, No. 2, Art. 8, International Society of Markets and Development, Kingston, University of Rhode Island, 2019. <https://doi.org/10.23860/MGDR-2019-04-02-08>

Goodwin, Kim, *Designing for the Digital Age: How to Create Human-Centered Products and Services*, Indianapolis, Wiley Publishing, 2009. ISBN 9780470229101

Gothelf, Jeff e Seiden, Josh, *Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams*, 3^a ed., Sebastopol, O'Reilly Media, 2021. ISBN 9781098116309

Gothelf, Jeff, *Lean vs. Agile vs. Design Thinking*, New York, Sense & Respond Press, 2017. ISBN 9780999476918

Hassenzahl, Marc, *Experience Design: Technology for All the Right Reasons*, Cham, Springer Nature Switzerland, 2022 (reprinted of original edition, San Rafael, Morgan & Claypool, 2010). <https://doi.org/10.1007/978-3-031-02191-6>

Hassenzahl, Marc, "The Thing and I: Understanding the relationship between user and product, in *Funology2: From usability to enjoyment* (pp. 97-106), Springer Nature Switzerland, 2018. https://doi.org/10.1007/1-4020-2967-5_4

Hassenzahl, Marc e Tractinsky, Noam, "User Experience: A Research Agenda", in *Behaviour & Information Technology*, Vol. 25, No. 2, pp. 91-97, 2006. <https://doi.org/10.1080/01449290500330331>

Houde, Stephanie e Hill, Charles, "What Do Prototypes Prototype?", in Helander, Martin G., Landauer, Thomas K. e Prabhu, Prasad (a cura di), *Handbook of Human-Computer Interaction*, 2^a ed., Amsterdam, North Holland, 1997. ISBN 9781492051961

Kalbach, James, *Mapping Experiences: A Complete Guide to Customer Alignment Through Journeys, Blueprints, and Diagrams*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2021. ISBN 9781492076636

Kano, Noriaki, Seraku, Nobuhiko, Takahashi, Fumio e Tsuji, Shinichi, "Attractive Quality and Must-Be Quality", *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, vol. 14, n. 2, pp.147-156, 1984. https://doi.org/10.20684/quality.14.2_147

Kim, W. Chan e Mauborgne, Renée, *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant, Expanded Edition*, Boston, Harvard Business Review Press, 2015. ISBN 9781625274496

Knapp, Jake, Zeratsky, John e Kowitz, Braden, *Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days*, New York, Simon & Schuster, 2016. ISBN 9781501121746

Krippendorff, Klaus, *The Semantic Turn: A New Foundation for Design*, Boca Raton, CRC Press, 2006. <https://doi.org/10.4324/9780203299951>

Krug, Steve, *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*, 3^a ed., Berkeley, New Riders, 2014. ISBN 9780321965516

Law, Effie Lai-Chong, Roto, Virpi, Hassenzahl, Marc, Vermeeren, Arnold P.O.S. e Kort, Joke, “Understanding, Scoping and Defining User Experience: A Survey Approach”, in *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Boston, New York, Association for Computing Machinery (ACM), Pp. 719–728, 2009. <https://doi.org/10.1145/1518701.1518813>

Martin, Bella e Hanington, Bruce, *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*, Beverly, Rockport Publishers, 2012. ISBN 9781592537563

McCarthy, John e Wright, Peter, *Technology as Experience*, Cambridge, Massachussets Institute of Technology, 2004. ISBN 9780262632596

Monteiro, Mike, *Design Is a Job*, New York, A Book Apart, 2012. ISBN 9781937557041

Morville, Peter, *Ambient Findability*, Sebastopol (CA), O'Reilly Media, 2005. ISBN 9780596007652

Nielsen, Jakob, *Usability Engineering*, San Francisco, Morgan Kaufmann Publishers, 1993. ISBN 9780125184069

Norman, Donald A., *The Design of Everyday Things, Revised and Expanded Edition*, New York, Basic Books, 2013. ISBN 9780465050659

Osterwalder, Alexander, Pigneur, Yves, Bernarda, Gregory e Smith, Alan, *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*, Hoboken, John Wiley & Sons, 2014. ISBN 9781118968055

Osterwalder, Alexander e Pigneur. Yves, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, Hoboken, John Wiley & Sons, 2010. ISBN 9780470876411

Perri, Melissa, *Escaping the Build Trap: How Effective Product Management Creates Real Value*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2018. ISBN 9781491973790

Pine II, Joseph B. e Gilmore, James H., *The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money*, Boston, Harvard Business Review Press, 2019. ISBN 9781633697973

Preece, Jennifer, Rogers, Yvonne e Sharp, Helen, *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*, 5ª ed., Hoboken, John Wiley & Sons, 2019. ISBN 9781119547303

Protzen, Jean-Pierre e Harris, David, *The Universe of Design: Horst Rittel's Theories of Design and Planning*, New York, Routledge, 2010. ISBN 9780415779883

Ries, Eric, *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, New York, Crown Business, 2011. ISBN 9780307887894

Rittel, Horst W.T., "The Reasoning of Designers, Arbeitspapier", paper presentato all'International Congress on Planning and Design Theory, Boston, 1987, successivamente pubblicato come rapporto dell'Università di Stoccarda nel 1988. (https://mafiles.maxfrischknecht.ch/media/pages/documentation/problem-oriented-design/1854400224-1613052907/rittel_the_reasoning_of_designers_university_of_california_berkeley.pdf; ultima consultazione 26 gennaio 2026)

Rubin, Jeffrey e Chisnell, Dana, *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*, 2^a ed., Indianapolis, Wiley Publishing, 2008. ISBN 9780470185483

Savoia, Alberto, *Pretotype It: Make Sure You Are Building the Right "It" Before You Build "It" Right*, Mountain View, Pretotype Labs, 2011. (https://www.pretotyping.org/uploads/1/4/0/9/14099067/pretotype_it_2nd_pretotype_edition-2.pdf; ultima consultazione 26 gennaio 2026)

Schön, Donald A., *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*, New York, Basic Books, 1983. ISBN 9780465068746

Simon, Herbert A., *The Sciences of the Artificial*, Cambridge, Massachusetts Institute of Technology, 2019. <https://doi.org/10.7551/mitpress/12107.001.0001>

Stickdorn, Marc, Hormess, Markus E., Lawrence, Adam e Schneider, Jakob, *This Is Service Design Doing*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2018. ISBN 9781491927182

Tidwell, Jenifer, Brewer, Charles e Valencia, Aynne, *Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design*, 3^a ed., Sebastopol, O'Reilly Media, 2020. ISBN 9781492058199

Torres, Teresa, *Continuous Discovery Habits: Discover Products That Create Customer Value and Business Value*, Portland, Product Talk, 2021. ISBN 9781736633304

Vargo, Stephen L. e Lusch, Robert F., "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing", in *Journal of Marketing*, Vol. 68, no. 1, 2004, pp. 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>

Wright, Peter e McCarthy, John, *Experience-Centered Design: Designers, Users, and Communities in Dialogue*, San Rafael, Morgan & Claypool Publishers, 2010. DOI: <https://doi.org/10.2200/S00229ED1V01Y201003HCI009>