

O objetivo da semântica de produto, relatado pelos teóricos citados, é buscar compreender e assumir a plena responsabilidade pelo ambiente simbólico, no qual os produtos industriais se apresentam, e onde eles devem operar em razão de suas qualidades comunicativas próprias.

Os significados são sempre construídos a partir da interação e das memórias de experiências anteriores, e envolve o contexto de usos e práticas da vida cotidiana. Desta forma, as pessoas rodeiam a si mesmas com objetos que lhes são familiares, os quais elas são hábeis em reconhecer e manipular, e assim esses objetos lhes transmitem a sensação de conforto.

Os materiais desempenham papel essencial no processo de concepção e linguagem de um produto. Podem definir as funções do produto, a sua durabilidade, a sua estética, os custos operacionais de produção e custos finais, bem como afetar os entendimentos dos usuários quando entram em contato com eles, ao utilizá-los no seu dia-a-dia. Sua utilização estratégica é um dos mais fortes atributos a serem considerados por designers para criar conexões entre materiais, produtos e usuários, haja vista que a aceitação de um produto ou seu sucesso depende desta relação de entendimentos.

Entender como pensam os indivíduos que se conectam com esses objetos, em seu contexto de uso e práticas, é importante para compreender como se processa a experiência; e essa compreensão é fonte de possíveis inovações e melhorias na experiência com o material de que são feitos os produtos.

### **Contexto de uso de objetos industriais**

Os significados de materiais em um contexto particular são formados pela interação entre usuários-produtos e materiais. O material de que são feitos os produtos afeta a atribuição de significados aos mesmos, conforme relatado em diversos estudos encontrados na revisão da literatura do campo: Krippendorff e Butter [7]; Ashby e Johnson [8]; Schiffeirstein e Hekkert, [9]; Karana e Hekkert [10]; Karana [11].

Os significados conferidos aos materiais pelos seus usuários só são compreensíveis quando da interação com produtos em sua vida diária. Esses

significados podem ocorrer em contextos distintos, e variar entre diferentes indivíduos e culturas. Além disso, significados variam com o tempo e de acordo com a memória de experiências anteriores ou associações (Gibson, como citado por Hochberg [12]).

Padrões de significados podem também ocorrer em membros de um mesmo grupo de usuários, como citado por Karana [13]. O relacionamento usuário-produto é parte de um contexto mais amplo que consiste de todo tipo de fatores, tais como padrões sociais, possibilidades tecnológicas e expressões culturais. Todos esses fatores afetam a maneira como as pessoas percebem, usam, experimentam, relatam e respondem aos produtos.

Dependendo do contexto de uso, as funções práticas dos objetos podem conter mais de um significado e variar em diferentes contextos. Por exemplo: os objetos descartáveis feitos de material plástico que utilizamos em uma festinha, comparados com objetos feitos em plástico para uso diário. Os significados poderão mudar de acordo com todas as outras variáveis já comentadas e acrescentadas até aqui.

Os significados que atribuímos aos materiais plásticos de que são feitos os objetos pessoais e/ou domésticos não são separados da percepção da sua forma e função como um todo. Usuários experimentam e operam objetos por meio de formas e funções atribuídas aos materiais, e interagem com eles por meio de suas características intrínsecas e simbólicas.

### **Variações de significados por meio da forma**

Em razão da interação com produtos, não se pode tratar de atribuição de significados para o material sem pensar na interação com a forma, sendo esta uma variável importante para atribuição de significados pelos usuários. "Materiais não têm sentido a menos que interagamos com eles em um contexto particular", conforme mencionado por Karana [14].

Tomando a perspectiva de que a interação entre objeto e indivíduo está no centro da criação de significados, e a partir da abordagem de Dewey, como citado em Karana [15], que explica