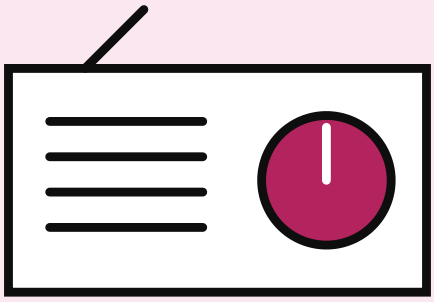
Modelo

Semántica del producto

Enfoque que estudia qué significan los objetos para las personas y cómo esos significados guían su uso, para dar forma a los productos a partir de ahí.



En inglés
Product semantics

Origen
Krippendorff y Butter (1984); Krippendorff (2006)

Qué problema aborda

No usamos un objeto por cómo está hecho, sino por lo que entendemos que es. El diseño industrial toma de aquí la tarea de que la forma explique el producto.

Componentes

El significado manda
Las personas actúan según lo que un objeto significa para ellas, no según sus cualidades físicas.

Uso
La forma ayuda a reconocer el objeto, explorarlo y usarlo sin pensar.

Lenguaje
Cómo se nombra y se habla de un producto también cambia lo que significa.

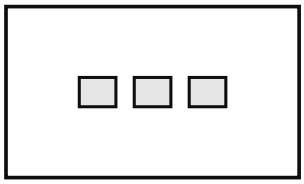
Ciclo de vida
El significado cambia desde que el objeto se idea hasta que se desecha.

Ecología
Cada objeto convive con otros y cobra sentido junto a ellos.

Un ejemplo

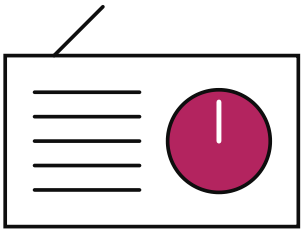
Un ejemplo ilustrativo: dos radios con el mismo circuito dentro.

Caja neutra



Una caja lisa con tres botones iguales. **No dice qué es ni qué hace cada botón.**

Forma que explica



Una rejilla muestra de dónde sale el sonido y una rueda grande invita a girarla. **Se entiende qué es y cómo se sube el volumen.**

Dentro hay lo mismo; cambia lo que la forma cuenta sobre el objeto.

Cómo funciona

1 

Interpretamos la forma antes de tocar el objeto;

2 

ese significado decide qué intentamos hacer con él;

3 

por eso se diseña el significado, no solo la función.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Pregunta a las personas qué creen que es el objeto y cómo lo usarían, antes de explicárselo.

✕ Evita

Formas que imitan otra cosa y confunden sobre cómo se usa el objeto.

Para no caer

Un objeto no significa lo mismo para todos: pruébalo con quienes lo van a usar, no solo con tu equipo.

4 contextos

Lo que dice la investigación

Krippendorff propone revisar el significado de un producto en cuatro contextos: uso, lenguaje, ciclo de vida y ecología (Krippendorff, 2006).

Conexiones

Se usa en

- Diseño centrado en las personas
- Diseño de color, material y acabado

Relacionado con

- Affordance
- Denotación y connotación
- Semiótica

Autores y obras

1984	**Klaus Krippendorff y Reinhart Butter**	Dieron nombre a la semántica del producto en un número especial de Innovation, la revista de la IDSA.
2006	**Klaus Krippendorff**	En The Semantic Turn la convirtió en una base para un diseño centrado en lo que los objetos significan para las personas.

Fuentes

Fuentes originales

- Krippendorff, K. y Butter, R. (1984). Product semantics: Exploring the symbolic qualities of form. Innovation, 3(2), 4–9. Ver fuente (https://repository.upenn.edu/asc_papers/40/)
- Krippendorff, K. (2006). The semantic turn: A new foundation for design. CRC Press.

Última revisión: 27 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.