

# REFLEXÕES SOBRE DESIGN E ESTIGMA NO ENVELHECIMENTO

Yago Weschenfelder Rodrigues<sup>1</sup>

Luís Nuno Coelho Dias<sup>2</sup>

Ana Isabel Barreto Furtado Franco de Albuquerque  
Velooso<sup>3</sup>

**Resumo:** Os equipamentos de auxílio, presentes na cultura material do sênior, trazem não só o amparo para a mobilidade, mas antes, e também, despertam processos de subjetivação, na medida em evocam aspirações ligados à sociedade, à cultura, aos valores simbólicos, aos fatores emocionais. Nesse sentido, o objetivo desta investigação foi refletir teoricamente o poder do Design em sua capacidade de produção de estigma no envelhecimento. A discussão foi dividida em quatro partes, fundamentando e conectando conceitos interdisciplinares ao longo do texto: I) Significando as coisas, II) O dispositivo Biomédico e o Design, III) O estigma do Design e IV) O processo do estigma no Design. Como resultado, entendemos como o saber do Design é arregimentado pelo dispositivo Biomédico e produz um enquadramento através dos produtos assistivos (bengalas, muletas e andadores) no sujeito-sênior. Por fim, o principal contributo deste artigo está relacionado em compreender o processo de estigma através da materialidade em uma abordagem interdisciplinar.

**Palavras-chave:** Produtos assistivos. Biopolítica. Estigma. Envelhecimento. Sujeito-sênior.

---

1 Mestre em Design. Doutorando em Design na Universidade de Aveiro (DeCA) – Portugal. Contato: yagowr5@gmail.com

2 Doutor em Design. Docente na Universidade de Aveiro (DeCA) – Portugal. Contato: ndias@ua.pt

3 Doutora em Ciências e Tecnologias da Comunicação. Docente na Universidade de Aveiro (DeCA) – Portugal. Contato: aiv@ua.pt

## 1. INTRODUÇÃO<sup>4</sup>

O crescente interesse da teoria do Design por compreender os produtos a partir da experiência do uso, produzida e reproduzida nas interações entre o homem e a materialidade (QUELUZ, 2010), é a inspiração da presente investigação. De maneira mais precisa, pretendemos refletir, no que tange à percepção do estigma socialmente construído por produtos assistivos, bem como nas camadas de sentido atribuídas aos produtos, pelos valores compartilhados, que amarram a teia de uma cultura material do envelhecimento.

Em “Design para um mundo real”, Papanek produz uma análise crítica e provocativa em relação ao Design e que nos interessa sobremaneira neste estudo. Ao questionar a abrangência da área, o autor afirma (1971, p. 4) que o “design é um esforço consciente para estabelecer uma ordem significativa”. Nesse sentido, um ponto de vista importante é como o Design se relaciona com as pessoas e, como nós, nos relacionamos com os objetos. Inspirado por Papanek, Cardoso (2008), em “Design para um mundo complexo”, mostra o retrato de como o mundo é moldável, refletindo a importância do papel do Design na sua contribuição para entender o mundo - a relação entre o sujeito e as coisas, porque nenhum artefato possui significado estável, são ressignificados com o tempo. Para o autor, o Design pode ser interpretado como um sistema composto de muitos elementos, camadas e estruturas. Assim, a importância de fazer conexões do que está desconexo nas mudanças de estrutura das organizações e de valores humanos no decorrer da história. Num processo de encaixar fragmentos de um quebra-cabeça, para entender não só uma parte do Design, mas visualizar um “todo do Design”.

Dentro do campo de atuação do Design, há poucas investigações que refletem a relação de equipamentos de auxílio em relação ao grupo sênior, no que tange ao processo de produção do estigma e de como esses artefatos são significados no seu dia a dia (RODRIGUES, DIAS e VELOSO, 2019). Ademais, é percebido também pouco interesse pela personalização dos dispositivos de auxílio, algo que caminha contra a tendência do mercado atual, em que adaptamos os produtos, roupas e, até mesmo, o espaço de trabalho à nossa própria maneira, a fim de melhorar a experiência estética dos produtos assistivos (DESMET e HEKKERT, 2007).

Os processos de produção passam por essas condições sociais, seja por influ-

---

<sup>4</sup> Os autores agradecem ao Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura (ID+) e à Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) pelo fomento desta pesquisa com registro: PD/BD/135277/2017.

ência do mercado, seja por influência de pré-conceitos estruturantes da sociedade. Essas condições podem refletir na falta de inovação, de forma e de estilo, nos produtos assistivos para seniores. Tendo como base essa dinâmica, as condições de usos dos dispositivos técnicos podem reforçar um potencial de discriminação do corpo sênior, construído dessa maneira, sobretudo, a partir dos meados do século XX, como já demonstrado em um estudo de maior alcance em Rodrigues, Dias e Souza (2019). Além disso, desde a década de 1970 é aprofundado os estudos sobre o envelhecimento e sua ligação com a cultura, segundo a visão de Gognalons-Caillard (1979) a exacerbação da noção do sênior como deficiente (estigmatizada) é relacionado na forma em que a velhice no Ocidente é posta em oposição a uma sociedade centrada pela produção, rentabilidade e dinamismo.

De acordo com Almeida e Lourenço (2010, p. 243) “infelizmente, ainda hoje, em pleno século XXI, muitas inverdades são ditas e promovidas, muitos mitos são mantidos e um grande preconceito ainda existe em relação ao envelhecer”. Advindo da associação da velhice como doença e a visão pejorativa do corpo, coisas e espaços pertencentes ao sênior, Fernandes (2010) nos ajuda a refletir sobre esta estrutura social de estereótipos e mitos que condicionam uma identidade do sênior e, que muitas vezes, estão enraizados na cultura ocidental:

[...] existe ainda algum desencontro entre as investigações recentes que vêem o envelhecimento como uma experiência positiva e o senso comum que continua a vê-lo de uma forma mais negativa. Esta visão, mais sombria, acaba por estar presente, não só nos próprios idosos que se acomodam e assumem estas representações, mas também nas suas redes de suporte (FERNANDES, 2010, p. 36).

A fim de fundamentar uma discussão interdisciplinar, uma arena teórica é articulada para compreender a relação entre o Design e a produção do estigma com produtos assistivos. Dessa forma, o texto foi composto em quatro partes: I) “Significando as coisas”, que demonstramos a relação humana em dar sentido (camadas) as coisas perante os conceitos de Bourdieu, Gell e Miller; II) “O dispositivo Biomédico e o Design”, que enfatizamos a produção do sujeito-sênior através da materialidade a luz de Foucault e Rose; III) “O estigma do Design” em que desdobramos as categorizações de Goffman para um entendimento do estigma da forma/estética e IV) “O processo do estigma no Design”, refletimos o arquétipo dos objetos através de Sudjic e evidenciamos o ciclo de produção do estigma nos produtos assistivos, o qual potencializa uma imagem estigmatizada do sênior. Por fim, nas considerações finais, por meio do pensamento de Norman

operamos saídas e soluções aos problemas levantados em relação ao Design e estigma no envelhecimento com produtos assistivos.

## 2. SIGNIFICANDO AS COISAS

Como ponto de partida, segundo Deleuze e Guattari (2004, p. 290), uma “coisa” não é apenas um fio, mas um agregar de fios da vida. Por isso, é possível afirmar que as coisas, por sua interação com as vidas, não estão estanques no tempo, são movimentos que agregam distintos significados e, diferente do conceito de qualidade de objeto estático elaborado por Heidegger em 1971, “as coisas”, se encontram em uma arena cultural fluida e possuem uma historicidade.

Em diálogo com essa perspectiva, ainda que os autores guardem sensíveis divergências, propomos uma aproximação através do conceito de habitus desenvolvido por Pierre Bourdieu nas décadas de 1970 e 1980. Para o sociólogo, este conceito é definido por um sistema de disposições socialmente constituídas que “enquanto estruturas estruturadas e estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto das práticas e das ideologias características de um grupo de agentes” (BOURDIEU, 2007, p. 191). O habitus inclui tanto nossa identidade, visão, práticas, valores e crenças no mundo, como pode ser também analisado como uma síntese de um estilo de vida o qual apreciamos e nos comportamos assim.

Contudo, o habitus, não é determinante na constituição subjetiva, mas, antes, orienta o processo de significação dos artefatos, nos orienta nossa emoção, prazer e na relação estética com as coisas. Ele articula um campo de experiências herdadas e compartilhadas com os produtos, indo além da visão simplista e mercadológica de usabilidade em que o produto fornece apenas um pacote de benefícios pela interação – útil e previsível (HASSENZAHN, 2003). Assim, o significado das coisas é modificado pela noção ativa dos sujeitos, através de suas experiências acumuladas no curso de sua trajetória. É neste constante fluxo entre nós e as coisas que inserimos o entendimento da área do Design da experiência do uso, na qual significamos e ressignificamos as coisas que nos cercam ao longo do tempo. Dessa forma, entendemos um produto como coisa, que emerge em um certo tempo e espaço, sendo assim, condicionado por determinados saberes, como por exemplo a medicina, a engenharia e o próprio Design. Nesse sentido, o produto gerado, induz um habitus, inserido no campo social, mas também é

fruto de encontros e práticas.

Nesta esteira, faz-se fundamental mobilizar a visão de Norbert Elias (umas das principais inspirações dos trabalhos de Bourdieu). Para o sociólogo alemão, o sujeito seria composto por “camadas”, frutos de experiências ao longo de uma trajetória de vida. O autor afirma que “... é do número de planos interligados de sua sociedade que depende o número de camadas entrelaçadas no habitus social de uma pessoa. Entre elas, uma certa camada costuma ter especial proeminência.” (1994, p. 123). Do mesmo modo, podemos sugerir que nessa dialética entre sociedade e sujeito, que se constrói camadas de significado aos produtos é retirado a neutralidade estabelecida no objeto com uma “essência primeira”, ganhando assim, significados em camadas, preenchido por sentidos.

É nessa mediação entre os sujeitos e os sentidos, atribuídos em dado momento histórico, que se conecta, supomos, o conceito de “agência” mobilizado pelo antropólogo britânico Alfred Gell (1998). Este conceito funciona como importante chave de leitura para examinar o modo como as coisas “agem”, no sentido de provocar reações ou interpretações, ou seja, como estabelecem a relação sujeito-coisa, na qual “emanam” ou “manifestam” sentidos, reconstruindo o sujeito. A agência dos objetos se diferencia do agente, apenas porque o agente possui intenções. Assim, o termo “agenciamento” estaria sempre condicionado ao contexto no qual determinado artefato está inserido, assim, para torná-lo um elemento disparador de ação social, algum tipo de resposta, contendo uma “presença” ou “vida” são atribuídas na escala de sujeitos, grupos e sociedade.

Em paralelo a essa discussão, mas inserindo o debate no ambiente do capitalismo global, Arjun Appadurai aborda os conceitos de mercadoria, valor, troca e circulação das coisas para analisar a relação que estabelecemos com os objetos. É possível desvendar uma “estrutura taxionômica” que definem o universo das coisas, estabelecendo assim “significados e valores”, fornecendo base para “regras e práticas” que governam um sistema. (APPADURAI, 2008). Dessa forma, o campo do Design é alargado ao compreender como significamos as coisas, num vínculo de interação e troca social.

Essa relação entre nós e as coisas, também é abordada por Daniel Miller (2005) a partir do conceito de “objetificação”, no qual os objetos são constitutivos de nossa existência, mediante uma construção dialética sujeito-objeto, no qual sujeito e objeto se misturam, considerando que os produtos nos fazem na mesma medida que também são feitos por nós – uma via de mão dupla, trata-se de transcender o dualismo usual entre sujeito e objeto e estudar como as relações

sociais são criadas pelo uso.

Seguindo esse raciocínio, o antropólogo Tim Ingold (2010, p. 7) acrescenta que: “as coisas se movem e crescem porque elas estão vivas”. Nesse sentido, as coisas possuem “vida” na maneira que elas não apenas existem sozinhas, porque há sempre uma necessidade de um encontro com outra coisa para existir, uma mistura contínua. Ademais, da mesma forma que nós não existimos, se não nas relações com as coisas, as quais, conduzem uma percepção e ação no mundo, sendo extensões do próprio ser. Assim, as coisas, não estão vivas por si só, mas, por fazerem parte de um fluxo, de um processo vital, que Ingold (2010) define melhor como “uma malha de linhas” – meshwork, considerado como um emaranhado de inúmeras possibilidades. É nesse processo de significação, como um sistema aberto, passível de reelaboração pelo sujeito e, confrontado por novas experiências, que é elaborado novos usos, funções e significados. Assim, não poderia existir uma essência primeira do produto, ou uma essência intrínseca, porque é necessário existir uma mediação entre sujeito-coisa, que perpassa por camadas de sentidos humanos atribuídos ao longo da história da cultura material, tal como na leitura que fizemos de Norbert Elias.

É no processo de atribuição de sentido que são estabelecidas a malha sujeito-coisa, como as relacionadas com os estudos das emoções, considerando também, a proeminência de determinadas características sobre as outras. Donald Norman (2008) ao introduzir uma análise emocional do Design, constata como os objetos evocam potentes emoções como o amor e ódio, a paz e raiva, orgulho e desprezo, enfim, preferências e indiferenças. Neste ato de arrancar sentimentos, as emoções são fundamentais em nossa relação com as coisas.

Os objetos em nossas vidas são mais que meros bens materiais. Temos orgulho deles, não necessariamente porque estejamos exibindo riqueza ou status, mas por causa dos significados que eles trazem para nossa vida. Um objeto favorito é um símbolo que induz a uma postura mental positiva, um lembrete que nos traz boas recordações, ou por vezes uma expressão de nós mesmos. E esse objeto sempre tem uma história, uma lembrança e algo que nos liga pessoalmente àquele objeto em particular, àquela coisa em particular. (NORMAN, 2008, p. 26).

Para Ecléia Bosi (1994), em seu já clássico e seminal estudo sobre memória e velhice, os objetos assumem caráter essencial na vida e na formação do sujeito-sênior, visto que evocam memórias e lembranças, sejam elas pessoais ou grupais. Dessa forma, é no modo de significação das coisas que opera a memória dos seniores com a materialidade. Dores, traumas, estigma, felicidade na relação com

objetos são fatores marcantes e definidores naquilo que deve ser lembrado ou esquecido na vida do sênior. Em paralelo, uma pesquisa realizada com vinte idosos cegos, compreendendo seus discursos, os significados atribuídos para o envelhecimento foram padronizados em: processo natural (45%); passar dos anos (40%); processo de desgaste (35%); relacionado à deficiência (20%); ser ativo (10%) e contradições significativas (5%) (TOSIM, MOREIRA, SIMÕES, 2009). Contudo, não foi uma investigação com objetivo de entender a complexa relação do envelhecimento com produtos assistivos.

Nesta seção descreveremos, de modo esquemático, nossa visão sobre as “coisas”, sensivelmente marcada pela civilização ocidental, englobada dentro de preconceitos emolduradores, não existindo espaço para uma percepção neutra ou pura. As camadas são formas de retratar os sentidos que determinam modelos de verdade de uma sociedade que, em um determinado tempo, atribuíram para as coisas. O gesto arqueológico, como metáfora de análise, cava o outrora solo rígido da certeza e do essencialismo, para mostrar um solo móvel da transitoriedade histórico cultural dos objetos e seus significados. Dessa forma, a centralidade da experiência está na relação da vivência na sociedade, que é construída culturalmente e gera interpretações, numa constante significação das coisas.

### **3. O DISPOSITIVO BIOMÉDICO E O DESIGN**

Como abordado pelo filósofo Michel Foucault (2000), os modelos de verdades são entendidos a partir da relação de saber-poder, estruturados dentro de uma ordem discursiva e operadas pelos dispositivos<sup>5</sup>. A produção do sujeito seria resultado do efeito da interação com os dispositivos e, são construídos também, em nossa relação com as coisas. As noções de normal e anormal, as práticas certas ou erradas carregaram uma historicidade, como esclareceu Giorgio Agamben (2005). Essa concepção parece dialogar fortemente com as sugestões de Gustavo Bomfim (1997), sobre o poder do Design e sua potência em construir arquétipos e modelar subjetividades.

O design seria, antes de tudo, instrumento para a materialização e perpetuação de ideologias, de valores predominantes em uma sociedade,

---

<sup>5</sup> O conceito de dispositivo elaborado por Foucault na década de 1970 significa a produção, ordenamentação e normatização entre as práticas discursivas e não-discursivas, na medida em que se faz operar a tríade poder-saber-subjetividade, o autor exemplifica como organizações arquitetônicas, regras, valores, leis e discursos, impostas aos indivíduos por um poder externo, mas que se torna, ao mesmo tempo, interiorizada nos sistemas das crenças.

ou seja, o designer, conscientemente ou não, re-produziria realidades e moldaria indivíduos por intermédio dos objetos que configura, embora poucos aceitem essa faceta mimética de sua atividade (BOMFIM, 1997, p. 32).

Com esse olhar sobre a atuação do campo do Design, tanto o sujeito, quanto o produto seriam emoldurados pelos dispositivos em sua fabricação; ao mesmo tempo que estes próprios dispositivos teriam a função, em última instância, de capturar, normatizar, construir os sujeitos. Ou seja, nesse raciocínio, é possível perceber um movimento circular da relação entre dispositivo-sujeito, cabendo ao gesto reflexivo a possibilidade de problematização dessa cadeia.

Adrian Forty (2007, p. 12) corrobora com a visão do poder do Design em modelar ideias de um período histórico, o autor afirma que “longe de ser uma atividade artística neutra e inofensiva, o design [...] pode dar formas tangíveis e permanentes às idéias sobre quem somos e como devemos nos comportar”. O Design nesse sentido, é impactado por condicionantes sociais e ao mesmo tempo condiciona padrões, ideias que enquadram comportamentos por meio da cultura material.

Assim, que mecanismos constroem o ser envelhecido? Tanto o Design como a biologia são condicionantes para a subjetividade do sênior. O sujeito, absorve de seu meio informações sobre o equipamento de auxílio durante a vida: o que é o equipamento, como funciona, onde compra e o que significa. Não obstante, ao chegar na terceira idade, tem-se a consciência de que necessita usá-lo, seja por condições fatídicas, seja em busca de apoio.

Referendando o trabalho contemporâneo sobre biopolítica do sociólogo Nikolas Rose (2001), reforçamos como somos condicionados pelo dispositivo Biomédico – nos discursos do medo, julgamento, estigma, riscos, prudências em produtos que aliam tecnociências. O autor aborda a biopolítica no contemporâneo, ao pensar o desenvolvimento da biotecnologia, na direção de como os seres humanos se tornaram cidadãos somáticos através de variadas formas de gerenciar a vida, a fim de manter ou recuperar a vitalidade (ROSE, 2007).

Rose (2001) nos ajuda a refletir como o saber do Design pode moldar junto ao saber Biomédico, ao plasmar o equipamento de auxílio, uma subjetividade, o sujeito-sênior. É nessa trama em que o dispositivo opera (Figura 1), no que tange em como os seniores se relacionam com as coisas: como deveriam viver, o que deveriam fazer, o que deveriam esperar, o que deveriam temer com o equipamento de auxílio, como que toda essa política com o produto é posta em termos médicos e biológicos.

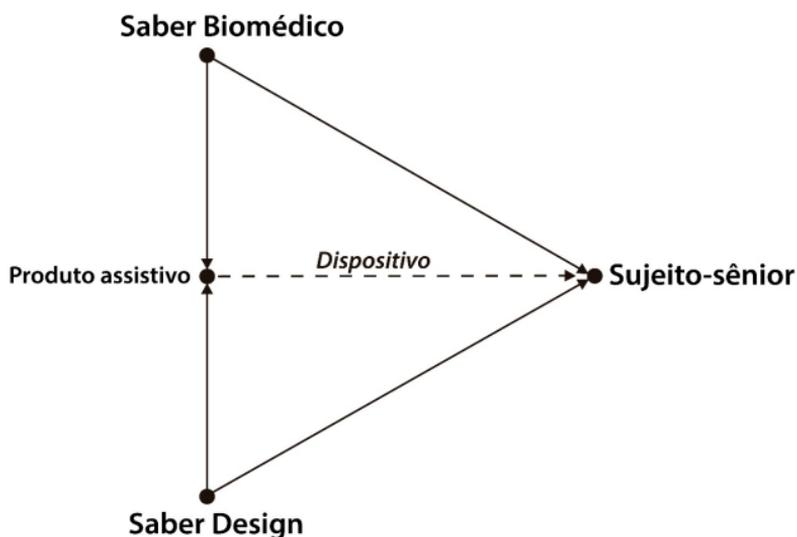


Figura 1. Trama do dispositivo. Fonte: os autores.

Ademais, acrescenta Miller (2013), nossos corpos, comportamentos e sentimentos podem passar por uma domesticação mediada pelos objetos, se adequando às imposições da materialidade, como uma capacidade inesperada em “que os objetos têm de sair do foco, de fazer periféricos à nossa visão e ainda assim determinar nosso comportamento (...)” (MILLER, 2013, p. 79). Dentro dessa dinâmica do dispositivo Biomédico e sua relação com o Design, pode-se compreender a qualidade “protética” dos produtos de acordo com Miller (2013), como um prolongamento físico do corpo, sendo extensões do sujeito, como eficientes dispositivos educativos. McLuhan (1974) também defende que a tecnologia ou invenção é uma extensão do corpo, sendo que tal extensão exige novas relações de poder entre os demais órgãos e outras extensões do corpo.

Por outro lado, Donna Haraway considera as políticas que perpassam o corpo do ser, na compreensão que a tecnologia amplia o homem, refletindo não mais na dicotomia entre mente e corpo, natural e artificial, mas na percepção que somos uma coisa só, unidas (HARAWAY, 1985). Não obstante, Santaella (2007) sintetiza outros termos para essa relação homem e tecnologia, no que tange os adjetivos para ao corpo tecnologicado, considerando, “corpo protético”, “pós-orgânico”, “pós-biológico”, “pós-humano” e até em sua defesa de um termo

mais abrangente como “biocibernético” ao invés do ciborgue. Em sua visão, o conceito de “prótese” não aborda o arcabouço de nossas relações com as coisas no século XXI, porque “... cada vez mais, as extensões estão aderindo à fisicalidade de nossos corpos e habitando seus interiores, indicando uma tendência para se tornarem invisíveis e mesmo imperceptíveis.” (SANTAELLA, 2007, p. 131).

A tecnologia ainda não chegou ao ponto de se fundir ao corpo do sujeito-sênior, principalmente ao se falar de equipamentos de ajuda. A bengala, por exemplo, ainda não se mesclou ao organismo do sujeito-sênior até o ponto de torna-se indistinguível de um membro mas, pelo contrário, ela tenta recuperar as faculdades perdidas pela idade no apoio. É nessa noção de “homem ampliado” que o sujeito-sênior se encontra, considerando que são produtos que expandem e qualificam as capacidades do ser – potencializa a experiência, em sua finalidade de mobilidade, em busca da segurança e prevenção do corpo na locomoção.

Mas, além da mobilidade, que outras funções simbólicas esses produtos reivindicam? Ao se pensar o envelhecimento, é importante enfatizar os significados construídos nesses equipamentos, como moldam o sujeito-sênior, atrelado às práticas da sua época e da sua sociedade. Declarando que o envelhecimento não se restringe apenas a uma dimensão biológica, mas, envolvem dimensões socioculturais que condicionam a experiência desse grupo (SANTOS; FARIA; PATIÑO, 2018). Sustenta-se uma densa relação simbólica entre a aparência do sênior e construções de imagens ao longo do século XX como “incapaz” ou “sem vida”, no sentido que a palavra “velho” soa como pejorativa, ao se pesar um corpo “fraco”, “impotente” ou até “asqueroso”. Nesse período, o estigma perante o sênior se fortalece na sociedade ocidental, mas, além disso, nos sentidos dos produtos que perpassam este tipo de corpo, como os equipamento de mobilidade, reforçam o estereótipo estigmatizante do “velho”. Ao contrário daqueles, em anúncios de remédio, ou de asilos particulares, construídos com a imagem de “fortes” e “saudáveis”, percebido apenas nos últimos anos – em um processo de posituação da velhice, principalmente após o ano 2000 (AZEVEDO, 2018).

Em sua pesquisa, Neri (1997) encontrou um conjunto de representações negativas da velhice e levantou uma série de estereótipos relacionado ao envelhecimento. Um deles relaciona-se ao fato da velhice ser um problema de governamentalidade (de gestão racional da vida, como diríamos em termos foucaultianos) e estes sujeitos precisarem do amparo da Medicina e do Estado, exigindo, portanto, produtos assistivos.

Já Vilém Flusser (2010), em seu ensaio sobre uma ética do Design industrial,

ajuda-nos a compreender a noção do que estamos chamando de dispositivo Bio-médico e sua relação com a forma e a estética dos equipamentos para o “cidadão somático”, no que toca a função dos designers na modernidade industrial. Para o autor “o ideal do projectista era pragmático, isto é, funcional e as considerações morais, ou políticas, tinham pouca importância pra ele.” (FLUSSER, 2010, p. 69). Com esse enunciado, percebe-se outra preocupação dos designers no início da era industrial, a saber; projetar visando um uso físico, suprir uma necessidade básica de mobilidade era fulcral. Já, questão sociais, no que tange o combate ao estigma em produtos, ainda não estava posto.

Nesta seção, a partir da noção do dispositivo Biomédico atrelada ao Design, pode-se examinar como o estigma foi se construir e se estabilizou no século XX. Aqui o estigma é visto por uma camada de significado, materializado na estética médica-hospitalar nos produtos assistivos e atribuí a noção de patologização ao sujeito-sênior, desprovido da emoção (RODRIGUES, DIAS E SOUZA, 2019). Nessa dinâmica, cristaliza-se o estigma do Design.

## 4. O ESTIGMA DO DESIGN

Em 1963, o sociólogo Erving Goffman definiu o estigma como uma construção social que pode ser entendido entre um conflito da identidade virtual em relação à identidade real dos sujeitos (GOFFMAN, 2004). Através de um estereótipo social, a imagem real do sujeito estigmatizado sofre deterioração, descrédito ou inferiorização por pessoas ou grupos ditos como normais. A palavra “estigma” carrega um sentido eminentemente negativo e, frequentemente, conforme Bacila (2005), leva à descriminalização, marginalização e invisibilidade de pessoas ou grupos. Logo, o estigma é um estado em que a normatização confronta a diferença, tenciona e produz variados sentimentos como aflição, repulsa e até medo. Ou, como sugere Zygmunt Bauman (1999), o estigma é um produto cultural, que cria territórios, espaços, produtos que delimitam um grupo; afasta o “eu” do “outro” por meio de conjuntos simbólicos e imagéticos.

No processo de construção de um estigma, adotamos um outro modelo de verdade, um conceito pré-estabelecido, que definem características particulares de um grupo ou indivíduo que seguem o oposto das normas culturais tradicionais de uma sociedade. Goffman (2004) retoma o termo estigma (picada) dos gregos, no sentido de criar marcas, sinais nos corpos.

Os gregos, que tinham bastante conhecimento de recursos visuais, criaram o termo estigma para se referirem a sinais corporais com os quais se procurava evidenciar alguma coisa de extraordinário ou mau sobre o status moral de quem os apresentava. Os sinais eram feitos com cortes ou fogo no corpo e avisavam que o portador era um escravo, um criminoso ou traidor uma pessoa marcada, ritualmente poluída, que devia ser evitada; especialmente em lugares públicos. Mais tarde, na Era Cristã, dois níveis de metáfora foram acrescentados ao termo: o primeiro deles referia-se a sinais corporais de graça divina que tomavam a forma de flores em erupção sobre a pele; o segundo, uma alusão médica a essa alusão religiosa, referia-se a sinais corporais de distúrbio físico. Atualmente, o termo é amplamente usado de maneira um tanto semelhante ao sentido literal original, porém é mais aplicado à própria desgraça do que à sua evidência corporal (GOFFMAN, 2004, p. 5).

Identificamos a ocorrência do estigma no sujeito-sênior segundo (GOFFMAN, 2004) em três formas: a primeira relacionada a deformações físicas (deficiência motora, visual, auditiva, desconfiguração do corpo) e a segunda relacionada aos desvios de comportamentos (distúrbios mentais, esquecimento, diminuição da sexualidade) e, por último, relacionados aos estigmas tribais (pertencentes a um grupo, centro ou instituição de idosos).

Nesta esteira reflexiva, acrescentamos aqui uma quarta forma, que reúne as três formas anteriores, a qual pertence ao estigma do Design, na relação com a cultura material estabelecida para esse grupo etário, em objetos que rodeiam o corpo do idoso, como os equipamentos ditos como tradicionais desse grupo, como as bengalas, as muletas e os andarilhos, considerados produtos carregados de símbolo material-histórico, pois evocam o arquétipo do “velho” através de sua forma ao longo do século XX. Dito de outro modo, tudo que gravita em torno dessa categoria de produto, foi composto de significados criados socialmente como estigmatizantes. Ademais, Alves, Moreira e Nogueira (2013, p. 4), nos ajudam a compreender o estigma do Design, através da visão que o estigma se relaciona também com a materialidade, posto que: “[...] estigma é uma opinião feita e que de forma simplista não passa de uma generalização em relação a um grupo de indivíduos ou objetos”.

Além disso, Goffman (1963) também categorizou os indivíduos entre descredito e desacreditável. O indivíduo descredito possui características diferente em relação aos normais, sendo estas percebidas por ele, gerando insegurança, reatividade, mal-estar e processos de negação. Já o desacreditável também possui características distintas em relação aos normais, porém nem sempre

percebidas por eles. Nesse sentido, existe uma alienação de sua condição, não notada pelo sujeito em relação a sua condição de depreciação por outro grupo, no que diz respeito a uma cultura dominante de representação da velhice enraizada na sociedade ocidental (SIQUEIRA e CARDOSO, 2011; TEIXEIRA et al., 2015).

Para Crocker e Major (1989), a condição de adaptação ao estigma gradualmente pode ser mais fácil de suportar do que em condições que ocorrem subitamente, como é o caso de seniores que se acidentam subitamente e precisam usar equipamento de auxílio, do que aqueles que precisam se adaptar aos poucos perante a mobilidade reduzida. Além disso, os autores abordam que as pessoas estigmatizadas são tratadas melhor quando não são responsáveis pelo seu estigma, ressaltando a diferença entre o estigma desde o nascimento e estigma adquirido. Entretanto, para Siqueira e Cardoso (2011), independente da circunstância que opera o estigma, ou, se o indivíduo percebe ou não sua condição, ele sofre efeitos negativos por ser estigmatizado, desencadeando mecanismos para lidar com este processo, como o de escape, negação ou amenização.

Diferente de Goffman, Ainlay, Becker e Coleman (1986) mostram através do campo da psicologia social estudos mais sólidos com o livro “The Dilemma of Difference: A Multidisciplinary View of Stigma”, evidenciando a historicidade da percepção do estigma conforme a sociedade, tempo e cultura, pois alguns estigmas se mantem por séculos e outros aparecem e somem com passar das décadas. Destarte, trazem para discussão a relação de poder em que os normais tencionam sobre os estigmatizados, criando aí uma relação do “autoconceito”, onde o próprio sujeito afirma os discursos de inferioridade produzindo pelos outros, na autodepreciação de sua imagem, baixando sua autoestima, sendo ao mesmo tempo o estigmatizador e estigmatizado, num processo de “estigmatizar-se”. Nesse viés, os produtos visto como emanadores de discursos pré-concebidos também podem reduzir a autoestima do sênior, ativar memórias, e conduzir comportamentos.

Stafford e Scott (1986) acrescentam um ponto de vista interessante para se pensar a relação entre Design e estigma, pelo potencial da mudança de comportamentos, condutas, crenças, fazeres, ou o que as pessoas deveriam fazer ao contrário de uma norma ou uma unidade social pré-concebida, sublinhando contornos claros da relação de poder da materialidade sobre as condutas. Nesse sentido, a tensão é estabelecida por meio de como as pessoas devem se comportar, em uma dada circunstância e dentro de uma cultura.

A concepção de “velho”, por exemplo, como um estágio da vida, marcado

por características circunscritas e posições subjetivas, não existia no ocidente tal qual a conhecemos hoje, assim como, não havia a concepção de “infância”, como a experienciamos atualmente, antes da modernidade (ARIËS, 1978). Ademais, diferente da imagem cristalizada do “velho” no ocidente, no oriente existem imagens mais positivas sobre esta faixa etária (UCHÔA, 2003, p. 850), como, por exemplo, o termo “ancião” que evoca sabedoria e experiência, um princípio de senioridade, no qual os mais velhos têm mais autoridade e respeito do que os demais. Dessa forma, a autora complementa a discussão do estigma como produto cultural ao perceber uma mudança de paradigma sobre a produção de conhecimento em torno do sênior, posto que “a velhice e o envelhecimento deixaram de ser encarados como fatos naturais, para serem encarados como fenômenos profundamente influenciados pela cultura.” (UCHÔA, 2003, p. 851).

Nesta abordagem, combater determinados padrões da modernidade que estabelecem hierarquia nas diferenças, na luta contra determinadas representações sociais consolidadas, é importante para atingir novos modelos de verdade. Nesse sentido, uma forma de representação positiva seria o termo “idoso ativo” que surge na cultura ocidental. Segundo a pesquisa de Ferreira et al. (2010) este termo foi associado como uma pessoa “alegre”, com “trabalho”, que pratica uma “atividade física”, “bem cuidado” e que tem “lembrança”. Ademais, segundo Cio-sak et al. (2011) é fundamental a diferença para o campo da gerontologia entre “senescência” e “senilidade”, visto que a primeira define um fenômeno natural e universal do corpo, como a perda auditiva, diminuição da visão, leve alteração da memória, entre outras mudanças que não caracterizam doenças. Já a segunda está ligada com patologias relacionados ao envelhecimento, como o declínio do funcionamento do organismo, a diminuição da altura e atrofia de músculos.

Para Sudjic (2010), no livro “A linguagem das coisas”, o Design não teria apenas a capacidade de produzir ou vender objetos, mas, sobretudo, de refletir sobre o que as pessoas pensam de si mesmas mediada por esses artefatos, na produção de representações. Para isso, o autor examina toda a cadeia que dá vida aos objetos, da formulação aos efeitos simbólicos nos sujeitos. Deste modo, um universo vai sendo moldado pelo Design, principalmente através dos arquétipos dos objetos. Por convenção, na modernidade, uma bengala, deveria ter um visual de bengala, assim como, abordado por Sudjic (2010) em relação ao arquétipo arquitetônico – um museu deveria ser reconhecido como um museu.

Os arquétipos<sup>6</sup> produzidos pelo Design, longe de serem inocentes, são pro-

6 Importante destacar que em hipótese alguma mobilizamos esta categoria a partir dos parâmetros estabelecidos Carl Gustav Jung (2011), haja visto que, para o psicanalista suíço, o arquétipo seria, por definição, algo imutável no tempo. Sudjic (2010) confere ao termo um outro sentido e parece usá-lo como estratégia narra-

fundamente enraizados na cultura e muito instigantes para serem ignorados. Sudjic (2010, p. 60) afirma que “muitas coisas possuem um arquétipo que define uma categoria de produto. Alguns arquétipos têm histórias milenares, com geração após geração produzindo suas interpretações particulares de um dado formato.” Nessa noção de arquétipo, é pensado como algumas formas são cristalizadas no tempo e demoram para serem rompida.

No século XX, o Design de produtos assistivos se adaptam a estética médica-hospitalar e se relacionam com as questões do envelhecimento e ao corpo do sênior. Esta forma hospitalar, ainda hoje, é interpretada como símbolo do idoso. Além disso, esse arquétipo da forma pode ser interpretado como estigmatizante na sociedade. Martins e Rodrigues (2004) e Morando et al. (2018) por meio do campo da psicologia, nos ajuda a aprofundar o debate pelo conceito de “gerontofobia”, “etarismo” ou “ancianismo”, que seria o medo da velhice e preconceitos que motivam a discriminação mas, também, geram o receio de se relacionar com seniores ou objetos ligado ao seu universo – “as coisas de velhos”. Uma espécie de “asco” que é enraizado no mundo ocidental, principalmente nos comportamentos e na materialidade ligados ao tempo passado, revelando uma estética da velhice no campo do Design.

Segundo Martin (1986) o conceito de aprendizagem social é aplicado à conduta do estigma e, para nós, também dialoga com o conceito de habitus, visto que é um mecanismo de aquisição e manutenção de comportamentos que propiciam a estigmatização de pessoas, no mecanismo através do qual as pessoas são educadas e esperam que o estigmatizado seja identificado por algo, um sinal ou produto, que se comporte de uma determinada forma, consolidando um processo do estigma no Design.

## 5. O PROCESSO DO ESTIGMA NO DESIGN

Estudos apontam alguns fatores de grande impacto no processo de estigmatização em produtos assistivos, como: a estética dos produtos tradicionais em relação a produtos modernos, a reações emocionais que ocorrem quando o usuário é observado utilizando equipamento perante outras pessoas, bem como as diferenças emocionais entre usuários e não usuários em relação ao produto. (GAFFNEY, 2010; VAES, 2014; CARNEIRO, REBELO, NORIEGA, 2019). Sendo assim, sob este prisma, determinados comportamentos como, por exemplo, a mudança

---

tiva para demonstrar a força que determinadas formas adquirem em grupos ou em sociedades. “Arquétipo”, aqui, possui um paralelo com o que Norbert Elias (1994) chamou de “cristalização”.

corporal de um idoso ao se curvar no uso da bengala em busca de apoio, reforça a descrença e a inutilidade deste corpo em relação ao corpo dito jovem.

Conforme a investigação de Rodrigues et al. (2019) no contexto doméstico, há indícios de resistência de seniores em aceitarem o uso do equipamento de auxílio em um primeiro momento, devido, principalmente, ao estigma que este produto evoca, relutando ao seu uso até que são obrigados a usarem por necessidades físicas ou descrição médica. Contudo, o problema da “medicalização de produtos assistivos” promove uma associação entre o produto e o “papel doente”, ativando o processo de estigmatização (GAFFNEY, 2010). Dessa forma, um processo de exposição pode gerar um conflito interno no uso de equipamentos na fase pré-sênior ou, melhor nomeada de envelhescência<sup>7</sup>.

Os estágios iniciais são os mais delicados na interação com equipamentos de auxílio por revelar a situação da condição de sujeito-sênior, e pode desencadear desconforto, ansiedade, receio medo e até o abandono do produto assistivo (PARETTE e SCHERER, 2004). Dessa forma, com a experiência do uso de equipamentos de auxílio, o sênior revela uma atenção sobre seu corpo, sendo distinto do corpo padrão e saudável, passa então a ser visto como um corpo diferente. Numa associação cíclica entre produto-corpo-preconceitos-emoções-produto (Figura 2). É nesse processo que o estigma pode ser potencializado pelo uso de produtos assistivos.



Figura 2. Processo do estigma no Design. Fonte: os autores.

<sup>7</sup> Segundo Berlinck (2000), “envelhescência” é um conceito advindo da psicologia para definir as diversas etapas do envelhecimento, aproximando do sentido de adolescência enquanto fase da vida, no qual o corpo passa por mudanças físicas e psíquicas, no constante processo de reconhecimento de traços que adquire sentido no ato de subjetivação.

Existe, igualmente, uma padrão normativo, ou seja, uma expectativa, operada de modo discursivo, num determinado ordenamento da verdade, de como as coisas, pessoas e comportamentos deveriam ser. A posição que o sênior ocupa nessa ordem, na linguagem, está diretamente relacionada a este esquema. É nessa expectativa que o estigma se estabelece, confrontando o ideal com a realidade. Assim, o produto assistivo, neste ciclo, evoca os arquétipos da velhice, representações cristalizadas que são incorporadas na experiência do uso. O sujeito-sênior, na mediação com produtos assistivos, pode indicar também, as expectativas negativas sobre o que ele espera que os outros vejam sobre si.

Durante o processo de envelhecimento, apesar de apresentarem demandas físicas diferentes, o sujeito-sênior se aproxima do “sujeito-deficiente” no processo do estigma, porque é na construção do olhar sobre a “falha” ou, a “debilitação” que os esses corpos são submetidos no uso de equipamentos de auxílio. Logo, a importância da compreensão de construção do estigma sobre essa categoria de produto, como mais uma camada, dentre outras, mergulhadas num mecanismo de desvalorização do sujeito-sênior.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo deste estudo foi refletir sobre o poder do Design em produzir estigma através da materialidade dentro de uma categoria específica de produto (assistivos) para seniores. Sem querer exaurir a discussão, buscamos compreender a relação entre Design e estigma no envelhecimento em uma abordagem interdisciplinar. Apesar dos esforços da atualidade em mostrar o sênior como “ativo e empoderado”, ainda é preciso compreender o envelhecimento pela materialidade por múltiplos fatores, como: as emoções, as experiências estéticas e os comportamentos através da interação com os produtos assistivos, antes, durante e após o uso com usuários e não usuários. Dessa forma, o ato de estigmatização em relação aos objetos perante o grupo sênior é um campo interessante a ser explorado dentro do Design.

Retomando o pensamento de Norman (2008), através do Design é possível refletir sobre a questão da identidade ao pensar o nível reflexivo nos objetos, que, aqui pode ser evocado pelo uso de equipamentos de auxílio, no sentimento de orgulho ou vergonha, ou, um nível de constrangimento ou conforto no uso.

O design reflexivo, portanto, tem a ver com relações de longo prazo,

com os sentimentos de satisfação produzidos por ter, exibir e usar o produto. O sentido de identidade própria de uma pessoa está situado no nível reflexivo, e é nele que a interação entre o produto e sua identidade é importante, conforme demonstra o orgulho (ou a vergonha) de ser dono ou de usar o produto. (NORMAN, 2008, p. 58).

Bauman (1999, p. 78) ressalta essa ideia de desconstrução do estigma pelo Design, pois “uma vez que os sinais do estigma são irremovíveis, uma categoria só pode deixar de ser estigmatizada se o significante do estigma for reinterpretado como inócuo ou neutro ou se for completamente negada a sua significação semântica e este se tornar socialmente invisível.” Neste ponto, o sujeito-sênior não carregaria um conjunto de estigmas se suas marcas, seus símbolos fossem reinterpretados – ou seja, se o equipamento de auxílio fosse despatologizado.

O campo do Design também pode ser visto como uma ferramenta para descristalizar esses símbolos, na desconstrução de arquétipos estigmatizantes de forma e estética médica-hospitalar, propondo novos *habitus*. Assim, uma alternativa é a minimização da segregação e anulação da identidade do sujeito-sênior por meio da personalização, ajustes e escolhas do produto, visto como um artigo de moda, ou, por outro viés, articulando modos de invisibilidade do produto, a fim de apagar os sinais do estigma, camuflando o objeto e, rompendo assim, com o ciclo do estigma no Design (produto-corpo-preconceitos-emoções-produto) pela materialidade.

Por fim, como desdobramentos para futuras pesquisas, é interessante explorar melhor os discursos produzidos pelos seniores em comparação a imagem construída dos idosos com os equipamentos de auxílio pela publicidade e mídias, bem como, se existe continuidades ou descontinuidades em relação aos significados do uso pelos seniores em instituições, lares e grupos. A fim de perceber padrões, brechas, singularidades ou diferenças em relação ao poder do Design na produção de estigma através da materialidade.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? In: Outra travessia. Tradução: Nilcéia Valdati. Florianópolis, n. 5, p. 9-16, 2005.

AINLAY, Stephen C.; BECKER, Gaylene; COLEMAN, Lerita M. The Dilemma of Difference: A Multidisciplinary View of Stigma. New York: Plenum Press, 1986.

ALMEIDA, T.; LOURENÇO, M. Reflexões: conceitos, estereótipos e mitos acerca da velhice. *Revista Brasileira De Ciências Do Envelhecimento Humano*, v.6, n. 2, p. 233-244, 2010.

ALVES, Sara; MOREIRA, Carmem Félix; NOGUEIRA, Sónia. Relações sociais, estereótipos e envelhecimento. In: *Atas de Gerontologia*, Porto, v. 1, n. 1, p. 1-11, 2013.

APPADURAI, Arjun. Introdução: Mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, A. (org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

ARIÈS, Philippe. *A História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1978.

AZEVEDO, Celina Dias. *Envelhecer na contemporaneidade: subjetivações, modelos e resistências*. 145 f. Tese, Doutorado em Ciências Sociais, Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018.

BACILA, Carlos Roberto. *Estigmas: um estudo sobre os preconceitos*. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BERLINCK, Manoel Tosta. *Psicopatologia Fundamental*. São Paulo: Escuta, 2000.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. *Estudos em Design*, v. 5, n. 2, p. 27-41, 1997.

BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade: Lembranças de velhos*. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

CARDOSO, Rafael. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac e Naify, 2008.

CARNEIRO L.; REBELO F.; NORIEGA P. Different Wheelchairs Designs Influence Emotional Reactions from Users and Non-users? In: *International Conference on Ergonomics in Design*, Orlando, 2018. *Proceedings of the AHFE 2018*: REBELO F., SOARES M. (Org.) *Advances in Ergonomics in Design*. Springer, Cham, vol. 777, 2019, p. 572-580.

CIOSAK, Suely; BRAZ, Elizabeth; COSTA, Maria; NAKANO, Nelize; RODRIGUES, Juliana; ALENCAR, Rubia; ROCHA, Ana. Senescência e senilidade: o novo paradigma na atenção primária à saúde. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, v. 45, n. 2, p. 1763-1768, 2011.

CROCKER, Jennifer; MAJOR, Brenda. Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, v. 96, n. 4, p. 608-630, 1989.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *A thousand plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Trans. B. Massumi. London: Continuum, 2004.

DESMET, Pieter; HEKKERT, Paul. Framework of Product Experience. *International Journal of Design*, v. 1, n. 1, 13-23, 2007.

ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

FERNANDES, Sandra Lizete da Costa. *Vivências em lares de idosos: Diversidade de Percursos Um Estudo de Caso*. f. 155. Dissertação, Mestrado em Gerontologia Social, Departamento de Ciências da Educação e do Patrimônio, 2010.

FERREIRA, Olívia Galvão Lucena; MACIEL, Silvana Carneiro; SILVA, Antonia Oliveira; SÁ, Roseane Christina da Nova; MOREIRA, Maria Adelaide Silva P. Significados atribuídos ao envelhecimento: idoso, velho e idoso ativo. *Revista Psico-USF*, v. 15, n. 3, p. 357-364, 2010.

FLUSSER, Vilém. Uma ética do design industrial? In: *Uma filosofia do design – A Forma das Coisas*. Editora Relógio D'Água, 2010.

FORTY, Adrian. *Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. Sobre a História da sexualidade. In: *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Editora Graal, 2000.

GAFFNEY, Clare. An exploration of the stigma associated with the use of assistive devices. *Socheolas: Limerick Student Journal of Sociology*, v.3, n. 1, p. 67-78, 2010.

GELL, Alfred. *Art and Agency: An anthropological theory*. Oxford: Clarendon Press, 1998.

GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Título Original: *Stigma – Notes on the Management of Spoiled Identity*. Tradução: Mathias Lambert, 2004.

GOGNALONS-CAILLARD, M. La production sociale de la maladie dans la vieillesse. *Gerontologie*, v. 29, p. 21-25, 1979.

HARAWAY, Donna Jeanne. A manifesto for cyborgs: Science, technology, and socialist feminism in the 1980s. San Francisco, CA: Center for Social Research and Education, 1985.

HASSENZAHL, Marc. The Thing and I: Understanding the Relationship Between User and Product. In: BLYTHE M.A., OVERBEEKE K., MONK A.F., WRIGHT P.C. (Eds.). *Funology: From Usability to Enjoyment*. Human-Computer Interaction Series. Netherlands, Springer, Dordrecht, v. 3, p. 31- 42, 2003.

HEIDEGGER, Martin. Poetry, language, thought. Trans. A. Hofstadter. New York: Harper & Row, 1971.

INGOLD, Tim. Bringing things back to life: Creative entanglements in a world of materials. National Centre for Research Methods. Realities Working Papers 15. University of Manchester, 2010.

JUNG, Carl Gustav. Os arquétipos do inconsciente coletivo. In: Obras completas de C. G. JUNG, v. 9/1, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2011.

MARTIN, L. G. Stigma: a social learning perspective. In: AINLAY, S. C.; BECKER, G.; COLMAN, L. M. A. (Eds.). *The Dilemma of Difference: A Multidisciplinary View of Stigma*. New York: Plenum, p. 145-161, 1986.

MARTINS, R.M.L.; RODRIGUES, M.L.M. Estereótipos sobre idosos: uma representação social gerontofóbica. *Millenium- Revista do ISPV*, n. 29, p. 249-254, 2004.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação: como extensões do homem. Editora Cultrix, 1974.

MILLER, Daniel. Materiality: an introduction. In: MILLER, Daniel (Ed.). *Materiality*. Durham: Duke University Press, 2005.

MILLER, Daniel. Trecos, Troços e Coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MORANDO, Eunice Maria Godinho; SCHMITT, Juliana Campos, FERREIRA, Maria Elisa Caputo; MÁRMORA, Cláudia Helena Cerqueira. O conceito de estigma de Goffman aplicado à velhice. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*. *Revista INFAD de Psicologia*, v. 1.2, p. 21-32, 2018.

NERI, Anita Liberalesso. Atitudes em relação à velhice: evidências de pesquisas no Brasil. *Gerontologia*, v.5, n. 3, p. 130-139, 1997.

NORMAN, Donald A. Design emocional: Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia. Tradução de Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

PAPANEK, Victor Joseph. Design for the real world: Human ecology and social

change. London: Thames and Hudson, 1971.

PARETTE, Phil; SCHERER, Marcia. Assistive technology use and stigma. *Education and Training in Developmental Disabilities*, v. 39, n. 3, p. 217–226, 2004.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro (org.) *Design & Consumo*. Curitiba: Peregrina, 2010.

RODRIGUES, Y. W.; DIAS, L. N. ; VELOSO, A. Designing for aging: uma proposta metodológica. In: 7º Encontro de Doutoramentos em Design, Aveiro, 2019. Livro de Atas UD18: Invisible Design. Aveiro, UA Editora - Universidade de Aveiro, Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia, 1ª, 2019. p. 269-278.

RODRIGUES, Y. W.; DIAS, L. N. C.; VELOSO, A. I. B. F. F. DE A.; SOUZA, F. F. DE. O idoso e o cuidador: uma análise da satisfação do ambiente doméstico. *PARC Pesquisa em Arquitetura e Construção*, v. 10, p. e019024, 31 maio, 2019.

RODRIGUES, Y. W.; DIAS, L. N. C.; SOUZA, Fábio F. de. Dispositivo em design: descontinuidades do significado da bengala. *Revista Estudos em Design*. Rio de Janeiro, ISSN 1983-196X, v. 27, n. 1, p. 43-65, 2019.

ROSE, Nikolas. *The politics of life itself. Biomedicine, power, and subjectivity in the Twenty-first Century*. Princeton; Princeton University Press; 2007.

ROSE, Nikolas. *The politics of life itself. Theory, Culture & Society*, v. 18, n. 6, p. 1-30, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. Pós-humano: por quê? *Revista USP*, n. 74, p. 126-137, 2007.

SANTOS, Luiz Antonio de Castro; FARIA, Lina; PATIÑO, Rafael Andrés. O envelhecer e a morte: leituras contemporâneas de psicologia social. *Revista Brasileira de Estudos de População*, v. 35, n. 2, 2018.

SIQUEIRA, Ranyella de; CARDOSO, Hélio. O conceito de estigma como processo social: uma aproximação teórica a partir da literatura norte-americana. *Imagonautas: revista Interdisciplinaria sobre imaginarios sociales*, v.1, n. 2, p. 92-113. 2011.

STAFFORD, M. C.; SCOTT, R. R. Stigma deviance and social control: some conceptual issues. In: AINLAY, S. C.; BECKER, G.; COLMAN, L. M. A. (Eds.). *The Dilemma of Difference: A Multidisciplinary View of Stigma*. New York: Plenum, p. 77-91, 1986.

SUDJIC, Deyan. *A linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

TEIXEIRA, Selena Mesquita de Oliveira; MARINHO, Fernanda Xavier Santiago; JUNIOR Dorinaldo de Freitas Cintra; MARTINS José Clerton de Oliveira. Re-

flexões acerca do estigma do envelhecer na contemporaneidade. Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 503-515, 2015.

TOSIM, Alessandro; MOREIRA, Wagner Wey; SIMÕES, Regina. O significado do envelhecer nos discursos de idosos cegos. Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento. Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 65-79, 2009.

UCHÔA, Elizabeth. Contribuições da antropologia para uma abordagem das questões relativas à saúde do idoso. Cad. Saúde Pública. Rio de Janeiro, v.19, n.3, p. 849-853, 2003.

VAES, Kristof. Product stigmaticity: understanding, measuring and managing product-related stigma. Belgium, Universiteit Antwerpen, 2014.

## REFLEXIONES SOBRE DISEÑO Y ESTIGMA EN LO ENVEJECIMIENTO

**Resumen:** Los productos de asistencia, presente en la cultura material de los adultos mayores, no solo traer apoyo para la movilidad, pero también, despiertan procesos de subjetivación y evocan aspiraciones vinculadas a la sociedad, la cultura, los valores simbólicos, a los factores emocionales. En este sentido, el objetivo de esta investigación fue reflejar teóricamente el poder del Diseño en su capacidad para producir estigma en el envejecimiento. La discusión se dividió en cuatro partes, que basa y conecta los conceptos interdisciplinarios a lo largo del texto: I) El significado de las cosas, II) El dispositivo Biomédico y el Diseño, III) El estigma del Diseño y IV) El proceso del estigma en el Diseño. Con los resultados, se puede afirmar que, el conocimiento del Diseño está organizado por el dispositivo Biomédico y produce un encuadre a través de los productos de apoyo (bastones, muletas y andadores) en los veteranos. Finalmente, la principal contribución de este artículo está relacionada con la comprensión del proceso de estigma a través de la materialidad en un enfoque interdisciplinario.

Palabras-clave: Productos de apoyo. Biopolítica. Estigma. Envejecimiento. Sujeto-anciano.

## REFLECTIONS ABOUT DESIGN AND STIGMA IN THE AGING

**Abstract:** Walking aids, present in the senior's material culture, brings not only the mobility support, but instead of it, these objects awakes a processing of subjectivation, evoking aspirations linked to society, culture, symbolic values, and also emotional factors. In this way, the main objective of this research was theoretically reflect the power of Design, and consequently, the produce stigma in aging. The arguing was divided into four parts, endorsing and connecting interdisciplinary concepts throughout the text: I) Meaning the things, II) The Biomedical device and Design, III) The stigma of Design and IV) The process of stigma in Design. As a result, we understand how the Design knowledge is organized by the Biomedical device and produces a framework through the assistive products (walking sticks, crutches and walkers) in the elderly subject. Finally, the main contribution of this article is related to understanding the process of stigma through materiality in an interdisciplinary approach.

**Keywords:** Assistive products. Biopolitics. Stigma. Aging. Elderly-subject.