Objetos de desejo: os vibradores sob o olhar do Design para Emoção

Mônica Greggianin
Faculdades Integradas de Taquara
http://lattes.cnpq.br/9785672942781483
monicagreggianin@faccat.br

Kaori Ishihara Tamekuni
Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS
http://lattes.cnpq.br/9538627366364105
kaoish@gmail.com

Resumo:

Este artigo propõe-se a fazer uma análise da percepção feminina acerca de sex toys, especificamente vibradores, em uma perspectiva do Design para Emoção, levando em consideração premissas do Positive Design e do Design para bem estar subjetivo. O presente estudo usa como recorte inicial a utilização dos artefatos por mulheres cis pretendendo estabelecer relações entre usuárias e objetos na construção da identidade e sexualidade feminina. A pesquisa apresentada é exploratória qualitativa através de revisão bibliográfica dos temas abordados e se propõe como uma percepção inicial das relações de mulheres e sex toys, especificamente vibradores, com seu bem estar e emoções positivas, servindo de insumo para etapas mais aprofundadas com entrevistas e questionários. Pode-se concluir que pensar os vibradores dentro da premissa do Design para Emoção e Positive Design possibilita que o artefato seja projetado para favorecer o bem estar subjetivo gerando também bem estar feminino coletivo através da saúde sexual feminina e empoderamento.

Palavras-chave:

Design para emoção; *sex toys*; sexualidade feminina; positive design; design para bem estar.

Eixo temático:

Design e práticas de consumo

Objects of desire: sex toys from the perspective of Emotional Design

Abstract:

This article proposes an analysis of the female perception of sex toys from a Emotional Design perspective, taking into account the premises of Positive Design and Design for subjective well-being. The present study uses as an initial cut the use of artifacts by cis woman intending to establish relationships between users and objects in the construction of female identity and sexuality. The research presented is exploratory qualitative through a bibliographic review of the topics addressed and is proposed as an initial perception of the relationships between woman and sex toys, specifically vibrators, with their well-being and positive emotions, serving as input for more in-depth steps with interviews and questionnaires. It can be concluded that thinking about vibrators within the premise of Emotional Design and Positive Design allows the artifact to be designes to favor subjective well-being, also generating collective female well-being through female sexual health and empowerment.

Keywords:

Emotional Design; sex toys; female sexuality; positive design; design for well-being.

1 Design para emoção

O design como área de conhecimento tem por natureza uma definição complexa por poder ser entendida como uma área transdisciplinar que mescla aspectos técnicos que por vezes se complementam com as engenharias e aspectos estéticos que se relacionam diretamente com as artes. Essas determinações caracterizam o design dentro de suas premissas de funções práticas e funções estéticas, porém, a função simbólica dos artefatos de design adquirem um grande peso tanto na intenção de compra como na relação usuário artefato. (CARDOSO, 2000; LOBACH, 2001). Podemos entender o design como um solucionador de necessidades físicas e psíquicas do homem de maneira inteligente, através de projetos a serem configurados em produtos passíveis de produção em série. Para tanto, se faz fundamental compreender também quais são as necessidades do homem e quais as funções do design para supri-las. (BONSIEPE, 2011; LOBACH, 2001).

O homem possui necessidades inerentes que conduzem sua conduta. Essa conduta é sempre guiada a subir tal necessidade que não necessariamente seja lógica ou física para o ser humano. As necessidades surgem de alguma carência e quando são supridas geram um sentimento de prazer e tranquilidade. Foi em busca de eliminar tensões e frustrações geradas pelo seu não suprimento que o homem, desde os primórdios, construiu ferramentas para facilitar nas atividades diárias e satisfazer suas necessidades inerentes. (BONSIEPE, 2011; CARDOSO, 2000; LOBACH, 2001). Quando as necessidades são satisfeitas diretamente pelo uso do artefato, chama-se valor de uso, que trabalha atendendo as necessidades físicas do indivíduo. (CELASCHI, 2007; LOBACH, 2001). As necessidades humanas, no entanto, vão muito além dos aspectos físicos, e devem-se levar em conta as necessidades psíquicas e as relações emocionais dos usuários com os produtos. Para tanto, as funções dadas ao design e aos produtos projetados são abrangentes e vão além da função prática e do valor de uso, mais comumente relacionado quando se pensa em design industrial. (BONSIEPE, 2011; CELASCHI, 2007; LOBACH, 2001). No processo de projetação e configuração de um artefato, é importante que o designer otimize as funções de um produto visando sempre satisfazer as necessidades de futuros usuários. Parte daí o motivos de se compreender a fundo as diferentes necessidades dos usuários e/ou grupos de usuários a quem se pretende projetar. (BONSIEPE, 2011; LOBACH, 2001).

Nesta compreensão, não basta apenas o foco nas funções práticas do produto, fazendo com que o artefato exerça sua atividade de maneira bem sucedida, mas deve-se levar em conta as funções estéticas e simbólicas que tendem a suprir as necessidades ditas psíquicas dos usuários.

As funções práticas dos produtos se relacionam com toda a interação entre usuários e produto que se refira ao nível fisiológico. Isto é, trata da interação do produto com o usuário a partir de seus aspectos de uso e de como o usuário vai se relacionar com as questões práticas do produto. Ergonomia, por exemplo, é uma disciplina que deve ser levada em conta na projetação para que as funções práticas de um produto sejam bem exercidas. Essas funções são fundamentais para que se supram as necessidades físicas do homem, preencham as condições fundamentais para a sobrevivência e mantém a saúde física dos usuários. (LOBACH, 2001). Avaliando o objeto de estudo do presente artigo, os vibradores, podemos avaliar que a função prática do artefato seria a de estimular o clitóris ou canal vaginal feminino a ponto de produzir prazer sexual.

A função estética de um produto se dá em um nível dos processos sensoriais na relação entre o usuário e o artefato. Ao se tratar de processos sensoriais não é apenas a visão que é considerada, mas sentidos como o tato, a audição e mesmo o olfato são incluídos dentro dos processos tratados pela função estética dos produtos. Tudo o que é percebido através dos sentidos do usuário, a estética como a totalidade do produto faz parte desse tipo de função. Ela está atrelada na configuração do objeto e na aparência do produto. Isso inclui questões a serem tratadas como forma, cor, superfície, som, e de como será a percepção consciente dessas características pelo usuário. Muitas vezes, as funções estéticas se sobressaem às funções práticas nos objetos, principalmente quando os produtos possuem características práticas muito semelhantes, fazendo com que as funções estéticas sejam um diferencial na hora da compra e sejam consideradas as características mais marcantes do design. É importante ressaltar que a função estética também se relacionava com as questões ergonômicas visuais dos produtos. Um produto que exerça de maneira bem sucedida sua função estética deve gerar um bem

estar visual ao usuário além de facilitar seu uso. (LOBACH, 2001). Para vibradores, pode-se relacionar a função estética com seus aspectos visuais, como cores e formatos que cada vez mais estão diversificados no mercado, bem como questões sensoriais de textura e materiais, aspecto importante no tato do produto.

A função simbólica trata da relação do usuário com o produto quando se atinge o âmbito da espiritualidade do homem. Este estímulo da espiritualidade pelo objeto se dá quando se estabelece ligações ou conexões com sensações e experiências anteriores. Este tipo de função é determinado também pelos aspectos psíquicos e sociais do uso dos produtos. Para que a função simbólica seja exercida pelo produto de maneira bem sucedida é preciso que ela esteja atrelada aos aspectos estéticos dos produtos, pois é pela aparência percebida sensorialmente e na capacidade mental da associação de ideias que a função simbólica é efetiva. (LOBACH, 2001).

A questão simbólica pode-se dizer que tem ganhado maior importância, principalmente em um momento em que as funções práticas parecem todas resolvidas com os avanços tecnológicos. O que muda com maior frequência são as necessidades psíquicas do homens. As necessidades físicas, em princípio, estão atendidas, o que modifica é a maneira de se relacionar com os produtos que o homem vem assumindo. As mudanças de modo de pensar, mudanças no grupo ao qual pertence, de possibilidades econômicas e dos papéis que assume na sociedade faz com que a maneira que se relaciona com os objetos também vá se modificando. (BONSIEPE, 2011; CELASCHI, 2007). É a partir dessa premissa, de foco na função simbólica, utilizando o Design para Emoção e o Positive Design que os vibradores serão analisados.

Para que se atinja o objetivo de suprir necessidades psíquicas e emocionais o design também se estabelece como uma área interdisciplinar. Esta articulação com outras disciplinas deve ser coordenada com vistas ao resultado global de um projeto, e o designer deve ser capaz de manter a visão de conjunto desse projeto e suas relações com o usuário desde o primeiro momento de projetação. (FONTOURA, 2011; LOBACH, 2001). Há uma complexidade quando se projeta um produto cujos valores se estabelecem em significados, necessitando-se conhecimento baseado na característica de interdisciplinaridade do design para poder inserir nesse processo de projetação conhecimentos sobre aspectos sociais, comunicacionais e psíquicos. (CELASCHI, 2007; FONTOURA, 2011; LOBACH, 2001).

Todo esse conhecimento se faz importante na configuração de um produto, pois o consumo deve ser visto e analisado como algo maior que o que é adquirido para suprir necessidades básicas e imediatas. Os artefatos que são adquiridos pelas pessoas podem ter significados e papéis muito maiores e serem investido de valores socialmente utilizados para sustentar seus estilos de vida. Os artefatos, a partir dessa perspectiva, são a parte visível da cultura. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006).

O equilíbrio entre os aspectos técnicos e as questões simbólicas é o cerne do design:

> A polaridade entre o material e o simbólico, entre estrutura externa e interna, é uma característica típica dos artefatos, enquanto eles são instrumentos e simultaneamente portadores de valores e significados. Os designers têm a tarefa de reconciliar essas duas polaridades, projetando a forma dos produtos como resultado da interação com o processo sociotécnico. (RICCINI, 2005 apud BONSIEPE, 2011, p.25).

É importante perceber que a citação não trata da forma dos produtos e sua interação com a função, mas de seu desenvolvimento sociotécnico. Desta maneira não se restringe o design ao famigerado binômio forma/função e nem o design a um articulador de soluções técnicas para problemas produtivos do tipo industrial. (BONSIEPE, 2011; CELASCHI, 2007). Assim, o design passa a ser visto, de maneira mais abrangente, como cultura do projeto e, a partir dessa designação, consegue perceber a necessidade de concretizar os desejos em bens materiais, serviços ou experiências.

É dentro dessa perspectiva de projetação de artefatos com sua carga de função simbólica priorizada é que o design para emoção se propõe a projetar como a intenção explícita de evitar ou despertar alguma emoção determinada. (DEMIR et al., 2009). A atividade do design sempre se preocupou, de certa maneira, com as questões emocionais inerentes ao produto, principalmente quando se trata das funções simbólicas analisadas por Lobach (2001), que visam oportunizar certos tipos de experiências que

despertem algum tipo de emoção ao usuário através do artefato. O que diferencia essa abordagem específica do design para emoção do que o design vinha fazendo é que para esta área específica, a emoção e suas contribuições são tratadas de maneira muito menos subjetiva pelos profissionais do design, sem que os projetos sejam baseados em suas experiências pessoais ou próprias crenças. (TONETTO; DA COSTA, 2011).

Esta visão embasada das emoções nos projetos foi possibilitada pela união do design com a psicologia, pois permitiu que algumas metodologias servissem como base para comprovar que as emoções desejadas pudessem ser provocadas ou evitadas. Essa parceria com a psicologia é necessária principalmente para a compreensão mais a fundo do que se trata a emoção, para que assim o designer saiba como utiliza-la nos projetos. (DEMIR et al, 2009; TONETTO; DA COSTA, 2011).

Emoções envolvem conceitos e papéis que acabam por ser definidos socialmente. A palavra emoção se refere a um grupo heterogêneo relacionado a eventos, padrões e disposições sociais. As teorias que estudam esses conceitos de emoção cabe se preocupar com os diferentes subconjuntos de eventos ou diferentes aspectos desses eventos que envolvem a representação da emoção. (RUSSELL, 2003; SCHERER, 2005).

Os sex toys, em específico os vibradores, que serão abordados nesse artigo como elemento de análise, se encaixam como exemplo para avaliar os aspectos simbólicos e culturais na relação com as usuárias mulheres pois além de ter uma função prática bem definida de gerar o prazer sexual, pode ser trabalhada em toda sua questão de significados para a mulher.

1.1 Positive Design

Dentro dos estudos de Design para Emoção, Desmet e Pohlmeyer (2013) desenvolveram o conceito de Positive Design. A abordagem tem como objetivo fazer com que emoções positivas como a felicidade sejam o mais duradouras possíveis. Uma maneira de fazer com que o indivíduo se desenvolva no âmbito subjetivo mas que também contribua para o crescimento do bem estar da sociedade.

Os artefatos projetados dentro da premissa do Positive Design auxiliam no bem estar subjetivos das pessoas pela maneira que agregam na vida das pessoas através das suas experiências com os objetos com que se relacionam. O Positive Design se preocupa em projetar para melhorar os aspectos saudáveis da vida como o humor, felicidade e confiança. (DESMET, POHLMEYER; 2013). Nesse sentido, o Positive Design se faz diretamente relevante para o entendimento da relação entre artefato e mulher, quando se trata dos vibradores.

É importante salientar que o bem estar subjetivo objetivado pelo positive design não se estabelece por um componente único. Já que são muitos os fatores que influenciam para a felicidade humana. Para os autores, os três componentes principais para o bem estar subjetivo são: prazer, virtude e significância pessoal. Não é necessários que os três componentes sejam estimulados ao mesmo tempo. Um deles pode permanecer neutro, por exemplo, desde que, não tenha uma influência negativa na experiência.

O design para promover prazer é a soma dos prazeres momentâneos, que acontece no presente, e provoca sensação de relaxamento e diversão. O design para significância pessoal aborda a felicidade vinda de um sentido que a própria pessoa considera importante para sua própria vida. O foco muda do momento presente para objetivos pessoas que podem ser de curto ou longo prazo. No design para virtude o foco muda para um comportamento positivo para dentro da sociedade. Na plenitude do uso desse componente as pessoas entendem o modo como querem se comportar dentro da sociedade. (DESMET, POHLMEYER; 2013).

A abordagem também ressalta que a felicidade é um processo e não um objetivo final a ser alcançado e, para tanto, deve ser analisada a relação entre uma experiência com o artefato e o positive design e não o design diretamente com o positive design, sendo o design um meio para se conquistar o bem estar subjetivo. O positive design é uma abordagem que foca seu propósito no usuário e este é que poderá avaliar seu bem estar subjetivo. (DESMET, POHLMEYER; 2013).

É importante ressaltar que o positive design não se pretende projetar para que as pessoas não se sintam mal nunca, visto que emoções negativas são naturais do ser humano. O objetivo é projetar para que as pessoas atinjam todas as suas potencialidades, abraçando todas as dimensões da vida.

2 Modelo Feminino e sexualidade

Ao se tratar da sexualidade, a partir das teorias de Foucalt, não podemos analisá-la como uma questão isolada e nem autônoma, mas como o resultado instituído historicamente na cultura da sexualidade, como a histerização do corpo feminino ocorrida no século XIX ou a socialização reguladora da procriação e psiquiatrização do prazer desviante. Nesse sentido, o assunto da sexualidade, principalmente feminina, é tratado como tabu por muito tempo. É possível encontrar trabalhos amplos e complexos que permeiam esses meandros e desvendam a sexualidade feminina por diferentes espectros desde o Modelo Feminino de Baudrillard (1976) ou o Mito da Beleza de Naomi Wolf (2005). Lauretis (1994) também utiliza as noções de sexualidade - a partir de Foucault - para contribuir para o entendimento de gênero não como algo intrínseco dos corpos, mas como um resultado dos efeitos produzidos em corpos, comportamentos e relações sociais por meio de um desdobramento de complexa tecnologia política.

Para se compreender o corpo, os artefatos e os hábitos femininos ao longo dos tempos não faltariam fontes de inúmeras naturezas. De documentos médicos a jurídicos, constroem-se informações sobre como as mulheres foram (ou não) consideradas pela sociedade. Deve-se perceber, porém, que a partir desses documentos teríamos uma visão masculina sobre as vivências femininas. Naomi Wolf (2005) chama de “cultura de massa feminina”essa perspectiva masculina sobre o conjunto de práticas vividas pelas mulheres relacionadas com o “ser mulher”e entendidas como supérfluas e secundárias.

Além da visão supérflua das práticas ditas femininas, Baudrillard (1976) discorre sobre como essas atividades, muitas vezes, servem de gratificação própria somente para melhorar-se como objeto de competição na concorrência masculina. Esse Modelo Feminino trata o comprazer da mulher como uma necessidade sendo indispensável a complacência e a solicitude narcisista. A convergência para um modelo é gerada quando as diferenças deixam de opor indivíduos e hierarquizam-se produzindo e reproduzindo esses modelos que renunciam toda diferença real e singularidades. A mulher, portanto, se diferencia ao adotar determinado Modelo Feminino, servindo de ‘boneca consigo própria’(BAUDRILLARD, 1976, p.98). O Modelo Feminino é divulgado pela mídia e os produtos destinados ao público feminino também acompanham e influenciam nesse Modelo Feminino. Essa divulgação em todas as estâncias, inclusive nos produtos, mostra como o Modelo Feminino adquire caráter de senso comum na sociedade contemporânea. O senso comum, segundo Geertz (1997) é um fenômeno presumido, formado pela experiência cotidiana por se basear na vida como um todo. O Modelo Feminino de Baudrillard (1976) de mulher contemporânea foi senso comum na sociedade por muito tempo.

Podemos acompanhar algumas mudanças significativas desses padrões e modelos, além de avanços na percepção, compreensão e educação sobre a sexualidade feminina. Deparando-se com isso, é de grande importância compreender os olhares diante de um artefato projetado para o prazer feminino analisando suas resignificações em um contexto complexo de avanços da teoria feminista costurada com a importância da função simbólica dos produtos analisados. É importante destacar que o objetivo deste trabalho não é construir uma análise do ponto de vista prático dos sex toys, como sua ergonomia ou materiais mais apropriados, mas sim a sua relação simbólica com as usuárias. Como o vibrador pode ser avaliado dentro da premissa do Design para Emoção para provocar emoções positivas e o bem estar subjetivo.

2.1 Objetos de desejo

Ao tratar-se de brinquedos sexuais, mais especificamente vibradores, deve-se levar em conta o tabu que ainda envolve o artefato, principalmente relacionado ao prazer feminino. Um dos exemplos de tal desconforto em relação a tais produtos é o fato de que por muitos anos foram considerados ilegais em alguns países.

Do ponto de vista do design tem-se visto um avanço de formas, cores e possibilidades ergonômicas dos vibradores justamente com suas premissas de funções práticas e estéticas voltadas ao público feminino. Porém, por muito tempo o foco dos sex toys eram os formatos fálicos em grandes proporções, conhecidos como "dildos". A definição do termo "dildo" é obscura. Acredita-se que pode vir do termo dileto, uma palavra italiana para deleite feminino, ou "dally", que significa brincar. Também existem teorias sobre a relação com o termo dill-dolo, originada da palavra "dilla" que significa acalmar. Ou ainda da origem latina, dilatar, que significa "dilatar ou abrir bem". (BECCARI, 2021).

Preciado (2014) questiona a padronização dos sex toys e artefatos destinados ao prazer sexual nesta perspectiva falocêntrica de simulacro do sexo heterossexual. Para combater essa visão o autor cria o conceito de contrassexualidade, que situa o corpo fora das oposições binárias e a sexualidade definida como tecnologia. A tecnologia sexual propõe pensar o desejo e o prazer como produtos. (PRECIADO, 2014).

As novas abordagens em relação aos artefatos com funções práticas de prazer sexual, possibilitaram que o bem estar sexual feminino possa ser entendido como parte da saúde da mulher. O papel social ao qual o corpo feminino é inserido sexualmente é, muitas vezes, o de servidão e castração, e isso propiciou para que o consumo do que gera prazer, para homens ou mulheres, fosse centrado no falo. Porém, percebe-se uma modificação significativa no mercado da sexualidade feminina que se adapta as discussões e necessidades de consumo e, nesse sentido, a educação para uma sexualidade positiva é vista como um ponto de uma vida equilibrada onde a diversidade e tolerância em relação a sexualidade ocupe um lugar primordial. (BRAS et al; 2019; STRÖMQUIST, 2018).

A sexualidade positiva estimula a exploração das sensações que o corpo pode proporcionar e assim incentivar a descoberta do prazer pessoal. Pode-se classificar essa abordagem como uma consequência de todo movimento para o empoderamento do corpo feminino. As premissas da sexualidade positiva fazem com que o mercado também se movimente para dissociar a masturbação do tabu e da vergonha e associa-lo a conceitos de auto conhecimento, bem estar e saúde. Desta forma, dentro do mercado sexual de bem estar, reposiciona-se os produtos eróticos como parte de uma rotina de autocuidado diário.

3 Considerações finais

O design sempre se preocupou em responder às necessidades dos usuários tanto físicas como as ditas psíquicas. Nesse sentido, pode-se tratar em relação as suas funcionalidades, que os artefatos executem funções práticas, estéticas e também uma função simbólica. (LOBACH, 2001). Os vibradores, artefatos considerados para este estudo, têm sua função prática aliada para provocar prazer sexual nas usuárias, porém, pode-se considerar, em uma percepção mais ampla, que a função simbólica do produto extrapola as questões imediatas. A possibilidade de auto conhecimento, de descoberta de prazer pessoal, de saúde sexual e, por consequência, de empoderamento, estão atreladas a possível função simbólica que o vibrador carrega consigo.

O Design para Emoção é a disciplina do design que pretende compreender a interação entre usuários e seus artefatos de maneira que estes provoquem ou evitem alguma emoção. Já o Positive Design pode ser visto como um braço articulado do Design para Emoção que objetiva que os projetos abarcados por sua perspectivas estimulem emoções positivas duradouras e que gerem um bem estar subjetivo. Este bem estar subjetivo estrapola o prazer momentâneo, podendo contribuir para o crescimento do bem estar da sociedade. Desta maneira é possível analisar os vibradores como um artefato que pode estimular emoções positivas nas mulheres, não apenas ligados a sua função prática de proporcionar prazer sexual à usuária, mas como possibilitador de gerar bem estar subjetivo. (TONETTO; DA COSTA, 2011; DESMET, POHLMEYER; 2013).

Se considerarmos que os vibradores passam a fazer parte da saúde sexual da mulher, contribuindo para o descobrimento do próprio corpo gerando autoconhecimento e empoderamento, fica claro como a relação entre usuárias e artefato pode contribuir para a geração de uma emoção positiva que não se restringe ao prazer sexual, mas sim a emoções complexas como orgulho e felicidade. Esse autoconhecimento e empoderamento que tem no design uma ponte entre usuária e bem estar subjetivo

auxilia diretamente no crescimento do bem estar coletivo feminino, atingindo o objetivo das premissas dos projetos de positive design. (BRAS et al; 2019; STRÖMQUIST, 2018)

O avanço do entendimento sobre saúde sexual feminina é recente e ainda acessível para uma parcela restrita da população. Ainda podemos considerar que o Modelo Feminino discorrido por Baudrillard segue em voga dentro de uma sociedade que ainda tem dificuldade em perceber o prazer feminino para além de estar a serviço masculino. (BAUDRILLARD, 1990) Tendo o design como uma ponte importante para modificação de comportamentos (DESMET, POHLMEYER; 2013), compreender as funções simbólicas e emocionais dos vibradores para a saúde das mulheres possibilita que tais artefatos possam ser pensados com intuito de despertar emoções positivas como orgulho e felicidade, por exemplo. Desta maneira, seguindo as premissas do Positive Design, o alcance de bem estar subjetivo seria consequência juntamente com o bem estar coletivo dessas mulheres.

O presente trabalho apresenta primeiras relações e possibilidades teóricas para que se compreenda os vibradores dentro da perspectiva do Design para Emoção e Positive Design, sendo interessante que a presente pesquisa avance para estágios de entrevistas em profundidade com mulheres para a compreensão de suas demandas, preocupações e interesses em relação aos artefatos. (DEMIR et al., 2009). Com essas demandas mapeadas se faz possível compreender melhor os mecanismos de interação usuária produto para, inclusive, gerar insumos de projeto para novas projetações dentro do campo dos sex toys. Entende-se também como limitação desta pesquisa o fato de analisar esta interação entre vibradores e mulheres cis, sendo possível ampliá-la para abarcar outros corpos com vagina.

Referências

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 1976.

BAUDRILLARD, J. Após a orgia. In: **Transparência do Mal:** Ensaios sobre fenômenos externos. São Paulo: Papirus, 1990.

BECARI, Marcos N. **Design e tecnologia sexual:** breve panorama a partir de Faucault e Preciado. In: Periodicus n.16(3), p.63-81, 2021.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade.** São Paulo: Blucher, 2011.

BRÁS, M.; ANES, E.; ANTÃO, C. **Educação para uma sexualidade positiva em crianças e adolescents:** vários olhares! International Journal of Developmental and Educational Psychology, vol. 1, núm. 1, pp. 277-282, 2019.

CARDOSO, R. **Uma introdução à historia do design.** São Paulo: Blucher, 2000.

CELASCHI, F. Dentro al progetto: appunti di merceologia contemporanea. In: CELASCHI, F; DESERTI, A. **Design e innovazione:** strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci Editore, 2007.

DEMIR, E.; DESMET, P.; HEKKERT, P. Appraisal Patterns of Emotions in Human- Product Interaction. In: **International Journal of Design**, 3(2):41-51, 2009.

DESMET, P. M. A.; POHLMEYER, A. E. Positive Design: an introduction to Design for subjective well-being. In: **International Journal of Design**. Vol. 7 no.3, 2013.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

FONTOURA, A.M. A interdisciplinaridade e o ensino de design. In: **Projética Revista Científica de Design**, 2(2): 87-95, 2011.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade 2**: o uso dos prazeres. São Paulo: Graal, 1984.

GEERTZ, Clifford. O senso comum como sistema cultural. In: **O Saber local,** Novos estudos em antropologia interpretativa. Petrópolis, Vozes, 1997.

LAURETIS, T. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, H. B. (org.). **Tendências e impasses:** o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994a. p. 206-242.

PRECIADO, B. **Manifesto contrassexual:** Políticas subversivas de identidade sexual. São Paulo: n-1 edições, 2014.

RUSSEL, J. Core Affect and the Psychological Construction of Emotion. **Psychological Review,** 110(1):145-172, 2003.

SCHERER, K.R. **What are emotions? And how can they be measured?** In: **Social Science Information**, 44(4):695-729, 2005.

STRÖMQUIST, L. **A origem do mundo:** uma história cultural da vagina ou a vulva vs. O patriarcado. São Paulo: Quadrinhos na Cia, 2018.

TONETTO, L.M; DA COSTA, F.C.X. Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. In: **Strategic Design Research Journal**, 4(3):132-140, 2001.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza:** como as imagens de beleza são usados contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.