

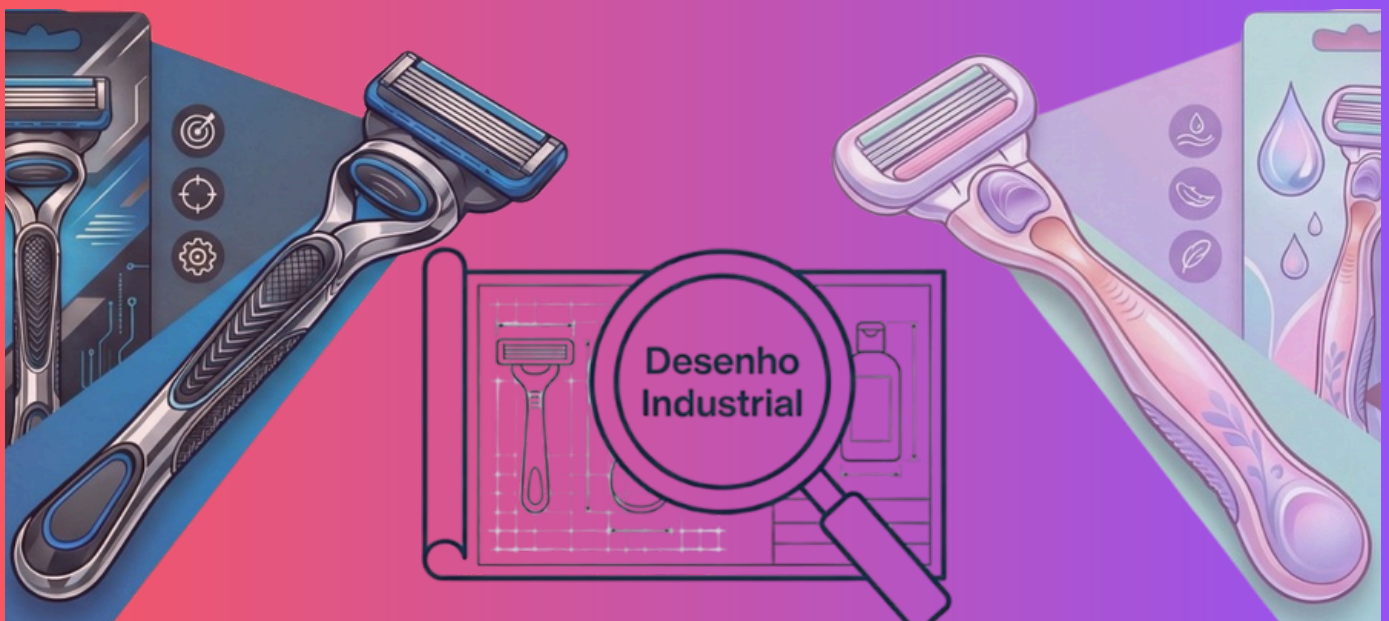


**INSTITUTO FEDERAL DO CEARÁ (IFCE)
MESTRADO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO
(PROFNIT)**

RELATÓRIO TÉCNICO

DESIGUALDADE DE GÊNERO NO MERCADO DE CONSUMO, O DESENHO INDUSTRIAL COMO INDICADOR DA TAXA ROSA: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR DE HIGIENE PESSOAL

CLAUDIANE DUARTE DE OLIVEIRA



CLAUDIANE DUARTE DE OLIVEIRA

PRODUTO PROFNIT – RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO
“DESIGUALDADE DE GÊNERO NO MERCADO DE CONSUMO, O DESENHO
INDUSTRIAL COMO INDICADOR DA TAXA ROSA: UM ESTUDO DE CASO NO
SETOR DE HIGIENE PESSOAL

”

Produto Tecnológico apresentado ao Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT), do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) – Campus Fortaleza, desenvolvido a partir da dissertação intitulada DESIGUALDADE DE GÊNERO NO MERCADO DE CONSUMO, O DESENHO INDUSTRIAL COMO INDICADOR DA TAXA ROSA: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR DE HIGIENE PESSOAL

Orientadora: Prof^{fa} Dra. Cristiane Borges Braga.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
METODOLOGIA	6
DIAGNÓSTICO E ANÁLISE	7
PROPOSIÇÕES	16
CONSIDERAÇÕES FINAIS	22

INTRODUÇÃO

O mercado de bens de consumo contemporâneo é marcado por estratégias sofisticadas de segmentação, que buscam adaptar produtos e serviços a perfis específicos de consumidores. Entre essas estratégias, a segmentação por gênero ocupa posição central, pois se articula a padrões culturais historicamente construídos e reproduzidos nas práticas de consumo.

Nesse contexto, emerge o fenômeno conhecido como taxa rosa, expressão utilizada para designar a diferenciação de preços aplicada a produtos e serviços destinados ao público feminino, mesmo quando apresentam equivalência funcional em relação às versões masculinas.

A taxa rosa não se limita a uma variação pontual de preços, mas se configura como prática sistemática observada em diferentes setores, como higiene pessoal, vestuário, brinquedos e serviços de cuidado. Diversos estudos apontam que essa diferenciação econômica se sustenta em estratégias simbólicas de segmentação, nas quais o design, a comunicação visual e os elementos estéticos desempenham papel fundamental.

Entender o conceito de desenho industrial é importante para compreender o seu funcionamento dentro da dinâmica de mercado. O art. 95 da Lei de propriedade Industrial considera o desenho industrial como “a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto” (Brasil, 1996). A presente pesquisa veio contribuir para estudar o desenho industrial para além do aspecto jurídico-formal e econômico, fazendo um deslocamento analítico ao considerar o desenho industrial como elemento central na compreensão das desigualdades de gênero no consumo.

Nesse contexto, o desenho industrial não se limita à definição formal ou funcional dos objetos, pois incorpora dimensões simbólicas, culturais e comunicacionais. As formas, cores, texturas e linguagens visuais associadas aos produtos carregam significados socialmente construídos, que orientam percepções, expectativas e comportamentos de consumo. Assim, o design pode funcionar como mediador entre identidade de gênero e valor econômico.

Partindo dessa premissa, a dissertação que fundamenta este relatório investigou de que forma o desenho industrial pode atuar como indicador empírico de desigualdade de gênero no mercado de bens de consumo. O estudo foi desenvolvido por meio de análise comparativa entre produtos de aparelhos de barbear e depilar escolhidos por apresentarem equivalência funcional e ampla presença no mercado.

Ao adotar essa abordagem, a pesquisa busca contribuir para a ampliação do debate sobre o papel social do desenho industrial a partir do fenômeno da taxa rosa, integrando perspectivas do design, dos estudos de gênero e da economia do consumo. Ao mesmo tempo, pretende oferecer subsídios práticos para o setor produtivo, por meio da elaboração de diretrizes para práticas mais equitativas de design.

O presente relatório é fruto de um produto técnico que é exigência do Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT). Ao ampliar o debate sobre o desenho industrial e sua atuação no contexto social nos estudos de design, gênero e consumo, esse relatório contribuirá com o setor produtivo a partir da proposição de diretrizes de design inclusivo com intenção de orientar práticas projetuais mais equitativas.

METODOLOGIA

A pesquisa adotou abordagem qualitativa, com características analítico-crítica, como fundamento adequado para interpretar e compreender fenômenos sociais, como o caso do objeto de estudo. Desse modo, a abordagem contribuiu para compreender o design como linguagem simbólica que expressa padrões estruturais como o caso da taxa rosa como estratégia mercadológica.

Foram analisados produtos de higiene pessoal - aparelho de remoção de pelos - pois é um dos produtos que se destacam nos estudos da taxa rosa. Foram selecionados produtos direcionados ao público masculino e feminino com semelhança funcional para serem analisados. Os produtos foram organizados nas categorias: aparelhos recarregáveis, aparelhos descartáveis e refis. As marcas escolhidas são de reconhecimento no cenário nacional. Essa delimitação permitiu comparar produtos com funções equivalentes, reduzindo interferências externas na análise.

A coleta e análise dos dados foram organizadas em quatro matrizes que contribuíram para a organização e análise dos dados, são elas: Identificação geral dos produtos, atributos de desenho industrial, atributos simbólicos e comunicação de gênero e precificação e evidência da taxa rosa. Essas matrizes permitiram estruturar a análise de forma sistemática, articulando dimensões formais, simbólicas e econômicas.

A pesquisa foi desenvolvida em duas etapas complementares. Na etapa qualitativa, foram analisados: Formas e linhas estruturais, Cores predominantes, Elementos gráficos, Linguagem visual e simbólica e Comparação dos preços entre as versões masculina e feminina. Essa combinação metodológica permitiu compreender o desenho industrial como mediador entre estética, significado cultural e valor econômico.

DIAGNÓSTICO E ANÁLISE



Perfil geral dos produtos analisados

Os produtos analisados - aparelhos de barbear e depilar - pertencem ao setor de higiene pessoal e possuem função principal de remoção de pelos corporais. As linhas masculinas e femininas apresentam equivalência técnica, pois utilizam tecnologias semelhantes de lâminas e sistemas de encaixe. Mas, apesar dessa equivalência funcional, as diferenças visuais entre as linhas são expressivas, o que indica a presença de estratégias de segmentação simbólica por gênero.



Segmentação estética por gênero

A análise visual revelou padrões recorrentes entre os produtos masculinos e femininos. Essas diferenças não correspondem a alterações funcionais significativas, mas a construções simbólicas relacionadas a expectativas sociais de gênero.

Nos produtos masculinos, observou-se:

- **Predominância de cores escuras, como preto, cinza e azul.**
- **Linhas angulares e estruturas robustas.**
- **Linguagem associada a desempenho, precisão e tecnologia.**

Nos produtos femininos, observou-se:

- **Predominância de cores claras ou pastel.**
- **Formas curvas e suavizadas.**
- **Elementos associados a cuidado, suavidade e sensorialidade.**



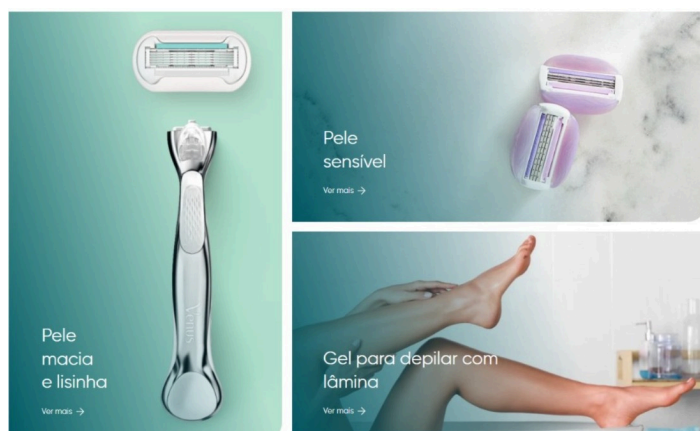
DIAGNÓSTICO E ANÁLISE



Análise simbólica e comunicação de gênero

A linguagem visual dos produtos reforça estereótipos de gênero historicamente construídos. Enquanto os produtos masculinos enfatizam atributos como força, desempenho e tecnologia, os produtos femininos destacam sensações de cuidado, delicadeza e beleza.

Essa construção simbólica transforma o produto em marcador de identidade, pois o objeto deixa de ser apenas instrumento funcional e passa a representar valores culturais associados ao gênero.



Evidências econômicas da taxa rosa

A comparação de preços revelou a presença de sobrepreço em produtos femininos funcionalmente equivalentes aos masculinos. Os dados indicaram:

Incidência da taxa rosa em todas as categorias analisadas.

- Incidência da taxa rosa em todas as categorias analisadas.
- Diferenças percentuais relevantes entre produtos equivalentes.

- Maior impacto em itens de consumo recorrente.

Esses resultados sugerem que a estética feminilizada é convertida em valor econômico superior, mesmo na ausência de melhorias técnicas proporcionais.



★★★★★ 7 avaliações

Aparelho de Barbear Descartável 1 Unidades

Vendido e entregue por **Farmácias Pague Menos** cód.: 49109

Super Oferta

R\$ 8,49 **40% OFF**

R\$ 5,09

1



★★★★★

Aparelho de Depilação Descartável 3 Pink 2 Unidades

Vendido e entregue por **Farmácias Pague Menos** cód.: 96389

R\$ 11,99

1

1 cartucho

★★★★★ (2) Barbear suave e rente

Mach 3 • 1un

Unidade

★★★★★ (12) Gentil com pele sensível

Venus • 1un




Ofertas Sobre Avaliações

Vendido e entregue por Drogasil

Oferta Drogasil

R\$ 29,99 **↓ 27%**

R\$ 21,89

Comprar

Ofertas Sobre Avaliações

Vendido e entregue por Drogasil

Oferta Drogasil

R\$ 33,99 **↓ 27%**

R\$ 24,79

Comprar



★★★★★ 35 avaliações

Carga para Aparelho de Barbear Gillette Mach3 Mais Afiação 4 Unidades

Vendido e entregue por **Farmácias Pague Menos** cód.: 58283

Super Oferta

R\$ 57,99 **30% OFF**

R\$ 40,49

1



★★★★★

Carga para Aparelho de Depilação Gillette Venus Skin Comfort SPA 4 Unidades

Vendido e entregue por **Farmácias Pague Menos** cód.: 116904

Super Oferta

R\$ 72,99 **30% OFF**

R\$ 51,09

1



Aparelho de Barbear Descartável...

GILLETTE PRE...

R\$ 13,49



Aparelho de Depilação Descartável...

GILLETTE PRE...

R\$ 15,49



Matrizes de Análises dos Produtos

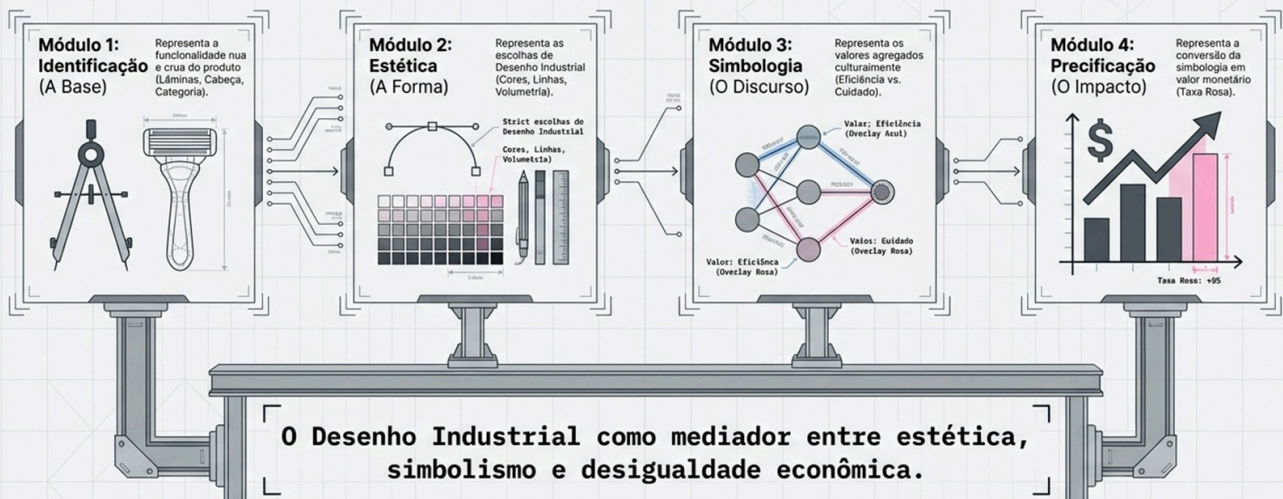
Quadro 1 - Matriz de Identificação e Caracterização Geral dos Produtos

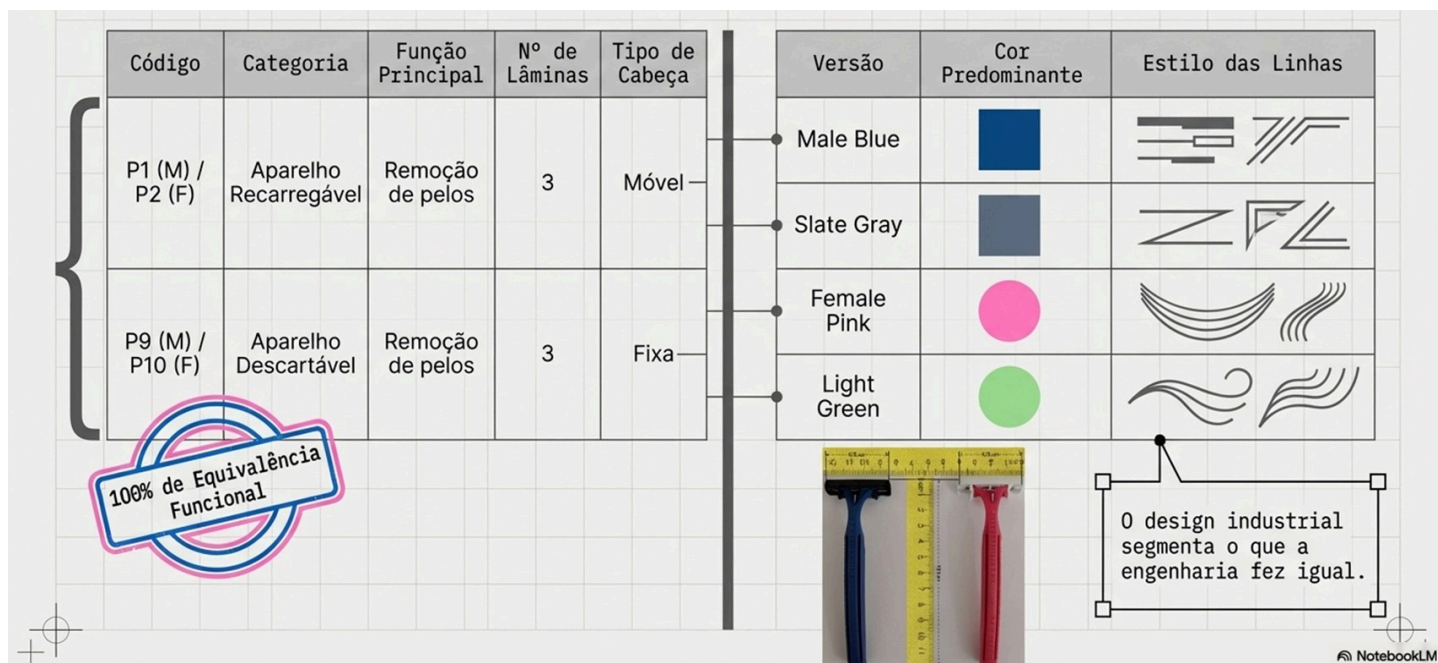
Código	Marca	Versão de Gênero	Categoria	Tipo de produto	Função Principal	Nº de lâminas	Tipo De cabeça
P1	A	Masculino	Recarregável	Aparelho	Remoção de pelos	3	Móvel
P2	A	Feminino	Recarregável	Aparelho	Remoção de pelos	3	Móvel
P3	A	Masculino	Descartável	Aparelho	Remoção de pelos	3	Fixa
P4	A	Feminino	Descartável	Aparelho	Remoção de pelos	3	Móvel
P5	A	Masculino	Refil	Cartucho	Remoção de pelos	3	Não se aplica
P6	A	Feminino	Refil	Cartucho	Remoção de pelos	3	Não se aplica
P7	B	Masculino	Descartável	Aparelho	Remoção de pelos	2	Fixa
P8	B	Feminino	Descartável	Aparelho	Remoção de pelos	2	Fixa
P9	B	Masculino	Descartável	Aparelho	Remoção de pelos	2	Fixa
P10	B	Feminino	Descartável	Aparelho	Remoção de pelos	2	Fixa

Fonte: Autora (2026)

O Design Sob Investigação: As Quatro Matrizes Analíticas

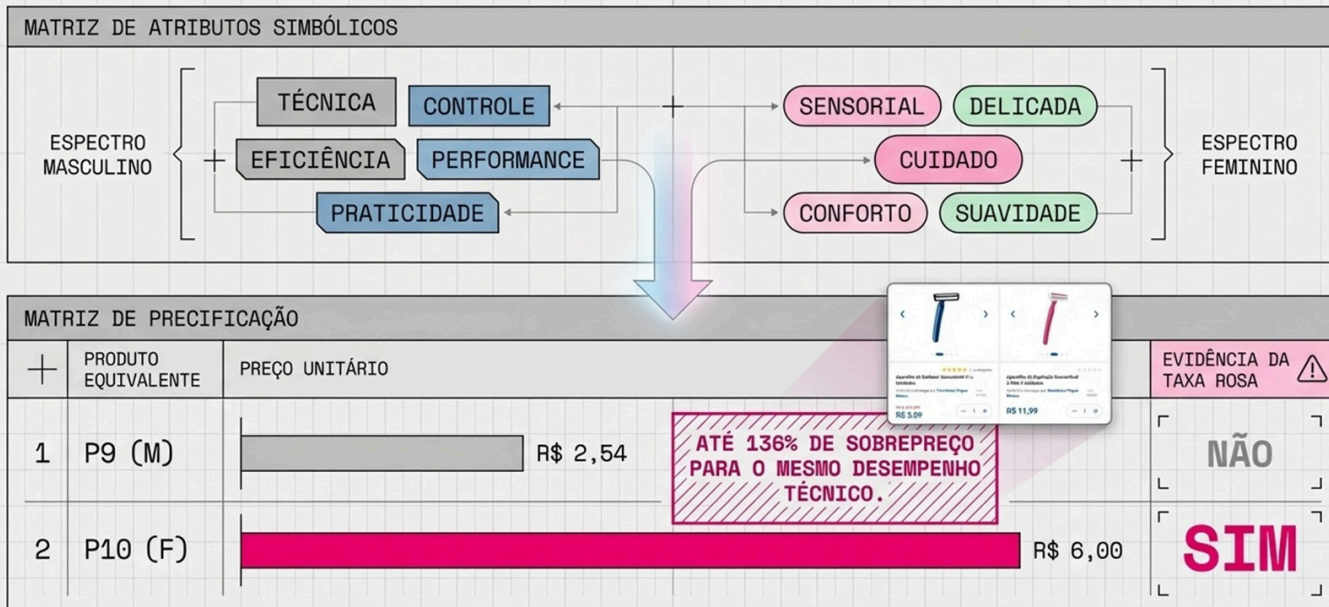
Uma metodologia estruturada para decodificar a desigualdade de gênero no mercado de consumo.





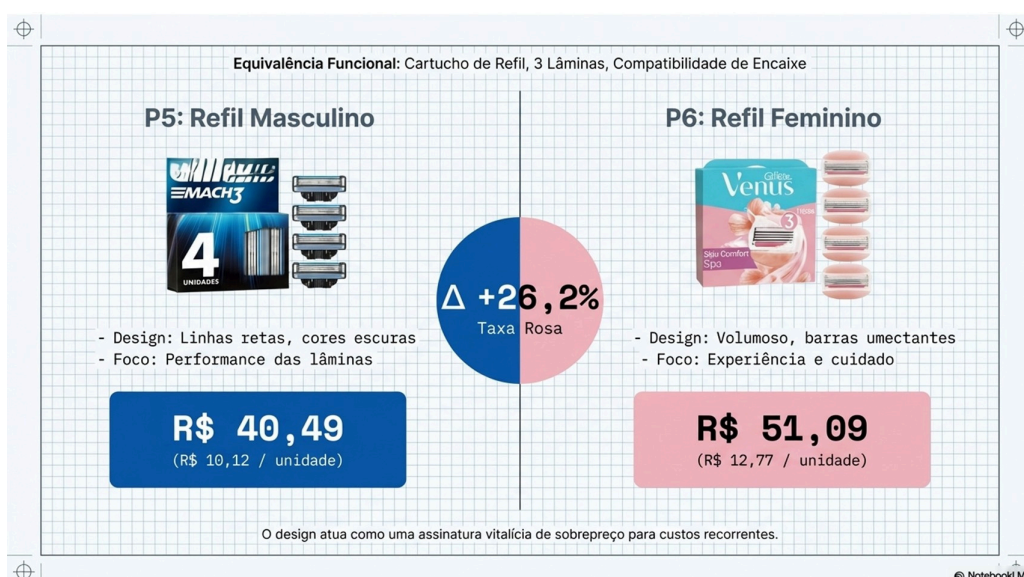
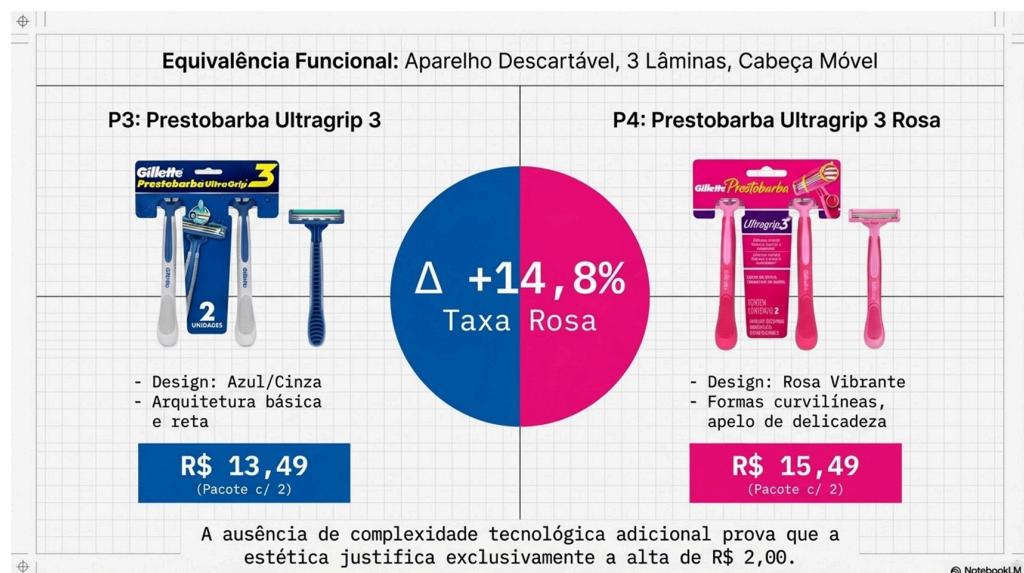
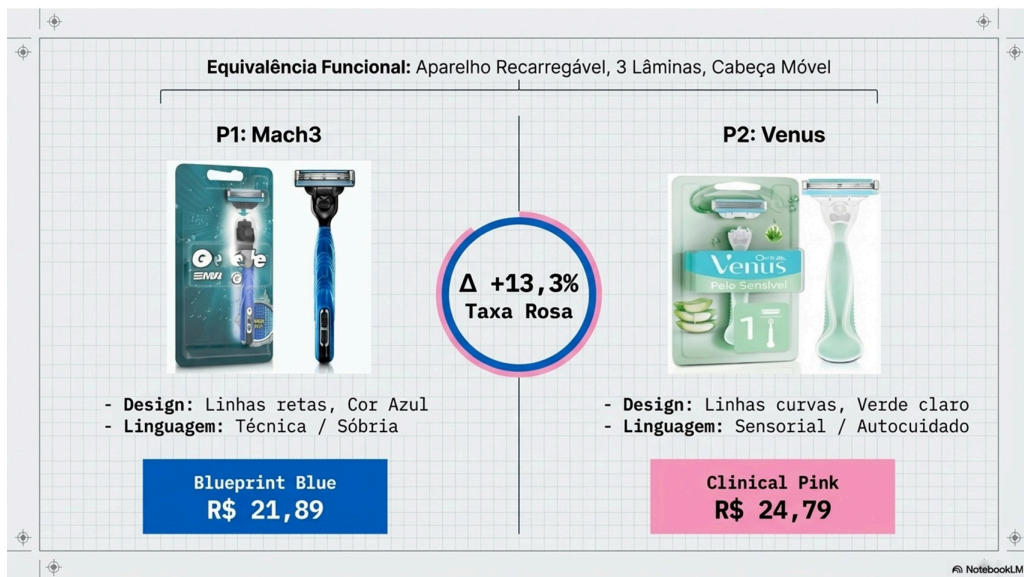
O Preço do Estereótipo: Atributos Simbólicos e a Evidência da Taxa Rosa

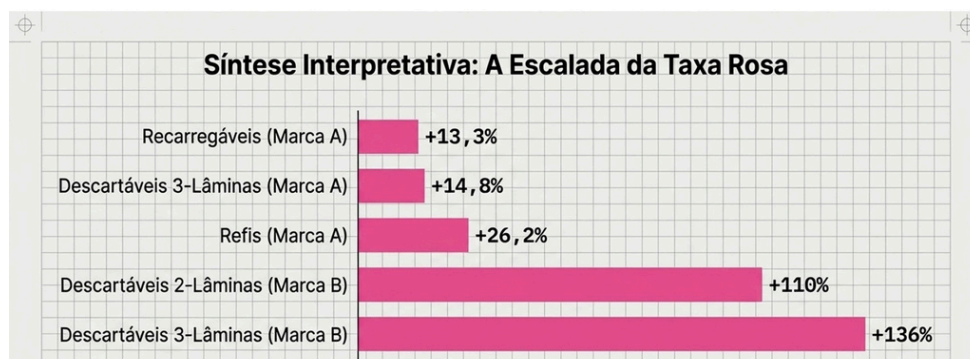
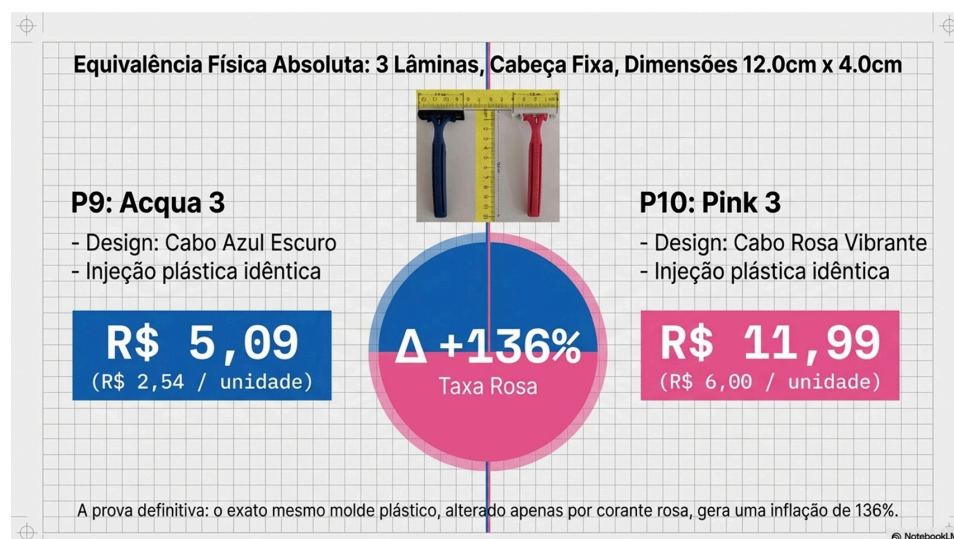
Quando linhas curvas, cores suaves e o discurso de cuidado se transformam em sobrepreços de até 136%.





Impacto da Taxa Rosa: valor adicional pago pelas consumidoras.





O gráfico acima evidencia o impacto econômico direto da chamada Taxa Rosa nos produtos analisados. Observa-se que, em todos os pares comparados, as consumidoras pagam valores superiores aos praticados para os produtos equivalentes destinados ao público masculino. As diferenças variam de aproximadamente de 13% a 136%. Esses resultados indicam que a diferenciação simbólica associada ao design não apenas comunica distinções mercadológicas, mas também se traduz em um custo adicional recorrente para o consumo feminino.

DIAGNÓSTICO E ANÁLISE



O desenho industrial como indicador de desigualdade

A análise integrada das dimensões estética, simbólica e econômica permitiu identificar três padrões principais:

1. Segmentação visual sistemática por gênero.
2. Ausência de correspondência funcional entre design e preço.
3. Conversão da estética feminilizada em valor econômico superior.

Esses padrões indicam que o desenho industrial atua como mediador simbólico da desigualdade de gênero no consumo. O design do produto consolidou-se nesta pesquisa como um indicador técnico eficaz para monitorar desigualdades de gênero no mercado.



PROPOSIÇÕES



DIRETRIZES DE DESIGN INCLUSIVO

Com base nos resultados obtidos, foram elaboradas diretrizes para práticas de design que se preocupem com equidade de gênero. As proposições apresentadas a seguir constituem uma contribuição desta pesquisa e derivam da análise e da discussão dos resultados alcançados na dissertação de mestrado. Tais diretrizes encontram-se fundamentadas no referencial teórico adotado e na interpretação analítica dos dados examinados ao longo do estudo.



Diretrizes projetuais

- Priorizar funcionalidade e ergonomia.
- Evitar diferenciações cromáticas arbitrárias.
- Reduzir elementos estéticos estereotipados.
- Adotar uma linguagem visual neutra ou plural.
- Garantir coerência entre forma, função e preço.



Diretrizes mercadológicas

- Estabelecer políticas de precificação baseadas em critérios funcionais.
- Revisar estratégias de segmentação por gênero que resultem em sobrepreço para produtos destinados às mulheres.
- Evitar comunicação baseada em estereótipos.
- Promover transparência na composição de preços.



Diretrizes institucionais

- Integrar princípios de equidade de gênero nas políticas de inovação.
- Incorporar indicadores sociais no desenvolvimento de produtos.
- Alinhar práticas de design aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

- Incentivar pesquisas em design que se preocupem com questões relacionadas ao gênero.



Diretrizes institucionais

- Integrar princípios de equidade de gênero nas políticas de inovação.
- Incorporar indicadores sociais no desenvolvimento de produtos.
- Alinhar práticas de design aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.
- Incentivar pesquisas em design inclusivo.

DIRETRIZES

1 Centralidade da função no processo de projeto

Os resultados demonstraram que produtos funcionalmente equivalentes foram diferenciados principalmente por atributos estéticos e simbólicos associados ao gênero. Propõe-se, portanto, que a função e o desempenho técnico constituam o eixo estruturante das decisões projetuais, de modo que diferenciações formais não se sobreponham a critérios objetivos de uso. Essa diretriz contribui para reduzir assimetrias injustificadas e fortalece a coerência entre projeto, uso e valor econômico.

2 Redução dos estereótipos de gênero no desenho formal

A pesquisa identificou o uso recorrente de cores, formas e acabamentos associados a estereótipos de gênero, especialmente nas versões femininas. Tais escolhas reforçam expectativas normativas e naturalizam distinções simbólicas. Propõe-se a adoção de linguagens visuais menos generificadas, plurais ou orientadas a atributos funcionais, ampliando a liberdade de escolha do consumidor e reduzindo a associação automática entre gênero e forma.

3 Coerência entre diferenciação formal e ganho funcional verificável

Os achados indicaram que variações técnicas pontuais foram frequentemente

	amplificadas simbolicamente para legitimar preços mais elevados. Propõe-se que qualquer diferenciação de design seja acompanhada de benefícios funcionais claros, mensuráveis e proporcionais, evitando o uso do desenho industrial como instrumento exclusivo de valorização simbólica e econômica.
4 Alinhamento ético entre decisões projetuais e política de preços	A pesquisa evidenciou que o desenho industrial atua como mediador da precificação desigual entre produtos destinados a diferentes gêneros. Assim, propõe-se o alinhamento entre decisões projetuais e políticas de preços mais transparentes e equitativas, favorecendo a adoção de valores compatíveis para produtos com equivalência funcional, independentemente do público a que são direcionados. Essa diretriz possui implicações diretas para práticas empresariais, regulação e defesa do consumidor.
5 Revisão crítica da segmentação de mercado baseada exclusivamente em gênero.	Os resultados mostraram que a segmentação binária sustenta diferenciações simbólicas e econômicas pouco justificáveis do ponto de vista funcional. Propõe-se que o design adote critérios alternativos de segmentação, como

	tipo de pele, sensibilidade, frequência de uso ou preferências individuais, promovendo soluções mais inclusivas e menos propensas à reprodução de desigualdades.
6 Clareza e objetividade na comunicação de atributos do produto e da marca	A análise dos produtos revelou a predominância de discursos simbólicos em detrimento de informações técnicas claras, sobretudo nos produtos femininos. Propõe-se que a comunicação priorize dados objetivos, comparáveis e verificáveis, favorecendo escolhas de consumo mais conscientes e reduzindo assimetrias informacionais. Essa diretriz é particularmente relevante para ações regulatórias, educação para o consumo e autorregulação setorial.
7 Inclusão da avaliação de impactos sociais e de gênero no processo de design	Os resultados demonstraram que decisões projetuais aparentemente neutras produzem impactos sociais relevantes, como a manutenção da Taxa Rosa. Propõe-se a inclusão de avaliações de impacto social e de gênero nas etapas de concepção e desenvolvimento de produtos, reconhecendo o design como prática situada e socialmente responsável.

8. Reconhecimento do desenho industrial como prática ética e política

A pesquisa evidenciou que o desenho industrial participa ativamente da reprodução de desigualdades de gênero no consumo. Propõe-se que designers, empresas e instituições reconheçam a dimensão ética e política das escolhas projetuais, compreendendo o design não apenas como ferramenta de mercado, mas como prática com potencial de transformação social, em consonância com agendas de inovação responsável e desenvolvimento sustentável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



A pesquisa demonstrou que o desenho industrial atua como mediador entre estética, valor simbólico e precificação, configurando-se como indicador empírico das desigualdades de gênero no mercado de bens de consumo.

Os resultados evidenciam que a segmentação estética por gênero, quando desvinculada de ganhos funcionais, pode sustentar práticas de precificação desigual. Nesse contexto, o design deixa de ser apenas solução técnica e passa a atuar como tecnologia social capaz de reproduzir ou transformar padrões de consumo.

As diretrizes de design inclusivo constituem o principal produto técnico desta pesquisa, oferecendo subsídios práticos para empresas, designers e instituições interessadas em desenvolver produtos mais equitativos.