

Mulheres em Foco: Uma Análise Crítica dos Anais do P&D Design em relação à Gênero e Mulheridade

Renata de Assunção Neves (PUC-Rio, Brasil)

renatanevesdesign@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1177-6704>

Julia Lima (PUC-Rio, Brasil)

juliarosalima.design@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0004-3792-9638>

Julia Amaral (PUC-Rio, Brasil)

juliadsamaral@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-0333-1733>

Vera Maria Marsicano Damazio (PUC-Rio, Brasil)

vdamazio@puc-rio.br

<https://orcid.org/0000-0001-8009-2117>

Mulheres em Foco: Uma Análise Crítica dos Anais do P&D Design em relação à Gênero e Mulheridade

Resumo: Este artigo investiga, de uma perspectiva feminista, como a produção acadêmica em design no Brasil aborda as questões de gênero e mulheridade. A pesquisa concentra-se nos anais do P&D Design — principal congresso científico da área no país — cobrindo as edições de 2016, 2018, 2022 e 2024. A partir de uma revisão de escopo, analisamos 158 artigos (7,23% do total de 2184), verificando o crescimento e retraimento dos temas ao longo dos anos. Embora as mulheres representem mais da metade da população, os resultados apontam uma preocupação proporcionalmente insignificante com questões de gênero e mulheridade em relação ao total de artigos publicados, evidenciando a continuidade de um padrão “universal” que marginaliza as experiências femininas. Conclui-se que, apesar de alguns avanços pontuais, ainda persistem barreiras culturais e institucionais que dificultam a consolidação de um design representativo, capaz de abarcar a pluralidade das vivências femininas.

Palavras-chave: Mulheridade, Gênero, Pesquisa em Design.

Women in Focus: A Critical Analysis of the P&D Design Proceedings in Relation to Gender and Womanhood

Abstract: *This article investigates, from a feminist perspective, how academic production in design in Brazil addresses issues of gender and womanhood. The research focuses on the proceedings of P&D Design—the leading scientific conference in the field in the country—covering the 2016, 2018, 2022, and 2024 editions. Through a scoping review, we analyzed 158 articles (7.23% of the total 2,184), examining the growth and decline of these themes over the years. Although women represent more than half of the population, the results indicate a proportionally insignificant concern with gender and womanhood issues relative to the total number of published articles, highlighting the persistence of a "universal" pattern that marginalizes women's experiences. The study concludes that, despite some isolated advances, cultural and institutional barriers still hinder the consolidation of a representative design that encompasses the plurality of women's experiences.*

Keywords: *Womanhood, Gender, Design Research.*

1. Introdução

O universal é masculino. Caroline Criado Perez (2022) afirma que a maioria dos dados que conhecemos é predominantemente masculina e, por meio de inúmeros exemplos, mostra como o mundo segue sendo projetado “por”, “a partir de” e “para” homens. Dessa forma, perpetua-se a crença de que homens seriam o padrão do que é entendido como ser humano, enquanto outras identidades são frequentemente invisibilizadas.

Segundo Perez, as mulheres — mesmo compondo metade da população — não são vistas nem lembradas; quando o são, é quase sempre como “minoria identitária”. Para a autora, o que se entende por “neutro” e “universal” reflete, na verdade, a branquitude e a masculinidade. Assim, “como o homem fica subentendido sem que seja necessário especificar, é importante que as mulheres sejam literalmente mencionadas” (*idem*, p. 23).

Desde sua formação, pessoas designers muitas vezes são ensinadas a projetar com uma suposta “neutralidade” e a buscar soluções “universais” para os problemas, promovendo uma visão paternalista de “bom design” que ignora contextos culturais e sociais. Esse supostamente padrão universal e neutro — ainda amplamente defendido no ensino do design — reflete um paradigma implícito que guia tanto o design quanto a ciência em geral. Alison Place (2023) critica o mito da neutralidade, argumentando que ele é perigoso porque pressupõe que designers são sempre bem-intencionados e imunes aos contextos culturais e sociais que os influenciam. Já Simone de Beauvoir, em *O Segundo Sexo* (2019), apontava que os homens não sentem a necessidade de escrever sobre sua situação no mundo, pois sua experiência é vista como universal. Para Beauvoir, a mulher é definida como alteridade, como “o segundo sexo”, e podemos dizer que ela antecipa a crítica de Place ao afirmar que “a representação do mundo, como o próprio mundo, é operação dos homens; eles o descrevem do ponto de vista que lhes é peculiar e o confundem com verdade absoluta” (*idem*, p. 203).

Como designers alinhadas a práticas feministas, investigamos quantos artigos efetivamente tratam de mulheres ou se concentram em questões de gênero. Observamos que, apesar de as mulheres constituírem metade da população, suas experiências permanecem frequentemente invisibilizadas. Inspiradas em autoras como Perez (2022), que expõe o predomínio de dados masculinos na produção de conhecimento, entendemos que o design ainda se baseia em padrões “universais” que, na prática, excluem o olhar feminino. Assim, buscamos compreender em que medida os estudos do campo reconhecem a pluralidade de corpos, identidades e vivências femininas, contribuindo para uma área mais inclusiva e representativa.

Esse questionamento ao universalismo e à neutralidade no design é parte do legado da teoria e crítica feminista, que, desde as décadas de 1960 e 1970, vem desafiando pressupostos excludentes em diversas disciplinas. Sheila De Bretteville (1976), pioneira em trazer uma perspectiva feminista ao design, criticava o design moderno por valorizar simplicidade e clareza em detrimento de complexidade e ambiguidade, reforçando controle e hierarquia e restringindo a participação e a expressão individual. Sua crítica abriu caminho para práticas mais inclusivas e colaborativas, inspirando novas gerações de designers a refletirem sobre implicações sociais e culturais de suas criações.

Cheryl Buckley (1986) contribuiu a esse debate ao analisar como as necessidades das mulheres eram percebidas no papel de consumidoras. Ela observou que papéis femininos tradicionais eram reiterados tanto pela divisão sexual do trabalho quanto pelos produtos destinados às mulheres. Em *A View from the Interior*, Judy Attfield e Pat Kirkham (1989) revisitaram a história do design sob uma perspectiva feminista, evidenciando como objetos de design moldam a cultura e reforçam padrões de dominação social. A aplicação de uma lente feminista trouxe novas leituras sobre a história do design, revelando camadas de significado antes negligenciadas.

Décadas depois, Buckley (2020) revisitou e expandiu seus argumentos, mostrando como o debate feminista se tornou mais complexo com a Terceira Onda do feminismo e o crescente enfoque na interseccionalidade. A autora destaca que marcadores sociais — como classe, sexualidade, raça, etnia, geografia e gênero — constituem múltiplas subjetividades, obrigando-nos a questionar definições tradicionais de design e o papel de quem projeta, de modo que o campo reflita as diversas formas pelas quais o design é produzido e utilizado.

Por sua vez, Ellen Lupton (2023) afirma que, embora os princípios eurocêntricos do design tenham historicamente apagado diferenças entre as pessoas, novas visões e métodos — como o design feminista — vêm sendo propostos fora desse padrão universal. Contudo, é preciso reconhecer que o termo “design feminista” não é consensual, e algumas autoras preferem se referir a “práticas feministas no design” para destacar a pluralidade de abordagens. Para Lupton, o feminismo é uma forma de pensar e agir, assim como o design é uma prática. “Criar uma prática de design feminista envolve analisar os próprios preconceitos e privilégios, buscando representar diferentes maneiras de ser e abrindo espaço para vozes sub-representadas” (*idem*, p. 11). Assim, perspectivas feministas (no plural) no design têm

desafiado normas estabelecidas, promovendo uma prática mais inclusiva e atenta às diversidades culturais e sociais.

Este artigo, portanto, investiga como as questões de gênero e o que estamos aqui chamando de “mulheridade” são abordadas no campo do design no Brasil. O uso de “mulheridade” faz referência a diversas experiências das mulheres, não restritas apenas às cisgênero. Reconhecemos, porém, que, na maior parte dos artigos analisados, prevalecem estudos sobre mulheres cis. Vale ressaltar que também foram encontrados alguns trabalhos envolvendo mulheres trans, o que indica a necessidade de expandir ainda mais o debate para abarcar diferentes identidades de gênero.

Diante desse contexto, espera-se que a discussão proposta aqui contribua para trazer maior visibilidade às diversas experiências femininas (abrangendo mulheres cis, trans e outros marcadores identitários) e sirva de subsídio para reflexões críticas acerca de como o campo do design pode avançar em direção a práticas efetivamente mais inclusivas e representativas.

2. Metodologia

Este estudo realiza uma revisão de escopo sobre como questões de gênero, mulheridade e perspectivas feministas são abordadas nos anais do P&D Design. A revisão de escopo foi escolhida por sua flexibilidade e amplitude, permitindo mapear a literatura de modo sistemático, identificar lacunas e apontar tendências emergentes no campo do design (Tricco *et al.*, 2018).

A escolha do P&D Design – Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design se justifica por sua relevância e tradição no cenário acadêmico e profissional do design no Brasil e na América Latina. Realizado de forma bienal ao longo de 30 anos, o congresso acolhe trabalhos de diversas instituições de pesquisa e programas de pós-graduação, abrangendo dimensões teóricas, históricas, metodológicas, tecnológicas, pedagógicas e sociais.

Para fins de análise, foram eleitas as edições de 2016, 2018, 2022 e 2024, consideradas aquelas em que se identificou um volume expressivo de publicações relacionadas às temáticas deste estudo. Optou-se por essas edições também para observar eventuais oscilações no período, embora se reconheça que a ausência de evento em 2020 (em razão da pandemia de COVID-19) possa ter impactado tanto o volume quanto a natureza das publicações. Em termos absolutos e relativos, tais dados devem ser analisados com cautela ao longo das discussões posteriores.

Inicialmente, buscava-se investigar artigos que se declarassem explicitamente “design feminista”. Contudo, dada a baixa recorrência do termo, ampliou-se o escopo para contemplar também pesquisas que abordassem

gênero, feminismo ou mulheridade de forma direta ou indireta. Assume-se aqui um uso crítico de conceitos como “mulheridade” e “papéis sociais”, cientes dos debates que tensionam suas definições e possíveis usos excludentes. Salienta-se, inclusive, que a maior parte dos artigos contempla mulheres cisgênero, mas foram encontrados trabalhos dedicados a outras identidades femininas, incluindo mulheres trans. Assim, o termo “mulheridade” não se restringe a uma noção binária ou transexcludente.

Os critérios de inclusão (Tabela 1) contemplaram estudos:

- *Que apresentassem reflexões sobre perspectivas feministas no design.
- *Que abordassem questões relativas à mulheridade (ex.: maternidade, envelhecimento, adolescência feminina).
- *Que discutissem gênero de forma crítica, mesmo sem se autodeclarar “design feminista”.

Para operacionalizar esses critérios, definiu-se um conjunto de palavras-chave e radicais, de modo a capturar artigos que pudessem não utilizar as palavras exatas, mas estivessem alinhados ao tema (p. ex.: “femini-”, “mulher-”, “menin-”, “mater-”, entre outros). Variações como “artesã”, “mãe”, “menina” também foram consideradas.

Tabela 1. Critérios de Inclusão e palavras-chave utilizadas na busca

CRITÉRIO	DESCRIÇÃO	PALAVRAS-CHAVE	OBJETIVOS
Pesquisas críticas relacionadas a gênero	Artigos que abordam questões de gênero, inclusão de perspectivas femininas e aplicação de teorias feministas no design	Femini*	Capturar artigos que explorem explicitamente conceitos teóricos feministas.
		Gênero	Incluir pesquisas que abordem questões críticas de gênero
Pesquisa e desenvolvimento de projetos específicos relacionados à mulheridade	Artigos que abordem questões específicas da mulheridade	Femini*	Capturar artigos que abordem sobre questões relativas ao feminino
		Mulher*	Selecionar artigos relacionados às mulheres
		Menin*, Adolescente	Encontrar artigos relacionados à meninas e meninos
		Mãe	Selecionar artigos relacionados à maternidade, maternagem, entre outros.
		Mater*	
		Gestante, Puerpério, Lactante	
		Idosa, Climatérica	Incluir artigos relacionados ao envelhecimento feminino

FONTE: das autoras

Seguindo adaptações das diretrizes de Tricco *et al.* (2018), a revisão de escopo ocorreu em etapas (Tabela 2):

Tabela 2. Etapas da revisão de escopo. Fonte: das autoras

ETAPA	DESCRIÇÃO
Identificação dos Artigos	Busca de artigos utilizando palavras-chave definidas
Triagem Inicial	Verificação se os artigos atendem aos critérios de inclusão estabelecidos
Confirmação	Verificação dos títulos nos anais para confirmar se todos os possíveis artigos foram incluídos na análise
Leitura e Codificação Manual	Análise detalhada dos artigos e codificação de acordo com as categorias pré-definidas
Criação de Categorias Temáticas	Desenvolvimento de categorias baseadas nas teorias feministas e objetivos do estudo
Revisão dos Artigos	Leitura detalhada e codificação manual para garantir uma análise contextualizada e detalhada
Análise Quantitativa e Qualitativa	Utilização de gráficos e tabelas para visualizar tendências e padrões identificados
Interpretação dos Achados	Discussão dos resultados à luz das teorias feministas e do contexto do design no Brasil

FONTE: das autoras

O levantamento inicial, realizado por meio da busca de artigos utilizando as palavras-chave pré-definidas nos anais em geral, resultou em 15 artigos em 2016, 22 em 2018, 26 em 2022 e 21 em 2024, totalizando 84. Porém, durante a etapa de confirmação — na qual revisamos os títulos para verificar se todos os possíveis artigos haviam sido incluídos — constatamos que muitos trabalhos pertinentes à temática não apresentavam as palavras-chave em seus títulos ou resumos.

Diante disso, decidimos refinar nossa estratégia de busca, examinando cada trabalho integralmente para localizar os termos selecionados, buscando-os manualmente dentro do PDF por meio da ferramenta de pesquisa (lupa). Esse procedimento ampliou significativamente os resultados: foram selecionados 28 artigos em 2016, 48 em 2018, 42 em 2022 e 40 em 2024, perfazendo um total de 158 artigos, conforme demonstrado no gráfico abaixo (Figura 1).

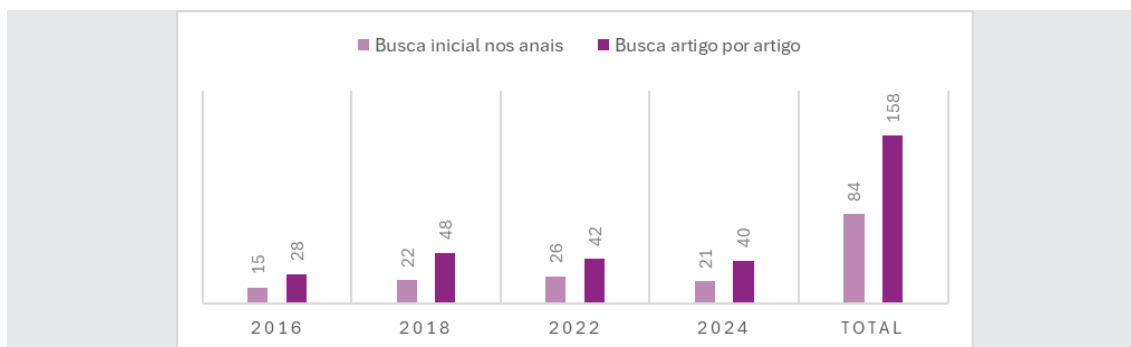


FIGURA 1. Diferença entre os resultados encontrados buscando as palavras-chave no título e resumo e no corpo do texto. Fonte: das autoras

Depois de identificados, todos os artigos foram classificados segundo os principais tópicos abordados, levando em conta:

- Foco em teorias feministas aplicadas ao design.
- Questões específicas da mulheridade (maternidade, menopausa, adolescência, entre outras).
- *Reflexões sobre equidade e inclusão de diversas identidades femininas no processo de projeto.

Para a análise quantitativa, utilizou-se Microsoft Excel, dada sua praticidade para organização, tabulação e confecção de gráficos. Verificou-se tanto a quantidade absoluta de artigos por edição quanto a proporção deles no total de publicações do evento. Também se buscou comparar edições entre si para avaliar possíveis oscilações na produção, embora quaisquer conclusões sobre crescimento ou decréscimo devam levar em conta a ausência do evento em 2020 e variações de número de submissões gerais.

Em paralelo, a equipe conduziu uma análise qualitativa, fundamentada em leitura crítica e codificação manual, permitindo agrupar os artigos conforme suas abordagens mais específicas (ex.: design para mulheres idosas, metodologias participativas feministas, questões de identidade de gênero para além das mulheres cis). Apesar desse esforço, observou-se que poucos artigos exploram a interseção entre gênero e raça ou gênero e classe quando se trata de mulheres que também são designers ou pesquisadoras. Nesse sentido, o estudo não localizou artigos que trouxessem especificamente a temática de mulheres negras enquanto designers, evidenciando uma lacuna de pesquisa. Houve, contudo, alguns artigos centrados em mulheres trans, ainda que em menor quantidade.

3. Resultados

A análise das edições de 2016, 2018, 2022 e 2024 do P&D Design resultou na seleção de 158 artigos, dentre um total de 2184 trabalhos. Esse conjunto

corresponde a 7,23% de todos os artigos publicados no evento, indicando que as temáticas relacionadas a gênero, feminismo e mulheridade — embora em crescimento em comparação com as primeiras edições do congresso — ainda representam uma fração relativamente pequena das publicações (Figura 2).

Em termos de distribuição por edição, houve um aumento inicial em números absolutos, passando de 28 artigos (5,22%) em 2016 para 48 artigos (8,29%) em 2018. Em seguida, observou-se uma ligeira queda para 42 artigos (8,45%) em 2022 e 40 artigos (6,99%) em 2024. Ressalta-se, porém, que, ao se considerar percentuais, o decréscimo entre 2018 e 2022 não se confirma (há inclusive ligeira alta percentual de 8,29% para 8,45%). O cenário, portanto, apresenta variações tanto em números absolutos quanto em proporcionais, sugerindo uma tendência de estabilidade ou pequeno aumento no interesse pelos temas, embora não necessariamente uma “curva de crescimento” contínua (Figura 3). A não realização do evento em 2020, em razão da pandemia de COVID-19, pode ter influenciado na quantidade e natureza das submissões, devendo-se analisar esses dados com cautela.

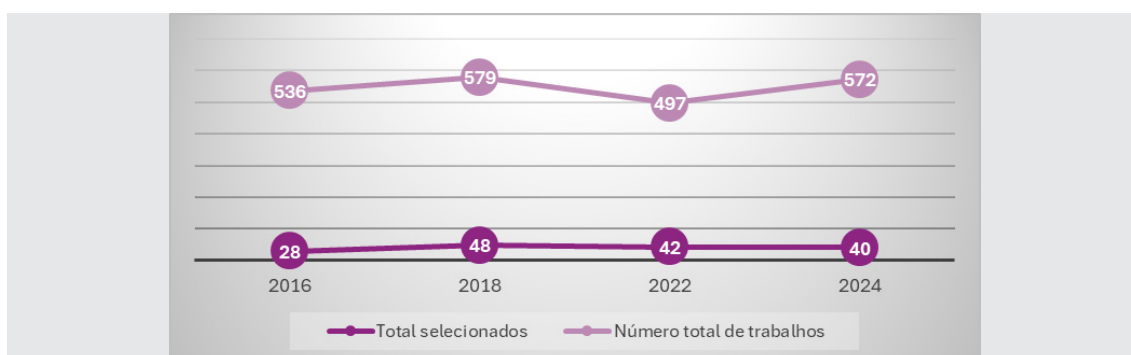


FIGURA 2. Gráfico do percentual aproximado de artigos incluídos na pesquisa, por edição. Fonte: das autoras

Apesar de as mulheres representarem mais da metade da população, estudos que abordam gênero e mulheridade seguem pouco expressivos, possivelmente devido à ideia de um design “universal e neutro”, historicamente centrado em visões masculinas e brancas (Perez, 2023; Marçal, 2023). Tal viés faz com que demandas e interesses das mulheres — cis e trans — recebam atenção limitada, contribuindo para apenas 7,23% de representatividade no total das publicações analisadas. Trata-se, portanto, de um indicativo de como esses temas ainda podem ser percebidos como “secundários” ou menos relevantes em alguns círculos de pesquisa em design.

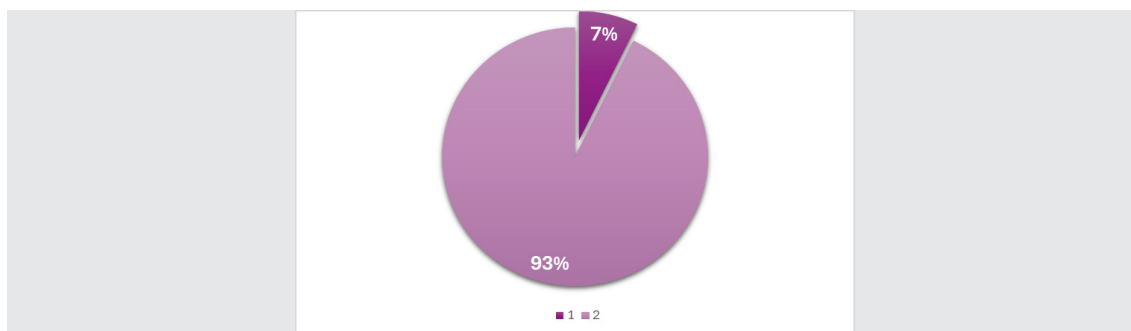


FIGURA 3. Gráfico de pizza percentual aproximado de artigos incluídos na pesquisa. Fonte: das autoras

3.1 Abordagens por ano

Com o objetivo de compreender como cada estudo enfoca a mulheridade no campo do design, os artigos foram organizados em três categorias principais. A primeira, “desenvolvimento de produtos”, se refere a estudos que apresentam resultados concretos em termos de criação ou aprimoramento de objetos, sistemas ou serviços, voltados especificamente para demandas femininas ou fundamentados em perspectivas feministas. Essas pesquisas chamam atenção para o fato de que produtos supostamente “neutros” muitas vezes ignoram as necessidades das mulheres, deixando-as à margem e que esses projetos a reposicionam no centro de interesse.

A segunda abordagem, “teórica”, refere-se às pesquisas voltadas a perspectivas conceituais, históricas e críticas sobre feminismo, gênero e mulheridade, sem necessariamente propor um produto ou método aplicado. Aqui, destacam-se trabalhos que resgatam figuras femininas importantes, reavaliam teorias consolidadas e promovem reflexões críticas para o campo do design.

Já a terceira abordagem, “aplicação de métodos”, refere-se a investigações que descrevem e/ou avaliam métodos de pesquisa e projeto e cuja prática em si já promove transformações para quem participa. Nesse tipo de abordagem, o empoderamento das pessoas envolvidas é parte essencial do processo, pois o método adotado busca mudanças efetivas na perspectiva e na atuação das participantes.

A abordagem teórica manteve-se a mais frequente ao longo de todo o período, variando de 61% (2016) a 53% (2024). Em 2018, por exemplo, aproximadamente 48% dos artigos tinham caráter teórico, 23% se concentravam no desenvolvimento de produtos e 29% na aplicação de métodos. A categoria Aplicação de Métodos tem crescido gradualmente, indo de 32% (2016) para 35% (2024), revelando maior interesse em procedimentos de pesquisa e projeto que valorizem a participação ativa e a transformação social.

Já o Desenvolvimento de Produtos, ainda que seja a abordagem menos frequente, passou de 7% (2016) para 13% (2024), demonstrando um interesse crescente em soluções práticas para demandas específicas das mulheres. Esse movimento sugere não apenas o amadurecimento do debate sobre gênero e diversidade no design, mas também a busca por estratégias concretas que enfrentem lacunas reconhecidas no campo. Ainda assim, se considerarmos todo o conjunto analisado, a construção teórica permanece bastante presente, evidenciando a força do questionamento conceitual nas pesquisas brasileiras sobre feminismo e design.

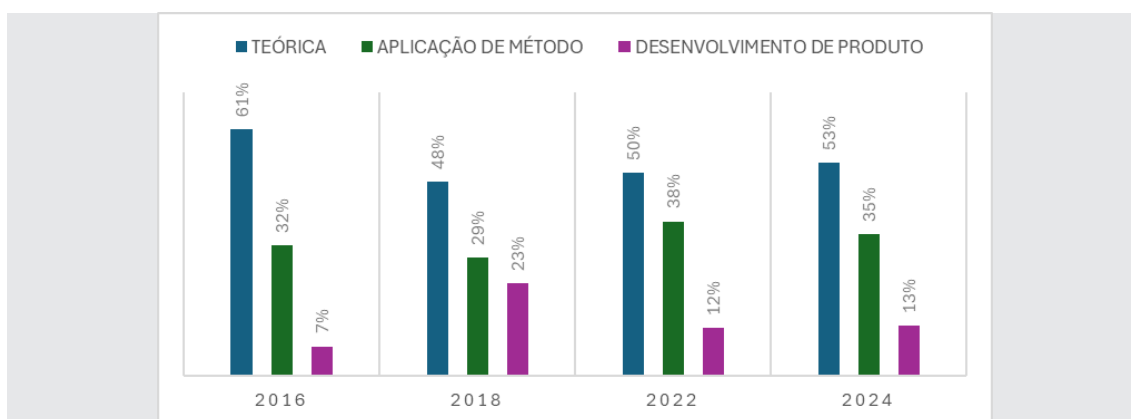


FIGURA 4. Gráfico do percentual das abordagens ao longo das edições. Fonte: das autoras

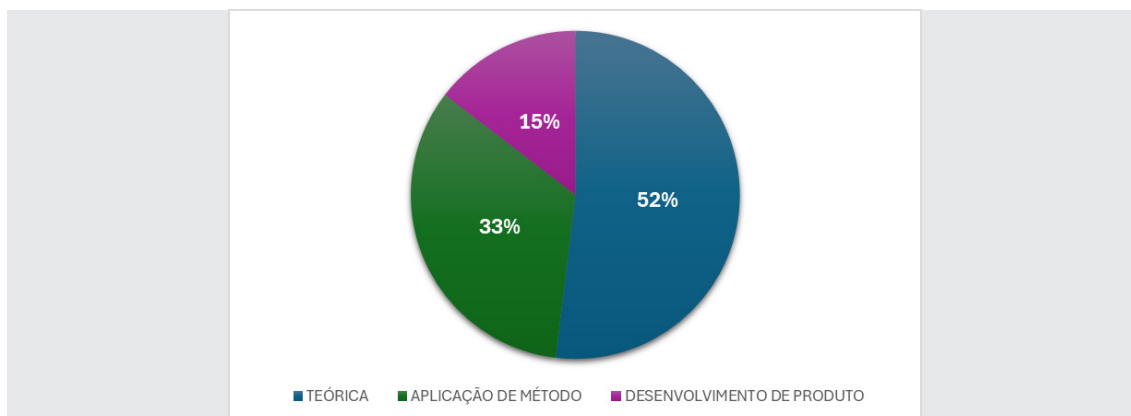


FIGURA 5. Gráfico em pizza do percentual total das abordagens. Fonte: das autoras

Observa-se, portanto, que, embora relativamente poucos em comparação ao total de artigos do P&D Design, os trabalhos sobre gênero e mulheridade vêm consolidando um percurso que combina investigações conceituais com iniciativas práticas. Por outro lado, permanecem lacunas como a integração de marcadores sociais de raça e classe nos estudos de interseccionalidade, tema que não apareceu com destaque na amostra analisada. Esse panorama,

contudo, oferece pistas de que o campo está em evolução, abrindo espaço para perspectivas mais inclusivas e plurais nos próximos anos.

3.2 Grupos Investigados

A Figura 6 ilustra a diversidade de grupos contemplados nos artigos analisados, demonstrando o esforço em abordar diferentes experiências e dimensões da mulheridade – aqui entendida de forma ampla, embora, na maior parte dos estudos, a ênfase ainda recaia sobre mulheres cisgênero. Entre os grupos, destaca-se aquele constituído por Designers, Arquitetas e Artistas (18%), evidenciando a preocupação em dar visibilidade a mulheres que atuam em atividades de criação e pensamento de design. Nesse conjunto, encontram-se pesquisas sobre formação acadêmica, desenvolvimento profissional e reflexões sobre o próprio campo do design, incluindo a educação de futuras/os designers.

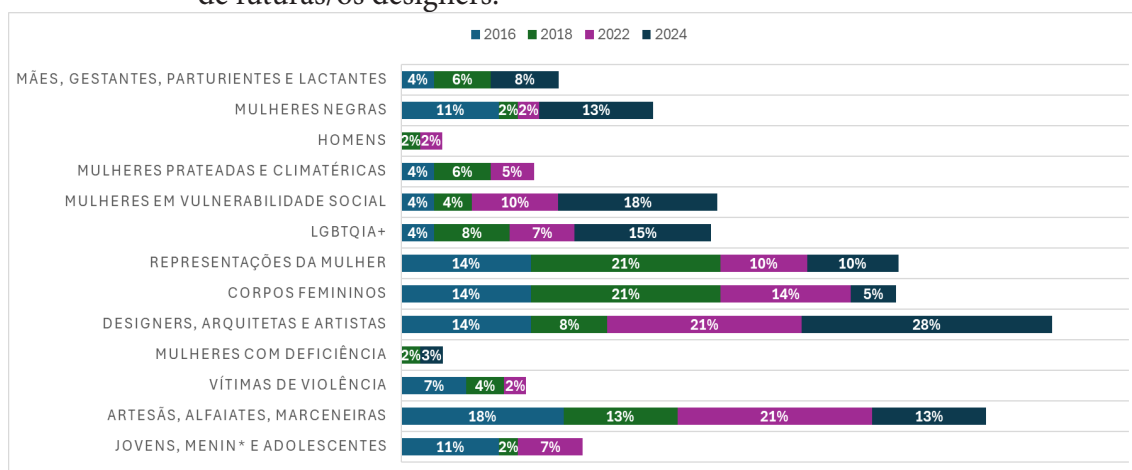


FIGURA 6. Gráfico com a distribuição dos artigos segundo os grupos investigados. Fonte: das autoras

Outro grupo de destaque é o de Artesãs, Alfaiates, Marceneiras e Agricultoras (16%), o que sinaliza o interesse por práticas manuais, tradicionais, comunitárias e rurais. Esses estudos evidenciam a autonomia feminina em contextos artesanal e agrícola, bem como o valor de tecnologias sociais que emergem dessas atividades, frequentemente marginalizadas no mainstream do design.

No que se refere a Corpos Femininos (14%), são incluídos artigos que discutem saúde e bem-estar das mulheres, geralmente sem aprofundar marcadores interseccionais, ou seja, sem discriminar claramente recortes de raça, classe ou outras identidades de gênero. Já as pesquisas sobre Representações da Mulher (14%) concentram-se em analisar como mulheres são retratadas no design, na mídia ou em outros meios sociais, buscando problematizar

“papéis sociais” de gênero – aqui empregados de maneira crítica, reconhecendo que tais papéis não são fixos ou neutros, mas sim construções sociais. Nesse sentido, as representações femininas são debatidas na perspectiva de inclusão de narrativas mais alinhadas à pluralidade das vivências femininas.

Quanto aos grupos LGBTQIAPN+ (9%) e Mulheres em Vulnerabilidade Social (9%), percebe-se uma ampliação da interseccionalidade no campo do design, embora ainda incipiente. Esses percentuais indicam que questões de gênero vêm sendo cruzadas com temas como sexualidade, raça e classe social, apontando a necessidade de abordagens cada vez mais integradas. Vale lembrar que, embora a maior parte dos artigos trate de mulheres cis, também se encontram estudos dedicados a mulheres trans, reforçando a importância de contemplar diferentes identidades de gênero.

Já os grupos vinculados a vítimas de violência (3%) e mulheres com deficiência (1%) permanecem pouco representados. Esse dado revela lacunas significativas, sugerindo que há necessidade de aprofundar pesquisas que dialoguem com essas realidades e proponham soluções ou reflexões de design mais inclusivas. Outro aspecto relevante é a oscilação nas investigações sobre Mulheres Negras (6%), algo que demanda um recorte racial mais rigoroso e abrangente. Embora a revisão de escopo incluísse termos relacionados a raça e intersecção (por exemplo, mulheres negras que são designers), foram encontradas poucas publicações que combinassem esses marcadores, o que evidencia uma carência de estudos nessa esfera.

Por fim, grupos como jovens, meninas e adolescentes (4%) e mães, gestantes, parturientes e lactantes (4%) aparecem em proporções relativamente modestas, com variações anuais pouco expressivas. Ainda assim, a presença dessas categorias sugere que, embora minoritária, a discussão sobre faixa etária e momentos específicos da vida feminina vem ganhando alguma atenção, abrindo caminho para que futuramente pesquisas ampliem o olhar para as diferentes fases, identidades e demandas das mulheres no campo do design.

3.3 Áreas de Atuação do Design

A análise das áreas de atuação do design (Figura 7) aponta uma maior concentração de artigos em Design Gráfico + Comunicação Visual (28%), seguida por Moda (20%), Design Comunitário (15%) e Design de Produto (11%). Cada uma dessas áreas reflete preocupações específicas e diferentes modos de atuação, evidenciando como as questões de gênero e o que chamamos de “mulheridade” — entendida de forma inclusiva, embora ainda com prevalência de mulheres cisgênero nos artigos — se manifestam em variados contextos.

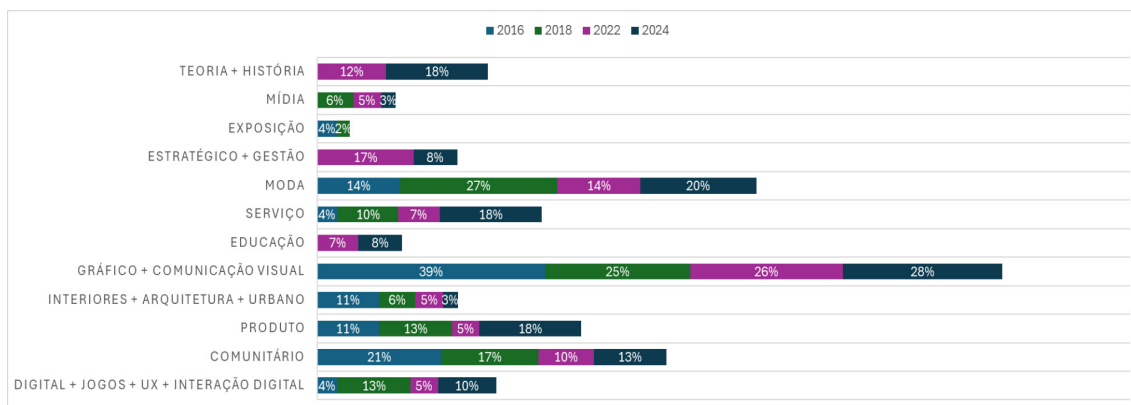


FIGURA 7. Gráfico das Áreas de Atuação do Design. Fonte: das autoras

No Design Gráfico e Comunicação Visual, destaca-se a forma como as mensagens são veiculadas e de que maneira as mulheres são representadas ou convidadas a participar, em particular quando se questiona o mito de um design “universal e neutro”. Há trabalhos que enfocam cartazes, identidades visuais e outras peças voltadas a dar visibilidade às pautas de gênero, reforçando a expressão de grupos historicamente sub-representados. Já na área de Moda, a ênfase recai na interseção entre vestuário e identidade de gênero, envolvendo tanto análises sobre a construção social do corpo feminino quanto o desenvolvimento de peças que respondam às demandas de diferentes grupos de mulheres — não apenas cis, mas também trans, onde mencionado.

O Design Comunitário, representando 15% dos artigos, mostra o interesse por práticas colaborativas e metodologias inclusivas, voltadas ao empoderamento de mulheres em contextos diversos (urbanos ou rurais). Frequentemente, esses projetos incluem grupos em situação de vulnerabilidade, abordando desde geração de renda até intervenções espaciais que considerem segurança e bem-estar feminino. Nesse campo, fica clara a importância de integrar recortes que considerem também raça, classe e outras identidades, ainda que em muitos trabalhos essas interseccionalidades não sejam aprofundadas.

No Design de Produto (11%), observa-se a preocupação em desenvolver objetos, sistemas ou serviços que respondam às especificidades de gênero, frequentemente invisibilizadas em concepções supostamente neutras. Alguns artigos tratam do desenho de mobiliário ou utensílios que levem em conta diferenças de uso, bem como das desigualdades socioculturais que impactam mulheres na produção e na fruição de artefatos. Outra vertente recorrente discute a aparente dicotomia entre design e artesanato, questionando a hierarquia que desvaloriza produções artesanais — em grande parte realizadas

por mulheres — e reforçando a necessidade de reconhecer e valorizar essas práticas no campo do design.

Já áreas como Exposição (1%), Interiores + Arquitetura + Urbano (6%) e Teoria + História (8%) apresentam percentuais menores, embora se perceba um crescimento significativo na produção teórica em 2024 (atingindo 18%). Tal crescimento sugere que o interesse por debates conceituais e históricos ligados à mulheridade, feminismo e gênero está em expansão, mas ainda há potencial para se aprofundar a discussão sobre como essas questões se materializam na concepção de espaços e na organização de mostras e exposições — campos que, historicamente, receberam menor enfoque crítico sobre gênero.

Outro ponto relevante é a presença de trabalhos em Digital + Jogos + ux + Interação Digital (8%) e Serviço (10%), sinalizando como a experiência do usuário, a inovação e a acessibilidade passaram a incluir, em maior ou menor grau, preocupações com gênero. Nesse contexto, alguns artigos ressaltam a importância de incluir mulheres (cis e trans) nas fases de ideação, prototipagem e teste de sistemas e serviços, contribuindo para o desenvolvimento de soluções mais abrangentes e verdadeiramente inclusivas.

4. Discussão dos Resultados

Apesar de identificarmos esforços pontuais para ampliar a discussão sobre gênero — com estudos que englobam diversos grupos, desde artesãs até mulheres em situação de vulnerabilidade — o alcance dessas iniciativas é limitado. Por “esforços pontuais”, entendemos ações ou pesquisas que, embora relevantes, surgem de forma isolada e não articulada a um movimento mais amplo de transformação no campo do design. É preocupante que apenas 7,2% dos artigos dos anais do P&D abordem questões relacionadas a gênero e mulheridade, evidenciando a persistência do paradigma do “design neutro” que contribui para a omissão e desvalorização dessas pautas.

Embora os dados indiquem alguma expansão do tema, a representatividade atual ainda não promove uma transformação significativa no campo. A análise dos artigos revela uma tentativa de incorporar diferentes perspectivas — incluindo desde corpos femininos até mulheres prateadas, meninas e adolescentes, mães, mulheres negras e mulheres LGBTQIAPN+ —, mas essa expansão permanece restrita, reforçando a necessidade de fortalecer a presença e a voz dos estudos feministas no design. É importante frisar, contudo, que discutir temas ligados às mulheres não exige, necessariamente, que se adotem princípios feministas de maneira explícita. Neste trabalho, partimos do entendimento de que abordagens feministas — ou “práticas feministas no design” — oferecem um referencial potente para debater e enfrentar

desigualdades de gênero, mas reconhecemos que podem existir pesquisas que tratem de mulheres sem se assumirem como feministas ou interseccionais.

Em termos de interdisciplinaridade, constatamos abordagens distribuídas em áreas como “design de moda”, “design gráfico” e “design digital”. Entretanto, a efetiva aplicação de perspectivas feministas nesses setores permanece minoritária. Além disso, observamos uma baixa incidência das palavras-chave pré-definidas em títulos ou resumos, o que nos leva a questionar por que estudos de mulher e gênero — ou que se propõem a projetar para e com mulheres — não evidenciam esses termos. Sob que véu esses artigos se ocultam?

A baixa proporção de artigos em relação ao total de publicações também levanta questionamentos sobre as prioridades de pesquisa: estariam os pesquisadores pouco motivados a submeter trabalhos sobre o assunto, ou haveria uma barreira de aprovação a esse tipo de investigação? Seja como for, esse quadro revela como o campo do design valoriza certos temas em detrimento de outros e reforça a provocação: para onde o design brasileiro está olhando?

Historicamente, desde as décadas de 1970 e 1980, pensadoras e praticantes do design feminista vêm articulando suas atividades por meio do ensino, de conferências e de publicações, tratando dessa abordagem como preocupação central no design contemporâneo. Como destacou Griselda Pollock (apud Buckley, 1986), trata-se de disputar um terreno ideologicamente estratégico.

Partindo do entendimento de que enfrentar esse desafio demanda políticas institucionais que incentivem a pesquisa feminista e interseccional — pressuposto que adotamos como norte nesta discussão —, faz-se necessária a inserção dessa perspectiva nos currículos de graduação e pós-graduação em design, além da criação de espaços de divulgação científica que deem visibilidade a tais abordagens. Embora não seja estritamente obrigatório que todos os estudos sobre mulheres abracem princípios feministas, acreditamos que essas práticas e teorias fornecem ferramentas valiosas para questionar preconceitos, reconhecer privilégios e promover inovações lideradas por mulheres cis e trans, bem como por outros grupos marginalizados.

Por fim, embora a amostragem sugira alguns avanços no reconhecimento dos temas de gênero e mulheridade, o volume total de artigos (7,2%) indica que ainda há longo percurso para que o design se torne efetivamente inclusivo, equitativo e seguro para todos. O que aqui chamamos de “design feminista” — ou “práticas feministas no design” — tem o potencial de reformular o campo ao integrar abordagens críticas e interseccionais, mas essa transformação depende de um compromisso contínuo com políticas

institucionais, ações educacionais e incentivo a publicações que abriguem e deem voz a tais discussões.

5. Apontamentos finais

Nesta pesquisa, adotamos como base empírica os artigos publicados nos anais do P&D Design, principal congresso de pesquisa científica na área no país. Buscamos verificar o desenvolvimento dos temas ao longo dos anos, analisando se houve crescimento ou retraimento no interesse pelas mulheres no contexto do design brasileiro. Também procuramos identificar como a interseção de marcadores sociais (por exemplo, mulheres negras que também são designers) foi tratada nas publicações. Embora tenhamos feito uma contagem cruzada para capturar essas interseções, não encontramos, no período investigado, artigos que abordassem especificamente mulheres negras que também sejam designers. Esse dado é significativo, pois levanta a hipótese de invisibilidade ou escassez de produções que articulem gênero e raça nesse recorte específico do design.

Ao longo da análise, empregamos o termo “papéis sociais” de maneira crítica, questionando a naturalização dessas construções de gênero. A partir dos estudos de gênero, compreendemos que tais “papéis” não são fixos ou universais, mas socialmente construídos e historicamente contingentes. Quando, em alguns casos, nos referimos a “questões pertinentes à mulher em geral”, estamos evidenciando que a maior parte dos artigos analisados trata de mulheres cisgênero, mas reconhecemos a importância de incluir perspectivas sobre mulheres trans, ainda que em menor número na amostra.

Esclarecemos também que o recorte temporal escolhido para a análise do P&D Design foi definido de acordo com a disponibilidade dos anais e a possibilidade de comparação entre edições consecutivas do evento. Não houve congresso em 2020, em razão da pandemia de COVID-19, o que provavelmente afetou o número total de publicações nos anos subsequentes. Em termos percentuais, algumas variações apontam um leve incremento de interesse em torno da temática de gênero, mas em números absolutos, houve um pequeno decréscimo em certos anos. Essas oscilações nos levam a concluir que ainda não se pode afirmar categoricamente uma tendência ascendente ou contínua no interesse pelo tema: são necessários estudos de período mais longo e que incluam também outras bases de dados e eventos da área.

Os resultados sugerem o design como um campo em transformação, mas com desafios significativos. O principal obstáculo ainda é a invisibilidade das mulheres e de suas perspectivas interseccionais, tanto como profissionais quanto como usuárias e consumidoras. Para ampliar a proporção e o

impacto das pesquisas sobre design feminista, sugerimos as seguintes ações concretas, fundamentadas pelos dados coletados:

1. Políticas de Incentivo:
 - Criar políticas específicas por parte de instituições acadêmicas e órgãos de fomento que estimulem pesquisas relacionadas à mulheridade e às questões de gênero.
 - Oferecer financiamentos direcionados e programas de mentoria para aumentar a produção e a visibilidade de trabalhos nessa área.
2. Educação e Sensibilização:
 - Incluir a perspectiva feminista nos currículos de design para formar profissionais mais conscientes e comprometidos com a inclusão.
 - Promover workshops, seminários e cursos especializados para gerar uma mudança cultural tanto na academia quanto no campo profissional.
3. Visibilidade e Divulgação:
 - Criar e fortalecer plataformas dedicadas à difusão de pesquisas e projetos feministas no design.
 - Organizar conferências, eventos e espaços de networking que deem visibilidade a essas iniciativas e formem redes de colaboração.
4. Avaliação Crítica e Reflexiva:
 - Adotar uma postura crítica frente às práticas de design, reconhecendo e questionando preconceitos e privilégios.
 - Garantir que as questões de gênero sejam integradas de modo significativo nos processos de pesquisa, desenvolvimento e avaliação de projetos.

É importante lembrar que a invisibilidade das mulheres e das questões de gênero no campo, além de perpetuar desigualdades, também limita a pluralidade de perspectivas, resultando em produtos e serviços que não contemplam as necessidades de todas as identidades. Para que o design brasileiro avance, é imprescindível manter um compromisso contínuo com educação, políticas de incentivo, visibilidade e uma abordagem crítica e reflexiva. Somente assim será possível transformar o campo e garantir que todos se beneficiem de soluções mais criativas, eficientes e socialmente responsáveis.

Relevância dos Achados

Os resultados desta pesquisa têm implicações práticas e teóricas significativas no campo do design. A identificação de áreas com baixa representatividade pode orientar políticas e iniciativas para incentivar a pesquisa e a prática do design feminista. Teoricamente, os achados contribuem para

o entendimento das dinâmicas de poder e exclusão presentes no campo do design, oferecendo uma base sólida para futuras investigações que busquem aprofundar a interseccionalidade e a inclusão.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Referências

- ATTFIELD, J.; KIRKHAM, P. **A View from the Interior: Feminism, Women and Design**. London: The Women's Press, 1989.
- BEAUVOIR, S. de. **O Segundo Sexo**. Trad. Sérgio Milliet 5. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2019
- BUCKLEY, C. **Made in Patriarchy**: Toward a Feminist Analysis of Women and Design. *Design Issues*, v. 3, n. 2, p. 3-14, 1986.
- BUCKLEY, C. **Made of Patriarchy II**: Researching (or Re-Searching) Women and Design. *Design Issues*, v. 36, n. 1, p. 3-14, 2020.
- DE BRETTEVILLE, Sheila. **A reexamination of some aspects of the design arts from the perspective of a woman designer**. *Arts in Society: Women and the Arts* 11, no. 1 (1974): 113–124.
- LUPTON, Ellen; KAFEL, F.; TOBIAS, J; HALSTEAD, J.A.; SALES, K.; XIA, L.; VERGARA, V. **Extra bold**: um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers. São Paulo: Olhares, 2023.
- MARÇAL, K. **Mãe das Invenções**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021.
- PEREZ, Caroline C. **Mulheres invisíveis**: o viés dos dados em um mundo projetado para homens. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2022.
- PLACE, Alison. **Feminist designer**: on the personal and the political in design. Cambridge: MIT Press, 2023.
- SCHOLZ, Sally. **Feminism**: A beginner's guide. Oxford: Oneworld, 2010

Como referenciar

NEVES, Renata de Assunção; LIMA, Julia; AMARAL, Julia; DAMAZIO, Vera Maria Marsicano. Mulheres em Foco: Uma Análise Crítica dos Anais do P&D Design em relação à Gênero e Mulheridade. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, pp. 401-420, jul./2025. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign>.

DOI: <https://www.doi.org/10.12957/arcosdesign.2025.90224>

Copyright © 2025 Renata de Assunção Neves, Julia Lima, Julia Amaral, Vera Maria Marsicano Damazio



A revista **Arcos Design** está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial – Compartilha Igual 4.0 Não Adaptada.

Recebido em 27/02/2025 | Aceito em 05/05/2025