

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA VICTOR CIVITA – FATEC TATUAPÉ

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE PRODUTO
COM ÊNFASE EM PROCESSOS DE PRODUÇÃO E
INDUSTRIALIZAÇÃO

Nicole Vitoriano da Silva

**Design e Inovação no Mercado Erótico Brasileiro:
Estudo de Caso do Clits Bullet**

São Paulo

2025

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA FACULDADE DE TECNOLOGIA VICTOR CIVITA – FATEC
TATUAPÉ**

**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE PRODUTO
COM ÊNFASE EM PROCESSOS DE PRODUÇÃO E
INDUSTRIALIZAÇÃO**

Nicole Vitoriano da Silva

**Design e Inovação no Mercado Erótico Brasileiro: Estudo
de Caso do Clits Bullet**

Trabalho de Graduação apresentado por Nicole Vitoriano da Silva como pré-requisito para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design de Produto com Ênfase em Processos de Produção e Industrialização, da Faculdade Tecnologia do Victor Civita - Tatuapé, elaborado sob a orientação do Prof. Dra. Maria Alice dos Santos Ferreira.

São Paulo

2025

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA VICTOR CIVITA – FATEC TATUAPÉ

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE PRODUTO
COM ÊNFASE EM PROCESSOS DE PRODUÇÃO E
INDUSTRIALIZAÇÃO

Nicole Vitoriano da Silva

**Design e Inovação no Mercado Erótico Brasileiro:
Estudo de Caso do Clits Bullet**

Aprovado em: ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Ma. Marcia Barana - FATEC Victor Civita

Nome do professor (com titulação) - instituição

Dra. Maria Alice dos Santos Ferreira - FATEC Victor Civita

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha mãe, pelo apoio incondicional em relação às minhas escolhas voltadas à minha formação e por me oferecer a estrutura necessária para que este percurso fosse possível.

Aos meus amigos, pela compreensão, pela companhia e pelas conversas que aliviaram o peso dos processos acadêmicos. Deixo um agradecimento especial à Sabrina de Fiore, pelo incentivo nos momentos difíceis e pelo auxílio durante as etapas de investigação deste trabalho.

Expresso minha gratidão aos professores que contribuíram para minha formação e, especialmente, à orientadora deste trabalho, pela orientação cuidadosa, pela escuta e por acreditar na relevância deste estudo.

Agradeço também às pessoas que contribuíram direta ou indiretamente para a construção deste projeto: colegas, participantes da pesquisa, profissionais e todos que compartilharam conhecimentos e experiências que agregaram a este trabalho.

RESUMO

Este trabalho investiga como o design aplicado ao Clits Bullet pode redefinir o conceito tradicional de vibradores tipo bullet no mercado erótico brasileiro, considerando o aumento do consumo de produtos eróticos no setor de *Sexual Wellness*. Para isso, adotou-se uma metodologia de natureza aplicada, com abordagem descritivo-exploratória, fundamentada em revisão bibliográfica, estudo de caso do Clits e análise comparativa com três produtos similares organizada em matrizes comparativas com foco em operacionalidade, ergonomia e proposta de inovação estratégica. Os resultados indicaram que o Clits se destaca por articular forma anatômica, materialidade adequada e inovação funcional, propondo uma nova relação entre corpo e objeto e evidenciando o papel do design na ressignificação conceitual de *sex toys*. Conclui-se que a inovação no mercado erótico ultrapassa o aspecto tecnológico, envolvendo transformações culturais e projetuais que ampliam possibilidades de uso, inclusão e representatividade.

Palavras-chave: Design de produto, Sex Toy, Inovação, Mercado Erótico

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Bullet Clits, visão geral.	21
Figura 2: Bullet Buzz CLMX, visão geral.	23
Figura 3: Bullet Nísia, visão geral.	24
Figura 4: Amzing, visão geral.	25
Figura 5: Comparativo entre produtos analisados, apresentados na ordem da tabela.	30
Figura 6: “Bracinhos” encaixáveis do Clits.	32
Figura 7: Controle remoto do Nísia.	33

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Matriz comparativa de Operacionalidade	27
Tabela 2: Matriz comparativa de Ergonomia.	29
Tabela 3: Matriz comparativa de Proposta de inovação	31

SUMÁRIO

1. Introdução	9
2. Desenvolvimento	13
2.1. Inovação	13
2.2. Design Industrial	15
2.3. Inovação orientada pelo Design	17
2.4. Design e inovação o mercado de Sexual Wellness	18
3. Metodologia	19
4. Resultados	20
4.1. Estudo de caso: Vibrador Bullet Clits	20
4.2. Estruturação da análise comparativa	22
4.2.1. Determinação dos critérios para a escolha dos produtos comparativos	22
4.2.2. Apresentação dos produtos escolhidos	23
4.2.2.1. Produto A: Bullet Vibrador Buzz CLMX	23
4.2.2.2. Produto B: Nísia Vibrador Bullet.	24
4.2.2.3. Produto C: Bullet Candice Amzing Toy	25
4.2.3. Determinação da matriz comparativa	25
4.3. Análise comparativa	27
4.3.1. Operacionalidade	27
4.3.2. Ergonomia	29
4.3.3. Proposta de inovação	31
5. Considerações finais	34
REFERÊNCIAS	36

1. Introdução

O que antes era apresentado como um nicho específico, voltado apenas à satisfação de prazeres e fetiches sexuais, hoje oferece uma ampla variedade de produtos e serviços que integram autoconhecimento, prazer e saúde sexual. Essa evolução significativa das últimas décadas, impulsionada pela mudanças culturais, avanços tecnológicos, maior disseminação de informações e pela crescente valorização do bem-estar sexual, integrou o mercado erótico ao movimento de *Sexual Wellness*, ou “bem-estar sexual” quando traduzido, este considerado uma grande revolução na indústria sexual.

De forma geral, pode-se definir a saúde sexual como o estado de bem-estar físico, mental, emocional e social relacionado à sexualidade, promovendo prazer, autoconhecimento, comunicação e a capacidade de desfrutar das experiências sexuais de forma saudável e segura, a partir de uma abordagem positiva e respeitosa no que diz respeito ao indivíduo e suas relações sociais, não limitando-se apenas a partir da ausência de doenças, disfunções ou enfermidades. (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2020).

Segunda a própria (2020), para chegar a essa definição, houveram-se muitas mudanças na compreensão da sexualidade e do comportamento sexual humano, como o descobrimento de novas ISTs (Infecções Sexualmente Transmissíveis) - principalmente a pandemia do HIV - gravidez precocidade e indesejada, aumento do caso de abortos inseguros, violência sexual, infertilidade e disfunção sexual. Atrelado a isso, a compreensão da discriminação e da desigualdade acerca da sexualidade e da saúde sexual fez-se necessária, já que as consequências dessas ocasiões ferem diretamente a proteção dos direitos humanos.

As concepções de sexualidade e dos papéis de gênero sempre foram estabelecidos por um olhar masculino e patriarcal na sociedade, contudo, com a evolução tecnológica e a disseminação de informações, os grupos de minoria começaram a lutar pelos seus direitos e ocupar espaços majoritariamente masculino. De acordo com Riguetto (2022) a segunda onda do feminismo, que se iniciou nos anos 60 com a introdução da pílula contraceptiva, mudou o entendimento do ato sexual, já que a procriação deixou de ser apenas e exclusivamente a sua função. Assim, a busca por prazer e a autonomia de seus corpos se tornou possível, proporcionando liberdade em meio a repressão social e abrindo espaço para

discussões sobre prazer, marturbação, amor-próprio, como também opressão, violência e abuso dentro de relações amorosas.

Concomitante a isso o primeiro sex shop, Versandhaus Beate Uhse, foi fundado em 1962 na cidade de Flensburg na Alemanha por uma piloto da Força Aérea Alemã chamada Beate Dorothea Rotermund-Uhse. Ela comercializava preservativos, livros referentes à higiene conjugal e um guia chamado Schrift X, de sua própria autoria, onde explicava sobre os métodos contraceptivos, principalmente para mulheres que se queixavam do medo de engravidar no pós-guerra (SANTOS, 2023). Já no Brasil, o mercado erótico só se estabeleceu por volta da década de 70, com a inauguração da Complement, em São Paulo, que se estabeleceu durante 12 anos com cerca de 22 unidades em atividade (MEDEIROS;PARADA, 2022).

Apesar de ser uma área de atuação relativamente nova no Brasil, o mercado erótico apresenta-se como um setor em constante crescimento. O estudo Mapa do Brasil Erótico 2022, realizada por Paula Aguiar e Julianna Santos em parceria com o site mercadoerotico.org, apresenta um comparativo entre a primeira pesquisa do setor, realizada em 2009, e uma pesquisa realizada em 2022, com o intuito de mostrar o crescimento do empreendedorismo dentro desse mercado brasileiro. De acordo com a pesquisa, os empreendedores com negócios estabelecidos cresceram cerca de 60,2% de um ano para o outro, considerando que 55% dos entrevistados de 2009 encontravam-se estudando e pesquisando o setor (AGUIAR;SANTOS, 2022).

Um fator muito importante para essa evolução foi a pandemia da Covid-19 que freou a atividade de vários setores econômicos do mundo, mas que para o mercado erótico foi uma oportunidade de evolução e crescimento. Durante esse período, as pessoas aprenderam a se adaptar dentro das condições de isolamento em que se encontravam, incluindo as relações sexuais. Segundo Moratelli (2025), entre os meses de março, abril e maio de 2020 as vendas de vibradores duplicaram quando comparados aos dados do mesmo período do ano anterior, totalizando a venda de cerca de 1 milhão de vibradores. Em meio a isso as discussões em torno da saúde física, mental, emocional e social começaram a ser levantadas e dentre elas se destacou o *Sexual Wellness*.

Para muito além de uma visão generalizada sobre a saúde sexual, o *Sexual Wellness* chegou com a intenção de desmistificar os assuntos em torno da sexualidade, principalmente quando se trata do corpo feminino e sua relação sexual com si mesmo e outros parceiros. O termo é acompanhado por uma intenção educativa, com o intuito de aproximar os usuários de conceitos que valorizam o autocuidado diário, a saúde e o bem-estar (FLORES,2021).

“O *sexual wellness* veio como uma continuidade do movimento de emancipação da mulher, da revolução sexual feminina, mudou a visão de que o sexo é simplesmente uma questão de reprodução para transformar ele em uma questão de saúde também”, afirmou Fernanda Robert durante um debate no Vogue Wellness Summit (REDAÇÃO VOGUE, 2021,n.p.).

Aguiar (2024) aponta que a taxa de crescimento anual do mercado erótico no Brasil é de 8% desde 2020, resultando em um faturamento de R\$ 2 bilhões, e que, devido a aceitação social, a expansão do alcance e a diversificação do público, estimasse que o mercado erótico brasileiro dobrará até 2028. A autora afirma que o Brasil possui o maior mercado erótico da América Latina com uma cadeia de produção e distribuição consolidada, tornando-se uma grande referência no cenário global.

É importante frisar que a maior parte das marcas nacionais são lideradas por mulheres. Aguiar e Santos (2021) apontam que, de acordo com o levantamento de dados realizado em 2021, aproximadamente 76% dos empreendedores entrevistados eram mulheres. Essa liderança traz ao mercado novas perspectivas para o desenvolvimento desses produtos, levando em consideração os desejos e necessidades dos usuários.

"Antes, quando você comprava um vibrador, parecia que você estava fazendo uma coisa errada, não tinha esse cuidado com a embalagem do produto. Então, quando essas mulheres entraram no mercado de *sex techs*, de *sexual wellness*, elas começaram a olhar para essas necessidades que antes não eram vistas, produtos veganos, não alergênicos, produtos com embalagens legais, que hoje a mulher não tem medo de colocar do lado da cama." ressaltou Lu Angelo, sexóloga e colunista da Vogue (REDAÇÃO VOGUE, 2021,n.p.).

O presente trabalho tem o intuito de analisar um produto desenvolvido pela Pantynova, uma marca pioneira em bem-estar sexual no Brasil, criada por Izabela Starling, Heloisa Etelvina e Derek Derzevic a partir da insatisfação com os produtos

que estão disponíveis no mercado, muitos deles marcados por uma narrativa pornográfica, centrada na hipersexualização do corpo feminino, no falocentrismo e na ausência de informações claras sobre o uso dos produtos nas embalagens.

Lançada em 2018, a marca surgiu com a proposta de desmistificar os tabus que cercam a sexualidade e o prazer, com uma abordagem leve, natural e acessível. Como aponta Starling, o objetivo principal é oferecer produtos práticos, descomplicados e eficazes, que também tenham um caráter educativo, ajudando as pessoas a entender, usar e explorar esses itens de forma mais consciente e positiva em relação à própria sexualidade (HUERTAS, 2022).

Tudo começou como um e-commerce, que cresceu significativamente durante a pandemia da Covid-19, impulsionada pelas mudanças nas dinâmicas sociais e pelo aumento do interesse em temas relacionados à saúde e ao prazer sexual. Entre março e abril de 2020, o volume de vendas aumentou, em média, 400% (STARLING, 2023). Em 2021, participou do programa Scale-Up Consumer Goods da Endeavor, faturando R\$12 milhões e projetando um crescimento de 20% para o ano seguinte, com a expectativa de dobrar esse número em 2024 (DEL CARMEN, 2022). Atualmente, a Pantynova possui duas lojas físicas, uma em Belo Horizonte (MG) e outra em São Paulo (SP), além da primeira *vending machine* de *sex toys* da América Latina, instalada no Torneira Bar, na Vila Madalena (SP).

Ao longo dos anos, a marca construiu uma presença digital sólida e engajada, formando uma comunidade fiel, carinhosamente chamada de “pantynovers”. Desde o início, a comunicação aberta e intensa é uma das marcas registradas da Pantynova: o site oferece um blog informativo com artigos sobre saúde e sexualidade, um podcast no Spotify com contos eróticos, e presença constante nas redes sociais como Instagram, Twitter, YouTube e TikTok, tudo com uma linguagem jovem, direta e bem-humorada. Sem papas na língua quando o assunto é prazer e autocuidado, a Pantynova fala com todos os corpos, para todas as formas de viver a sexualidade.

Com objetivo de analisar como o design de produto aplicado ao Clits Bullet, o primeiro vibrador com design brasileiro, criado pela marca Pantynova, redefine o conceito de bullet no mercado erótico e compreender como a inovação pode influenciar futuras tendências de produtos neste setor, será apresentado um estudo

da proposta de inovação do objeto de pesquisa com base em materiais públicos e documentais, com o intuito de entender como o seu conceito o torna diferenciado ao compará-lo com outros produtos da mesma categoria previamente selecionado e analisados, gerando assim uma discussão em torno da importância do investimento em inovação e seus impactos na evolução do mercado erótico brasileiro.

A metodologia adotada neste trabalho trata-se de uma pesquisa qualitativa aplicada, de natureza descritiva-exploratória. Inicialmente, realizou-se uma revisão bibliográfica com o propósito de compreender o panorama atual do mercado erótico e os conceitos de design voltados à inovação de produtos. Em seguida, desenvolveu-se um estudo de caso da marca Pantynova e do produto Clits Bullet, utilizando múltiplas fontes de evidência para análise contextual. E por fim, como etapa complementar, realizou-se uma análise comparativa entre o Clits Bullet e outros vibradores da mesma categoria, a fim de identificar critérios de diferenciação e evidenciar de que maneira as decisões de design contribuem para a inovação e para a evolução do setor de *Sexual Wellness* no Brasil.

O estudo justifica-se pela crescente importância do design de produto na consolidação de indústrias emergentes, como a erótica, que enfrenta o desafio de romper tabus ao mesmo tempo em que busca inovar. Ao analisar um produto posicionado pela própria marca como “revolucionário”, a pesquisa contribui para a compreensão de como o design atua como agente estratégico não apenas no desenvolvimento de objetos, mas também na transformação cultural e mercadológica. Além disso, a investigação fortalece o campo acadêmico do design, ampliando o debate sobre sua aplicação em áreas pouco exploradas, como a sexualidade, e contribuindo para legitimar discussões inclusivas e saudáveis em torno do prazer e da intimidade.

2. Desenvolvimento

2.1. Inovação

O conceito de inovação é central para a compreensão do dinamismo e da evolução dos mercados contemporâneos, especialmente aqueles em fase de ruptura e redefinição social, como o setor de *Sexual Wellness*. Longe de ser um conceito restrito apenas a avanços tecnológicos, a inovação assume um papel estratégico na

consolidação de novas narrativas de consumo e na geração de valor para o usuário (CASENOTE, 2011).

A definição formal e a classificação da inovação são regidas internacionalmente pelo Manual de Oslo, desenvolvido pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD) e Eurostat, que estabelece que a inovação consiste em:

“Uma inovação é um produto ou processo novo ou aprimorado (ou uma combinação deles) que difere significativamente dos produtos ou processos anteriores da unidade e que foi disponibilizado aos usuários potenciais (produtos) ou colocado em uso pela unidade (processo)” (OCDE, 2025, p. 24).

Sendo assim, inovação pode ser definida como a implementação de mudanças ou melhorias, efetivamente introduzidas no mercado ou nas práticas de uma empresa, considerando o conhecimento sobre o desenvolvimento do produto ou processo, a originalidade, a efetividade desse implemento e a formação de valor. Dessa forma pode-se fazer uma diferenciação entre invenção e inovação, enquanto a primeira é definida de forma estática, apenas como a criação de algo novo que antes não existia; a segunda diz respeito à aplicação prática e comercial dessa idéia, transformando-a em um produto ou processo que gerará valor perante ao mercado (OCDE, 2025).

A partir desta definição abrangente, o Manual de Oslo classifica a inovação em duas categorias principais, sendo ambas relevantes para a análise de mercado:

Inovação de Produto: definido como um bem (objeto tangível sobre os quais pode-se estabelecer direitos de propriedade) ou serviço (atividades intangíveis, produzidas e consumidas simultaneamente e que muda as condições físicas ou mentais do usuário) novo ou melhorado introduzido no mercado, que difere significativamente dos produtos anteriores em relação a suas características ou especificações de desempenho, incluindo qualidade, detalhes técnicos, confiabilidade, durabilidade, eficiência econômica durante o uso, acessibilidade, conveniência, usabilidades e facilidade de uso (OCDE, 2025).

Inovação de Processo de Negócios: entendido por uma operação interna ou externa, original ou aprimorado, para funções que diferem significativamente dos anteriores que foram colocados em prática, como por exemplo estratégias de

negócio, redução de custos e melhoria da qualidade do produto ou das condições de trabalho ou atendimento de requisitos regulatórios (OCDE,2025).

O que diferencia uma inovação da simples melhoria é o seu caráter de significativa novidade. Quando essa novidade tem o potencial de criar um novo mercado ou mudar as regras de um já existente, ela é classificada como inovação radical ou disruptiva, desestabilizando concorrentes tradicionais e forçando o setor a se adaptar (OCDE,2025). O surgimento do movimento *Sexual Wellness* é, em si, uma ruptura de significado que exige inovação em todas as suas frentes.

Em um panorama de alta competitividade e rápida saturação tecnológica, a inovação que se limita apenas à funcionalidade ou à eficiência de custo tende a ser rapidamente copiada. É nesse ponto que o design emerge como um agente estratégico de diferenciação, transcendendo o papel meramente estético e assumindo a responsabilidade pela geração de inovação de significado (CASENOTE, 2011).

2.2. Design Industrial

O termo “Design” pode ser relacionado com conceitos como projeto, croqui ou configuração. Em todos os casos a palavra carrega o seu significado abrangente, que segundo Löbach (2001, p.16) “compreende a concretização de uma idéia em forma de projetos ou modelos, mediante a construção e configuração resultando em um produto industrial passível de produção em série”. Ainda sim, quando o termo é empregado sozinho o seu significado se torna amplo demais, fazendo-se necessário o uso de outros termos que antecedem-o para restringir mais o assunto em questão.

O design industrial constitui um campo essencial dentro das práticas de desenvolvimento de produtos, atuando na interface entre tecnologia, estética e comportamento social. Löbach (2001) define o design industrial como uma atividade projetual que visa a configuração formal e funcional de produtos industriais, considerando não apenas sua aparência, mas também sua adaptação às necessidades físicas e psíquicas dos grupos de usuários. Essa definição enfatiza que o designer não atua isoladamente, mas em consonância com fatores tecnológicos, ergonômicos, econômicos e socioculturais. O design, portanto, busca

harmonizar função, forma e significado, transformando o produto em um mediador entre o indivíduo e o meio em que vive.

Löbach (2001) ainda propõe que o design industrial se estrutura a partir de três dimensões interdependentes: a função prática, a função estética e a função simbólica. Cada uma delas contribui para a construção da experiência de uso e para o valor percebido do produto:

a) Função prática

“São funções práticas de produto todos os aspectos fisiológicos do uso” Löbach (2001, pg 58). Portanto, a Função Prática abrange todas as relações entre um produto e seu usuário que se baseiam em efeitos diretos orgânico-corporais, isto é, fisiológicos. O objetivo principal no desenvolvimento de produtos é criar funções práticas adequadas para satisfazer as necessidades físicas, provendo facilidade de uso, prevenção de cansaço, oferta de conforto, segurança e eficácia de utilização do objeto, estando assim intrinsecamente ligada às bases conceituais de uso do produto, ergonomia, operacionalidade e informação.

b) Função estética

“A função estética dos produtos é um aspecto psicológico da percepção sensorial durante o seu uso” Löbach (2001, p. 60). A função estética diz respeito à forma visual e sensorial do produto, incluindo a seleção de cores, materiais, proporções, texturas e acabamentos, fatores que influenciam diretamente a percepção emocional e o prazer estético. Segundo Lobach (2001), a estética não é mero adorno, mas um componente comunicativo que traduz a identidade da marca e estabelece vínculo afetivo com o usuário. Assim, o design utiliza a função estética para atrair o interesse dos possíveis compradores e aumentar as vendas, funcionando como um promotor de vendas.

c) Função simbólica

“A função simbólica dos produtos é determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais do uso” Löbach (2001, p. 64). A Função Simbólica é considerada a mais complexa das três. Um objeto possui função simbólica quando estimula a espiritualidade do indivíduo por meio da percepção, estabelecendo ligações com experiências e sensações anteriores, revelando-se principalmente por meio dos elementos configuracionais e dos atributos do produto, sendo influenciada

por valores sociais, culturais, políticos e econômicos, associando-se a valores pessoais, sentimentos e emoções. O design do objeto passa a ser um agente de importância fundamental, pois a busca por significados dá novo sentido à vida das pessoas.

2.3. Inovação orientada pelo Design

A inovação orientada pelo design é uma abordagem estratégica que posiciona o design como protagonista no processo de criação de valor e diferenciação de produtos. Em vez de partir apenas das possibilidades tecnológicas ou das demandas explícitas do mercado, essa abordagem propõe que a inovação surja a partir da interpretação das mudanças culturais e das novas formas de significação atribuídas pelos usuários aos produtos.

Segundo Roberto Verganti (2009, *apud* CASENOTE, 2011), a inovação orientada pelo design (*design-driven innovation* ou DDI) consiste na introdução de novos significados e experiências de uso, mais do que novas funções ou tecnologias. O autor destaca que o verdadeiro potencial do design está em sua capacidade de redefinir o valor percebido pelos consumidores, alterando a forma como um produto é entendido social e simbolicamente. Nessa perspectiva, o design é visto como uma linguagem estratégica que articula cultura, tecnologia e mercado. Ao compreender profundamente o contexto social e os sistemas simbólicos dos consumidores, o designer torna-se um mediador entre as expectativas humanas e a proposição de novos paradigmas de consumo.

A DDI é um processo de pesquisa e desenvolvimento que visa dar sentido às coisas. Ela critica a visão predominante da *user-centered innovation* (inovação centrada no usuário), que se baseia em pesquisas tradicionais, como a pesquisa de mercado, para atender às demandas existentes (CASENOTE, 2011). Essa visão tradicional é considerada reducionista diante da complexidade do contexto social e mercadológico atual, que exige surpreender e inovar o mercado com propostas nunca antes vistas.

Para essa abordagem, o sucesso de um produto é alcançado pelo balanceamento de três tipos de conhecimento: necessidades dos usuários, oportunidades tecnológicas e as linguagens de produtos (CASENOTE, 2011). A

capacidade de antecipar e propor novos significados depende da atenção às transformações sociais em transição, nessa perspectiva, o design é um processo organizacional utilizado para alcançar maior proximidade com o anseio do usuário por produtos que ofereçam mais do que funcionalidade e custo baixos.

2.4. Design e inovação o mercado de *Sexual Wellness*

O Design desempenha um papel crucial na consolidação de indústrias emergentes. O mercado de *Sexual Wellness*, apesar de seu crescimento, enfrenta desafios relacionados a tabus e preconceitos. Nesse contexto, o design atua como um facilitador que modifica estruturas, valores, formas e conceitos diante das transformações sociais e econômicas, utilizando as características tangíveis e intangíveis dos produtos, redefinindo a relação das pessoas com sua sexualidade, traduzindo valores de liberdade, prazer e diversidade em experiências físicas. Segundo Aguiar (2024), a inovação no campo do *Sexual Wellness* está intrinsecamente ligada à humanização dos produtos e à busca por experiências mais sensoriais, seguras e inclusivas.

Com o avanço das tecnologias digitais e o desenvolvimento de dispositivos inteligentes, as marcas do setor têm investido em tecnologias interativas e inteligência artificial, criando produtos capazes de se adaptar às preferências do usuário e proporcionar experiências personalizadas (AGUIAR, 2024). Essa integração entre design e tecnologia possibilita não apenas o aprimoramento funcional dos produtos, mas também uma nova dimensão emocional e conectiva na relação entre corpo e objeto.

Empresas líderes no segmento, como a marca sueca LELO, têm apostado na sofisticação formal e na personalização como estratégias de diferenciação, reforçando a importância do design como fator de identidade e de competitividade. Segundo a própria marca (LELO, s.d.), o futuro do mercado de *Sexual Wellness* está na combinação entre inovação tecnológica e estética emocional, produtos que oferecem prazer, mas também promovam conforto, inclusão e conexão emocional.

Essas tendências indicam que o design e a inovação não apenas impulsionam o crescimento do setor, mas também moldam novas narrativas sobre prazer, corpo e intimidade. O mercado de *Sexual Wellness*, portanto, torna-se um

espaço fértil para o exercício de um design mais consciente, ético e sensível às transformações culturais.

3. Metodologia

A metodologia de pesquisa constitui um conjunto de atividades racionais e sistemáticas que permitem o alcance dos objetivos propostos pelo pesquisador e testar a hipótese central do trabalho, traçando um caminho a ser seguido que permite a detecção de erros e, conseqüentemente, auxilia na tomada de decisões durante todo o desenvolvimento (LAKATOS, MARCONI, 2003).

Tendo isso em mente, a escolha dos métodos e técnicas utilizadas foram coerente com o problema de pesquisa a ser solucionado - de que maneira o design aplicado ao Clits Bullet redefine o conceito de bullet no mercado erótico, e quais os impactos potenciais da implementação de inovações de produto dentro do setor. Assim, a abordagem metodológica adotada neste trabalho caracteriza-se fundamentalmente como uma pesquisa aplicada de natureza descritiva-exploratória uma vez que, de acordo com Gil (2008), visa descrever e analisar as características de determinado fenômeno através de sua atuação prática e entender o “porquê” e o “como” os fatos ocorrem.

Primeiramente, realizou-se uma revisão bibliográfica com foco em entender o mercado erótico atual e a aplicação de conceitos voltados para o Design que buscam o estabelecimento de inovações nas propostas dos produtos, fornecendo um subsídio para o reconhecimento prévio sobre o campo de interesse e a fundamentação teórica necessária para o desdobramento do estudo (LAKATOS, MARCONI, 2003).

A etapa subsequente envolveu o desenvolvimento de um estudo de caso com foco em entender a proposta de inovação do Clits, levando em consideração a pertinência das condições contextuais em que o objeto de estudo está inserido e as várias fontes de evidência para conduzir a coleta de dados, considerando o produto como uma unidade de análise singular e representativa da inovação no setor de *Sexual Wellness* brasileiro (YIN, 2001).

E como complemento para o estudo de caso, optou-se por desenvolver uma análise comparativa entre o Clits Bullet e outros vibradores, da mesma categoria,

com o objetivo de sanar a hipótese de que o item central da pesquisa é um bom exemplo de inovação no mercado e abrir espaço para uma discussão em torno da influência da inovação no desenvolvimento de produtos eróticos. A Análise Comparativa foi estruturada em cinco etapas:

1. Estabelecimento dos critérios para a seleção dos produtos comparativos;
2. Seleção de três modelos de bullets de acordo com os critérios pré definidos anteriormente;
3. Definição das categorias de comparação
4. Coleta e Tabulação de Dados: Serão coletados dados de natureza técnica e perceptiva para cada critério. O uso de múltiplas fontes de evidência (análise física do produto, documentos, mídias) será empregado para garantir a validade da análise.
5. Contraste e Discussão: Por meio de tabelas comparativas, será realizado o contraste dos dados, destacando-se as diferenças (disparidades) e similaridades. Essa discussão permitirá apontar como as decisões de design no Clits Bullet funcionam como fatores de diferenciação capazes de redefinir o conceito de produto e influenciar o mercado.

4. Resultados

4.1. Estudo de caso: Vibrador Bullet Clits

Lançado dia 11 de março de 2024 pela Pantynova, o Clits Bullet é o primeiro vibrador com design 100% brasileiro, sendo classificado como um vibrador bullet, que consiste em uma cápsula vibratória criada para a estimulação externas de zonas erógenas (partes do corpo que proporcionam sensações de prazer) com um anel acoplável que possui hastes ergonômicas para encaixar na vulva, permitindo que o clitóris seja estimulado sem a necessidade do uso das mãos para segurá-lo.

Figura 1: Bullet Clits, visão geral.



Fonte: Adaptado de Pantynova (2025). Montagem de própria autoria (2025)

A proposta da Pantynova posiciona o produto como uma “revolução do bullet” por ser compacto, potente, com múltiplos modos de vibração e orientado a aumentar a cobertura sensorial em relação a bullets tradicionais devido a sua proposta inovadora.

Ele é um vibrador recarregável, com carregamento magnético via USB, com cabo incluso. Seu tempo de carregamento completo está em torno de 120 min, possuindo tempo de uso de aproximadamente 60 min.

O material externo inclui silicone médico, proporcionando um toque macio ao produto, e um revestimento interno de ABS para dar suporte, resistência e durabilidade ao objeto.

Seu corpo mede aproximadamente 77 mm de altura e 65 mm de comprimento, quando as partes estão acopladas. Individualmente o corpo vibratório possui 77 mm de altura e 25 mm de diâmetro e os “bracinhos” possuem 45 mm de altura e 65 mm de comprimento.

Apresenta 9 padrões vibratórios, sendo que 4 deles são contínuos com o aumento progressivo de intensidade, 2 ritmados com intensidades contínuas e 3 ritmados com intensidades mistas. Seus níveis de ruído estão em torno de 40 decibéis, sendo classificado como silencioso.

4.2. Estruturação da análise comparativa

4.2.1. Determinação dos critérios para a escolha dos produtos comparativos

Os critérios de escolha dos produtos utilizados na análise comparativa foram determinados pensando na equivalência entre eles e o objeto de foco da pesquisa. Assim, os seguintes critérios foram determinados:

1. Classificação tipológica: Um bullet é um tipo de vibrador, pequeno, discreto e potente. Projetado para estimulação externa e localizada, concentrando as vibrações em uma área pequena e específica. Garantir que os artefatos escolhidos se encaixem na mesma classificação que o Clits permite a paridade entre as funções práticas dos objetos, o que possibilita uma comparação mais fidedigna;
2. Preço equivalente: Ter um valor de venda dentro da mesma faixa permite manter a comparação entre os produtos justa, considerando que a precificação reflete diretamente no grau de qualidade e no posicionamento de mercado do objeto;
3. Disponibilidade dos dados técnicos: Para o desenvolvimento da análise comparativa é crucial escolher produtos cujas especificações sejam

publicadas e acessíveis, de forma a garantir transparência e a replicabilidade da análise.

4.2.2. Apresentação dos produtos escolhidos

4.2.2.1. Produto A: Bullet Vibrador Buzz CLMX

O Buzz é o primeiro vibrador desenvolvido pela Climaxxx, sex shop brasileiro criado em 2016 que tem como objetivo “[...] servir como ponte para que as pessoas possam vivenciar uma sexualidade mais livre no dia-a-dia.” (CLIMAXXX, Quem somos, 2025).

Figura 2: Bullet Buzz CLMX, visão geral.



Fonte: CLIMAXXX (2025).

A CLIMAXXX propõe um produto com design minimalista em formato de cápsula, que favorece a portabilidade e assegura uma experiência discreta e versátil ao usuário. Sua estrutura formal foi projetada para estimular diferentes regiões erógenas externas, oferecendo um desempenho funcional associado a um visual contemporâneo e ergonômico. Com dimensões aproximadas de 6 cm de altura e 2 cm de diâmetro, o Buzz dispõe de 10 modos de vibração, sendo 3 contínuos com intensidades progressivas e 7 modos rítmicos de variação alternada. O produto é

recarregável por indução magnética, o que elimina o uso de pilhas e contribui para a sustentabilidade do ciclo de vida do objeto.

4.2.2.2. Produto B: Nísia Vibrador Bullet.

O Nísia é um vibrador em formato bullet produzido pela marca brasileira Exclusiva Sex, que combina eficiência tecnológica e design compacto. Desenvolvido em material ABS atóxico, o produto apresenta dimensões de aproximadamente 8,6 cm de comprimento e 2 cm de diâmetro, características que favorecem sua portabilidade e fácil manuseio.

Figura 3: Bullet Nísia, visão geral.



Fonte: EXCLUSIVA SEXSHOP (2025).

O dispositivo conta com 10 modos de vibração, que variam entre 3 intensidades contínuas e 7 pulsações ritmadas, podendo ser controladas tanto diretamente no aparelho quanto por meio de um controle remoto sem fio, o que amplia as possibilidades de uso e interação entre os usuários. O Nísia é recarregável via cabo USB de pino, mesmo assim sua resistência à água permite higienização facilitada e uso seguro em ambientes com umidade moderada, embora não seja indicado para imersão completa.

4.2.2.3. Produto C: Bullet Candice Amzing Toy

O Candice, desenvolvido pela marca estrangeira S-Hande, é um vibrador em formato de cápsula projetado para uso externo, com dimensões aproximadas de 8,2 cm de comprimento e 2,3 cm de diâmetro, o produto é confeccionado em silicone soft touch combinado a ABS atóxico, o que garante uma textura suave ao toque e resistência estrutural adequada.

Figura 4: Amzing, visão geral.



Fonte: Própria autoria.(2025)

O dispositivo apresenta 9 modos distintos de vibração, controlados diretamente no corpo do produto, permitindo ao usuário alternar entre as 3 intensidades progressivas contínuas ou as 6 pulsações rítmicas conforme a preferência. O modelo é recarregável via cabo USB magnético.

4.2.3. Determinação da matriz comparativa

Para realizar a análise comparativa realizou-se a criação de “Grupos comparativos” que foram subdivididos em alguns tópicos que foram analisados a

partir das informações coletadas sobre os produtos em questão. Eles foram organizados em:

Operacionalidade: concentra-se nos aspectos prático-funcionais do produto. Segundo Filho (2006), a concepção do objeto deve contemplar a excelência em termos funcionais e operacionais, sendo a Função Prática definida como todas as relações entre um produto e o usuário que se baseiam em efeitos diretos orgânico-corporais, ou seja, os aspectos fisiológicos de uso que garante a utilidade, uso e serventia do produto.

- I. **Modos e intensidades de vibração:** reflete a função principal do produto. A análise dos modos, ritmos e intensidades disponíveis é crucial para avaliar a capacidade do objeto em satisfazer a necessidade primária (estimulação) e a qualidade do seu desempenho.
- II. **Interface e elementos de controle:** refere-se à maneira como o usuário manipula ou controla o produto, analisando os aspectos essenciais das interações de resposta entre homem e máquina.
- III. **Carregamento da bateria:** são critérios práticos essenciais que se ligam à viabilidade tecnológica e à experiência contínua do usuário.

Ergonomia: se relaciona com a qualidade da relação entre o homem e o objeto, abrangendo aspectos físicos, perceptivos e de uso. A ergonomia é intrínseca à Função Prática, pois busca a adequação do produto às necessidades e fisiologia do usuário, garantindo conforto, segurança e eficácia.

- I. **Forma e adaptação anatômica:** a forma é o elemento configurativo mais importante da figura e é responsável por materializar as funções básicas. A análise vai além da geometria, focando na adaptação antropométrica e no conforto do produto em relação ao corpo humano.
- II. **Material e superfície:** são elementos configurativos que influenciam diretamente a sensação tátil e a percepção estética. O objetivo é analisar e avaliar a composição e o tratamento superficial, cruciais para a experiência usual.
- III. **Usabilidade:** Avalia a dimensão pragmática do signo no design, concentrando-se na eficiência e facilidade geral do uso.

IV. Acessibilidade: Este critério projetual, ao lado da usabilidade, avalia o design inclusivo e a adequação do produto ao uso humano.

Proposta de Inovação estratégica: este grupo é o cerne da análise de diferenciação, trazendo as dimensões estética como complemento e o impacto da inovação do design como o ponto chave para a discussão. Ele permite avaliar o produto sob a lente da Inovação Orientada pelo Design (DDI), que busca a inovação no campo dos significados usuais do produto.

- I. Função estética:** novidade formal e estilo: tem como foco a aparência visual e na função estética, que é a relação do produto com o usuário no nível dos processos sensoriais. A análise avalia o grau de novidade na configuração da figura como um meio para atrair a atenção dos compradores.
- II. Inovação Funcional e transformação da experiência de uso:** avalia se o design alcançou uma inovação funcional que altera o paradigma de uso e o impacto potencial da funcionalidade na experiência do usuário a ponto de transformar a maneira como o produto é utilizado.

4.3. Análise comparativa

4.3.1. Operacionalidade

Tabela 1: Matriz comparativa de Operacionalidade

Características	Clits	Buzz CLMX	Nisia	Amzing toy
Modos e Intensidades de Vibração	9 modos (4 contínuos com o aumento de intensidade, 2 ritmados com intensidades contínuas e 3 ritmados com intensidades mistas).	10 modos (3 contínuos com intensidades progressivas e 7 rítmicos de intensidade variável).	10 modos (3 intensidades contínuas e 7 pulsações ritmadas).	9 modos (3 intensidades contínuas e 6 pulsações ritmadas).
Interface e elementos de controle	Botão lateral; clicar e segurar para ligar/desligar; ao ligar inicia no 1º modo; luz branca indicadora; clicar e segurar para desligar.	Botão inferior; segurar para ligar (vibra ao ligar); +1 click para iniciar padrão; luz branca indicadora; clicar e segurar para desligar	Botão lateral no bullet (pode ligar sem controle); +1 click para iniciar padrão Controle remoto com 2 botões (liga + controla modos); luz branca indicadora;	Botão inferior; clicar e segurar para ligar/desligar; ao ligar inicia no 1º modo; luz azul indicadora;
Carregamento da bateria	Magnético	Magnético	Bullet: USB de pino Controle: Pilha botão	Magnético

Fonte: Própria autoria.

A partir da matriz de operacionalidade, identifica-se que o Clits apresenta um conjunto robusto de modos de vibração (9 modos com quatro níveis de intensidade e cinco padrões ritmados variados) que, em termos estritos de oferta funcional, aproxima-se dos concorrentes imediatos, contudo ele apresenta um detalhamento interessante em relação ao funcionamento de suas vibrações ritmadas, em que a intensidade das vibrações podem ser variadas ou contínuas dentro do mesmo padrão. Ainda sim, todos os produtos analisados possuem uma grande variação de modos vibratórios, favorecendo uma experiência diversificada, possibilitando uma maior identificação entre o usuário e o produto.

No que tange à interface, todos os produtos utilizam um botão com operação de “clicar e segurar” para ligar e desligar o dispositivo, o que promove consistência na operação e reduz cliques acidentais durante o uso. Contudo, a necessidade de mais um click para começar as vibrações pode ser desfavorável para a interatividade entre o usuário e o produto, a previsibilidade do comportamento de resposta pode ajudar na experiência de aprendizagem de uso, um fator crítico para uma interação intuitiva e segura. A localização dos botões na parte inferior do Buzz e do Amzing pode tornar o alcance menos acessível durante o uso e restringir a pegada do *toy*, diferente dos botões do Nísia e do Clits, que se apresentam na parte lateral do objeto. A presença do controle remoto no Nísia representa um ganho funcional distinto, oferecendo modos de uso a distância e cooperação em contextos de pares, amplificando as possibilidades de uso social do produto.

Quanto à alimentação, todos os dispositivos utilizam recarga via USB magnética ou de pino, o que é condizente com o padrão atual de produtos recarregáveis.

O Clits equilibra diversificação de modos com previsibilidade operacional e uma interface lateral bem localizada, o que favorece usabilidade imediata. O Nísia inova na dimensão social com a proposta de um controle remoto, ampliando a experiência, enquanto Buzz e Amzing mostram soluções mais conservadoras ou centradas na simplicidade. Em suma, em termos de operacionalidade, o Clits posiciona-se como uma proposta que privilegia aprendizado de uso e versatilidade

prática, o que é coerente com sua proposta de redefinir o conceito de bullet por meio da experiência de uso.

4.3.2. Ergonomia

Tabela 2: Matriz comparativa de Ergonomia.

Características	Clits	Buzz CLMX	Nisia	Amzing toy
Forma e adaptação anatômica	Formato cilíndrico irregular; leve angulação no topo; curvas e elevação oposta ao botão; anel modular com “bracinhos” curvos para encaixe na vulva.	Formato cilíndrico regular, com a base inferior reta, onde se localiza o botão, e a superior arredondada.	Formato cilíndrico, com a base superior arredondada e a inferior levemente inclinada para o alcance do dedo no botão interativo. O controle remoto possui um formato anatômico para a pega entre o dedo indicador e o polegar.	Formato cilíndrico levemente acinturado nas laterais, com a base inferior reta, onde se localiza o botão, e a superior arredondada.
Material e superfície	Silicone médico e ABS; Superfície lisa, macia e aveludada.	Materiais não especificados. Superfície lisa e macia;	ABS Superfície lisa; diferença de material em pontos (grip);	Silicone médico e ABS; Corpo com textura padronizada
Usabilidade	Mecânica de interação simples; possível confusão no uso do anel acoplado	Mecanismo simples; localização do botão pode limitar	Simples; potencial confusão na interlocução com controle remoto	Simples; botão inferior pode limitar operação
Acessibilidade	Base oval facilita segurar; material oferece aderência; “bracinhos” dispensam segurar; modularidade do anel amplia direções de uso	Tamanho reduzido e falta de grip (pode escorregar); botão mal posicionado	Angulação e diferença de material facilitam pegada; controle com formato anatômico	Grip por diferença de material; limitado pela localização do botão

Fonte: Própria autoria.

A ergonomia é o eixo que mais explicitamente conecta forma e função no design de produto. O Clits se diferencia por um projeto formal que vai além do cilindro padronizado. A angulação no topo e as curvas laterais configuram-se como escolhas projetuais centradas na adaptação anatômica, isto é, um desenho que busca “encaixe” nas morfologias vulvares e que, combinado com o anel modular que possui “bracinhos”, propõe reduzir a necessidade de segurar o bullet durante o uso. Esse conjunto substitui o esforço de manipulação manual para a fixação anatômica, o que pode aumentar o conforto e a liberdade da mão do usuário, melhorando a experiência somática e a atenção em outros aspectos eróticos da interação.

Figura 5: Comparativo entre produtos analisados, apresentados na ordem da tabela.



Fonte: Montagem e imagens de própria autoria (2025)

Em contraste, o Buzz e o Amzing seguem um repertório formal mais tradicional (cilíndrico, com botão inferior), o que tende a priorizar a economia de forma e produção em massa. Essa escolha implica sacrificar aderência e facilidade de manipulação quando comparada ao Clits, especialmente em situações de uso

com lubrificação ou interação em par. Já o Nísia adota uma solução mista: mantém o formato cilíndrico regular, porém introduz angulação e diferença de material para grip, além do controle remoto com ergonomia dedicada, um comprometimento interessante com a pegada e a operação manual, sem, contudo, romper com a estética de bullet convencional.

No campo material, o uso de silicone médico no Clits é um fator de segurança tátil e de conforto que, aliado ao acabamento aveludado, favorece a experiência sensorial e a sensação de confiança no contato íntimo. O Amzing apresenta textura padronizada no corpo, o que pode alterar a sensação tátil e ser percebido como positivo por consumidores que buscam estimulação variáveis. A ausência de especificação clara de material no Buzz limita uma avaliação plena, assim como uma apresentação de informações concisas para o usuário.

Quanto à usabilidade e acessibilidade, o Clits demonstra maior preocupação com a inclusão funcional. Modularidade do anel, base oval e possibilidades de uso com ou sem a estrutura de encaixe, denotam versatilidade para distintos corpos e preferências. O Nísia também apresenta acessibilidade interessante via controle e grips para a pegada do objeto; já o Buzz e o Amzing mostram restrições relacionadas ao posicionamento do botão e à falta de grip, o que pode prejudicar usuários com menor destreza manual ou em contextos onde a aderência é crítica.

Ergonomicamente, o Clits surge como o exemplar mais orientado ao corpo, tanto na forma quanto no material, e com preocupações explícitas de usabilidade prática e adaptação anatômica. Essa escolha reforça sua proposta de inovação: não apenas estética, mas pensada para modificar a relação corpo–objeto. Os produtos concorrentes oferecem soluções mais conservadoras ou focadas em outras demandas (controle remoto no Nísia; textura sensorial no Amzing), mas nenhum, no conjunto descrito, parece confluir forma, material e modularidade como o Clits faz.

4.3.3. Proposta de inovação

Tabela 3: Matriz comparativa de Proposta de inovação

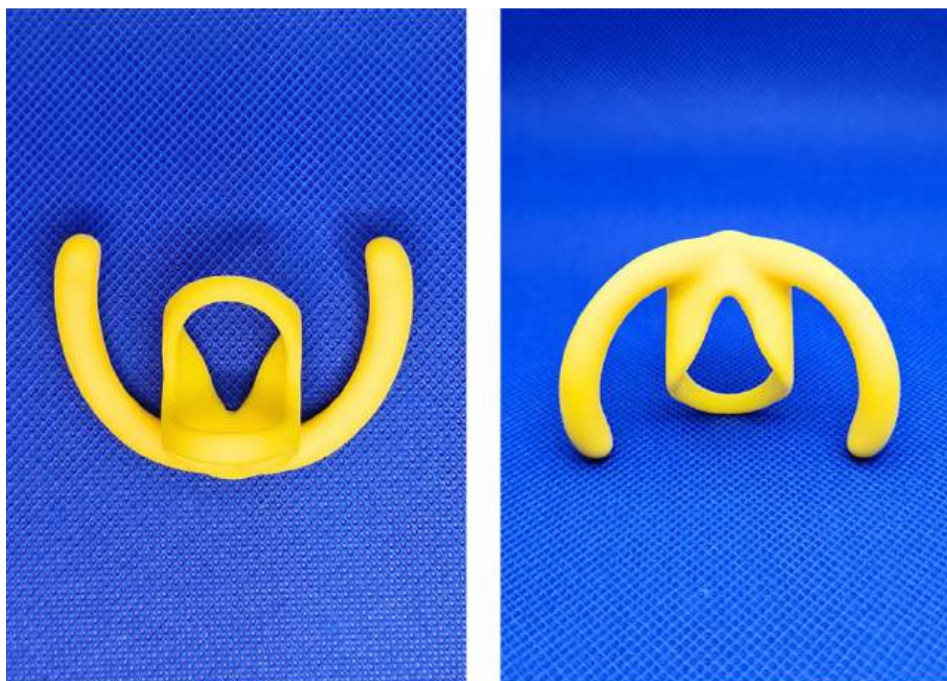
Características	Clits	Buzz CLMX	Nísia	Amzing toy
Função estética: novidade formal e estilo.	Design divertido; cor amarela descontrainda; aspecto lúdico; estética	Estética comum/casual; todo preto; cantos arredondados	Cor roxa (aparência mais “sexy”); design alinhado ao imaginário	Cor azul + revestimento metálico no grip = sofisticação/luxo;

	pouco "sexualizada"		erótico	aparência "sexy"
Inovação Funcional e transformação da experiência de uso.	Formato anatômico, bracinhos encaixáveis com anel modular que permite uso sem segurar.	Não apresenta diferencial funcional evidente	Controle remoto; bullet acionável independentemente	Não apresenta diferencial funcional marcante

Fonte: Própria autoria.

A proposta de inovação do Clits reside na articulação entre novidade formal e ganho funcional, ou seja, não se trata apenas de uma mudança cosmética, mas de uma reformulação da forma como o bullet se relaciona com o corpo. Os "bracinhos" encaixáveis (Figura 6) funcionam como mediadores anatômicos, deslocando a dependência do suporte manual para um suporte morfolologicamente ajustado, permitindo que o aparelho atue quase como uma extensão do corpo e não simplesmente como um instrumento manipulado. Essa alteração tem implicações estratégicas relevantes, redefinindo o modelo de uso do bullet, ampliando os contextos de uso e questionando categorias industriais pré-estabelecidas para esse tipo de produto.

Figura 6: "Bracinhos" encaixáveis do Clits.



Fonte: Montagem e imagens de própria autoria (2025)

Contrastando com os comparativos, o Buzz representa a continuidade da categoria, ótimo para quem busca simplicidade e discrição, mas sem potencial disruptivo. O Amzing aposta em sensorialidade via textura e acabamento, estratégia válida para segmentação de mercado orientada ao luxo e percepção de valor, porém carece de uma transformação funcional. O Nísia, por sua vez, aborda um tipo diferente de inovação, onde o controle remoto (Figura 7) cria uma experiência estendida e social ou performativa, o que também modifica a função do bullet por via da conectividade entre sujeitos.

Figura 7: Controle remoto do Nísia.



Fonte: Própria autoria (2025)

Do ponto de vista da Inovação Orientada pelo Design (*Design-Driven Innovation* - DDI), o Clits se aproxima do ideal de “mudar os significados” do produto ao tornar o bullet mais lúdico, em relação a sua cor e forma, e menos explícito em sua “sexualidade” aparente, o objeto atua sobre o repertório simbólico do consumo erótico. Esta dupla ação de transformação de uso e ressignificação estética pode ampliar a aceitação social do produto, reduzir estigmas e ainda criar uma nova categoria de consumo dentro do mercado de *Sexual Wellness* brasileiro. Em outras palavras, o Clits não só introduz uma solução de conforto, mas propõe uma nova

narrativa para o bullet, menos como um aparelho técnico e mais como um objeto híbrido (brinquedo e dispositivo de bem-estar).

Contudo, a análise fidedigna exige reconhecer limitações, o controle remoto do Nísia entrega possibilidades interativas que o Clits não oferece e alguns elementos de acabamento ou a textura do Amzing podem ser preferíveis para determinados segmentos que priorizam sensorialidade específica. Ou seja, enquanto o Clits se afirma como inovador por transformar paradigma de fixação, anatomia e por sua estética lúdica, seus concorrentes propõem outros eixos de melhoria como a interatividade à distância e sensações sensoriais diferenciadas. Ele não é onipotente, mas é exemplar enquanto caso de design que busca redefinir categorias funcional, estética e simbólica, cumprindo com a sua proposta de redesign do bullet.

5. Considerações finais

Ao longo deste trabalho, buscou-se compreender o papel do design industrial na construção de inovações dentro do mercado erótico, tomando como ponto de partida as transformações culturais, estéticas e principalmente funcionais que vêm moldando o setor.

A pesquisa teve como foco investigar de que maneira o Clits Bullet, desenvolvido pela Pantynova, poderia representar uma redefinição do conceito tradicional de vibradores tipo bullet. Para responder a essa questão, estruturou-se um percurso metodológico composto por revisão bibliográfica, estudo de caso e análise comparativa, que permitiu examinar o produto à luz de critérios técnicos criteriosamente definidos.

A revisão teórica forneceu bases para compreender a importância da função prática, da estética e da construção de significados nos produtos eróticos; o estudo de caso permitiu caracterizar profundamente a proposta do Clits; e a análise comparativa, organizada em operacionalidade, ergonomia e inovação, possibilitou situar suas qualidades e fragilidades diante de outros bullets do mercado.

A partir desse percurso analítico, conclui-se que o Clits Bullet representa um avanço expressivo no contexto do design aplicado ao mercado erótico. O produto se diferencia por articular forma, materialidade e modularidade funcional em um projeto que propõe uma nova leitura sobre o modelo tradicional de bullet.

Essa convergência reforça o papel do design industrial como mediador entre corpo, tecnologia e cultura, evidenciando que a inovação no setor não se resume a incrementos técnicos, mas envolve transformações no modo como o prazer é percebido, representado e experienciado. O Clits demonstra a importância de uma abordagem projetual centrada no usuário e na inovação, reconhecendo o prazer como uma experiência multifatorial e, portanto, sensível às dimensões anatômicas, simbólicas e emocionais.

Considerando as reflexões apresentadas, o estudo abre espaço para novas investigações que ampliam o debate sobre inovação e design no campo da sexualidade. Entre essas possibilidades, destaca-se a análise de como mudanças sociais têm influenciado as funções estéticas dos *sex toys*; a investigação dos significados simbólicos associados a produtos destinados a grupos específicos, como pessoas LGBTQIAP+; e o aprofundamento dos processos metodológicos utilizados no desenvolvimento de produtos inseridos no campo emergente da *sex tech*. Tais desdobramentos podem fortalecer o entendimento sobre a relação entre design, prazer e inclusão, além de contribuir para a consolidação do design como um agente relevante de inovação dentro do mercado erótico contemporâneo.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Paula. **Pesquisa mercado erótico 2024**. [S. l.]: MercadoErótico.org, 2024. Disponível em: <https://mercadoerotico.org/wp-content/uploads/2024/11/Pesquisa-intt_cosmeticos.pdf>. Acesso em: 04 ago. 2025.
- AGUIAR, Paula; SANTOS, Julianna. **Pesquisa Mapa Brasil Erótico 2022**. [S. l.]: MercadoErótico.org, 2022. Disponível em: <<https://www.mercadoerotico.org/wp-content/uploads/2022/10/pesquisa-mapa-brasil-erotico-2022.pdf>>. Acesso em: 08 set. 2025.
- , **Perfil do empreendedor do mercado erótico na pandemia**. [S. l.]: MercadoErótico.org, 2021. Disponível em: <<https://www.mercadoerotico.org/wp-content/uploads/2022/05/perfil-empreendedor-mercado-erotico-1-1.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2025.
- CASENOTE, Igor Escalante. **Design-Driven Innovation no Processo de Desenvolvimento de Novos Produtos: O Design como Agente de Inovação de Significados**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design Estratégico) – Escola de Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<https://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/2998/IgorCasenoteDesign.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 20 set. 2025.
- CLIMAXXX. **Buzz Bullet CLMX - Vibrador cápsula recarregável**. Disponível em: <https://www.climaxxx.com.br/products/bullet-vibrador-buzz-clmx?srltid=AfmBOoqJ5FZ0Vf-C99-7ZuUJHUVv6sF0PinEhw2OskseAR7vkyl-y_UZ>. Acesso em: 08 out. 2025.
- CLIMAXXX. **Quem somos**. Disponível em: <<https://www.climaxxx.com.br/pages/quem-somos>>. Acesso em: 08 out. 2025.
- DEL CARMEN, Gabriela. **Após crescimento acelerado, sextech Pantynova prepara sua 1ª captação. Startups**. 2022. Disponível em: <<https://startups.com.br/negocios/apos-crescimento-acelerado-sextech-pantynova-prepara-sua-1a-captacao/>>. Acesso em: 12 abr. 2025.
- EXCLUSIVA SEXSHOP, **Bullet Recarregável em ABS com 10 Modos de Vibração, Controle Remoto Sem Fio e Resistente à Água - Exclusiva Nísia | 8,6 x 2 cm**. Disponível em: <https://www.exclusivasex.com.br/bullet-recarregavel-abs-10-modos-vibracao-controle-remoto-sem-fio-resistente-agua-exclusiva-sex-shop-nisia-8-x-2?srltid=AfmBOooypDkLvpOn_SBrdfQ830619tjhYWPQ2LDvn2ucnLuwH-jP6PnG>. Acesso em: 05 out. 2025.
- FILHO, João Gomes. **Design do objeto: bases conceituais**. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

- ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO; EUROSTAT. **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 4. ed. Tradução para o português. Brasília: Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), 2025. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/images/a-finep/5CNCTI/04_07_2025_Manual_de_Oslo.pdf>. Acesso em: 15 set. 2025.
- FLORES, Júlia. **Sexual wellness: mercado do autocuidado mira no sexo como caminho**. Universa, UOL, 8 jun. 2021. Edição: Adriana Küchler. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/reportagens-especiais/sexual-wellness-mercado-do-bem-estar-intimo/#page1>>. Acesso em: 10 set. 2025.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- HUERTAS, Carolina. **Marcas investem na categoria de bem-estar sexual**. Meio & Mensagem, 28 jun. 2022. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/marketing/marcas-investem-na-categoria-de-bem-estar-sexual>>. Acesso em: 12 abr. 2025.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LELO. **A Futurist View into the Future of Love, Sex, and Relationships: Report on Trends in the Following Decades**. [S.l.]: LELO, [s.d.]. Disponível em: <https://www.lelo.com/blog/wp-content/uploads/2024/05/LELO-Futuristic-Sex-Report.pdf?srsltid=AfmBOop-1_06MYBLR8ohgqQijOIFPhYG_8ka-etRp9Dcf3ZR_XobhxiJ>. Acesso em: 20 set. 2025.
- LÖBACH, Bernd. **Design Industrial**. 1º ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda., 2001.
- MEDEIROS, Dárlen Prietsch; PARADA, Augusto Rodrigues. **Perfil consumidor do mercado erótico: uma pesquisa em constante construção**. iCom + D – Comunicação e Design: estudos, práticas e interações, v. 5, n. 1, 2022. Disponível em: <<https://seer.faccat.br/index.php/ricom/article/view/2772>>. Acesso em: 08 set. 2025.
- MORATELLI, Valmir. **Brasil registra recorde na venda de brinquedos eróticos na pandemia**. Veja, coluna “Veja Gente”, 7 jul. 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/explode-venda-vibradores-no-brasil-durante-a-pandemia/>>. Acesso em: 11 set. 2025.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Saúde sexual, direitos humanos e a lei [e-book]**. Tradução realizada por projeto interinstitucional entre Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Paraná; coordenadores do projeto: Daniel Canavese de Oliveira e Maurício Polidoro. Porto Alegre: UFRGS, 2020. 88 p. ISBN 978-65-86232-36-3. Título original: Sexual health, human rights and the law.

- PANTYNOVA. **Vibrador Bullet Clits - Design Premiado Brasileiro**. Disponível em: <https://www.pantynova.com/products/clits-vibrador-bullet?srsId=AfmBOooc643ak7-_XDNU3tiRo8c_irT0217kc7hiMTc1U6Sz9_V496Ur>. Acesso em: 05 out. 2025.
- RIGHETTO, Giulia Panchoni. **O papel das marcas de bem-estar sexual na (des)construção da sexualidade feminina**. 2022. Monografia (Graduação em Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.
- SANTOS, Jéssica Vieira. **Difusão da inovação no mercado erótico. 2023**. Monografia (Graduação em Administração) – Departamento de Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2023. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/19751>. Acesso em: 08 set. 2025.
- STARLING, Izabela. **Com crescimento de mais de 400%, Pantynova transforma o mercado brasileiro de sexual wellness**. LinkedIn, 19 abr. 2023. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/com-crescimento-de-mais-400-pantynova-transforma-o-mercado-brasileiro-/?trackingId=LFKu7rdnntRYyFzRzdxhcA%3D%3D>>. Acesso em: 19 abr. 2025.
- YIN, Robert K.. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.