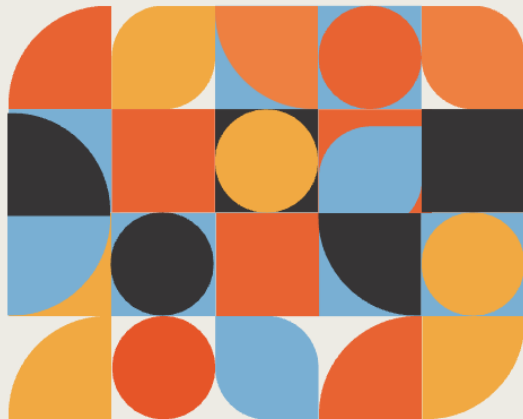




MODA ÍNTIMA E AUTOESTIMA: PROJETO DE COLEÇÃO PARA MULHERES MASTECTOMIZADAS A PARTIR DE ESTUDOS SOBRE O CÂNCER DE MAMA

Intimate Fashion and Self-Esteem: Collection Project for Women who have Had a Mastectomy Based on Studies on Breast Cancer

Paiva, Maria Eduarda N.; Graduanda; Universidade Federal do Ceará, mariaeduardanobregapaiva@alu.ufc.br¹
Filgueiras, Araguacy P. A.; Dra.; Universidade Federal do Ceará, araguacy@ufc.br²
Queiroz, Cyntia T. M.; Dra.; Universidade Federal do Ceará, cyntiatavares@ufc.br³

Resumo: O câncer de mama é o de maior incidência na mulher brasileira e que a afeta de várias formas. Decorrente de um projeto de pesquisa, este artigo utiliza metodologia de natureza qualitativa com a revisão bibliográfica e pesquisa de campo, e objetiva expor e discutir o câncer de mama, suas consequências, estudos ergonômicos e de projeto de produto, conhecimentos necessários para o desenvolvimento de uma coleção de moda íntima para mulheres mastectomizadas, finalidade da pesquisa. Considerando as sequelas físicas e psicoemocionais desta enfermidade, vislumbra-se contribuir positivamente na autoestima e qualidade de vida das usuárias.

Palavras chave: Mastectomia; moda íntima feminina; PCD e feminilidade.

Abstract: Breast cancer is the most common cancer among Brazilian women and affects them in a variety of ways. Resulting from a research project, this article uses qualitative methodology, including a literature review and field research, and aims to expose and discuss breast cancer, its consequences, ergonomic and product design studies, and the knowledge required for the development of an intimate apparel collection for women who have undergone mastectomies. Considering the physical and psycho-emotional consequences of this disease, the aim is to positively contribute to users' self-esteem and quality of life.

Keywords: Mastectomy; women's underwear fashion; PwD and femininity.

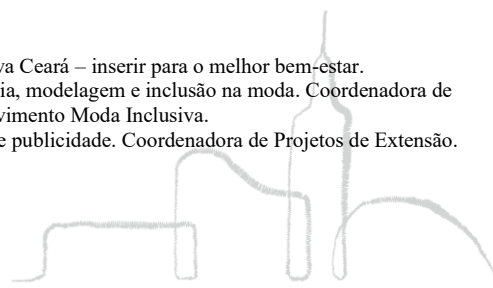
Introdução

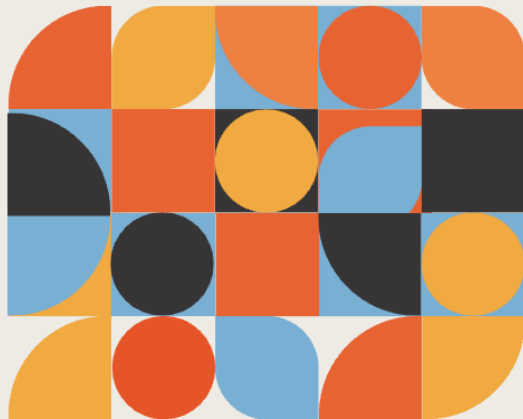
Atualmente, o câncer de mama é o segundo tipo de neoplasia mais comum e uma das principais causas de morte de mulheres em nível mundial. Muito agressiva, é uma doença que causa vulnerabilidade física, mental e social na mulher, sobretudo porque a mama tem ligação direta e significativa com a sua identidade. Desta forma, fatores emocionais, psicológicos e afetivos podem impactar a autoimagem e a autoestima, pois ela se encontra diante de uma nova realidade, com modificações e adaptações a um 'novo corpo' (Gois *et al.*, 2023).

¹ Graduanda em Design-Moda na Universidade Federal do Ceará, bolsista do Projeto de Extensão Moda Inclusiva Ceará – inserir para o melhor bem-estar.

² Professora Associada do Curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. Pesquisadora em ergonomia, modelagem e inclusão na moda. Coordenadora de Projetos de Extensão, incluindo o Moda Inclusiva Ceará – inserir para o melhor bem-estar. Cofundadora do Movimento Moda Inclusiva.

³ Professora Adjunta do Curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. Pesquisadora em marketing e publicidade. Coordenadora de Projetos de Extensão. Membro e atleta da Associação Lua Rosa.





Devido a não se encaixarem nos padrões físicos e estéticos impostos pela sociedade, as pessoas com algum tipo de deficiência física sofrem preconceito e aversão, muitas vezes colocadas à margem da sociedade (Auler; Sanches, 2017, p. 145). Além do estigma social, as pessoas com deficiência (PCD) enfrentam dificuldades para encontrar roupas adaptadas ao seu corpo, pois a modelagem de uma peça inclusiva não é pensada da mesma forma que a modelagem das peças que vemos comumente no mercado. Grave (2004) diz que, quando há algum desequilíbrio de peso causado pela ausência de alguma parte do corpo, o papel da modelagem é ajustar as linhas do corpo considerando um “novo equilíbrio”.

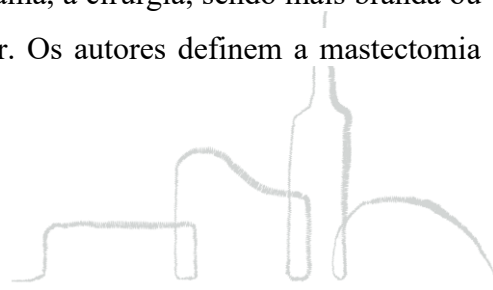
Autores como Gois *et al.* (2023), Grave (2004) e Pereira *et al.* (2019) auxiliam na compreensão das dificuldades vivenciadas pelas mulheres pós-mastectomia devido à falta de peças desenvolvidas pelo viés do Design Centrado no Usuário no mercado (Santos *et al.*, 2023b).

Diante desta realidade, este trabalho se propõe a discutir temáticas relacionadas e essenciais ao desenvolvimento de uma coleção de moda íntima para mulheres mastectomizadas. É fundamental compreender a doença, tipos de cirurgia, as severas sequelas físicas, emocionais e funcionais que tanto impactam a qualidade de vida da mulher, uma vez que a moda íntima tem relação direta com a feminilidade, a sensualidade e a autoconfiança, naturalmente abaladas em decorrência da mastectomia.

O câncer de mama no Brasil e seu tratamento por meio da cirurgia de mastectomia

O câncer de mama é o tipo de tumor maligno mais frequente entre as mulheres no Brasil, com 73 mil novos casos constatados no ano de 2023 (Santos *et al.*, 2023a), e 74 mil previstos para o ano de 2025 e, por ser uma das principais causas de morbidade e mortalidade no país, é considerado um problema de saúde pública (Silva *et al.*, 2024). Vários aspectos, tais como a idade, histórico hormonal e fatores ambientais podem influenciar no desenvolvimento da doença, não havendo uma causa única para o seu surgimento (INCA, 2023).

Pereira *et al.* (2019) afirmam que para o tratamento de câncer de mama, a cirurgia, sendo mais branda ou radical, é classificada como tratamento principal para esse tipo de câncer. Os autores definem a mastectomia





como uma cirurgia que possui por objetivo retirar o máximo de células cancerígenas do corpo e pode ser feita com a remoção total da mama ou de forma que apenas o tecido infectado seja retirado.

Lopes *et al.* (2024) afirmam que a mastectomia radical tende a proporcionar uma piora na autoimagem e na função corporal nas mulheres em comparação com uma cirurgia mais conservadora, quando parte da mama ainda é preservada; contudo, a abordagem mais radical aparenta ser melhor para o emocional das mulheres no futuro, devido a temores de recidiva. Os autores citam os tipos de cirurgia de mama: mastectomia simples, dupla ou bilateral, poupadora de pele, poupadora de mamilo, radical modificada e radical.

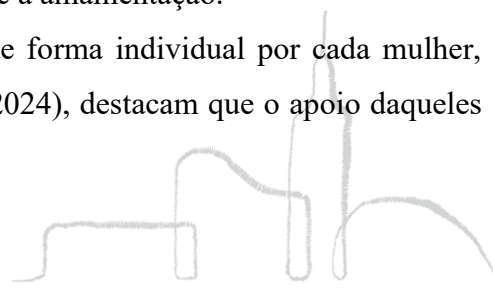
Símbolo de feminilidade e interferência na autoestima das mulheres

Silva e Rey (2011) afirmam que o corpo feminino, em sua forma psicanalítica (aquela que transcende a parte física e está ligado à história da pessoa), age como palco na expressão da beleza feminina. Devido à simbologia que a mama possui para a mulher, sua retirada pode acarretar em uma mudança negativa quanto à sua percepção corporal, fazendo com que ela vivencie sentimentos negativos quanto a si mesma e distorça sua autoimagem após a mastectomia (Almeida, 2006).

A imagem corporal é um fenômeno multifacetado que não pode ser resumido apenas na forma como uma pessoa enxerga, mas também deve levar em conta suas vivências e o entendimento que ela possui sobre sua aparência (Gois *et al.*, 2023). Para Auler e Sanches (2017), a mulher mastectomizada carrega inseguranças e vulnerabilidades, já que a mama feminina é considerada um símbolo de feminilidade e maternidade, também participando da estabilização do corpo influenciando a gravidade e a composição hormonal.

Alguns autores destacam os impactos do tratamento na autoestima e autoimagem da mulher com câncer de mama, evidenciando os desfechos psicológicos, físicos e sociais. Para Gois *et al.* (2023), as intervenções causadas pelo tratamento, como a perda de cabelo e retirada de mama, afetam o psicológico da mulher, podendo causar inúmeros transtornos em sua vida, desde sua intimidade em casal até a amamentação.

O tratamento de câncer por meio da mastectomia é vivenciado de forma individual por cada mulher, alterando o físico e o psicológico das pacientes no processo. Silva *et al.* (2024), destacam que o apoio daqueles





que compõem o ciclo social da mulher mastectomizada, como amigos e família, é essencial para melhorar a qualidade de vida das pacientes e ajudar na aceitação da nova realidade vivenciada por elas.

Ergonomia das roupas para a pessoa com deficiência física

Em 2018, Auler e Sanches (2017) questionavam que, apesar de a ergonomia na moda ainda não ter tanto destaque em discussões, já era considerada essencial para o desenvolvimento de um projeto, possibilitando que as diferentes demandas dos usuários fossem atendidas. A moda inclusiva surgiu para abranger os diversos corpos que não encontram larga variedade de peças do vestuário, pois grande maioria das marcas não visualiza essas pessoas como clientes. Mas a demanda existe, ampla e carente de produtos adequados e com elementos de design.

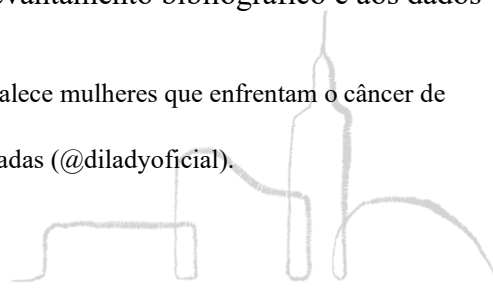
Segundo Grave (2004), o vestuário deve se somar ao corpo, agindo como fator facilitador, respeitando a anatomia do ser humano. Para ela, a modelagem ergonômica é a junção de conhecimentos, como anatomia e pesquisas tecnológicas, que possibilita que o ser humano encontre no vestir maior qualidade, conforto e utilidade. A usabilidade é outro princípio a ser considerado quando se fala de modelagem ergonômica, pois envolve manuseio, funcionalidade e compatibilidade com o usuário (Martins, 2005). Esses princípios se assemelham aos do design centrado no usuário pois relacionam conceitos de Design Universal e Design Inclusivo, posicionando o cliente final como figura central durante o processo de criação do produto (Santos *et al.*, 2023). O design universal tem como objetivo alcançar uma sociedade mais igualitária a todos, que produz ambientes e produtos capazes de incluir a pluralidade do ser humano (Valério, Medola e Paschoarelli, 2015).

Metodologia

Parte de um projeto de pesquisa que envolve mulheres mastectomizadas⁴ e uma indústria de moda íntima⁵, de natureza qualitativa, este trabalho é a etapa inicial que corresponde ao levantamento bibliográfico e aos dados

⁴ Membras da Associação Lua Rosa, entidade sem fins lucrativos que oferece apoio e fortalece mulheres que enfrentam o câncer de mama (@associacaoluarosa).

⁵ Empresa parceira da Associação Lua Rosa que já doou algumas peças íntimas às associadas (@diladyoficial).





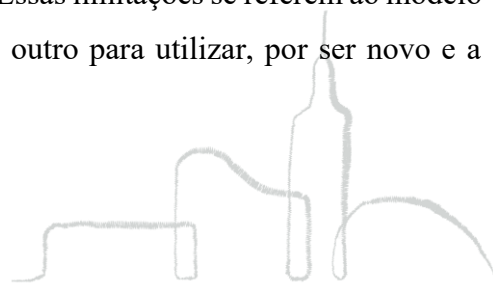
coletados na pesquisa de campo por meio de questionário virtual. Lima e Miotto (2007, p.43) defendem a abordagem qualitativa por ser capaz de “gerar [...] a postulação de hipóteses ou interpretações que servirão de ponto de partida para outras pesquisas.”. Neste caso, inclui o referencial teórico, a pesquisa de campo e a metodologia projetual a ser aplicada a partir de Löbach (2001) e Merino (2016).

Resultados

Com o formulário virtual, obteve-se o perfil das entrevistadas, sua percepção acerca de sutiãs do mercado e as necessidades e desejos na hora de comprar sutiãs para si.

Assim, pode-se afirmar que o grupo de pesquisa consiste em mulheres com mais de trinta e cinco anos. 81,8% delas têm de 36 a 55 anos, 13,6% de 56 a 66 anos e 4,5% mais de 67 anos de idade, de classes sociais, ocupações, peso e alturas diversificados. Outros dados relevantes são que 86,4% das mulheres praticam algum tipo de atividade física, 72,7% permanecem sentadas na maior parte do dia; que 63,6% retiraram apenas uma mama e 9,1% retiraram as duas; 59,1% fizeram reconstrução mamária e 81,8% não apresentaram linfedema.

Para compreender suas necessidades, as perguntas abordaram conforto, estética e modelagem dos sutiãs. No tópico conforto, perguntamos qual o tipo de sutiã mais utilizado no dia a dia, sendo o maior percentual para sutiãs com bojo (36,4%), seguido pelos sutiãs sem bojo (27,3%). Com relação à preferência pelo tipo de sutiã, o sutiã com bojo teve 36,4% e o sutiã sem aro, 22,7% das respostas. Quando perguntadas sobre o que mais as incomodava em um sutiã, a opção mais indicada foi Apertado; Arco/Aro, Etiqueta, Colchete, Regulador de alças e Folgados empataram e, com menor porcentagem, Estética/Design e Elástico. Questionou-se, também, se já precisaram usar algum sutiã desconfortável, 68,2% responderam que sim, 13,6% que diariamente, outras 13,6% responderam que nunca e 4,5% que sim, mais de uma vez por semana. Para fins ergonômicos, também perguntamos sobre a localização do fecho; 68,2% responderam Fecho nas costas e 31,8% Fecho na frente. Quanto a alguma limitação utilizando um sutiã adaptado, 68,2% responderam Sim. Essas limitações se referem ao modelo dos sutiãs não compatível com o tipo de roupa que iriam usar, à falta de outro para utilizar, por ser novo e a mulher nunca ter provado, devido à cirurgia e à estética.



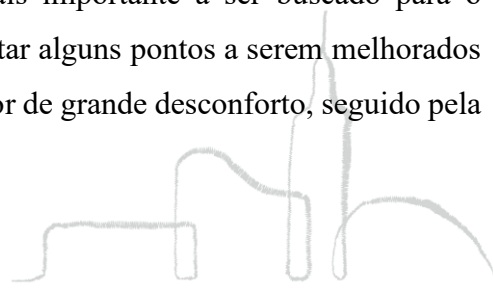


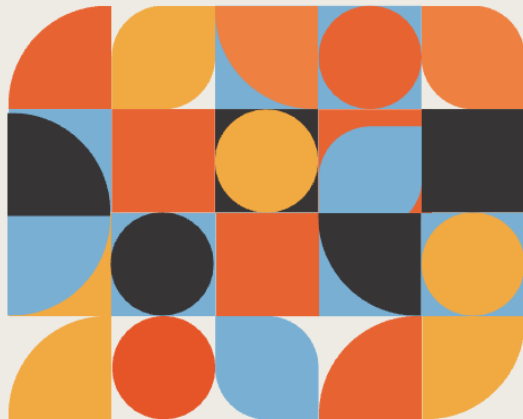
Sobre o fator mercadológico, perguntamos, por grau de importância, qual a prioridade na hora de comprar um sutiã. O maior percentual foi para a opção Conforto, seguida de Praticidade de vestir; empataram Proteção para seios, Durabilidade, Não cause dores e Usar em várias ocasiões e, em último lugar, ficou “Beleza”. Questionamos, ainda, se usariam um sutiã que fosse feio, mas confortável, 81,8% responderam Sim. Quanto às maiores dificuldades para encontrar um sutiã adequado, as respostas foram: Preço não acessível seguido de Me disponho a procurar, Experimentar, Não encontro onde comprar, Não encontro meu tamanho, Não acho bonito e Falta de percepção do que seria adequado. Sobre quanto estariam dispostas a investir em um sutiã realmente inclusivo, 45% responderam De R\$ 51,00 até 100,00, 40,9% responderam Até R\$ 50,00, 9,1% responderam De R\$ 101,00 até R\$ 150,00 e 4,5% responderam De R\$ 151,00 até R\$ 200,00. Por fim, perguntamos se elas gostariam de ter um espaço para prótese mamária em peças do vestuário que dificilmente têm. 45,5% indicaram as roupas de banho, 36,4% apontaram para roupas de festa e 18,2% responderam que não gostariam em nenhuma das opções.

Quanto à estética, perguntamos qual a cor de preferência em um sutiã. 77,3% responderam Preta; 13,6%, Bege, 4,5% Branca e 4,5% indicaram “Bege e Branco”. Quando perguntadas sobre estampas para sutiãs, 36,4% preferem a estampa Floral e 36,3% preferem sem estampas, 9,1% Listras, 9,1% preferem Animal print e 9,1%, estampa de Poás. E, para fins de conforto sensorial, perguntamos qual o melhor tecido. 54,5% escolheram a Poliamida, 27,7%, Malha de algodão, para 4,5% foi Modal, 4,5% Renda e Outros materiais 4,5%”, além de 4,5% que responderam Todos os materiais.

Considerações Finais

Aliar a melhoria da autoestima, conforto e estética é a estratégia mais adequada para um sutiã verdadeiramente inclusivo. Considerando os resultados apresentados, pode ser observado que o conforto, seja ele sensorial, termofisiológico, ergonômico e psicoestético, é o aspecto mais importante a ser buscado para o desenvolvimento deste sutiã. Com a análise dos dados, é perceptível levantar alguns pontos a serem melhorados no design da peça em estudo. Dentre eles, o elemento estrutural “aro” é fator de grande desconforto, seguido pela



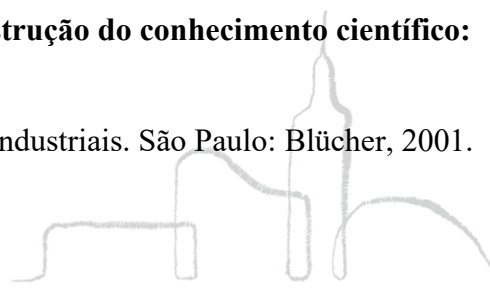


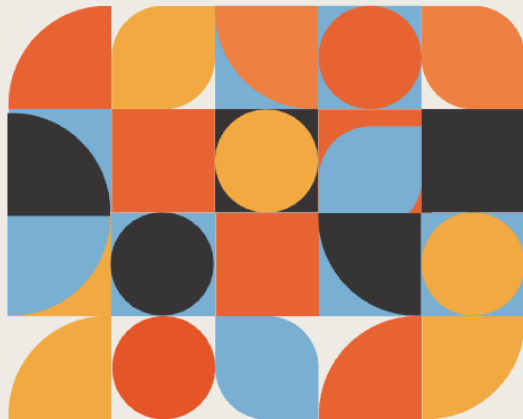
presença de bojo. Tão importante quanto a modelagem, que contorna a estrutura do corpo e cobre áreas e formas que foram alteradas e, por isso, mais sensíveis, são os materiais, por estarem em contato direto com a pele. Algumas características da matéria prima utilizada são responsáveis pelo toque, sensações, maleabilidade e praticidade. A opção das entrevistadas conflui para uma fibra macia, leve, respirável e que se ajusta ao corpo sem limitar movimentos, já bastante utilizada no segmento. Sutiãs de cores básicas e estampas simples são mais bem aceitos pelas usuárias. Item muito importante, pois elas preferem conforto à estética. Por fim, também notamos que o valor de mercado dos sutiãs inclusivos é um grande obstáculo de acessibilidade para as consumidoras.

Sob a égide de Löbach (2001) e Merino (2016) e com os dados mostrados neste artigo, somados às percepções obtidas no grupo focal (próxima etapa), pretende-se apresentar, em breve, o resultado em forma de peças inclusivas de uma coleção que realmente satisfaçam às expectativas das mulheres investigadas, contribuindo positivamente na autoconfiança e qualidade de vida das usuárias.

Referências

- ALMEIDA, R. A. Impacto da mastectomia na vida da mulher. **Revista da Sociedade Brasileira de Psicologia Hospitalar**, v. 9, n. 2, p. 99–113, 2006.
- AULER, D.; SANCHES, G. (Orgs.). **9º Concurso de Moda Inclusiva**. São Paulo: Estação das Letras e Cores; Secretária de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência, 2017.
- GOIS, R. L. B.; *et al.* Autoestima e autoimagem da mulher com câncer de mama. **Research, Society and Development**, v. 12, n. 4, 2023. Disponível em: <https://rsdjournal.org>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- GRAVE, M. F. **A modelagem sob a ótica da ergonomia**. São Paulo: Escrituras, 2004. 101 p.
- INCA. Instituto Nacional do Câncer. **Fatores de risco**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/inca/pt-br/assuntos/gestor-e-profissional-de-saude/controle-do-cancer-de-mama/fatores-de-risco>. Acesso em: 6 jun. 2025.
- LIMA, T. C. S.; MIOTO, R. C. T. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. Florianópolis, SC, 2007.
- LÖBACH, B. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Blücher, 2001.





LOPES, J. V.; *et al.* Câncer de mama: um estudo sobre os impactos pós-mastectomia radical. **Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences**, [S. l.], v. 6, n. 9, p. 03–20, 2024. Disponível em: <https://bjih.s.emnuvens.com.br/bjih/article/view/3268>. Acesso em: 6 jun. 2025.

MARTINS, S. B. **O conforto no vestuário**: uma interpretação da ergonomia – metodologia para avaliação de usabilidade e conforto no vestuário. 2005. 202 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

MERINO, G. S. A. **Guia de orientação para desenvolvimento de projetos**: uma metodologia de design centrado no usuário. Florianópolis: NGD/UFSC, 2016. Disponível em: www.ngd.ufsc.br. Acesso em: 19 jun. 2025.

PEREIRA, A. P. V. M.; *et al.* Mastectomia e mamoplastia na vida das mulheres com câncer de mama. **Cadernos da Medicina-UNIFESO**, v. 2, n. 1, 2019. Disponível em: <https://revista.unifeso.edu.br/index.php/cadernosdemedicinaunifeso/article/view/1294>. Acesso em: 6 jun. 2025.

SANTOS, M. O.; *et al.* Estimativa de incidência de câncer no Brasil, 2023-2025. **Revista Brasileira de Cancerologia**, [S. l.], v. 69, n. 1, p. e–213700, 2023. Disponível em: <https://rbc.inca.gov.br/index.php/revista/article/view/3700>. Acesso em: 6 jun. 2025.

SANTOS, B. L. P.; *et al.* Design centrado no usuário e design empático como guias às análises de usabilidade, design universal e design inclusivo de um produto tangível: estojo de aquarela. **Projética**, Londrina, v. 14, n. 1, p. 1–21, 2023. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/46123>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SILVA, H. C.; REY, S. A beleza e a feminilidade: um olhar psicanalítico. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 31, n. 3, p. 554–567, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/k7sLLW3XgindwpPdS63pV6g/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

SILVA, M. P. B.; *et al.* Impactos da mastectomia na imagem corporal de idosas com câncer de mama. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, v. 17, n. 9, p. e11110, 2024. 426. Disponível em: <https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/11110>. Acesso em: 19 jun. 2025.

VALÉRIO, D.; MEDOLA, F. O.; PASCHOARELLI, L. C. Moda inclusiva com foco em mulheres no pós-operatório do câncer de mama. In: ERGODESIGN & USIHC, 15., 2015, Bauru. **Anais...** São Paulo: Blücher, 2015. v. 2, n. 1. Disponível em: <https://pdf.blucher.com.br/designproceedings/15ergodesign/223-E077.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2025.

