

## **Mulheres Petite: como a adaptação do vestuário influencia a experiência de vestir**

**Andréia Bragança Moura**  
IFSULDEMINAS Campus Passos  
moura.andreia1@gmail.com

### **Resumo**

Este artigo se trata de uma pesquisa para ampliar a discussão a respeito das dificuldades que as mulheres pequenas encontram na hora de comprar suas roupas. Tem o objetivo de apresentar o público petite no Brasil, demonstrar através de comparativo de informações quais os principais pontos que incomodam as mulheres pequenas durante o processo de comprar roupas, apontar algumas dificuldades de adaptação antropométricas e quais os problemas aparecem também na ergonomia quando são realizados os ajustes básicos das roupas. Verificar como os aspectos intrínsecos ao processo de modelagem interferem diretamente na ergonomia e na vestibilidade das peças petite. Esta pesquisa se dedica em fundamentações teóricas e pesquisas que tratam a problemática ergonômica e a adaptabilidade das vestimentas para mulheres petite, a fim de trazer foco a alternativas que proporcionem melhores experiências no processo de aquisição de uma vestimenta. Foi feito o recorte e explicação de quem são as mulheres pequenas no Brasil e quais as maiores dificuldades encontradas no processo de compra de roupas devido as variações de tabelas de medidas e a falta de tamanhos menores disponíveis no mercado regular de moda.

**Palavras-chave:** Ergonomia do vestuário, modelagem petite, moda feminina.

### **Petite women: how the adaptation of clothing influences the experience of wearing**

### **Abstract**

This article is a survey to broaden the discussion about the difficulties that petite women encounter when buying clothes. It aims to present the petite public in Brazil, to show through comparative information what are the points that bother petite women the most during the process of buying clothes, to point out some anthropometric adaptation difficulties and what



problems also appear in ergonomics when basic clothing adjustments are made. This research is dedicated to theoretical foundations and research that deals with the ergonomic problem and the adaptability of clothing for petite women, in order to focus on alternatives that provide better experiences in the process of acquiring a garment. The study explained who are the petite women are in Brazil and what are the main difficulties in the process of buying clothes due to the variations in size charts and lack of smaller sizes available on the regular fashion market.

**Keywords:** Clothing ergonomics; petite shaping; women's fashion.

## Introdução

Não me olhe de cima para baixo. Olhe dentro dos meus olhos e perceba que represento mais de 80% das mulheres brasileiras que estão fora das passarelas, fora das agências de modelo, fora dos padrões de modelagem da indústria de vestuário e fora do prêt-à-porter. Somos de todas as formas, estilos e cores. O que nos une é a nossa altura!

Sim, medimos até 1,63m, mas vestimos do 34 ao 46. Somos mulheres que arregaçam as mangas não para ajustar a roupa, mas para ir à luta. Somos mulheres elegantes e discretas; marcamos presença pelo que somos e não apenas pelo que vestimos. Somos mulheres independentes e notáveis; não passamos despercebidas enquanto alcançamos grandes conquistas.

Por isso, não queremos mais ajustar barras, mangas, cavas, ganchos ou decotes. Já temos moda feita à nossa altura, do nosso tamanho, criada e confeccionada por nós e para nós, com qualidade, conforto e estilo. Somos modernas, digitais e práticas. Queremos conforto, sem abrir mão do estilo. (163 Moda, 2024)

A citação acima foi extraída do site da empresa 163 Moda em julho de 2024. Uma empresa especializada na produção de roupas com medidas adaptadas para mulheres petite. Nos dizeres do texto acima, encontramos uma forma de apresentar a problemática na qual esta pesquisa foca. Que é a oferta escassa de vestuários direcionadas a mulheres petite, ou seja, mulheres cujas medidas de altura estão abaixo do padrão de mercado atual brasileiro.

O mundo da moda é extremamente amplo e diverso, e conversa no consciente e inconsciente da maioria dos seres humanos. Segundo Araújo e Loreatto (2013, p. 721) “A roupa é uma extensão do corpo, ela representa de forma temporária o que o corpo quer comunicar, podendo-se moldar aos desejos do indivíduo de forma fácil. A essas oscilações temporárias, denomina-se moda.” Além de expressar através da imagem, uma forma de comunicação visual, neste sentido, a roupa pode ser uma ferramenta capaz de trazer visibilidade, conforto, autoestima e até mesmo pertencimento a grupos sociais.



Para a antropologia o nascimento da moda está relacionado a proteção, modéstia, exibicionismo e comunicação (Salvador, 2020). De modo mais detido Silveira (2008, p. 24) explica que

a função prática estaria associada a repercussões de natureza fisiológica. A função estética, por sua vez, é a percepção. A função simbólica envolveria aspectos eminentemente culturais, pois abrange valores e símbolos compartilhados socialmente. (Silveira. 2008, p. 24)

Contudo, um dos aspectos mais importantes do vestuário é o impacto estético, que depende em grande parte de peças bem ajustadas e com boa vestibilidade, mas para realização de um projeto eficaz, faz-se necessário conhecer as formas corporais do público para diagnosticar suas silhuetas, suas medidas e seu estilo (Silveira, 2008).

De certa forma, a moda pode ser uma grande ferramenta de inclusão e atualmente tem sido utilizada em favor de diversos públicos. Dentre eles, o público plus size tem se destacado nas últimas décadas e vem ganhando cada vez mais espaço na produção de moda regular, assim como a moda para gestantes e lactantes. Nesta perspectiva de uma moda cada vez mais inclusiva, outro movimento que vem ganhando destaque é o público Petite formado por pessoas abaixo das medidas corporais padrão para sua idade e ou para sua regionalidade (McRoberts, 2005).

Para McRoberts (2005), nos últimos anos esse mercado vem ganhando cada vez mais espaço nos Estados Unidos. Já no Brasil, apesar de estar iniciando um tímido movimento direcionado a esse público, muitas vezes este é negligenciado e ainda sofre para encontrar roupas a pronta entrega em tamanhos ideais no mercado.

Diante do exposto, a presente pesquisa busca diagnosticar aspectos intrínsecos ao processo de modelagem que interferem diretamente na ergonomia e na vestibilidade das peças petite. Para tanto, esta pesquisa se dedica em fundamentações teóricas e pesquisas que tratam a problemática ergonômica sobre as vestimentas adaptadas para mulheres "Petite", a fim de trazer alternativas que proporcionem melhores experiências no processo de aquisição de uma vestimenta e depois faz um estudo comparativo de dados contidos em diversas tabelas de medidas disponíveis no mercado e em tabelas de medidas apresentadas por empresas direcionadas para o público petite.

Os resultados expõem pontos comuns de ajuste em peças *prêt à porter* construídas com tabelas de medidas para corpos padrões, porém adquiridas por uma mulher petite. E contribuem na compreensão do corpo petite ao identificar quais são os principais pontos de medidas corporais passíveis de ajustes que corroboram para adequação dos atuais sistemas de dimensionamento de varejo para tamanhos pequenos reais corpos das mulheres petite.



## Metodologia

Este trabalho foi desenvolvido a partir da dificuldade das mulheres de baixa estatura em encontrar vestimentas adequadas para seu biótipo no mercado *prêt à porter*.

A primeira parte da pesquisa se ateve em reunir o maior número de pesquisas direcionadas a mulheres petite que identificassem os pontos comuns de reclamações sobre um vestuário. A segunda fase, foi identificar como as tabelas de medidas foram construídas e desenvolvidas. As informações de algumas tabelas de medidas foram organizadas em uma mesma tabela, na qual foi possível identificar os principais pontos de ajuste para o desenvolvimento de uma modelagem direcionada ao vestuário de mulheres petite. Nesta segunda fase, fez-se necessário aprofundar os conhecimentos sobre antropometria e ergonomia, para isso, utilizou-se como base os autores Lida (2005) e Boueri (2010). E por fim, foi realizada uma terceira fase de pesquisa de satisfação nas redes sociais com mulheres Petite para mensurar suas respectivas relações com o vestuário adquirido em lojas de *prêt à porter* direcionadas ao público de medidas padrão.

De modo mais detido, a pesquisa de campo de caráter qualitativo buscou verificar a relação de usuárias petites com vestimentas que adquirem no mercado com medidas padrão. Para tanto, foi elaborado um questionário estruturado na plataforma Google Forms. O formulário foi direcionado a mulheres petite com 1,42m e 1,62m com idade entre 15 e 50 anos e divulgado nas redes sociais do Instagram e WhatsApp entre as datas de 15/04/2024 a 15/06/2024.

Os resultados de todas as fases foram comparados e ao ser analisados geraram informações importantes para o processo de construção do vestuário direcionado ao público petite.

## Antropometria das mulheres petite

A antropometria consiste no estudo das proporções do corpo humano, desenvolvida através da análise das medidas que caracterizam o corpo, como por exemplo: altura, peso, circunferências, comprimentos de membros etc. Para Lida (2005, p.95), “a antropometria trata das medidas físicas do corpo humano, levando em consideração as diferenças encontradas na população”.

Neste sentido, o estudo antropométrico proporciona um embasamento para o desenvolvimento de diversos produtos, desde mobiliário até as roupas, visto que encontrar padrões facilita a produção de objetos que se adequam a um maior número de pessoas. Porém, para construir uma roupa, é necessário levar em consideração diversos aspectos, que vão além das medidas corporais: estética, linguagem contemporânea, conforto, mobilidade e todos os



aspectos ergonômicos que a vestimenta se destina (Longhi, 2017), por isso faz-se necessário conhecer aspectos de antropometria, ergonomia e desenvolvimentos tecnológicos atuais.

Neste contexto, as medidas corporais são ferramentas importantes no processo de desenvolvimento de um produto do vestuário, em função da variedade de formas corporais existentes. Para que a tomada de medidas de um corpo seja confiável Boueri (2010) sugere que esta seja feita com a forma anatômica o mais natural possível. Para isso, é indicado manter-se de pé, com a coluna ereta, braços descansados ao lado do corpo, palmas das mãos para frente, pés ligeiramente afastados e completamente apoiados no chão e sem tensões musculares que sejam capazes de alterar as medidas aferidas.

Na produção de moda especificamente, o estudo de medidas proporciona uma produção mais eficaz em se tratando das escalas industriais, onde há a possibilidade de abranger o maior número de pessoas ou especificar produtos para um público com particularidades, possibilitando uma otimização do uso da matéria prima e da distribuição da produção. Para Boueri (2010), a definição precisa de parâmetros técnicos garante o bom desempenho dos produtos em função dos fatores de competitividade, que são relacionados ao design, pois através do desenvolvimento de um perfil antropométrico é possível melhorar a versatilidade da roupa em prol de maior conforto de seus usuários.

Dessa forma, o perfil antropométrico busca estabelecer relações entre as medidas do corpo humano de uma população ou grupo de pessoas. Contudo, estas medidas são influenciadas por fatores como idade, sexo, etnia, região e outros o que leva a concluir que cada ser humano possui medidas únicas e sua padronização depende de uma série de estudos aritméticos para estabelecer valores que atendam a um maior número de consumidores, geralmente vinculados ao público-alvo (Iida, 2005). Por esse motivo, o comum é que as marcas adaptem seus padrões de medidas de acordo com sua localização e características de seu público-alvo.

Para Devarajan e Istook (2004) apud Longhi (2017 p.28) “o estudo dos tipos de corpos humanos é chamado de somatótipo, este termo foi cunhado por William Sheldon no seu livro *Varieties of Human Physique*” e subdivide-se em três 3 tipos distintos de padrões corporais: ectomorfo (tipo físico de formas alongadas, com abdômen estreito e fino); mesomorfo (tipo físico musculoso, de formas angulosas, abdômen pequeno, com pouca gordura subcutânea) e endomorfo (tipo físico de formas arredondadas e macias, com grandes depósitos de gordura) (Iida, 2005). Essa classificação se tornou uma forte base para auxiliar a divisão de biótipos ao longo das décadas, sendo utilizado nos ramos da saúde, educação física e diversas áreas onde se fala de distribuição de massa corpórea.

De modo mais detalhado, as pessoas com características ectomorfo aparentam uma silhueta mais esguia, com menor quantidade de gordura, tendem a ter músculos proporcionalmente mais alongados, mas com pouco volume. Já as pessoas com características



de mesomorfos, possuem uma silhueta mais atlética, geralmente com maior facilidade de ganhar massa magra, trazendo uma musculatura mais definida. Tendem a ter os ombros mais largos, e cintura e quadris mais estreitos. Por fim, as pessoas com características endomorfas, possuem uma silhueta proporcionalmente mais larga, com membros mais curtos, musculatura menos definida, tendendo a apresentar maior concentração de gordura corporal (Lida, 2005).

Essas classificações enriquecem ao setorizar o estudo de antropometria e modelagem ao utilizá-los como guias para criação de tabelas de medidas, pois possibilita comparar pessoas com o mesmo peso e estatura e encontrar medidas diferentes graças a distribuição de massa ao longo do corpo, o que transforma a silhueta consideravelmente.

Segundo Lida (2005), encontrar a padronização de medidas corporais de um grupo de pessoas reduz o custo produtivo de peças, sobretudo no sistema fast fashion, mas ao mesmo tempo pode trazer problemas de conforto e segurança a alguns indivíduos, e cita como exemplo a produção de calças jeans que apesar de ter suas larguras alteradas, mantém o mesmo comprimento de pernas para todos os tamanhos de pernas muito semelhantes, esse fato leva alguns usuários a buscar serviços especializados de ajustes antes mesmo de usar a peça. Por isso, o autor defende várias formas de padronizar medidas, dentre elas podemos destacar a padronização por região (país, estado), por público ou a não padronização, como é o caso das peças sob medida.

Conforme Lida (2005), uma forma de padronizar a produção industrial de moda, é por recorte geográfico e por público-alvo. Neste sentido, esta pesquisa traz o recorte para mulheres brasileiras que possuem medidas menores do que as medidas padrão do mercado convencional. Assim, o recorte do estudo antropométrico de um público petite resulta no desenvolvimento de uma nova grade de medidas corporais para a construção de produtos do vestuário, ou seja, a maior parte das marcas de moda adulta regular, trabalha com a grade iniciando no tamanho ou 36 (PP) e vai até o 46 (GG). Para uma marca que trabalhe com o público petite é interessante que essa grade comece pelo menos no 34 ou até mesmo no 32, que atualmente são tidos como medidas do corpo infantil juvenil.

## **A antropometria da Petite**

A palavra *petite* é originária do Francês e significa pequena, sendo importada para nomear uma nova classificação de público da moda atual onde se refere a mulheres de baixa estatura (Citera, 2023).

A classificação de moda petite é um segmento que está sendo delimitado muito recentemente, portanto, ainda há pouco estudo acadêmico voltado para este segmento. Segundo Kim, Song e Ashdown (2016), 54% das mulheres norte-americanas estão abaixo dos padrões de medidas corporais médias do mercado, destas 50% e relatam dificuldades



para encontrar vestuários em tamanhos adequados às suas medidas cujo ajuste não venha a alterar no fator estético da peça.

Para o autor este fato está associado a forma de redução desestruturada adotada por algumas empresas que tendem a alterar somente a altura das peças na intenção de atender ao público de baixa estatura. Esta falta de ajuste proporcional aos tamanhos reais das mulheres pequenas aumenta a necessidade de alteração na peça pós compra para clientes deste mercado específico. Por isso, é importante compreender as diferenças corretas de dimensões deste público para produzir vestimentas de forma mais assertiva (Kim, Song e Ashdown, 2016).

Segundo McRoberts (2005), nos Estados Unidos há uma busca pela reestruturação nas tabelas de medidas a fim de incluir este público em específico, por isso a classificação apresenta três grupos: *tall, medium e petit*". Mas, sabendo que as formas e medidas do corpo sofrem interferência em função da localidade, da raça da e cultura, nos Estados Unidos, a altura média de uma mulher Petit é de 1,80m, ou seja, muito acima dos padrões brasileiros cuja a média atual de altura da mulher é de 1,60m (Denk, 2016).

Para a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) (2021) a altura média de uma mulher pequena está entre 1,50m e 1,57m. Em Portugal, Araújo(1996) afirma que a altura de uma mulher petite está entre as medidas de 1,50m e 1,60m, estes valores são semelhantes às medidas de altura publicadas pelo estudo da Imperial College London (ICL) e comentado pelo Jornal Gazeta do Povo em 2016, o qual apresenta os valores de 1,50m e 1,60m para mulheres brasileiras de baixa estatura (Denk, 2016).

Contudo, além da altura, o corpo petite apresenta diversas variações de medidas com relação a circunferência, podendo variar do P ao plus size, ou melhor dizendo ao Small size, e esta combinação de medidas "fora dos padrões" adotados pela maior parte da indústria Fast fashion provoca uma série de dificuldades ao consumidor Petite, uma vez que a maior parte das peças adquiridas necessitarão de ajustes antes mesmo do primeiro uso (Mitraud, Konopka e Andrade, 2024).

Atualmente há no mercado algumas marcas dedicadas a este público em específico Nina Miqueli, o Ateliê 34 e a 163 Moda e outras que possuem apenas uma seção especial Hand Book. A empresa Nina Miqueli, por exemplo, trabalha com os tamanhos do 32 ao 42, focadas em atender as questões de vestuário principalmente para as mulheres que acabam buscando suas peças em sessões infante juvenis das lojas. Já a 163 Moda, prioriza o ajuste às suas modelagens focadas principalmente na questão da altura, por isso a nomenclatura de seus tamanhos segue as referências tradicionais partindo do tamanho 34 até o tamanho 46. A marca Ateliê 34 trabalha com tamanhos de PP ao GG, trabalhando com medidas de larguras bem parecidas com as tradicionais, porém com as medidas de altura adaptadas para mulheres menores.



Esta estratégia adotada, sobretudo pela empresa 163 Moda resulta, é a mesma estratégia adotada por várias empresas que adotam a mesma nomenclatura de grade (34 ao 46, ou do PP ao GG) porém com medidas direcionadas ao seu público-alvo, que muitas vezes fogem das medidas tradicionais. Esse fato nos leva a encontrar bastante variação de tamanhos de modelagem, a depender da silhueta da cliente ela pode variar de uma a dois números em fábricas diferentes. Na tentativa de estabelecer um sistema de medidas padronizado, algumas agências de normalização fizeram estudos para estabelecer as chamadas tabelas de medidas corporais. No Brasil este estudo foi coordenado pela ABNT e publicado em 2021.

### **Tabela de medidas**

A revolução industrial teve seu início por volta de 1760 na Europa e trouxe consigo, a necessidade de padronização dos produtos para facilitar o processo de produção em massa, sendo que no Brasil, o movimento só passou a ter grande força a partir de 1844. Tal feito exigiu o desenvolvimento de estudos antropométricos e ergonômicos para diagnosticar as medidas corporais mais comuns de uma determinada população. Estes estudos foram realizados em vários países, incluindo no Brasil, cujo estudo foi conduzido pela ABNT, que apresentou ao mercado a Tabela de medidas Brasileira para construção do vestuário (Brandão, 2015).

No que diz respeito ao vestuário, isto significa que as peças eram feitas sob medida por algumas décadas até que se chegasse, no pós-guerra, ao sistema do “pronto para vestir” (prêt-a-porter, ou ready-to-wear) e, conseqüentemente, a possibilidade de tabelas de medida para padronizar o vestuário. (Brandão, 2015, p.23).

De modo geral, a tabela de medidas para o vestuário Brasileiro, traz consigo medidas direcionadas por: sexo: (tabela masculina e feminina), por idade (tabela infantil e tabela adulta) e por tamanho ou grade (do 34 ao 48 ou do P ao GG, por exemplo). Contudo, nada impede uma empresa de criar sua própria tabela de medidas com medidas padrões do seu público em específico.

Para construção de uma tabela de medidas direcionada à construção do vestuário faz-se necessário encontrar as medidas referentes a algumas regiões corporais, dentre elas as medidas fundamentais (primárias) são as mais importantes para construção do diagrama base do vestuário (circunferências de busto, cintura e quadril, comprimento de corpo). Uma vez traçado o diagrama base com as medidas do público-alvo tem-se a padronização das medidas da empresa. Já as medidas complementares (auxiliares ou secundárias) contribuem no processo de interpretação do modelo para o desenvolvimento do molde do





vestuário propriamente dito, como por exemplo as medidas do comprimento de braço, altura de gancho e circunferência de pescoço (Duarte e Saggese, 2010 e Brandão, 2015).

No Brasil a maior referência de tabela de medidas foi publicada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), e recentemente, a tabela de medidas feminina passou por uma reformulação, através de uma pesquisa realizada em 2021 juntamente com o SENAI CETIQT, que visava atualizar os dados e perfis antropométricos da mulher brasileira (ABNT, 2021).

A norma da ABNT 16933 (2021) relata que a coleta de dados foi conduzida por amostragem e diagnosticou a predominância de dois biótipos no Brasil: retângulo e colher. Dentro deste recorte, foram catalogadas as medidas corporais de um maior número de mulheres possível. A comissão organizadora elegeu o sistema de indicação numérico já adotado pelo mercado de varejo, cujas medidas migram de 2 em 2 partindo do número 34 até o 62, e de tamanhos correspondentes de PP até o G4.

Além de ter sido desenvolvida uma tabela para cada biótipo catalogado, ou seja, uma para o retângulo e uma para a colher, ainda foi desenvolvida uma tabela específica referente às medidas de comprimento que foi relacionada à estatura encontrada durante a pesquisa. As estaturas foram divididas em baixa, média e alta, onde a estatura baixa está entre 1,50m até 1,57m, a média entre 1,58m a 1,65 m e a alta entre 1,66m a 1,81m (ABNT, 2021).

Porém, mesmo após a nova análise corporal, a ABNT ainda exclui uma boa parcela das mulheres petite de seus padrões de medida uma vez que o recorte para mulheres petite foi estipulado entre 1,42m até 1,62m e o recorte da ABNT para o mesmo público inicia-se em 1,50m. Tal fato corrobora com a escassez de produtos específicos para o público petite, mesmo este sendo uma boa parte da população nacional.

Contudo, para o desenvolvimento da modelagem existem diversos métodos de modelagem e para desenvolvê-los, algumas medidas também podem sofrer pequenas alterações sendo necessário adaptar a tabela de medidas para atender a metodologia adotada. Por isso, atualmente existem diversos livros que trazem algumas tabelas de medidas diferentes. Dentre eles a Modelagem do vestuário de Stefânia Rosa (2017) e Técnicas de modelagem feminina construção de bases e volumes da Ana Laura Marchi Berg (2017). Estes métodos de modelagem, tem como estrutura base para a sua construção as medidas antropométricas do indivíduo, porém sua metodologia também traz para a construção do vestuário a ergonomia como princípio principal para o conforto e o bem-estar do usuário.

## **A ergonomia aplicada ao vestuário.**

De acordo com a *Associação Brasileira de Ergonomia (ABERGO)*, 2023.



Ergonomia é uma disciplina científica relacionada ao entendimento das interrelações entre os seres humanos e outros elementos e sistemas, e à aplicação de teorias, princípios, dados e métodos a projetos a fim de otimizar o bem-estar humano e o desempenho global do sistema. (ABERGO, 2023)

Podemos traduzir a palavra Ergonomia com a “ciência do trabalho” sendo uma área de estudo que contempla a forma de trabalho humano através de várias óticas se tornando uma área multidisciplinar. Para ABERGO (2023) “projetar para o bem-estar humano e otimizar o desempenho geral do sistema”, a partir disso colocamos os fatores físicos da ergonomia como um ponto primordial no processo de projeto de objetos. Neste sentido, a modelagem de uma roupa deve servir ao corpo que a veste, e para tal oferecer conforto fisiológico respeitando suas formas e os pontos de movimentação.

Segundo Silva (2020) dentro da visão ergonômica a modelagem deve promover melhorias na qualidade de vida do indivíduo, e garantir a melhor qualidade de um produto, pois pode prevenir problemas e oferecer opções para a solução e adequação do produto ao seu consumidor.

Por ser uma ciência que estuda a interação entre o ser humano e seu ambiente, os conhecimentos de ergonomia são de grande valor na hora da criação de peças do vestuário. Esta interdisciplinaridade envolve diversas áreas (a antropometria, a mecânica, a fisiologia, a engenharia e o comportamento de materiais biológicos) que ao interagir pode resultar em projetos com resultados mais eficientes relacionados a experiências de conforto, funcionalidade, bem-estar e estética aos usuários Boueri (2010).

Segundo Rosa (2011) os princípios de fabricação devem estar diretamente ligados ao usuário através da aplicação dos estudos ergonômicos, visando alcançar o conforto, por isso os elementos da ergonomia devem ser previstos na fase da prototipagem para minimizar os ajustes necessários, otimizar o tempo gasto e diminuir o desperdício de matéria prima. Neste sentido, o caimento e a vestibilidade de uma peça de roupa estão diretamente ligados a sua qualidade de processo de produção, visto que eles interferem tanto na estética quanto na saúde e conforto a longo prazo do seu usuário. Para a autora, quando um produto harmoniza de forma coerente com as características do usuário é notório sua qualidade ergonômica e eficiência técnica. Além disso, testes ergonômicos e de mobilidade podem avaliar a interação do produto com o usuário e a aceitação dele no mercado, antecipando a necessidade de eventuais correções.

De modo geral, a roupa pode ser destinada tanto para tarefas específicas que exigem bastante movimentação física, como trajes de trabalho e prática esportiva ou mesmo para o uso diário de trabalho de escritório ou um dia em casa. Em ambas as situações ela deve combinar o conforto, comodidade e liberdade de movimentos. Segundo Rosa (2011) os



problemas ergonômicos podem ocorrer quando a combinação de medidas, matéria prima e forma de construção não está compatível com situação de uso da vestimenta, por exemplo fazer caminhada de salto alto, por isso, além do corpo, o vestuário deve ter uma proposta de uso bem definida que guie todo seu processo produtivo.

Sendo uma parte tão importante no desenvolvimento de produtos, inclusive de vestimentas, a ergonomia é um dos aspectos base essencial para que se projete roupas eficientes para o público petite.

## Resultados e discussão

A presente pesquisa parte da dificuldade de mulheres petite em encontrar vestimentas no mercado *prêt à porter* adequadas ao seu biotipo/ tamanho. De acordo com McRoberts (2005); Felisbino (2013); Pastana e Monteiro (2021); Mitraud, Konopka e Andrade (2024); as lojas Nina Miquelini, 163 Moda e Ateliê 34 o público de mulheres petite é um mercado em potencial a ser explorado, sobretudo no Brasil, mas medidas contidas nas tabelas de medidas padrão, não atendem ao corpo petite. Esse fato leva a usuária petite a comprar roupas e ajustá-las, antes mesmo do primeiro uso e na maioria das vezes provoca na usuária uma experiência negativa na relação vestimenta e corpo, algo que foi diagnosticado através do questionário realizado.

De acordo com a pesquisa bibliográfica realizada foi diagnosticado que a produção do vestuário deve atentar-se às medidas corporais de seu público-alvo, entretanto a maior parte das empresas orientam-se, primeiramente, pela segmentação de estilo como por exemplo: moda festa, sportswear, sport fino, moda íntima etc. cujas medidas corporais utilizadas para produção do vestuário estão posicionadas na escala “padrão” da localidade, como uma estratégia de posicionamento de mercado.

Contudo, a antropometria do corpo também pode segmentar o público de uma empresa, como por exemplo empresas especializadas no público plus size, infantil ou petite. Dentre estes, o público plus size e o petite possuem uma relação direta com as medidas corporais femininas, entretanto, nos últimos tempos o público plus size tem ganhado, de forma explosiva, mais espaço nas lojas fast fashion de todo mundo em função de uma forte campanha de aceitação deste biótipo. Este fato favorece ao usuário encontrar roupas no seu estilo e tamanho, e o leva a melhorar a relação ergonômica do vestuário com o corpo e a autoestima.

Por outro lado, apesar do corpo petite corresponder a boa parte do público feminino brasileiro, este mercado tem sido explorado de forma tímida no Brasil. Tal fato pode estar associado à relação combinada das medidas corporais de altura e circunferência que levam as empresas petite a trabalhar com tabelas de medidas específicas de tamanho, pois a



altura da mulher petite é mais comum entre elas, mas a circunferência da silhueta pode ser muito diferenciada partindo do 34 ao 46, bem como afirma Mitraud, Konopka e Andrade (2024).

Diante disso, o processo de inclusão da mulher petite no mercado de vestuário pode acontecer de duas formas: a empresa pode trabalhar toda coleção utilizando somente medidas corporais do público petite, ou, poderá trabalhar com medidas padrão, mas terá uma linha paralela de produtos direcionada ao público petite.

No intuito de elucidar quais as principais medidas que alteram a aceitação das peças pelo mercado, esta pesquisa organizou na Tabela 1 as medidas corporais direcionadas a mulheres petite para revelar pontos comuns de medidas divergentes de altura e circunferência apresentados tanto por estudiosos da área, quanto por empresas especializadas ao público petite. Os dados das marcas utilizados na tabela foram retirados dos sites das empresas, portanto só foi possível ter acesso às informações públicas da mesma forma que as consumidoras podem acessá-las.

**Tabela 1- Medidas corporais da mulher petite apresentada por diversos autores**

Descrição das partes do corpo	Medidas dos menores tamanhos de cada autor ou empresa (cm)						
	Berg (2017)	Rosa (2017)	ABNT (2021) corpo ampulheta 150cm-157cm	ABNT (2021) corpo retângulo 150 cm 157 cm	Nina Miqueli	163 Moda	Ateli é 34
	36	34	34	34	32	34	PP
Altura do corpo frente	37,2	41	35,1	35,1			
Altura do corpo costas	41,2	39,5	39,4	39,4			
Altura do busto	21,5	24	21,5	21,5			
Altura da cava	21,5						
Distância do ombro ao solo			121 -124	121 -124			110
Distância da cintura ao quadril	18,5	20,5	19	19 -			
Distância da cintura ao joelho	56	58	52 -54	52- 54			
Distância da cintura ao solo	101,5	100	90 - 93	90 - 93			85
Distância da cintura ao gancho	25,5	25					
Comprimento do braço	59,5	59	58 - 59	58 -59			60
Altura do cotovelo	35,7	34					
Largura do ombro	12,25	11					
Ombro a ombro frente	35,2						



Ombro a ombro costas	38,2	34,5	36	36	38		37
Circunferência do pescoço	35		34	34			
Circunferência do busto	81	76	80	80	72	82	94
Circunferência da cintura	63	58	62	66	60	64	78
Circunferência do quadril	88	86	88	86	89	90	100

Fonte: adaptado de Berg(2017); Rosa(2017; ABNT(2021); Nina Miquelin (2024);163 Moda (2024); Ateliê 34(2024)

Na tabela construída acima, podemos ver que tanto nas marcas, quanto nas tabelas a numeração inicial já apresenta diferença, visto que a Nina Miqueli inicia no tamanho 32, a 163 inicia no 34 e a Ateliê 34 inicia no PP. As tabelas ABNT (2021) e da Rosa (2017) iniciam no tamanho 34 e a da Berg (2017) inicia no 36.

Além disso, há diferença tanto nas medidas de circunferência quanto de comprimento, como por exemplo as medidas referentes à distância da cintura ao solo. Para Rosa (2017) a menor medida já inicia em 100 cm já a altura de joelho é de 58 cm, sendo que para Berg (2017), a distância de cintura ao solo já inicia em 101,5 cm no tamanho 36 e a altura do joelho é de 56 cm, enquanto na tabela ABNT a distância da cintura ao solo para as mulheres mais baixas são indicadas como de 90 cm a 93 cm e a distância de cintura ao joelho de 52 cm a 54 cm.

Nas alturas de busto e cintura ou comprimento do corpo a diferença entre os tamanhos da tabela variam de 0,5 cm a 0,8 cm tem ambas as tabelas de Rosa (2017) e Berg (2017), sendo que, a altura de busto da Rosa (2017) é de 24 cm e de comprimento de corpo frente é de 41 cm, para Berg (2017) as medidas no tamanho 36 cm que é o menor que ela cataloga é de altura de busto corresponde a 21,5 cm e a altura do corpo frente corresponde a 37,5 cm. Na ABNT, a menor altura do corpo frente, seria equivalente ao tamanho 34 e corresponde a 35,1 cm enquanto, a altura do busto é de 21,5 cm.

Além destas, a altura de cava e a altura do gancho, iniciadas respectivamente em 21,5 cm e 25,5 cm e com variações de 0,2 cm a 0,5 cm entre tamanhos, também podem ser pontos críticos que podem gerar desconforto ao usuário, caso não estejam de acordo com as medidas corporais.

De modo geral, os principais ajustes em peças pós consumo diagnosticados após a análise da tabela estão relacionados à altura do corpo, e não poderão ser realinhados de forma fácil ao corpo petite, como por exemplo: subir a cintura de um vestido que seja feito sem recorte na cintura; subir a barra de uma calça flare, pois vai alterar o volume da barra e provavelmente, a posição de início do evasê ficará bem abaixo do joelho e a altura da cava de blusas e vestidos poderá ficar abaixo da medida ideal.



Unindo a questão das tabelas de medidas utilizadas no mercado, a interpretação delas para a modelagem, ao projetar, por exemplo, um vestido tubinho para uma mulher petite, é necessário considerar o deslocamento de praticamente todas as medidas de comprimento da roupa. Não se trata de simplesmente subir a barra do vestido, mas deslocar a altura da cava, o ápice do seio, a altura da cintura e a altura do quadril, uma vez que estas medidas interferirão diretamente no fator ergonômico final da peça, alterando tanto o efeito visual quanto o conforto e a vestibilidade.

Assim, entende-se que independentemente do tamanho da usuária petite, o deslocamento de medidas verticais se faz de grande importância, sobretudo para mulheres petite plus size, pois dependendo da base padrão que foi utilizada, a quantidade de alteração necessária para ajustar a peça na altura e largura do corpo petite será ainda maior.

Quando uma mulher petite veste, na largura, o tamanho regular das tabelas de medidas do mercado (do tamanho 36 ao 52), ela precisará ajustar principalmente os comprimentos das peças. Nas blusas é importante ajustar comprimento, dependendo do modelo, a altura do busto, da cava e da caída de ombro. Nas calças, a depender do modelo, se torna mais complexo, pois é necessário, além do ajuste no gancho, também ajustar a barra, mas, se o modelo for uma calça flare, por exemplo, qualquer alteração na parte das pernas irá alterar a característica principal da peça. Assim, conclui-se que as peças de corpo inteiro, como vestidos e macacões, serão aquelas que mais exigirão conhecimento específico para realizar ajustes compatíveis com os fatores estéticos e ergonômicos.

Por outro lado, as mulheres pequenas cuja circunferência do corpo está alocada em um tamanho abaixo da grade regular (tamanhos 32 e 34), a maior dificuldade está relacionada a questão estilo, uma vez que as medidas corporais correspondem ao público infante-juvenil. Assim, a modelagem das peças se torna um problema, pois, o corpo infante-juvenil feminino ainda está em processo de formação, possui menos curvas, e, portanto, exige menos adição de pences e recortes.

Outro fator a ser colocado aqui nesta pesquisa, está relacionado ao posicionamento das articulações e dos volumes se torna de extrema importância tanto no momento de ajustar quanto no momento de projetar a roupa para uma petite, pois em alguns pontos aumentar ou diminuir poucos centímetros fará grande diferença na liberdade de movimentos e também no resultado estético da roupa.

Ao correlacionar as percepções sobre as medidas corporais de altura e largura identificadas na tabela, e as queixas e depoimentos presentes na bibliografia. Nota-se que a reforma de uma peça em medidas tradicionais para o corpo petite exigirá do profissional, conhecimentos sobre modelagem e costura bem apurados, pois a depender de sua complexidade de construção é possível que o profissional acabe reconstruindo a peça para



que seja possível manter o efeito estético e principalmente a funcionalidade e a ergonomia da peça.

O problema é que nem sempre a peça projetada com medidas corporais padrões, pode ser ajustada para a forma do corpo petite. Dessa forma, a depender do ajuste feito, a peça pode perder seu fator ergonômico e em pouco tempo ser descartada ou indesejada pela usuária.

O fato é que, a maior parte das costureiras que fazem tais ajustes, não estão dispostas a efetuar grandes alterações nas peças, se atendo somente a realizar ajustes básicos com redução de alturas nas extremidades das peças. Porém, após esta pesquisa fica claro que essa ação não garante a ergonomia e a funcionalidade da peça.

Assim, a pesquisa aponta que algumas alternativas para inclusão das mulheres petite mercado de peças prêt à porter, dentre elas a última a ser considerada nesta pesquisa é a construção de peças direcionadas a este público em específico cuja tabela de medidas seja construída observando os fatores de altura do público petite e a circunferência de um público padrão. Esta combinação dará origem a uma nova tabela alinhada aos interesses deste mercado em expansão.

## **Conclusão**

Esta pesquisa está longe de sanar as dificuldades das mulheres petite em se vestir, contudo busca trazer o olhar de mais pesquisadores e desenvolvedores de moda para este público, que corresponde a uma grande parcela da população feminina brasileira com dificuldades de encontrar roupas adequadas ao seu tamanho e biotipo.

A ideia foi instigar o conhecimento sobre o corpo petite para aumentar a satisfação deste público por meio da modelagem, uma vez que a modelagem está diretamente ligada aos fatores ergonômicos de uma vestimenta, em função do conforto, da vestibilidade e da estética.

Sobre as opiniões de mulheres petite relacionadas ao vestuário, a maior parte expõe insatisfações com relação ao comprimento da calça, das mangas, do corpo das blusas, entretanto, ao observar os princípios da antropometria associado com os princípios da ergonomia nota-se um descompasso ao ajustar uma peça padrão para peças petite. Por este motivo, conclui-se que uma estratégia interessante seria a reformulação de uma tabela específica para este público, a qual combinaria as alturas da mulher petite com a conferência das mulheres de estatura mediana. Assim, caso ainda uma peça pós compra precise ser ajustada ao corpo petite, este trabalho tende a ser mais fácil, mais ágil e mais assertivo, melhorando a experiência de compra das usuárias petite.



De toda forma, este é um trabalho inicial cujo estudo futuro está relacionado justamente a construção da nova tabela de medidas e a aplicação de testes ergonômicos ao público petite, pois a adaptação de roupas para usuárias petite apresenta desafios específicos que devem ser considerados na modelagem e confecção das peças tais como as proporções corporais, o posicionamento das articulações e a padronização de tamanhos.





## Referências

ABERGO- Associação Brasileira de Ergonomia. **O que é ergonomia?** 2024. Disponível em: <https://www.abergo.org.br/o-que-%C3%A9-ergonomia>. Acesso em: 25 mar. 2024.

ARAÚJO, Denise Castilhos de; LEORATTO, Daniele. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, [S.L.], v. 35, n. 3, p. 717-739, set. 2013. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0101-32892013000300014>.

ARAÚJO, Mário de. **Tecnologia do Vestuário**. Lisboa: Fundação Calouste Guibenkian, 1996.451 p.

BERG, Ana Laura Marchi. **Técnicas de modelagem feminina: Construções de bases e volumes**. São Paulo: Senac, 2017.

BRANDÃO, Júlia Coelho. **Sistematizações de medidas de vestuário no Brasil: percepções e perspectivas**. 2015. 185 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-22062015-103755/pt-br.php>. Acesso em: 4 ago. 2024

BOUERI, José Jorge. **Antropometria Aplicada ao Projeto e Dimensionamento do Vestuário Brasileiro**. São Paulo: Fapesp, 2010. 158 p. Disponível em: <https://bv.fapesp.br/pt/auxilios/6060/antropometria-aplicada-ao-projeto-e-dimensionamentodo-vestuario-brasileiro/>. Acesso em: 21 maio. 2024.

CARVALHO, Antonia Maria de. **Estudo do biótipo triângulo por meio da modelagem plana**. 2020. Trabalho de conclusão de curso (Tecnologia em Design de Moda), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí - Campus Teresina Zona Sul. Teresina, 2020. Disponível em: <http://bia.ifpi.edu.br:8080/jspui/handle/123456789/66>. Acesso em: 15 maio 2024.

CITERA, Priscila. **O que é moda petite?** 2023. Disponível em: <https://vestindoautoestima.com.br/o-que-e-moda-petite/>. Acesso em: 24 mar. 2024.

CREPALDI, Renata Nogueira. **Estudos e aferições de medidas corporais: aplicações em concepção de modelagem de vestuário de moda**. **Revista Científica de Ciências Aplicadas da Faip**, Marília, v. 4, n. 8, p. 0-0, 0 nov. 2017. ISSN: 2525-8028. Disponível em: [https://faip.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/mWtRV71bgpTi6Xf\\_2017-12-12-17-42-35.pdf](https://faip.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/mWtRV71bgpTi6Xf_2017-12-12-17-42-35.pdf). Acesso em: 17 maio 2024.

DENK, Eriksson. Brasileiras crescem e são mais altas do que as mulheres de 129 países: estudo inglês mostra que brasileiros e brasileiras cresceram nos últimos 100 anos. **Gazeta do Povo**. Curitiba. 26 jul. 2016. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/brasileiras-crescem-e-sao-mais-altas-do-que-as-mulheres-de-129-paises-7e1dvw09bwwc1v1q76txdyjv3/>. Acesso em: 17 maio 2024.

DUARTE, Sônia.; SAGGESE, Sylvia. **Modelagem Industrial Brasileira**. 5ªed. Rio de Janeiro: Editora Guarda Roupas, 2010.

FELISBINO, Fernanda. **Desenvolvimento de vestuário para mulheres de baixa estatura**. 2013. 163 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Design de Moda) –Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda, Processo de Desenvolvimento do Produto,



Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Campus Apucarana, Paraná, 2013. Disponível em: <[http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5876/3/AP\\_CODEM\\_2013\\_1\\_8.pdf](http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5876/3/AP_CODEM_2013_1_8.pdf)>. Acesso em: 2 fev. 2021.

Ilda, Itiro. **Ergonomia**: projeto e produção. 2 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2005.

KIM, Youngsook; SONG, Hwa Kyung; ASHDOWN, Susan P.. Women's petite and regular body measurements compared to current retail sizing conventions. **International Journal Of Clothing Science And Technology**, [S.L.], v. 28, n. 1, p. 47-64, 7 mar. 2016. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/ijcst-07-2014-0081>.

LONGHI, Tatiana Castro. **critérios ergonômicos no vestuário**: proposta de sistematização de dados antropométricos. 2017. 130 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Design, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em: <https://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/000029/000029d6.pdf>. Acesso em: 24 maio 2024.

MITRAUD, Francisco, KONOPKA, Regiane, & ANDRADE, Tatiane. **Por que o small size importa?** Consumo de moda, corpo e identidade. *Arte* 21, 22(1), (2024) 66–82. <https://doi.org/10.62507/a21.v22i1.465>.

PASTANA, Mariah da Silveira Valladão; MONTEIRO, Gisela Costa Pinheiro. Coleção de moda para mulheres de baixa estatura. in: Congresso de Iniciação Científica em Design de Moda, 7., 2021, Recife. **Anais [...]**. São Paulo: Abepem, 2021. Disponível em: <https://www.anais.abepem.org/get/2021/COLEC%CC%A7A%CC%83O%20DE%20MODA%20PARA%20MULHERES%20DE%20BAIXA%20ESTATURA.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2024.

SALVADOR, Sara Isabel Lameiras. **A Importância da Moda Moda, Linguagem, Individualidade e Estética**. 2020. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design de Moda, Universidade Beira Interior, Portugal, 2020. Disponível em: [https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/10630/1/7653\\_16416.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/10630/1/7653_16416.pdf). Acesso em: 11 maio 2023.

SILVEIRA, Icléia. **Usabilidade do Vestuário**: Fatores Técnicos/Funcionais. *Moda Palavra*, [s.l.], v. 1, n. 1, p.21-39, jan. 2008. Semestral. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/modapalavra/article/download/7566/5070/22528>. Acesso em: 02 jul. 2024.

ROSA, Stefania. Modelagem plana feminina. Brasília: Senac, 2017. 431 p.

WEBER, Patrícia Cristina Nienov. **Metodologia para o ensino da modelagem de vestuário com uso das tecnologias de informação e comunicação**. 2020. 145 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design de Vestuário e Moda, Universidade Estadual de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: [https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id\\_cpmenu/9601/Patr\\_cristina\\_Nienov\\_Weber\\_Disserta\\_o\\_16184234184228\\_9601.pdf](https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/9601/Patr_cristina_Nienov_Weber_Disserta_o_16184234184228_9601.pdf). Acesso em: 04 set. 2022.

SITES:

<https://www.atelie34.com.br>

<https://www.instagram.com/ninamiquelini/>

<https://163moda.com.br/>

