

2º Encontro Científico de Pesquisa em Design de Moda



26 à 30 de outubro
Edição Virtual



Moda e memória



O ESTUDO ERGONÔMICO DO CORPO PETITE WEAR: facilitando o encontro com a moda festa

Mariozi, Vanessa Silvia; graduanda; Instituto Federal do Sul de Minas Gerais;

vanessa.mariozi@alunos.ifsuldeminas.edu.br

Menegucci, Franciele; doutora; Instituto Federal do Sul de Minas Gerais;

franciele.menegucci@ifsuldeminas.edu.br

Área temática: ergonomia.

Resumo: Esta pesquisa tem o objetivo de fomentar o desenvolvimento de uma coleção de moda festa feminina para o segmento *petite wear* (mulheres que apesar de estarem na fase adulta, tenham até 1.60m de altura), atendendo as principais demandas práticas e estéticas que foram evidenciadas por meio de um estudo ergonômico; análise de tabelas e-commerce e formulário com o público alvo.

Palavras chave: *petite wear*; moda festa; ergonomia.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem origem em experiências pessoais da autora que pertence a gama de indivíduos com estatura corporal até 1.60m em atenção a demandas sobre a dificuldade de encontrar produtos que atendam pessoas com baixa estatura compartilhadas com outras mulheres, visto que a altura média das brasileiras é de 1,60m (AMOS, 2016, on-line).

Em pesquisas preliminares, verificou-se a utilização do termo *petite wear* para indicar tal segmento de público-alvo, assim como, a pequena quantidade de estudos em design de moda voltados às necessidades deste público. Essas

reflexões contribuíram na formulação do problema de pesquisa “Como o estudo ergonômico do usuário pode contribuir no desenvolvimento de uma coleção de moda festa para o segmento *petite wear*?”.

A tabela de medidas é, sem dúvidas, uma das ferramentas mais importantes no desenvolvimento da modelagem, é ela que orienta a modelista sobre as medidas corporais direcionadas a modelagem plana referentes ao tamanho de cada manequim, sendo estes do tamanho 36 ao 50, e com especificações como “tabela para pessoas de 1.65 a 1.70 m”.

Entretanto indivíduos adultos abaixo destas medidas acabam excluídos por sua idade e medidas, como é o caso das pessoas adultas que vestem numeração 34, cujo as medidas referentes a numeração 36 (indicadas para adultos) fica desproporcionalmente grande. Assim estes indivíduos são direcionados a buscar suas vestimentas em sessões infantis cuja estética das peças é inadequada sua idade.

A partir deste cenário, o objetivo desta pesquisa é fomentar o desenvolvimento de uma coleção de moda festa feminina para o segmento *petite wear*, no que tange às pessoas com até 1,60m de altura, atendendo as principais demandas práticas e estéticas que foram evidenciadas por meio de um estudo ergonômico.

Para isso, foram elaboradas revisões bibliográficas acerca dos conceitos de ergonomia e antropometria, do público *petite wear* e do segmento moda festa, bem como, foi aplicado um questionário direcionado ao público-alvo e elaborada uma análise comparativa de tabelas de medidas com a finalidade de identificar os requisitos fundamentais para propor uma coleção de produtos de moda.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ERGONOMIA: HUMANO-ROUPA-FUNÇÃO

De uma forma simplificada e direta, temos que ergonomia nada mais é que adaptar o trabalho, ou qualquer outra atividade produtiva, ao Homem. Sendo ele o responsável por projetar o trabalho conforme suas capacidades e limitações. Lida (2005) ressalta que inicialmente somente as indústrias, os setores militar e aeroespacial recebiam aplicações ergonômicas. A agricultura, o setor de serviços e à vida diária das pessoas foram recentemente

acrescentadas, exigindo que obtivessem maior conhecimento sobre trabalhos exercidos por mulheres, deficientes físicos e idosos.

Ao acrescentarem as ações da vida diária “pode-se relacionar uma série de produtos com os quais as pessoas interagem cotidianamente, para diversos fins. As roupas são um exemplo significativo de produtos usados diariamente, em diferentes contextos e com diversos objetivos” (GRUBER; VERGARA, 2016, p. 3). Assim, as tabelas de medidas convencionais e indicadas pelas normas para a produção em escala demandam intervenções para que sejam adaptadas ao público de baixa estatura e Índice de Massa Corporal (IMC), tornando a antropometria um campo fundamental nesta pesquisa.

2.2 ANTROPOMETRIA

A antropometria é parte da ergonomia física. Como abordado na seção anterior, o trabalho, e o meio de produção, é adaptado para o ser humano, sendo de suma importância seus valores antropométricos para a realização dos meios que serão utilizados para a realização dos mesmos, podendo ser desde um lápis a um submarino.

Até a década de 1950, houve a tentativa de algumas nações de padronizar as medidas antropométricas, porém, três importantes fatores fizeram com que revisassem sua decisão; a aliança militar, os acordos de comércio internacional e a internacionalização da economia, “alguns produtos, produzidos em certos países, passaram a ser vendidos no mundo todo” (IIDA, 2005, p. 107). O Brasil, país miscigenado resultante de diferentes biótipos, é um dos principais que encontraria total dificuldade de padronização de uma tabela de medidas nacional. O que algumas indústrias do vestuário buscam fazer é, desenvolver sua tabela de medidas de acordo com a região e o grupo geodemográfico do público consumidor de sua marca.

2.3 TABELA DE MEDIDAS

Longhi et al. (2018, p. 1) afirma que “[...] a tabela de medidas é uma ferramenta que guia o trabalho da modelista, e seus valores devem representar o público-alvo de cada linha de produtos”. Na tabela de medidas de cada marca encontram-se as medidas do público alvo, é a partir dela que a modelista vai

materializar, ou ver se é possível materializar, o que o designer ou estilista desenhou. Em 1995 a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) criou a NBR – 13377, uma tabela de medidas do corpo humano “um documento genérico e que apresenta padrões referenciais para a moda masculina, feminina e infantil” (AUDACES, 2017, on-line) em duas dimensões: acima da cintura e abaixo da cintura.

Os vários biótipos oriundos da miscigenação fez com que no Brasil, uma única tabela de medidas não fosse capaz de atender os consumidores, sendo esta descartada do meio de produção. A partir da não obrigatoriedade de seguir esta norma, muitas tabelas foram sendo criadas no objetivo de atender a um determinado público. Uma empresa atenta e com bom fluxo de comunicação pode utilizar-se também de informações verbais de representantes, vendedoras e usuárias quanto à dimensão e adequação ergonômica dos produtos, incorporando melhorias na tabela de medidas, processo de modelagem e materiais.

2.4 PETITE WEAR E MODA FESTA

No presente estudo temos o encontro de dois segmentos, o *Petite Wear* e a Moda Festa. O primeiro define o corpo-alvo de uma futura coleção de moda, e o segundo define o tipo de vestimenta que irá cobrir este corpo. Temos então, um segmento de público, o *Petite Wear*, e um segmento de moda, festa.

Petite Wear é um segmento que procura satisfazer mulheres de baixa estatura, de 1.40m a 1.60m de altura, independente da numeração que usam. Já a moda festa é um agrupamento de diferentes segmentos, são eles: *bridal wear* (roupa de noiva); *evening gown wear* (roupa de festa); *full evening wear* (roupas para eventos especiais).

Como pode ser percebido, não são roupas comuns ao nosso dia a dia, normalmente são usadas em casamentos, eventos como formatura, bailes, etc., por noivas, madrinhas, dama de honra, mãe da noiva, debutantes, formandos e festeiros no geral. Este tipo de vestuário muitas das vezes são feitos sob medida em ateliês, permitindo uma melhor adequação ao corpo da cliente e ao gosto da mesma. Rendas, tules, zíper invisível, botões encapados, pedrarias, são alguns dos materiais utilizados.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Essa pesquisa pode ser caracterizada como bibliográfica e exploratória, pois seu objetivo é conhecer e ampliar o conhecimento sobre um tema pouco explorado. Para isso, fez-se o uso de procedimentos como, levantamento de revisões bibliográficas com o objetivo de: evidenciar conceitos relevantes sobre ergonomia e antropometria relacionados ao projeto de vestuário; identificar e descrever o usuário pertencente ao grupo denominado *petite*; compreender a composição das tabelas de medidas do vestuário e compará-las às tabelas de medidas de marcas voltadas ao público *petite*.

A pesquisa exploratória teve o objetivo de identificar as demandas ergonômicas percebidas pelos usuários no segmento de moda festa, para isso foi aplicado um questionário utilizando o Google *Forms*, e divulgado através de mídias e redes sociais. E finalmente, aplicar os atributos identificados em uma coleção de moda festa.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos por meio da pesquisa. Tais resultados serão analisados e deverão indicar os requisitos projetuais práticos, estéticos e simbólicos para a elaboração da coleção de produtos.

4.1 RESULTADOS DA PESQUISA SOBRE AS TABELAS DE MEDIDA

Como foi explicado em sessões anteriores, algumas indústrias do vestuário constroem suas tabelas de medidas de acordo com a região e o grupo geo-demográfico do público consumidor de sua marca, porém, existem empresas que estão presentes em todo Brasil, além de venderem pela internet. A Tabela 1 apresenta cinco exemplos de marcas nacionais. No site de cada uma foram selecionados vestidos longos (até a altura do calcanhar), que fossem de tecido plano. A seguir, apresenta-se um compilado de medidas femininas, tamanho P, da tabela disponibilizada por cada site.

Tabela 1 – Medidas fornecidas pelas marcas para facilitar o momento da compra

Lojas	Tamanho P - feminino		
	Busto	Cintura	Quadril
Amaro	84-90	65-71	93-99
C&A	80-86	60-66	90-96
Dzarm	84-88	66-70	94-98
Hering	84-90	66-72	94-100
Marisa	88-95	70-77	96-103

Fonte: Amaro¹, CEA², Dzarm³, Hering⁴ e Marisa⁵

Dentre as lojas selecionadas, deve-se considerar alguns pontos importantes. Primeiramente, nenhuma das lojas fornecia valores de alturas na tabela, somente valores de larguras, dificultando à escolha dos diferentes tipos corporais. A Amaro, a C&A e a Marisa, disponibilizam na página do produto, o tamanho (P, M ou G), a altura, e o comprimento do busto, da cintura e do quadril da modelo que vestiu a roupa para ser fotografada. Neste ponto o que deve ser ressaltado é, quando estas medidas são analisadas com vestidos longos sendo fotografados, apesar das modelos vestirem PP ou P, estas não tem alturas inferior a 1,68m de altura (a modelo da Amaro mede 1,68m, a da Marisa 1,77m, e da C&A 1,79m, nos vestidos longos que foram selecionados), ou seja, se nos menores tamanhos: P e PP, é necessário uma altura considerável, a tendência é que nos tamanhos M e G, o comprimento destes vestidos sejam maiores, não atendendo assim, pessoas de baixa estatura.

Desde o início da presente pesquisa houve a tentativa de encontrar, e selecionar (já que algumas não tinham criação e produção própria), marcas *e-commerce* brasileiras que tem como público alvo mulheres de baixa estatura. As encontradas foram: Anatomia⁶, Cintura de Boneca⁷, OUiPetite⁸, Pequena Dona⁹, Vicktoria Vick¹⁰ e 163¹¹. O resultado que obtivemos não foi satisfatório. Observa-se que há uma grande dificuldade de se achar estas marcas através do

¹ www.amaro.com

² www.cea.com.br

³ www.dzarm.com.br

⁴ www.hering.com.br

⁵ www.marisa.com.br

⁶ www.anatomiapetitebrand.com.br/

⁷ www.cinturadeboneca.com/

⁸ <https://ouipetite.com.br/>

⁹ www.pequenadona.com.br/

¹⁰ www.vicktoriavick.com.br/

¹¹ 163moda.com.br/

segmento, tanto nas redes sociais, quanto no Google e as encontradas, possuem pouca quantidade de roupas disponíveis na plataforma.

Outro ponto importante é a ausência de valores referente à altura nas tabelas de medidas destas marcas, elas indicam os tamanhos 36 e/ou 40 *petite*, mas não especifica quais as alturas consideradas *petite* para a marca. Este erro foi encontrado em duas das marcas.

Dentre as lojas indicadas acima, somente a 163 disponibiliza uma tabela de medidas onde é possível obter alturas e larguras. Além disso, as marcas que não possuem tabelas disponibilizam somente medidas tiradas da própria peça, o que apesar de não contribuir com a pesquisa ajuda a cliente na escolha da numeração.

Diante da escassez de dados que foi possível coletar, iremos incluir a tabela construída por Fernanda Felisbino (2013) a partir do estudo realizado para seu trabalho de conclusão do curso de Design de Moda, na cidade de Apucarana (Figura 1).

Figura 1 – Tabela de medidas feminina do público de baixa estatura

Descrição \ Medidas	34	36	38	40	42	44	Diferença
Busto	80	84	88	92	96	100	4 cm
Cintura	66	70	74	78	82	86	4 cm
Quadril	88	92	96	100	104	108	4 cm
Costado	33	34	35	36	37	38	1 cm
Ombro	11,7	12	12,3	12,6	12,9	13,2	0,3 cm
Altura Cintura/Frente	25	26	27	28	29	30	1 cm
Altura Cintura/Costas	31	32	33	34	35	36	1cm
Altura Busto	16	17	18	19	20	21	1cm
Comprimento Manga	52,5	53	53,5	54	54,5	55	0,5cm
Entre Pernas	70	70	70	70	70	70	---
Altura do Gancho	25	26	27	28	29	30	1 cm
Gancho Total	1,29	1,31	1,33	1,35	1,37	1,39	2 cm

Fonte: Fernanda Felisbino (2013)

A pesquisa realizada por Felisbino (2013) tinha o intuito de selecionar as principais peças do vestuário que mulheres de baixa estatura tinham dificuldade de “vestir”. A partir destas peças selecionadas, ela realizou um questionário com 30 mulheres nas cidades de Londrina, Arapongas e Apucarana para saber onde

estavam os principais problemas encontrando ao usar estas roupas. Paralelo ao questionário, Felisbino (2013) realizou a tiragem de medidas antropométricas do corpo das usuárias. Elas tinham entre 19 e 47 anos, e 1,47m a 1,53m de altura, e tinham o corpo do manequim 36. A média obtida está selecionada em verde na tabela acima.

A tabela 2 é um comparativo das medidas verticais referente ao draft¹² e da tabela na Figura 1 referente ao corpo de mulheres de baixa estatura. Foram colocados somente as alturas correspondentes discriminadas nas duas tabelas.

Tabela 2 – Comparativo da tabela referente ao draft e a criada por Felisbino (2013).

Tabelas femininas número 36		
Alturas	Draft	Felisbino
Busto	25	17
Cintura (frente)	41	26
Cintura (costas)	41	32
Manga longa	58	53
Entre pernas	79	70
Gancho	27	26

Fonte: elaborada pela autora

Nota-se uma diferença grande em alguns pontos e não tão grande em outros. Considerando que a altura da calça (cintura até o chão) pode ser encontrada com o valor da altura do gancho mais o valor do entre pernas, o draft teria 1.06m de comprimento de calça e a tabela da Felisbino (2013) teria 0.96m, resultando em 10 cm de diferença, o que seria necessário ajustes para a *petite* consumidora de lojas não é especializada no segmento.

4.2 RESULTADOS DA PESQUISA DE OPINIÃO: PÚBLICO-ALVO

A pesquisa de opinião realizada com o público-alvo contribuiu na afirmação do problema de pesquisa e evidencição das principais demandas ergonômicas percebidas por mulheres pertencentes ao público *petite*, ou seja, que apresentam baixa estatura. O questionário foi aplicado por meio da ferramenta Google Forms, apresentando nove questões fechadas de múltipla escolha. Foi disponibilizado entre os dias 20 de abril de 2020 a 22 de abril de

¹² Empresa que produz manequins com medidas de acordo com o biótipo brasileiro, muito utilizado na modelagem tridimensional e para estudos.

2020 por meio do compartilhamento em redes sociais. Ao final da pesquisa foram obtidas 62 respostas, das quais 15 foram excluídas por tratarem-se de pessoas com mais de 1,60m de altura, sendo analisadas 47 respostas.

Os resultados gráficos (gerados pelo formulário) nos permitiu ampliar a percepção do público diante dos dois segmentos, *petite wear* e moda festa. A dificuldade de encontrar vestuários, a necessidade de ajustes, o apelo ao mercado de moda, foram alguma das respostas obtidas. Em aspectos ergonômicos, ou de modelagens, o comprimento da barra seguido pela altura da cintura são os resultados com maior número de respostas, 62% e 17% respectivamente.

Também foi possível concluir que o termo “*petite wear*” jamais havia sido dito ou pesquisado pela maioria destas pessoas, porém, as mesmas confirmaram que gostariam de consumir produtos de marcas que se preocupassem com seu tipo corporal. Ainda analisando os resultados gráficos, a estética e a qualidade estarem presente primeiramente em 65% dos resultados a frente de “preço”, contribui para resultados futuros.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

5. CONCLUSÕES

Até o momento devemos considerar e concluir que a presente pesquisa junto ao levantamento feito pela análise das tabelas e o resultado do formulário, consolidou e confirmou nossa problemática. Em um cenário geral do mercado de moda, o corpo de baixa estatura é desconsiderado em tabelas de medidas, visto que, estas ainda sofrem uma forte influência de tamanhos europeus. Quando afunilado este mercado e analisa-se apenas o segmento moda festa (roupas específicas para momentos formais) temos que o público *petite wear* se depara com pouquíssimas opções, ou até mesmo nenhuma opção.

A roupa sob medida ainda é a maior e melhor opção adquirida por estas mulheres. Diante disto a presente pesquisa que irá se materializar em uma coleção voltada para a moda festa, tem o objetivo de facilitar o encontro deste segmento com o corpo *petite wear*, mudando o cenário atual. Acredita-se que faltam estudos para tornar visível este corpo, uma vez que as fábricas

perceberem que os tamanhos menores (em alturas) irão reduzir produto e produção, talvez haja melhorias nos resultados.

REFERÊNCIAS

AMOS, Jonathan. Brasileiro cresce em altura nos últimos cem anos, mas ainda é 'baixinho'; conheça o ranking mundial. *conheça o ranking mundial*. 2016. Disponível em: <https://www.bbc.com/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

AUDACES. **Padrão para roupas femininas**: veja a tabela de medidas da ABNT. Disponível em: <https://www.audaces.com/>. Acesso em: 12 jan. 2020.

FELISBINO, Fernanda. Desenvolvimento de vestuário para mulheres de baixa estatura. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

GRUBER, Crislaine; VERGARA, Lizandra Garcia Lupi. Ergonomia no desenvolvimento de produtos em micro e pequenas empresas do vestuário. In: **V Congresso Latinoamericano y IV Congreso Peruano de Ergonomia, Lima**. 2016.

IIDA, Itiro. Ergonomia: projeto e produção. 2ª. **Edição. São Paulo, Edgard Blücher**, 2005.

LONGHI, Tatiana Castro et al. METODOLOGIA PARA O VESTUÁRIO NO SETOR DE MODELAGEM–TABELA DE MEDIDAS. **6º CONTEXMOD**, v. 1, n. 6, 2018.