

**KEYWORDS:** Methodology, Anthropometry, Apparel Sizing, Body Scanner

## INTRODUÇÃO

O presente estudo está pautado na falta de padronização das medidas utilizadas pelas marcas de vestuário no desenvolvimento das suas coleções, e desta forma, não correspondem às necessidades tanto da indústria quanto dos consumidores. As questões ligadas à miscigenação e diversidade de biótipos encontrados no país, aumentam a dificuldade de um padrão antropométrico ser representativo da população brasileira.

Desde o início da discussão sobre a padronização do tamanho das roupas – o que remete ao ano de 1968, quando a ISO (*International Organization for Standardization*) fez a primeira abordagem sobre o assunto na Suécia – muitos países ainda lutam por um consenso no padrão de medidas [1]. Nesta situação, também se encontra o Brasil. Os trabalhos nesta área foram inaugurados pelo Comitê Brasileiro de Têxteis da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Desde o ano de 1995 a ABNT divulga normas com dados nacionais, sendo a primeira a [2] NBR 13.377 - Medidas do corpo humano para vestuário - Padrões referenciais. No ano de [3] 2006 a mesma norma passou por uma revisão, sendo publicada em 2009 a [4] ABNT NBR 15.800 - Vestuário - Referenciais de medidas do corpo humano - Vestibilidade de roupas para bebê e infante-juvenil, e em 2012 a [5] ABNT NBR 16.060 - Vestuário - Referenciais de medidas do corpo humano - Vestibilidade para homens corpo tipo normal, atlético e especial. Atualmente é aguardada a norma com padrões do corpo da mulher brasileira.

Neste contexto, pode-se afirmar que existe uma falta de padronização relacionada às medidas adotadas na produção de vestuário no país, gerada por uma série de fatores, tais como: pouca informação atualizada sobre medidas antropométricas brasileiras; difusão de uma imensa variedade de metodologias e de terminologias para medição e construção de vestuário; poucos investimentos na área de pesquisa, tecnologia e desenvolvimento de produtos [6].

"Boa parte das 5,5 bilhões de peças que estão no mercado não tem um padrão", segundo Chadad, presidente da Associação Brasileira do Vestuário (Abravest) e do Instituto Brasileiro do Vestuário (IBV) [7]. Apesar da etiqueta com o tamanho ser obrigatória, a padronização das medidas não é. Depende de cada marca/confeccção.

O cenário nacional das pesquisas antropométricas, ainda insuficientes, geram dificuldades no comércio eletrônico de vestuário, pois provoca a insegurança do consumidor nas compras realizadas pela internet, prática mais generalizada em países que utilizam medidas padronizadas, resultado de estudos antropométricos da sua população. "No Brasil, não há um padrão definido. Muitas vezes a marca usa uma modelagem maior, para que o consumidor se sinta psicologicamente magro", diz Sabrá, gerente de inovação, estudos e pesquisas do Senai CETIQT.

Desta forma, disponibilizar dados antropométricos do padrão do corpo da mulher brasileira pode ainda beneficiar o desenvolvimento do comércio online, ainda em crescimento no Brasil. "Em virtude das diversas grades de numerações existentes, a venda de vestuário na internet enfrenta o desafio do alto volume de solicitações de trocas e devoluções" [7].

No entanto, os esforços realizados pelos órgãos competentes Brasileiros, ainda não conseguem fornecer a informação técnica necessária para essa padronização, demonstrando assim a necessidade de pesquisas antropométricas com dados do corpo dos Brasileiros que sejam realizadas com equipamentos tecnológicos e que possam ser utilizados pela indústria do vestuário.

O artigo tem por objetivo expor o estado da arte do dimensionamento antropométrico importante para a confecção de vestuário e a metodologia de coleta de dados.

Ressalta-se, contudo, que diversos órgãos ligados às normas técnicas e associações de vestuário têm publicado estudos com dados antropométricos no Brasil e em diversos países. Estas publicações fazem parte da revisão bibliográfica, dando destaque às pesquisas nacionais.