



CRIANÇA, QUAL TABELA DE MEDIDA USAR?

Child, Which Size Chart to use?

Silva, Juliana Fidelis da; Graduado; Faculdade SENAI CETIQT; juliana.fidelis21@gmail.com¹
Carvalho, Cristiane de S. dos Santos; Mestre; Faculdade SENAI CETIQT, csantos@cetiqt.senai.br²

Resumo: Este trabalho procurou identificar o motivo ou os motivos que levam a termos uma profusão de tabela de medidas infantis tão diferentes. Qual seria a tabela mais adequada a utilizarmos para termos uma padronização real dos tamanhos em diferentes lojas do segmento infantil.

Palavras-chave: tabelas de medidas infantis, padronização, norma técnica.

Abstract: This study sought to identify the reason(s) why we have such a profusion of different children's size charts. What would be the most appropriate table to use in order to have a real standardization of sizes in different stores in the children's segment?

Keywords: children's size charts, standardization, technical norm.

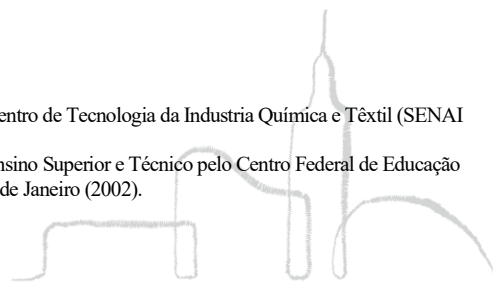
Introdução

Este artigo, adaptado de um trabalho de conclusão de curso (TCC) de 2016 da graduação em Tecnologia em Produção do Vestuário (SENAI CETIQT), aborda as discrepâncias nas tabelas de medidas infantis no mercado. O objetivo é identificar e discutir as razões por trás dessas diferenças. A metodologia aplicada para desenvolver esse TCC utilizou uma análise comparativa das descrições de tabelas de medidas infantis de marcas nacionais e internacionais e tabela da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Esta investigação se configura como um método de pesquisa qualitativa e documental, voltado a investigar práticas normativas e mercadológicas na apresentação de informações técnicas no setor da moda infantil. Este método consiste na coleta, sistematização e comparação de documentos técnicos, ou seja, tabelas de medidas com o objetivo de identificar convergências, divergências, padrões estruturais e visuais entre diferentes contextos normativos e comerciais.

As tabelas de medidas infantis, se propõe a padronizar a construção de bases de modelagem na indústria do vestuário se baseando nas medidas antropométricas de crianças. A antropometria é a ciência que estuda as dimensões físicas do corpo humano (Iida, 2005).

¹ Graduada em História pela Universidade Gama Filho (2007), Graduada em Tecnologia em Produção de Vestuário no Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil (SENAI CETIQT) (2016).

² Mestre em Ciências Cardiovasculares pela Universidade Federal Fluminense (2010); Especialista em Didática para o Ensino Superior e Técnico pelo Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (2002); Especialista em Ergonomia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2002).





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

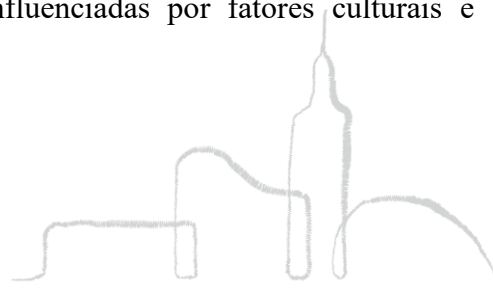
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

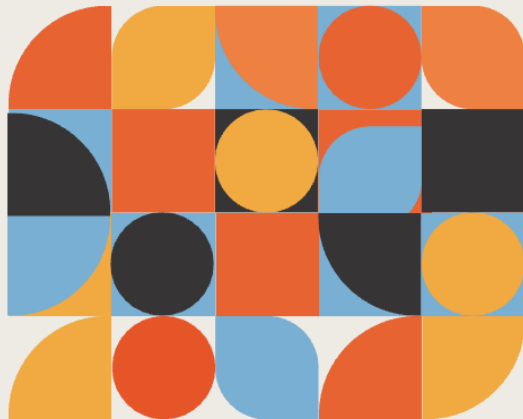
A partir de medidas antropométricas de infantes, é possível identificar que crianças da mesma idade apresentem variações significativas, como por exemplo, estatura e peso, o estudo antropométrico se faz importante para adaptação da roupa ao desenvolvimento do infante.

As formas corporais infantis são distintas, pois o abdômen é proeminente aos dois anos, o físico se torna mais longilíneo aos três, e a massa corporal aumenta mais que a estatura entre quatro e cinco anos. A partir dos seis anos, o crescimento em altura se acentua, e aos oito anos, a saliência abdominal diminui. Meninas entre 9 e 12 anos desenvolvem contornos femininos devido a alterações hormonais e acúmulo de gordura em regiões específicas (Iida, 2005).

No Brasil, a padronização das tabelas de medidas infantis era inexistente até 2009, essa questão dificultava o desenvolvimento de vestuários infantis adaptados aos corpos das crianças, desta forma a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) instituiu a norma NBR 15800:2009. Essa norma propõe um conjunto de 24 medidas antropométricas aplicáveis a crianças de 0 a 14 anos de idade, com o objetivo de fornecer subsídios técnicos às empresas do setor têxtil e de confecção. Embora não tenha caráter obrigatório, a norma serve como referência técnica para o desenvolvimento de produtos mais adequados às proporções corporais infantis, promovendo maior conforto, segurança e funcionalidade nas peças de vestuário (Pires, 2014).

A análise comparativa entre as tabelas de medidas infantis do Brasil, Estados Unidos e Europa revela que, até os 12 meses de idade, a estatura média dos bebês é semelhante entre os sistemas. A partir dessa idade, observa-se um crescimento mais acentuado nas tabelas americana e europeia, com diferenças que chegam a 9 cm entre os 8 e 10 anos, voltando a se igualar por volta dos 12 anos. As medidas de circunferência da cintura apresentam variações mínimas entre os sistemas (0,5 a 1 cm), indicando relativa uniformidade. Em contrapartida, as medidas de entrepernas da tabela brasileira são significativamente maiores, com diferenças de até 5,5 cm, especialmente aos 3 anos de idade. Essas discrepâncias refletem tanto variações nos padrões de crescimento entre populações quanto abordagens distintas na elaboração de tabelas de vestuário, influenciadas por fatores culturais e mercadológicos (Bandeira, 2017).



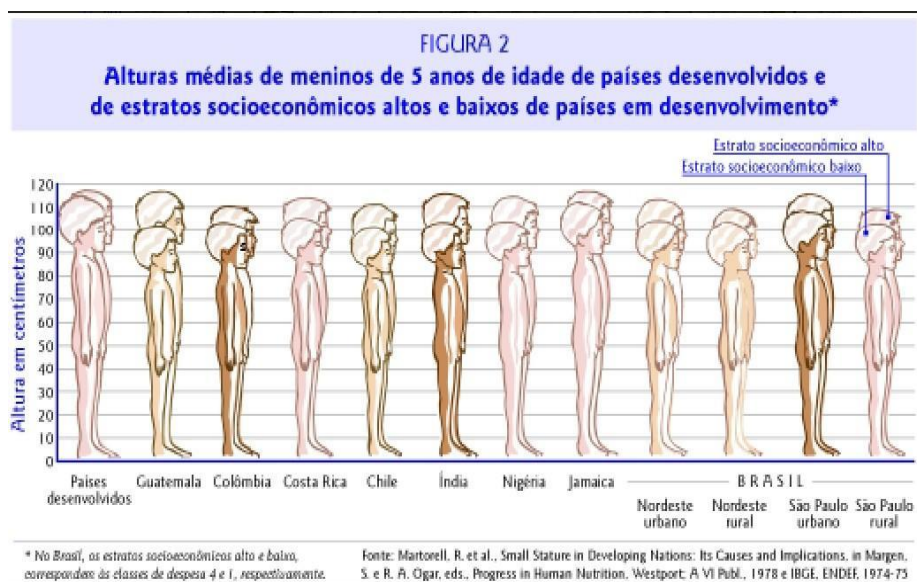


Quem é o público infantil?

As crianças atuais são mais independentes e influenciadas por mídias, o que as torna mais ativas na escolha de suas roupas. Esse comportamento impulsionou o crescimento do segmento de moda infantil no Brasil, que representa mais de 20% do mercado de roupas, com mais de 900 milhões de peças anuais (ABIT, 2013).

Nas últimas décadas, observou-se um fenômeno conhecido como tendência secular do crescimento, caracterizado pelo aumento progressivo da estatura média das crianças ao longo das gerações. Esse crescimento acelerado está associado a melhorias nas condições sanitárias, maior cobertura vacinal, controle de doenças infecciosas e avanços na qualidade da alimentação infantil. Crianças saudáveis apresentam um crescimento médio anual de 6 a 7 cm entre os 2 e 9 anos, e de 8 a 10 cm entre os 9 e 15 anos. No Brasil, estudos indicam que crianças e adolescentes cresceram entre 5 e 12 cm nas últimas décadas, refletindo esse padrão global, conforme figura 1.

Figura 1 - Alturas médias de meninos de 5 anos de idade de países desenvolvidos de estratos socioeconômicos altos e baixos de países em desenvolvimento.



Fonte: Ministério da Saúde, 2002

Esse fenômeno tem implicações diretas na indústria do vestuário infantil, exigindo revisões periódicas nas tabelas de medidas e nos padrões de modelagem, a fim de atender às novas proporções corporais das crianças brasileiras contemporâneas.



Paralelamente, observa-se uma crescente autonomia infantil nas decisões de consumo, especialmente no que se refere à escolha de roupas. Embora os pais ainda priorizem critérios como conforto, funcionalidade e preço, campanhas publicitárias e a influência de figuras midiáticas têm incentivado as crianças a participarem ativamente do processo de compra. Essa influência resulta em uma dinâmica de consumo na qual os desejos infantis passam a exercer papel significativo nas decisões familiares, desafiando a indústria a equilibrar preferências estéticas e exigências funcionais.

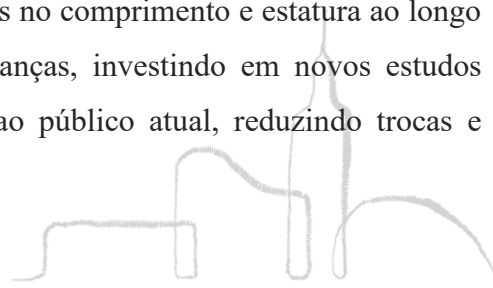
Uma consequência desse crescimento acelerado é que as crianças não vestem mais o tamanho correspondente à sua idade. Apesar da falta de registros antropométricos sistemáticos no Brasil, estudos médicos indicam uma tendência secular positiva para a estatura na região Sudeste desde o século XIX. Pesquisas pioneiras, como a de Joaquim Siqueira (1912) e Emma Azevedo (1932), e estudos transversais como ENDEF, PNSN e PPV, confirmam essa tendência. A Tabela 1 mostra a evolução da estatura média de meninos, evidenciando um incremento significativo desde 1932.

Tabela 1 - Média em cm da estatura por idade para os meninos

Idade	Siqueira (1912)	Azevedo (1932)	Marcondes (1969)	ENDEF (1974)	PNSN (1989)	PPV (1996)
1 ano	72	72	74,45	74,3	79,69	80
2 anos	83	82	85,14	87,6	87,8	89,3
3 anos	88	96	93,59	96,1	96,39	98
4 anos	93	99	100,13	102,7	102,19	103,7
5 anos	103	105	106,4	108,6	108,8	111,5
6 anos	108	109	112,77	114,9	115,3	117
7 anos	109	115	118,5	120	120,19	121,6
8 anos	116	121	122,86	125,4	126	128
9 anos	123	125	128,5	130,2	130	133
10 anos	125	130	132,94	135,5	135,5	136,5
11 anos		133	137,75	140,3	138,09	142
12 anos		140	141,38	145,4	145	150

Fonte: Tendência Secular do Crescimento em Crianças do Brasil, Espin Neto, 2004.

Para as meninas (Tabela 2), o fenômeno é similar, com incrementos no comprimento e estatura ao longo do tempo. As empresas de moda infantil devem considerar essas mudanças, investindo em novos estudos antropométricos e modelagem para adequar as medidas dos produtos ao público atual, reduzindo trocas e reclamações.



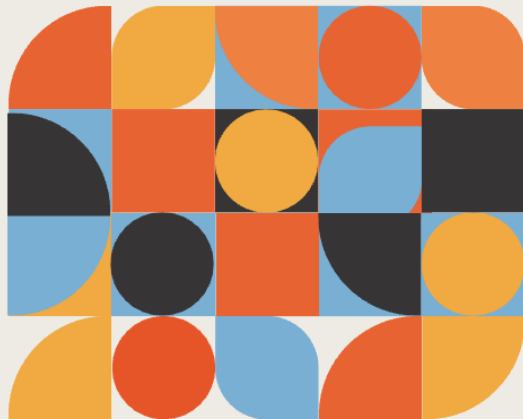


Tabela 2 - Média do comprimento e da altura para meninas

Idade	Siqueira (1912)	Azevedo (1932)	Marcondes (1969)	ENDEF, SP (1974)	PNSN (1990)	PPV (2000)
1 ano	71	71	73,26	73,3	78,5	78
2 anos	82	81	84,11	84,7	87,05	90
3 anos	86	93	91,94	94,9	95	96
4 anos	92	99	99,14	101,9	101,5	104
5 anos	102	105	105,95	107,6	108,3	110
6 anos	107	109	112,22	113,7	114,8	116,2
7 anos	108,5	113	117,27	119,6	120	123
8 anos	114	120	122,62	124,6	125,69	127,2
9 anos	122	124	127,55	130,4	130,19	133,5
10 anos	124	130	132,6	135,8	135,69	140,1
11 anos		134	137,88	141,7	143,89	147
12 anos		142	144,43	145,8	148,19	151

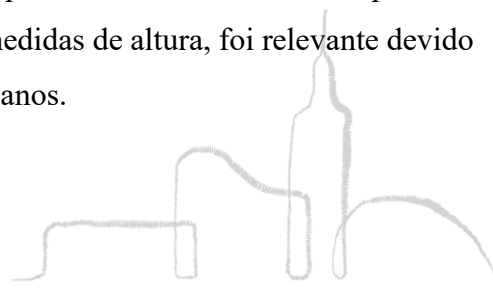
Fonte: Tendência Secular do Crescimento em Crianças do Brasil, Espin Neto, 2004

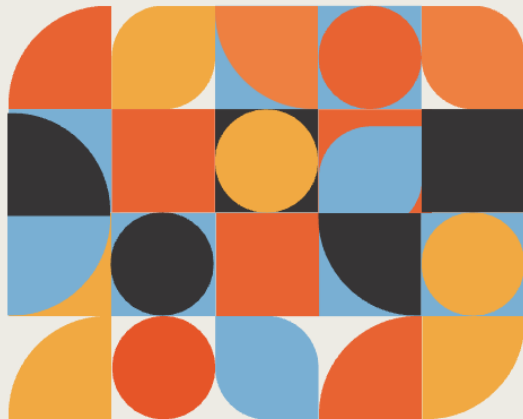
Já a evolução do comprimento e da estatura para meninas (Tabela 2) representa a média das medidas para cada faixa etária e por estudo. Também entre as meninas ocorreu o mesmo fenômeno observado com os meninos. Até a década de 30 os maiores incrementos ocorreram a partir dos 3 anos, chegando ao final do século XX com uma diferença de 7cm para 1 ano de idade e 16 cm aos 10 anos.

As empresas de moda infantil não podem mais ignorar essas mudanças nos corpos infantis, deixando de lado a necessidade de efetuarmos novos estudos antropométricos e de modelagem para adequarmos as medidas utilizadas pelo público atual aos produtos que são produzidos e colocados à venda. Os custos de uma coleção feita baseada em bons estudos antropométricos geram boas bases e consequentemente roupas de acordo com o corpo de seu público-alvo e diminuem os índices de trocas e reclamações.

Análise comparativa das descrições de tabelas de marcas infantis brasileiras e internacionais

A pesquisa se deu a partir da comparação da descrição de tabelas de medidas, de marcas brasileiras (Fábula, Renner e Riachuelo) e internacionais (Zara e Carter's). A Zara, representando o mercado europeu, e a Carter's, popular no Brasil, foram incluídas. A Carter's, embora foque em medidas de altura, foi relevante devido à sua penetração no mercado. A comparação focou em tamanhos de 1 a 12 anos.





Observou-se que, até 1 ano, a altura das marcas brasileiras difere em 0,5 cm da Zara. A partir de 1 ano, essa diferença aumenta significativamente, chegando a 10 cm aos 2 anos e 8,5 cm aos 3 anos. Há também diferenças no tórax (2,3 cm aos 2 anos, 1,7 cm aos 3 anos) e quadril (1,7 a 3,7 cm). A cintura apresenta pequenas variações (0,3 a 0,7 cm).

A partir dos 4 anos, a diferença de altura entre marcas brasileiras e Zara diminui (1,3 cm aos 4 anos, 1 cm aos 6 anos, igual aos 8 anos). As diferenças no tórax persistem (2,3 cm aos 4 e 8 anos, 0,7 cm aos 6 anos). A cintura brasileira é igual à da Zara aos 4 anos, 3,5 cm maior aos 6 anos e 0,3 cm menor aos 8 anos. O quadril brasileiro é igual ao da Zara aos 4 e 8 anos, e 0,4 cm menor aos 6 anos.

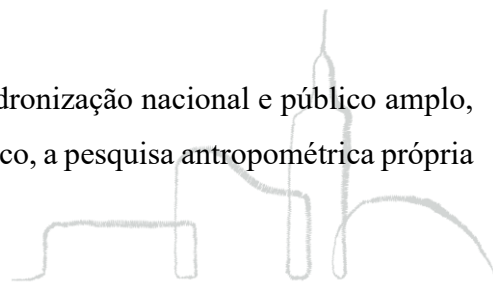
Aos 10 e 12 anos, a altura da Zara é 2 cm maior que a média brasileira. O tórax varia de 3 a 2,7 cm, e a cintura difere em 0,7 cm. O quadril é igual aos 10 anos e 1,7 cm maior aos 12 anos.

Comparando as marcas brasileiras com a Carter's, a média brasileira é maior em 3,5 cm no primeiro ano. De 2 a 10 anos, a diferença aumenta, com maiores discrepâncias aos 2, 3, 6 e 8 anos (5, 5.5, 5 e 9 cm, respectivamente). Aos 12 anos, as medidas são iguais.

Qual tabela escolher e por quê?

Idealmente, marcas de moda infantil deveriam usar tabelas de medidas baseadas em pesquisas antropométricas de seu público-alvo. Contudo, pode ser que nem todas as empresas possuem recursos para tal. Nesses casos, a tabela da ABNT para o público infantil é uma alternativa viável. Ao comparar a média das medidas de marcas brasileiras e *fast fashion* com a ABNT, a cintura é a medida com maior variação, possivelmente devido à obesidade infantil ou à forma como a medida é tirada (cintura alta ou baixa). Medidas de tórax e quadril variam menos de 1 cm, sendo quase imperceptíveis. As medidas de entrepernas, no entanto, apresentam diferenças significativas (3,5 a 5,5 cm), pois a ABNT usa a medida total, enquanto as marcas podem usar até o tornozelo ou o chão.

A escolha da tabela ideal depende do objetivo da empresa. Para padronização nacional e público amplo, a ABNT é recomendada. Para um caimento perfeito em um público específico, a pesquisa antropométrica própria





é o ideal. Para a maioria das empresas, a ABNT serve como um bom ponto de partida, com adaptações baseadas em experiência e *feedback* dos clientes.

Considerações Finais

Este trabalho explorou as razões para a diversidade de tabelas de medidas infantis no Brasil, analisando conceitos de antropometria, contextualização das tabelas e a tendência secular de crescimento. A falta de padronização e a variedade de biotipos infantis são os principais fatores que contribuem para essa realidade.

É crucial que as empresas de moda infantil invistam em estudos antropométricos atualizados e considerem a tabela da ABNT como referência. A padronização facilitaria a vida dos consumidores, reduziria trocas e otimizaria a produção. A conscientização sobre a importância da antropometria e ergonomia é vital para garantir conforto e adequação das roupas. A colaboração entre indústria, órgãos de normalização e pesquisadores é essencial para aprimorar as tabelas de medidas infantis no Brasil, buscando uma tabela mais universal e adaptada à realidade brasileira, o que é um passo importante para o setor e a satisfação do consumidor.

Referências Bibliográficas

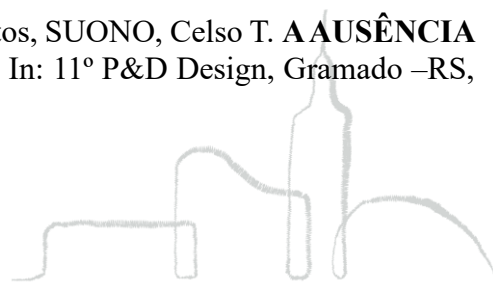
Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Políticas de Saúde. Departamento de Atenção Básica. Saúde da criança: acompanhamento do crescimento e desenvolvimento infantil / Ministério da Saúde.

CARDOSO, Tânia Patrícia. **A influência da publicidade no consumo da moda infantil**. 2011. 43f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso Pedagogia) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção**. 1997. São Paulo: Edgard Blücher. Ergonomia: projeto e produção. 2005. 2.ed. rev. e ampl. São Paulo: Edgard

PAIVA, Rebecka Spindola de Almeida. Contribuição metodológica para a coleta de dados antropométricos visando o mobiliário de informática em escolas públicas para alunos do ensino fundamental. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2007, Minas Gerais. Disponível em <http://www.fmepr.org/XP/editor/assets/DownloadsEPD/TCC_dez2007_RebeckaPaiva.pdf> Acesso em: 30/05/2016

PIRES, Gisely A., BERTON, Tamissa J.B., MENEZES, Marizilda dos Santos, SUONO, Celso T. **A AUSÊNCIA DA PADRONIZAÇÃO DE MEDIDAS NO VESTUÁRIO INFANTIL**, In: 11º P&D Design, Gramado –RS, 2014.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

SCHOR, J. B. **Nascidos para comprar: uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo.** São Paulo: Gente, 2009

SEBRAE. “Segmento de vestuário infantil é mercado crescente no país.” 2016. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmento-de-vestuario-infantil-e-mercado-crescente-no-pais,3c864dee85367410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 30/05/2016.

Bandeira, F. Tamanho de Roupas Infantis Brasil x EUA. 2017. Disponível em <<https://www.soumae.org/tamanho-de-roupas-infantis-brasil-x-eua/>> Acesso em 30/05/2025

