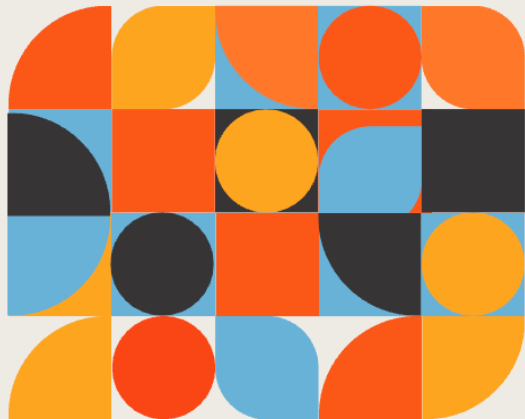




A MODA DO AGRESTE PERNAMBUCANO E O TRABALHO FEMININO: ANALISANDO OS DISCURSOS QUE COSTURAM OS SENTIDOS DESSA CENA

*FASHION AND WOMEN'S LABOR IN PERNAMBUCO'S AGRESTE: DISCOURSE ANALYSIS OF THE
MEANINGS WOVEN INTO THIS CULTURAL LANDSCAPE*

Silva, Éveli da; Graduanda; Universidade Federal de Pernambuco, eveli.leticia@ufpe.br¹
Dias, Wendy Marina Dos Santos; Graduanda; Universidade Federal de Pernambuco, wendy.dias@ufpe.br²
Lopes, Maria Teresa; PhD; Universidade Federal de Pernambuco, teresa.lopes@ufpe.br³

Grupo de Estudos em Formação do Olhar⁴

Resumo: O artigo analisa o discurso de mulheres que atuam na cadeia produtiva da moda no Agreste pernambucano, buscando compreender suas percepções sobre trabalho, gênero e emancipação. Os dados revelam uma desconexão entre o feminismo veiculado pela mídia e as condições reais de trabalho. A pesquisa evidencia a invisibilidade das trabalhadoras e a necessidade de relações mais próximas do feminismo, aplicado a produção.

Palavras-chave: Moda, Agreste Pernambucano; Emancipação Feminina, Trabalho Feminino

Abstract: The article analyzes the discourse of women who operate in the fashion production chain in the Agreste region of Pernambuco, seeking to understand their perceptions of work, gender, and emancipation. The data reveals a disconnect between feminism conveyed by the media and the real working conditions. The research highlights the invisibility of the workers and the need for closer relationships with feminism, applied to production..

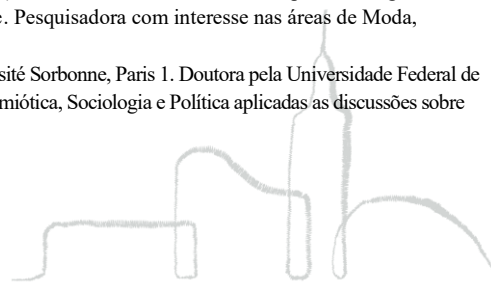
Keywords: Fashion, Agreste Pernambucano, Women's Emancipation, Women's Labor

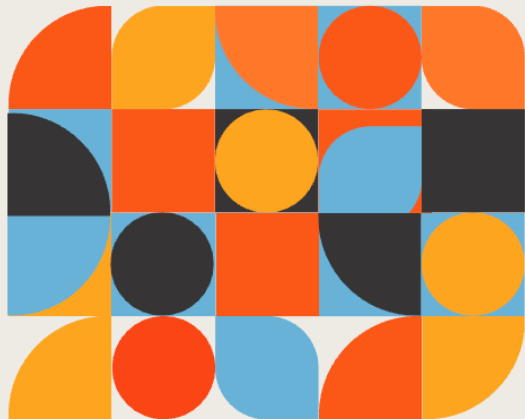
¹ Graduanda em Design no Centro Acadêmico do Agreste - Universidade Federal de Pernambuco - (CAA-UFPE). Monitora das disciplinas: Design, Sociedade e cultura, História e estética dos estilistas e Design de superfície. Participante do Grupo de Estudos em Formação do Olhar (GeFol), estagiária do LabModa e extensionista do projeto em colaboração com o instituto do meio ambiente (IMOA). Possui interesse nas áreas de: Design de moda, Styling e direção criativa.

² Graduanda em Design no Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (CAA-UFPE). Atuou como monitora nas disciplinas Design, Sociedade e Cultura, História e Estética dos Estilistas, Planejamento de Produto de Moda e Design de Superfície. Pesquisadora com interesse nas áreas de Moda, Feminismo e Moda Autoral.

³ Pós-doutorado em Design Educação - PUC - Rio de Janeiro (em andamento); Pós-doutorado em semiótica pela Université Sorbonne, Paris 1. Doutora pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com Sanduíche na Université Sorbonne, Paris 1. Pesquisadora nas áreas de Formação do Olhar, Semiótica, Sociologia e Política aplicadas as discussões sobre emancipação feminina, a moda e o design.

⁴ Grupo de Estudos em Formação do Olhar – GEFOL.





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

INTRODUÇÃO

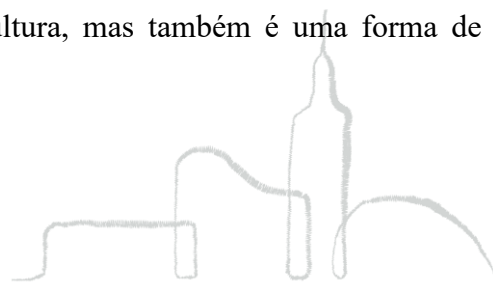
Este texto é resultado da ação de iniciação científica resultante da pesquisa desenvolvida pelo projeto intitulado: As performances de gênero femininas no campo da moda no Agreste pernambucano e seus argumentos emancipatórios no mundo do trabalho: uma compreensão discursiva. Que está sendo desenvolvido na Universidade Federal de Pernambuco, no Centro Acadêmico do Agreste (CAA), localizado em Caruaru. Somos pesquisadoras voluntárias no Grupo de Estudos de Formação do Olhar, que é orientado pela professora Teresa Lopes.

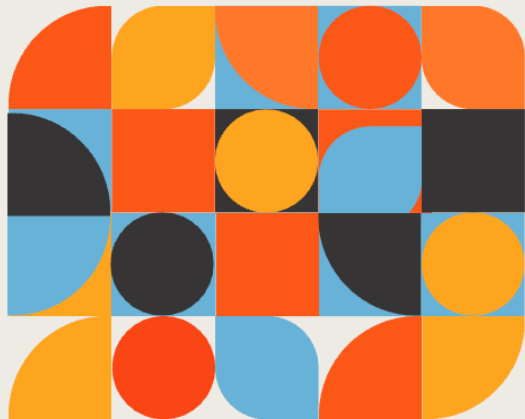
Nesse artigo foi estabelecido como objetivo geral, o mesmo que é proposto na pesquisa guarda-chuva, que é: compreender se a moda e o design de moda são um campo para a emancipação das performances de gênero femininas na região do Agreste pernambucano, contudo, é abordado uma pergunta de pesquisa que diferencia este estudo das demais pesquisas do grupo de estudos, a qual consiste em investigar: Como as mulheres se entendem como parte trabalhadora de uma empresa de moda no Agreste pernambucano?

Devido a essa diferenciação dos demais colaboradores da pesquisa, os nossos objetivos específicos são particulares, denotando uma trajetória única, que no fim visa contribuir para as descobertas do estudo macro. Assim, temos: (a) Analisar os discursos das mulheres que compõem a força de trabalho de uma empresa, relacionado a moda; (b) Compreender os principais temas abordados das mulheres que compõem a força de trabalho da empresa, relacionado ao trabalho e a emancipação feminina; e (c) Apresentar os temas mais recorrentes que compõem os discursos do trinômio: trabalho, moda e emancipação feminina. Esse conjunto de proposições foi a nossa guia mestre para apresentarmos tudo que trouxemos aqui.

Moda, trabalho e o discurso feminista

Por trás dos desfiles, vitrines e propagandas publicitárias que promovem criatividade e inovação no campo da moda, existe uma vasta cadeia de produção sustentada pelo trabalho feminino muitas vezes precarizado. Nesse contexto, a moda não atua apenas sobre as questões estéticas ou da cultura, mas também é uma forma de desigualdade de gênero, raça e classe. (Entwistle, 2000)





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 informalidade de contratação no setor têxtil e de confecção é um problema que ocorre no mundo todo, com maior disparidade nos países do sul global. Segundo Rivoli (2005), é uma força de trabalho barata e invisibilizada, garante baixos custos de produção e margens de lucro mais elevadas. Uma desvalorização sistemática do capitalismo contemporâneo que coloca em contradição a relação entre moda e trabalho.

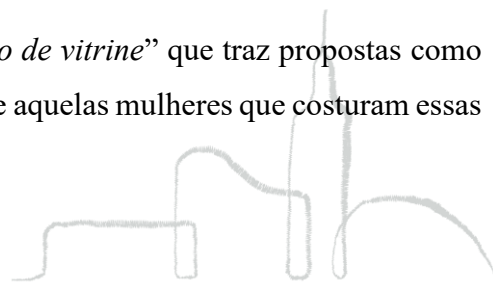
A ausência de referências sobre os ideais da ascensão e direitos das mulheres no mercado de trabalho afeta a percepção no cotidiano dos que estão envolvidos em algum meio de produção de moda em massa. Apesar de todo avanço nos estudos sobre representatividade e empoderamento na moda, ainda é limitado o conhecimento público de iniciativas que estão relacionadas com o crescimento feminino, especialmente na cadeia de produção.

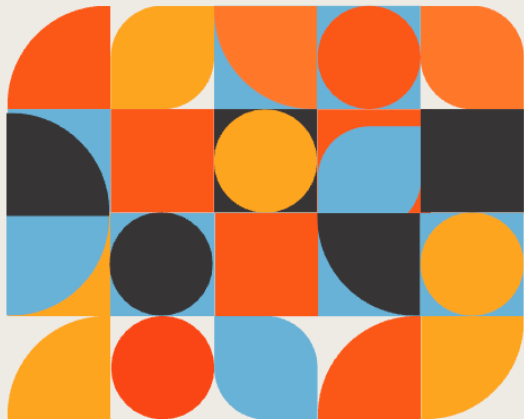
Segundo Gill (2006), mesmo que o feminismo tenha se tornado uma grande tendência comportamental, pouco se refere as condições de trabalho das mulheres que produzem essas vestimentas. A moda é um campo reconhecido pela exploração da mão de obra feminina. Durante a revolução industrial, por exemplo, as fábricas atraíram muitas mulheres para a produção, porém com uma condição desigual e precária, transformando o trabalho delas em algo considerado inferior. “O trabalho das mulheres é quase sempre percebido como suplementar, secundário, quando não gratuito” (Perrot, 1998, p. 145)

Segundo Entwistle (2000), a classe social e o gênero articulam de maneira profunda na indústria da moda uma divisão sexual do trabalho, sendo estilistas e diretores criativos cargos ocupados majoritariamente por homens, ocupando posições de prestígio, enquanto nos setores de confecção as mulheres ocupam 80% do setor de vestuário, grande maioria submetidas a jornadas extensas de trabalho, baixa remuneração e ambientes insalubre, como aponta o ITM (Índice de Transparência da Moda) do ano de 2022.

A ausência clara de iniciativas visíveis que visam conectar o feminismo com a produção de moda acontece, pois, em grande parte, esse movimento foi tomado pela apropriação neoliberal do discurso feminista. Isso é uma questão debatida por estudiosas como McRobbie (2009), que estuda o feminismo na cultura popular – incluindo a moda – e argumenta que ele tem sido diluído com a ideia de empoderamento individual e consumo, ao invés de ser um transformador coletivo.

No cenário da moda, isso é exposto na glamurização do “*feminismo de vitrine*” que traz propostas como o “*The future is female*” e “*Girl Power*”, mas invisibilizando completamente aquelas mulheres que costuram essas





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

roupas em um trabalho precarizado. No entanto, já é possível visualizar movimentos como *Fashion Revolution* e “*Who Made My Clothes?*”, que tomam a iniciativa de mostrar e valorizar, por meio de campanhas que promovem práticas mais justas, dando voz e visibilidade às trabalhadoras da cadeia de produção da moda.

Assim, para se pensar em uma moda que abrace as causas da emancipação feminina, é necessário deslocarmos o olhar que está direcionado ao consumo para o trabalho e a produção reconhecendo, valorizando e dando oportunidades e visibilidade para que essas mulheres que tornam essa indústria possível possam progredir nas suas condições de trabalho e de vida.

Moda, corpo e emancipação feminina

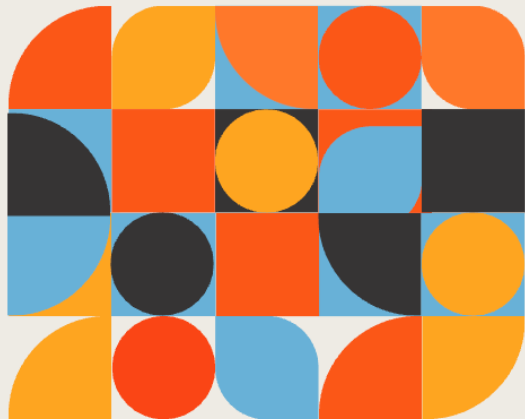
É amplamente reconhecido que desde os primórdios o corpo da mulher é visto como objeto de poder, onde são impostas políticas, ideologias e regras de uma sociedade regida por um sistema patriarcal. Perrot (1988) defende que, através da medicina, o corpo feminino foi atribuído a adjetivos como fraco e histérico, a sexualidade da mulher foi reprimida por discursos normativos, com base na moral e na religião, e até mesmo a maternidade se tornou um meio de confinamento.

“O corpo da mulher pertence aos outros: ao pai, ao marido, ao médico, ao Estado.” defende Perrot, (1988, s.n.), sob este regimento patriarcal, o papel que a mulher exerce e a forma que ela é apresentada à sociedade são fortemente influenciados por interesses dos homens, isto vale para todas as esferas da vida de uma mulher, partindo para a dimensão de autopercepção e do vestuário. Ximenes (2011) afirma que, o corpo feminino tende a ser submetido a formas que servirão para serem apreciadas pelo homem.

A moda como marcador visual de experiências, do imaginário e do simbolismo social, também sofre interferências de todos os tipos de discursos. A depender do discurso que uma peça possa comunicar, a moda também pode atuar como ferramenta opressora, assim como defende Bastos (2024), quando aponta o potencial do vestuário atuar tal qual amarras, onde independentemente de seu material, a função é impedir movimentos do corpo feminino, seja no campo físico, social, cultural, intelectual e sexual. Criando assim, uma dinâmica social complexa e que dificulta os processos emancipatórios.

METODOLOGIA





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

Os aspectos metodológicos qualitativo utilizados para o presente artigo se classificam como uma pesquisa exploratória, de abordagem subjetivista e paradigma interpretativista, pois busca o entendimento dos significados e experiências dos indivíduos. Esse tipo de investigação segundo Gil (2019) tem o objetivo de proporcionar familiaridade com o problema, tornando-o explícito. Proporcionando informações sobre um determinado tópico, acolhendo as interpretações e conhecimentos das pessoas envolvidas.

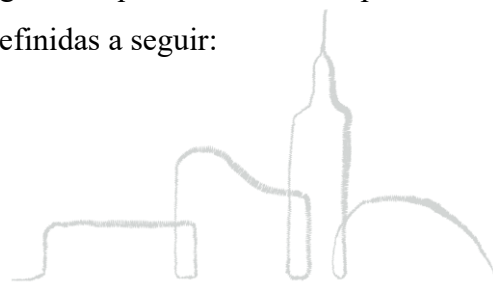
Para esta fase inicial da pesquisa foram entrevistadas três funcionárias que trabalham em uma fábrica de produção de roupas. Sendo elas, a gerente geral (Pessoa 1; 52 anos), uma costureira (Pessoa 2; 44 anos) e uma responsável pelo acabamento (Pessoa 3; 18 anos) que relataram as suas condições de trabalho dentro da empresa que, por sua vez, é constituída majoritariamente por mulheres. A pesquisa foi realizada nos meses de março, abril e maio de 2025 e contou com um questionário que permitiu que nos guiássemos na fase de coleta de dados. Findada essa fase fizemos o cruzamento do levantamento bibliográfico com o entendimento das análises de discurso desenvolvidas, que parcialmente apresentamos nesse artigo

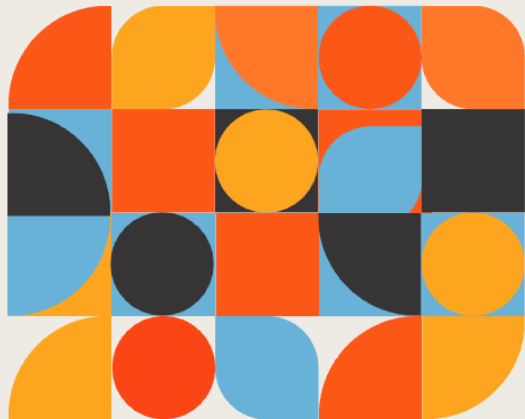
ANÁLISES E CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Seguindo a estrutura metodológica da pesquisa e para compreender melhor a relação de trabalho feminino e discurso foi realizada uma entrevista em uma empresa, a qual chamaremos de empresa X, onde foram ouvidas 3 colaboradoras de diferentes setores da produção, a partir dessa escuta foi possível não somente conhecer o papel desempenhado por essas mulheres, mas também identificar temas que compõe o discurso de trabalho feminino, os quais serão discutidos no item a seguir.

Nesta visita à empresa foi notado que, diferente do que se esperava, há um número grande de contratações de mulheres na empresa, fazendo com que maioria do quadro de funcionários seja composto por elas: *“há um grande espaço para a contratação de mulheres, tanto que em datas comemorativas em que fazemos algum momento para as funcionárias, fica um vazio aqui na sala de produção. As mulheres fazem grande diferença aqui.”* (Pessoa 1). Assim, revelou-se três questões preponderantes que deflagram resquícios do discurso patriarcal na experiência das mulheres que compõe a força de trabalho na empresa, definidas a seguir:

Primeiro, o anseio por crescimento no campo do trabalho:





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

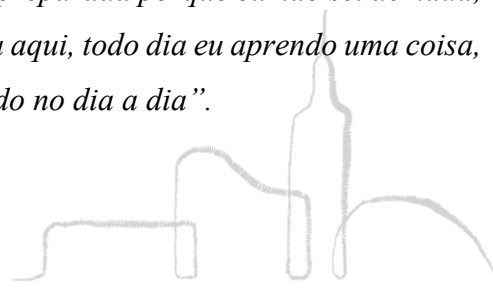
As falas das colaboradoras indicam que apesar das oportunidades de crescer na empresa, o anseio por aprimoramento e maior domínio acerca das etapas de produção não é suprido: *“Acredito que um treinamento ou curso, porque está surgindo muitas tecnologias... é importante que a gente saiba usar e aplicar elas na rotina da fábrica”* (Pessoa 3) e *“Acho que se houvesse um maior contato com a produção de forma geral, eu poderia entender um pouco mais, ter mais propriedade.”* (Pessoa 2). Esses discursos apresentam que existe o desejo por envolvimento e formação, por meio do anseio em fazer cursos, contato com outras áreas e espaço para contribuição, entretanto a lógica de trabalho enraizada tende a desvalorizar a iniciativa individual e dificultar, em parte, esse trabalho feminino.

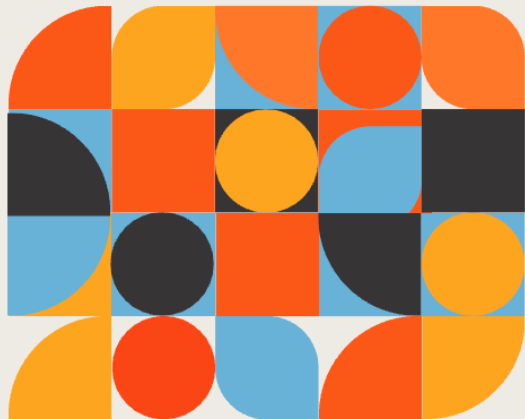
Segundo, o distanciamento do discurso feminista:

Quando questionadas em relação a iniciativas feministas na moda ou exemplos de força feminina no trabalho, as entrevistadas relatam que não conhecem ou poderia dar exemplos: *“Não, não sigo ninguém que fale disso”* (Pessoa 2) e *“Me faltam exemplos, infelizmente”* (Pessoa 3). Esse silêncio revela uma lacuna na formação política e cultural que impede a disseminação de discursos que promovem o empoderamento e a emancipação feminina. Ainda que estejam inseridas em um ambiente de trabalho com predominância feminina, a ausência de um letramento feminista impede que essas mulheres identifiquem as forças que limitam sua atuação. *“Ainda há um afastamento substancial entre a riqueza conceitual que é produzida no âmbito do feminismo ... e as vidas das mulheres trabalhadoras periféricas, o que significa dizer que esta riqueza conceitual não se traduz em elemento reflexivo para estas mulheres”* (Gomes; P.121; 2022).

Terceiro, a insegurança de mulheres em cargos de liderança:

Com 20 anos de carreira na empresa e ocupando um posto de gerência, a Pessoa 1 demonstra sentimento de insegurança e despreparo: *“Tem hora que eu nem acredito, quando chegaram até mim e falaram: vocês que vão tomar conta - eu e a gestora do RH (Recursos Humanos) - me senti despreparada porque eu não sei de nada, né? E no dia a dia eu fui aprendendo, e apesar de todo esse tempo que estou aqui, todo dia eu aprendo uma coisa, não vou dizer para você que sei de tudo, porque eu não sei, mas, eu aprendo no dia a dia”*.





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

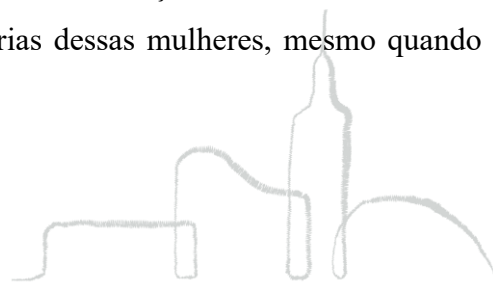
Esse tipo de autopercepção mostra que embora reconheçam sua sensibilidade como uma qualidade, mulheres em postos de lideranças sentem inseguranças quanto a sua capacidade. Olhando um pouco para o passado, a ideia de uma mulher compor a força de trabalho era absurda, com a exceção das raras ocorrências de uma mulher trabalhando, onde ela desempenhava funções ligadas ao cuidar e ao ambiente doméstico (Tonani apud Silva&Rodrigues, 2015, p. 332). E atualmente ainda carregamos pequenos resquícios desse comportamento machista, o qual não se manifesta apenas em comentários explícitos ou em discriminações diretas, mas também em um sistema de crenças e comportamentos enraizados, que por vezes são reproduzidos por mulheres, o que denuncia o machismo estrutural presente na cultura organizacional e sociedade como um todo. Assim, os estudos de Hintze (2021), podem nos ajudar a identificar a presença do machismo nas estruturas sociais, políticas e econômicas, os quais levam a naturalização e reprodução de falas e comportamentos machistas. Logo, se faz necessário a transformação da cultura organizacional para que haja o fortalecimento de autoconfiança de mulheres em cargos de liderança e possamos falar juntas de emancipação.

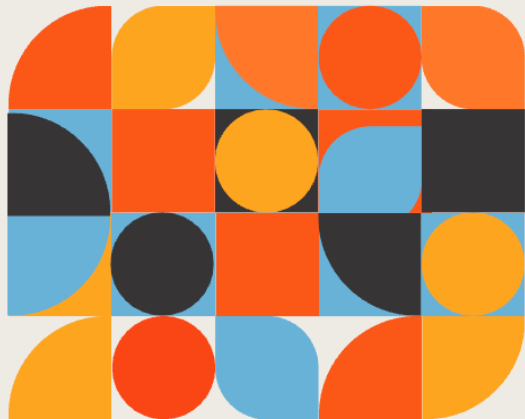
CONSIDERAÇÕES FINAIS

Findadas as análises de discurso aqui apresentadas, podemos compreender uma nova perspectiva acerca da relação entre moda, trabalho e emancipação feminina no contexto do Agreste Pernambucano. A partir das entrevistas evidenciou-se um cenário complexo, onde, apesar da grande presença feminina no ambiente de trabalho, ainda persistem as marcas do patriarcado que limitam o protagonismo feminino.

As falas analisadas revelam que há um anseio por desenvolvimento e formação, além da ausência de uma articulação consciente entre as práticas cotidianas dessas mulheres e os discursos feministas. Essa desconexão aponta para a necessidade de aproximar os debates teóricos a respeito de feminismo e emancipação das realidades vivenciadas pelas mulheres que compõem a base produtiva, para que assim possam se reconhecer como agentes políticas em seus próprios contextos.

Além disso, a pesquisa também expôs como a insegurança em cargos de liderança e a falta de modelos de empoderamento refletem barreiras simbólicas ainda presentes nas trajetórias dessas mulheres, mesmo quando ocupam posições de destaque na empresa.





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

Portanto, reafirma-se a importância de uma moda que vá além do discurso mercadológico e que se comprometa com práticas emancipatórias, promovendo formações, visibilidade e reconhecimento para as mulheres que sustentam essa indústria. Somente assim será possível costurar, de forma ética e justa, uma moda verdadeiramente comprometida com a transformação social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ENTWISTLE, Joanne. *The fashioned body: fashion, dress and modern social theory*. Polity, 2000.

FASHION REVOLUTION. **Vulnerabilidades de gênero no setor da confecção: as costureiras não são todas iguais, 2021.**

GILL, Rosalind. *Postfeminist media culture: Elements of a sensibility*. *European Journal of Cultural Studies*, v. 20, n. 6, p. 606–626, 2016.

GOMES, Ana Lúcia de Lima. **Seu feminismo cola na favela? A incidência do pensamento feminista no cotidiano de mulheres das classes trabalhadoras no bairro de Felipe Camarão, Natal RN. 2022.**

Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

HINTZE, Helio. **Desnaturalização do machismo estrutural na sociedade brasileira**. Paco e Littera, 2021.

MCROBBIE, Angela. **The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change**. SAGE, 2009.

PERROT, Michelle. **Os excluídos da história: operários, mulheres, prisioneiros**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

PERROT, Michelle. **Os Excluídos Da História, Part II- Mulheres**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

RIVOLI, Pietra. *The Travels of a T-Shirt in the Global Economy: An Economist Examines the Markets, Power, and Politics of World Trade*. Wiley, 2005.

SILVA, Verislania Silva e; RODRIGUES, Luciana da Luz. Liderança Feminina: Os Desafios das Mulheres na Liderança Organizacional. Id on Line Rev. Psic., Maio/2022, vol.16, n.60, p.330-348, ISSN: 1981-1179.

