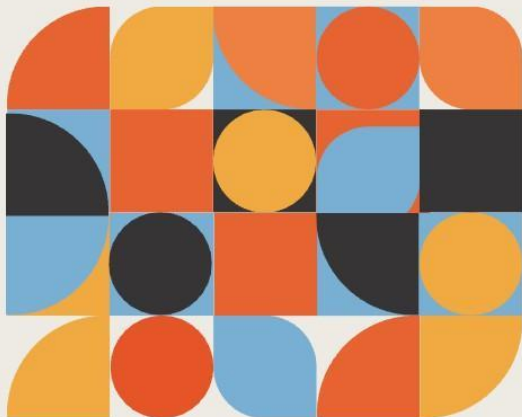




A MODA FEITA PELAS MULHERES DO AGRESTE PERNAMBUCANO: TRABALHO, EMANCIPAÇÃO E A FORÇA DA ECONOMIA CRIATIVA.

*FASHION MADE BY WOMEN FROM THE AGRESTE REGION OF PERNAMBUCO: WORK,
EMANCIPATION AND THE STRENGTH OF THE CREATIVE ECONOMY.*

Silva, João Pedro Ferreira da; Bacharelado; Universidade Federal de Pernambuco; joao.pedros@ufpe.br¹

Silva, Railane Barreto; Bacharelado; Universidade Federal de Pernambuco; railane.barreto@ufpe.br²

Lopes, Maria Teresa; Doutora; Universidade Federal de Pernambuco; teresa.lopes@ufpe.br¹

GEFOL - Grupo de Estudos Formação do Olhar²

Resumo: Este artigo organiza uma discussão sobre moda, mulheres trabalhadoras e as relações iniciais com a economia criativa. Ele fala de uma relação de resistência e emancipação aos sistemas significativos de opressão que o polo de confecções do Agreste pernambucano gera na vida dessas trabalhadoras, fazendo isso a partir da análise do discurso delas e então propõe inferências sobre como é o campo da moda na região.

Palavras chave: Moda; Economia Criativa; Emancipação Feminina; Trabalho Feminino

Abstract: This article organizes a discussion about fashion, working women and their initial relationships with the creative economy. It speaks of a relationship of resistance and emancipation to the significant systems of oppression that the clothing hub of the Pernambuco Agreste region generates in the lives of these workers, doing so based on the analysis of their discourse and then proposing inferences about what the fashion field is like in the region.

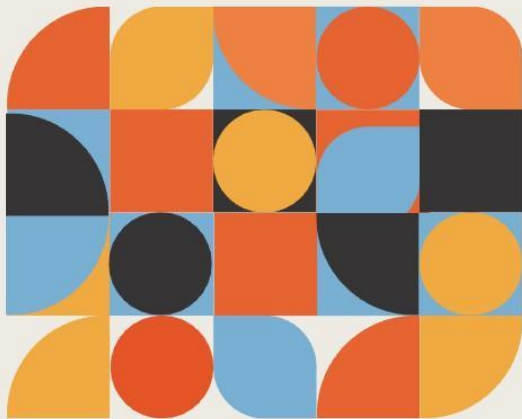
Keywords: Fashion; Creative Economy; Women's Emancipation; Women's Work.

¹ Graduando em Design - Universidade Federal de Pernambuco -(CAA-UFPE). Monitor das disciplinas de Design, sociedade e cultura (três períodos) e História e estética dos estilistas (um período). Integrante do Grupo de Estudos em Formação do olhar (GEFol) Integrante do grupo de pesquisa Interfaces - design, arte, moda e hedonomia. Integrante do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC). Possui interesse em pesquisas sobre: Design de moda e design de produto.

² Graduanda em Design pelo Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (CAA-UFPE). Atua como monitória da disciplina "Design, Sociedade e Cultura" e integra o Grupo de Estudos em Formação do Olhar (GeFol). Possui interesse nas áreas de design de moda, design de produto e design gráfico.

¹ ¹ 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.

² 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

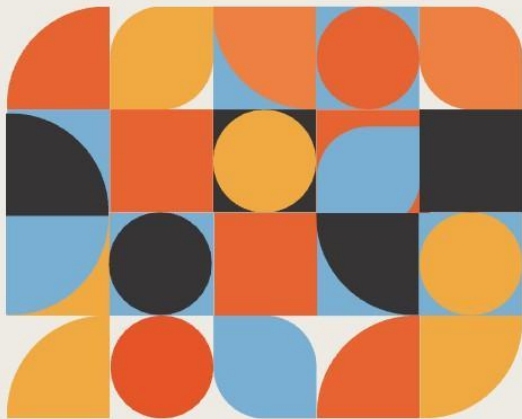
Este texto é resultado da pesquisa intitulada: **As performances de gênero femininas no campo da moda no Agreste pernambucano e seus argumentos emancipatórios no mundo do trabalho: uma compreensão discursiva**, que está sendo realizada na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Campus Acadêmico do Agreste, em Caruaru, sob a supervisão da professora Teresa Lopes, pelo Grupo de Estudos em Formação do Olhar, como um processo de iniciação científica. Partimos do nosso objetivo geral: **entender se a moda e o design de moda podem ser caminhos de emancipação para as performances de gênero femininas no Agreste pernambucano**, e chegamos as considerações inéditas, que agora estão sendo apresentadas aqui.

No Agreste Pernambucano, a moda não é apenas uma atividade econômica — ela é parte do cotidiano, da cultura e da história de vida de muitas mulheres. Em cidades como Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe, elas estão nos bastidores e na linha de frente do que se transformou em um dos maiores polos de confecções do Brasil. Mais do que costurar peças, essas mulheres costuram caminhos de autonomia, identidade e resistência, desenvolvendo relações com a Economia criativa.

A origem desse polo remonta à década de 1950, quando a crise na agricultura levou a população local a buscar novas formas de sustento. Assim nasceu uma produção têxtil marcada pela criatividade e pela colaboração, que com o tempo se industrializou, mas sem perder suas raízes comunitárias (RANGEL; CORTELETTI, 2022). Hoje, mesmo com o crescimento da indústria e a lógica do *fast fashion* dominando parte do processo (IEMI, 2023), ainda são as mulheres que mantêm esse sistema funcionando — muitas vezes dentro de suas casas, conciliando a sua produção com o trabalho doméstico.

Apesar da força desse setor, os desafios enfrentados por essas mulheres ainda são muitos. A informalidade, a divisão desigual do trabalho e a falta de políticas públicas que reconheçam e fortaleçam suas trajetórias continuam sendo obstáculos importantes (SILVA; OLIVEIRA, 2019; XAVIER, 2020). E, mesmo assim, elas seguem criando, liderando e transformando dificuldades em soluções — como mostram os relatos de vida e trabalho que este artigo apresenta. Assim, propomos a valorização dessas vivências a partir de uma escuta atenta e de uma reflexão sobre como a moda, a economia criativa e o trabalho feminino se cruzam na região. Pois,





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

entender o que acontece no Agreste é também ampliar o olhar sobre a moda brasileira e reconhecer que há muita potência fora dos grandes centros.

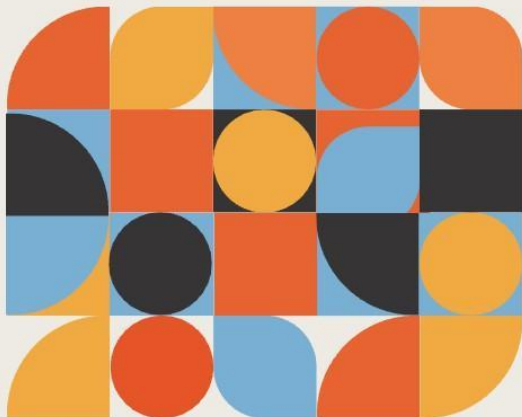
CORPO TEÓRICO

Entendendo do Agreste Pernambucano

Com o passar dos anos, essa produção do polo de confecções que era inicialmente manual foi ganhando corpo e se transformou em um sistema mais industrializado, embora ainda baseado em pequenos e médios negócios familiares. Um estudo do Sebrae (2019) mostra que a economia da confecção no Agreste é, em sua maioria, composta por micro e pequenas empresas. Essas empresas, apesar de informais e espalhadas, funcionam como uma grande rede colaborativa que dá uma identidade única ao setor. Um exemplo que ilustra bem essa força é Toritama, que hoje responde por cerca de 16% de toda a produção nacional de jeans — são cerca de 60 milhões de peças produzidas por ano e aproximadamente 25 mil empregos diretos gerados por esse setor (SEBRAE, 2019).

Esse crescimento todo está ligado ao modelo do *fast fashion*, que foca na produção rápida, em grande escala e com preços acessíveis, sempre acompanhando as tendências que mudam o tempo todo (IEMI, 2023). A rapidez para produzir e se adaptar ao que o mercado quer é algo muito forte aqui, especialmente em Santa Cruz do Capibaribe e Toritama. Nessas cidades, a produção é dividida em várias etapas e, muitas vezes, terceirizada para pequenas oficinas que até funcionam dentro de casas, mostrando como o polo mantém suas raízes na produção artesanal, mesmo dentro de um sistema industrializado (SILVA; OLIVEIRA, 2019).

Apesar do crescimento econômico, esse modelo também levanta questões importantes sobre informalidade e precarização. Muitos trabalhadores, em especial mulheres, atuam sem garantias legais, conciliando o trabalho criativo e a produção com a vida doméstica. Silva e Oliveira (2019) nos mostram que, no Agreste, as mulheres estão na linha de frente da produção da moda, desempenhando um papel fundamental para que tudo aconteça. No entanto, elas ainda carregam muitos desafios, como a divisão desigual do trabalho entre homens e mulheres, a falta de reconhecimento das instituições e as barreiras que enfrentam para acessar políticas públicas que poderiam ajudá-las a crescer e se fortalecer. Essas questões não são só números ou estatísticas, mas histórias de vida que revelam uma luta diária por espaço e valorização. Ainda assim, como cita Xavier (2020), a consolidação do polo como referência econômica não eliminou desigualdades históricas, principalmente as de



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

gênero, exigindo maior articulação entre desenvolvimento regional, reconhecimento simbólico e políticas de valorização da força de trabalho feminina.

Caminho do tecido à peça vendida

Num experimento feito em Altinho, cidade do Agreste de Pernambuco, foi realizado o mapeamento em facções locais para entender o caminho que essa cadeia produtiva possui, entendendo do tecido até a peça vendida. Tudo começa com a compra do tecido bruto, seguido pelo corte das peças (camisas, shorts, calças). Um diferencial marcante é a costura domiciliar, na qual as costureiras (mulheres em sua maioria) trabalham em casa e devolvem o fechamento da peças. Após o acabamento, as roupas seguem dois destinos principais: a maior parte vai para a separação de pedidos — onde são embaladas, etiquetadas com a marca e enviadas aos clientes — enquanto o restante é vendido em feiras como a de Santa Cruz do Capibaribe, conhecida por movimentar o setor com pronta-entrega. De acordo com Xavier (2020), essa estrutura descentralizada integra uma lógica de aglomeração produtiva que fortalece os laços comerciais entre os municípios do polo, promovendo dinamismo econômico mesmo diante da informalidade predominante.

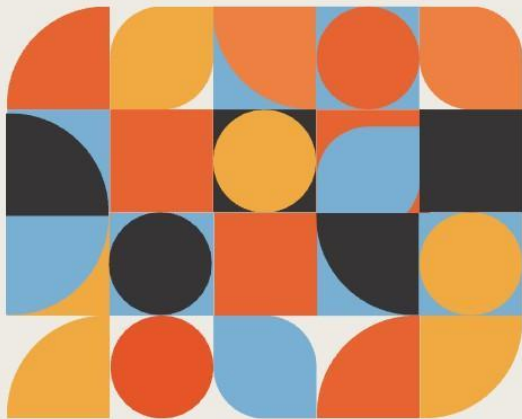
Figura 1: Mapeamento da linha de produção de Altinho - PE, 2025



Fonte: Dos autores

Economia criativa e moda popular: as duas faces da mesma moeda





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

A economia criativa tem ganhado cada vez mais espaço como uma nova forma de pensar o desenvolvimento econômico na região. Diferente dos modelos mais tradicionais, ela coloca a criatividade, o conhecimento e o capital intelectual no centro da geração de valor. É uma lógica que vai além do lucro: transforma ideias em produtos e serviços que têm significado, que são sustentáveis e que carregam identidade cultural (AUDACES, 2023). Nesse cenário, a moda ocupa um papel importante, justamente por ser um campo onde estética, inovação e expressão cultural se encontram.

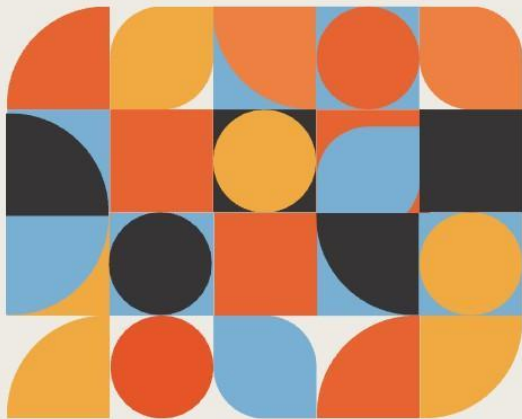
Bertoni (2015) chama atenção para a moda popular como uma vertente legítima dentro desse universo criativo. Ela destaca como esse segmento valoriza o trabalho manual, a originalidade e as raízes culturais que fazem parte do processo de produção. E mais do que resgatar técnicas tradicionais, esse tipo de moda propõe um jeito diferente de criar e consumir — às vezes até mais consciente, mais conectado com questões sociais, ambientais e culturais. Além da aparência das roupas, o que está por trás delas também importa. A moda popular impulsionada pela economia criativa tem um papel essencial na valorização cultural, já que ela incorpora saberes ancestrais, utiliza materiais locais e conta histórias por meio das peças. Isso fortalece economias locais, gera renda para pequenos empreendedores e comunidades, e promove uma forma de produção, às vezes, mais justa, que respeite os ritmos e realidades de cada território (BERTONI, 2015).

Em resumo, a união entre moda popular e economia criativa cria um ciclo potente de inovação, valorização cultural e desenvolvimento sustentável. É um movimento que beneficia não só quem cria e produz, como também quem consome — cada vez mais atento ao valor do que está por trás de uma peça: sua origem, seu impacto e sua mensagem.

METODOLOGIA

Esta pesquisa é qualitativa, experimental e interpretativista, e teve como principal foco a análise do discurso das mulheres que trabalham no campo da moda no Agreste Pernambucano. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas por um questionário aberto com costureiras, modelistas e empreendedoras das cidades de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. Também acompanhamos o dia a dia em ateliês, oficinas e feiras para entender melhor como funciona essa produção, que configura um diálogo com a etnografia.





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 foram analisadas a partir de conceitos discutidos no grupo de pesquisa, como trabalho, criatividade, gênero e emancipação. Para apoiar essa análise, realizamos uma revisão bibliográfica sobre moda, gênero e economia criativa, que ajudou a compreender melhor as experiências relatadas. Todo o processo buscou valorizar a escuta, a observação e o respeito pelas histórias dessas mulheres.

RESULTADOS E DISCUSSÕES INTRODUTÓRIAS

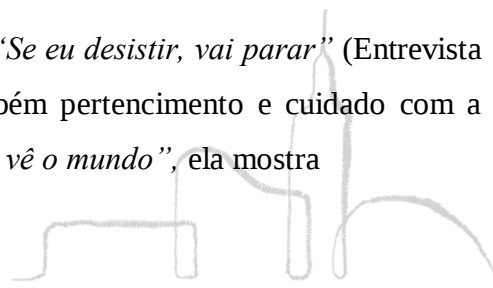
As mulheres do Agreste pernambucano: narrativas de resistência e identidade

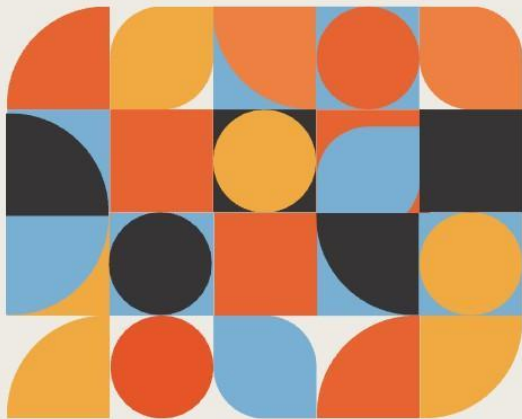
A presença das mulheres na cadeia produtiva da moda no Agreste Pernambucano vai além da força de trabalho: revela trajetórias de resistência, reinvenção e afirmação de identidades ancoradas no cotidiano. O fazer moda, para elas, é também uma forma de enfrentar desigualdades de gênero, instabilidades econômicas e invisibilidade institucional, ao mesmo tempo em que constroem pertencimento e emancipação.

Os discursos colhidos nas entrevistas demonstram que a resistência feminina se constrói de modo silencioso, mas profundamente transformador. Maria (nome fictício para proteger a identidade da entrevistada), ao lembrar que começou com uma máquina de pé escondida da mãe — *“quebrava a agulha, escondia dela”* —, revela um saber autodidata e doméstico, que marca a entrada de muitas mulheres na moda (Entrevista GEFOL transcritas, 2025). Esse aprendizado informal, enraizado na casa, é uma forma de romper com o silenciamento tradicional sobre o trabalho feminino, evidenciando que as mulheres constroem conhecimento técnico a partir da experiência, da intuição e da criatividade.

Um ponto que aparece forte nas entrevistas é como as mulheres se reinventam diante das crises. Isabel (nome fictício), por exemplo, contou que, depois que a loja onde trabalhava fechou, resolveu abrir o próprio negócio: *“Aí eu disse que ia fazer uma locadora”* (Entrevista GEFOL transcritas, 2025). Esse movimento mostra como a resiliência vira uma ferramenta central para empreender, principalmente em contextos de instabilidade. Fletcher (2014) vê essa flexibilidade como essencial na moda local e sustentável, bem diferente das grandes cadeias industriais.

Já Luana (nome fictício) fala sobre continuar um legado familiar: *“Se eu desistir, vai parar”* (Entrevista GEFOL transcritas, 2025). O trabalho dela não é só profissão, mas também pertencimento e cuidado com a memória da família. Ao dizer que *“a moda é uma expressão de como você vê o mundo”*, ela mostra





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

que criar roupas também é uma forma de se posicionar. Como Butler (2019) discute, identidade e gênero são construções — e a moda vira espaço onde essas construções ganham sentido e se corporificam.

As falas das entrevistadas também expõem um desejo latente de reconhecimento. Isabel (nome fictício) afirma: *“Na região Nordeste, é reconhecido. No Brasil como um todo, não.”* Já Sara complementa: *“Nunca pensei se o nosso trabalho é reconhecido como parte da moda brasileira”* (Entrevista GEFOL transcritas, 2025). Essas afirmações revelam uma tensão entre centro e periferia, em que o fazer moda do Agreste é produtivo e criativo, mas permanece à margem das grandes narrativas midiáticas e institucionais da moda nacional. Esse fenômeno se relaciona ao que Bertoni (2015) define como moda popular, um segmento marcado por raízes culturais, práticas manuais e saberes locais, muitas vezes desvalorizados por não estarem inseridos nos circuitos hegemônicos de legitimação, e acrescentamos, ser tão importante para a economia criativa brasileira.

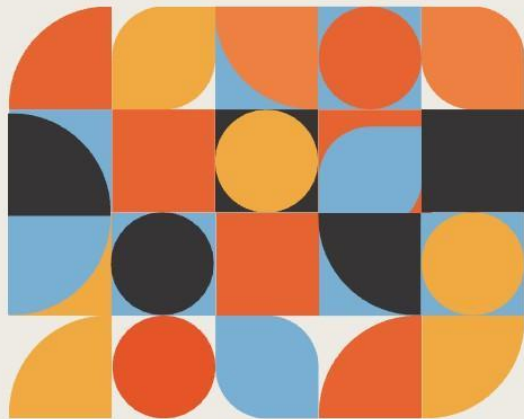
CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim, pode-se concluir afirmando que a resistência e a criatividade estão presentes tanto no cotidiano da costura, quanto nas decisões de liderança, na forma de gerir ateliês e oficinas, nas negociações com clientes e fornecedores, e na própria construção de uma identidade profissional no campo da moda, no Agreste pernambucano. Trata-se de uma resistência que é também criativa e estética, pois essas mulheres moldam sua subjetividade por meio do que produzem e vendem. Ao produzirem moda em seus próprios termos, elas não apenas vestem o outro, mas também se (re)constroem — como trabalhadoras, artistas, gestoras e cidadãs.

As entrevistas revelam que a moda no Agreste não é apenas uma questão de mercado, mas uma prática carregada de sentido, capaz de expressar uma resistência feminina situada, potente e profundamente conectada às realidades locais. Reconhecer essas narrativas é reconhecer também que o fazer moda é um ato político, especialmente quando realizado por mulheres que historicamente foram excluídas dos espaços de decisão.

Essa pesquisa nos revelou não só um polo de confecções vibrante, mas também um universo de trabalho, emancipação e resistência tecido em cada peça. Mais do que dados, foi uma imersão profunda nos discursos dessas mulheres, permitindo compreender o poder transformador da moda em suas vidas.





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

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUDACES. **Economia criativa: o que é, qual sua importância e como a moda se insere**. Audaces Blog, [s.d.]. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/blog/economia-criativa>. Acesso em: 04 jun. 2025.
- BERTONI, Estela. **Moda popular: identidades, práticas e consumo na periferia de São Paulo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 20. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.
- Entrevista GEFOL transcritas. 2025. Documento interno do Grupo de Estudos em Formação do Olhar – GEFOL, Universidade Federal de Pernambuco.
- FLETCHER, Kate. **Sustainable fashion and textiles: design journeys**. 2. ed. New York: Routledge, 2014.
- HOTEL JUCAZINHO. **Festival do Jeans de Toritama 2025: moda, música e oportunidades no Agreste Pernambucano**. 2025. Disponível em: <https://www.hoteljucazinho.com.br/post/festival-do-jeans-de-toritama-2025-m%C3%BAsica-e-oportunidades-no-agreste-pernambucano> . Acesso em: 4 jun. 2025.
- IEMI – INSTITUTO DE ESTUDOS E MARKETING INDUSTRIAL. **Jeanswear movimentou milhões no polo têxtil do Agreste**. 2023. Disponível em: <https://iemi.com.br/jeanswear-movimentou-milhoes-no-polo-textil-do-agreste/> . Acesso em: 4 jun. 2025.
- PATTEN, Sally. **Fashioning resistance: the politics of alternative fashion**. London: Berg Publishers, 2015.
- RANGEL, Felipe; CORTELETTI, Roseli de Fátima. **O polo de confecções do Agreste Pernambucano: origens e configurações atuais**. Estudos Sociológicos, Araraquara, v. 27, n. 00, e022013, jan./dez. 2022. DOI: <https://doi.org/10.52780/res.v27i00.13897>. Acesso em: 4 jun. 2025.
- SEBRAE. **Estudo econômico das indústrias de confecções de Toritama/PE**. 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/RELATORIO-TORITAMA-FINAL.pdf> . Acesso em: 4 jun. 2025.
- XAVIER, Twane Maria Cordeiro. **Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco: formação de aglomerado produtivo e suas dinâmicas espaciais**. Caminhos de Geografia, v. 21, n. 73, p. 374–392, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/49475>. Acesso em: 4 jun. 2025.

