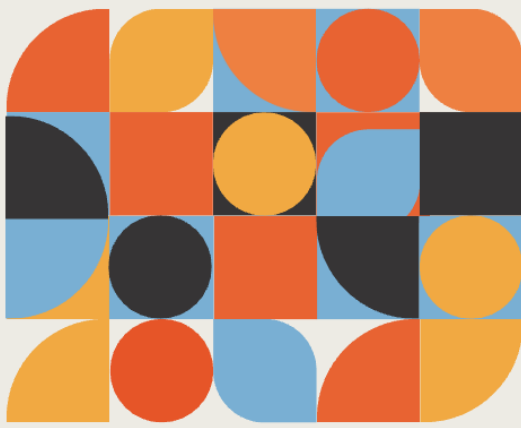


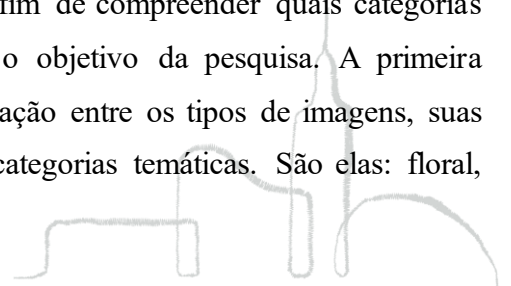


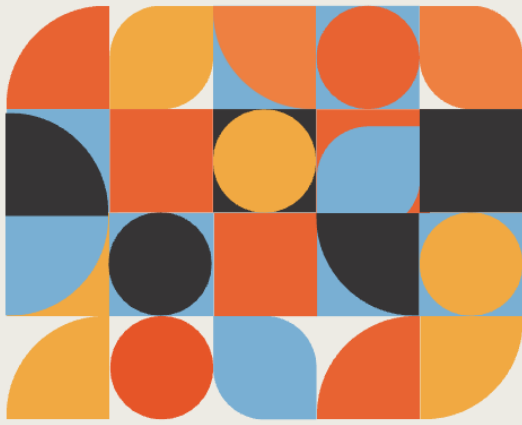
RUSH PRAIA E AS ESTAMPAS PERNAMBUCANAS

PRADO; Rita; Doutoranda em Design; Universidade Federal de Pernambuco,
ritapradoliberal@gmail.com¹

RESUMO

Em tempos de ações que visem diminuir o impacto negativo da industrialização no planeta, o agir sustentável provoca soluções estratégicas para resolução dos problemas de ordens econômica, social, ambiental, geográfica e cultural. É nesse contexto que designers são indispensáveis para a catequização de uma nova forma de pensar, criar e consumir moda. Novos modelos de desenvolvimento, que priorizem a conservação de valores culturais, estão cada vez mais inseridos em produtos e serviços. A sustentabilidade deve ser compreendida em diversas áreas existentes nas relações humanas, inclusive, na dimensão cultural, peculiar a cada região, atuando na valorização, preservação e divulgação da memória, tradição, patrimônio e valores locais, como orienta Sachs (1993). Nesse sentido, o design funciona como uma ferramenta capaz de transformar as referências culturais locais em produtos. É papel do designer contribuir para o desenvolvimento sustentável através dos produtos, mas estudos que direcionem para a prática da identidade local, sobretudo a partir de estampas, ainda são incipientes. Esta é uma reflexão sobre o caso da marca que carrega consigo um histórico de coleções que valorizam a identidade local. A marca escolhida para um estudo de caso é a Rush Praia, pernambucana, fundada em 1996 na cidade de Olinda. A escolha desta marca para exemplificar o objeto da pesquisa se deu principalmente porque, ao longo dos últimos anos, ela tem construído um legado de valorização da cultura local através de suas coleções de produtos estampados. A metodologia empregada é quali-quantitativa pois utiliza dados qualitativos e quantitativos que se complementam ao longo do artigo. Através de uma pesquisa qualitativa com informações extraídas de matérias, vídeos, fotos e textos presentes nas redes sociais (Facebook, Instagram e Youtube) e no site da marca, foram selecionadas 27 (vinte e sete) estampas da Rush Praia, lançadas entre os anos 2013 e 2024. Após a seleção das estampas, elaborou-se uma tabela com as classificações das estampas a fim de compreender quais categorias estiveram mais presentes nas estampas analisadas, alcançando assim o objetivo da pesquisa. A primeira classificação é a trazida por Briggs-Goode (2014) e leva em conta a relação entre os tipos de imagens, suas características, layout e organização, dividindo as estampas em quatro categorias temáticas. São elas: floral,





20^º COLÓQUIO DE MODA

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

geométrico, étnico e figurativo. A segunda classificação diz acerca da Classificação do Patrimônio segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). A terceira e última classificação é dada por Krucken (2009), onde são elencados alguns marcadores de identidade de um território, tais como: características edafoclimáticas, elementos paisagísticos, estilos de vida, elementos do patrimônio material e imaterial, história e economia regional. Em seguida, a pesquisa toma uma forma quantitativa descritiva analisando os dados coletados e identificando padrões na construção do repertório das estampas. Os resultados são apresentados através de gráficos com a classificação das estampas e suas predominâncias em relação aos temas que contribuem para a sustentabilidade cultural. Esses apontamentos poderão fomentar outras pesquisas, criação de produtos ou até projetos que tenham como principal escopo a identidade local na Moda.

Palavras-chave: identidade local; estampas; sustentabilidade cultural.

Bibliografia:

BRIGGS-GOODE, Amanda. **Design de Estamparia Têxtil**. Porto Alegre: Bookman, 2014.

KRUCKEN, Lia. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o Século XXI: desenvolvimento e meio ambiente**. São Paulo, SP: Studio Nobel: Fundep, 1993.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento da coleção**. 5ª. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

