

A mãe tá On! Uma análise sobre a campanha de 2024 da Onda Furta-cor Curitiba

Link para o artigo completo: <https://doi.org/10.36704/pendes.v6i1.10988>

Mariana Pedrão Hermanson

Universidade Federal do Paraná
<http://lattes.cnpq.br/9873684585986990>
marianahermanson@gmail.com

Gheysa Caroline Prado

Universidade Federal do Paraná
<http://lattes.cnpq.br/1133160732078327>
gheysa.prado@ufpr.br

Resumo

Este artigo analisa as estratégias de Design Ativismo empregadas pela Onda Furta-cor Curitiba em sua campanha de 2024, voltada à saúde mental materna. A pesquisa documental analisou 71 postagens no Instagram da campanha e foram identificadas ações classificadas como “Comunicação”, “Artefato de serviços”, “Eventos”, “Convencional” e “Intercâmbio social” dentre as estratégias de design ativismo nela empregada. Apesar da diversidade proposta nas ações, observou-se que as ações mantiveram alcance majoritariamente restrito a mulheres brancas, cisgênero e de classe média, tanto no corpo de voluntárias quanto no público engajado. Conclui-se que, embora mobilize importantes práticas de design ativismo, a campanha enfrenta desafios na ampliação de seu alcance e na efetiva conscientização da sociedade sobre a saúde mental materna.

Palavras-chave

Maternidade; ativismo; design; política de cuidado; saúde mental.

A mãe tá On! An analysis of the 2024 Onda Furta-cor's Campaign in Curitiba

Abstract

This article analyzes the Design Activism strategies employed by Onda Furta-cor Curitiba in its 2024 campaign focused on maternal mental health. The documentary research analyzed 71 posts from the campaign's Instagram profile, identifying actions categorized as "Communication," "Service Artifact," "Events," "Conventional," and "Social Exchange" among the design activism strategies adopted. Despite the diversity proposed in its activities, the campaign's reach remained largely limited to white, cisgender, middle-class women, both within the group of volunteers and the engaged audience. It is concluded that, although the campaign mobilizes significant design activism practices, it faces challenges in expanding its reach and in effectively raising public awareness about maternal mental health.

Keywords

Motherhood; activism; design; care politics; mental health.