



MA

Ni

FES

TO

ANÁLISE DA MACRO

Manifesto, oriunda do latim *manifestu*, sugere uma declaração pública, sendo ela opinião coletiva e/ou individual, geralmente relacionada à questões de âmbito social, que podem vir a justificar certas mudanças de hábitos.

A partir da observação de movimentações no ambiente, direcionadas a demonstrações explícitas de opiniões e aparente necessidade da exposição de julgamentos, em especial por meio de redes sociais, foi possível detectar um fluxo relevante para análise.

Com o excesso de informações e a nítida facilidade de dispor suas opiniões em espaços que atacam diferentes linhas de pensamento, o poder da palavra passa a ser a principal ferramenta e, por vezes, acaba definindo novos hábitos, sendo eles de influência positiva ou negativa no cotidiano.

De acordo com pesquisa realizada pelo Protein (2015), 90% das pessoas estão preocupadas com questões ambientais e 83% se importam com desemprego e desigualdade entre gêneros. Sendo assim, a forma como você se posiciona torna-se relevante para novos movimentos sociais.



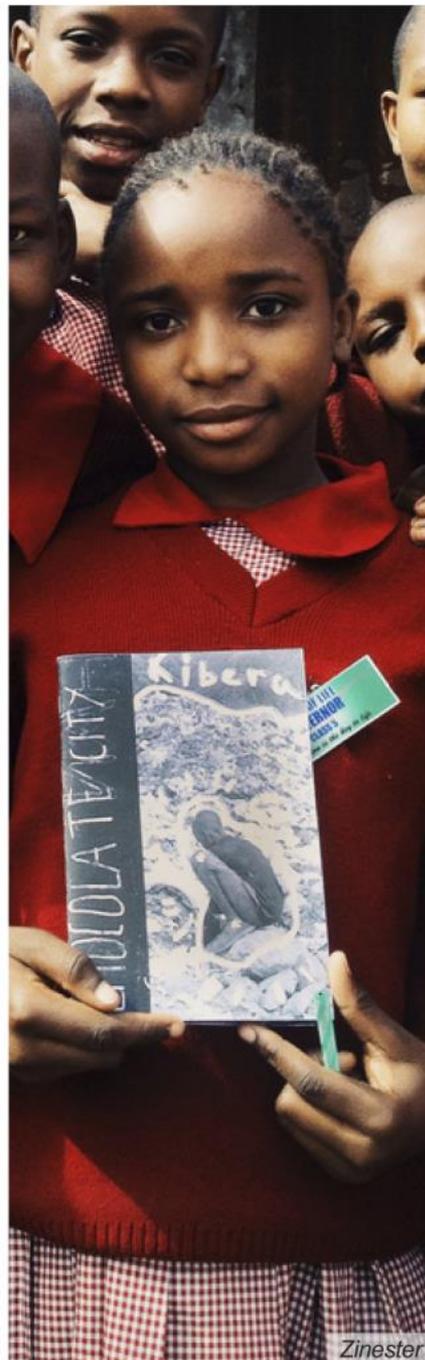
Guerrilla Girls



Gal-Dem Magazine



Rirkrit Tiravanija, para MoMA



Zinester

Imagens online são construídas a partir de pensamentos que ultrapassem barreiras da divisão do real-digital. As mídias sociais se tornaram principal ferramenta para apresentação de visões políticas e explicitação de opiniões sobre assuntos polêmicos.

Com os antigos métodos de rotulação se tornando anacrônicos, as plataformas online possibilitam a conexão de pessoas com ideias que instigam novos debates. Esta geração conectada passa a utilizar as mídias sociais como potencial instrumento para gerar efeitos dominó, tanto na vida real como na virtual.

As marcas, para se encaixarem nisto, precisam transmitir a sensação de que estão acrescentando na vida do consumidor, de valores ligados ao produto oferecido.

MOVIMENTOS

O boom midiático envolvendo causas sociais traz consigo o questionamento de indivíduos, passando estes, na maior parte das vezes, a adotar uma posição. Entre tantos movimentos, é possível salientarmos um engajamento em quatro deles: o movimento feminista, LGBT, contra o racismo e defesa dos direitos humanos.



Banksy



Amandla Stenberg



Beyoncé, em Super Bowl 2016

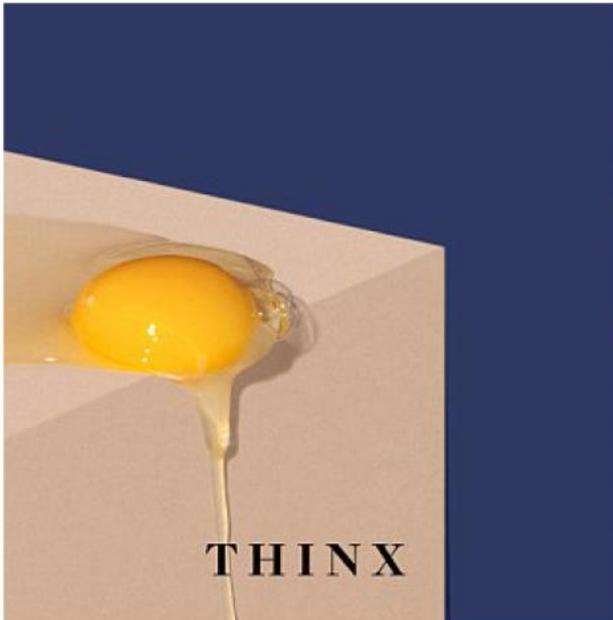


The Happy Hippie Foundation

O movimento Feminista ganha cada vez mais proporção nas mídias e nas ruas. Ações podem modificar mentes e, principalmente, dar suporte para as mulheres, como é o caso da designer gráfica Carol Rossetti, suas ilustrações foram amplamente divulgadas pelas redes sociais trazendo mensagens que abordam questões tabus do dia a dia feminino.

Outro exemplo é o livro **Rad American Women** que traz pequenas biogra de grandes mulheres junto com ilustrações para dar visibilidade às causas movimento feminista.

São ações que compõe os movimentos e fazem a força para que eles cresçam e tenham visibilidade no mundo, ganhando adeptos prontos para defender as causas pelas quais se identificam.





Outros movimentos com visibilidade atualmente são os referentes a gênero e liberdade sexual. Exemplo disso é a mostra-manifesto "Gênero", da fotógrafa Lírica Aragão para debater questões delicadas do cotidiano das pessoas trans, assim como o estilista Ronaldo Fraga com seu desfile no SPFW com 100% do seu casting composto por mulheres trans.



Outro exemplo é a série americana Sense8, produzida e escrita por Lilly e Lana Wachowski e distribuída pela Netflix, traz abertamente as questões de gênero e sexualidade. Entre os personagens estão um ator mexicano gay que não pode assumir seu namorado devido aos contratos com as emissoras e uma mulher transexual que descobre o amor por meio de uma relação lésbica.



LAB, no SPFW 2016

Assim como Ronaldo Fraga, a LAB utilizou da passarela do SPFW para trazer a diversidade. Sem diferenciar gênero nas roupas, a marca apresentou uma proposta de inclusão envolvendo a desconstrução de estereótipos.

No início de 2016 a cantora Beyoncé lançou seu álbum visual denominado **Lemonade**. O álbum conta com um filme onde a artista explica, de forma artística, as inspirações e sentimentos aflorados durante a produção. Além da forte bandeira levantada para o feminismo, Lemonade trouxe questões sobre o racismo e a ação policial agressiva sobre os jovens negros americanos.

A Universidade de Bristol, no Reino Unido e a Anistia Internacional lançaram um e-book gratuito voltado para advogados e defensores dos direitos humanos chamado "Combatendo a Tortura e os Maus Tratos", a ideia é diminuir as ações de tortura, ainda amplamente utilizadas no mundo.



Lemonade



É percebido manifestações em redes sociais usando hashtags no Twitter, Instagram e Facebook. Milhares de pessoas expõem suas opiniões sobre temas polêmicos e defendem causas importantes, como exemplo cita-se a igualdade de gênero. Assim, podemos mencionar as seguintes hashtags:

#AskHerMore: A hashtag #AskHerMore encoraja a mídia a mudar o foco de perguntas superficiais para celebridades mulheres, que normalmente recebem uma abordagem diferente dos atores do sexo masculino.

#NotGuilty: Após ser estuprada e silenciada, a estudante inglesa Lone Wells escreveu uma carta aberta ao homem que a violentou, iniciando uma campanha que visa acabar com a culpabilização da vítima. A hashtag #NotGuilty (#NãoÉCulpada, em tradução livre) foi usada por inúmeras mulheres que, sensibilizadas pela história de Wells, se sentiram confortáveis em compartilhar suas experiências em redes sociais e também no portal da campanha.

#MeuAmigoSecreto: Milhares de brasileiras expuseram situações diárias de misoginia, sexismo e machismo. A criação da hashtag #MeuAmigoSecreto, acabou por gerar um aumento de 40% em denúncias de violência doméstica na semana de ápice da campanha. A ideia principal do uso da hashtag era gerar o desconforto em abusadores que sempre passaram despercebidos pela “pouca gravidade” do caso, além de mostrar a várias mulheres que elas não estão sozinhas.

#IWontCompromise: A marca plus-size Penningtons iniciou a campanha que desmistifica a imagem relacionada às pessoas obesas. Com o lançamento de um vídeo publicitário, facilitado pela professora de yoga Dianne Bondy fazendo movimentos que vão contra a ideia formada ao redor do corpo destas mulheres, a campanha traz a ideia de inspirar mulheres obesas a não se submeterem a comportamentos padrões ou deixar de praticar atividades – como a yoga – pela tradicional opressão social.



COOL EXAMPLES



A ilustradora e artista gráfica brasileira Carol Rossetti impressiona com seu trabalho voltado à desmistificação de estereótipos e valorização de toda e qualquer diferença. Seu trabalho consiste em ilustrações que trazem mensagens positivas, ligadas à imagem corporal e problemas vistos a partir da ótica feminista.



A brasileira Cerveja Feminista, lançou o produto a fim de manifestar indignação com o sexismo apresentado nas propagandas relacionadas à bebida. A empresa reforça a ideia de que o feminismo é sobre igualdade de gênero, sugerindo, assim, a degustação do produto por ambos os sexos.



As histórias em quadrinho, em especial da Marvel e DC Comics, vêm trazendo há algum tempo, inseridas em suas narrativas, a celebração da diversidade. Recentemente, tivemos vários exemplos como o novo Hulk tendo origem coreana, a Mulher-Gato se assumindo bissexual, o vigilante Midnighter sendo o primeiro focado exclusivamente em um homem gay, além de uma série feita para as Bombshells, um grupo de mulheres contra o nazismo.



Uma agência sueca de design lançou recentemente uma fonte tipográfica que substitui instantaneamente a palavra "refugee" (refugiado, em português) por "human" (humano, em português), em resposta à crise global relacionada aos imigrantes vindos do Oriente.



O estado de Georgia, nos Estados Unidos, inaugurará em 2016 a primeira escola direcionada ao público LGBT. A "Pride School Atlanta" receberá crianças de 5 a 18 anos de idade, oferecendo suporte a estudantes que sofreram bullying relacionado à orientação sexual. Segundo Christian Zsilavetz, professor transgênero que iniciou o projeto, a iniciativa possui o intuito de ajudar crianças a se sentirem diferentes no meio social.



Após 56 anos mantendo os mesmos traços, Barbie finalmente ganha novas proporções que se afastam das criticadas tradicionais. A nova coleção "Fashionistas" conta com 33 modelos novos, com 30 opções de cor de cabelo, 7 tonalidades de pele e 4 tipos de corpo que poderão tornar a boneca mais customizável e mais acessível à diferentes tipos de crianças.



Muitas crianças se sentem intimidadas com o fato de sua cor não se aproximar do tom da "cor de pele" dos materiais de pintar e então, aprendemos a detectar desde cedo, uma diferenciação e exclusão imposta. Considerando isto, a UniAfro, em parceria com a Koralle, criou um estojo diferenciado: são 12 diferentes tons de "cor de pele", do mais claro ao mais escuro, para apontar a diversidade racial às crianças e semear a igualdade entre elas.



Maior parte das mulheres sofre com o desconforto do período menstrual e, com isto, a marca Thinx criou calcinhas que absorvem o fluxo, contando com design atraente e conforto garantido. Pensando principalmente na estatística que relata a ausência de meninas em sala de aula em função de constrangimento ao período menstrual, parte do valor de venda é enviado para o projeto AFRIPads, em Uganda, que produz absorventes reutilizáveis à baixo custo para a comunidade.

PARA OUVIR

A música, além de entretenimento, tem importante papel como propagadora de ideias e posições. Como forma de manifesto, inúmeros artistas utilizam a sua voz para dissertar sobre acontecimentos e ações necessárias na sociedade. Para criar uma ambientalização com a tendência é interessante a análise de algumas músicas que abordam esses tipos de assuntos.

Geni e o Zepelim - Interpretado por Leticia Sabatella

"I see it, I want it
I stunt, yellow-bone it
I dream it, I work hard
I grind 'til I own it"

Formation; Beyoncé

"High society - better when we're left alone
The hypocrisy - Saying that you will but you won't
The audacity - Tell us that our love is wrong
Get Your Rebel On!"

Get Your Rebel On; RuPaul

"Não adianta olhar pro chão
Virar a cara pra não ver
Se liga aí que te botaram numa cruz
E só porque Jesus sofreu
Não quer dizer que você tenha que sofrer"

Até Quando?; Gabriel O pensador

"Joga pedra na Geni!
Joga pedra na Geni!
Ela é feita pra apanhar!
Ela é boa de cuspir!
Ela dá pra qualquer um!

Maldita Geni!"

Geni e o Zepelim; Chico Buarque

Brasil - Cazuza

Podres Poderes- Maria Gadú

Navio Negreiro- Carlinhos Brown

Haiti- Caetano Veloso

Geni e o Zepelim - Chico Buarque

Camila - Nenhum de Nós

Desconstruindo Amélia - Pitty

Quem planta preconceito? - Natiruts

Até Quando? - Gabriel O pensador

Declare Guerra - Barão Vermelho

Enquanto o Mundo Explode - Chico Science

Luka- Suzane Vega

Express Yourself - Madonna

I am What I am - Gloria Gaynor

Get Your Rebel On - RuPaul

Formation - Beyoncé

Run the World - Beyoncé

Born This Way - Lady Gaga

Civil War - Guns n' Roses

Another Brick In The Wall - Pt. 2



Ouçá a Playlist **Manifesto** | Centro de Design
no Spotify

PARA LER

O CONVITE

Não me interessa o que você faz pra viver. Quero saber o que você deseja ardentemente, e se você se atreve a sonhar em encontrar os desejos do seu coração.

Não me interessa quantos anos você tem. Quero saber se você se arriscaria parecer que é um tolo por amor, por seus sonhos, pela aventura de estar vivo. Não me interessa que planetas estão em quadratura com a sua lua. Quero saber se você tocou o centro de sua própria tristeza, se você se tornou mais aberto por causa das traições da vida, ou se tornou murcho e fechado por medo das futuras mágoas.

Quero saber se você pode sentar-se com a dor, minha ou sua, sem se mexer para escondê-la, tentar diminuí-la ou tratá-la. Quero saber se você pode conviver com a alegria, minha ou sua, se você pode dançar loucamente e deixar que o êxtase tome conta de você dos pés à cabeça, sem a cautela de ser cuidadoso, de ser realista ou de lembrar das limitações de ser humano.

Não me interessa se a história que você está contando é verdadeira. Quero saber se você pode desapontar alguém para ser verdadeiro consigo mesmo; se você pode suportar acusações de traição e não trair sua própria alma. Quero saber se você pode ser leal, e portanto, confiável.

Quero saber se você pode ver a beleza mesmo quando o que vê não é bonito, todos os dias, e se você pode buscar a fonte de sua vida em sua presença. Quero saber se você pode conviver com o fracasso, seu e meu, e ainda postar-se à beira de um lago e gritar à lua cheia prateada: "Sim!".

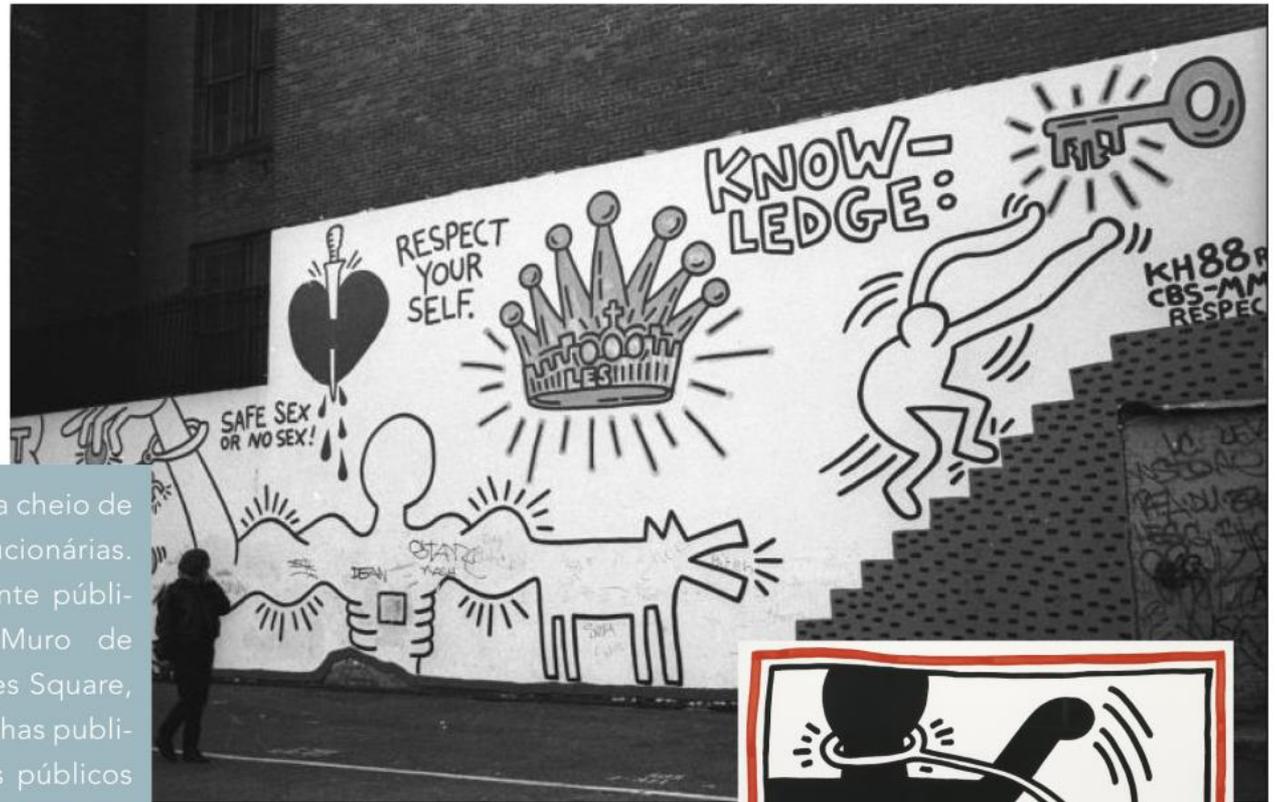
Não me interessa saber onde mora e quanto dinheiro você tem. Quero saber se você pode levantar depois de uma noite de tristeza e desespero, cansado e machucado até os ossos e fazer o que tem que ser feito para as crianças.

Não me interessa quem você é, como chegou até aqui. Quero saber se você vai se postar no meio do fogo comigo e não vai se encolher.

Não me interessa onde ou o que ou com quem você estudou. Quero saber o que o segura por dentro quando tudo o mais fracassa. Quero saber se você pode ficar só consigo mesmo e se você verdadeiramente gosta da companhia que tem nos momentos vazios.

Oriah Mountain Dreamer,
autora canadense

PARA VER



Keith Haring foi um jovem artista cheio de criatividade e iniciativas revolucionárias. Suas obras se tornaram realmente públicas, sendo encontradas no Muro de Berlim, antes da queda, na Times Square, em painéis iluminados e campanhas publicitárias, porém foram os murais públicos em prol de causas sociais que marcaram sua carreira. Por ser soro-positivo, dedicou sua carreira à luta contra o preconceito, além de abordar temas como amor, guerra, sexo, nascimento e morte.





MATE RIALIZA ÇÕES

O melhor caminho para compreensão efetiva de uma tendência são suas materializações, que tornam palpáveis a subjetividade apresentada até então. Estas podem ser analisadas em qualquer área específica, como arquitetura, moda, gastronomia, artes, design, entre tantas outras, além do comportamento de indivíduos.

Para representação do Manifesto, foram selecionados trabalhos de conclusão do curso de moda da Universidade Feevale, referentes ao período 2015/02 e desenvolvida a interpretação do Centro de Design da Universidade Feevale. O produto desenvolvido foi a Bolsa Riot!, onde traz consigo o conceito do Manifesto por meio da brincadeira de bottons customizados com diversos símbolos de causas. A ideia é expressar o apoio a estes movimentos usando bottons, trocando-os conforme a representação de seu dia.



MY GENERATION
MICHELLE M. LOPES

Rebeldia: deste sentimento aflorou a coleção que expressa as transformações ocorridas na sociedade entre os anos de 1945 e 1969. O frescor de novos ritmos, ideias e estruturas são pano de fundo para o desenvolvimento desta coleção.



{DES}ROTULAR
MÔNICA G. TANSKI

A coleção '{Des}Rotular' busca o fim dos rótulos impostos para o corpo plus size. Com uma coleção tradicional de vestidos de noiva, a egressa do Curso de Moda da Universidade Feevale Mônica G. Tanski propoe vestidos adequados em tabelas de medidas e beleza para manequim plus size.

bolsa
RIOT!



coturno

EQUAL







FEELING NUDE

LETÍCIA V. TATIM

A coleção traz o questionamento sobre a cor nude na Moda e apresenta uma paleta de cores para os tons de pele que ainda não são amplamente representados. O foco principal é a valorização da mulher negra, representando-a na Moda e buscando a atenção necessária para essa problemática.



IT IS ZIGGY

ANA LUÍSA JOHANN

A coleção 'It is Ziggy' propõe enaltecer a presença *agender* apresentando uma Moda Unisex, de personalidade e estilo Power Glam. David Bowie é representado através da música Ziggy, onde ele materializa uma forma clara de definição do sexo e gênero.

A coleção 'Minha Carne (Não) é de Carnaval' utiliza das manifestações artísticas como inspiração para dar visibilidade ao assédio diário sofrido pelas mulheres nas ruas e muitas vezes justificado socialmente através do seu tipo de roupa.

MINHA CARNE (NÃO)
É DE CARNAVAL
GABRIELA ÁVILA

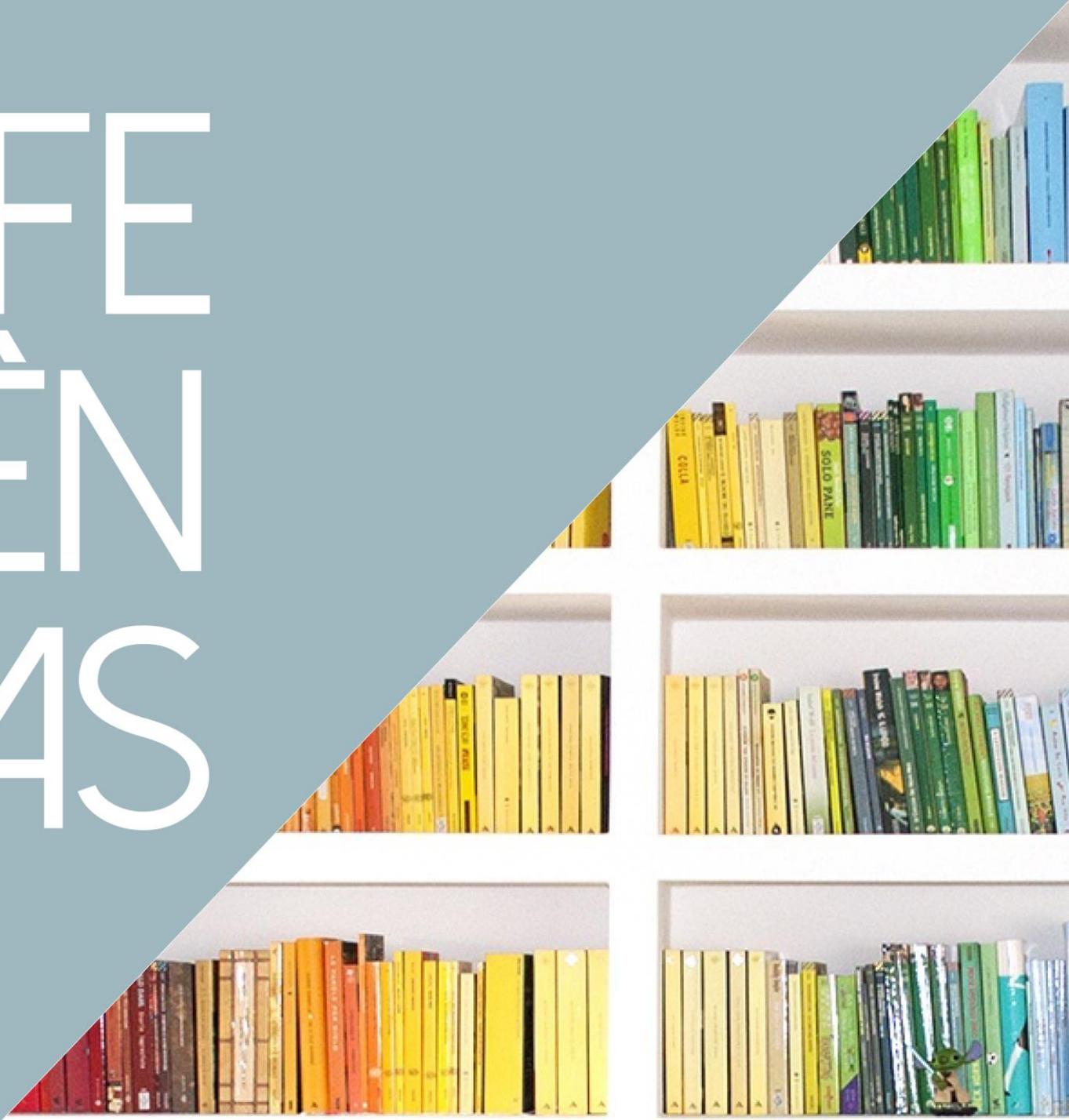


Na coleção 'Sissy That Walk', inspirada na música da Drag Queen internacional RuPaul, o egresso do Curso de Moda da Universidade Feevale, Daniel Passaglia Junior, aborda de forma leve e colorida a arte Drag e questiona os padrões ao ir contra o preconceito formado pelo pensamento tradicional.



SISSY THAT WALK
DANIEL PASSAGLIA JUNIOR

REFE RÊN CIAS



DENVER ART MUSEUM, 2016. Acesso em: <http://denverartmuseum.org/exhibitions/women-abstract-expressionism>

ALICE, 2016. Acesso em: <http://www.alicepasquini.com/event/xx-a-moment-in-time/>

THINX, 2016. Acesso em: <https://www.shethinx.com/>

MOMA, 2016. Acesso em: <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/1504?locale=pt>

PROTEIN, 2016. Acesso em: <https://www.prote.in/journal/articles/cerveja-feminista>

IT'S NICE THAT, 2016. Acesso em: <http://www.itsnicethat.com/news/banksy-calais-migrants-les-miserables-250116>

DAZED, 2016. Acesso em: <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/28966/1/the-russian-artist-confronting-his-homophobic-government>

TRENDS OBSERVER, 2016. Acesso em: <http://trendsoobserver.com/dove-nolikesneeded/>

B9, 2016. Acesso em: <http://www.b9.com.br/56435/inovacao/giz-de-cera-de-fabricante-brasileira-traz-12-cores-de-pele-para-a-sala-de-aula/>

EXAME.COM, 2016. Acesso em: <http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/ronaldo-fraga-faz-desfile-manifesto-com-modelos-trans/>

RAD WOMEN WORLDWILD, 2016. Acesso em: <http://radamericanwomen.com/>

LADO A, 2016. Acesso em: <http://revistaladoa.com.br/2016/10/noticias/sesc-cadeiao-cultural-londrina-tem-mostra-contra-homofobia-racismo>

ANISTIA INTERNACIONAL, 2016. Acesso em: <https://anistia.org.br/>

THE KEITH HARING FOUNDATION, 2016. Acesso em: <http://www.haring.com/>

GALILEU, 2016. Acesso em: <http://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2016/01/homem-cria-linha-de-curativos-para-pele-negra.html>

HUFFPOST BRASIL, 2016. Acesso em: <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/29041/1/a-lgbt-high-school-is-opening-in-america>

DAZED, 2016. Acesso em: <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/29041/1/a-lgbt-high-school-is-opening-in-america>

IMDB, 2016. Acesso em: <http://www.imdb.com/title/tt2431438/>



Centro de Design Universidade Feevale

E-mail: centrodedesign@feevale.br
Ramal: 8612

Coordenador: Igor Escalante Casenote
Campus II
ERS-239, 2755
Novo Hamburgo | RS
CEP 93525-075
Telefone: (51) 3586-8800

