

2023

**NATÁLIA CENTENO
SANTOS**

**ADMIRÁVEL MUNDO NOVO E
SURREAL: UMA PESQUISA DE
TENDÊNCIAS SOCIOCULTURAIS NO
CONTEXTO PÓS-PANDÉMICO**

2023

**NATÁLIA CENTENO
SANTOS**

**ADMIRÁVEL MUNDO NOVO E
SURREAL: UMA PESQUISA DE
TENDÊNCIAS SOCIOCULTURAIS NO
CONTEXTO PÓS-PANDÉMICO**

Dissertação apresentada ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design de Produto e do Espaço, realizada sob a orientação científica do Doutor William Afonso Cantú, professor auxiliar convidado do IADE - Universidade Europeia.

Dedico este trabalho à minha família, que me apoiou e me incentivou a cruzar o oceano para seguir meus sonhos.

palavras-chave

Estudo de Tendências, microtendências, tendências culturais, design, Surrealismo Experimental

resumo

Este estudo investigou e mapeou as principais características da macro-tendência cultural Surrealista Experimental Escapista, assim como delineou as microtendências por ela englobadas. A revisão de literatura contou com importantes nomes dentro do Estudo de Tendências, o que ajudou a identificar as principais estratégias e metodologias para o estudo de tendências. Essa fase foi seguida por um processo de coolhunting que se empenhou em recolher e analisar artefatos produzidos dentro das diversas áreas do design. A partir desses elementos estudados, foi possível compreender o cenário contemporâneo pós-pandêmico impulsionado pelo Cisne Negro da Pandemia de Covid-19, o que estimulou uma série de mudanças nas mentalidades, com forte impacto a nível comportamental e psicológico. Notou-se que ela surge a partir do caos, da incerteza e do medo trazidos pela Pandemia, gerando busca por escape da realidade e experimentação de novos mundos e cenários que invoquem o inconsciente, a liberdade, a expressão e a busca pela ruptura das normas socioculturais de uma realidade vigente e esmagadora.

Este estudo está alinhado com a metodologia proposta por uma série de autores, em especial com o artigo de Gomes, Cohen, Cantú e Lopes (2021), que articula os trabalhos e metodologias de diversos autores da área como Henrik Vejlgard (2008), Raymond (2010) e Powers (2019). A pesquisa foi dividida em quatro principais fases: (1) Contexto: análise cultural e coleta de dados, contando com desk research, coolhunting e clusterização dos elementos coletados; (2) Sistematização da Informação; (3) Arquitetura da Tendência e (4) Confirmação e Discussão do ADN por meio da validação de especialistas da área (método Delphi) e, por fim, o Texto da Tendência.

Os resultados indicam que o período de isolamento da Pandemia Covid-19 que impulsionou a presença do mundo virtual no dia a dia, ao mesmo tempo que trouxe e despertou novos temores cotidianos. Dentre eles estão a incerteza, impotência, finitude e insegurança, que estimularam a necessidade e busca por escape e fuga em realidades e experiências paralelas. Por outro lado, o período também impulsionou discussões sobre saúde mental. Assim, a procura por refúgio, experiências que proponham disrupção, imersão e

inovação passam a ter maior demanda e interesse. A combinação entre fuga e a psique fez emergir novas mentalidades, que borraram as barreiras do real e clamam por outros mundos e experiências, com especial apelo àqueles que instiguem a mente e os sentidos. A combinação entre as experiências potencializadas pela tecnologia e a exaltação da psique humana permite criar e experimentar novos mundos, ora extraordinários, ora assustadores, mas quase sempre surreais.

Como conclusão, esta pesquisa indica que o Surrealismo Experimental Escapista é uma macrotendência de caráter psíquico e mental. Presente na atualidade, já vem cruzando uma série de indústrias. Dada sua conexão com a psique humana, além da característica criatividade e disrupção, possui uma infinidade de mundos a explorar que possibilitam forte conexão com o consumidor através da provocação de sentimentos e sensações, dado seu caráter psicológico. Além disso, a tendência aqui estudada permite compreender a importância e o impacto das mídias sociais como fonte de estímulo e provocação de novas ideias, convidando à experimentação de novos mundos, evidenciando uma sociedade hiperestimulada, mas também mais plural e flexível.

Keywords

Trendstudies, Blackswan, design, microtrends, Experimental Surrealism.

abstract

This study investigated and mapped the main characteristics of the Surrealist Experimental Escapist cultural macrotrend, as well as outlined the microtrends encompassed by it. The literature review included significant figures within Trend Studies, which helped identify the main strategies and methodologies for trend analysis. This phase was followed by a coolhunting process that aimed to collect and analyze artifacts produced within various design areas. From these studied elements, it was possible to understand the contemporary post-pandemic scenario driven by the Black Swan of the Covid-19 Pandemic, which stimulated a series of changes in mindsets, with a strong impact at the behavioral and psychological levels. It was noted that it arises from the chaos, uncertainty, and fear brought by the Pandemic, generating a search for escape from reality and experimentation with new worlds and scenarios that invoke the unconscious, freedom, expression, and the pursuit of breaking sociocultural norms of a prevailing and overwhelming reality.

This study is aligned with the methodology proposed by a series of authors, especially with the article by Gomes, Cohen, Cantú, and Lopes (2021), which articulates the works and methodologies of various authors in the field such as Henrik Vejlgaard (2008), Raymond (2010), and Powers (2019). The research was divided into four main phases: (1) Context: cultural analysis and data collection, including desk research, coolhunting, and clustering of collected elements; (2) Information Systematization; (3) Trend Architecture; and (4) Confirmation and Discussion of the DNA through validation by experts in the field (Delphi method), and finally, the Trend Text.

The results indicate that the isolation period of the Covid-19 Pandemic propelled the presence of the virtual world into daily life, while also bringing forth and awakening new daily fears. Among them are uncertainty, powerlessness, finiteness, and insecurity, which stimulated the need and search for escape and flight into parallel realities and

experiences. On the other hand, the period also propelled discussions about mental health. Thus, the search for refuge, experiences that propose disruption, immersion, and innovation becomes more demanded and interesting. The combination of escape and the psyche has brought forth new mindsets that blur the barriers of the real and call for other worlds and experiences, with a special appeal to those that stimulate the mind and the senses. The combination of experiences enhanced by technology and the exaltation of the human psyche allows for the creation and exploration of new worlds, sometimes extraordinary, sometimes frightening, but almost always surreal.

In conclusion, this research indicates that Surrealist Experimental Escapism is a macrotrend of psychic and mental nature. Present in the current times, it has already been crossing various industries. Given its connection with the human psyche, in addition to its characteristic creativity and disruption, it has a multitude of worlds to explore that enable a strong connection with the consumer through the provocation of feelings and sensations, given its psychological nature. Furthermore, the trend studied here allows us to understand the importance and impact of social media as a source of stimulation and provocation of new ideas, inviting the experimentation of new worlds, highlighting a hyperstimulated society, but also a more plural and flexible one.

Índice

Índice	1
Índice de figuras	4
Introdução	10
1. Revisão de literatura.....	13
1.1 Disseminação das tendências.....	23
1.2 A arquitetura de uma tendência	27
2. Metodologia	32
2.1 Primeira Parte Metodológica: resultados de um estudo anterior	33
Processo e coleta de dados	33
Contexto e Zeitgeist.....	34
Resultados	35
Clusters definidos	36
Análise PEST	38
Trend DNA: mentalidade surrealista escapista	40
2.2 Segunda Parte Metodológica: continuação de um estudo	41
Fase 1 – Contexto: análise cultural e recolha de dados.	41
Surrealismo e espaço	47
Relação entre o surrealismo e o escapismo	48
Dreamcore	50
Laminariedade	53
A cidade genérica	58
Geração Z no surrealismo escapista.....	61
Primeira fase da tendência: o cenário pós-pandêmico.....	62
Segunda fase da tendência: o novo normal	66
Internet culture : o impacto da tecnologia e o enfraquecimento do sonho.....	73
Corecore: Um mundo de aesthetics	78

Fase 2 – Sistematização da Informação	83
Cenografia e moda.....	84
Moda e curta metragem.....	87
Cinema.....	102
Vídeos online.....	106
Arquitetura e design de interiores.....	111
Principais padrões observados	113
Fase 3 - Arquitetura da tendência: microtendências surrealismo escapista.....	114
Fluidez de identidade:	116
Provocação mental:.....	119
Empoderamento místico:	123
Fase 4 – Confirmação e Discussão do ADN e Texto da Tendência	126
“Avatarização” fluida	127
Entrevistas e discussão.....	127
Texto final da Tendência.....	132
Experimentação das tensões e limites.....	133
Entrevistas e discussão.....	133
Texto final da Tendência.....	136
Empoderamento místico	137
Entrevistas e discussão.....	137
Texto final da Tendência.....	139
Influência entre Macro e Microtendências.....	140
3. Conclusões.....	143
Citografia.....	155
Trend Reports.....	155
Coolhunting em moda:.....	155
Coolhunting em publicidade:	156

Coolhunting em cenografia:	156
Coolhunting em arquitetura e design de espaço:	157
Anexos.....	159
Anexo : Transcrição das entrevistas com especialistas em tendência	159
Illa Blanco	159
Suzana Cohen.....	166
Sarita Oliveira.....	187
Raquel Sodré	195
Ana Marta Flores	205

Índice de figuras

Figura 1. (Zetafonts a confirmar, 2021) Expressão visual de como uma tendência se comporta, sendo trabalho de um <i>coolhunter</i> ou estudioso de culturas, compreender o trajeto do avião e onde ele possivelmente estará segundo o padrão observado e metodologicamente estudado. As tendências moldam a cultura em que o individuo está inserido, mesmo sem ele a perceber.	17
Figura 2. Gráfico produzido pela autora e inspirada no modelo do livro Coolhunting e Pesquisa de Tendências: Observar, identificar e mapear as tendências e mentalidades emergentes do consumidor de Luís Rasquilhas, 2015.....	22
Figura 3. Veljgaard. H. (2008). Confetti Publishing. Anatomy of a Trend p.64. Diamond-Shaped Trend Model Segundo Veljgaard. Esta representação indica de forma a relação entre os diferentes grupos verticalmente, estando os mais inovadores na ponta de cima e os menos inovadores na ponta debaixo. ..	25
Figura 4. Veljgaard. H. (2008). Confetti Publishing. Anatomy of a Trend p.56. A imagem acima apresenta como os diferentes grupos de inovadores influenciam a sociedade mainstream A imagem acima apresenta como os diferentes grupos de inovadores influenciam a sociedade mainstream.	26
Figura 5. Higham. W. (2009). The Next Big Thing: Spotting and Forecasting Consumer Trends for Profit, p.130.....	28
Figura 6. Representação das principais etapas da fase de pesquisa anterior, incluindo: Desk Research, Observação, Entrevistas, Coolhunting e Análise PEST.....	34
Figura 7. Três principais clusters definidos como formadores da tendência analisada, entre eles temos (1) Artes Visuais, (2) Tecnologia e (3) Mente, sendo o epicentro desses três as Mídias Sociais.	37
Figura 8. Lista visual permitiu compreender quais palavras-chave eram comuns entre os diferentes clusters, divididos entre mente, cultura visual e tecnologia.	43
Figura 9. Representação gráfica das principais fontes recolhidas de informação que ajudaram na imersão no tema.	45
Figura 10. Organização gráfica dos padrões coletados pela imersão cultural. Esta artboard está disponível através do link https://miro.com/app/board/uXjVOhHttB0=/	46
Figura 11. Imagem ilustra uma possibilidade inicial de encontro entre a nostalgia e o Surrealismo Experimental como macrotendência, gerando um interessante ponto de convergência que passou a levar a outras questões para a tese. Fonte: autoral.	51
Figura 12. Dream COre [@drm_.core]. (2023, 10, 03). Dream Core. Imagens retiradas de um dos vídeos do TikTok marcado com a hashtag dreamcore ilustra um pouco da estética explorada. Vale lembrar que eles fornecem uma experiência mais imersiva através de músicas de fundo, sons e chiados. TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@drm_.core/video/7249111382279326981	52

Figura 13. Imagem da esquerda, Madureira, F (2001, 25 de Outubro). Nova versão do Windows ganha estabilidade e visual renovado [Página inicial do Windows XP lançada em 2001]. Folha Online. URL: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/upgrade-windowsxp.shtml>. Já à direita, compilação de imagens presentes no universo do #dreamcore. Dream COre [@drm_.core]. (2023, 10, 03). Dream Core. Imagens retiradas de um dos vídeos do TikTok marcado com a hashtag dreamcore ilustra um pouco da estética explorada. Vale lembrar que eles fornecem uma experiência mais imersiva através de músicas de fundo, sons e chiados. TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@drm_.core/video/7249111382279326981

..... 52

Figura 14. dreamcore_lirks [@dreamcore_lirks]. (2023, 03 Outubro). [Captura de tela]. Imagens retiradas de uma postagem presente na #dreamcore que ilustra o teor das imagens apresentadas e sobrepostas em vídeos. TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@dreamcore_lirks/video/7237576606695410950 53

Figura 15. Capa das séries Stranger Things e The Last Of Us. Na imagem da esquerda possível identificar a relação de dualidade entre os mundos muito similares e muito distantes. Enquanto isso, na capa da esquerda é possível notar a decadência da cidade ao fundo, em que o mundo e as cidades antes habitadas por milhares de humanos agora se tornaram em um espaço fortemente liminar. 56

Figura 16. Ali Abbasi. 2023. The Last of US, 1a Temporada [captura de tela]. HBO. www.primevideo.com. Imagens coletadas demonstram a decadência e réguas das cidades em um cenário hora demolido, hora invadido pela ação natureza. 57

Figura 17 Duffer Brothers. 2021. Stranger Things, 4a Temporada [captura de tela]. Netflix. <https://www.netflix.com>. Transformação do cenário entre o mundo real e o mundo invertido presente na série da Netflix. 58

Figura 18. Zetafonts (2022). Type Trends Lookbook 2022. Esquema apresentado pelo estudo realizado entre Zetafonts e Typecampus, clusterizando os diferentes cenários que impulsionaram mudança nas mentalidades <https://zetafonts.com/blog/tt2022/> 63

Figura 19. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 58). Representação gráfica das tendências do Novo Normal (New Normal Trends).Fonte: Type Trends Lookbok 2022. URL: <https://zetafonts.com/blog/tt2022/> 68

Figura 20. Zetafonts (2022) Type Trends Lookbook 2022. P.57. Behavioral Drivers levantados pelo Type Trends Lookbook 2022 desenvolvido em parceria entre Zetafonts e Typecampus. URL: <https://zetafonts.com/blog/tt2022/> 71

Figura 21. Representação da conexão entre os drivers levantados pelo Type Trends Lookbook e os clusters mapeados como formadores da Tendência Surrealista Experimental..... 72

Figura 22. Type Trends Lookbook 2022. Imagem representa por meio do comprimento das ondas a frequência de tendências em relação ao tempo. Quanto mais próximo do mundo contemporâneo, maior o

número de tendências, o que cria um colapso entre diferentes vertentes que se amontoam e colapsam. Fonte: (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 50) URL: https://zetafonts.com/blog/tt2022/	75
Figura 23. Parkes. J. (20 de janeiro de 2022). Rem Koolhaas and AMO create faux-fur covered geometric rooms for Prada menswear show . Dezeen. URL: https://www.dezeen.com/2021/01/20/rem-koolhaas-amo-create-faux-fur-geometric-rooms-prada-fw21-menswear-show/#/ . Fotos retiradas do set desenvolvido por Rem Koolhaas para a Prada AW21. Nota-se a combinação colorida e geométrica de elementos hora duros, hora macios, criando não espaços duais e antagônicos.....	85
Figura 24. Parkes. J. (28 de junho de 2022). Louis Vuitton inserts yellow racetrack into Louvre courtyard for Spring Summer 2023 show. Dezeen.. URL: https://www.dezeen.com/2022/01/25/louis-vuitton-autumn-winter-2022-show-virgil-abloh-fashion/ Manchetes de jornal referentes aos espaços propostos para apresentação das coleções Outono Inverno 2023 (AW23) da marca Louis Vuitton. O diferencial da marca está em seus ambientes cenográficos reproduzindo espaços nostálgicos que remetem à infância ..	85
Figura 25. Parker. J. (15 de julho de 2022). [captura de tela]. Villa Eugénie, réplica de vilas desenvolvida como cenário para a apresentação da coleção masculina Outono Inverno 2023, da marca Christian Dior URL: https://www.dezeen.com/2022/01/25/louis-vuitton-autumn-winter-2022-show-virgil-abloh-fashion/	86
Figura 26. Parker. J. (25 de Janeiro de 2022). [Captura de tela] Deezen. Imagens que ilustram o cenário montado para o show final de Virgil Abloh para a Louis Vuitton. URL: https://www.dezeen.com/2022/01/25/louis-vuitton-autumn-winter-2022-show-virgil-abloh-fashion/	86
Figura 27 Imagem retirada da Evidence Wall desenvolvida na plataforma online Miro . Nota-se mais de 375, diferentes modelos produzidos pela indústria da moda e estudados como potencial evidência de sinais em comum.....	88
Figura 28. Seleção de alguns modelos da coleção SS22 por Viktor&Rolf. Fonte: https://www.viktor-rolf.com/collection/haute-couture/overview	89
Figura 29. Seleção de alguns modelos da coleção SS23 por Viktor&Rolf. Fonte das imagens: https://www.viktor-rolf.com/collection/haute-couture/overview	90
Figura 30. Imagem retirada da coleção Earthrise da marca de alta-costura Iris Van Herpen, em que parte das fotos da coleção foi feita no céu enquanto as modelos saltavam de paraquedas, representando a busca por liberdade e quebra de barreiras. Foto retirada do site da marca, disponível em: https://www.irisvanherpen.com/collections/roots-of-rebirth	92
Figura 31. Herpen. I. Van (2022). [Captura de tela]. Coletânea de modelos desenhado para a coleção Meta Morphism. URL: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-couture/iris-van-herpen/slideshow/collection#1	92

Figura 32. ThreeASFOUR (2023) [captura de tela]. Coleção digital de avatares outono-inverno 2023. URL: https://luxiders.com/threearfour-haute-couture-fall-winter-2023/	93
Figura 33. Herpen. I. Van (2022) [captura de tela]. Carte Blanche. Uma das principais imagens da coleção Carte Blanche (SS22) de Iris Van Herpen. URL: Iris Van Herpen https://www.irisvanherpen.com/collections/carte-blanche	94
Figura 34. Herpen. I. Van (2022) [captura de tela]. Carte Blanche. Imagens retiradas do editorial da coleção SS22 de Iris Van Herpen, Carte Blanche. Fonte: https://www.irisvanherpen.com/collections/carte-blanche	94
Figura 35. Schiaparelli Primavera Verão 2021 (SS21). Elementos de dimensões exageradas criando ênfase surreal. Fonte: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-couture/schiaparelli	95
Figura 36. Schiaparelli. (2022). [captura de tela]. Modelos relevantes da coleção Outono Inverno 2022. URL: https://www.schiaparelli.com/en	96
Figura 37. Dior (2021). [captura de tela vídeo]. Chateau du Tarot. Representação das cartas de tarot A Lua, o Diabo e o Louco presentes no curta-metragem. Imagem reprodução de: https://www.imdb.com/title/tt13921060/mediaviewer/rm1029035777/?ref_=tt_md_1	97
Figura 38. Dior (2021). [captura de tela vídeo]. Chateau du Tarot. Protagonista do curta-metragem inicia sua jornada com um arquétipo feminino carregando uma grande chave de acesso ao château, que representa seu eu interior. URL: https://www.youtube.com/watch?v=2	98
Figura 39. Seleção de alguns modelos relevantes apresentados pela coleção Outono 2021 de Zuhair Murad. Fonte: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-couture/zuhair-murad	99
Figura 40. Ampliação de algumas peças selecionadas da coleção, onde se nota melhor os símbolos místicos aplicados. Fonte https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-couture/zuhair-murad	100
Figura 41. Da esquerda para a direita nota-se compilado de elementos que quando combinados criam os seguintes core: Mermaidcore, Cottagecore, Europecore, Barbiecore e Goblincore.	101
Figura 42. Compilação das maiores bilheterias internacionais entre os anos de 2021 e Agosto de 2023. Fonte: Reprodução internet.....	102
Figura 43. Greenwood. S. (2023). Barbie [captura de tela]. Warner Bros. Compilação de imagens retiradas do set de filmagem do sucesso mundial Barbie por Sarah Greenwood e Katie Spencer.....	103
Figura 44. Compilação dos diferentes modais que os protagonistas devem utilizar para deixar Barbieland e acessar o mundo real. Recortes do filme, reprodução da internet.....	104
Figura 45. Anderson. W (produtor). (2023). Asteroid City. [captura de tela trailer]. Indian Paintbrush, Focus Features, American Empirical Pictures, Universal Films Recorte de algumas cenas do trailer lançado para o filme Asteroid City. Nota-se o emprego de uma estética homogênea durante todos os takes indo da simetria aos tons artificiais replicados.	105

Figura 46. Recorte de notícias de diferentes jornais a respeito da viralização e da expectativa pelo novo filme de Wes Anderson.	105
Figura 47. Parsons. K (Produtor). (2022, 7 de Janeiro). The Backrooms [Video]. Kane Pixels. URL: https://www.youtube.com/watch?v=H4dGpz6cnHo	106
Figura 48. Jones. D (2023). @davidjones [captura de tela]. Imagem retirada do perfil de Instagram do autor David Jones (@storydj.tales) ilustrando parte do universo criado pelo mesmo. URL: https://www.instagram.com/storydj.tales/	108
Figura 49. Jones. D (2 de Julho de 2023). @storydj [captura de tela]. Recorte de um vídeo Instagram @storydj.tales, que ilustra um dos mundos desse universo. Nela é possível notar a transformação das cores das imagens que passam de um lindo paraíso onírico a uma espécie de pesadelo infernal. URL: https://www.instagram.com/storydj.tales/ https://www.instagram.com/storydj.tales/	109
Figura 50. Jones. D (15 de maio de 2023). @storydj [captura de tela]. Recorte de um vídeo Instagram @storydj.tales, que ilustra um dos mundos desse universo. Nela é possível notar a transformação das cores das imagens que passam de um lindo paraíso onírico a um pesadelo.	110
Figura 51. Smith, J. (2023). Tales. Editora Independently published. Pré visualização disponibilizada pela Amazon, disponível em https://www.amazon.com/dp/B0C1JK6MK2?asin=B0C1JK6MK2&revisionId=&format=4&depth=1	111
Figura 52. Expositores que mesclam o nostálgico e o contemporâneo apresentados pela Superetti para lojas de canábis legal. Mescla entre o idealizado e o lúdico criam um novo universo em cada uma das lojas.	111
Figura 53. Exemplos de descontextualização dentro da arquitetura de interiores, onde os espaços parecem não ser desenhados de acordo com a função que irão desempenhar. Fonte: Dezeen.com.	112
Figura 54. Esquema que representa o processo de agrupamento de padrões observados através de uma lista. Mais a frente eles foram nomeados e, por fim, deram lugar às microtendências defendidas e mapeadas por esta tese.	113
Figura 55. Relação inicialmente encontrada entre as hipotéticas microtendências e outras macro e microtendências anteriormente mapeadas pelo LGTC.	115
Figura 56. Slides apresentados aos especialistas de tendência durante as entrevistas individuais com os mesmos.	126
Figura 57. Ampliação do modelo anteriormente apresentado com atualizações e revisões das questões trabalhadas. Graficamente, nota-se a convergência entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre cada uma delas (em preto).	133
Figura 58. Ampliação do modelo anteriormente apresentado com atualizações e revisões das questões trabalhadas. Graficamente, nota-se a convergência entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em	

rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre cada uma delas (em preto).	137
Figura 59. Ampliação do modelo anteriormente apresentado com atualizações e revisões das questões trabalhadas. Graficamente, nota-se a convergência entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre cada uma delas (em preto).	140
Figura 60. Ampliação completa do modelo anteriormente apresentado com atualizações e revisões das questões trabalhadas. Graficamente, nota-se a convergência entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre cada uma delas (em preto).....	141
Figura 61. Imagem representa a evolução das análises e complexidade comparativamente entre a Fase 03 e a Fase 04. Nota-se um relevante aumento dos elementos adicionados ao quadro conforme as conclusões obtidas. Para melhor visualização, acessar a plataforma Miro completa através deste link.	142
Figura 62. Imagem representa a evolução das análises e complexidade comparativamente entre a Fase 03 e a Fase 04. Nota-se um relevante aumento dos elementos adicionados ao quadro conforme as conclusões obtidas.....	142

Introdução

Vive-se em um interessante e angustiante momento histórico composto pela introdução das inovações tecnológicas e culturais, que são inseridas no contexto cotidiano de maneira cada vez mais rápida (Mayfield, 2011). Isso acontece principalmente pelo uso massivo da internet como meio de comunicação e conexão (Mota, 2022). Contudo, uma sociedade altamente conectada através da tecnologia expõe seus indivíduos ao excesso de informação, o que pode ajudar na produção social do medo (Salgueiro, 2021).

Esse processo parece ter tomado ainda mais força e impacto após o Black Swan da Pandemia de Covid-19, que reforçou a conectividade entre indivíduos através de uma rede global online, nos empurrando em direção a um Novo Normal (Ahmadzadeh & Pancini, 2022), similar ao que conhecíamos, mas ainda sim muito diferente, uma espécie de espaço liminal metafórico (Benson, 2022). Em um mundo de constantes metamorfoses, as identidades físicas e virtuais se borram, o verídico e o fake se confundem e novos medos surgem, produto de um admirável mundo novo, mas também surreal em que estamos, pouco a pouco, aprendendo a reconhecer e trilhar.

Após um longo processo de isolamento, medo e insegurança, os indivíduos voltam a explorar o mundo. Contudo, o cenário global se transformou drasticamente em um curto período. Entre a curiosidades, medos e ideais nostálgicos, novos padrões de mentalidade parecem surgir e fermentar, com especial influência das redes sociais e seus algoritmos de massificação (Roale et al., 2022).

Em meio a tal contexto, esta tese de mestrado se propõe a mapear e compreender as mentalidades emergentes de um novo normal que beira o surreal através de uma forte linha metodológica e acadêmica. Esta tese tem como objetivo dar continuidade um trabalho anteriormente desenvolvido pela autora da tese, em conjunto com outras três colegas, também supervisionado e tutorado pelo professor William Cantú, o qual teve como resultado final um relatório de tendências (Centeno et al., 2022), que pode ser visualizado online através [deste link de acesso](#).

O relatório expunha os resultados e conclusões obtidos após um longo coolhunting dedicado ao mapeio de partículas culturais que cruzavam temáticas como a psique humana e a fantasia, resultando em um universo inclinado para a disrupção, escapismo, sonho e introspeção. Com isso, notou-se uma forte inclinação para a quebra das fronteiras da realidade e da lógica, havendo forte uso do absurdo, excêntrico e do ilógico como mecanismos de potência e expressão frente a uma realidade surreal.

Por um lado, essas interpretações pareciam utilizar o surrealismo como forma de fugir de uma realidade assustadora e conturbada. Por outro, pareciam utilizar a metáforas como forma de impulsionar e gerar maior impacto através um posicionamento exagerado, crítico e irônico frente aos absurdos da realidade sociocultural em que estamos inseridos. Nesse contexto, três principais áreas pareciam ter maior

influência dentro da tendência: mente, tecnologia e arte, sendo que o encontro das três dentro das redes sociais fermentava questões críticas e relevantes de caráter cool, com especial participação da geração Z.

Sendo assim, a tendência mapeada por esse relatório levou o nome de Surrealismo Experimental, uma vez que se baseava na exploração cenários surreais como forma de comunicação de um ponto de vista, resultado de uma mentalidade de experimentação das barreiras entre o real e imaginário assim como entre o absurdo e lógico, podendo fornecer interessantes insights para o mercado assim como ajudar a compreender as mentalidades por trás do medo impulsionadas pelo Black Swan (Taleb, 2007).

Sendo assim, a continuação desse trabalho é feita através desta tese de mestrado, que objetiva o mapeamento de possíveis microtendências encontradas dentro da macro tendência Surrealista Experimental. Para isso, utilizou-se o Roteiro Metodológico apresentado por Gomes, Cohe, Cantú e Lopes (2021) como principal fonte metodológica, ao mesmo tempo que cruzou perspectivas de outros autores como : Henrik Vejlgard (2008), Martin Raymond (2010), Devon Powers (2019), Els Dragt (2017), William Higham (2009), entre outros, dando continuidade ao trabalho anteriormente desenvolvido por Nelson Gomes, Suzana Cohen e Ana Marta Flores (2018).

Este trabalho surge da interação entre as áreas de Estudo de Tendências e Gestão de Cultura e do Design de Produto e do Espaço. Enquanto a primeira área nos fornece os mecanismos metodológicos necessários a serem seguidos para mapeamento e compreensão cultural, a segunda nos abastece de artefactos materiais que concretizam as mentalidades emergentes culturais.

Ainda que existam muitas vantagens no estudo das tendências o que vem dando destaque à prática de estudo, a área científica ainda é muito jovem e interdisciplinar, sendo praticada e desenvolvida por profissionais de diversos setores, como moda, marketing e design. Sendo assim, cada investigador apresenta metodologia própria, o que resulta em divergências em nomenclaturas e métodos. Isso reforça a importância de uma tese de mestrado desenvolvida em âmbito acadêmico, que possibilita a união de diversos autores e profissionais na tentativa de auxiliar a consolidar a área de investigação em âmbito teórico.

Para isso, a metodologia desta tese foi dividida em duas principais partes metodológicas. A Primeira Parte Metodológica, mais curta e sucinta, traz informações relevantes levantadas durante o estudo anterior, concebendo um alicerce sólido que auxilia a fundamentar as conclusões anteriores que posteriormente foram desenvolvidas e trabalhadas na Segunda Parte Metodológica. Fora isso, funciona como um claro marco entre as conclusões de um trabalho e do outro.

Já a segunda parte do capítulo Metodologia segue o proposto pelo artigo de Gomes et al. (2021), e conta com quatro principais fases: (1) Contexto: análise cultural e recolha de dados, contando com desk research, coolhunting e clusterização dos elementos coletados; (2) Sistematização da Informação; (3) Arquitetura da Tendência e (4) Confirmação e Discussão do ADN, realizada por meio da validação de especialistas da área (método Delphi) e, por fim, o Texto da Tendência.

Dentro do âmbito de uma tese de mestrado em Design de Produto e do Espaço, é importante pontuar a relação intrínseca entre as disciplinas do Estudo de Tendências e o Design. Enquanto o estudo das tendências diz respeito às mentalidades emergentes maioritariamente presente no campo das ideias, o design é a materialização desses componentes em um campo físico e espacial. Sendo assim, a análise dessas peças produzidas pode ajudar a compreender as direções de mentalidade.

Isso acontece porque o design, em sua etimologia latina “designare” significa designar, propor, invocar materializar possibilidade de futuro por meio de um constante diálogo entre o presente e o passado. O designer funciona, portanto, como um agente entre o mundo existente e aquele que pode se vir a ser, entre o real e o imaginário, atuando como um intermediário cultural com enorme capacidade de comunicação, permitindo transmitir significados e experiências aos indivíduos (Lopes & Lopes, 2021, p32).

Em meio a isso, o designer atua como agente cultural criador de artefactos físicos embebidos pela cultura que habita, seja esse processo consciente ou não. Isso acontece porque os designers fazem parte do grupo de indivíduos que Vejlgard chama de Trend Creators, que se caracterizam por seu empenho em criar e pensar de maneira disruptiva e inovadora. É por isso que muitos dos artefactos propostos pelos designers são também sinais cool que materializam a tendência intangível por natureza: “operam formalizando o mundo existente e também projetando formas de criar mundos alternativos.” (Lopes & Lopes, 2021, p32).

É nesse processo que o design funciona como “uma direção de mudança e atua ativamente na participação da materialização do futuro”, sendo o designer o decodificador entre os sinais invisíveis que pairam nas camadas culturais e sua concretização física. Em meio a isso, o design opera como uma força “imaginativa, inspiracional e generativa, articulando discursos críticos e direcionando a mudança cultural.” (Lopes & Lopes, 2021, p. 32).

Isso acontece porque a leitura e compreensão das tendências permite guiar decisões e alinhar o produto final às necessidades e valores dos consumidores, que por sua vez também fazem parte dessa rede cultural. Os valores e necessidades dos consumidores mudam ao longo do tempo, sendo importante para o processo de um bom design compreender e anteceder essas mudanças (Lopes & Lopes, 2021). Ainda

assim, vale ressaltar que nem todos os artefactos criados por designers sejam cool ou façam parte da materialização de uma tendência.

Tendo isso em mente, é importante ressaltar que durante o processo de coolhunting, o design de Produto e do Espaço foram importantes ferramentas de compreensão de mentalidades, sendo possível reconhecer certas direções a partir da coleta, sistematização e análise de artefactos de design com interesse por suas características. Tendo isso em vista, o processo de coolhunting desta pesquisa de mestrado focar-se-á em produtos e peças desenvolvidos pelas diferentes áreas do design, realçando a íntima relação entre as áreas de estudo.

1. Revisão de literatura

O homem é um ser social e funciona como uma espécie de esponja, sendo diretamente influenciado pela cultura em que está inserido. Esse conjunto de crenças, valores, costumes, tradições e normas são compartilhados pelos grupos de pessoas que dividem mesma sociedade. Segundo Durkheim (1912), a cultura é capaz de moldar a forma dos indivíduos se comportarem, relacionarem e enxergarem o mundo ao longo de toda sua vida, sendo transmitida de geração em geração por meio da socialização.

A cultura também exerce um importante papel dentro da identidade e pertencimento dos indivíduos, fazendo com que os mesmos se sintam parte de um todo cultural com o qual se identificam ao compartilharem questões em comum. Ela também funciona como parte formadora de uma coesão social e gestão coletiva identitária, política e normativa.

Contudo, é importante compreender que a cultura não é estática, e assim como tem papel de força influenciadora e moldadora, também sofre influência e moldagem pelos indivíduos que abriga. Fatores como globalização, inovação tecnológica e mudanças sociais impactam as diferentes culturas de maneira simultânea, ainda que de formas diferentes. Além disso, os indivíduos também têm a capacidade de questionar, rejeitar e readaptar elementos culturais, criando novas formas de expressão e identidade.

Em sociedades numerosas como as contemporâneas diretamente influenciadas pela globalização e tecnologia, é normal que mudanças passem a surgir e moldar seu tecido cultural com maior frequência quando comparadas com sociedades mais arcaicas. A partir dessa fermentação, passam a surgir novos padrões ou movimentos, que se tornam cada vez mais populares ao longo do tempo. Essa direção para onde a mudança se move pode se chamar de tendência. Vale ressaltar que quanto maior e mais complexa a sociedade maior a probabilidade de haver tendências crescendo, se multiplicando e influenciando.

As tendências culturais são influenciadas por muitos fatores: mudanças na tecnologia, economia, política e demografia e impactam diversas áreas, como moda, música, arte, entretenimento e

comportamento social. Em paralelo, a cultura tem importante papel no sentimento de pertencimento, havendo disposição que indivíduos passem a aderir determinadas tendências socioculturais para sentirem-se conectadas como parte de um todo, como forma de expressão, representação e inclusão.

O estudo de tendências faz parte de uma área dos estudos sociais relativamente nova e multifacetada, englobando diferentes áreas científicas. Sendo considerada uma área emergente dos estudos de cultura (Gomes et al., 2021). Devido a seu caráter transdisciplinar, conta com a participação de áreas como estudo das culturas, antropologia, sociologia, moda, marketing, design e outros. Graças às múltiplas fontes de análise metodológica, é possível criar interpretações complexas acerca das mudanças de mentalidades visíveis no meio social (Gomes et al., 2018).

Segundo Devon Powers, tanto os estudos de tendência quanto as tendências podem ser traduzidas como a linguagem comum da mudança (Powers, 2019). Dessa forma, a área assume uma série de conceitos que transitam entre diferentes áreas do conhecimento, disciplinas, áreas geográficas e períodos históricos, são eles os *traveling concepts* (Bal, 2002), (Neumann & Nünning, 2012). Vale ressaltar que os conceitos não são fixos e podem carregar definições distintas para as diferentes áreas de estudo, sendo constantemente revisados e reclassificados. Contudo, é necessária uma metodologia seja seguida, o que possibilita a compreensão de insights complexos, de maneira a criar uma narrativa de futuro confiável e credível (Kjaer, 2014).

Abarcam ferramentas de diversas disciplinas, especialmente das Ciências Sociais e Humanas, o que viabiliza a identificação, a análise e o monitoramento das expressões manifestadas na sociedade. Assim sendo, o escopo da investigação na esfera das tendências é a compreensão do ambiente social e das alterações do comportamento do ser humano em determinado período temporal. É importante frisar que os Estudos de Tendências não se fundamentam como um campo uno e monolítico, por consequência, seus princípios nem sempre são uniformes. O objetivo é delinear indícios, centrados nos momentos passado e presente, com o propósito de perscrutar variações, tendo em vista o cenário futuro dos comportamentos sociais. Sintetizando, configuram uma etapa substancial durante o processo de formatação de novas estratégias de negócios, de novas políticas e, em decorrência, da inovação. (Reich, 2017)

Dessa forma, o principal objetivo dos estudos de tendência está na busca por encontrar *mentalidades emergentes*. Essas referem-se a padrões de pensamento que estão surgindo ou evoluindo em um determinado contexto social, podendo ser influenciadas por fatores como avanços tecnológicos, mudanças culturais, desafios globais e progressos em áreas como ciência e psicologia. As mentalidades

emergentes podem ser vistas como novas formas de pensar, sentir e se comportar que desafiam as normas convencionais e tradicionais e que refletem as mudanças nas crenças e nas práticas sociais. Uma vez que passam a se difundir e estruturar, podem ter impacto significativo de mudança, tanto nas sociedades quanto nas estruturas institucionais existentes.

Conforme as mentalidades emergentes se sedimentam e calcificam na sociedade por um maior período de tempo, passam a ser denominadas *mentalidades estruturadas*. Trata-se de padrões de pensamento que indivíduos de um determinado meio social usam para entender, interpretar e responder ao mundo em que estão inseridos. Elas são formadas por experiências passadas, valores pessoais, crenças, conhecimentos e, em especial, se embasam na cultura. Essas mentalidades determinam como as pessoas percebem e interagem com as informações, situações e outras pessoas ao seu redor. Mentalidades estruturadas podem ser positivas ou negativas, e é importante estar ciente delas para que possamos avaliar e mudar nossos pensamentos e comportamentos, se necessário, para alcançar os resultados desejados.

Para o estudo de tendências, é importante reconhecer não apenas as mentalidades por trás dos fatores e padrões de transformação, mas também as mudanças no espírito do tempo, ou *Zeitgeist*, uma importante chave da análise social.

A imitação não acontece apenas pela produção artística, mas também na reprodução de fenômenos sociais que estimulam os movimentos de vanguarda e a constante vontade de mudanças do contexto político, social e econômico que acabam sendo transferidos para o universo artístico e representados pelas imagens para a confecção do *Zeitgeist*. É a vida em sociedade que conduz a cultura, bem como a orientação de um indivíduo para construir sua identidade e manter o equilíbrio do próprio *ethos* cultural. (Wagner, 2014 p. 28)

Um estudioso das tendências está situado na encruzilhada entre o presente, passado e futuro de uma sociedade, a fim de compreender aspectos da realidade atual e futura que se manifestam e influenciam entre si (Dragt, 2017). A missão de um pesquisador de tendências não está em gerar previsões de um futuro, portanto não pertence à futurologia, mas sim em identificar, reforçar e sublinhar novos padrões presentes constatando uma possível estabilidade dos mesmos em futuro próximo.

Contudo, o grande desafio para o trabalho de um pesquisador de tendências está na dificuldade de análise crítica do recorte temporal em que o mesmo não apenas está inserido, mas também é agente, o que dificulta compreendê-la em sua totalidade (Gomes et al., 2018). Para compreender uma tendência é necessária uma análise não apenas da “sociologia das pessoas”, mas também dos objetos, em particular a da tecnologia, que funciona como uma importante ferramenta mundial de conexão e influência entre

culturas globais. Para isso, é necessário que um pesquisador de tendências se desconecte apenas de seu meio na tentativa e compreender questões globais e complexas:

Its much broader set of research tools invite us to detach ourselves from our current, local context, consider the whole picture and thereby view our organization holistically to understand how we come across to the rest of the world – a process we call “looking from the outside in.” (Kjaer, 2014).

Dada a transdisciplinaridade da área, torna-se necessário dissecar as múltiplas definições acerca de uma tendência a fim de criar uma base conceitual sólida para seu estudo. Talvez a palavra que mais define uma tendência seja transformação, de maneira homogênea, os principais autores discorrem como a mudança é fundamental para o surgimento das tendências. Assim como os átomos estão em constante movimento, as mentalidades estão constantemente se alterando, chocando e transformando. Elas surgem pelos movimentos dentro da sociedade que suscitam em uma metamorfose capaz de alterar as estruturas e interações sociais.

Sendo assim, conforme a História da humanidade caminha, novos desejos e necessidades surgem, funcionando como motores para o surgimento de novas tendências. Conforme essas necessidades brotam, mudamos também traços comportamentais, que influenciam na busca e necessidade por novos produtos e serviços (Mason et al., 2015; Vejlgard, 2008).

Dessa forma, vale ressaltar que as tendências são mudanças de longo prazo nas atitudes e comportamentos do consumidor, diretamente ligadas aos valores e necessidades. Essa contante transformação fornece oportunidades de ação para o mercado, quando posicionados de maneira antecipada (Higham, 2009). A análise das tendências tem como base a observação de diferentes eventos socioculturais que fornecem uma contextualização histórica da realidade recente (Gomes et al., 2018).

Alinhados conceitualmente, tanto Els Dragt quanto Henrik Vejlgard afirmam que as tendências são mudanças nos valores e necessidades de uma sociedade. A combinação dessas duas variáveis implicam em uma forte corrente do que os diferentes grupos sociais presentes passam a considerar importante e valioso a ponto de mudar seus comportamentos e investir seu tempo e dinheiro (Dragt, 2017; Vejlgard, 2008).



Figura 1. (Zetafonts a confirmar, 2021) Expressão visual de como uma tendência se comporta, sendo trabalho de um *coolhunter* ou estudioso de culturas, compreender o trajeto do avião e onde ele possivelmente estará segundo o padrão observado e metodologicamente estudado. As tendências moldam a cultura em que o indivíduo está inserido, mesmo sem ele a perceber.

A mudança dessas necessidades está diretamente ligada ao capitalismo. Uma vez que as sociedades evoluíram e passam a atender as necessidades básicas de seus integrantes, o capitalismo, principalmente o fast capitalism, passa a simular novas necessidades, criando novos desejos de consumo (Agger, 2004). Em contrapartida, os altos níveis de segurança econômica e física, potencializam mudanças nos valores, o que torna os integrantes mais favoráveis a mudanças de cunho social “Variando desde maior ênfase na proteção ambiental até democratização.” (Inglehart et al., 2017, p. 1313).

Dragt é categórica ao propor que para identificar uma tendência é necessário compreender a direção em que as necessidades e desejos de uma sociedade está tomando. Segundo a mesma, esses padrões de mudança são a tendência:

You study change to find patterns that show that people’s needs and wants are shifting in certain directions. These patterns of change are called trends. The trends are driven by global forces and already manifest themselves in various ways, like a certain type of style, language, behaviour, a new service or product.

These manifestations can be spotted first amongst niche groups in society who are setting the trend or embracing it in an early stage (DRAGT, 2017, p.37).

Os valores são fundamentais porque são a base daquilo que um indivíduo considera importante, portanto, aquilo que o mesmo preza de maneira categórica e portanto está disposto a investir tempo e dinheiro. Por se tratar de uma constante construção entre o individual e o coletivo, os valores de um indivíduo podem se alterar ao longo da vida, sendo que sua importância pode diminuir, mas nunca desaparecer. Portanto, trata-se de um processo de priorização de novos valores em constante evolução e transformação.

O mesmo acontece com as necessidades, que podem ser compostas por elementos materiais e imateriais, e estão na mesma medida sujeitas a mudanças. Assim sendo, da mesma forma que os valores se alteram, as necessidades também variam. Para a análise de tendências é importante compreender as mudanças nos valores e nas necessidades de uma sociedade, identificando aqueles que ganharam e aqueles que perderam importância com o passar do tempo (Dragt, 2017).

Sendo assim, as mudanças das necessidades ao longo do tempo são fortes motores para a transformação e surgimento das tendências (Mason et al., 2015). Essa transformação engloba diferentes meios socio-culturais: podendo ser político, social, econômico, tecnológico entre outros. Portanto não são mudanças da esfera privada ou individual, para a formação de uma tendência é necessário que milhares de pessoas passem a aderir a ela (Higham, 2009).

Esses padrões de mudança são encontrados em focos culturais onde a mudança eferve, se desenvolvendo em diferentes partes do globo terrestre, em alguns casos de maneira simultânea nos diferentes palcos de consumo (Gomes et al., 2018). Dessa forma, uma tendência pode ser considerada uma anomalia, uma variação da norma que evidencia a direção para a qual algo novo se move. Conforme o tempo passa, ela se torna mais proeminente, afetando cada vez um maior número de pessoas (Raymond, 2010).

Isso acontece porque as tendências são viciantes, compulsivas e em alguns casos, virais (Raymond, 2010), podendo ser capazes de moldar toda uma sociedade. Levado em conta que elas são movidas pela mudança, a chave de pesquisa de um *trendresearcher* está na identificação de padrões iniciais a fim de reconhecer e antever o impacto das tendências em um futuro próximo (Dragt, 2017). Segundo o autor suíço Peter A. Gloor:

Assim como os padrões climáticos preveem sol e tempestades, os fluxos de comunicação nos permitem antecipar desenvolvimentos positivos e negativos em grupos de pessoas. (Gloor, 2017, p. 29)

As direções de mudança podem ser potencializadas ou completamente alteradas pelos Black Swans, que exercem grande impacto ao longo da História. Esses eventos inesperados são capazes de alterar as dinâmicas de uma sociedade, com isso suas necessidades e valores e, por fim, influenciar diretamente nas tendências. É o caso das catástrofes naturais, pandemias entre outros. Essa mudança se dá devido a três principais fatores: ser algo fora do comum, imprevisível e carregar um impacto extremo. Esse conjunto de características dos Black Swans fazem com que a natureza humana busque incessantemente por explicações após o acontecido, na tentativa de prever e evitar futuramente (Taleb, 2007).

A pandemia de Covid-19 foi o Black Swan mais recente, que impactou o curso da História da humanidade, forçando-a a traçar novos rumos. Portanto, muitas tendências são fruto dos Black Swans, que não apenas conferem drástica mudança ao tecido sociocultural, mas também ajudam a quebrar certos paradigmas, movimentando a História recente da humanidade rumo a novos futuros.

Segundo o psicólogo Abraham Maslow, o senso de individualismo presente nos membros das sociedades ocidentais do século XXI é um importante fator para a criação cada vez mais veloz de modas. O conjunto entre necessidades básicas sanadas e busca por expressão individual têm fomentado a liberdade na criação de modas, estilos e gostos. Peter Vejlgard afirma que os gostos mudam de tempos em tempos e são diretamente influenciados pelo homem.

O capitalismo também tem papel importante para o desenvolvimento da cultura, em especial o capitalismo rápido (fast capitalism), termo cunhado pelo sociólogo Ben Agger em 1989, para descrever um novo estágio de desenvolvimento social. A palavra rápida aplicada pelo autor tem dois principais sentidos conceituais. O primeiro diz respeito à aceleração que a vida cotidiana ganhou, na tentativa de atender às necessidades econômicas, como forma de controle social. Já a segunda, diz respeito à erosão das barreiras, uma vez que as tecnologias borram os limites antes estabelecidos entre o público e o privado. Segundo autor “Hoje em dia nada está fora dos limites das indústrias culturais que colonizaram não apenas nossas horas acordadas, mas também os nossos sonhos” (Agger, 2004, p. 3).

Nada está fora dos limites da indústria cultural, nem mesmo a vida privada dos indivíduos. Contudo, nem mesmo o autor poderia ter previsto tamanha mudança observada nas décadas seguintes. O mundo foi rapidamente colonizado pela tecnologia da comunicação, em especial a internet o que transformou drasticamente a forma como interagimos e vivemos. Essa constante transformação participa

da fermentação cultural que funciona como cataclisma da mudança. É estratégico para o mercado compreender a transformação e se posicionar de maneira antecipada, o que permite encontrar um novo mercado que funciona como um oceano a ser explorado onde a competição ainda é pequena (McCracken, 2009).

Para compreender a mudança, é importante prestar atenção à cultura em que ela está inserida. Segundo Grant McCracken, existem dois tipos de cultura aos quais deve-se ater: *fast culture* e *slow culture*. Ambas correm simultaneamente em paralelo e se influenciam de maneira mútua, em maior ou menor intensidade conforme sua profundidade. A *fast culture* é rasa, rápida, fashionável, vívida, interessante e óbvia. Dessa forma, tem diferentes origens, envolvendo os mundos da culinária, moda, música, esportes, cinema, websites e vem sendo constantemente renovada pelo uso de novas tecnologias (McCracken, 2009).

Em continuação ao colocado em 2009 pelo autor, podemos adicionar o impacto das redes sociais como forma de expansão e globalização da *fast culture*, em escala e rapidez jamais presenciada. As trends virais presentes nas redes sociais Instagram e Tik Tok geram holofotes globais do dia para noite, estabelecendo novos rituais, novos pratos, novas modas e novos ícones culturais que cruzam oceanos e borram ainda mais as barreiras previstas em 2004 por Agger.

Enquanto isso, a *slow culture* tem raízes culturais profundas, abaixo da superfície óbvia e vívida da *fast culture* (McCracken, 2009). Um olhar destreinado pode facilmente perceber a primeira e deixar a segunda passar despercebido. Para isso, um pesquisador de tendências deve manter-se atento à troca estabelecida pelas duas. Isso porque enquanto a *fast culture* se refere a como nossos valores e crenças estão refletidos na sociedade, a *slow culture* refere-se ao porque, ou seja, as causas que determinam o comportamento dos indivíduos.

Tanto a *slow culture* quanto a *fast culture* podem se materializar por meio de objetos que funcionam como artefatos culturais. Tais objetos possuem valores que vão além de seu uso prático, têm significado culturalmente embutidos e a partir deles transmitem determinadas mensagens. Segundo Grant McCracken, o significado cultural dos objetos vem de três principais locais: em primeiro, do mundo constituído culturalmente, em segundo passa pelos bens de consumo e, por fim aos consumidores individuais (McCracken, 1989).

O autor ainda pontua que a cultura funciona de duas formas principais, em primeiro lugar, funcionam como as lentes pelas quais observa-se o mundo, uma vez que um dos princípios culturais está na categorização (ocupação, gênero, classe, status...). Essa vasta classificação, permite uma segmentação e organização do mundo com base nas lentes da cultura em que o indivíduo está inserido (McCracken,

1989). Essas lentes determinam o grau de importância que determinado objeto tem frente à sociedade que esta inserido.

Compreender a ótica por trás do tecido sociocultural é um mecanismo que permite identificar a emergência de determinadas tendências (Gomes et al., 2018). Essa identificação é possível a partir de manifestações físicas de uma tendência: seus objetos de consumo, que funcionam como artefatos culturais. A partir deles é possível identificar determinados padrões físicos, como os objetos de consumo, que podem despontar de maneira vertiginosa por meio da *fast culture* (McCracken, 2009), a qual simula novos desejos e necessidades a partir do *fast capitalism* (Agger, 2004). Contudo, tendências não apresentam mesma dimensão, impacto ou durabilidade. Assim, é importante compreender o tipo de tendência para avaliar sua importância e relevância.

Para a análise de uma mudança de mentalidades é importante compreender a diferença entre tendências e modas (também chamadas de fads, craze, rage e/ou manias). Segundo Luís Rasquilha, as tendências têm como base essas duas principais mudanças. As modas não são tendências, são “histórias novas sobre algo novo” de curto prazo, tendem a ser agressivamente comercializadas e rapidamente substituídas. Enquanto isso, as verdadeiras tendências têm impacto de longo prazo, e envolvem mudanças nos gostos e estilos de vida, bem mais impactantes do que as manias breves, e estão diretamente relacionadas aos comportamentos incorporados no dia a dia.

Fora isso, o autor ainda acrescenta a importância de compreender as *ondas* e as *modas* para a correta diferenciação entre tendências e não tendências. Ondas têm impacto maior e mais rápido do que as modas, sendo que muitas vezes os indivíduos aderem as mesmas sem nem compreender o porquê disso. Enquanto isso, as modas são incorporadas de maneira mais consciente no cotidiano, mas assim como as ondas, não acarretam mudanças de comportamentos. Em paralelo, as tendências são resultados de uma mudança comportamental, surgem de maneira mais discreta do que as ondas e as modas, têm caráter duradouro e nos dão dicas do que fazer e desenvolver de hoje para o futuro (Rasquilha, 2015).

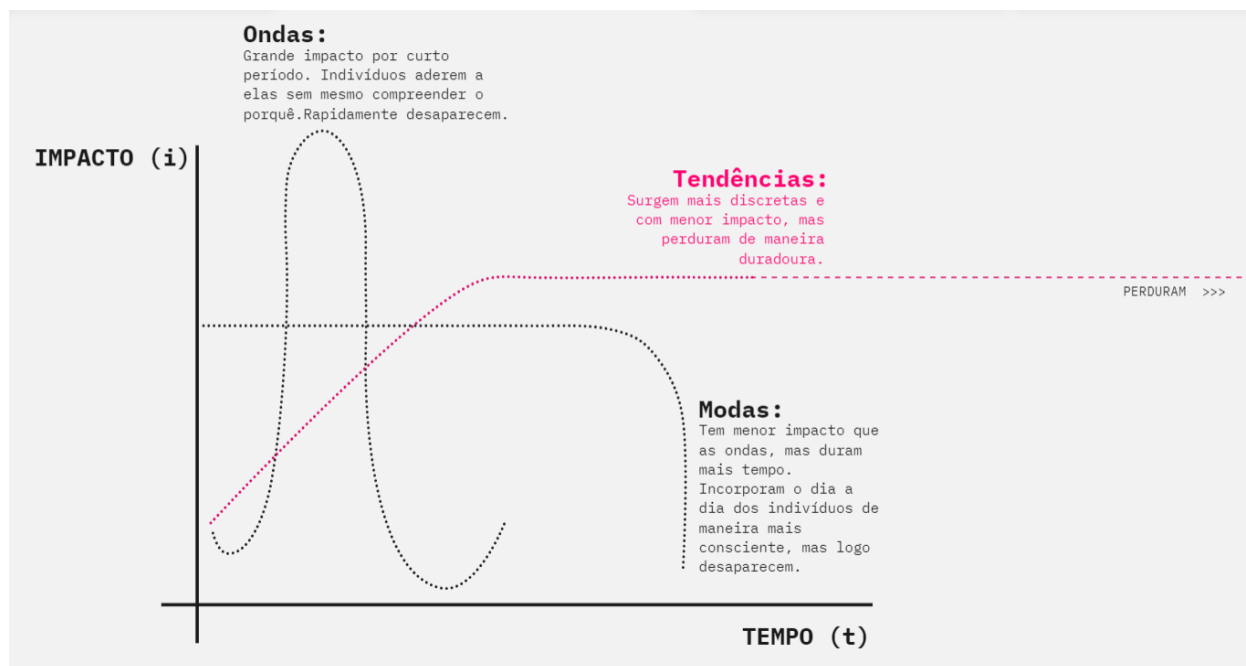


Figura 2. Gráfico produzido pela autora e inspirada no modelo do livro Coolhunting e Pesquisa de Tendências: Observar, identificar e mapear as tendências e mentalidades emergentes do consumidor de Luís Rasquilhas, 2015.

As tendências são imateriais, participam dos campos das ideias, portanto são intangíveis fisicamente. Ainda que as tendências não sejam materiais, as suas manifestações podem ser: são os comportamentos e rituais, nos produtos, nos objetos, no estilo estético adotado entre outros. Nenhum desses constitui a tendência em si, mas fazem parte de sua manifestação (Mason et al., 2015; Gomes et al., 2018). Portanto, cabe ao investigador coletar, compreender e setorizar essas forças de mudança encontradas no campo do visível (Gomes et al., 2018). Esses sinais podem ser classificados como *cool* e o processo de coleta e catalogação dos mesmos leva o nome de *coolhunting*.

Coolhunting is not about the articulation of a coherent philosophy of cool. It's just a collection of spontaneous observations and predictions that differ from one moment to the next and from one coolhunter to the next. (Gladwell, 1997)

O cool tem enorme importância dentro da sociedade moderna constantemente bombardeada pela inovação. A palavra cool sugere algo novo e talvez necessite de muitas outras para elucidar seu conceito: rebelde, ilícito, arriscado, subversivo, estiloso, original, desejável, único e autêntico são também algumas palavras fortemente associadas ao cool.

É a essência de algo tão diferente e exclusivo que ganha certo caráter simbólico e apelativo. Segundo Aston Martin, é algo que muitos desejam, mas poucos podem ter. O cool também se comporta como uma afronta à norma, é a tentativa de contrariar aquilo que é comum e ordinário rejeitando o que é

considerado normal, que pertence à cultura já massificada (Bird & Tapp, 2008). Para além da novidade e da diversão, o cool é a expressão de algo que pode tornar o mundo um espaço melhor além de ajuda a realçar o sentimento de comunidade uma vez que compartilham uma visão em comum (Gloor & Cooper, 2007). Contudo, a partir do momento que ele passa a se massificar sendo adotado por mais pessoas fora desses grupos de onde ele originou, o cool perde seu caráter cool, deixa de ser original (Bird & Tapp, 2008).

This is the first rule of the cool: The quicker the chase, the quicker the flight.
The act of discovering what's cool is what causes cool to move on, which explains the triumphant circularity of coolhunting: because we have coolhunters like DeeDee and Baysie, cool changes more quickly, and because cool changes more quickly, we need coolhunters like DeeDee and Baysie. (Gladwell, 1997)

Sendo assim, é comum que o cool surja de subgrupos culturais que apresentam uma visão compartilhada daquilo que consideram cool. Neste cenário, o cool funciona como uma forma de capital cultural, levando empresas a pagar fortunas para captar sua essência. Essa elite cultural inventora do cool não é definida por seu poder aquisitivo, mas sim pelo desrespeito e sensação de superioridade frente às regras da sociedade. Isso se dá pelo seu comportamento disruptivo na tentativa de afrontar as normas, tomar novos risco e desenvolver suas próprias regras segundo a visão que apresentam e comum (Bird & Tapp, 2008).

1.1 Disseminação das tendências

Tendo em vista que a sociedade não é homogenia, é possível separá-la em diferentes grupos que apresentam participações diferentes dentro da criação e propagação de uma tendência. Diferentes autores apresentam nomenclaturas distintas. Rogers, separa em cinco grupos que se comportam de maneiras diferentes frente à inovação, são eles os *Innovators*, *Early adopters*, *Early majority*, *Late majority* e *Laggards*. Tais grupos se distribuem de maneira não homogênea pela sociedade (Rogers, 2003).

Em conjunto com os grupos inicialmente referenciados por Rogers, Dragt completa com algumas análises acerca das características presentes nos mesmos. Na ponta esquerda do gráfico, encontramos os *Innovators*, correspondendo a uma pequena fração da população (2,5%) e em geral são aqueles que criam as tendências, têm caráter mais aventureiro, aceitando mais facilmente os riscos de apostar em novas ideias. Segundo Rogers e Dragt, tendem a ser pessoas com grande poder econômico e alto status social, o que as permite ter maior financiamento de suas ideias.

Esse grupo é seguido pelos *Early adopters* (13,5%), são aqueles membros que rapidamente aderem à inovação. Enquanto os *Innovators* não necessariamente estão inseridos dentro do meio social de

maneira respeitada e proeminente, os *Early adopters* estão. São, portanto, agentes locais de dispersão da inovação. Compõem um grupo de líderes altamente educados e respeitados, com status suficiente para serem formadores de opinião dentro de uma sociedade. São, portanto, aqueles que aprovam ou desaprovam a inovação. Esses membros tendem a ser também pessoas altamente estudadas.

O grupo que os segue é o da *Early majority* (34%), sendo aqueles que deliberam por mais tempo do que os anteriores para aderir a uma inovação, contudo apoiam-se na opinião dos *Early Adopters*, antes de assumir riscos, são, portanto, um importante link de conexão entre as camadas mais e menos abertas à inovação. Dragt completa que esse grupo apresenta poderio econômico mediano, o que também influencia o poder de decisão.

A *Late majority* (34%) corresponde à segunda maior parcela da população e se distingue da anterior por levar mais tempo a aderir a uma inovação do que a média, esperando que grande parte da população o faça antes de enfim adotá-la. Têm por natureza caráter mais cético e desconfiado frente à inovação. Segundo Dragt, é importante considerar que apresentam status social abaixo da média, assim como poucos meios econômicos, o que justifica a necessidade por segurança que sentem ao adotar uma inovação.

Por fim, chegamos aos *Laggards* (16%), o último grupo a aderir à tendência, mais tradicional não gostam das incertezas da mudança. Segundo Rogers, esse grupo tende a se isolar dos demais, mantendo fortes conexões com o tradicionalismo. Fora isso, apresentam baixo status social e baixos meios econômicos, portanto, são extremamente cautelosos antes de pensar em apostar em novas tendências. (Rogers, 2003)

Dessa maneira, podemos concluir que segundo a análise de Rogers, os membros da sociedade que apresentam maior poderio econômico e acadêmico, tendem a estar mais abertos para inovações. Rogers ressalta que, ainda que o status econômico desses indivíduos seja relacionado à sua capacidade de aderir à inovação, não depende exclusivamente, havendo grupos extremamente abastados e conservadores.

O economista Peter Vejlgaard propõe uma outra forma de nomenclatura e visualização acerca dos grupos sociais que influenciam uma tendência, por meio da *Diamond-Shaped Trend Model*, que divide a população em seis diferentes tipos, *Trendsetters*, *Trend followers*, *Early mainstreamers*, *Mainstreamers*, *Late mainstreamers* e *Conservatives*. Essa forma de análise permite uma visualização vertical do tempo, capaz de identificar a velocidade com a qual consumidores irão aderir a uma tendência.

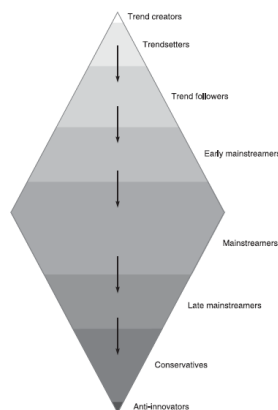


Figura 3. Vejlgard. H. (2008). Confetti Publishing. Anatomy of a Trend p.64. Diamond-Shaped Trend Model Segundo Vejlgard. Esta representação indica de forma a relação entre os diferentes grupos verticalmente, estando os mais inovadores na ponta de cima e os menos inovadores na ponta de baixo.

Assim como o início da curva de Rogers, o topo da pirâmide, também é liderado pelo grupo de pessoas inovadoras que criam as tendências, os Trend creators, seguidos pelos trendsetters tendem a ser pessoas que pertençam a grupos como: jovens, artistas, pessoas ricas, designers, homens gays (podendo se estender à toda comunidade LGBTQ+), celebridades e membros de subculturas. O centro da pirâmide representa os grupos que apresentam certo grau de flexibilidade para a aderir novas tendências. Enquanto isso, na base da pirâmide, encontram-se os *anti-inovators*, aqueles que se posicionam contra a inovação. Segundo o autor, ainda que todos os grupos façam parte do processo de inovação, uma nova tendência não influencia toda a população. (Vejlgard, 2008)

Ainda que Vejlgard e Rogers tenham nomenclaturas distintas para os diferentes grupos identificados pelos autores, é possível compreender que ambos seguem mesma lógica de análise, sendo mais raros aqueles indivíduos capazes de criar as tendências, enquanto a maior parte da população passa a segui-la, mais cedo ou mais tarde. Aderir a uma nova tendência é um processo de observação e pressão social, em que os indivíduos notam o novo em sua rede e passam pouco a pouco a adotá-la.

Os primeiros grupos que seguem os inovadores são fundamentais na difusão da tendência dentro da sociedade, por meio da validação da mesma. Assim, apenas quando diferentes grupos aderem à uma tendência faz com que ela se espalhe de fato, portanto, diferentes pessoas apresentam diferentes papéis na difusão de uma tendência. Também é importante ressaltar a mudança tende a ser mais rápida em pequenas populações do que em países mais populosos (Vejlgard, 2008).

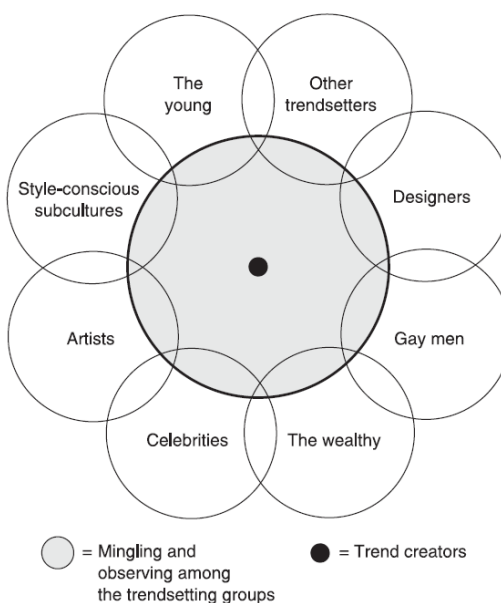


Figura 4. Velgaard. H. (2008). Confetti Publishing. Anatomy of a Trend p.56. A imagem acima apresenta como os diferentes grupos de inovadores influenciam a sociedade mainstream A imagem acima apresenta como os diferentes grupos de inovadores influenciam a sociedade mainstream.

Em um mundo fortemente conectado, é quase impossível estudar as tendências sem considerar as comunidades virtuais e seu impacto para a cultura. Formadas por grupos de pessoas conectadas entre si por meio da internet, utilizam esse meio para interagir, discutir e compartilhar informações, sentimentos, interesses e ideias. Ainda que os indivíduos tendem a se isolar em bolhas virtuais com as quais mais se identificam, a internet permite a conexão entre diferentes nichos culturais, o que permite fomentação de diferentes pontos de vista, assim como a democratização de diversos tópicos pertinentes. Essas comunidades podem se formar em redes sociais, fóruns, grupos de discussão, aplicativos de mensagens, entre outros meios digitais.

É também valioso compreender o papel de identificação exercido por meio dessas comunidades. Ao se conectarem, indivíduos se sentem parte de um grupo, o que proporciona senso de comunidade e pertencimento, oferecendo um espaço para que as pessoas se expressem livremente, compartilhem ideias e recebam feedback. Sendo assim, as comunidades virtuais também podem ser uma fonte valiosa de informações e recursos para seus membros, uma vez ao reunir interessados em um mesmo tema, favorece a troca de informações, intercambio de pontos de vista e conhecimentos, de forma colaborativa.

Essas comunidades também funcionam como fonte de apoio emocional e social, permitindo compartilhamento de situações, experiências e informações, à medida que também obtém apoio de outros

membros que passam ou passaram pelas mesmas situações. Essa conexão que borra barreiras permite que pessoas que vivem em áreas remotas tenham também acesso a recursos e informação.

Por fim, as comunidades virtuais podem ter um impacto significativo na formação de identidades e subculturas, ajudando a moldar a cultura e a sociedade de maneira geral. Por meio das comunidades virtuais, as pessoas podem se conectar com outras que compartilham seus interesses e visões de mundo, formando laços sociais que transcendem as fronteiras geográficas e culturais. Sendo assim, as mídias sociais funcionam como uma valiosa ferramenta para democratização do acesso à informação, ao conhecimento e às relações sociais.

Em meio a isso, é importante ressaltar o impacto causado pelas mídias sociais durante a Pandemia de Covid 19, funcionando como um importante mecanismo de compartilhamento, identificação e busca por alívio e apoio em um momento de desamparo a nível mundial. Fora isso, fica claro o exponencial aumento do uso dessas redes de comunicação após o Black Swan, que impulsionou o uso de novos mecanismos de conexão:

Durante a pandemia do COVID-19 o medo de contágio, combinado às restrições de movimentação e outras medidas de segurança, guiou mais pessoas do que nunca para a internet e principalmente para os serviços de mídias sociais. O mundo precisou se adaptar e com isso a comunicação tornou-se majoritariamente digital (Bezerra & Gibertoni, 2021, p. 144)

Dessa forma, esta tese de mestrado também estuda muito o impacto cultural das comunidades virtuais, como fonte interessante de inovação e manifestação de um imaginário coletivo através de novas estilos e estéticas. Essas, ainda que não formem propriamente uma moda, expressam e alertam sobre a transformação da cultura que paira no âmbito invisível das ideias. Nota-se uma busca ainda intensa pelo escapismo, autoafirmação, experimentação, liberdade, novidade e mutação, trataremos essas questões de maneira mais detalhada mais à frente.

1.2 A arquitetura de uma tendência

Cada tendência é única e tem o poder de influenciar um maior ou menor número de indivíduos, levando isso em conta, é possível compreender diferentes níveis e dimensões delas. Dessa forma, termos como *giga tendências*, *megatendências*, *macrotendências* e *microtendências* são citados por autores de diferentes campos de estudo. Contudo, dada a interdisciplinaridade da área, não há homogeneidade na classificação das mesmas. Autores de diferentes campos consideram fatores, variáveis e nomenclaturas diferentes o que gera uma série de discordâncias para classificar as tendências. Segundo Candice Popcorn as tendências podem ser consideradas previsíveis porque começam pequenas e passam a ganhar tamanho.

Segundo William Higham, é de suma importância compreender a tipologia de uma tendência para identificar sua relevância, potencial de crescimento e utilidade. As tendências podem ser classificadas em *attitudinal* (atitudinal) e *behavioural* (comportamental), em geral consumidores tendem a mudar suas atitudes antes de seus comportamentos, conforme imagem 5. Dessa forma, mapear as tendências atitudinais é de suma importância, porque dão pistas sobre as possíveis futuras mudanças no comportamento da população, ou seja, das tendências comportamentais, que segundo o autor são como o Santo Graal das tendências, porque implicam em mudanças em nível mais profundo e abrangente dentro da sociedade (Higham, 2009).

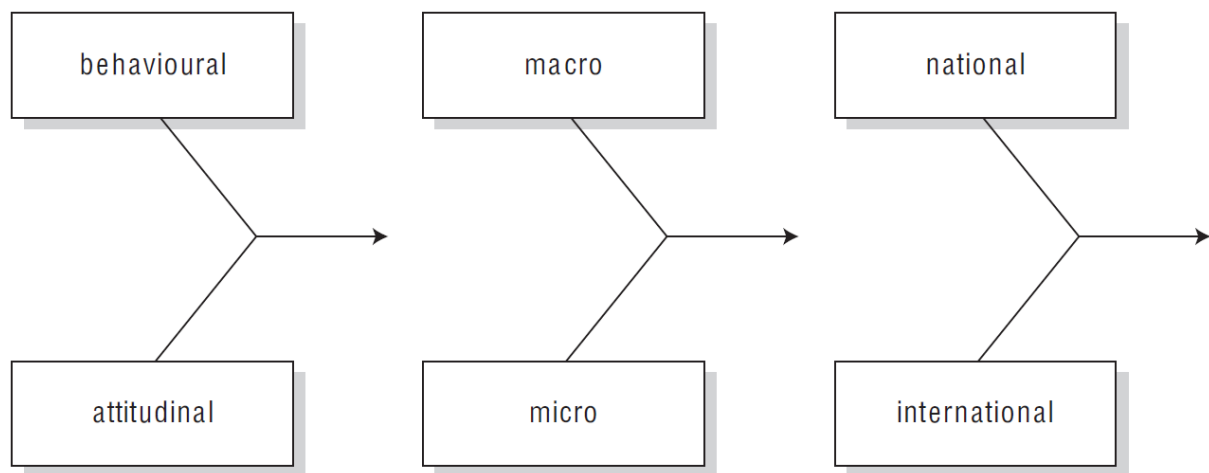


Figura 5. Higham, W. (2009). The Next Big Thing: Spotting and Forecasting Consumer Trends for Profit, p.130.

Segundo William Higham, outra categorização importante são as *micro* e *macrotendências*, classificação que seguiremos para esta pesquisa. Aquelas tendências que influenciam um pequeno número de consumidores podem ser classificadas como *microtendências*, sendo elas maiores do que modas, mas menores do que *macrotendências*. Ainda que sejam manifestações que surgem em pequenos grupos da população de maneira discreta, têm a capacidade de moldar toda uma sociedade.

Assim como as *tendências atitudinais*, elas são importantes porque podem indicar o surgimento de algo com maior escala, as *macrotendências*. Isso acontece porque uma série de *microtendências* de mesmo tema podem estar correlacionadas, formando então uma *macrotendência*. As *macrotendências*, por sua vez, apresentam maior poder do que as *microtendências*, estão diretamente ligadas às atitudes, comportamentos e necessidade de um consumidor. Dada sua abrangência, transcendem diferentes setores demográfico ou de mercado (Higham, 2009). Por fim, o autor classifica as tendências como internacionais, sendo aquelas que se desenvolvem borrando as barreiras geopolíticas, podendo ser também consideradas *global trends*.

Já outros autores afirmam que para ser definida como macro ou micro tendência, o tempo é um importante fator: “Como são estruturas de pensamento/ ideias partilhadas coletivamente e traduzidas em objetos e padrões de comportamento, as macrotendências afetam um largo número de setores, práticas e representações durante um largo período de tempo.” (Gomes, 2022)

Sendo assim, ela deve durar por um significativo período além de impactar a sociedade em diversos setores (economia, política, negócios) fazendo com que a mesma seja percebida e notada como um fator de suma importância para a mudança. Em contraposição à macrotendência, as micros tem impacto imediato, podendo ser alavancada e compreendida de maneira rápida, sem necessariamente perdurar por um longo período de tempo (Kjaer, 2014; Peloso, 2020).

Já segundo as autoras dinamarquesas Kongsholm e Frederiksen, a *microtendências* controlam o mercado de produtos de um curto a médio período, influenciando os “lifestyle products”, como roupas, sapatos, alimento, media e aparelhos tecnológicos. São tendências muito tangíveis, copiáveis, notadas e usáveis, uma vez que se manifestam em tipos e setores específicos de produtos ou serviços. Sendo assim, ainda completam que a durabilidade delas pode ir de 6 meses até 3 anos (Kongsholm & Frederiksen, 2018, p. 141)

O termo Megatendência foi fundado por John Naisbitt, segundo o autor, trata-se de uma mudança significativa em âmbito social, econômico, político e tecnológico capazes de alterar a vida das pessoas. Diferente das demais tendências, elas são mais longas em duração, magnitude e mais profundas. Contudo, Naisbitt afirma que essas mudanças não são rápidas a se formarem, mas uma vez constituídas são capazes de nos influenciar por um período significativo de tempo. (Naisbitt & Aburdene, 1990).

“We actually have more megatrends than we have macro trends right now because the megatrends are rather accepted shifts that are taking place. You could say they’re trends, but they’re slow moving, kind of much more global, much larger reach. And they’re in fact permeating many aspects of life. The macro trends are changing much more rapidly, and therefore we have to keep our eye on the ball. And we happen to have five categories of macro trends that we track regularly” (Powers, 2019, p. 57).

Ainda que seja muito difícil precisar do tempo exato de duração de uma tendência, autores como Kongsholm e Frederiksen adicionam que megatendências tendem a se estender por um período entre 3 e 7 anos. São tendências base para o desenvolvimento de produtos, serviços e comunicação. Estão fortemente associadas ao espírito do tempo e estilo de vida, assim, diferente das microtendências, não estão presentes em categorias de produto específico (Kongsholm & Frederiksen, 2018, p. 127).

Já o artigo de John D. Mittelstaedt et al confronta de maneira relevante uma série de autores na tentativa de embasar sua defesa de que sustentabilidade é uma megatendência. Para isso, os autores propõem três principais aspectos para análise do que é uma megatendência. Em primeiro lugar, são uma combinação complexa de fatores econômicos, políticos, culturais, filosóficos e tecnológicos capazes de moldar toda uma sociedade podendo ter origem em um ou mais deles de maneira simultânea.

Em segundo lugar apresentam um efeito sísmico tanto em tempo quanto espaço. Vale ressaltar que por vezes esse efeito é tão grande que pode não ser visível em um curto período de tempo, portanto, têm a capacidade de influenciar a sociedade de maneira contínua por um longo período de tempo. Uma vez que uma *megatendência* é iniciada, torna-se difícil compreender o impacto que ela pode proporcionar com o decorrer do tempo, havendo múltiplas ramificações de mudança. Essa mudança uma vez iniciada não pode ser facilmente controlada (Mittelstaedt et al., 2014).

Por fim, as *megatendências* surgem no contexto de seu período temporal podendo também ser produto ou resíduo de megatendências anteriores. Portanto, uma tendência desta magnitude só pode surgir pela combinação de um determinado contexto temporal e influência de megatendências que o antecedem. De maneira resumida, os autores afirmam que megatendências são mais complexas, impactante e mais duradouras do que tendências normais. Trata-se de uma força incontrolável da mudança de tamanho impacto que pode requerer tempo até que ele possa ser observado, impacto esse capaz de moldar toda uma sociedade.

As gigatendências, por sua vez, podem ser consideradas como uma outra escala de tendência, sendo maior do que as megatendências. Sendo assim, possuem grande impacto que se estende por um longo período de tempo. Dada sua dimensão, é raro que um indivíduo consiga delimitar e até mesmo presenciar seu início ou fim, podendo se perpetuar por gerações. Assim, é difícil compreender todas as influências que pode proporcionar. O autor Marc T. Jones, da universidade de Deakin, Austrália, discorre a respeito de cinco exemplos de gigatendências: o aquecimento global, a crise energética, ascensão dos países de economia emergente (BRICS), revolução do genoma e, por fim, globalização (Jones, 2011).

Esses cinco exemplos trazidos pelo autor deixam claro que gigatendências são mudanças massivas que desencadeiam outras transformações de larga escala de âmbito social, ecológico, econômico e até mesmo biológico. Cada uma dessas mudanças cascadeia uma infinidade de outras transformações que exercem influência de maneira direta ou indireta, tanto nos indivíduos quanto em seus comportamentos, como um contínuo efeito dominó.

As autoras Kongsholm & Frederiksen, afirmam que é possível defini-las como tendências de longa duração. Diferente das *megatrends*, muitas vezes não fornecem nada fundamentalmente novo, isso

acontece porque já estão afetando a sociedade global de maneira contínua há um longo período. Com isso, podem não ser devidamente reconhecidas quando começam, até que desenvolvem mudanças significativas (Kongsholm & Frederiksen, 2018, p. 117).

Dada a amplitude e complexidade das gigatendências, é muito difícil prever as transformações reais que estão por vir. Quando nos confrontamos com as gigatendências enfrentamos os mesmos empecilhos dos historiadores frente às colossais mudanças históricas. Sendo assim, o trabalho de um trendhunter, ainda que influenciado pelas gigatendências de maneira direta, limita-se às tendências de menor escala: macrotendências e microtendências, portanto, esta tese de mestrado se limitará a essas duas escalas das tendências.

2. Metodologia

Esta tese segue a linha metodológica alinhada ao trabalho teórico de diversos autores, com especial relevância do artigo de Gomes, Cohen, Cantú e Lopes (2021), que articulam os trabalhos e metodologias de diversos autores da área como: Henrik Vejlgard (2008), Raymond (2010), Powers (2019), dando continuidade ao trabalho anteriormente desenvolvido por Gomes, Cohen e Marta Flores (2018) de articulação entre autores. Contudo, antes de partir diretamente para o processo metodológico aplicado por este trabalho acadêmico, é importante descrever e detalhar a metodologia do estudo acadêmico que deu ignição a esta tese de mestrado.

A presente tese de mestrado tem como principal intenção a continuação do trabalho acadêmico iniciado e desenvolvido na cadeira de Estudo de Tendências no Design do mestrado de Design de Produto e do Espaço da Universidade Europeia, IADE durante o segundo semestre de 2022. Esta pesquisa se caracteriza como descritiva, tendo objetivo observar, registrar, analisar e ordenar os dados sem interferir sobre os mesmos. Sendo assim seu principal propósito é compreender “a frequência que um determinado fato ocorre, sua natureza, suas características, causas, relações com outros fatos” (Prodanov & Freitas, 2013, p. 52), fora isso, também classifica, explica e interpreta os fatos analisados.

Fora isso, segue alinhada ao processo de análise e investigação proposto por Gomes et al, nos artigos de 2018 e 2021. Esta pesquisa de mestrado também se encontra alinhada ao processo de análise e investigação de Gomes et al (2021) que propõe uma revisão metodológica já proposta no artigo de 2018, em que articulavam diferentes autores para o estudo das tendências, dentre eles: Higham (2010), Raymond (2010), Cramer, Duin e Heselmans, (2016), Dragt (2017), Kongsholm e Frederiksen (2018) e, por fim, Powers, (2019). Contudo, dado o caráter de exercício de mestrado desta pesquisa, não foi possível que passasse por todas as etapas defendidas pelos diferentes autores.

Vale ressaltar que o professor responsável pela criação e orientação tanto do trabalho anterior acadêmico, quanto desta dissertação, é o especialista em tendências William Afonso Cantú, que também é um dos autores do artigo *Roteiros E Modelos Para A Identificação De Tendências Socioculturais E A Sua Aplicação Estratégica Em Produtos E Serviços* (Gomes et al., 2021), que propõe a metodologia seguida ao longo desta tese de mestrado. Esta tese parte das conclusões obtidas a partir de um exercício em grupo desenvolvido em sala de aula o qual permitiu o mapeamento da macrotendência Surrealista Experimental, e tem como objetivo dar continuidade às conclusões e análises anteriormente levantadas, de maneira a registrar e desenvolver tanto o tema quanto os resultados obtidos anteriormente. Dessa forma, este capítulo tem como função expor os conceitos levantados pela pesquisa anterior, expressar as conclusões obtidas até então e delimitar o exato ponto onde esta tese de mestrado inicia e se desenvolve

de maneira original. Portanto, para melhor compreensão, a metodologia foi segmentada em duas principais partes. A Primeira Parte Metodológica discorre sobre o processo e resultados obtidos anteriormente a esta tese, já a Segunda Parte Metodológica se embasa nas conclusões anteriores e se partiu do desenvolvimento das mesmas.

2.1 Primeira Parte Metodológica: resultados de um estudo anterior

Processo e coleta de dados

Neste primeiro exercício foi feito um coolhunting segundo a perspectiva de Carl Rohde (2011). A partir de tais elementos levantados, foi possível a setorização de diferentes padrões identificados em diferentes clusters, que passaram a ser estudados pelos alunos como potenciais hipóteses de tendência. Os alunos deveriam comprovar a existência daquela tendência. Uma vez tendo selecionado o surrealismo como tema de estudo, foi necessário definir uma hipótese inicial que ajudaria a nortear os primeiros passos da investigação desta tendência.

Para isso, a seguinte hipótese foi elaborada: “O surrealismo é uma tendência contemporânea que expõe a busca por novas experiências que explorem o abstrato e subjetivo por meio de contextos excêntricos e fora do padrão que sejam provocantes e disruptivos. Busca-se experienciar o ilógico, uma forma de quebrar as normas e barreiras da realidade física e concreta. Procura-se vivenciar, conhecer e presenciar outros mundos embebidos de ideias "fora da caixa", estimulando a criação e a inovação de novas e diferentes atmosferas. O acesso à informação vem fazendo com que as pessoas passem a questionar normas por meio de pensamentos e sentimentos críticos. O ímpeto por experienciar e sair da zona de conforto, promove novas perspectivas de mundo e a busca por novas experiências. No lugar de consumir produtos, consome-se novas vivências.”

Para além do mapeamento da tendência, a cadeia objetivava a criação de um trend report. Para sua criação e elaboração, o mesmo deveria seguir as etapas propostas pelo professor William Cantú: (1) Introdução. (natureza, contexto, objetivos e hipótese); (2) Pesquisa (desk research, observação, entrevistas e questionários, coolhunting e análise PEST e (3) Análise (sistematização de dados; criação da narrativa; insights). Ainda que as diferentes etapas de 1 a 4 estejam enumeradas, o processo não foi linear, havendo uma coleta simultânea de diversas fontes, sendo o principal foco a categorização e organização das diferentes informações obtidas em conjunto na plataforma. Uma vez que os dados foram devidamente coletados, categorizados e analisados, foi possível desenvolver a análise PEST e a ADN da tendência.

Para a organização desse estudo de forma setorizada e visual, os alunos foram instruídos a utilizarem a plataforma Miro, que permite a criação de uma parede de evidências (Evidence Wall), disponível no link: https://miro.com/app/board/uXjVO-ID_-o=?share_link_id=307308940230. Essa

fase muito importante para o início do estudo em que se mapeia de maneira gráfica o conteúdo visual coletado, fundamental para o estudo de tendências, segundo William Higham (2009), uma vez que possibilita organizar e visualizar informações coletadas durante o processo, assim como interpretar e sistematizar dos dados. Para a estruturação do trend report, o primeiro passo foi iniciar a etapa de pesquisa, que segundo o conteúdo programático estabelecido pelo professor responsável pelo curso, William Cantú.



Figura 6. Representação das principais etapas da fase de pesquisa anterior, incluindo: Desk Research, Observação, Entrevistas, Coolhunting e Análise PEST.

Contexto e Zeitgeist

Em um primeiro momento de pesquisa, é importante a recolha de uma composição numerosa de obras que nos permita compreender e identificar as grandes temáticas que guiam o momento atual (Gomes et al., 2021). Dessa forma, é possível estabelecer uma perspectiva macro sobre os temas de relevância do presente momento que transpareçam o Zeitgeist possibilitando levantar elementos que ajudem a formar uma hipótese inicial.

É importante contextualizar o momento histórico em que a pesquisa teve início, uma vez que o mesmo participa ativamente na forma como os indivíduos presentes se relacionam com o mundo. Fora isso, é possível notar diferença entre os anos de 2022 e 2023. A pesquisa anterior teve início no segundo semestre do ano de 2022, ano ainda fortemente influenciado e marcado pelo recente Black Swan da

Pandemia de Covid-19 que marcou novas formas de comportamento e padrões de mentalidade. Contudo, vale ressaltar a dificuldade de um estudioso de tendências em identificar de maneira total o impacto causado pela mesma, dada a proximidade histórica, tanto em tempo quanto inserção, dificultando a análise.

Resultados

Ao final da pesquisa anterior, foi possível definir o capitalismo experimental como uma mentalidade emergente marcada pela fuga da realidade, exaltação da psique e disrupção dos limites entre o natural e o antinatural. Essa disrupção também resalta uma busca pela quebra das regras da realidade cotidiana. Essa quebra também é evidenciada pela vontade por um posicionamento crítico sobre valores e regras socioculturais.

Notou-se uma busca pela fuga, disrupção e escape da realidade vigente, de forma interior, onde o indivíduo se refugia no mundo interior ressaltado pela psique. Dada a necessidade de isolamento, distanciamento social e impedimento de atividades cotidianas iniciadas no ano de 2020, pautas como saúde mental e bem-estar passaram a ter extrema relevância e presença nas discussões cotidianas. Redes sociais como TikTok e Instagram passaram a apresentar de maneira mais categórica a importância da saúde mental.

A crise sanitária desenvolvida pela pandemia além de alastrar importantes pautas também fermentou o **medo**, a partir do mesmo, notou-se um forte aumento da informação e desinformação, suscitada pela fake news. Estas, de forma geral, estão fortemente relacionadas. Esta desinformação, em particular, converge com o escape à realidade, manifestando-se sob a forma de comportamentos anárquicos e extremistas observáveis, e a emergência de grupos ligados a teorias da conspiração, como os QAnon (que se tornaram mainstream em 2021).

A mentalidade surrealista é também marcada por excentricidade, fantasia e, muitas vezes, por misticismo e o oculto, em que todos estes aspetos convergem para o conceito de fuga à realidade. Analogamente ao movimento artístico do Surrealismo, esta mentalidade emergente é acompanhada por uma componente visual intensa, através da justaposição de imagens de conceitos contrastantes como realidade e sonho/pesadelo, numa composição de perspectivas internas e externas. Esta componente visual é maioritariamente manifestada nos sectores de Arte e Moda, (que notam o regresso do movimento Surrealista que marcou profundamente as décadas de 1910 e 1920). Contudo, o surrealismo experimental não se resume apenas a esses setores, podendo também ser observado no cinema, no luxo (que permite alcançar patamares de experiência surreais), videoclipes, mídias sociais e videogames.

Esta mentalidade emergente é marcada por uma clara convergência de conceitos de Arte e Mente, de componentes visuais dos limites realidade-sonho, da priorização da psique e do refúgio mental no subconsciente (e a sua subsequente projeção para o ambiente externo), e, finalmente, por um aspecto identitário muito significativo, em que o indivíduo incorpora comportamentos surrealistas, e características como a irreverência, a excentricidade e a insurgência.

O campo da Tecnologia é também um propulsor relevante da mentalidade surrealista, proporcionando novos meios de imersão em mundos fantasiosos, satisfazendo a necessidade de fuga do mundo atual através da oferta de novas realidades onde a fronteira entre o real e o imaginário desvanece. Deste modo, Tecnologia, Arte, Moda e Bem-estar são dos sectores mais influenciados pela mentalidade surrealista emergente, sendo também aqueles que facilmente acompanham e lucram desta tendência; este impacto vai para além destes setores, representando também um novo meio de crítica aos valores socioculturais e incitação à mudança.

Clusters definidos

Durante a pesquisa do surrealismo como tendência, fica notável a relação complexa entre os principais clusters: mente, tecnologia e arte. Vale ressaltar que esses clusters não estão separados entre si, mas dividem campos comuns que se tocam e trocam perspectivas criando uma infinidade de novas manifestações culturais.

Os clusters adotam características peculiares dos demais, criando uma infinidade de partículas e sinais perceptíveis aos olhos de um pesquisador. Assim, ainda que quando avaliados individualmente sejam interessantes, quando combinados entre si adquirem novas características e proporcionam experiências surreais ainda mais ricas e tocantes. A busca pela disrupção proporciona e impulsiona novas propostas, seja ela de mundos, atmosferas, cenários, hipóteses ou metáforas.

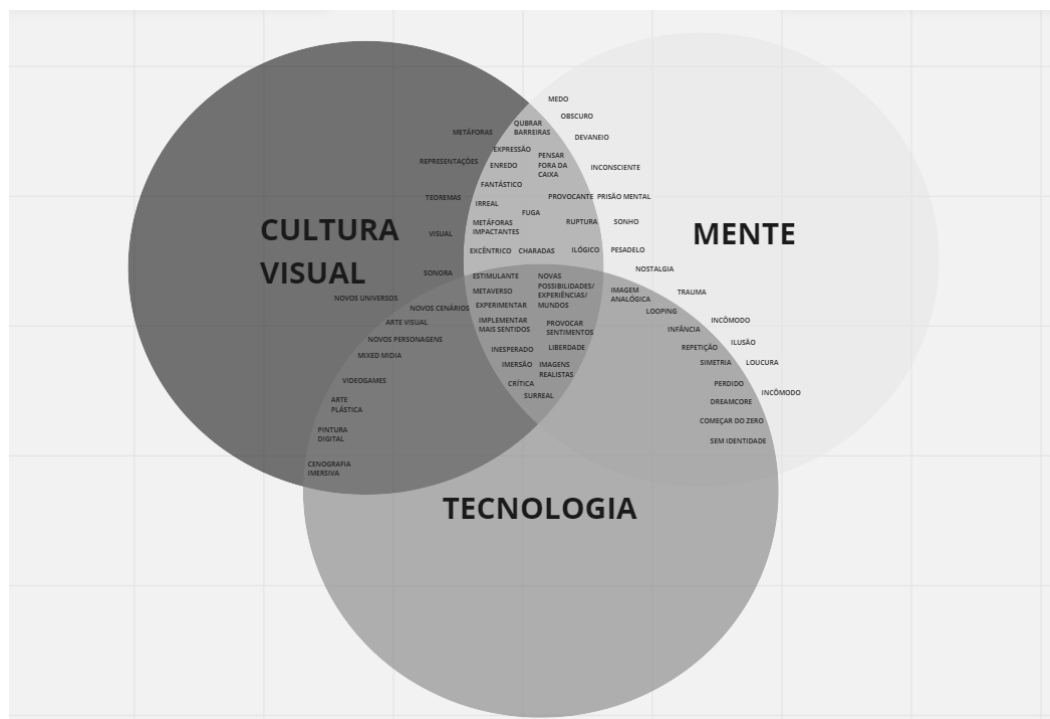


Figura 7. Três principais clusters definidos como formadores da tendência analisada, entre eles temos (1) Artes Visuais, (2) Tecnologia e (3) Mente, sendo o epicentro desses três as Mídias Sociais.

A arte permite a expressão, principalmente a visual, transcendendo as barreiras linguísticas. Fornece uma comunicação profunda com o observador, capaz de passar mensagens complexas em conteúdo, simbolismo e significado. A arte, assim como a mente, borra as barreiras do lógico, do tradicional e do ordinário, propondo novas realidades instigantes e provocantes. Funciona como uma materialização do subconsciente e consciente mental. A partir do estudo, concluiu-se que a arte se segmenta em dois principais meios: de um lado, a das armadilhas mentais, do outro, a exacerbação do fantástico. No primeiro, mesclam nostalgia, infância, repetição a fim de simular armadilhas e prisões mentais. No segundo, as diferentes técnicas artísticas propõem uma nova interpretação do mundo em realidades paralelas e fantásticas.

A ideia de provocar a mente está ligada ao surrealismo desde o início do movimento artístico no século XIX. Assim sendo, compõe os aspetos chave do homem, revelando seus maiores sonhos, desejos, medos e pesadelos. Quando a arte toca a mente, é possível criar uma combinação de novos mundos provocantes, instigantes e/ou assustadores, variando conforme o que o artista pretende estimular. É possível por meio dela, simular sonhos, gerar críticas e perturbar a mente. Assim, o surreal funciona como uma ferramenta de potencialização, que provoca o espectador, incomoda e perturba, comunica-se por meio de imagens e passa mensagens fortes e profundas. Por meio das estratégias mentais, o autor faz com

que o consumidor se sinta extremamente incomodado e desafiado, funcionando como um jogo de resistência mental contra si próprio.

A tecnologia funciona como um terceiro mecanismo que possibilita elencar esses clusters. Enquanto a realidade é manipulada em uma linha tênue entre mente e arte, a tecnologia permite uma nova abordagem que simula ainda mais o real e potencializa a imersão. Conforme a tecnologia avança e se desenvolve, os novos e infinitos universos que abriga permitem que o usuário adentre mundos fantásticos e, graças à qualidade gráfica e combinação de sons, é difícil distinguir do real. Isso pode se amplificar ainda mais nos anos que seguem, principalmente com o uso da Realidade Virtual e do crescimento do metaverso.

De maneira geral é possível elencar os três principais clusters que compõem o surrealismo com questões como modernidade líquida e fast capitalism. Uma sociedade fortemente conectada, sem fronteiras, com acesso à informação e às novas experiências faz com que seus indivíduos passem por duas transformações. Em primeiro lugar torna os indivíduos mais abertos a experienciar e conviver com o diferente, o novo. Em segundo lugar, trata-se de uma sociedade altamente estimulada, que necessita mecanismos mais complexos para chocar e engajar o público.

Como indício disso, o surrealismo se mostra cada vez mais presente no universo mainstream mapeado pela pesquisa anterior a partir de jogos, cinema, series, música e em especial, as medias sociais. Categoricamente, se trata de uma expressão que abrange a liberdade e a crítica na busca de uma quebra, seja ela do natural, normal, imperto ou dos paradigmas. A busca pela disrupção proporciona e impulsiona novas propostas, seja ela de mundos, atmosferas, cenários, hipóteses ou metáforas.

O surrealismo experimental segue a linha do inovador e inesperado, na busca por vivenciar o excêntrico, o novo e o estimulante. Isso pode pender para o ocultismo (nos reinos do esoterismo e da magia) e/ou para o mundo da mente (nos reinos da loucura e do inconsciente). Este último parece ter mais efeito e expressão na contemporaneidade. Ao se apropriar de sonhos e pesadelos, o surreal consegue criar um jogo mental que brinca com a loucura por meio de aspectos que provocam sensações como desconforto, incômodo ou medo, desafiando a psique com propostas estimulantes e intrigantes.

Análise PEST

A análise PEST possibilitou uma compreensão ainda mais abrangente e profunda em relação à tendência sociocultural analisada, levando em consideração as potencialidades e ameaças acerca de fatores políticos, econômicos, sociais e tecnológicos.

Político (P): A mentalidade emergente surrealista pode apresentar potenciais e ameaças. Como potencial, podem demonstrar uma mudança de mentalidade que evidencia ruptura com a forma tradicional de aplicar políticas públicas. Sendo assim, podem indicar novos rumos e propostas com caráter disruptivo, embasado em deslumbres futuros do que a sociedade poderia vir a se tornar. Como ameaça, esse tipo de pensamento pode também gerar uma ruptura com a realidade concreta por meio da fuga, podendo afetar a estrutura política de forma anarquista, pendendo para teorias extremistas de caráter negacionista e conspiratório.

Econômico (E): O surrealismo abre novas portas para o desenvolvimento dentro dos diversos mercados de consumo e serviços, em principal, no mercado das experiências. Impulsionado por experimentar o mundo de formas diferentes, pode beber livremente do surrealismo potencializando as propostas trazidas para o público, cada vez mais exigente e em busca de ser surpreendido. Como ameaça, encontram-se os setores mais tradicionais e conservadores do mercado, que se posicionam fortemente contra as novas direções da inovação abstrata e artística, podendo representar perda de capital em um primeiro momento para as empresas que primeiro adentrarem o mundo surreal. Fora isso, algumas experiências proporcionadas pelo surreal não estão acessíveis para todas as camadas econômicas da sociedade e por isso pode ter seu crescimento limitado se for destinado a apenas uma parcela populacional.

Social (S): Esta mentalidade emergente pode impulsionar a criação de novos paradigmas sociais, permitindo um desenvolvimento e enriquecimento cultural. Trata-se de um mecanismo de questionamento, crítica e quebra de tabus que tem a capacidade de colocar a realidade vigente à prova e propor novos cenários, abrindo caminhos para uma sociedade mais evoluída, inovadora e tolerante. Esta perspectiva também pode ter grande abrangência dentro da sociedade, com potencial de se espalhar pelas diversas camadas. A forte relação entre o surrealismo e a mente também massifica o apreço pela saúde mental, autoconhecimento e introspeção, valorizando e externalizando do ser, pensamentos e sentimentos profundos. Como ameaça, o excesso de questionamento pode causar uma fuga da realidade, podendo parte da população deixar de contribuir efetivamente para a estrutura e manutenção social mínima necessária. Pela perspectiva socioeconômica, pode se tornar uma vertente elitizada de pensamento. Se traduzida a um lifestyle, não é acessível a todos, uma vez que poucos indivíduos tem o poder socioeconômico para se distanciar da estrutura de funcionamento social, ainda que esse seja alienante.

Tecnologia (T): Pode ser uma importante aliada para o desenvolvimento do surrealismo. Essa combinação pode levar a uma infinidade de novos cenários, universos e experiências. Pode-se dizer que um tem a capacidade de impulsionar o outro e, conforme o mercado de experiência se expande em busca de novas abordagens, a tecnologia é desafiada a seguir rumos ainda mais complexos a fim de

proporcionar experiências mais fidedignas daquilo que o surrealismo propõe. Como ameaça, essa combinação pode potencializar a fuga da realidade fazendo com que indivíduos se distanciem cada vez mais do mundo físico em busca de refúgio virtual. Isso também pode ser impulsionado pela capacidade de reinvenção da identidade por meio do universo online. Com isso o meio tecnológico pode incrementalmente dominar a vida dos indivíduos, e substituir experiências do mundo real que contribuem para o desenvolvimento pessoal.

Trend DNA: mentalidade surrealista escapista

A mentalidade surrealista emergente identificada representa novas oportunidades de crescimento através de temáticas relacionadas com o bem-estar mental (a mente, introspecção e reflexão), com a fantasia e com o sonho (disrupção da fronteira realidade-sonho), e com mudanças socioculturais.

Representando um novo potencial para alcançar consumidores e de gerar interesse em novos produto, o surrealismo pode ser adotado em iniciativas de marketing e publicidade que caracterizam o produto ou experiência como algo disruptivo do cotidiano do consumidor, algo excêntrico, inesperado, que pode ser utilizado como um meio de escape da realidade ou como uma crítica à sociedade; de modo a cativar o consumidor, o produto pode também ser relacionado com a dimensão interna humana, introspecção e a projeção do ser para a realidade externa. Desta maneira, é possível fomentar uma nova relação de familiaridade e conexão entre consumidor e produto, em que este se torna uma materialização das noções pessoais de realidade e psique.

Adicional a esta perspectiva mais psicológica do Surrealismo, é importante considerar o aspecto visual - componentes visuais são cruciais na idealização e desenvolvimento de novos produtos, e estratégias de marca, marketing e publicidade, utilizando composições relevantes, significativas e disruptivas (e até chocantes) que cativam os consumidores, criando uma relação de extensão que liga estes e o produto.

Existe também um forte potencial na utilização das características experimentais do surrealismo em iniciativas sociais e culturais, especialmente em iniciativas que procurar despoletar mudanças sociais, ou expor e criticar alguns aspectos socioculturais de modo a incitar à mudança. Através da utilização de características visuais e conceituais surrealistas relacionadas com a disrupção da ordem da realidade, com a projecção da psique pessoal para a realidade externa, e com a temática social que procuramos criticar, essa justaposição de componentes visuais irá provocar na audiência um momento de reflexão.

A mentalidade emergente surrealista gera um crescente interesse em arte relacionada com o absurdo, o oculto, a exploração do subconsciente e o simbolismo, criando novas oportunidades de crescimento deste setor.

2.2 Segunda Parte Metodológica: continuação de um estudo

Esta tese segue a linha metodológica alinhada ao trabalho teórico de diversos autores, com especial relevância do artigo de Nelson Gomes, Suzana Cohen, William Cantú e Clarissa Lopes (2021), que articulam os trabalhos e metodologias de diversos autores da área como: Henrik Vejlgard (2008), Martin Raymond (2010), Devon Powers (2019), Els Dragt (2017), William Higham (2009), entre outros, dando continuidade ao trabalho anteriormente desenvolvido por Nelson Gomes, Suzana Cohen e Ana Marta Flores (2018) de articulação entre autores.

Interessa verificar que, apesar das diferenças, os autores, numa perspectiva diacrónica, convergem para processos semelhantes que partem sempre de uma ótica de observação e recolha de dados, seguida da análise/sistematização e construção de ligações entre a informação, de modo a chegar à natureza das tendências e, finalmente, à identificação do seu impacto sociocultural e económico e de como as abordar ao nível dos negócios. (Gomes et al., 2021, p. 245)

Segundo o artigo, reforçando (Gomes et al., 2018) o processo metodológico deve recorrer a quatro principais etapas:

- (1). Determinação dos Tópicos do Zeitgeist como ponto de partida para iniciar a pesquisa.
- (2). Observação e recolha de dados para análise; Sistematização dos Dados recolhidos na fase anterior, produzindo uma análise em profundidade;
- (3). Construção da Arquitetura da Tendência que apresenta a natureza da mesma e as suas principais características;
- (4). e o conseqüente Processo de Validação da análise, garantindo a validade dos resultados e da interpretação na análise dos dados e na sua sistematização (Gomes et al., 2021, p. 246)

Portanto, a pesquisa segue as seguintes etapas metodológicas segundo o modelo proposto por Gomes et al., 2021, que divide a pesquisa em quatro principais fases: (1) Contexto sendo a análise cultural e recolha de dados, (2) Sistematização da informação, (3) Arquitetura da Tendência e (4) Confirmação e discussão do ADN e texto da Tendência.

Fase 1 – Contexto: análise cultural e recolha de dados.

A primeira fase tem como objetivo a análise cultural a partir da recolha de dados por meio da Desk Research e do Coolhunting. Esta etapa é fundamental para compreender o Zeitgeist, portanto, o contexto cultural em que os indivíduos estão inseridos e com isso, quais seriam as potenciais mudanças de valores

e necessidades que podem impulsionar o surgimento de mentalidades emergentes. Tendo em vista o que foi anteriormente mapeado, uma questão inicial funcionou como um importante mecanismo norteador da pesquisa: De onde vem o desejo coletivo em escapar e/ou refugiar-se?

A partir do que foi mapeado pela pesquisa desenvolvida anterior a esta tese, foi possível utilizar alguns conceitos contido nos três principais clusters definidos: mente, tecnologia e cultura visual como ponto de partida para o coolhunting. Esses funcionaram como eixos norteadores para o processo de coleta de dados, tanto da desk research quanto do coolhunting.

1. Desk Research: Esta abordagem almeja recolher informação presente em fontes digitais e físicas públicas que permita contextualizar a questão em estudo, sublinhando determinados aspetos sociais, económicos, culturais, tecnológicos, entre outros. (Gomes et al., 2021, p. 251)

2. Coolhunting: O Coolhunting é aqui entendido como uma prática que se articula com a estratégia, o marketing, a análise de consumo e I&D (MÁRTIL, 2009, p. 27). Pressupõe encontrar objetos cool no âmbito do espaço digital (em redes sociais, websites, blogs e afins) ou no espaço físico, por norma urbano, identificando projetos, marcas e espaços emergentes e, especialmente, os seus significados invisíveis e as nuances ao nível das direções socioculturais que indicam. O processo de registo de algo, um sinal cool, tem elementos comuns

A partir deles, foi possível iniciar um novo o processo de identificação do problema de estudo por meio de palavras-chave que conformaram uma espécie de lista que ajudou a determinar possíveis eixos de exploração contidos nos grandes clusters. Esse foi um importante ponto de partida para identificar os grandes conceitos que movem o tecido sociocultural dentro de cada uma das temáticas observadas. A criação de uma primeira lista visual (Gomes et al., 2021) permitiu compreender quais palavras-chave eram mais relevantes, sendo que eram compartilhadas pelos diferentes cluster, conforme observado na figura 8.

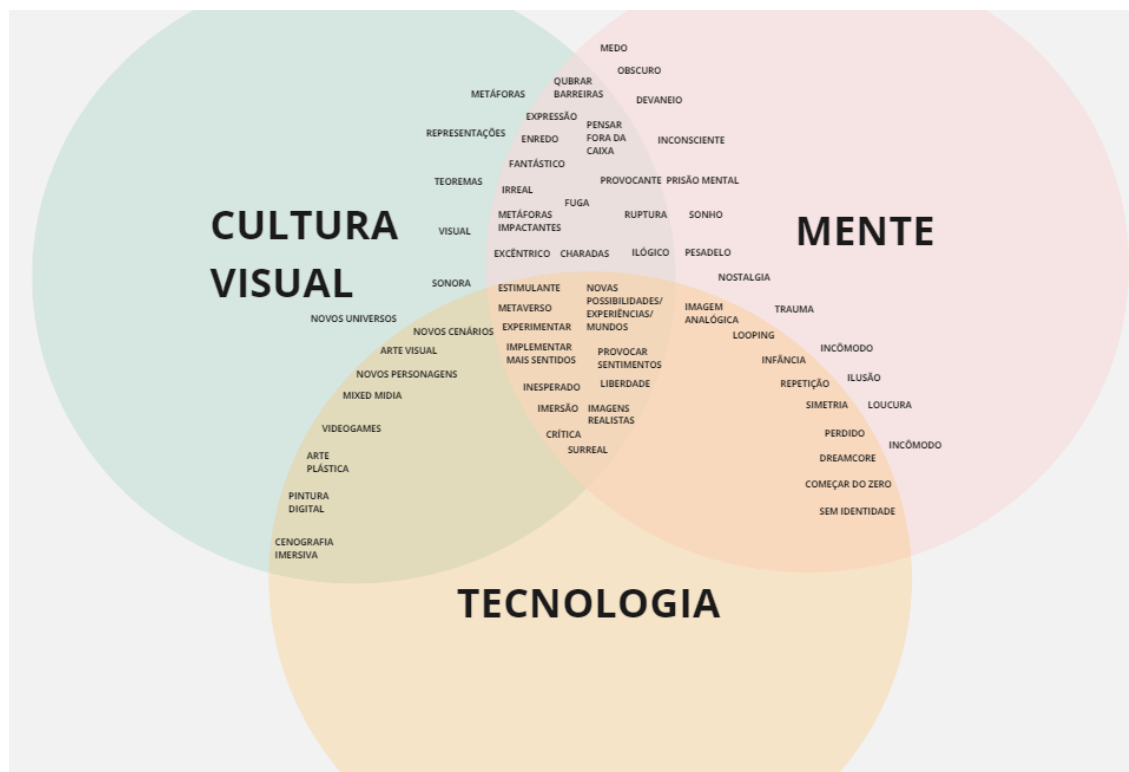


Figura 8. Lista visual permitiu compreender quais palavras-chave eram comuns entre os diferentes clusters, divididos entre mente, cultura visual e tecnologia.

Como ponto de partida, os clusters anteriormente definidos nortearam a pesquisa em um momento inicial, o que permitiu uma desk research e coolhunting mais direcionados aos pontos de interesse, mas sem enviesar a pesquisa, havendo sempre espaço para a coleta de novas informações que pudessem ser relevantes.

Segundo o artigo, a primeira fase tem como objetivo principal compreender e coletar informação de maneira extensiva, o que permite um melhor entendimento sobre as hipóteses. Para isso, uma espécie de imersão deve ser feita, tanto em campo quanto frente às fontes e referências principais de maneira a nortear a investigação. Trata-se, portanto, de uma fase de observação e de análise cultural.

Dessa forma, existe uma recolha sistemática de caráter qualitativo levando em conta a totalidade da situação o que confere uma perspectiva de caráter holístico para compreensão do comportamento humano (Gomes et al., 2021). Além do mais, autores como Mason et al. destacam a relevância para o estudo a identificação de questões inovadoras nas diferentes áreas da indústria, recorrendo a observação de produtos, experiências, marketing e modelos de negócio. Sendo assim, é possível uma análise diversificada das inovações por meio do monitoramento de diversas fontes, dentre elas os meios de comunicação tradicionais, publicações especializadas em negócios e empresas, redes sociais, eventos e redes especializadas de observadores de tendências (Mason et al., 2015).

PASSO 1: SPOT Scanning começa com a identificação de sinais de mudança. Deve recolher evidências de que estão a ocorrer mudanças. Durante esta etapa, é essencial identificar o máximo possível em uma ampla variedade de assuntos. A quantidade supera a qualidade nesta etapa do processo de pesquisa. **PASSO 2:** SELECIONE do grupo de sinais de tendências, primeiro deve fazer uma breve seleção e escolher os sinais mais relevantes. Ao contrário do spotting, a qualidade a qualidade é mais importante do que quantidade durante a seleção. Este segmento irá mostrar quais critérios usar para escolher os pontos mais relevantes. **PASSO 3:** DOCUMENTAR, é necessário saber cada sinal selecionado da tendência de trás para frente. Durante esta etapa, deve enriquecer os seus sinais selecionados e criar uma descrição detalhada de cada. Por último, a documentação também inclui o arquivo de todas as descobertas, de forma a que possa recuperá-las facilmente. (DRAGT, 2017, p. 65).

Portanto, durante todo o processo de análise, coleta e pesquisa, foi necessário o acesso de uma série de fontes que permitissem sublinhar e contextualizar o período analisado, assim como as mentalidades emergentes que poderiam estar por trás dos mesmos. Assim, foram analisadas produções e publicações relevantes executadas entre Janeiro 2021 e Maio de 2023. Foram analisadas informações recolhidas de inúmeras fontes, tais como jornais online, revistas de moda, revistas de arquitetura, desfiles de moda, produção cenográfica, publicidade, curta metragem, filmes, séries, podcasts, livros, relatórios de tendência entre outros. O processo pode ser observado conforme figura 9.

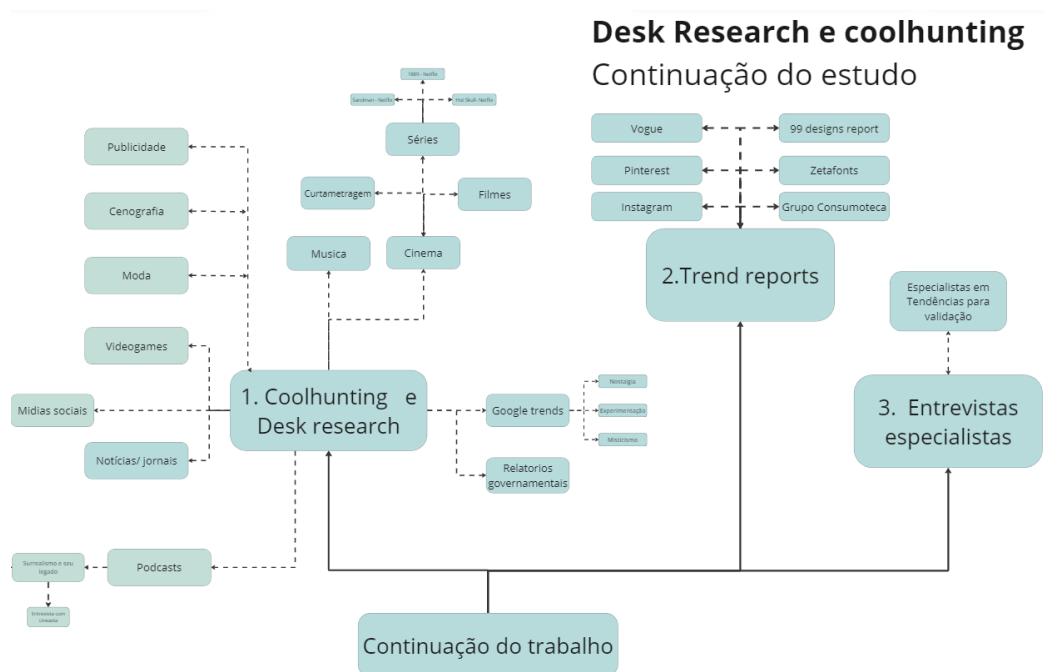


Figura 9. Representação gráfica das principais fontes recolhidas de informação que ajudaram na imersão no tema.

A partir dessas fontes, diversas áreas de estudo foram analisadas, em especial, design gráfico, moda, cenografia, publicidade e cinema. Todos os sinais recolhidos foram colocados na plataforma online Miro, que permite a visualização e colagem de uma série de fontes de maneira prática e visual, compilando em uma só prancheta diferentes mídias tais como imagens, vídeos e links encontrados principalmente no meio online. Fora isso, a plataforma ainda permite a criação e adição de mapas mentais de maneira fácil e intuitiva. A prancheta final desenvolvida ao longo da pesquisa pode ser acessada através do link: https://miro.com/app/board/uXjVOhHttB0=

O processo de desk research e coolhunting não foi linear, como é típico de uma pesquisa exploratória, houve a necessidade de voltar-se aos dados por diversos momentos, assim como aprofundá-los e confrontá-los. Em um primeiro momento de pesquisa, recolheu-se uma série de sinais que estivessem de alguma forma relacionados com a tendência surrealista mapeada anteriormente.

Conforme a quantidade de fontes e informações aumentava, foi necessária a transformação do gráfico inicial que continha apenas 3 clusters, aumentando em cores e tamanhos conforme figura 10. Essa forma de representação foi inspirada na forma como os fungos se espalham na natureza, havendo uma espécie de focos de contaminação distantes do ponto de onde saíram, isso permite representar clusters distintos são contaminados por características dos demais, como é o caso da Moda, que parte do grande cluster Cultura Visual, mas apresenta padrões em amarelo e laranja, representando os clusters nostalgia e

tecnologia respetivamente. Essa forma gráfica de análise permitiu visualizar quais os padrões invadiam, influenciavam e interagiam com os demais.

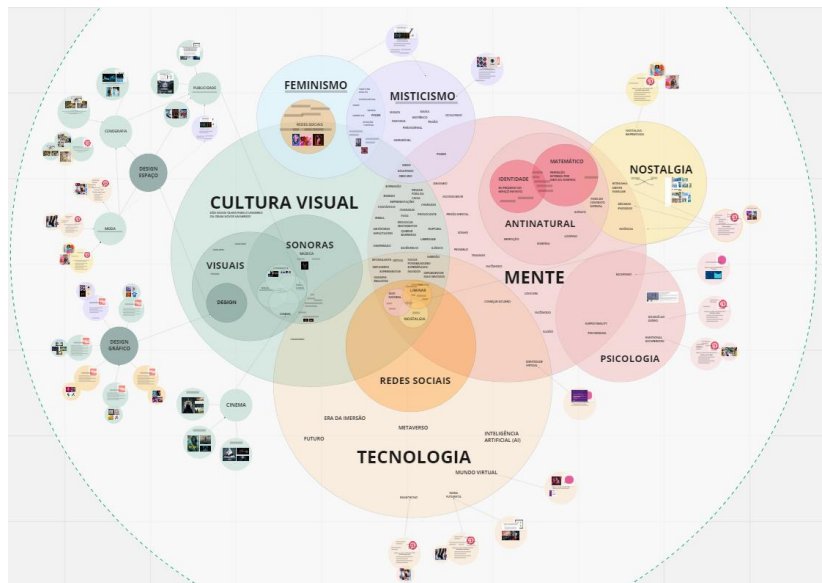


Figura 10. Organização gráfica dos padrões coletados pela imersão cultural. Esta artboard está disponível através do link https://miro.com/app/board/uXjVOhHttB0=

A partir desta fase inicial de observação e recolha de dados, é importante a triangulação cultural, que funciona como um mecanismo de ligação plural de métodos, o que enriquece tanto a pesquisa quanto aumenta a confiabilidade e segurança dos resultados obtidos (Kongsholm & Frederiksen, 2018; Raymond, 2010).

Cultural triangulation is a combination of three distinct but mutually beneficial processes [...]. They are: interrogation: the use of quantitative survey techniques, including household surveys and expert interviews, to poll individuals or groups about their attitudes or activities, with a view to determining the percentage breakdown of these attitudes or activities in relation to the larger population or cultural mainstream; observation: the use of a set of qualitative tools such as ethnography and visual profiling to shadow and observe individuals or consumers involved in a particular task or lifestyle activity, with a view to learning more about that task or activity; intuition: drawing on your experiences as a forecaster to add a further layer of insight to the qualitative and quantitative underpinnings acquired during the interrogation and observation stages” (Raymond, 2010, p. 120).

Este trabalho de análise cultural teve início no começo de 2022 e se encerra quase um ano e meio depois, desde o início deste trabalho houve uma forte mudança no contexto sociocultural que o mesmo analisa. Tais transformações também impactaram de maneira forte e precisa a tendência estudada. Sendo assim, é possível analisar dois diferentes estágios da tendência.

Para isso, os insights a seguir tiveram como apoio documentos e relatórios de tendência realizados por especialistas na área de tendência, tais como: Trend Report Geração CTRL+Z, com foco na América Latina, do Grupo Consumoteca publicado em 2022, o The 2021 Type Trends Lookbook: The post pandemic e The 2022 Type Trends Lookbook: The new normal. Todos eles auxiliaram na contextualização e mapeamento das mudanças de mentalidade. Fora isso, foram analisados Trend Reports de mídias sociais como Instagram e Pinterest e de jornais e revistas de design, como o 99 designs.

Estes Trend Reports auxiliaram de forma relevante a compreensão e contextualização da mudança de direção que as mentalidades tomaram após o Black Swan, levando em conta que o mesmo impulsionou uma série de mudanças drásticas em um curto período de tempo. Tendo isso em conta, foi possível dividir em duas diferentes fases da tendência que se estruturam e desenvolvem a partir do contexto que estão inseridos. Enquanto a primeira fase conta com maior proximidade do Black Swan da pandemia de Covid-19, com o cenário de incerteza pós pandêmico, a segunda, se distancia dos medos e incertezas iniciais pós-pandêmicos, que são rapidamente substituídos por cenários como a Guerra da Ucrânia, recessão, inflação e crise climática. Trata-se de um momento de constante adaptação a uma nova realidade, que por sua vez é impulsionada pelo desenvolvimento tecnológico vertiginoso e conexão por mídias sociais exaustiva.

A tendência Surrealista Escapista é encontrada na vontade e necessidade contemporânea de vivenciar o novo por meio de experiências que beiram o surreal, quebrando as barreiras lógicas, óbvias e predeterminadas pela realidade. A busca pelo surreal também indica uma sociedade aberta ao novo e ao experimentar. Essa tendência tomou maiores proporções durante a pandemia, como forma de fuga de uma realidade conturbada e isolada.

Surrealismo e espaço

Após as conclusões anteriormente encontradas, esta pesquisa de mestrado iniciou-se com um hiato que tentava conectar questões importantes dentro da tendência. Dentre eles estão: a relação entre o Surrealismo e o Espaço, os locais de Laminariedade e, por fim a Cidade Genérica. Todos eles forneceram contextualização necessária para localizar e determinar alguns artefactos culturais expressos através do espaço e do design.

Relação entre o surrealismo e o escapismo

Como contextualização teórica, faremos uma breve introdução ao movimento surrealista, suas características principais e relevância para a contemporaneidade. O movimento nasceu no século passado e influenciou fortemente os diferentes campos da cultura e da sensibilidade a partir de então. O movimento nasce na metrópole parisiense como reflexo das rápidas mudanças tecnológicas do século XX, que paradoxalmente maravilhavam a humanidade enquanto massacravam sua juventude nos campos de guerra. Após a Segunda Guerra Mundial, dadaístas se reuniram inspirados pela “investigação metafísica” (Giuliodori et al., 2020).

Frente a tamanha atrocidade, os surrealistas se posicionavam contra a sociedade e todos os tipos de arte, e atuavam como um subgrupo cultural disruptivo que definia suas próprias regras de realidade na tentativa de “fazer brotar na realidade a surrealidade *do outro mundo*”, o mundo do imaginário, da mente, do obscuro e do sonho. (Guinsburg & Leiner, 2012, Capítulo 1)

O surrealismo nasce da vontade de compreender os mistérios do subconsciente com fortes raízes na psicologia e sua tentativa de desvendar o subconsciente e trazê-lo à tona, sendo assim, não é de se espantar a forte relação que o movimento tem com a mente e com a psicologia, passam assim a borrar as barreiras do sonho, da realidade e do subconsciente.

Dentro da arte, as inovações da psicanálise freudiana suscitaram a exploração de diferentes técnicas que exploravam a criatividade de forma ativa a partir de diferentes técnicas “from *frottage* to automatic writing, from assemblage to *cadavre exquis*, from dripping to hypnosis and, last but not least, drugs itself” (Giuliodori et al., 2020, p. 168).

A partir do momento que as barreiras do consciente são derrubadas, é possível abrir as portas para a descoberta de um novo mundo, vasto como um continente, segundo o psiquiatra italiano Roberto Assagioli. Trata-se de um novo mundo regido por outras regras: “a certain point of the mind at which life and death, the real and the imagined, past and future, the communicable and the incommunicable, high and low cease to be perceived as contradictions” (Breton, 1969, p. 123–124).

The marvellous was thought to occur naturally, in spaces where the curse of reason had yet to penetrate in childhood, madness, sleepiness and drug-induced hallucination; in so-called “primitive” societies whose members were thought to be closer to their instincts than to the learned sophistication of “civilisation”; and, crucially, in dreams, the conditions of which the painters attempted to reproduce (Eimert, 2014, p. 9).

Dentre as diferentes facetas da mente exploradas pelos surrealistas, o sonho era a mais potente, considerada como fonte de conhecimento:

Dreaming is a source of inspiration, but it is also a wide-open window to the inner world, to the hidden sides of the psyche. The main consequence is that in Surrealism, art and psychology, harmoniously blend generating chemistry between creation and self-creation. (Giuliodori et al., 2020, p. 170).

Sendo assim, o surreal é guiado pelo mundo do imaginário, do subconsciente e está fortemente associado ao contexto ilógico e irreal dos sonhos. Devido ao seu contexto antinatural, as principais reações frente ao surreal são estranheza e desconforto. O surrealismo foi um movimento artístico muito bem-sucedido, dada a continuidade de sua influência e exploração. Em um mundo contemporâneo em que o público está acostumado com o excesso de estímulos, a infinidade de possibilidades que o mundo surreal traz aliada ao desconforto do ilógico ou à curiosidade do sonho, atuam como ferramentas impactantes de choque e contato com o público.

The absolutely most interesting feature of the surrealistic style is that it results from a combination of elements belonging to the realm of empirical experience, and elements belonging to an out-of-the-world realm, either hallucinatory and unreal, or unconsciously irrational. Surrealism juxtaposes two spheres of existence: a world and a extra-world, and two styles, *the realism of details and the unrealism of the whole*. Just as it happens in dreaming, where single details taken from life, precisely corresponding to the empirical experience, are combined through unlikely connections in a fantastic picture-frame. (Martella, 1993, p. 8–9)

A combinação dessas duas esferas torna o surrealismo uma potente ferramenta de comunicação. Sendo assim, o surrealismo possivelmente pode ser classificado como uma tendência contemporânea que expõe a busca por novas experiências que explorem o abstrato e subjetivo por meio de contextos excêntricos e fora do padrão que sejam provocantes e disruptivos. Busca-se experienciar o ilógico, uma forma de quebrar as normas e barreiras da realidade física e concreta. Procura-se vivenciar, conhecer e presenciar outros mundos embebidos de ideias “fora da caixa”, estimulando a criação e a inovação de novas e diferentes atmosferas.

O acesso à informação vem fazendo com que as pessoas passem a questionar normas por meio de pensamentos e sentimentos críticos. O ímpeto por experienciar e sair da zona de conforto, promove

novas perspectivas de mundo e a busca por novas experiências. No lugar de consumir produtos, consome-se novas experiências que se traduzem em novas vivências.

Dreamcore

Ao adentrar as medias sociais, foi possível observar uma série de partículas que apontavam na direção de um movimento online guiado por um hashtag fortemente conectado ao surrealismo: o *dreamcore*. O estudo dela forneceu importantes pistas para compreender e identificar questões estéticas propositalmente utilizadas a fim de comunicar e causar determinado impacto no observador.

Essa hashtag tinha sido encontrada ao final da pesquisa anterior, sendo uma interessante fonte de informação que possibilitou alguns insights interessantes sobre a macrotendência Surrealista Experimental. Contudo, não pôde ser explorada de maneira mais profunda dada a limitação de tempo. Sendo assim, ele foi utilizado como ponto de partida do estudo desta tese, instigando a compreensão das mentalidades que o envolvem.

A palavra tem origem na língua inglesa e é composta pelas palavras sonho (dream) e violento ou agressivo (hardcore), é um movimento proeminente iniciado nas redes sociais, em especial TikTok, que se apoia em imagens extremamente desconfortáveis para o observador funcionando como uma espécie de terror visual. Esse movimento teve início em Junho de 2021 e já alcançou mais de 4,8 bilhões de visualizações. Trata-se de uma estética de caráter nostálgico e mental que tem como intenção provocar desconforto extremo no espectador por meio da sensação de confusão entre o estar acordado e estar sonhando.

“O "Dreamcore" é algo novo sobre algo antigo. Ou seja, sobre a expulsão dos paraísos artificiais da infância. E a possibilidade que **esse trauma oferece de auto exploração.**” (Holstein, 2021)

Em sua maioria, as imagens apresentadas contém filtros que remetem à qualidade antes obtida pelos antigos gravadores analógicos ou VHS. É comum apresentarem áudios e imagens repetitivas que nos faz sentir em um looping dentro de um pesadelo, sonho, devaneio ou prisão mental infinita, em geral são seguidos de frases como “acorde” ou “fuja”, que reforçam a ideia de aprisionamento.

A partir desses elementos, notou-se uma forte conexão entre o Surrealismo Experimental e a Nostalgia, enquanto o primeiro traz o universo dos sonhos e pesadelos, o segundo revisita os paraísos e/ou infernos da infância. Nota-se uma revisitação a traumas passados apoiando-se na nostalgia, (figura 11). Essas imagens têm teor nostálgico, mas também decadente, como se os indivíduos revisitassem

pesadelos e espaços visitados durante a infância que não foram cuidados ao longo das décadas, deixando-os à mercê do tempo, da corrupção e da decadência.

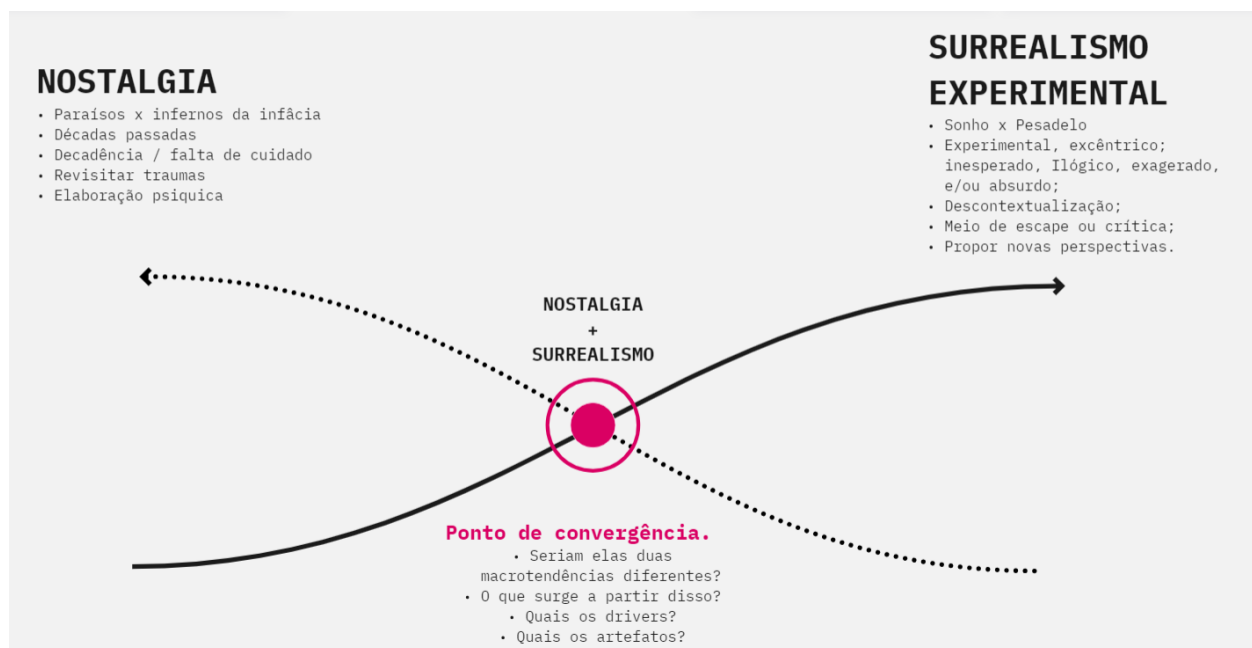


Figura 11. Imagem ilustra uma possibilidade inicial de encontro entre a nostalgia e o Surrealismo Experimental como macro-tendência, gerando um interessante ponto de convergência que passou a levar a outras questões para a tese. Fonte: autoral.

A nostalgia é trazida pelas cores pastéis, mobiliário vintage ou espaços que já não existem (decadência de blockbusters, hotéis, parques de diversão...) fazendo referência a inúmeras décadas. Os contextos improváveis descontextualizam elementos presentes nos cenários, essa falta de lógica é realçada pelos objetos que não deveriam estar ali presentes ou até mesmo escalas irreais criam um ambiente estranho que o cérebro não reconhece como normal, como a miragem de um sonho ou pesadelo, quebrar a lógica normal é tirar o indivíduo do controle, dando sensação de impotência.

Pode-se dizer que o conteúdo é um cruzamento entre nostalgia e surrealismo, criando espaços imaginários que remetem a épocas passadas (anos 80 e 90). A aplicação de símbolos, filtros e tons hora pastéis, hora apagados remetem a outra época que não a digital de extrema definição e qualidade 4k. Todos esses vídeos ainda trazem uma experiência mais imersiva através de músicas de fundo com sons, interferências e chiados, nada usual na era digital.

Vale lembrar que além dos símbolos trata-se de uma época em que a maioria dos jovens que hoje utilizam essas redes eram crianças, havendo conexão direta com a ideia de infância, sonho e/ou pesadelo, conforme a compilação retirada de um vídeo do TikTok apresenta:

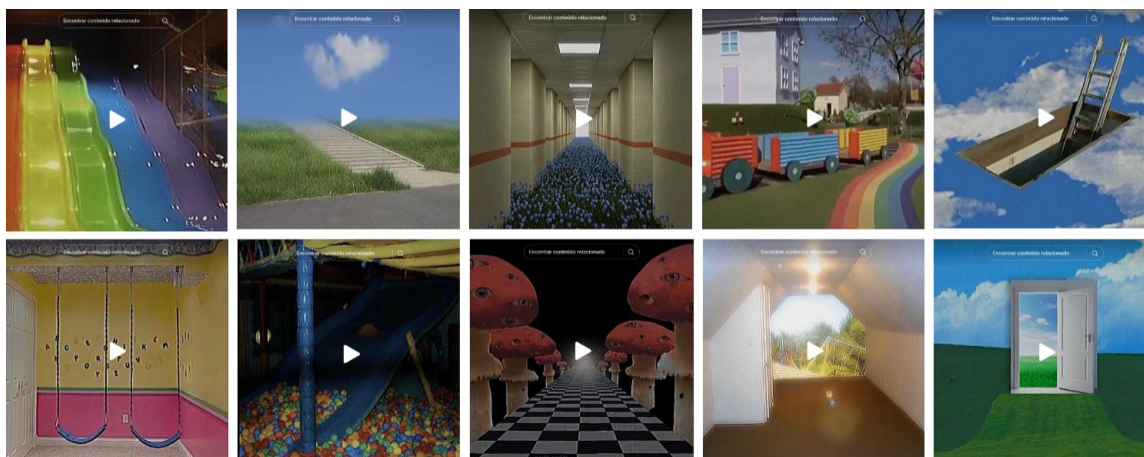


Figura 12. Dream CORE [@drm_core]. (2023, 10, 03). Dream Core. Imagens retiradas de um dos vídeos do TikTok marcado com a hashtag dreamcore ilustra um pouco da estética explorada. Vale lembrar que eles fornecem uma experiência mais imersiva através de músicas de fundo, sons e chiados. TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@drm_core/video/7249111382279326981.

Interessantemente, algumas das imagens também parecem fazer referência ao início da internet, remetendo aos primeiros wallpapers do Windows XP (lançado em Outubro de 2001), foi um elemento iconográfico presente na infância dos primeiros nativos digitais, principalmente da geração Z. São imagens com poucos pixels, com cores muito vibrantes que passam por algumas montagens e ganham caráter surreal, infantil e nostálgico, vide imagem 13.



Figura 13. Imagem da esquerda, Madureira, F (2001, 25 de Outubro). Nova versão do Windows ganha estabilidade e visual renovado [Página inicial do Windows XP lançada em 2001]. Folha Online. URL: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/upgrade-windowsxp.shtml>. Já à direita, compilação de imagens presentes no universo do #dreamcore. Dream CORE [@drm_core]. (2023, 10, 03). Dream Core. Imagens retiradas de um dos vídeos do TikTok marcado com a hashtag dreamcore ilustra um pouco da estética explorada. Vale lembrar que eles fornecem uma experiência mais imersiva através de músicas de fundo, sons e chiados. TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@drm_core/video/7249111382279326981

Essa hashtag causa divisão nas opiniões, havendo forte subjetividade em suas interpretações. Enquanto por um lado indivíduos comentam se sentirem confortáveis com a compilação de imagens, outros parecem sentir medo e fobia. Há também quem comente sentir um misto de sensações antagônicas,

entre conforto e pavor. De maneira geral, nota-se presença de parques infantis, piscinas públicas, parques de diversão e elementos com cores primárias que retomam a infância.

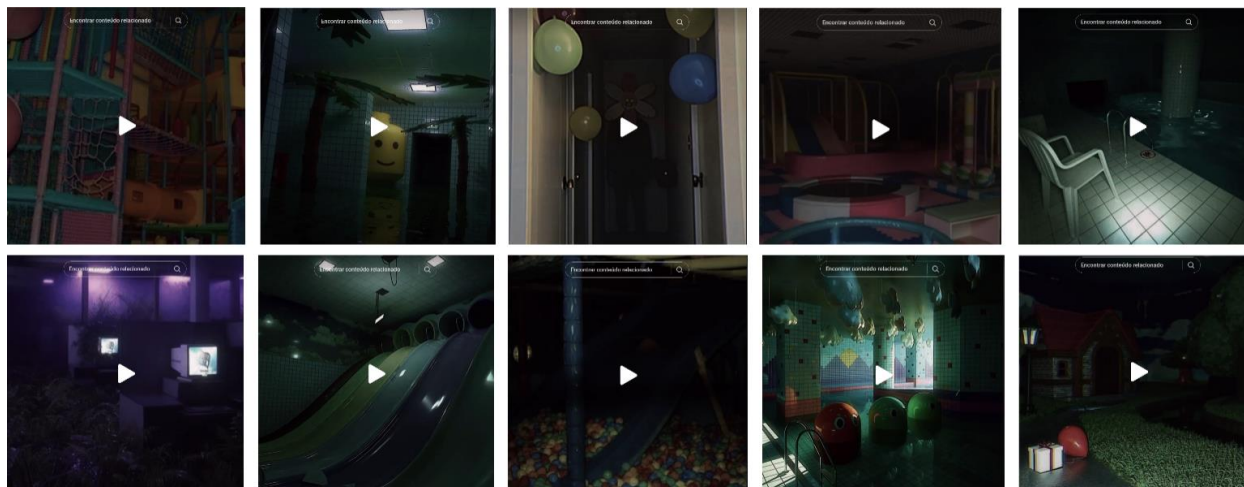


Figura 14. dreamcore_lirks [@dreamcore_lirks]. (2023, 03 Outubro). [Captura de tela]. Imagens retiradas de uma postagem presente na #dreamcore que ilustra o teor das imagens apresentadas e sobrepostas em vídeos. TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@dreamcore_lirks/video/7237576606695410950

O ponto de vista trazido por essas peças visuais, em especial vídeos, cruza a tendência POV - Point Of View, mapeada pelo grupo Consumoteca (Roale et al., 2022), e traz o observador para dentro do ambiente apresentado, convidando para uma experiência imersiva dentro do Surrealismo Escapista, seja ela de sonho ou pesadelo.

Laminariedade

Curiosamente, quando analisado de maneira mais profunda, essa estética online parece ter surgido em várias redes sociais quando seus indivíduos passaram a compartilhar fotos reais de ambientes que, de alguma forma, traziam desconforto, sendo impulsionados pelo esvaziamento dos ambientes causados pela Pandemia de Covid 19. A partir disso, esses espaços passaram a servir como fonte de inspiração para novas estéticas: a combinação entre a perspectiva do indivíduo que experiencia o ambiente em primeira pessoa (POV) com a *laminariedade*, capaz de criar poderosos cenários imersivos, notadamente cada vez mais presentes no cotidiano das mídias sociais.

O espaço liminal é a transição incerta entre onde você esteve e para onde está indo fisicamente, emocionalmente ou metaforicamente. Estar em um espaço liminal significa estar à beira de algo novo, mas ainda não completamente lá. A palavra "liminal" vem da palavra latina "limen", que significa limite. (Blanchfield, 2023)

Ao investigar os espaços e cenários trazidos pelas peças visuais, notou-se uma forte importância de alguns ambientes cenários trazendo não apenas os elementos nostálgicos, contextos improváveis ou ilógicos, looping espacial, perfeição extrema, mas sim o desconfortável na estética liminar, onde tudo parece ser estranhamente conhecido.

Contudo, os elementos mais desoladores não são apenas aqueles desconexos, mas sim aqueles estranhamente conhecidos. É o caso dos espaços de forte caráter impessoal, como vestiários e piscinas. Esses espaços apresentam repetições de materiais, divisões, ladrilhos e armários. O ritmo e simetria espacial (geram um desconforto dada a sua falta de conexão com a realidade imperfeita que habitamos). Fora isso, quando aliados potencializam o caráter genérico, impessoal e sem identidade. Com isso, o indivíduo se sente retirado do mundo real sendo jogado em um outro local sem contexto, e sem identidade geográfica. Funcionam como os loopings observados na estética *dreamcore* (condomínios, bairros e cidades estranhamente iguais, sem identidade e referências).

O espaço liminal é a transição incerta entre onde você esteve e para onde está indo fisicamente, emocionalmente ou metaforicamente. Estar em um espaço liminal significa estar à beira de algo novo, mas ainda não completamente lá. A palavra "liminal" vem da palavra latina "limen", que significa limiar (Blanchfield, 2023).

Por fim, esse desconforto espacial, ganha protagonismo quando se apoia nos *espaços liminares*, que segundo o etnólogo Van Gennep, fazem parte do processo ritual de passagem que é composto de três fases: separação, margem (limiaridade) e reintegração (Gennep, 1960). O momento de margem gera desconforto porque o indivíduo se vê entre dois mundos distintos, pairando entre o familiar (onde estava) e o desconhecido (para onde vai). São espaços simbólicos, de separação, transição e de margem entre diferentes mundos em que o indivíduo ganha caráter ambíguo, entre o aqui e o ali (Turner et al., 1996, p. 359).

Sendo assim, a aplicação da estética liminar tem atuado como um padrão perceptível da tendência. Tal estética está presente nas peças da tendência surrealista se apoia na decadência como materialização desse conceito, por retratar a convergência entre tempos distintos: presente e passado, assim como a conexão entre o desconhecido e o estranhamente familiar, em espaços como shoppings, aeroportos, parques de diversão, estacionamentos e corredores. Isso acontece porque são compostos por um mesmo sistema arquitetônico genérico e impessoal que é reproduzido inúmeras vezes dentro da sociedade globalizada.

Os espaços liminares estão presentes também nas cidades e já tinham sua importância reconhecida pelos dadaístas, por meio da prática da *visita dadaísta*, que tinha como objetivo vagar e visitar os locais banais da cidade (Gomes et al., 2018). Tal prática permite permear os vazios urbanos de maneira a perceber “inconsciente da cidade, que mais a frente foi desenvolvida pelos surrealistas” (Careri, 2013, p. 77). Esses espaços são interessante porque é ali onde reside o esquecido ou ignorado, que se torna parte de um banal invisível. Em contraposição à visão dadaísta, que sublinhava o banal e ridículo, os surrealistas se abrem para a descoberta de um *subcontinente da cidade*, que abriga uma realidade não visível.

“No universo, existem coisas que são conhecidas e coisas que são desconhecidas, e entre elas, existem portas”. O sentimento frequentemente citado de William Blake tem sido aplicado a tudo, desde salas de espera de hospitais até despertares espirituais, mas o que descreve com mais precisão é a complicada noção de 'espaço liminal'. Nos últimos anos, o espaço liminal se tornou uma espécie de palavra da moda nos mundos da arte, cultura e design, usada para resumir as franjas de uma cidade ou um beco sem saída no topo de uma escada. Por sua vez, o crescimento da popularidade da expressão a deixou à beira do humoristicamente absurdo devido ao seu uso excessivo.[...] E um recente artigo da Gawker refletiu com desprezo que, em um novo gênero de ensaio/memórias híbrido sobre doença mental, "a palavra 'liminal' aparecerá pelo menos uma vez" (Benson, 2022).

O principal incômodo é observado quando esses espaços genéricos, desenhados e destinados para muitas pessoas são esvaziados, e são encarados de maneira inusitada, sem o seu propósito inicial. Frente a isso, o indivíduo se sente só, o que traz à tona ideias e medos profundos do ser, como deslocamento, abandono, solidão, medo do desconhecido, nostalgia por aquilo que um dia aquele espaço foi e desconforto.

O esvaziamento drástico dos espaços potencializado pela pandemia de Covid-19 (Gamela, 2022) pode ter influenciado diretamente neste movimento, sendo que imagens desses espaços vazios invadiram as notícias por imenso tempo. A ideia de voltar a uma realidade isolada e só, que afronta a natureza humana de socialização e convívio, também influencia e potencializa esse medo. Contudo, vivenciar a Pandemia foi também vivenciar um espaço liminal metafórico entre o antes e o depois da crise sanitária de nível global jamais vista:

A pandemia de COVID-19 é um exemplo primordial de espaço liminal. Permanecemos suspensos entre como eram nossas vidas antes do vírus respiratório se espalhar pelo globo - e como será a vida depois. Muitas pessoas afirmaram que se soubessem apenas quando isso acabaria, seria muito mais fácil lidar com a situação (Benson, 2022).

A partir desse cenário, surgiram novas dúvidas, perspectivas e formas de enfrentar a realidade. A tendência Surrealista Experimental parece se apoiar tanto na estética liminar quanto nos medos trazidos pela pandemia, criando uma provocação mental que brinca com as regras lógicas que conhecemos em um jogo de tensões e limites. Por vezes, parece surgir em um mundo paralelo que segue suas próprias normas e regras, atitude muito característica do proposto pelo movimento vanguardista durrealista do século XX.

Como exemplo cinematográfico dos espaços liminares e sua presença na cultura mainstream, estão os seriados de televisão *The Last of Us*, lançado em 2023 pela HBO e *Stranger Things* lançada em 2016 e continua as gravações da quinta temporada conforme imagem 15.



Figura 15. Capa das séries *Stranger Things* e *The Last Of Us*. Na imagem da esquerda possível identificar a relação de dualidade entre os mundos muito similares e muito distantes. Enquanto isso, na capa da esquerda é possível notar a decadência da cidade ao fundo, em que o mundo e as cidades antes habitadas por milhares de humanos agora se tornaram em um espaço fortemente liminar.

O seriado *The last of us* surge de uma série de jogos eletrônicos de ação-aventura e sobrevivência desenvolvida pela Naughty Dog e publicada pela Sony Computer Entertainment. Tanto a série quanto os jogos se passam em um mundo pós-apocalíptico onde a maioria da população humana foi transformada em seres infectados por um fungo que causa uma doença letal. Devido à pandemia, os

poucos humanos que restam travam batalhas para sobreviver 20 anos após o desastre que teria acontecido próximo aos anos 2000.

O cenário pós apocalíptico tem forte caráter emocional e envolvente, onde as cidades e os cenários são congelados no tempo e se transformam em um infinito espaço liminar, entre o que é extremamente familiar (cidade genérica contemporânea) e o que é extremamente desconhecido (o mundo após a supremacia humana). A ruína observada nesses locais provocam as emoções no telespectador, em um misto de desconforto e surpresa, em especial ao observar cenários e ícones arquitetônicos, que em outro momento representaram opulência, luxo e extravagância, agora abandonados e sem importância a conforme imagem 16. A cristalização da linha de evolução da humanidade agora dá lugar a natureza como marcador temporal, os espaços são invadidos por sua ação natural, o que marca de forma impactante e visual a passagem e ação do tempo.



Figura 16. Ali Abbasi. 2023. The Last of US, 1a Temporada [captura de tela]. HBO. www.primevideo.com. Imagens coletadas demonstram a decadência e réguas das cidades em um cenário hora demolido, hora invadido pela ação natureza.

Já a série Stranger Things da plataforma Netflix de streaming, além de se passar nos anos 1980, trazendo caráter nostálgico e confortável na dualidade entre um mundo conhecido ainda que seja desconhecido pelas novas gerações, que conforma o público-alvo da série. Retrata também a relação entre dois mundos paralelos, o mundo invertido (mau) versus o mundo real (bom). As cenas que se passam nesse mundo também têm forte caráter liminar, uma vez que a série apresenta cenários muito similares entre os dois mundos, onde as únicas diferenças entre si são uma espécie de névoa que recobre os espaços. Assim sendo, ao retomar os mesmos cenários do mundo real apenas com algumas mudanças que caracterizam a mudança de mundo, novamente o telespectador é acometido pelo liminar, enfrentando a sensação de estranhamento frente a algo conhecido e desconhecido ao mesmo tempo, conforme ilustrado na imagem 17.



Figura 17 Duffer Brothers. 2021. Stranger Things, 4a Temporada [captura de tela]. Netflix. <https://www.netflix.com>. Transformação do cenário entre o mundo real e o mundo invertido presente na série da Netflix.

Essas representações são muito interessantes a nível cultural porque parecem pintar a realidade dual entre o conhecido e o desconhecido em um interessante paralelo entre o mundo antes e depois da Pandemia. Esse mundo, ainda que muito familiar, sofreu alterações drásticas, sendo necessário enfrentar um conhecido desconhecido.

Vale ressaltar que a escolha dos diretores em contar as histórias em momentos passados também faz com que ambas as séries se tornem, em parte, atemporais, combatendo também a rápida obsolescência dos cenários caso fossem gravados nos dias de hoje. Em um mundo de rápidas transformações, optar por cenários passados é uma estratégia inteligente.

A cidade genérica

A *limiaridade* também está fortemente conectada ao conceito de *cidade genérica*, termo muito utilizado na teoria da arquitetura. O importante arquiteto e teórico holandês Rem Koolhaas escreveu dois importantes livros que levantam algumas questões sobre as cidades contemporâneas os livros: *Cidade Genérica* (1995) e *Junkspace* (2006). Em *cidade genérica* Koolhaas compara a cidades contemporâneas aos aeroportos: impessoais, genéricos e iguais em todo o mundo.

A Cidade Genérica é liberada do cativeiro do centro, da camisa-de-força da identidade. A Cidade Genérica quebra com esse ciclo destrutivo de dependência: ela não é nada além de um reflexo da necessidade e capacidade presentes. É igualmente estimulante e desestimulante em qualquer lugar. É ‘superficial’ – como um estúdio hollywoodiano, pode produzir uma nova identidade a cada manhã de segunda-feira. (Koolhaas, 1997, p. 1250)

Já o livro de 2006 discorre sobre os espaços-lixo (*Junkspace*), fazendo referência àqueles espaços esquecidos da cidade genérica, degradados, frutos de uma modernidade líquida e acelerada que considerava os indivíduos como parte da massa em vez de seres únicos. Assim, a construção acelerada logo gerou espaços sem identidade fadados ao abandono (Koolhaas, 2006). Esse abandono transformou-se no que chamamos de resíduos urbanos, espaços de sombra e margem, onde a força centralizadora da cultura dominante não é tão potente. São espaços são laminares, entre dois mundos.

A criação de espaços massificados despidos de identidade não é uma exclusividade da contemporaneidade, tendo sido uma estratégia proposta e aplicada pelos arquitetos e urbanistas do Modernistas, que tinham como intenção resolver o problema da falta de habitação após a Segunda Guerra Mundial a partir de estruturas de caráter estritamente funcionais, criando espaços liminares de proporção e escala abissais.

Contudo, décadas mais tardes, essas propostas e estruturas repetitivas e heterodoxas foram gradativamente sendo abandonadas, passando por um forte processo de degradação urbana, até que muitas delas fossem demolidas pelo poder público. Dentre elas, destaca-se o infame complexo Pruitt-Igoe, composto por 30 torres construídas em 1954, foi demolido em 1972, após ter se tornado símbolo de degradação social, tensão racial e crime e marcou, segundo o historiador Charles Jencks "o dia em que arquitetura moderna morreu". Esses espaços esquecidos da cidade genérica, tornam-se nos *Junkspaces* segundo Koolhaas.

Dessa forma, podemos compreender um pouco a importância da que a identidade tem tanto para a cidade quanto para aqueles que a habita, havendo uma interessante ponte entre as cidades degradadas

apresentadas no cenário de The Last Of Us como resposta à corrupção da humanidade e de suas preciosas cidades.

A estética liminar se apoia nesses espaços entre o genericamente assustador e o lixo da cidade esquecida, entre a decadência e o estranhamente familiar próprio do genérico massificado. Isso é possível porque o genérico traz elementos comumente aplicado aos espaços em todo mundo: hotéis, aeroportos, shoppings... Sem o choque de observar algo completamente desconhecido, a familiaridade é invocada. Contudo, Ribeiro continua a análise de Koolhaas e acrescenta que se trata de uma ponta solta da cidade que busca conexão:

“Junkspace englobará o espaço fragmentário que se estende na procura de uma continuidade, mas define, mais especificamente, as construções que refletem em sua imagem o pós-capitalismo e a pós-modernidade em suas características mais icônicas: o consumo, o excesso e a velocidade desenfreada de informações. Junkspace será aqui tanto o fragmento perecível, quanto a continuidade descartável e a publicidade efêmera, quando estes forem transformados em imagens urbanas, objetos icônicos e obras arquitetônicas.” (Ribeiro, 2006, p. 112)

Sendo assim, podemos utilizar esse embasamento teórico para as seguintes conclusões acerca do Surrealismo e do espaço:

1. É no espaço lixo (Junkspace) onde há maior liberdade de expressão, mas também é onde se observa a decadência e corrosão dos sistemas políticos e econômicos que o homem e suas sociedades tanto tentam preservar. São os espaços que a sociedade capitalista tenta esquecer e é onde seus habitantes marginalizados vivem: edifícios abandonados, estruturas em decomposição, debaixo de pontes e viadutos, ao lado de vias expressas e assim por diante.
2. A decadência urbana reflete a decadência de uma sociedade veloz e capitalista. Sua constante mudança e progresso também cria o Junkspace. Confrontar esses espaços lixo também é confrontar a obsolescência programada das próprias cidades.
3. Os espaços lixos da cidade genérica são uma brecha entre o presente e o passado, entre o que aquele local é e o que um dia ele foi.
4. Massificação e globalização geram a repetição de uma mesma fórmula e fomenta a ideia de perda da identidade, tanto na esfera pessoal quanto coletiva.

Dessa forma, podemos concluir que o Surrealismo Experimental se apoia no impacto que a cidade genérica tem para a psique humana. Essas estratégias conectadas aos espaços, ainda que muitas vezes aplicadas, estão diretamente ligadas à Teoria da Arquitetura e são transferidas, ainda que de forma inconsciente, para as diversas formas de expressão online.

Geração Z no surrealismo escapista

A geração Z, primeira geração de nativos digitais, teve pouco tempo de encanto com o mundo, enfrentando pandemia, guerra e a emergência climática, despertaram com olhar mais crítico e desconfiado para o futuro. A pandemia também ressaltou a ideia de finitude da vida, incitando o individualismo e a exploração na tentativa de lidar com as preocupações com um futuro de consequências geracionais que não se pode controlar.

O período da pandemia incentivou discussões sobre saúde mental sendo a mente um constante tópico trazido dentro da tendência surrealista. Assim, os nativos Z passam a desenvolver uma série de tendências online que exploram as barreiras do surreal, dentre elas o #dreamcore, #weirdcore e #creepycore, retratando temas como sonho, medo, infância e nostalgia, por meio de vídeos e mixed media que remetem aos nostálgicos anos 1990, como uma prisão mental de um pesadelo.

O cenário pós-pandêmico proporciona uma série de novos padrões comportamentais, em especial da Geração Z. Após quase 2 anos de isolamento, medo e instabilidade causados pela pandemia seguidos de um novo ciclo completo da Guerra da Ucrânia, voltam a trazer questões como medo e instabilidade à tona. Enquanto buscam novas formas de voltar a explorar e se expressar no mundo pós-pandêmico, enfrentam o fantasma crescente da injustiça e da recessão. Novos padrões passam a surgir em uma constante dualidade entre o novo, voltando os olhos ao futurismo (escapando para vislumbres do futuro) e o velho (submergindo na nostalgia do passado).

Por um lado, existe uma intensa busca pela identidade e individualidade em meio ao excesso de estilos e informação. Por outro lado, nota-se uma falta de perspectiva pelo futuro e forte sensação de impotência. A geração Z se refugia em estéticas e trends online de caráter efêmero e consumista, que tão rapidamente são substituídos por novos. A mutabilidade ressalta a falta de compromisso ou comprometimento seja ele com marcas, ideologias ou ideias, uma forte característica da geração.

Esta tendência convida o indivíduo para a experimentação do novo convergindo com a mutação de ideais e desejos. Enfrentando o excesso de informação e a impotência frente às injustiças, os jovens da geração Z estão em constante busca pela individualidade e identificação em ao caos digital contemporâneo. É importante compreender quem são esses indivíduos e como o cenário pós-pandêmico tem sofrido impacto desses da mesma forma que os vem impactando.

Primeira fase da tendência: o cenário pós-pandêmico

A primeira fase foi marcada pela proximidade temporal com a Pandemia de Covid-19, que forçou questões como o isolamento e a noção de finitude frente aos vertiginosos números de mortos pelo globo. O isolamento a nível mundial impulsionou o uso de redes sociais e do mundo digital como ferramenta de trocas, conexão e contato entre indivíduos. Não é de surpreender que redes sociais de âmbito global como TikTok surgiram e viralizaram.

A incerteza e o medo com os quais a sociedade foi exposta, impulsionaram a mudança de uma série de paradigmas, uma vez que confrontar a morte de maneira cotidiana coloca em perspectiva a própria vida. Temas que antes eram tidos como fortes tabus, tais como saúde mental passaram a ser mais amplamente discutidos e celebrados.

Segundo o relatório de tendências da Typecampus em parceria com Zetafonts para o ano de 2021, a Crise de Covid-19 levanta duas principais questões: deveríamos lutar contra a incerteza ou escapar dela?

Living in a Covid-19 crisis is comparable to living in an alternate reality or a video game, where you find yourself confronting an unknown enemy. And while we await this ambiguous future, what should we do? A. Should we fight against these burdens of uncertainty and the shadow of Covid-19? B. Or should we escape the current reality and find solace in a digital world? C. Should we embrace what is, and search for our own truth, in which we can find comfort? These 3 questions define people's possible behaviors and thematics. These macro-areas are not exclusive alternatives that exist on their own, but the result of social and cultural tensions that coexist and mix together. (Zetafonts a confirmar, 2021 p.)

O período trouxe novas perspectivas de mundo, que puderam ser observados a partir do esvaziamento dos lugares antes repletos por pessoas como parques, hotéis, avenidas, shoppings. Esses espaços, sem a familiaridade humana, perdem a sensação de segurança, se tornando estranhamente frios, assustadores e tenebrosos. Aqui a estética liminar passa a ser mais comumente observada dentro das mídias sociais, como símbolo de um mundo pandêmico assustado e isolado.

A partir da abrupta mudança de cenário trazida pelo Black Swan pandêmico, severas mudanças a nível social foram observadas, englobando tanto experiências quanto a forma de lidar e de se expressar com o mundo. A agência observou uma mudança nos comportamentos e atitudes dos consumidores, que está moldando a forma como as empresas devem operar e se relacionar com seus clientes no futuro.

Sendo assim, o relatório de tendências Type Trends Lookbook 2021, divide em três principais cenários que movimentam as ideias emergentes do pós-pandemia: a **luta**, o **escapismo** e a **busca pela verdade**, segundo imagem 18.

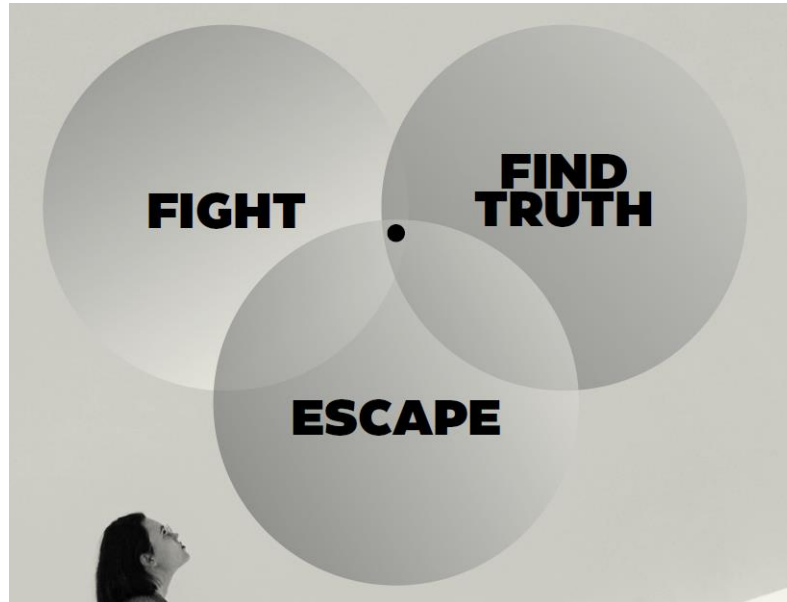


Figura 18. Zetafonts (2022). Type Trends Lookbook 2022. Esquema apresentado pelo estudo realizado entre Zetafonts e Typecampus, clusterizando os diferentes cenários que impulsionaram mudança nas mentalidades <https://zetafonts.com/blog/tt2022/>

O cenário de isolamento social atrelado à incerteza e falta de normalidade cotidiana impulsionaram a busca por defesa de causas de grande impacto, que apresentasse propósito e defesa de bem maior. Está também refletida a busca por um senso de propósito e pela expressão de ideais, na defesa de causas negligenciadas anteriormente. O cenário apresentado tem caráter de luta, com um posicionamento ativo frente à realidade. Vale ressaltar a importância e relevância que as mídias sociais ganharam em um momento de crise e distanciamento social, sendo um importante mecanismo de expressão, divulgação e discussão de ideias.

The first scenario finds its origin in the fact that many months were spent in lockdown and isolation, riddled with uncertainty. Due to the shocking circumstances and lack of normality, people found purpose in making their voices heard in favour of bigger ideals, siding with what really matters now. But the fight also requires a supportive team. Many brands have understood this emerging need and openly gave voice to contemporary social issues through unexpected campaigns, or by involving people in interactive initiatives.

According to Deloitte's marketing trend report, there was a 79% increase in overall positive awareness amongst brands (Zetafonts a confirmar, 2021, p. 12).

Em um cenário mundial conturbado com excesso de informação em índices tão elevados e velozes que geram enorme ruído e caos. Em meio a um cenário caótico, surgem grupos que tentam compreender de maneira total o cenário em vista através pela busca de informação, no que o relatório chama de **encontrar a verdade**. Contudo, o excesso de informação atrelada a um período de caos também pode gerar confusão e medo. Impulsionados por um cenário de desconfiança, há maior propensão pelo questionamento de instituições, assim como questionamento de questões de senso comum, havendo aumento exponencial das Fake News, que por natureza confrontam a realidade e atuam como válvula de escape frente a incerteza e o medo.

In front of this global crisis, rational people would spend all their energy and time trying to figure out what's going on, what is important, what is the essence that gives life purpose, despite the reality, and why. In this search for truth, the brands that will provide explanations and try to foster a connection with the consumers, will elevate themselves to being seen as trustworthy institutions and will fill the most scary gap of uncertainty. (Zetafonts a confirmar, 2021, p. 12)

Em contrapartida, o caos fornecido pelo cenário de incerteza e anormalidade desperta o desejo e pela **fuga**, abrigo e refúgio longe da avassaladora e incontrolável realidade. O cenário escapista, de maior interesse para essa tese, desencadeia uma busca pelos espaços onde as *barreiras e limites são controláveis e seguem as regras e lógicas humanas de organização*. O phygital ganha potência durante o período pós pandêmico em uma convergência entre o físico e o real, online e offline. Não havendo a possibilidade de experimentar o mundo exterior como antes, nesse período os indivíduos se voltaram para a tecnologia. Os videogames tiveram um importante papel no período para socialização e interação entre pessoas a distância assim como permitiam experimentar novos mundos sem sair de casa.

United by a common need to escape from reality, people will flee towards the digital world, a safer place where Covid-19 and all the dangers of life outside cannot enter. Visual acid experimentations will be the **drugs** to fight uncertainty. Bright gradients, fluid materials and ironic designs will be a trip into a surrealistic world, far from everyday problems. In these immersive experiences everything will be allowed, in order to make up for all the things we've lost (Zetafonts a confirmar, 2021, p. 18).

É importante ressaltar que esse tipo de espaço com barreiras e lógicas mutáveis proporciona um espaço de experimentação que o mundo material real não permite em mesma escala. Assim sendo, experiências imersivas proporcionam novos cenários com caráter surreal e disruptivo que quebram com barreiras e paradigmas lógicos do cotidiano na tentativa de provocar o público:

The uncertainty around us may however cause some to flee, in search of a safe shelter that is far from reality: a place made of reassuring borders, a place where you are in control, where you can play a phygital (physical+digital) life. To meet this need, brands recreate hedonistic havens, filling in the digital spaces with dazzling and nostalgic experiences. According to the forecasting agency WGSN this will remain a part of the *new normal*, across post-pandemic generations...(Zetafonts a confirmar, 2021, p. 12).

The more habitual people would find the phygital dimension of the digital rave far from their comfort zone and beliefs. For these people, the real values are the ones that lay in the world away from home and in the before-covid life, like nature and a healthy body. Let's bring these values close to them. Let's create an artificial Space and Time of nostalgia. Defined as "the design equivalent of comfort food", nostalgia already existed before the pandemic and was used to create marketing touchpoints with consumers. With Covid-19, there is the need to create new old memories and make them become the new healing medicines for the soul (Zetafonts a confirmar, 2021, p. 27)soul.

Neste período, foram as redes sociais as protagonistas, impulsionadas por esse cenário passaram a trazer novos conteúdos e pautas que refletem o interesse de seus usuários. Nessas redes, temas como saúde mental e bem-estar passaram a ser mais comumente abordados, sendo a psicologia um importante pauta, tanto de autoanálise quanto de autocuidado. Dividir com outros indivíduos as dificuldades e sofrimento traz a sensação de pertencimento e comunidade, por meio do sofrimento compartilhado (Roale et al., 2022).

We can no longer limit design to a mere aesthetical tool. Design has to keep pace with what is happening: it has to take responsibility, empower people and raise awareness, with an intention that is no longer commercial, but is political, social and ethical in nature. [...]

Now more than ever, there is an urgent need to use design as an instrument to communicate with a meaningful purpose. We call this design activism. Design

activism can visually rely both on minimal and brutal styles. It can use rebellious layouts with big bold typography to convey urgency. Or, it can also use simple yet reassuring visuals, in order to enable straightforward communication. Whatever the direction, it is important to acknowledge that now is the time to design for good, for sustainability and for the community. (Zetafonts a confirmar, 2021, p. 33)

Segunda fase da tendência: o novo normal

Após de mais de dois anos de isolamento e/ou restrições, volta-se a experimentar e vivenciar o mundo. O tráfego das cidades volta ao normal, discotecas, exposições e restaurantes voltam a operar normalmente, contudo, o ano não é mais 2019 e sim 2022, um mundo pós pandêmico com a eminência da guerra da Ucrânia coloca em conflito grandes potências e abala o otimismo da economia mundial.

Assim sendo, o cenário de medo e incerteza continua a pairar no ar, a crise sanitária que assustou e acometeu o mundo agora é sucedida por uma forte crise econômica e política com o fantasma de uma guerra de ainda maiores proporções. Fora isso, os fortes indícios da chegada de uma recessão mostram tempos de instabilidade a frente e mudança nos padrões de consumo.

A segunda fase é marcada pela volta a experimentar o mundo, agora com novas perspectivas. O sentimento de individualidade e individualismo impulsionados pela pandemia fomentaram uma abordagem mais egocêntrica e individualista da vida, não tendo uma perspectiva de estabilidade em um futuro próximo, uma dualidade parece surgir: entre o viver agora sem pensar no amanhã e o pensar no amanhã a partir do agora. Essa quebra da realidade linear faz com que indivíduos passem a precisar se adequar a “novos normais”, que impulsionam quebras de paradigmas assim como a sua forma de se relacionar e expressar.

After the Covid-19 pandemic, the expression "New Normal" has been increasingly used to refer to the dramatic economic, cultural and social transformations that our society is experiencing and which are also results of the invisible changes that were already taking place in the pre-pandemic years. The practice of graphic design, rooted in visual culture and in the ever-changing zeitgeist, is subject to these emerging changes that have caused precariousness and social unrest, influencing collective perceptions and individual lifestyles. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 55)

Tendo em vista tais mudanças, o termo cravado pela agência global de trend forecasting WGSN *novo normal*, pareceu ser correto para definir o período de readequação e readaptação após o momento

imediatos pós-pandêmico. Trata-se de um padrão de comportamento e consumo caracterizado por uma maior ênfase na higiene pessoal, uma dependência crescente da tecnologia e comunicação, assim como uma maior conscientização sobre questões de saúde e bem-estar, tanto de caráter físico como mental.

O conceito de novo normal, surge após as drásticas mudanças que a pandemia de covid 19 trouxeram ao contexto cotidiano aos quais os indivíduos e empresas precisaram se adaptar e se acostumar. Assim sendo, é o termo amplamente utilizado para descrever o conjunto de práticas e comportamentos que se tornaram comuns durante a pandemia e que desencadearam mudanças mesmo depois de superada a crise sanitária.

Dessa forma, a segunda fase é caracterizada pela influência direta do novo normal na vida das pessoas, assim como suas consequências e mudança de cenários. Trata-se de um experimentar o mundo quase infantil, de voltar a se expressar e se conectar com outros indivíduos fisicamente.

O *novo normal*, também é subtítulo do lookbook de 2022 lançado pela Zetafonts em parceria com a Typeacademy, tem como intenção continuar a estudar o cenário pós-pandêmico que dá sequência a 2021, tendo como principal característica a frenética criação, inovação, conexão e obsolescência. Dada as mudanças de direção influenciadas e/ou potencializadas pelo Black Swan da Pandemia de Covid-19, é possível dizer que a frase as tendências estão se “derretidas em um imaginário fluído” (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 18), pintam precisamente as transformações do atual cenário capitalista frenético, ao mesmo tempo que referência o conceito de *modernidade líquida* (Bauman, 2000).

Say goodbye to the modernist comfort zone and the idea of timeless design. This is time for hybrid imagery, where the boundaries of time and space melt. The invisible merges into the visible, generating new concepts and visual languages. Hybrid brands, hybrid genders, hybrid imagery, hybrid typography for a hybrid design space. This is the scenario in which 2022, and the following years' trends will move. Welcome to the New Normal. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 53)

O trendbook de 2022 da continuação às tendências mapeadas no livro de 2021. De maneira resumida, trata-se da sequência do impacto trazidos pelas mudanças de cenários desencadeadas pelo *novo normal*. Sendo assim, surge desta nova tensão quatro principais cenários: Digital Ecstatic, Artificial Nostalgia, Hardcore Normcore, Bold Purpose, a confluência entre esses quatro diferentes cenários cria um quinto espaço, Swap Culture, caracterizado por sua fluidez, onde existem paradigmas híbridos e não existem regras.

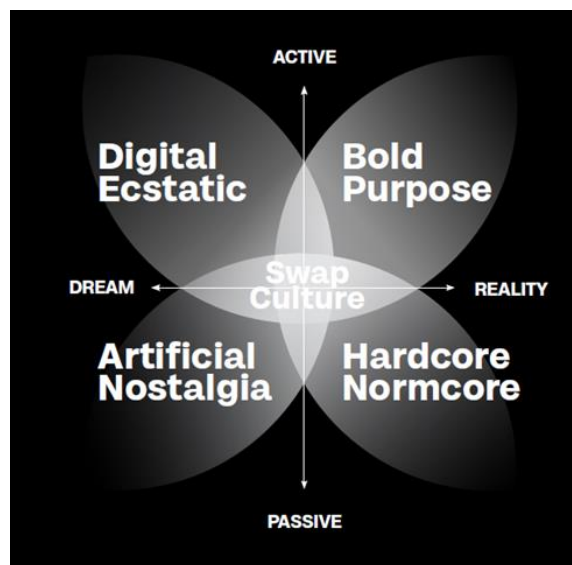


Figura 19. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 58). Representação gráfica das tendências do Novo Normal (New Normal Trends). Fonte: Type Trends Lookbok 2022. URL: <https://zetafonts.com/blog/tt2022/>.

As tendências **Digital Ecstatic** e **Bold Purposes** são manifestos do driver **ação** e dão continuidade ao cenário **luta** desencadeado pelo cenário da Pandemia conforme apresentado pelo relatório de tendência de 2021 anteriormente colocado. A tendência **Digital Ecstatic** surge da combinação entre a **ação** ao **sonho** e é caracterizada pelo espaço de mescla entre o digital e o físico, online e offline (phygital). Assim sendo, o relatório classifica como **Sonho**, cenário de continuação do **escapismo** observado pelo relatório anterior. São locais que funcionam como abrigos imaginários onde se busca incessantemente por prazer diversão e fuga. Estimulados pela fuga proporcionada, e em medida necessária, durante a pandemia atrelados à familiaridade que o estranho e irreal ganham, passam a desejar novas experiências, pendendo mais para aquelas de caráter disruptivo, imersivo e mental.

Digital and physical spaces have merged into a phygital reality thanks to new thrilling technologies. Neural networks, augmented reality, cryptocurrencies and metaverses are all escape pods to a future with endless possibilities. A new frontier to explore, a liquid reality, that materializes in a haze of holographic textures, acid gradients, fluid typography and surreal designs. Acid trip meets hyperpop culture as digital shapes become organically entangled in a maximalist, exuberant rave. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 67)

Em contrapartida, seguindo o cenário de **luta e encontrar a verdade**, apresentado pelo trend report de 2021, surge a tendência **Bold Purposes**, a manifestação ativa a favor de causas que visam um bem maior, tais como sustentabilidade, causas sociais e políticas, partindo da combinação entre **ação** e

realidade, traz uma visão fortemente racional e consciente de mundo, com finalidade de empoderar, inspirar, aliciar e convocar as pessoas a agirem.

The urgency of global crises is pushing designers to address these issues with responsible actions and environmental awareness. Beautiful and well-executed images aren't enough, especially since neural networks will soon be able to deliver them at will. Designers around the world share a new desire to inspire and empower people through meaningful messages, visually translated through the use of bold typography and contentcentric projects. Creativity is for everyone (and there is something good about it), but meaningful design is only for those who are willing to take a step further. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 123)

Já a Artificial Nostalgia e Hardcore Normcore são caracterizados pela **passividade** do indivíduo. Enquanto a **Artificial Nostalgia**, (também identificada como tendência pelo Trend Report de 2023 do Pinterest com o nome Nostalgia Emprestada), revive décadas anteriores por meio de um vocabulário visual que reaviva memórias de um período que não foi sequer vivido pela geração que o relembra, funcionando como uma válvula de escape, sendo assim, é caracterizado pela intersecção entre **Sonho e Passividade**.

Marcel Proust was right in stating: “Remembrance of things past is not necessarily the remembrance of things as they were.” Surely, everyone wants to get lost in comforting vintage memories: but any Google search for typefaces, fashion and design styles from the past will give us plenty of results created digitally in the last few years. Why this jet lag of nostalgia? Does this mean that we cannot distinguish our real past from its reinvented digital versions? And how can we remember something that never happened to us? Making sense of these memories of ours — whether true or not — is artificial nostalgia. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 87)

O escape encontrado nos sonhos nostálgicos fornece conforto em eras que precedem o Covid-19, mergulhar nessa estética nostálgica e vintage é também mergulhar em outra parte da História fugindo do hoje. Esse cenário tem forte caráter surreal porque partem de estereótipos e concepções criadas pelos indivíduos que invocam a tendência, havendo sempre uma dualidade entre questões do hoje e do ontem, assim como do real e do irreal. O tempo parece parar em um momento de caráter liminar, que relembra

sem ter vivido, quase como se o hoje fosse um não lugar onde se espera ansiosamente pelo amanhã e sonha-se com um passado fantástico.

Fora isso, a mescla entre diferentes características de diferentes épocas a partir de uma perspectiva contemporânea cria uma nova estética que reflete a fuga, o liminar, o irreal e, acima de tudo, a experimentação. Contudo, ainda que por vezes se olhe para o passado, não se trata apenas de um cenário de passividade, uma vez que a busca por situar-se em um momento histórico e explorar as diferenças estéticas através de tensões e limites também seja um posicionamento ativo.

Analisar as tendências presentes na cultura visual é também compreender os diferentes padrões de pensamento presentes na sociedade aos quais esses diferentes estilos se endereçam. Na interpolação entre essas diferentes tendências do Novo Normal encontra-se a Swap Culture, vide imagem anterior.

At the meeting point between the trends presented so far, there is a blurry area that hosts the more interesting styles of contemporary visual culture. It is the realm of the so-called edge effect, in which all the tensions coming from the visual trends collapse onto one another and create a hybrid realm where opposites – truth and false, past and present, digital and physical – merge together. Welcome to the heart of New. Normal: Swap Culture. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 141)

A partir das definições e questões trazidas, é possível compreender a relação e similaridade que a mesma apresenta aos espaços de laminariedade da cidade genérica. Esse não-espaco também é o coração do novo normal é o local onde as tensões todas se colapsam criando um espaço entre mundos distintos, entre o passado, o presente e o futuro, assim como o espaço-lixo urbano, não tem regras definidas, ali a tensão é tão grande que torna-se indefinido, por definição é híbrido, líquido e livre, onde as regras são menos rígidas e mais fluidas, banhadas pela constante transformação, um local fértil para sonhos, pesadelos e originalidade.

A nostalgia, em especial, traz uma nova luz à cultura visual por meio de um brilho opaco e decadente, que reflete a ótica da impotência e falta de perspectiva com o presente, similar aos espaços trazidos como exemplo ressaltados pela trend dreamcore. O emprego da tecnologia, borra as barreiras entre o passado e o presente, cria espaços que só existem no mundo virtual e tornando quase indistinguível entre o que é original e verdadeiro daquilo que é criação e manipulado. O olhar é hora direcionado para frente, mas mais comumente para trás, parece que o futuro não mais impressiona ou maravilha e a nostalgia de um passado mítico toma conta. Olhar para trás é também criar escapes surrealistas do mundo.

O 2022 Type Trends Lookbook: The new normal, com foco na produção de Design Gráfico desenvolvido em parceria entre Typecampus continua o trabalho desenvolvido em 2021 citado na primeira etapa da tendência, e acrescenta quatro principais behavioural drivers: sonho, realidade, ação e passividade que continuam o observado pelo trend report do ano anterior, contudo, o trend report enfoca-se no novo normal causado pelo pós-pandemia e ajuda a compreender a mudança das mentalidades a partir desse momento.

Segundo a pesquisa, o **sonho** é encontrado no escapismo, no refúgio e busca em uma outra realidade temporal ou espacial. Em paralelo, a **realidade** tem como foco em absorver e explorar o máximo e o melhor que a vida tem a oferecer. A **ação** está na busca por novos propósitos, enquanto a **passividade** está na falta de perspectiva e otimismo frente a impotência do indivíduo frente à realidade e suas adversidades (como pandemia, inflação e guerra), conforme figura 20.

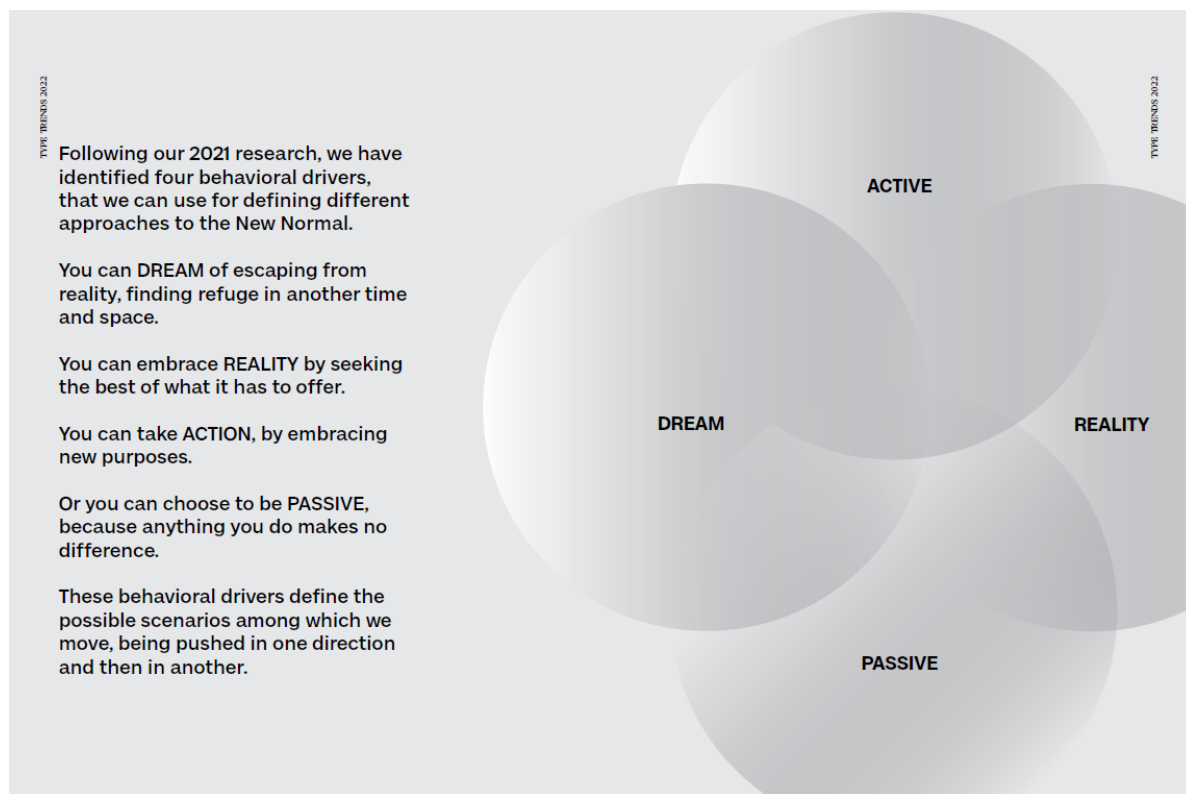


Figura 20. Zetafonts (2022) Type Trends Lookbook 2022. P.57. Behavioral Drivers levantados pelo Type Trends Lookbook 2022 desenvolvido em parceria entre Zetafonts e Typecampus. URL: <https://zetafonts.com/blog/tt2022/>.

Esta pesquisa utilizou os diferentes drivers trazidos pelo Type Trends como ferramenta de análise e de contexto, o que permitiu costurar e relacionar aos clusters anteriormente mapeados como principais drivers da tendência Surrealista Experimental, conforme ilustrado na imagem 21.

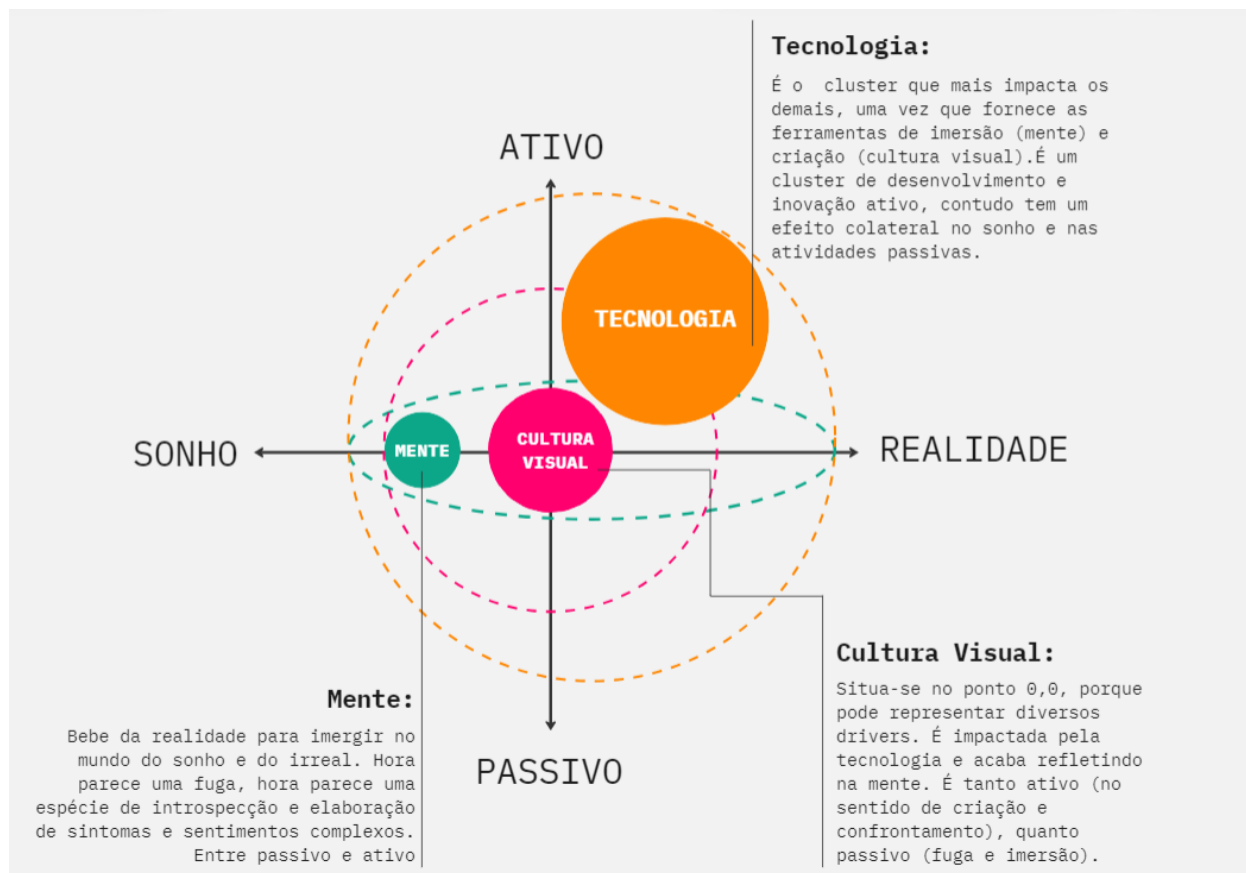


Figura 21. Representação da conexão entre os drivers levantados pelo Type Trends Lookbook e os clusters mapeados como formadores da Tendência Surrealista Experimental.

Como notamos, podemos entender a tecnologia como o cluster mais influente, fornecendo novas ferramentas de imersão (mente) e criação (cultura visual). É um cluster de desenvolvimento e inovação de caráter ativo por natureza, contudo, tem um efeito colateral impactando em outros eixos, como o sonho e passividade a exemplo da imersão em realidades alternativas que proporcionam fuga e alienação. Em contrapartida, os gadgets contemporâneos em conjunto com a experimentação por meio da inteligência artificial fazem com que a criação de conteúdo digital seja mais democrática e acessível, dando maior visibilidade e voz para diferentes perspectivas de mundo.

Em seguida notamos a cultura visual que se localiza na intersecção entre os quatro diferentes eixos e está diretamente influenciada pelas inúmeras possibilidades que a tecnologia fornece, podendo por um lado, propor o escapismo por meio do **sonho** (ou pesadelo), enquanto por outro, pode se apoiar no extremo para amplificar um ponto de vista crítico. Assim, não é raro que agentes da cultura visual se apoiem em cenários inexistentes, gerando uma perspectiva de maior impacto para uma crítica à realidade, como ferramenta que potencializa a metáfora, como forma de posição simbólica potencializada pela ruptura e exagero, elementos comuns na literatura, arte e humor

Por fim, é inevitável o papel da mente em todas as situações anteriormente citadas, trabalhar com os sonhos e medos do homem, assim como a passividade trazida pela sensação de a impotência. Assim, podemos entender que ela bebe da realidade para imergir no mundo do sonho e do irreal. Ainda que em um primeiro momento possa ter caráter alienante, também parece uma espécie de introspeção e elaboração de sintomas e sentimentos de caráter complexos do âmago humano, pairando entre passivo e ativo.

Internet culture : o impacto da tecnologia e o enfraquecimento do sonho

Uma vez tendo delineado brevemente os cenários observados no contexto pós pandemia de Covid-19, é necessário compreender outros impactos que a *internet culture* cria, em especial trazendo duas perspectivas distintas de mundo, uma passiva e outra ativa.

A primeira perspectiva fomenta um olhar consumista e imprudente a partir da consumoterapia (consumo de bens e produtos como mecanismo de bem-estar). A noção de finitude trazida pela pandemia reforça que a vida é curta e que deve ser gozada da melhor forma possível enquanto ela existe. Funcionando como um convite para a experimentação do novo e do inesperado, na busca por uma identidade e pertencimento, através da reprodução e busca por conexão dentro das redes sociais.

Trata-se de um estado de constante experimentação, sem comprometimento com ideias ou posicionamentos a longo prazo, a identidade individual acompanha as rápidas transformações do mundo (Roale et al., 2022). Parte dessa experimentação é ativa, contudo, frente às urgências mundiais de caráter humanitário, social e ecológico, se mostram extremamente passiva e escapista. O cenário do novo normal cria um terreno fértil para que a humanidade volte a experimentar os prazeres do mundo com um gozo quase infantil.

Essa visão hedonística de vida tem como principal característica o individualismo e a preocupação com a imagem pessoal, principalmente a vinculada nos meios digitais. Enquanto antes as mídias sociais funcionavam como um recorte da vida cotidiana, neste momento se intensifica a criação de uma vida paralela e irreal. Talvez parte dessa experimentação online anteceda o tão esperado metaverso e sua maleabilidade identitária.

Os influenciadores digitais, atuam como trendsetters, uma vez que apresentam alto status social e sua opinião funciona como um selo de aprovação promovendo produtos, ideias, serviços e estéticas, sendo sua imagem midiática, o que resulta em um forte impacto na criação de tendências de consumo. Fora isso, em um mundo onde todos os presentes nas redes sociais são criadores de conteúdo ((Roale et al., 2022)) e a imagem pessoal de uma pessoa é o seu maior ativo (segundo a empresa de forecasting DTS), a Fast Fashion ganha ainda mais força impulsionada pelas trends e pelos influenciadores digitais que

alcançam milhões de indivíduos ao redor do globo. As redes sociais internacionais massificam as passarelas e semanas de moda, fazendo com que a moda seja mais acessada, influenciando a sua permeabilidade, mas também sua obsolescência e busca por inovação.

Em contraposição a esse posicionamento característico do fast capitalism, a segunda vertente tem maior consciência frente ao meio ambiente e possível recessão. Tendo em vista recursos reduzidos, o High Concept (busca pela autenticidade) atrela-se ao Smart Buying, que incentiva a personalização e à compra inteligente: brechós e DIY (sigla em inglês para faça você mesmo), instigando a busca por estilos e padrões por meio de produtos personalizados pelos próprios consumidores, trazendo um forte caráter pessoal e identitário àquilo que é fabricado massivamente. Existe também uma busca por hackear o sistema: ser autêntico usando cópia ou até mesmo na reprodução a mão dos produtos de grandes marcas (Roale et al., 2022). Contudo, esse sistema de consumo mais consciente é menos frequente e tem menor impacto.

O objetivo já não é conseguir uma sociedade melhor, porque consegui-lo parece uma esperança vazia, mas apenas melhorar a posição individual dentro da mesma. Vive-se numa urgência sem fim e há quem desista de pensar ou construir mundo, satisfeitos que o mundo lhes aconteça. Mas, se a grande maioria deixou de pensar o futuro, não o fez por opção, mas sim porque não possuem um horizonte. Estão vivos hoje, têm emprego e comida para os filhos, mas não sabem se o terão amanhã. A incerteza não lhes permite ver o futuro para além do imediato. (Belanciano, 2017)

Independentemente da vertente, é notória a busca por destaque e inovação, por se sentir único ainda que pertencente a um meio. Assim sendo, o cool é cada vez mais rapidamente divulgado e aderido pelas camadas mainstream da população, seguido pela sua rápida alteração e inutilização, sendo substituído por novas estéticas e estilos. Esse padrão é mais fortemente observado na geração Z, primeira geração de nativos digitais, tema de foco do subcapítulo que segue (Roale et al., 2022). Tal padrão de consumo atrelado às mídias sociais é ainda mais veloz e imprudente do que o anteriormente visto. Trata-se da ultra fast fashion, em que a sustentabilidade e o futuro do planeta pouco colocados na equação. Os indivíduos buscam um exílio da realidade conturbada em um mundo paralelo intocado pela incerteza, inflação, recessão ou guerra.

Conforme ilustrado pelo Type Trends Lookbook: The new normal de 2022, o momento acelerado em que se vive que proporciona a criação e colapso entre tendências, *collapsing trends*, um movimento de criação e desenvolvimento de tendências cada vez mais acelerado, o que faz com que elas

colapsem entre si. Existe, portanto, menor tempo para a consolidação de uma tendência antes que outra tome o seu lugar, isso dificulta sua consolidação na cultura de massa:

In the past, long-term trends had the time to consolidate in mass culture and could become significant canons for an industry. This began to end when the accelerating pace of our society declared war on all that remains static, without moving and adapting. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 50)

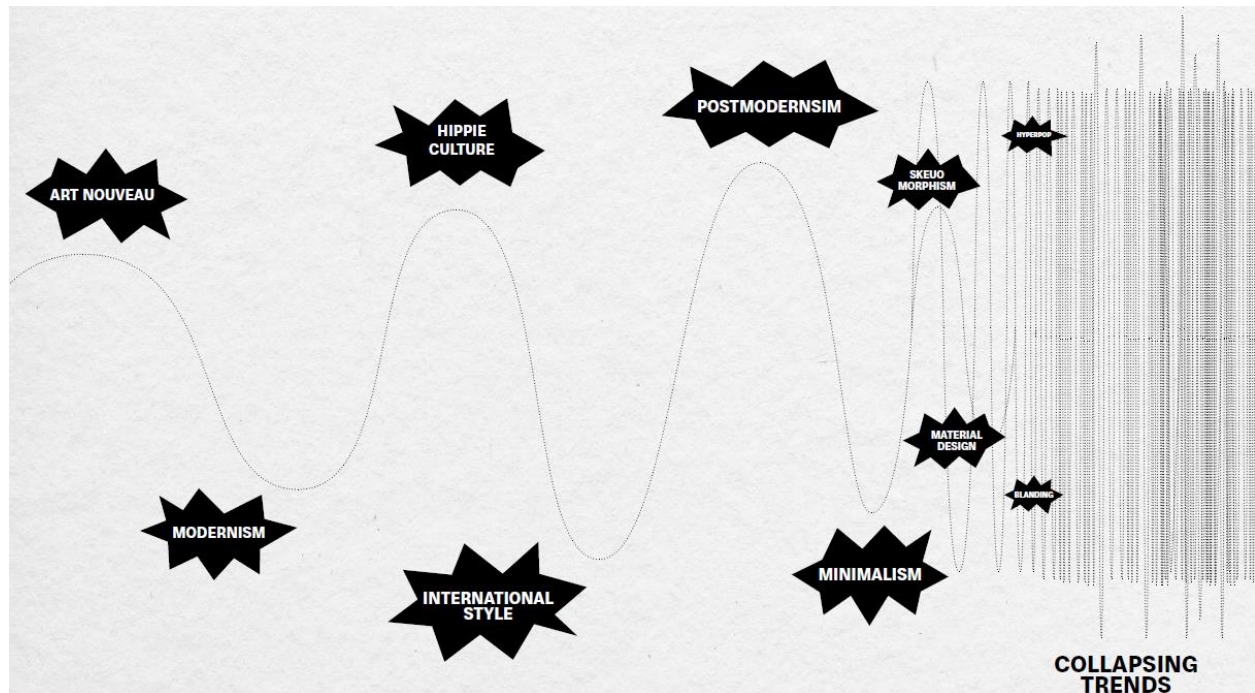


Figura 22. Type Trends Lookbook 2022. Imagem representa por meio do comprimento das ondas a frequência de tendências em relação ao tempo. Quanto mais próximo do mundo contemporâneo, maior o número de tendências, o que cria um colapso entre diferentes vertentes que se amontoam e colapsam. Fonte: (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 50) URL: <https://zetafonts.com/blog/tt2022/>.

Design solutions and good practices no longer have their own life-cycle and are collapsing onto each other, unable to keep the pace with a society that is changing at an unprecedented rate. Everything is blurred and confused. It is the end of the dichotomies that dictated the evolution and widespread adoption of design and art styles. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 50)

Fora isso, o trendbook enfatiza como os diferentes indivíduos têm papel importante na construção da cultura visual, por meio da democratização da comunicação. Aspectos como os algoritmos, a fermentação de ideias e alcance das mesmas têm capacidade de moldar a cultura, mesmo que de maneira efêmera.

Visual culture, once the domain of artists and designers, is now an open-source battlefield. Everybody produces images and is able to share powerful visual ideas through social networks. We are overloaded by thousands and thousands of images, and we are unable to process them all. The image selection we make, contributes to our personal knowledge, and shapes our way of thinking and designing. We move in this contemporary jungle of images as curators, choosing the pieces for our personal museum of the world. (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 44)

O Lookbook de 2022 teve enorme relevância para o estudo das microtendências dentro do surrealismo não apenas porque analisa o design gráfico, que tem papel de suma importância para a comunicação e cultura visual, mas porque enfoca a importância das mídias sociais como ferramenta de expressão, comunicação e consumo em massa de rapidez e impacto sem precedentes “nada pode lutar contra o tempo. Nem ideias nem crenças. E a tecnologia está colocando uma data de expiração ainda mais curta em tudo” (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 46).

Sendo assim, em meio a um mundo atordoado por uma realidade complexa e futuro assustador, é notória importância dos mundos virtuais. Todavia o uso intensivo das telas, primeiros e últimos objetos utilizados ao longo do dia, intensificaram uma epidemia de péssima qualidade de sono, o que reflete diretamente na vida desperta. Segundo os psicanalistas e locutores do Podcast Vibes em Análise, o universo onírico foi uma importante ferramenta para os mamíferos que os permitiu evoluir, dada sua capacidade de construção de cenários, soluções, consequências e saídas para situações e problemas complexos.

Dormir é o processo de se desligar do mundo externo e se conectar com o interno. Contudo, em um mundo tão conectado, existe um medo crescente da solidão, de entrar em contato com o seu próprio vazio. Parte disso pode estar diretamente relacionado à dificuldade de retrainir o investimento libidinal que se coloca no convívio e contato com o outro reforçado pelo uso intensivo das redes sociais. Portanto, é também sobre não conseguir se desconectar desses vínculos e se voltar para si mesmo, havendo uma espécie de falta de intimidade consigo mesmo. (Alves & Liedke, [s.d.])

Segundo o podcast, na insônia existe um medo de sonhar, de mergulhar no mundo dos desejos, em um reino onde tempo e lugar são desconhecidos, bizarros, desconectados, estranhos, irreais, incontroláveis, bizarros e fortemente conectado com o surreal. O universo do sonho é um universo extremamente íntimo e indomado, onde o consciente está mais anestesiado e tem menor capacidade de censurar. Em um mundo obsessivo pelo controle, andar por caminhos íntimos e incontrolados assusta.

O universo onírico tem também um caráter sagrado e até mesmo premonitório, não é incomum o emprego de frases como “durma com Deus” ou “ir de encontro com Morfeo”. Contudo, na atualidade o universo do sonho tem saído dessa perspectiva e se colado muito mais à indústria farmacêutica, que lucra com a falta de sono. A relação entre a sociedade e a droga vem se estreitando, quase como se fosse ela quem desse ouvido aos sonhos e permitisse enfim sonhar (Alves & Liedke, 2023). Essa necessidade e aumento do uso de drogas mostra, em parte, a necessidade e desejo de sonhar. Contudo, o uso intensivo das telas, primeiros e últimos objetos utilizados ao longo do dia, intensificaram a epidemia de péssima qualidade de sono e dificultam que o indivíduo se lembre dos sonhos que tivera. Em contrapartida, o dormir e sonhar é uma das últimas barreiras do capitalismo para que o indivíduo se torne ainda mais produtivo e consumista, borrando a distinção entre homens e máquinas.

Fora a crítica ao modelo capitalista e tecno-liberal, existe uma forte relação entre a falta de sonho e a falta de perspectiva, o que Bauman chama de *retrotopia*, em que se para de acreditar em utopias, a exemplo disso está o pragmatismo da geração Z (Roale et al., 2022), assombrada por um futuro que é fruto das consequências capitalistas repleto de crises sociais, humanitárias e ecológica. Fora isso, viver uma *retrotopia*¹ é também se voltar a um passado mitificado, o que em parte justifica a propensão para a nostalgia contemporânea. O podcast cita Franco Berardi, que classifica o período como um Iluminismo Obscuro, um futuro menos grandioso e brilhante do que o que no passado se vislumbrava.

Em um século marcado pelo sentimento de desilusão e incerteza, os sonhos parecem perder sua importância e lugar., enquanto isso, o futuro não parece como o que foi prometido. Parte dessa percepção de mundo é citada pelo podcast Caos Cast do Grupo Consumoteca, no episódio Licença para Desistir, os locutores comentam que a geração Millenium se deprime ao deparar-se com um futuro menos incrível do que o vislumbrado e prometido. Por fim, o podcast cita a hashtag dreamcore e traz insights interessantes. Segundo o locutor, essa estética é curiosa porque tenta retratar o universo do sonho em forma digital, como um convite a sonhar em conjunto:

É uma estética muito interessante, porque ela gira em torno de imagens muito estranhas, nostálgicas, por vezes super infantis. E ao invés de ser algo bonito, reconfortante, uma memória leve da infância, cria sempre uma sensação de desconforto. A maioria dos vídeos têm uma música lenta, uma vibração meio assustadora, meio sinistra, sabe? Que é basicamente uma forma de imitar um

¹ Retirado do resumo do livro: “Retrotopia dissecar o fenômeno atual de busca por um mundo melhor não mais no futuro a ser construído, mas em ideias e ideais do passado, como nacionalismos exacerbados e fechamento de fronteiras. assim, a nostalgia se transformou em um mecanismo de defesa nos últimos tempos. Grandes planos do passado abandonados, mas não mortos estão sendo ressuscitados e reabilitados como possíveis caminhos para um mundo melhor.” (Bauman, 2017)

sonho estranho, misterioso, cores brilhantes e em última análise até colocar um pouco de pesadelo na internet. Eu gosto de pensar o dreamcore como um convite a sonhar junto, uma tentativa meio louca de abrir a janela do inconsciente pra (sic) outras pessoas olharem ou talvez se apavorarem junto. (Alves & Liedke, [s.d.],)

O mesmo ainda acrescenta que essa estética parece surgir de uma necessidade contemporânea de estar conectada a todo momento, mesmo no âmbito íntimo do sonho, que pode partir de uma reação à falta de intimidade consigo mesmo. Disso nasce a necessidade de compartilhar dores, medos e angústias no mundo online.

Essa estética pode ser compreendida como uma manifestação de uma falta de perspectiva no futuro que se refugia, hora em um passado mitificado, hora em estéticas passageiras, uma vez que o fardo da realidade é muito avassalador para ser carregado. Uma vez tendo contato com a perspectiva dos psicanalistas do podcast, fez-se necessária a compreensão dessas estéticas que vem tomando conta das redes sociais, as -core, presentes e impactantes dentro do mundo virtual, em especial para a geração Z.

Corecore: Um mundo de aesthetics

O mundo digital composto pelo constante compartilhamento de ideias, democratização da moda, fermentação de algoritmos e constante troca, tem se tornado um espaço de Swap Culture (Zetafonts a confirmar, 2021) onde as manifestação da fast culture e do fast capitalism são amplamente explorados e monetizados.

A leitura dos parões das redes sociais foi de suma importância para o desenvolvimento deste trabalho acadêmico. Em especial, as estéticas desenvolvidas online (-cores) permitiram compreender e pontuar alguns padrões que ajudam a compreender as necessidade, valores e desejos dos agentes dentro da tendência, como foi o caso do estudo da estética dreamcore, apresentada na Primeira Parte Metodológica desta tese.

Em meio à necessidade de se sentir único e representado, a busca por novas estéticas (aesthetics) se faz presente de maneira massiva e vertiginosa em especial através da moda, que vem ganhando a partir de sua democratização, uma maior presença virtual nos últimos anos. Estéticas que surgem de infinitas fontes de inspiração e passam a inundar as redes sociais antes de serem rapidamente adotadas como forma de expressão.

Essas estéticas ganham o sufixo “core” e estão presentes em inúmeras peças visuais espalhadas pela internet geradas por usuários amadores compostas por colagens e mistura de vídeos, imagens, sons e

desenhos que unidos são capazes de evocar certas emoções conforme proposto pela estética. “In the modern internet age, the -core suffix is used to describe shared ideas of culture, genres, or aesthetics and groups them all into one set category” (Townsend, 2023). Em artigo para a revista Time, Mendes explica:

On that app (TikTok), the suffix -core is frequently used as a modifier to describe a type of aesthetic. For example, say someone is a fan of a cluttered house and a maximalist lifestyle, then they might describe their aesthetic as #Cluttercore. Maybe they’re big into frogs; they’d be into #Frogcore. One of the most popular aesthetics to take over the platform is #CottageCore, a hashtag that now has over 12 billion views. Corecore is a play on the name of the suffix itself and can best be described as a form of visual poetry that is meant to evoke certain emotions. (Mendez II, 2023)

O artigo *Explaining corecore: How TikTok’s newest trend may be a genuine Gen-Z art form* escrito por Townsend para a revista virtual Mashable traz o corecore como uma forma pura de expressão com caráter artístico, além disso, o autor salienta a presença dos memes e do humor.

"They're like meme-poems, rife with short movie clips, music, and soundbites that are often somewhat nostalgic, nihilistic, or poignant," Press-Reynolds told me through email. "When I wrote about the genre back in late November, most of the popular clips I saw were really frenetic — they were these rapid-fire 15-second montages of surreal memes (like cute cats, alpha wolf edits) with intense music (Drain Gang and other internet rap) that didn't have much of a discernible meaning beyond the pleasurable rush of recognizable audiovisual material." (Townsend, 2023)

As estéticas online funcionam como uma grande rede de compartilhamento de emoções através da cultura visual a qual conecta usuários que compartilhem mesmos sentimentos e opiniões. Essa nichificação das plataformas é também possível através da aplicação e uso de algoritmos, que permite conectar usuários com mesmos interesses e opiniões de maneira eficaz:

TikTok has warped the meaning of aesthetics. The word “aesthetic,” itself, has become a catch-all term for Gen Z, encompassing moods, feelings, and subcultures around which people can find like-minded users online. The nicheification of the platform has carved out small corners of the Internet for seemingly every special interest, mood, hobby, like, dislike, and, yes, aesthetic. (Mendez II, 2023)

Ainda que seja uma forma de expressão artística livre e democrática potencializada pela tecnologia, o maior interesse para esta tese está nas emoções e a busca por evocá-las através da arte digital trazendo novos ponto de vista (POV), críticas e desconexão com a realidade e provoca os espectadores. A falta de conexão entre imagens, a justaposição de cenários e músicas, assim como a frenética mudança de estímulos funcionam como uma representação do mundo caótico dos dias de hoje, onde o virtual e o físico se mesclam e confundem.

Perhaps most important to the trend are the feelings behind the videos. According to KnowYourMeme, “Many Corecore edits hark on sadness, depression, and loneliness ... Originally, Corecore videos used many British signifiers and harked on social change, global concerns and oversaturation of popular media,” but many of them have evolved to be by and large “nonsensical.” Some may focus on certain themes, such as the experience of being a woman in a sexist world, while others try to comment more broadly on the overwhelming, disconnected, random, oversaturated nature of being a human in the world today. (Mendez II, 2023)

A compilação de imagens permite, portanto, a representação de sentimentos e sensações uma vez que fazem o observador submergir em novos mundos e cenários através de uma espécie de poesia visual que combina com as demandas tecnológicas, uma vez que são extremamente intensas, estimulantes e experimentais, fazendo com que os indivíduos possam testar novos mundos ou criar reflexões acerca do existente.

This is what makes corecore so interesting: one's feelings that couldn't be expressed through words are instead presented through images. Whether that emotion is happiness, a fear of the future, or the excitement of falling in love, corecore edits, through the use of multimedia, speak to our common experience. (Townsend, 2023)

Contudo, a massificação das estéticas que surgem em nichos específicos a partir da tal recriação e reprodução em massa também pode ser o presságio da morte delas, assim como acontece com os sinais cool que deixam de ser cool uma vez que caem nas mãos dos grupos mainstream:

Corecore hasn't exactly hit the mainstream yet, but there's a burning question already about what happens when it does: can it avoid being yet another in an endless revolving door of fads and aesthetics that float by meaninglessly, and rather depressingly, like, well, a corecore video? (Townsend, 2023)

Contudo, algumas estéticas fogem o mundo virtual e invadem o mundo físico. Em uma constante busca pelo escapismo como forma de expressão e refúgio, é importante compreender outra estética impactante que vem crescendo nas mídias sociais: a cartonificação. Trata-se do desejo de imitar a aparência gráfica dos desenhos animados em objetos do mundo real a partir de simplificação das formas e acentuação das linhas, o que inclui a criação de roupas, acessórios e maquiagem com traços que remetem a personagens. Segundo Angus Pazoni, head of trends da empresa Death To Shock (DTS), assim como as skins estão presentes nos jogos de videogame estão migrando para o mundo físico em uma espécie de Avatarização da vida real.

De maneira geral, a Fase 01 desta pesquisa foi um importante material de contextualização das complexas relações contemporâneas. Com isso, é notável o impacto da Pandemia de Covid-19, como um Black Swan que transformou de maneira rápida e drástica, tanto o contexto quanto o cotidiano dos indivíduos, tamanha foi essa transformação que foi necessária a divisão desta análise em dois principais momentos: o *pós-pandêmico* (imediatamente após a Pandemia) e o *novo normal* (ao qual foi necessário nos adaptar, seguindo novas regras e circunstâncias impulsionadas pela mesma).

A partir dessa drástica mudança, surgiram novos medos, ansiedades e frustrações que, atrelados ao surgimento e aplicação de novas tecnologias, impulsionou novas formas de se relacionar e compartilhar, características de uma *internet culture*. Em meio a esse complexo emaranhado de emoções contemporâneas, os indivíduos parecem estar mais sujeitos ao compartilhamento do que a reclusão, demonstrando uma possível falta de intimidade consigo mesmo. Como resposta a isso, notou-se um maior compartilhamento de elementos que retratassem a mente humana, como o dreamcore, em uma tentativa de elaborar medos e anseios da psique através da partilha.

Em meio a isso, elementos surreais são comumente utilizados para retratar a falta de coerência dessa nova realidade, que muitas vezes parece assustadoramente familiar e desconhecida, e, portanto, liminar. O uso do surreal parece fazer uma ponte entre a psique, que horas quer fugir da realidade através da evasão, estéticas, experimentação e consumo exagerado; horas quer confrontá-la, através do humor, da crítica e da metáfora.

Nesse meio, notamos o uso desconexo e ilógico espaço como importante elemento de impacto visual capaz de evocar emoções controversos. Esses locais hora são pensados como uma espécie de sonho e devaneio que nos permite viajar aos paraísos da infância, onde tudo parecia mais calmo, simples e descomplicado. Contudo, também se transformam em pesadelos, através do uso de uma estranha nostalgia decadente, que revisita o trauma através dos espaços devotados à infância que foram abandonados e

deixados à mercê da decadência. Parece ser tratar de um reflexo do que a geração Z sente ter herdado: um mundo em decadência, com um futuro menos brilhante do que o vislumbrado pelas gerações anteriores.

Fase 2 – Sistematização da Informação

A Sistematização da Informação, possibilita a confirmação de hipóteses ao construir uma base sólida sobre as dinâmicas dos objetos socioculturais, permite também duas possibilidades. A primeira consiste em relacionar os registos ou inovações a tendências socioculturais previamente identificadas (ou sujeitas a **mutações**). A segunda, por sua vez, implica a observação de **novos padrões** quando a maioria dos registos não se alinha com tais tendências (MASON ET AL., 2015, p.112).

Tendo em vista que os diferentes resultados diferem em termos de natureza, de informação e de significado (Higham, 2009, Gomes et al., 2018), é importante sistematizar e articular os dados recolhidos a partir dos métodos anteriormente explicados. Sendo assim, é necessário

Ao alocar dados com sentidos e orientações semelhantes será possível confirmar hipóteses sobre a questão em estudo e construir as bases para uma análise sólida das várias dinâmicas e objetos socioculturais. Estes dados — com sentidos e orientações semelhantes — formam o que designamos por padrões. Tal como Rech, Seibel e Felipe sugerem, através dos sinais e de um largo número de dados qualitativos podemos estabelecer padrões de repetição (na cultura, comportamentos e ao nível de inovações) (Gomes et al., 2021, p. 257).

A sistematização permite criar e compreender a conexão entre registos distintos. Com isso, torna-se viável a criação de conjuntos de informações sistematizadas que evidenciam uma natureza coesa, tangível e perceptível acerca da tendência sociocultural. Ao agrupar as informações em conjuntos coerentes, torna-se possível analisá-las com base nas várias conexões implícitas e nos sentidos que elas representam.

Após essa etapa, é possível sistematizar tais conjuntos e agrupamentos, o que permite uma análise aprofundada dos significados culturais dos dados coletados. Por meio desse processo de articulação, é possível desenvolver uma arquitetura da tendência em questão. Dessa forma, estudou-se uma série de sinais que permitiram corroborar, confrontar ou acrescentar às análises apresentadas no capítulo anterior para então analisar de maneira mais profunda os dados e significados culturais observados. Para maior compreensão, dividiremos este capítulo de acordo com as áreas analisadas separando as informações que de maior relevância encontradas ao longo da pesquisa.

Vale ressaltar que o estudo do Design de Espaço é desafiador no que toca as tendências, uma vez que o tempo necessário para a materialização de projetos de design de interiores e arquitetura é por vezes mais extenso do que outras áreas do design. Dessa forma, como resposta a esse desafio, fez-se necessário estudar fontes que tivessem caráter mais efêmero, sendo a cenografia uma importante ferramenta de

análise. Estudou-se, portanto, a produção de diferentes meios de produção de cultura: moda, curta-metragem, cinema, publicidade, vídeos online e por fim, alguns espaços já desenvolvidos com características surreais dentro da arquitetura e design de interiores. Em suma, houve uma forte ênfase da cenografia, tanto a física quando virtual, assim como nos símbolos que incorporavam seu meio.

Cenografia e moda

A cenografia no mundo da moda permitiu a coleta de uma série de padrões que refletem a mentalidade da macrotendência e ajudaram a delinear as direções das tendências. Através da cenografia foi observada a criação de cenários de forte caráter surreal que permitem uma visão de mundo disruptiva e desconectada com o concreto, com o possível e o real.

Durante todo o processo, levou-se em conta a resposta criativa que as diferentes marcas do mundo da moda trouxeram para o espaço como continuidade criativa do proposto pela coleção, criando hora espaços nostálgicos (casa dos anos 1970 no set da Louis Vuitton), ilógicos (Rem Koolhaas para a Prada) e até mesmo extraterrestres (Joana Vasconcelos para a Dior). A partir dessa análise, foi possível encontrar interessantes tipos de espaço cenográfico de caráter surreal: os não lugares, a nostalgia emprestada e ilógico materializado.

a) Não lugares

O renomado arquiteto holandês Rem Koolhaas desenvolveu com seu estúdio OMA quartos abstratos para a coleção de moda masculina Outono Inverno 2021, da Prada. Todos os ambientes geométricos foram completamente forrados por materiais tácticos em diferentes cores pastel criando um caráter lúdico através das formas geométricas.

Segundo o escritório, o principal objetivo do set é provocar sensações ao espectador. A construção conectada das salas dá a ideia de uma rota infinita onde algumas tensões desnorteadoras são observadas: relação entre dentro e fora se mescla, o espaço abstrato cria um background genérico. Neste espaço, a sensação é incomoda e desnorteadora a partir da tensão dual nos diferentes elementos com efeitos opostos: superfícies duras x macias, dentro x fora, quente e frio (imagem 38).

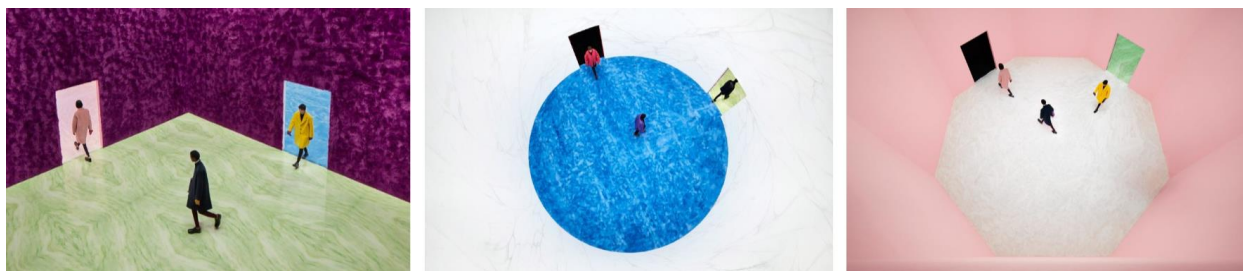


Figura 23. Parkes, J. (20 de janeiro de 2022). Rem Koolhaas and AMO create faux-fur covered geometric rooms for Prada menswear show . Dezeen. URL: <https://www.dezeen.com/2021/01/20/rem-koolhaas-amo-create-faux-fur-geometric-rooms-prada-fw21-menswear-show/#/> . Fotos retiradas do set desenvolvido por Rem Koolhaas para a Prada AW21. Nota-se a combinação colorida e geométrica de elementos hora duros, hora macios, criando não espaços duais e antagônicos.

b) Nostalgia emprestada

O fashion show Outono Inverno 2022 da Louis Vuitton, **Louis Dreamhouse**, trouxe uma imersão metafísica em um cenário repleto de elementos distorcidos em escala e contexto. Através de camas gigantes, escadas que não conectam a lugar nenhum, telhados imergindo do chão e fizeram seus expectadores imergirem em um mundo de **sonho**. Outras propõem uma espécie de viagem no tempo como é o caso do show de 2023 para a coleção masculina da marca de 2023 trouxe cenários de um quarto de uma casa suburbana, um espaço íntimo que tem como função convocar as memórias da infância, conforme imagem 39.

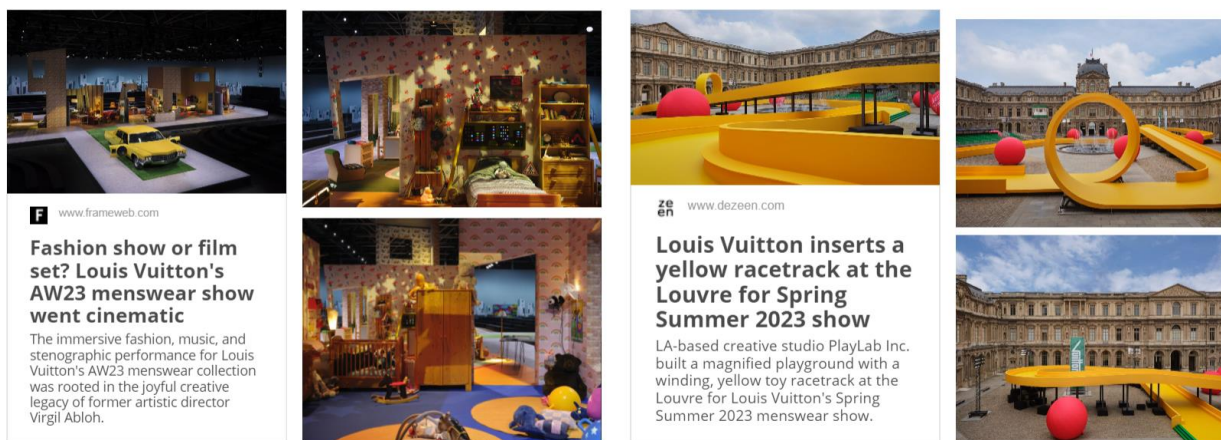


Figura 24. Parkes, J. (28 de junho de 2022). Louis Vuitton inserts yellow racetrack into Louvre courtyard for Spring Summer 2023 show. Dezeen.. URL: [https://www.dezeen.com/2022/01/25/louis-vuitton-autumn-winter-2022-show-virgil-abloh-fashion/](https://www.dezeen.com/2022/01/25/louis-vuitton-autumn-winter-2022-show-virgil-abloh-fashion/Manchetes de jornal referentes aos espaços propostos para apresentação das coleções Outono Inverno 2023 (AW23) da marca Louis Vuitton. O diferencial da marca está em seus ambientes cenográficos reproduzindo espaços nostálgicos que remetem à infância) Manchetes de jornal referentes aos espaços propostos para apresentação das coleções Outono Inverno 2023 (AW23) da marca Louis Vuitton. O diferencial da marca está em seus ambientes cenográficos reproduzindo espaços nostálgicos que remetem à infância

Ainda seguindo as apresentações das marcas de alta costura, Christian Dior contextualizou a apresentação da coleção Outono-Inverno 2023 (AW23), com uma reprodução de duas vilas floridas em um cenário de caráter fortemente cenográfico e teatral. Curiosamente, o espaço que reproduz a fachada

das vilas em um ambiente interior, com propositado caráter cenográfico e artificial, o qual inclui não apenas a casa, mas também o céu e o mar em um azul estático e antinatural, conforme imagem 40.



Figura 25. Parker. J. (15 de julho de 2022). [captura de tela]. Villa Eugénie, réplica de vilas desenvolvida como cenário para a apresentação da coleção masculina Outono Inverno 2023, da marca Christian Dior URL: <https://www.dezeen.com/2022/01/25/louis-vuitton-autumn-winter-2022-show-virgil-abloh-fashion/>

c) Ilógico materializado

Já o show final da coleção do Outono-Inverno da Louis Vuitton 2022, impactou fortemente tanto espectadores como as redes sociais através da montagem de um cenário fortemente surreal, com escada que guiavam a lugar algum, todos esses elementos desconexos causam surpresa e trazem inovação para a cenografia da marca, fora isso, fazem com que o desfile pareça uma performance teatral capaz de viralizar nas redes sociais.

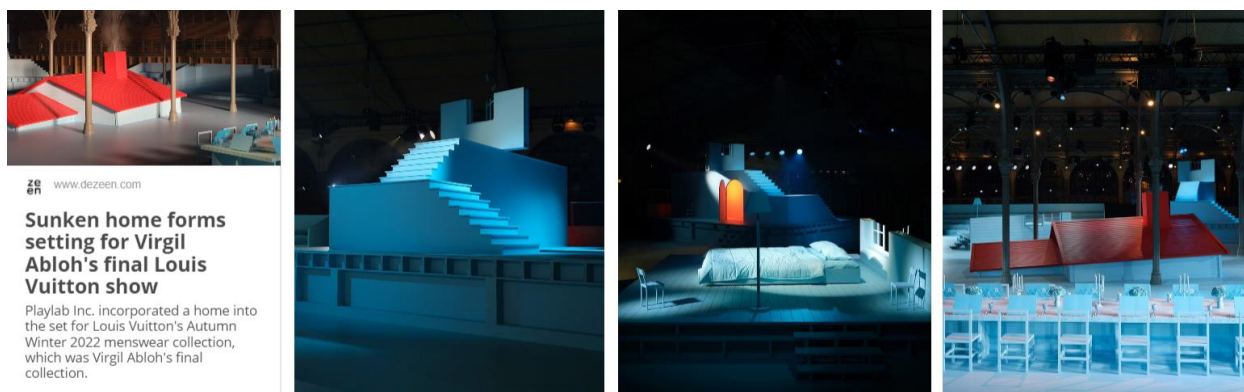


Figura 26. Parker. J. (25 de Janeiro de 2022). [Captura de tela] Deezen. Imagens que ilustram o cenário montado para o show final de Virgil Abloh para a Louis Vuitton. URL: <https://www.dezeen.com/2022/01/25/louis-vuitton-autumn-winter-2022-show-virgil-abloh-fashion/>

Moda e curta metragem

A moda tem um importante papel e relevância para a análise de tendências socioculturais, uma vez que, refletem e influenciam o meio sociocultural em que as coleções são produzidas. A moda, com principal foco nos desfiles de grandes marcas da alta-costura, com grandes aportes financeiros da indústria fashion, permite a criação de coleções que, andas que tenham caráter cíclico, materializem determinadas intenções, ideias e conceitos de maneira muito inovadora e, especialmente rápida.

Tendo em conta a relevância da moda para os Estudos de Tendência, fez-se um recorte de análise dentro do mercado da moda entre as coleções de Primavera-Verão de 2021 à Outono-Inverno 2023. Optou-se por analisar moda em conjunto com a curta-metragem neste capítulo dada a relevância de algumas produções audiovisuais desenvolvidas para as coleções que ajudam a compreender e fundamentar as propostas de design, assim como perceber possíveis padrões e sinais contidos e compartilhados entre eles.

Vale ressaltar que a agilidade de produção de coleções de moda se dá pela necessidade da indústria a sugerir respostas inovadoras referentes às estações do ano que vêm pela frente, divididas principalmente entre Primavera-Verão e Outono-Inverno. Sua rapidez e busca constante por inovação funcionam como lentes valiosas dentro do coolhunting e compreensão de Tendências Socioculturais, assim como para a criação de espaços que indiquem a direção de mentalidades de maneira experimental e efêmera através de seus desfiles e/ou produção de curta-metragem.

Dentre as marcas estudadas, estão Louis Vuitton, Iris van Herpen, Charles de Vilmorin, Christian Dior, Viktor&Rolf, Schiparelli, Pyer Moss, Franck Sorbier, Threeasfour e Zuhair Murad, conforme imagem 23. Neste processo de coleta, triou-se desfiles que trouxessem algum compromisso com temas e/ou designs que se relacionassem com o surrealismo, seja por meio de símbolos, dimensões, conceitos, jogos visuais entre outros. A partir do momento que se identificou conexão entre alguma coleção e a Tendência Surrealista Experimental, passou-se a estudar também os demais desfiles da marca dentro deste recorte temporal, na tentativa de identificar novos padrões ou mudanças de direção.

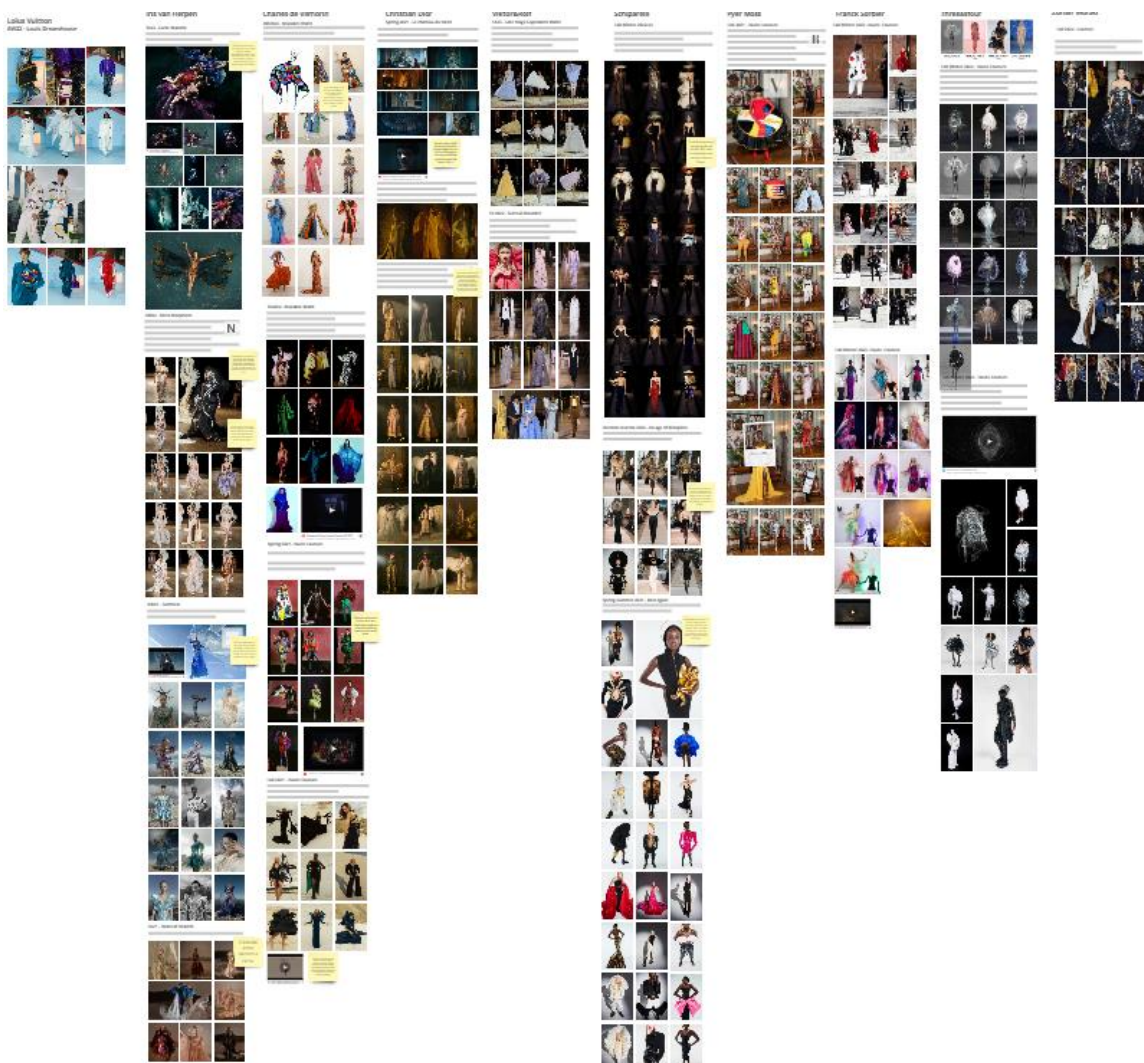


Figura 27 Imagem retirada da Evidence Wall desenvolvida na plataforma online Miro ². Nota-se mais de 375, diferentes modelos produzidos pela indústria da moda e estudados como potencial evidência de sinais em comum.

Ainda vale ressaltar, que em alguns casos, mais interessante do que os designs propostos são os storytellings por trás das coleções que se estende para o espaço que envoltório à exibição das peças. Tendo isso em vista, este capítulo se aprofundará um pouco em algumas coleções de destaque na tentativa de compreender as mentalidades das quais surgiram e se inspiraram.

a) Novas abordagens para realidades absurdas

Importantes nomes da moda marcaram o início dessa pesquisa e viralizaram nas mídias sociais. Dentre eles está Viktor&Rolf, com suas coleções Primavera Verão 2022, *Surreal Shoulder* e Primavera

² Para maior facilidade e detalhe, consultar plataforma online Miro, onde a Evidence Wall desenvolvida por esta pesquisa encontra-se disponível.

Verão 2023, *Late Stage Capitalims Waltz*. A marca propôs coleções com abordagens surreais que inundaram as passarelas com propostas exageradas e irreverentes.

A coleção *Surreal Shoulder SS22*, utilizou os volumes e tecidos para a criação visual do medo, reflexo do período em que a mesma foi desenvolvida. Para esse efeito, os ombros dos vestidos foram exageradamente ampliados, criando uma figura humanoide onde a cabeça dos modelos parecia enterrada em sinal de coerção.

A proposta da coleção era trazer o medo sobre uma perspectiva alegórica e visual do medo. Para isso, inspiraram-se no antigo clássico hollywoodiano *Drácula* o que os inspirou a subir a linha dos ombros. Fora isso, o filme também representa o medo das mudanças sociais. Em entrevista para a *Vogue* (Madsen, 2022), Rolf Snoeren afirma que:

Dracula is such a powerful symbol of the fear of change in society. In Old Hollywood movies you have the archetypal scary image of the person in the doorway. [...] it's a little bit the opposite—going out into the world again but cautiously.”



Figura 28. Seleção de alguns modelos da coleção SS22 por Viktor&Rolf. Fonte: <https://www.viktor-rolf.com/collection/haute-couture/overview>

Já a coleção Primavera Verão 2023, *Late Stage Capitalims Waltz* da marca trouxe longos vestidos de baile inspirados na alta-costura da metade do século XX, através de saias rodadas, corpos estruturados, decotes reveladores laços, bordados e ornamentos românticos e delicados. Em recorte retirado do site da marca, lê-se: “Com essa atmosfera delicada a coleção parece definir o tom para uma visão estereotipada

da Alta Costura como um sonho anacrônico de feminilidade suave”³ (Viktor&Rolf, 2023) e acrescentam mais à frente:

But dreams are deceptive. The familiar becomes strange, as the mundane transforms into the absurd and vice versa. This collection visualizes the sense of alienation the collection title refers to. A singular and narrowly defined 'fashion ideal' is presented and artistically manipulated to put itself into question. The body, while retaining the 'dessous' that sculpts its silhouette (traditionally an integrated part of the structure of a Couture dress), moves away from the garment. And the dress, while retaining its idealized shape, antagonizes, alienates and frees itself from the body in a surreal way. (Viktor&Rolf, 2023)



Figura 29. Seleção de alguns modelos da coleção SS23 por Viktor&Rolf. Fonte das imagens: <https://www.viktor-rolf.com/collection/haute-couture/overview>

A coleção é uma forte crítica ao capitalismo contemporâneo, refletindo sobre a velocidade da informação e do consumo das imagens no mundo atual. Nesse meio frenético e absurdo, as informações se mesclam, confundem e chocam:

There is a disconnect between what we see, and the physicality of the product, [...] The information that comes at us, going from making banana cake to so many people being killed in Ukraine. [...] What kind of world are we living in? It's absurd.

A ideia principal é que as modelos não vistam os vestidos, mas sim os carregue. Assim, a forma como os vestidos se comportam parece não sofrer com a força da gravidade. Tendo partes impressas em

³ Este recorte foi traduzido para o português pela autora para facilitar a compreensão quando inserido no parágrafo.

3D são estruturados nos corpos das modelos de uma maneira incomum, beirando o impossível e o surreal. Com isso, as mesmas parecem mais como parte de um programa de computação com erro de sistema, fazendo com que elas pareçam avatares que habitam uma realidade virtual.

As coleções de Viktor&Rolf trazem provocações relevantes frente ao cenário contemporâneo e cristalizam algumas mentalidades, dentre elas estão o medo e a vontade de se esconder, assim como o excesso de estímulos e informação que borram barreiras entre o real e o absurdo.

b) Identidade e barreiras

A curiosa estilista holandesa Iris Van Herpen foi um importante Norte para esta pesquisa. Famosa por combinar artesanato à tecnologia, vem impactando o mundo da moda com modelos de design sofisticado, propondo novas perspectivas da realidade através de propostas que trazem novas lentes e interpretações de mundo.

A coleção Earthrise desenvolvida para o Outono – Inverno 2021 (AW21), funcionou como um importante sinal para identificação de um padrão que visa a quebra de barreiras e hierarquias. Para esse efeito, parte das fotos da coleção foram feitas através de um ensaio fotográfico realizado no céu, enquanto as modelos eram lançadas de paraquedas, criando uma produção audiovisual impactante. O conceito por trás desse editorial está na representação de um mundo sem barreiras nacionais ou hierárquicas. Em entrevista da designer Iris Van Herpen feita para a revista Dezeen, descreve sua coleção como:

“Earthrise é uma imagem de nosso planeta sem barreiras nacionais, sem hierarquias, ou até mesmo sem lado de cima. Liberdade, aventura, exploração e audácia”.



Figura 30. Imagem retirada da coleção Earthrise da marca de alta-costura Iris Van Herpen, em que parte das fotos da coleção foi feita no céu enquanto as modelos saltavam de paraquedas, representando a busca por liberdade e quebra de barreiras. Foto retirada do site da marca, disponível em: <https://www.irisvanherpen.com/collections/roots-of-rebirth>.

Já o AW22 Meta Morphism de Iris Van Herpen explora as profundezas do corpo em realidades pós-humanas, segurando lentes através de novas perspectivas de identidades intangíveis impulsionadas por uma sociedade em constante mudança, onde corpos humanos físicos são fundidos com novas tecnologias, assumindo **as tensões entre artificial e natural**.

Enquanto isso, o leitmotiv de sua coleção anterior Roots of Rebirth (SS21) era apresentar uma nova perspectiva: entre o corpo humano e o fungo (portanto, para a própria Terra como um indivíduo coletivo). Uma perspectiva etérea e transcendental, onde os fungos não são apenas uma parte fundamental de nossos corpos humanos, mas também uma nova perspectiva de mundo em um diálogo entre o terrestre e o submundo. As últimas coleções da Iris desempenham um papel importante ao misturar corpos e identidades humanas **com tecnologias artificiais ou naturais**.

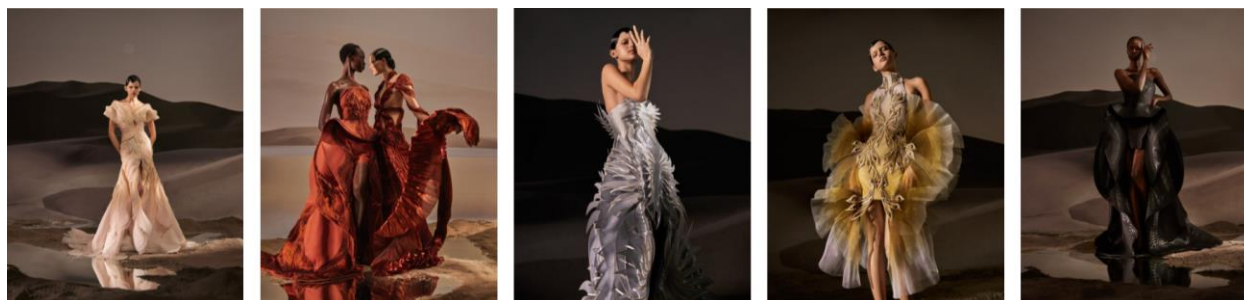


Figura 31. Herpen. I. Van (2022). [Captura de tela]. Coletânea de modelos desenhado para a coleção Meta Morphism. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-couture/iris-van-herpen/slideshow/collection#1>

A marca nova iorquina ThreeASFOUR foi outra casa de alta-costura que contribuiu para a análise do tópico identidade e barreiras. Sua curiosa coleção Outono-Inverno de 2022 (AW22) levou o conceito de no time, reflete a ideia de uma experiência transcendental, espelhando tanto tradições espirituais quanto teorias científicas atuais.

Para isso, a marca lançou uma coleção de avatares virtuais, o que permitiu uma maior exploração dos formatos dos corpos. Através desses, foi aplicada uma série de remodelações do corpo humano, reaplicando técnicas tribais de deformação estética, incluindo tatuagens, escarificação e alongamento craniano. Tais alterações conferem aos avatares uma aparência extraterrestre, em um interessante jogo de tensões entre o corpo humano conhecido e o ser desconhecido imagem 28.



Figura 32. ThreeASFOUR (2023) [captura de tela]. Coleção digital de avatares outono-inverno 2023. URL: <https://luxiders.com/threasfour-haute-couture-fall-winter-2023/>

c) Empoderamento feminino e misticismo

Em paralelo, a moda trouxe fortes indícios de questões como união feminina e misticismo. A coleção Primavera-Verão 2022 (SS22), de Iris Van Herpen levou o nome Carte Blanche e teve como proposta um hino feminino contra a opressão, em que os corpos se unem, como forma de resiliência e luta. É uma ode à contínua força resiliência das mulheres pelo mundo, com enfoque à luta das mulheres iranianas, que travaram com seus corpos batalhas contra a ideologia e autoridade.



Figura 33. Herpen. I. Van (2022) [captura de tela]. Carte Blanche. Uma das principais imagens da coleção Carte Blanche (SS22) de Iris Van Herpen. URL: Iris Van Herpen <https://www.irisvanherpen.com/collections/carte-blanche>

As imagens da coleção trazem fluidez e feminilidade, mas também força e união. As modelos posicionadas em vestidos leves que se mesclam em meio à água enfatizam a fluidez e fusão umas entre as outras em uma espécie de ser único, mesclando-se ao espaço onde pairam, como parte de um todo. As fotografias tiradas nas profundezas escuras da água também representam o denso cenário de luta do qual parecem hora emergir, hora afundar, mas sempre a resistir (figura 29).

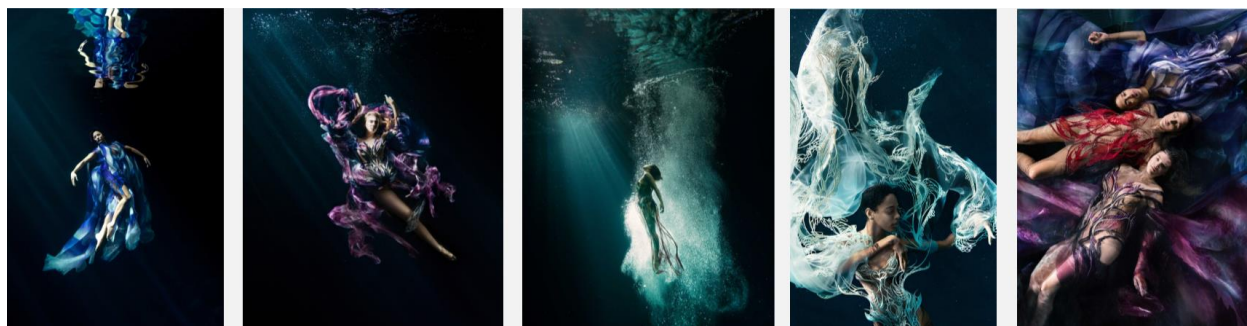


Figura 34. Herpen. I. Van (2022) [captura de tela]. Carte Blanche. Imagens retiradas do editorial da coleção SS22 de Iris Van Herpen, Carte Blanche. Fonte: <https://www.irisvanherpen.com/collections/carte-blanche>

Em conjunto à coleção, foi lançado um curta-metragem⁴, que explora através da produção audiovisual a união feminina de maneira impactante e poderosa, ainda que delicada. Segundo entrevista da estilista para a revista Número Netherlands:

In the beginning three woman are melted together into a painting of skin, textures of growth and decay. The red heart of this female ocean drifts down alone into the deep depths of her own consciousness where she dances a journey

⁴ O curta-metragem desenvolvido pela marca Iris Van Herpen pode ser encontrado através do link: <https://www.irisvanherpen.com/collections/metamorphism>

of isolation and oppression moving into resilience and invincibility. (“Iris Van Herpen Presents Her Latest Collection Film ‘Carte Blanche’”, 2023)

Vale ressaltar que para esta coleção no lugar dos tradicionais desfiles físicos de passarelas, a marca lançou o seu fashion show por meio de uma plataforma digital. Segundo a marca, uma apresentação digital por meio da combinação de fotografias de editorial e curta-metragem, permitem maior liberdade criativa e potencializa o storytelling proposto.

A marca Schiaparelli, já citada como parte fundamental do coolhunting anterior, forneceu importantes insights iniciais, trazendo elementos desconexos e provocadores, com certo teor de humor, enfatizam elementos femininos através da escala exagerada fornece caráter surreal, como foi o caso da coleção de Primavera Verão 2021 (SS21), (figura 31).

A partir dessa primeira análise, notou-se a ênfase da mulher como figura de poder místico através da ampliação e representação de elementos simbólicos em ouro. São o caso da coroa redonda da mãe que alimenta seu filho através de um seio também de ouro. A coroa redonda comumente usada para representar divindades no mundo da arte, reforça a força divina feminina. O mesmo se repete com acessórios em grandes escalas, que trazem formas de símbolos místicos como cobras e olhos que tudo veem.

Contudo, ela não a coleção não apenas reforça o caráter feminino atrelado à feminilidade, ela também aplica elementos comumente associados ao universo masculino, fazendo os mundos se mesclarem. É o caso do corpete musculoso, do contraste entre saias femininas e calças masculinas, assim como as poses das modelos incomuns para alta-costura feminina, ao exibirem orgulhosamente músculos, pernas afastadas, expressão séria e incisiva para a câmara, posturas e poses normalmente aceitas de apenas para os modelos homens (figura 31).

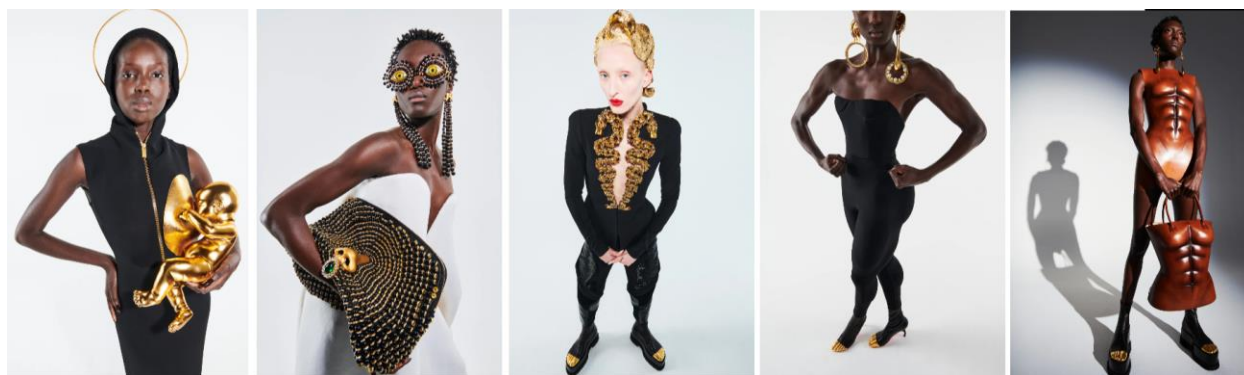


Figura 35. Schiaparelli Primavera Verão 2021 (SS21). Elementos de dimensões exageradas criando ênfase surreal. Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-couture/schiaparelli>

Já a coleção Primavera de 2022 – *An age of hope*, da marca trouxe novamente o poder feminino, dessa vez sem a mescla andrógena com o masculino. Enquanto a primeira modelo da figura 32, carrega um largo chapéu com uma cruz, o vestido parece a aprisionar e impedir seus movimentos, os demais mostram uma força transcendental das mulheres. É o caso do modelo que marca as mãos e face da modelo com raios que parecem emanar dela, do modelo imponente e dourado que parece representar o sol e, por fim, aquele que parece representar carrega elementos que a conecta com o astro Sol, (figura 32).

Em entrevista, Daniel Roseberry afirma que a coleção surgiu de um momento de esperança em que o pesadelo da pandemia parecia estar ficando para trás:

Our last Collection was conceived in a brief period of hope: It was April. Vaccines were becoming widely available. Travel was becoming a possibility once again. We could begin to imagine that our collective nightmare was behind us, or at least would soon be.



Figura 36. Schiaparelli. (2022). [captura de tela]. Modelos relevantes da coleção Ouono Inverno 2022. URL: <https://www.schiaparelli.com/en>

Assim, a marca enfatizou alguns importantes padrões, dentre eles a mescla do universo feminino à força antes atrelada ao sexo masculino, assim como a associação à símbolos místicos como fonte de poder e emancipação, em uma mescla entre o universo humano e divino.

Outro importante sinal disso foi a coleção SS21 de Christian Dior, que levou o nome *Le Château du Tarot*. Nesta coleção, a brilhante Maria Grazia Chiuri, diretora criativa da Dior, escolheu utilizar os diferentes arcanos presentes no baralho de tarot, trazendo um forte caráter místico, também associado ao universo feminino do ocultismo.

Em entrevista para a revista Vogue, a estilista conta que tentar compreender o futuro por meio das cartas vem da ansiedade de perceber que não o controlamos devido à pandemia e isolamento social “o que é interessante para mim sobre o tarot é que quando você está em um momento difícil, algo que é mágico pode nos ajudar a pensar melhor” e acrescentou “Foi um grande momento em que estivemos sozinhos. Você pensa muito mais sobre muitos aspectos de si mesmo e de sua vida. É nisso que acredito: esse ano nos mudou muito.”

Assim sendo, em conjunto com Matteo Garrone, um curta-metragem ⁵foi desenvolvido repleto de simbolismo e fantasia. Nele, a protagonista inicia sua jornada em vestes bastante femininas e delicadas, adentrando um castelo que também é um labirinto, representando uma viagem interior em busca de conhecimento (Mower, 2021). Durante essa experiência, a mesma encontra diversas figuras, cada uma delas representando os arcanos maiores do tradicional baralho de tarot: a Lua, a Temperança, a Sacerdotisa, o Enforcado, a Justiça e, por fim, o Diabo, conforme figura 33.



Figura 37. Dior (2021). [captura de tela vídeo]. Chateau du Tarot. Representação das cartas de tarot A Lua, o Diabo e o Louco presentes no curta-metragem. Imagem reprodução de: https://www.imdb.com/title/tt13921060/mediaviewer/rm1029035777/?ref_=tt_md_1

Após o encontro com cada uma das figuras, a personagem muda de figurino, transitando de vestidos e cortes de cabelo femininos aos de caráter masculino até por fim fundir-se em uma só figura que contempla ambos. Segundo Maria, é o destino que influencia essa combinação e derrete os dois sexos em

⁵ Curta-Metragem desenvolvido para a coleção de Primavera 2021 de Christian Dior, Le château du tarot está disponível em: <https://youtu.be/2gZMVFRzD9M>

um só, mesclando as identidades masculina e feminina em uma só. O espaço cenográfico representado pelo curta-metragem funciona como um invólucro físico para os obstáculos e labirintos da mente, enfatizando a metáfora da metamorfose trazida no trajeto da personagem pelo espaço. Conforme as diferentes divisões são exploradas e as figuras do baralho de tarot são enfrentadas, a personagem se transforma.

O curta não apenas retoma a força mística associada ao ocultismo feminino por meio dos símbolos do tarot, mas também apresenta uma metamorfose de identidades que borra as barreiras binárias pré-estabelecidas, sendo a experimentação exploratória a chave para se conectar com sua verdadeira essência (imagem 34).



Figura 38. Dior (2021). [captura de tela vídeo]. Chateau du Tarot. Protagonista do curta-metragem inicia sua jornada com um arquétipo feminino carregando uma grande chave de acesso ao chatêau, que representa seu eu interior. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2>

Símbolos místicos trazidos à vida por meio da moda não foi uma exclusividade apenas da marca Christian Dior, sendo observada em outros estilistas dentro do recorte temporal desta tese. Dentre eles, destaca-se Zuhair Murad e sua coleção de Outono 2021, que traz uma série símbolos místicos associados ao feminino em suas peças.



Figura 39. Seleção de alguns modelos relevantes apresentados pela coleção Outono 2021 de Zuhair Murad. Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-couture/zuhair-murad>

Na coleção, é notável a busca por uma representação feminina e poderosa não apenas por meio de modelos que valorizam as curvas femininas, mas através de inúmeros símbolos. Dentre eles os símbolos do zodíaco (representados pelos símbolos dos 12 signos e adornos com astros e estrelas), do tarot (representado pelas cartas do baralho), de olhos femininos (representando as visões de futuro e sabedoria proveniente do terceiro olho, presentes nas mulheres e bruxas), elementos cardinais (como a dualidade entre o Sol, representante clássico do masculino e a Lua, representante do feminino), frascos de poções (representando as bruxas e curandeiras), cobras (representam vigor e saúde, mas também Eva, primeira mulher a existir segundo a Bíblia). Também se lê: “leitura da sorte”, “fé”, “destino” e “amor” trazem uma narrativa mística, oculta, poderosa e, acima de tudo, muito atrelada ao feminino.



Figura 40. Ampliação de algumas peças selecionadas da coleção, onde se nota melhor os símbolos místicos aplicados. Fonte <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-couture/zuhair-murad>

Curiosamente, a combinação da moda e dos curtas-metragens também nos fornece outros interessantes insights: O medo do futuro incontrollável, em uma tentativa de hora prevê-lo, hora influenciá-lo; Reflete a busca por uma conexão superior por meio da aplicação de símbolos esotéricos e ocultistas. Por fim, e mais importante, nota-se a busca por uma construção de narrativa associada ao feminino da qual a retomada de símbolos femininos denuncia uma força mística e ancestral comum a todas. É o resgate desse poder místico que convoca, dá forças e guia suas integrantes à luta para um mundo mais justo. Nesse movimento revolucionário, parece haver uma união com aquelas mulheres ancestrais as quais também tiveram de lutar e abrir caminho contra a opressão, violência e o machismo.

De maneira geral, a moda foi um importante farol para a compreensão de algumas mentalidades, medos e receios contemporâneos expressos através da arte. Nesse meio, as redes sociais também têm um grande impacto na democratização e divulgação da moda, a inovação trazida por meio das casas de alta

costura também visa a viralização, principalmente no TikTok e no Instagram, atingindo o mainstream da sociedade.

Quando finalmente a tendência chegue na camada mainstream da população, um novo conceito já foi aderido, criando novos sonhos de consumo e símbolos de status social. No entanto, estas novas narrativas e estéticas não são apenas criadas por grandes marcas de alta-costura, mas também por utilizadores das redes sociais e influenciadores, desempenhando um irónico papel inverso, onde o mainstream também influencia os runaways, os supostos formadores de opinião.

As tendências e a estética online (-Corecore⁶) também são importantes para a compreensão desse processo inverso. O sufixo -core é usado para descrever um grupo de símbolos adotados que combinados criam uma nova narrativa visual, uma estética: Cottagecore, Barbiecore, Mermaidcore, Golbincore, Europecore (figura x) e por assim em diante. Essa enorme gama de nomes e definições também é reflexo da criação de conteúdos pensado de forma que possa ser facilmente pesquisado e encontrado na web, em especial dentro do relevantes para os algoritmos de engajamento das mídias sociais.



Figura 41. Da esquerda para a direita nota-se compilado de elementos que quando combinados criam os seguintes core: Mermaidcore, Cottagecore, Europecore, Barbiecore e Gobincore.

Embora a maioria dessas estéticas online não tenha uma mentalidade estruturada que as embase, partindo de um princípio estereotipado e fantástico de cada uma dessas estéticas, acaba levando a uma adoção mais rápida, mas também a um descarte com mesma velocidade desses elementos. Estas estéticas funcionam como uma fonte interessante de inovação, criação e democratização, mas também leva ao consumo de moda e à obsolescência, a ultra fast-fashion. Enquanto por um lado evidenciam uma sociedade mais aberta à experimentação em constante busca pelo novo, também mostram a busca por escapes fantásticos e místicos, para longe das vidas cotidianas.

⁶ Tema introduzido no subcapítulo da Fase 1 - Um mundo de aesthetics: Corecore.

Cinema

Da mesma forma que os cenários cinematográficos invadiram os espaços antes de maior caráter teatral, também invadiram o cinema, destacando dois principais lançamentos: Asteroid City e Barbie, carregam o gosto pelo nostálgico, infantil e propositalmente artificial, beirando em alguns momentos o absurdismo por meio de uma realidade caricata. Nota-se portanto, que os ambientes mais expressivos e menos naturais, característico do teatro, têm invadido as telas de cinema, tradicionalmente conectadas a uma maior naturalidade, parecem ganhar um gosto pelo artificial, por meio de alegorias e tom lúdico. Dentro de uma primeira análise sobre os cinemas, notou-se que cerca de 100% dos títulos com maiores bilheterias entre os anos de 2021 e 2022, fazia parte do gênero ficção e/ou fantasia. Ainda que o recorte desta se limite à primeira metade do ano de 2023, é possível também avaliar as maiores bilheterias até o dia 22 de Agosto de 2023.

Maiores bilheterias 2021



Maiores bilheterias 2022



Maiores bilheterias 2023 até Agosto



Figura 42. Compilação das maiores bilheterias internacionais entre os anos de 2021 e Agosto de 2023. Fonte: Reprodução internet.

Além desse fator, notou-se em parte a continuação de sequências anteriores que já apresentam uma fórmula eficaz. Contudo, dentro dessa disposição para continuções, notou-se o ressurgimento de filmes com aspecto nostálgico, alguns dos quais incluíram até mesmo os atores originais. Dentre eles, estão Top Gun, filme original de 1986, e Jurassic World: Dominion, sequência do original Jurassic Park lançado em 1993; Missão Impossível Dead Reckoning Part One da sequência iniciada em 1996; 007 no

Time to Die, do clássico de 1962, e Velozes e Furiosos 9 e 10, original de 2001. O filme Indiana Jones e o Chamado do Destino, lançado em 2023 também traz Harrison Ford, protagonista original do filme de 1981.

A maioria dos filmes citados não apenas dá continuidade às tramas originais, mas também trazem os atores originais de alguns personagens, ainda que envelhecidos pela ação do tempo. Essa estratégia, especialmente aplicada aos queridinhos de Hollywood, como Jurassic Park e Indiana Jones, quando retomada após um hiato de décadas torna a experiência mais nostálgica e impactante, o que permite conectar emocionalmente o público ao filme. Os personagens revisitam espaços e/ou situações invocando memórias dos próprios telespectadores.

Os live actions, produção visual que conta com a substituição ou adaptação dos originais personagens animados por atores reais, também vêm ganhando protagonismo nas telas nos últimos anos como estratégia de monetização através da nostalgia, dentre eles estão os nostálgicos Cruella, A Pequena Sereia e o aguardado filme Barbie. Dado seu hype cultural, daremos um pouco mais de foco a este último.

O live action da icônica boneca da Matel, traz a história da boneca com cenário brilhantemente desenhado por Kate Spence e Sarah Greenwood, levando a artificialidade propositada para as telas de cinema através de cenários imersos em tons de cor de rosa, piscinas sem água, céus radiantemente azuis, areia rosa, copos sem conteúdo, geladeiras com produtos pintados em 2D. Em paralelo, reviver em tela alguns dos brinquedos e espaços icônicos da marca, as cenógrafas trouxeram um misto surrealismo, infância e nostalgia. O mesmo observado no maior sucesso de bilheteria até o momento do ano de 2023: Super Mário Bros.



Figura 43. Greenwod, S. (2023). Barbie [captura de tela]. Warner Bros. Compilação de imagens retiradas do set de filmagem do sucesso mundial Barbie pr Sarah Greenwood e Katie Spencer.

Para além da estética milimetricamente pensada, a história conta com a tensão entre mundos, entre o real e o idealizado. Enquanto Barbie mora em Barbieland dentro de sua Dreamhouse (Casa dos Sonhos) existe um mundo para além dele, algo próximo da nossa realidade.

Contudo, para acessá-lo, a protagonista deve passar novamente por um processo de transição e laminariedade para se locomover de um para o outro, entre o mundo dos sonhos e a realidade. Para a passagem entre os diferentes mundos o filme apresenta um trajeto lúdico onde os personagens passam por uma série de cenários inusitados, devendo pegar uma série de diferentes meios de transporte para enfim acessar o “mundo real”, conforme figura 44.

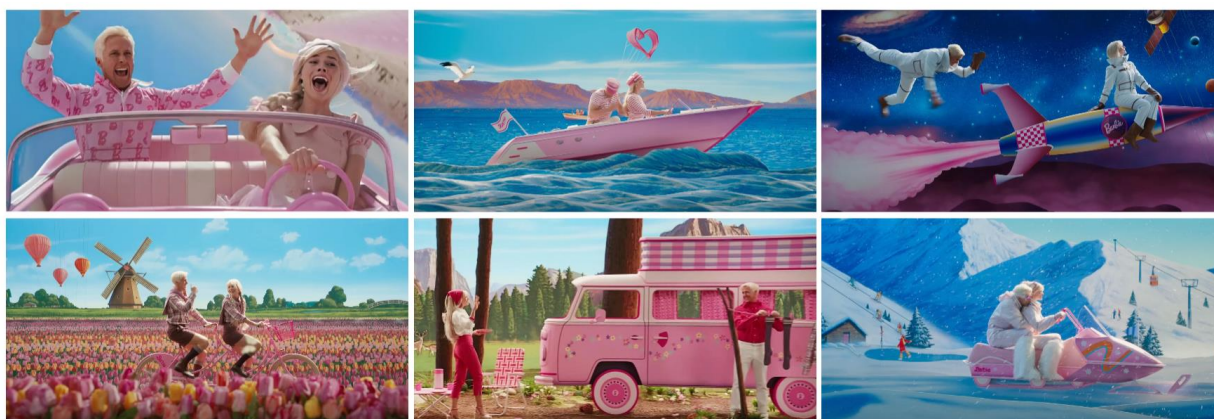


Figura 44. Compilação dos diferentes modais que os protagonistas devem utilizar para deixar Barbieland e acessar o mundo real. Recortes do filme, reprodução da internet.

Barbie foi um imenso sucesso de bilheteria, recriando uma narrativa mais contemporânea para a problemática boneca criada nos anos 1950, que reforça estereótipos inalcançáveis de beleza e perfeição. Barbie inundou a internet com o BarbieCore, influenciando de maneira astronômica as diferentes indústrias: mundo da moda, alimentação, turismo e bens de consumo no geral, através da estética da boneca e suas cores icônicas. Em paralelo, o filme Asteroid City trouxe a estética característica de Wes Anderson, que apesar de não ser novato no cinema, teve seu nome e estética característica projetados a novos patamares por meio da viralização do Mundo de Wes Anderson (Wes World) nas redes sociais.

O diretor de icônicos filmes como The Grand Budapest Hotel, Fantastic Mr. Fox e French Dispatch, têm como características principais a nostalgia, simetria, emprego de determinada paleta de cores, em especial os tons pastéis. Essa combinação traz um ponto de vista teatral, lúdico e até mesmo infantil para os seus filmes. Ao retratar um determinado período histórico, sem tanto apego pelas

reproduções fidedignas cinematográficas, Anderson traz um olhar teatral para as telas, imagem 45.



Figura 45. Anderson, W (produtor). (2023). Asteroid City. [captura de tela trailer]. Indian Paintbrush, Focus Features, American Empirical Pictures, Universal Films Recorte de algumas cenas do trailer lançado para o filme Asteroid City. Nota-se o emprego de uma estética homogênea durante todos os takes indo da simetria aos tons artificiais replicados.

Contudo, a estética tão própria de Wes Anderson, uma vez viralizada e massificada na internet e nas Mídias Sociais, deu lugar a reprodução e cópia de seu estilo único, através de milhões de vídeos curtos inseridos como parte de seu universo. A trend viral deu espaço a recriação da estética de Wes Anderson roteirizada e dirigida por amadores através do globo em diferentes contextos como uma forma de tributo, mas também de busca por engajamento (imagem 46).

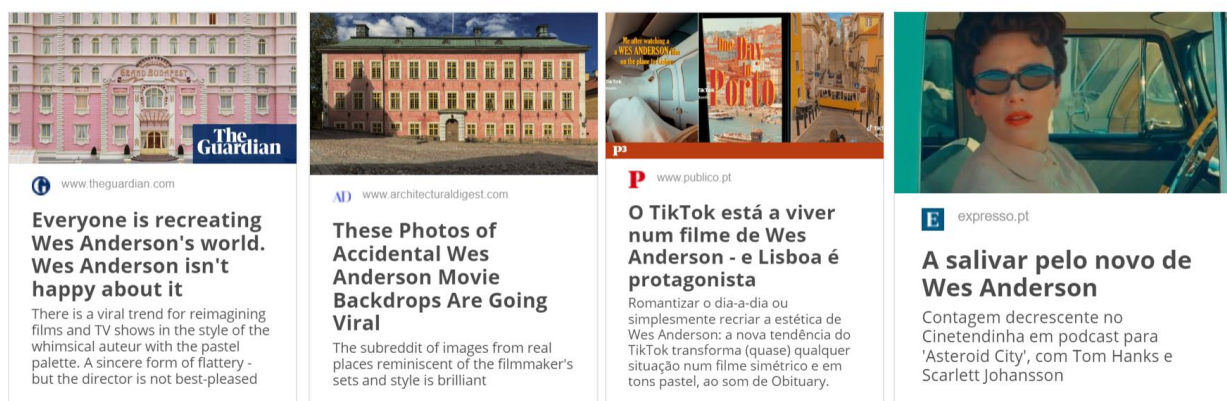


Figura 46. Recorte de notícias de diferentes jornais a respeito da viralização e da expectativa pelo novo filme de Wes Anderson.

Durante o processo de criação desses vídeos, notou-se a busca por espaços que trouxessem características clássicas do cineasta em uma repetição de sua estética onde os indivíduos, de alguma forma se tornavam tanto espectadores quanto produtores através da adoção de determinadas características espaciais como: simetria forçada, paleta de cores, objetos geométricos e gestos expressivos de caráter teatral.

Talvez essa fonte de inspiração demonstre seu potencial atrativo, inspirador e potencial de crescimento como objeto cultural inicialmente cool. Contudo, uma vez reproduzido, estereotipado e

massificado, acaba por perder gradualmente esse caráter, migrando do nicho cultural onde anteriormente se inseria, para o mainstream.

Vídeos online

Em paralelo à produção cinematográfica, também é importante avaliar a importância dos vídeos criados para conteúdo das redes sociais. A combinação entre um imaginário coletivo compartilhado nas redes, em conjunto com os avanços tecnológicos podem ser uma forte fonte de inspiração que, quando combinados, podem também fermentar novas formas de arte, dentre elas a do storytelling. Segundo o artigo escrito por Michel Dobouski para a ABC News “*The Backrooms: Horror storytelling goes online*”, existe um gênero emergente de narrativas online de storytelling colaborativos em que inúmeras pessoas contribuem para a criação da história aproveitando a interação das pessoas e das plataformas digitais para criar novas narrativas em conjunto.

The Backrooms é um dos vídeos mais populares do gênero, criado pelo diretor e artista de VFX (criadores de imagens realistas geradas digitalmente) Kane Parsosns (conhecido digitalmente por Kane Pixels), que conta com mais de 49 milhões de visualizações no YouTube. O vídeo que pode ser encontrado no link: <https://www.youtube.com/watch?v=H4dGpz6cnHo> se passa teoricamente em 23 de Setembro de 1996, apesar de ter sido produzido em 2022, e conta a angustiante história de um jovem que acidentalmente em um complexo edifício de caráter fortemente genérico, liminar e repetitivo, onde tenta sem sucesso encontrar uma saída ou explicação para onde está.

Samantha Culp, escritora e filmmaker entrevistada pelo artigo, descreve o ambiente como "Talvez seja um porão, talvez um corredor de escritórios... É um ângulo estranhando, e é extremamente assustador e incômodo em um primeiro momento.” E ainda completa associando esse sentimento aos espaços liminares: “Este é um espaço normal, que de alguma forma agora é estranho por não estar exercendo sua função usual” (Dobuski, 2022).



Figura 47. Parsons. K (Produtor). (2022, 7 de Janeiro). The Backrooms [Video]. Kane Pixels. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=H4dGpz6cnHo>.

Frases como “isto não é real” reforçam o pesadelo em que o personagem, e o espectador, se encontram. Acompanhar o vídeo é como assistir a um filme de terror onde a mente fica alerta na tentativa de prever, sem muito sucesso, qual o próximo espaço será desvendado. Ainda que os espaços sejam de certa forma familiares, a falta de lógica coerente faz com que o indivíduo se sinta perdido e sem referências em um ambiente em que é o único ser vivo:

Se você já esteve na sua escola secundária após o horário, como depois de um jogo esportivo ou algo assim, e está vazio, há meio que um sentido muito estranho. Muitos desses escritores - jovens criadores, escritores e artistas que estão envolvidos com espaços liminares e os The Backrooms falam sobre isso como sendo uma experiência formadora de... limiaridade. (Dobuski, 2022)

A combinação de estranhos sons e chiados cria uma atmosfera aterrorizante e angustiante, principalmente pelo caráter mental, em especial por ambientes tão familiares proporcionarem um choque e deslocamento tão fortes no telespectador. Ainda que todo o contexto e cenário sejam estranhos, o esvaziamento desses lugares e a falta de lógica causam arrepios e tensão. Segundo Culp, esse vídeo foi importante para impulsionar essa estética de maneira a inspirar outros artistas:

Essa imagem original desencadeou uma história original [...] que de certa forma evocou quase todo um universo de inspiração para pessoas envolvidas em, sabe, escrita, cinema, arte, criação de jogos de vídeo, ilustração, até mesmo música e paisagens sonoras (Dobuski, 2022).

E as narrativas não param no trabalho de Parsons, sendo estendido por inúmeros artistas. Entre eles, destaca-se o escritor e poeta David Jones, autor do bestseller “Love and Space Dust” e do livro “Tales”, recém-publicado. Nas redes sociais (@storydj.tales), vídeos publicados pelo autor trazem suas narrativas bem escritas comunicados por meio de uma doce voz feminina, que explica aos seguidores como acessar esses mundos mágicos, ilustrados por imagens geradas por inteligência artificial.

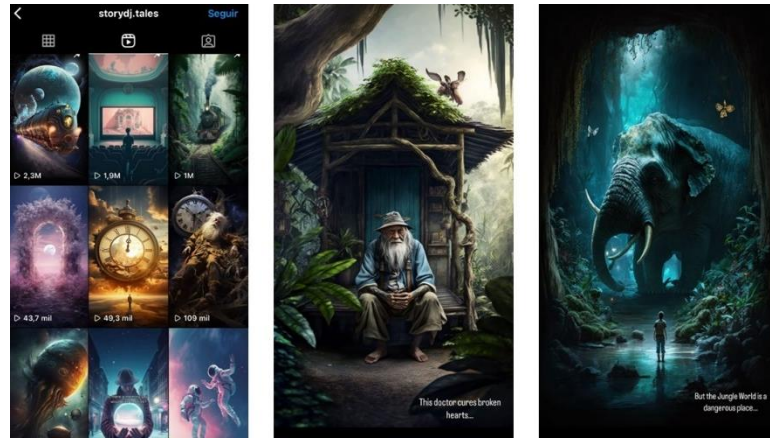


Figura 48. Jones, D (2023). @davidjones [captura de tela]. Imagem retirada do perfil de Instagram do autor David Jones (@storydj.tales) ilustrando parte do universo criado pelo mesmo. URL: <https://www.instagram.com/storydj.tales/>.

Cada um dos mundos tem suas próprias regras e lógicas que, se corretamente seguidas, podem proporcionar experiências impossíveis atendendo aos mais improváveis desejos e curiosidades humanas: curar corações partidos, encontrar sua alma gêmea, falar com pessoas falecidas, assistir suas vidas passadas, reviver memórias felizes, assistir futuras vidas, entre outros. Contudo, os contos têm um forte caráter de convite e de alerta que também adicionam certa realidade e balanço aos mundos ideais, migrando de imagens extremamente belas e reconfortantes para frias e assustadoras que refletem as consequências de não respeitar as regras daqueles mundos.

Trata-se de mundos extremamente duais, reflexo do nosso mundo, entre sonho e pesadelo, podendo hora provar das mais incríveis experiências, hora cair nos maiores desesperos, “Não olhe os rostos”, “não olhe para os lados”, “não passe muito tempo lá”, “não peça ajuda” são alguns dos assustadores alertas que a locutora faz. Assim, para que cada uma dessas experiências possa ser vivida, um preço deve ser pago. Contudo, caso o visitante não respeite as regras do mundo ou esqueça-se de seguir os conselhos da voz, terríveis consequências podem ser enfrentadas, como o aprisionamento eterno, apagamento de memória, perda de identidade entre outros.

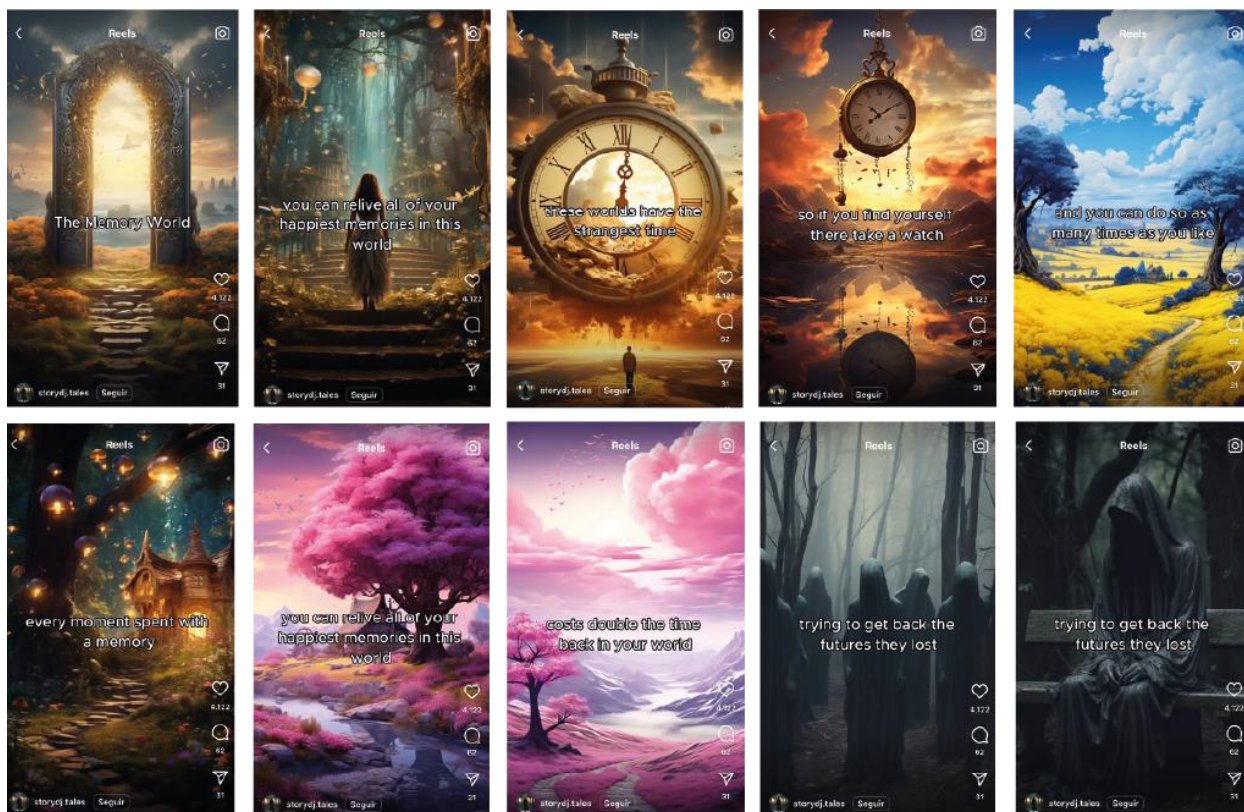


Figura 49. Jones. D (2 de Julho de 2023). @storydj [captura de tela]. Recorte de um vídeo Instagram @storydj.tales, que ilustra um dos mundos desse universo. Nela é possível notar a transformação das cores das imagens que passam de um lindo paraíso onírico a uma espécie de pesadelo infernal. URL: <https://www.instagram.com/storydj.tales/> <https://www.instagram.com/storydj.tales/>

A potência dessa arte também está na imersão por meio de uma espécie de teste mental entre os desejos e medos, fazendo com que os espectadores provêm de uma sensação doce, mas amarga. Assistir a esses vídeos é entrar em um estado de tensão, sabendo que hora o sonho pode virar pesadelo, mudando drasticamente o tom das imagens. Assim, da mesma forma que o autor exalta os maiores desejos humanos: conhecimento, amor, memórias entre outros, também força a enfrentar os maiores medos e pesadelos: esquecimento, perda, falta de identidade entre outros, em um jogo mental assustador, mas curioso. Vale ressaltar que nem todos os mundos são deliberadamente acessados, podendo o indivíduo adentrar acidentalmente por meio de ações comuns, como entrar em um trem ou abrir uma porta, dando espaço para novos medos e paranoias frente ao desconhecido e à possibilidade.



Figura 50. Jones, D (15 de maio de 2023). @storydj [captura de tela]. Recorte de um vídeo Instagram @storydj.tales, que ilustra um dos mundos desse universo. Nela é possível notar a transformação das cores das imagens que passam de um lindo paraíso onírico a um pesadelo.

A base e potência das histórias também está na laminariedade, sendo que para acessar esses mundos maravilhosos, o indivíduo deve passar por um processo de separação de seu mundo original, tomando diferentes transportes (trens, elevadores, barcos, trilhas...) que permitem acessar locais estranhamente conhecidos, mas também desconhecidos (mercados onde se pode comprar memórias, cinemas onde se pode assistir vidas passadas, estações onde os trens saem para outros mundos...).

A Warning.

I need to warn you about this world! We hear stories and rumours about it on the train. You might find yourself here if you stare into the mirror for too long between 2:41 am and 2:54 am.

This world is dangerous because it resembles our own almost completely, but for one difference. There are no mirrors and you will never see your own reflection, not even in glass or water.

You can go about your life as normal and you will meet all your family and friends. They might seem the same, but none of them will ever meet your eye. Ask them about shared memories and they'll quickly change the subject.

These people are just lost reflections from other mirrors. They'll trick you into staying long enough for the real inhabitants to get close.

The denizens of this world only appear as reflections, so you'll never know that you're being followed. By the time you sense their presence, it's already too late.

These entities want to learn everything about you so that they can mimic you and take your place in the real world. The copy will be so accurate that even your family won't be able to tell the difference.

After that, they don't need you anymore and you will have nothing left of yourself. If you're lucky, they might leave you alive in the mirrorless world, but not everyone is lucky.

Please stay vigilant, ok?



Figura 51. Smith, J. (2023). Tales. Editora Independently published. Pré visualização disponibilizada pela Amazon, disponível em <https://www.amazon.com/dp/B0C1JK6MK2?asin=B0C1JK6MK2&revisionId=&format=4&depth=1>

Essa forma de comunicação é trazida em conjunto com inúmeras imagens digitais que ilustram novas possibilidades de mundos surreais que embalam os usuários em uma estética fascinante criada por inteligência artificial. Vale ressaltar que, sem o advento da tecnologia permitindo a criação de espaços virtuais tão complexos de maneira tão rápida, seria muito mais difícil criar tamanho impacto e imersão por meio de uma arte virtual. Tamanho foi o sucesso online que o autor publicou recentemente o livro “Tales” pela Amazon, mesclando o terror e a fantasia.

Arquitetura e design de interiores

Em paralelo, a arquitetura e design de interiores, em especial das lojas pop up têm se mostrado um interessante espaço de exploração do design na tentativa de atrair consumidores não apenas pelo produto oferecido, mas também pela experiência que o ambiente proporciona. Neste coolhunting, notou-se duas principais situações que serão brevemente expostas.

Na primeira situação, as lojas ganham um ar retro estereotipado, na tentativa de recriar um ambiente quase caricato de um período histórico, é o caso da marca Superette, conhecida por vender maconha, atraindo clientes por seu ar lúdico e retro. Ali os visitantes entram em uma espécie de mercado falso, com produtos falsos, como uma grande casa de bonecas imersa em uma nostalgia emprestada.

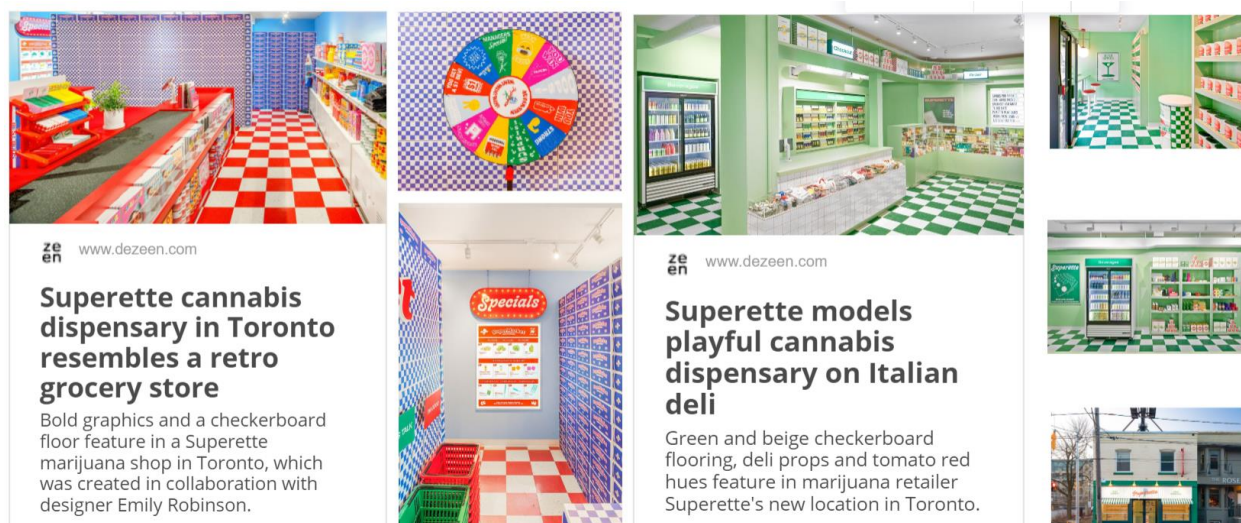


Figura 52. Expositores que mesclam o nostálgico e o contemporâneo apresentados pela Superetti para lojas de canábis legal. Mescla entre o idealizado e o lúdico criam um novo universo em cada uma das lojas.

Já no segundo grupo observado, vai para além do design obvio e caricato. O projeto de interiores das lojas não condiz em nada com a função exercida pela mesma. É o caso da joalheria Saint of Athens,

desenhada para imergir os clientes em uma luxuosa piscina dos anos 1960. As peças são exibidas em um interior frio que remete aos espaços de uma piscina, uma disrupção total do que se é esperado de uma marca luxuosa de joalheria. Segundo o fundador da joalheira Nikos Paleologos, em entrevista para a revista Dezeen, afirma que o design surgiu da busca por uma representação opulenta e vibrante da marca de maneira não convencional. Decidiram, portanto, criar algo surreal com um toque de verão (imagem 53).

A marca Jacquemus também optou por uma abordagem surrealista e descontextualizada para uma de suas pop-ups em Londres. Ali suas luxuosas bolsas são vendidas no que parece ser o interior de um vestiário. O espaço conta também com uma vending machine de bolsas luxuosas e provadores que remetem à piscinas (imagem 53).

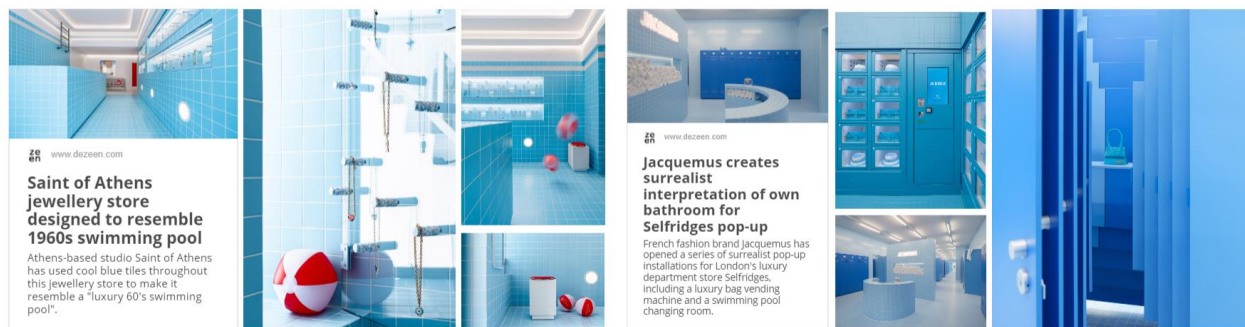


Figura 53. Exemplos de descontextualização dentro da arquitetura de interiores, onde os espaços parecem não ser desenhados de acordo com a função que irão desempenhar. Fonte: Dezeen.com

Curiosamente, ambos os designs trazem ambientes extremamente genéricos que trazem um forte toque de nostalgia, uma vez que as piscinas estão associadas aos nostálgicos verões atrelados ao tradicional American Dream.

Tanto piscinas quanto vestiários são ambientes de natureza fria e causam estranheza nas propostas observadas, indo para além do ilógico, mas beiram o incômodo. Primeiramente, as piscinas são espaços pensados para comportar muitos indivíduos ao mesmo tempo e frequentar eles individualmente, como é muito comum dentro de lojas de luxo, pode trazer uma sensação incômoda aos usuários com a falta da familiaridade humana.

Enquanto isso, os vestiários são normalmente pensados e usados mais como ambientes de passagem do que de permanecimento. São espaços onde o senso de individualidade é mais fraco, uma vez que é requerido que os indivíduos se descolem de seus pertences, ou seja, parte de si, para que se vistam de maneira apropriada para frequentar o ambiente. Trata-se de um processo de laminariedade, e reintegração com o meio. Contudo, esse convite a frequentar espaços de laminariedade, vai para além da

curiosa falta de contexto, a experiência causa incômodo e desconforto por trazer a sensação entre mundos, reforçada pela solidão da individualidade. É convidar os visitantes a experienciarem brevemente uma interpretação de limbo entre o conhecido e o desconhecido, o natural e o antinatural, uma experiência física dos virtuais backrooms trazidos no tópico anterior.

Principais padrões observados

A partir da leitura e sistematização dos muitos padrões identificados, foi possível fazer uma análise mais detalhada a fim de compreender quais os principais nichos e padrões compartilhados comuns entre sinais. Para isso, como recomendado por Gomes 2021, foi feita uma lista

Tendo isso em mente, foi possível criar três principais grupos conforme imagem 54, que foram fundamentais por funcionarem como guias para a definição das microtendências que os seguiram. Entre eles estão: a Fluidez de Identidade, o Misticismo Feminino e Camadas da Realidade. Vale ressaltar que os nichos de padrões não estão isolados, mas sim conectados, influenciando trocando visões de mundo, característica da Culture Swap, trazido pelo relatório de tendências da Zetafonts apresentada no capítulo Internet Culture desta tese.

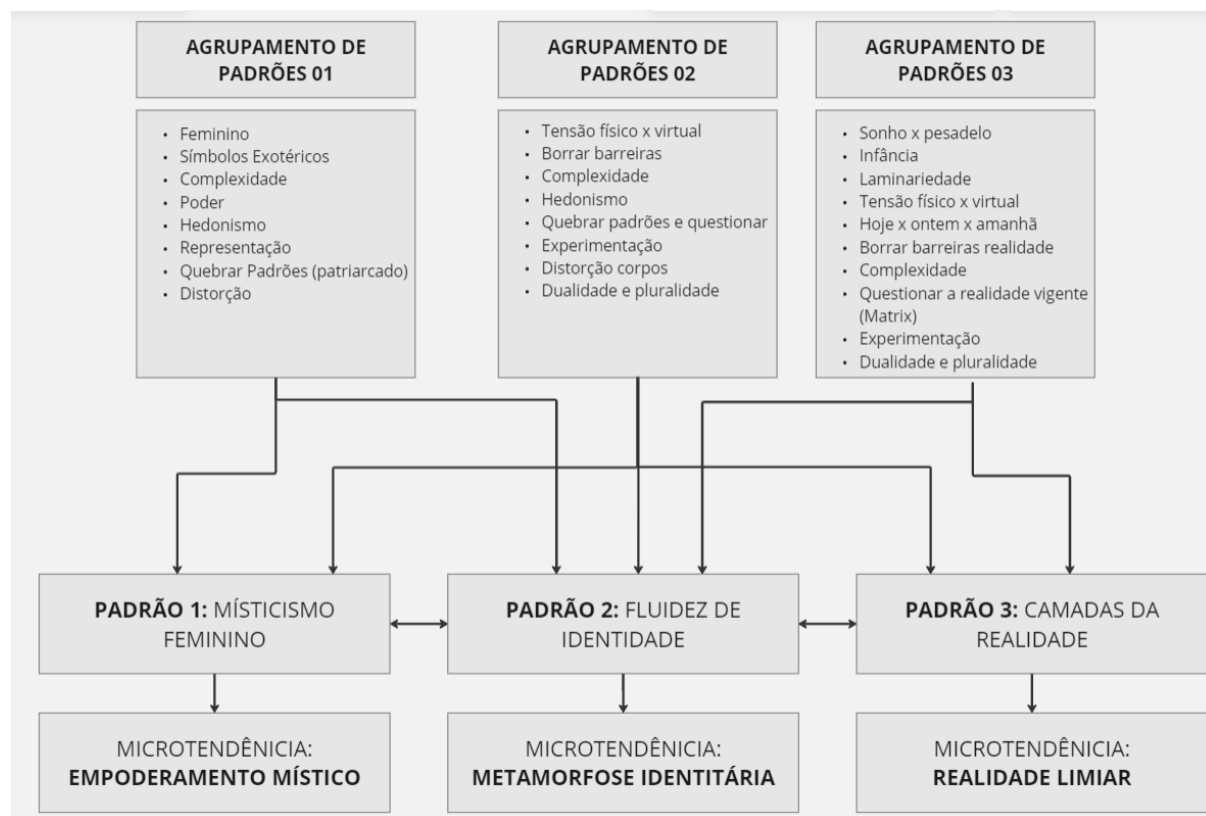


Figura 54. Esquema que representa o processo de agrupamento de padrões observados através de uma lista. Mais a frente eles foram nomeados e, por fim, deram lugar às microtendências defendidas e mapeadas por esta tese.

O **Padrão Fluidez de Identidade** indicou uma busca experimental por ser e testar o novo, propondo novas faces do indivíduo frente ao mundo assim visando a quebra de barreiras e de padrões previamente criados, borra-se as antigas convenções de gêneros, corpos, hierarquias e fronteiras em uma busca hedonista e experimental pela originalidade, essência e liberdade. Para isso nota-se um importante impacto do mundo virtual que, liberto das limitações do mundo físico, permite maior experimentação.

Já o padrão **Misticismo Feminino** foi identificado pela presença de símbolos esotéricos fortemente associados ao universo feminino com caráter poderoso, dentre eles estão os símbolos do zodíaco, as cartas de tarot, referências a ervas e práticas pagãs ou de bruxismo.

Por fim, o terceiro principal padrão identificado são as **Camadas da Realidade**. Essas que não necessariamente habitam um tempo ou lugar real, pairando entre o hoje o ontem e o amanhã. Nasce da tensão de uma realidade avassaladoramente estranha e da sensação de impotência que conferem forte caráter limiar. Uma das alternativas está na fuga e alienação, seja ela para mundos, tempos, cenários ou universos outros ou inexistentes, entre as diferentes camadas de realidade e subjetividade.

Fase 3 - Arquitetura da tendência: microtendências surrealismo escapista

Esta etapa tem como objetivo a construção do DNA da tendência e implica na compreensão da mentalidade coletiva, ou seja, da base da tendência sociocultural que habita o imaginário coletivo invisível. Conectar os padrões definidos e encontrados na fase anterior de sistematização da informação permite descrever de maneira precisa a tendência. Portanto, este é o momento em que as narrativas potenciais são criadas, assim como a titulação da tendência.

Como tal, a correta sistematização dos dados na fase anterior é da maior importância para permitir uma sólida leitura do todo, considerando a complexidade latente na natureza de uma tendência sociocultural. Esta fase permite articular não só a descrição da tendência, como os vários contextos que a determinam e que ela, por sua vez, impacta. Importa acrescentar que a par da descrição sumária, o texto de maior dimensão deve ilustrar não só a profundidade enunciada como a justificação das características definidoras para a tendência, com base na interpretação do conjunto dos elementos sistematizados na fase anterior. Isto permite sublinhar as ligações e melhor sublinhar como as mesmas sugerem elementos caracterizadores da tendência. (Gomes et al., 2021, p. 258–259).

Após a fase de Sistematização da Informação, foi possível encontrar três principais microtendências que não apenas se relacionam entre si, mas também carregam características de outras

micro e macro tendências. O modelo apresentado graficamente pela imagem 55 representa a interação entre as tendências e foi inspirado nos relatórios de tendência desenvolvidos pelo Laboratório de Gestão de Tendências e Cultura (LGTC) da Universidade de Lisboa.

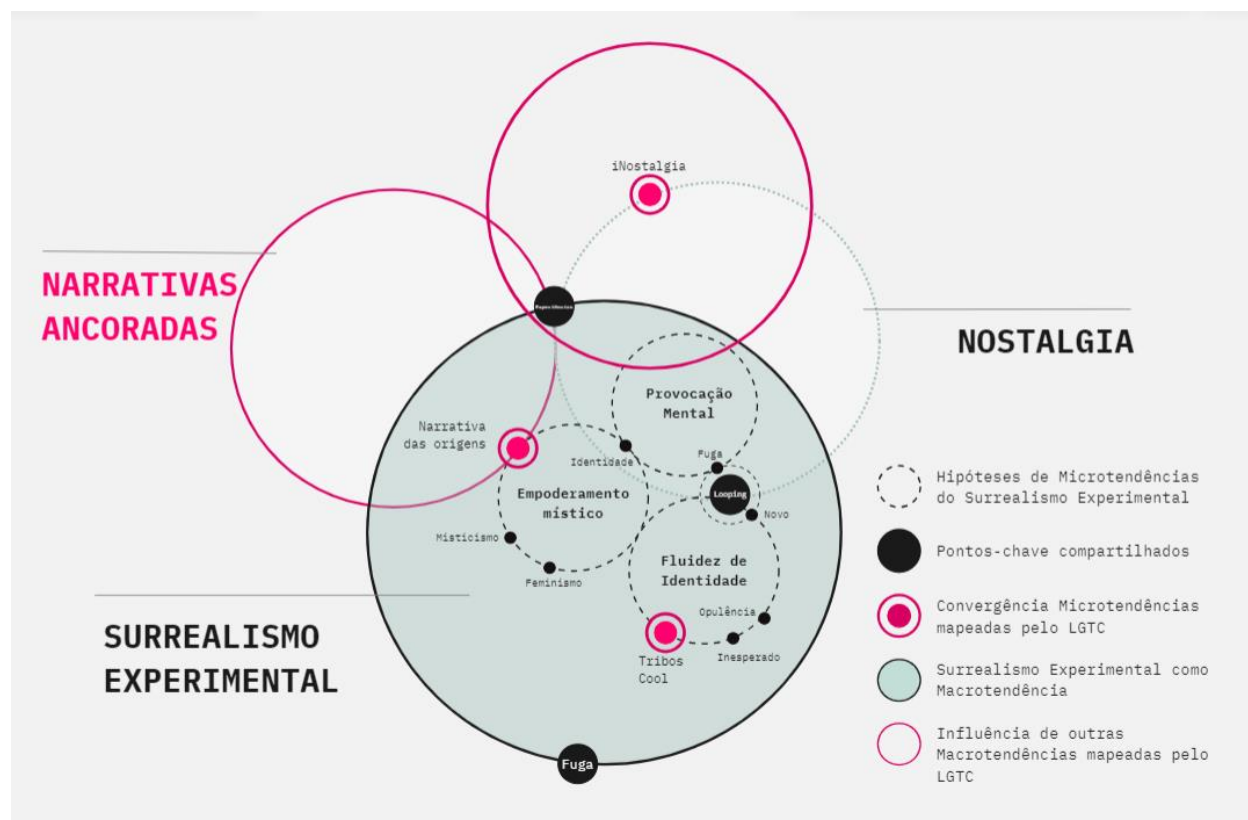


Figura 55. Relação inicialmente encontrada entre as hipotéticas microtendências e outras macro e microtendências anteriormente mapeadas pelo LGTC.

A partir do momento em que os três principais grupos de padrões foram definidos, foi possível elaborar uma hipótese inicial para cada uma das possíveis microtendências mapeadas, constituindo a ADN da tendência. A Arquitetura da Tendência é composta pelo cruzamento dos dados anteriormente encontrados a fim de encontrar os aspetos principais de sua natureza para compreender a mentalidade coletiva base para a tendência sociocultural aqui estudada. Trata-se de um momento de narração e titulação da tendência. Para isso, seguiu-se o proposto por Gomes, Cohen e Flores, sugeridos como procedimento:

- Com base no grupo de dados sistematizados, o(s) analista(s) deve(m) proceder à construção do DNA da tendência, tendo em conta a natureza da mesma e o seu potencial para guiar estratégias e a geração de inovação, atribuindo uma nomenclatura à mesma.
- A descrição da tendência deve conter um texto resumido capaz de ilustrar claramente a natureza da tendência, podendo ter

associado um texto descritivo de maior dimensão, capaz de explorar em maior profundidade o contexto, os públicos, os setores, os impactos e as diferenças culturais onde a tendência se manifesta. (GOMES ET AL., 2018, p.76)

Fluidez de identidade:

a. Construção do DNA: O Black Swan recente da Pandemia de Covid 19, assim como o isolamento social imposto pela disseminação do vírus, tiveram forte impacto para esta tendência. As restrições sociais fizeram com que os indivíduos passassem a valorizar ainda mais sua liberdade irrestrita, fomentando novos padrões de comportamento, consumo e expressão.

Durante esse período, as redes sociais tiveram forte papel na conexão entre indivíduos e ganharam um papel social jamais visto. Com um maior número de usuários conectados ao redor do globo, novas pautas passaram a ser trazidas e novos assuntos passaram a ser abordados. A maior naturalidade com que aqueles temas antes vistos como tabus, como morte, luto, saúde mental, fluidez de gênero, orientação sexual e identidade, fomentaram um terreno mais diverso dentro da web.

A convergência de opiniões através de comentários e fóruns online, ainda que exista uma forte nichificação, permite contato com outros pontos de vista e formas de enxergar o mundo. Essa comunicação permite questionar de maneira conjunta barreiras, padrões, regras e tabus pré-estabelecidos. Esse exercício pode ser interessante a longo prazo, fomentando uma sociedade mais aberta à discussão e mais flexível a mudanças.

Com isso, nota-se o florescimento de novas formas de lidar com a liberdade, principalmente pela experimentação e exploração. Observa-se uma maior aceitação daquilo que é diferente, encarando com maior naturalidade a fluidez e celebração da diversidade como resposta à massificação promovida pelos algoritmos online e nichificação.

Nota-se um processo de libertação do conformismo em uma constante exploração das identidades com forte caráter experimental. Em sua mais máxima expressão, pode funcionar como um **iluminismo identitário**, em que os indivíduos têm maior liberdade de explorar quem são e como se identificam. Contudo, a fluidez também pressupõe mutabilidade, não sendo incomum que os indivíduos possam rapidamente se identificar com novas possibilidades.

Esse exercício diário de autoanálise e autoconhecimento pode proporcionar outros níveis de autodescoberta e expressão individual. Para isso, por meio de uma perspectiva hedônica que encoraja os

indivíduos a ir de encontro com seus desejos e de seus prazeres em uma busca hedônica para se descobrir, se expressar, gozar de sua essência individual e das experiências que ela proporciona.

Dentre os padrões notou-se uma busca hedonística por experimentar e aproveitar o corpo humano, suas possibilidades e prazeres, em uma busca por romper com as amarras convencionais. Nessa jornada, notou-se especialmente nas passarelas, a forte presença da distorção do corpo humano por meio de versões andrógenas, avatares e/ou extraterrestres.

Esse contexto também foi fomentado pelo aumento da presença do universo virtual no mundo cotidiano, o que facilitou e impulsionou a experimentação. Isso se dá porque o meio digital não responde às leis naturais do mundo, tendo maior maleabilidade e mutabilidade do que o mundo físico. Em um mundo terrivelmente digital, onde os indivíduos são constates criadores de conteúdo, a imagem do indivíduo tornou-se um de seus maiores ativos e, com isso, suas maiores fontes de distorção.

A selfie não é só a divulgação da nossa imagem, como em um retrato posado, mas sim a divulgação do que o nosso próprio olho é capaz de enxergar sobre nós mesmos e do que os nossos dedos são capazes de manipular a respeito de nós mesmos; ou seja, é sobre a nossa autoimagem. (Liedke & Alves, 2023)

A selfie no campo hipercompartilhado é um reforço ao imaginário que, apesar de necessário, continua a nos enganar e nos fazer crer que estamos contemplando imagens *refletidas* em um espelho relativamente plano e reto. Quando, na verdade, são espelhos côncavos e convexos que distorcem as imagens de acordo com a posição do sujeito e dos milhares/milhões de olhares que o rodeiam. Além, obviamente, da influência de regras misteriosas de algoritmos que desconhecemos (não bastassem os inconscientes de todos envolvidos na cena). Só que não chamamos isso tudo de distorção; chamamos tudo isso de "filtro". (Liedke & Alves, 2023)

Com isso, a autenticidade torna-se um diferencial exaltado, assim como a busca por ela. Em contrapartida, em meio à correnteza da constante mutabilidade, pode haver um processo inverso pela gradual perda de identidade, fundamental para a psique humana, em especial entre os jovens:

Como acontece na dinâmica do Estádio do Espelho, existem infinitas ilusões de ótica nas percepções do Eu e do Outro, mas que, no tempo atual, se dão de forma ainda mais serializada e opressora através das mídias sociais. São ilusões que, segundo inúmeros estudos, têm tido decorrências bastante severas para o

nosso psiquismo, com consequências que são particularmente mais intensas entre os mais jovens. (Liedke & Alves, 2023)

Após a análise dos padrões trazidos pelo capítulo anterior, ficou evidente a busca por uma expressão fluida das identidades. Para isso, as representações dos corpos sobre novas perspectivas, gêneros e até mesmo espécies (como exemplificado pela coleção "Meta Morphism" de Iris Van Herpen, que combina corpos humanos com os de fungos), traduzem parte de uma exploração e confronto das barreiras pré-determinadas e socialmente aceitas.

b. Descrição da Tendência: A macrotendência surrealista desencadeia e estimula novas perspectivas de mundo que abrem caminhos para abraçar o novo, o chocante e o excêntrico como parte da jornada pela busca de uma essência própria em um mundo tão massificado. Para isso, nota-se uma busca por extrapolação de limites, de maneira a propor novas possibilidades e visões de mundo.

Assim, nota-se uma maior abertura para o novo e experimental, com menos amarras sobre o indivíduo, que por sua vez não deve permanecer imutável e coerente. Para tanto, existe uma busca por expressão livre e aceitação da transformação da identidade individual. Essa exploração e experimentação de barreiras antes tão rígidas e binárias culminou em propostas novas que desafiam a norma e se estendem do mundo físico para o virtual.

Vale ressaltar que o mundo virtual teve importante papel por se tratar de um universo de natureza exploratória, mais rápido, imaterial, mutável e em constante construção. Esse universo permite com que os usuários possam reescrever suas histórias, criar personagens, se identificar com nichos e subgrupos além de se relacionar e expressar de maneiras menos convencionais.

Essa experimentação mescla barreiras, alarga os limites e tenta quebrar paradigmas e normas, antes tidos como concretos e imutáveis. Esse constante exercício de observação abre espaço para questionamento e, mais a frente, aceitação de novas propostas de expressão e identificação, tanto a nível individual quanto coletiva. Pode também refletir um desejo por liberdade em um mundo tão vigiado, massificado e cheio de regras, em que a exploração da identidade surge como uma resposta a uma realidade dura.

Por outro lado, a fermentação dos algoritmos, a exemplo dos -Corecore, faz com que esse mesmo meio de experimentação e exploração, se torne massificado e repetitivo. Ainda que por outro, fugindo da repetição e mesmice de alguns conteúdos online, exista o surgimento de novos nichos que também são uma fonte interessante de respostas originais, quebrando os padrões algorítmicos.

Provocação mental:

a. Construção do DNA: Após anos de limitações sociais impostas pela Pandemia de Covid-19, as dinâmicas sociais se alteraram. Com o maior protagonismo das redes sociais durante esse período, tópicos como saúde mental passaram a ser mais abertamente discutidos e representados, hora por meio do humor, hora por meio de compartilhamento de sentimentos comuns.

A combinação entre isolamento e excesso de informação instigaram um já crescente desejo por escape, fuga e alienação. Com isso, nos meios virtuais, a experimentação e expressão passaram a ser mais relevantes e impactantes. Assim como fariam as crianças maravilhadas e assustadas com um novo mundo, há uma tendência de explorar os novos limites e tensões por ele apresentada, na tentativa de tatear a nova realidade para compreendê-la melhor.

Esta microtendência também está diretamente conecta com a experimentação de novos cenários e extrapolação de barreiras, contudo, tendem a estar mais conectados com a psique humana, em especial seu lado negativo, explorando seus medos, ansiedades e agonias.

Para isso, uma das principais estratégias está na aplicação entre questões antagônicas, podendo elas existirem ou não em uma mesma realidade: físico e virtual, real e irreal, hoje e ontem, infância e vida adulta, terreno e etéreo, verídico e fake, padrão e não padrão, sozinho e conectado, binário e não binário, humor e tragédia e por assim em diante. Trata-se, portanto, de uma experimentação na coexistência de questões antagônicas, duais e não necessariamente lógicas.

Em um mundo isolado fisicamente, o meio virtual ganhou impacto e importância não apenas para as identidades, mas também para as experiências, em especial aquelas de caráter imersivo, que foram potencializadas pela tecnologia de entretenimento, como as mídias sociais e os jogos de videogame, os quais permitem que o indivíduo seja envolto por mundos diferentes do real de maneira a participar e ser influenciado por um contexto paralelo. Aqui, a primeira tensão entre mundos está entre **o real e o irreal**, assim como entre **o físico e o virtual**.

A combinação entre tecnologia e psique permitiu expressão experimental em escala global, é o caso das imagens e estéticas criadas online (-Corecore) e até mesmo das imagens geradas por inteligência artificial, que brincam com figuras históricas e contextos surreais, como é o caso da arte que viralizou da selfie de Jesus e seus apóstolos. Assim sendo, surgem movimentos online de expressão artística e experimentação através da compilação e combinação de vídeos e imagens, como os backrooms trazidos no capítulo anterior. Em sua maioria fora de contexto, exagerado e/ou improvável, o que atribui forte caráter surreal e experimental.

Esta microtendência mostra a coexistência de mundos paralelos e complexos em constante conflito, a pluralidade não apenas ressalta os conflitos internos e ambíguos das opostas visões da realidade, mas também expressão da ansiedade, indecisão, mutabilidade e anseio por alienação contemporâneos. Em contrapartida, a pluralidade antagônica permite também uma visão ampla dos mundos distintos e complexos que coexistem, o que resulta na aceitação da existência e coexistência de diferentes visões, que podem indicar indivíduos mais flexíveis e abertos à riqueza de perspectivas e criatividade.

Esse tipo de abordagem frente às questões do mundo pode fomentar o surgimento de soluções inovadoras, e até mesmo inesperadas, para problemas de caráter complexo. Fora isso, a conexão global gera sentimento de pertencimento e identidade, como seres conectados que compartilham uma rede psíquica.

Assim, os indivíduos podem se conectar aos outros por meio de sonhos, mas também por meio de pesadelos, que resumem o medo e anseio que compartilham ao serem membros de uma mesma sociedade e realidade. A internet traz traços de um imagético comum e conectado por uma psique compartilhada. Segundo Ehrenreich: "A mente humana é um labirinto de emoções e experiências, e a exploração desses labirintos pode levar a novas formas de autoconhecimento e de conexão com o mundo" (Ehrenreich, 2009, p. 67).

Dessa forma, a busca por essas estéticas ressalta também a provocação experimental de três principais medos contemporâneos que são constantemente trazidos pelas estéticas dentro das mídias sociais. Ao mesmo tempo que demonstram a procura por uma provocação de caráter mental que incite o ângulo dos medos humanos, podem mostrar uma vontade de explorar o desconhecido da psique, o que provoca sensações similares à tensão dos filmes de terror.

Essas estéticas surgem com o intuito de impactar emocionalmente o espectador, propondo novas experiências e sensações. Assim sendo, o uso de determinados espaços que provocam sensações são essenciais para esta microtendência que busca provocar através de espaços simples que descontextualizados se tornam extremamente assustadores.

Sendo assim, esta pesquisa encontrou quatro principais estratégias comumente utilizadas e, quando analisadas individualmente, cada uma delas parece representar um medo humano distinto: espaços genéricos (medo da perda de identidade), liminares (medo da solidão e do isolamento) e nostalgia (medo do amanhã que pode representar o fim).

Em primeiro lugar estão os espaços genéricos⁷ que enfatizam a reprodução e cópia de locais familiares em todo o globo. Uma vez reproduzidos, com pouco ou nenhum compromisso com a cultura local, refletem estéticas de caráter funcional, simples e universais, retirando a identidade local, dentre eles estão os aeroportos, estações de trem, estacionamentos, hospitais, parques de diversão entre outros. Este tipo de estratégia, amplamente usada durante o movimento modernista, tinha a intenção de resolver o problema da falta de habitação, contudo, resultou em estruturas repetitivas e heterodoxas, o que, mais a frente levou ao seu abandono e eventual demolição dada sua falta de identidade (Bürger, 1985).

Medo da falta de identidade: Assim sendo, a microtendência do jogo mental se apoia na repetição, o looping e a mesmice que arranca a identidade natural por meio de um duro artificial. Similar à ideia de estar perdido dentro de um sonho, funciona como uma espécie de labirinto mental onde tudo é muito semelhante, igual e ritmado. Vale lembrar que este tipo de meio não é facilmente encontrado na organicidade da natureza, sendo antinatural, matemático e, acima de tudo, humano. Esses espaços potencializam e refletem o medo humano de perder-se, tanto de seu meio quanto de si mesmo, pela falta de identidade e generalização.

Medo da solidão: Em segundo lugar, a aplicação da estética liminar traz espaços comuns e até mesmo genéricos (hotéis, hospitais, aeroportos, parques de diversão...) e têm a principal intenção de despertar familiaridade. Tais locais, primeiramente pensados para abranger um número grande de indivíduos uma vez esvaziados criam uma forte sensação incômoda sem a familiaridade e conforto da presença humana. Trata-se da materialização e revelação do medo da solidão em um mundo vazio e sem sentido. Vale ressaltar que o esvaziamento drástico dos espaços comuns foi observada durante a Pandemia de Covid-19, o que potencializa ainda mais a aversão à solidão e ao isolamento.

Medo do fim: Em último lugar, também é comum a exaltação e manifestação da nostalgia, hora pela reprodução de estéticas de décadas passadas, hora pela enfatização da decadência dos espaços. O brilho fosco do que um dia foram, despertam uma saudosa sensação de pesar e perda. Este tipo de espaço também traz a sensação de isolamento e solidão uma vez que o observador parece ser o único humano ali presente contemplando eras passadas. Esse complexo apanhado de sentimentos, também vêm atrelados à impotência, uma vez que enfatizam a passagem do tempo por meio da degradação e falta de conservação, que reflete a aversão à finitude das coisas, decadência e corrupção, não apenas dos objetos, mas eventualmente de nós mesmos.

⁷ Conforme apresentado no capítulo surrealismo e espaço na Fase 2 desta tese.

Por fim, ainda que todos os cenários anteriormente citados funcionem como forma de provocação e perturbação da psique, são ainda mais potencializados quando utilizam alguns elementos como a descontextualização ou exagero, características do surrealismo.

A combinação entre os medos e ansiedades humanas são enfatizados por mundos opostos e em constante tensão. Nos espaços genéricos há uma brincadeira entre a identidade e a sua falta, nos espaços liminares entre o conhecido e o desconhecido e, por fim, nos espaços nostálgicos entre o passado e o presente. Todas essas ansiedades são trazidas à tona por um exagerado propositado. Assim como uma mente ansiosa, a fantasia muitas vezes é mais dura e assustadora do que a própria realidade.

Tanto a popularidade quanto a busca por estes tipos de experiências imersivas intensas e psicológicas mostram a procura por uma provocação de caráter mental que aflore diferentes sensações, desde negativas como incômodo, medo, desconforto, a positivas, tais como paz e conforto. Assim sendo, o mundo virtual conecta indivíduos através das sensações e emoções que são despertadas por meio de uma rede global e intercultural potencializada pela tecnologia, com foco especial das redes sociais.

"A provocação da psique pode ser uma forma de encontrar um equilíbrio emocional, permitindo ao indivíduo experimentar uma gama mais ampla de emoções e sentimentos" (Panksepp & Biven, 2012, p. 17).

b. Descrição da tendência: Nota-se um aumento de cenários e experiências imersivas que propõem disrupção e fuga da realidade com especial ajuda da tecnologia. Quando se analisa os cenários de provocação mental propostos por essas experiências artísticas, nota-se a exaltação de alguns medos como solidão, falta de identidade e medo do fim. Trata-se da expressão de um mundo conflitante, por hora antagônicos, complexos e plurais, ressaltando as lutas psíquicas por meio da arte que é compartilhada com o mundo, na tentativa de conectar e dividir receios e paranoias em comum. Expressão do medo e do conflito de mundos plurais, dualidade resalta as lutas internas e ambíguas das opostas visões da realidade, mas também expressão da ansiedade, indecisão, mutabilidade e anseio por alienação contemporâneos.

Existe ali uma busca por congelar a realidade e suas constantes mudanças. Esse refúgio pode ser encontrado no passado, um dos únicos momentos que conseguimos de alguma forma controlar. Em meio a um presente caótico, há um desejo por voltar a ser criança e sentir a inocência da alienação, assim como o conforto sentido durante esses tempos.

Em paralelo, a decadência urbana também representa a decadência do capitalismo, corrupção da sociedade e do próprio planeta. Uma visão longe do idealizada da infância, tem maior caráter de desconfiança, decepção e falta de perspectiva, muito influenciado pela visão pragmática da Geração Z.

Por fim, a conexão em âmbito global gera sentimento de pertencimento e identidade em meio ao caos, havendo um conforto ao dividir os anseios e na aceitação da existência um mundo complexo. Essas características podem indicar indivíduos mais flexíveis e abertos à riqueza de perspectivas e criatividade, podendo permitir o surgimento de soluções inovadoras e até mesmo inesperadas para problemas de caráter complexo.

Empoderamento místico:

a. Construção do DNA: Esta microtendência está relacionada à outra Microtendência chamada Narrativas das Origens, parte da macrotendência Narrativas Ancoradas e Identidades Protagonistas, ambas mapeadas e definidas pelo LGTC. Segundo definição do laboratório, a microtendência Narrativas das Origens pode ser definida da seguinte forma:

O orgulho das origens é algo em longo destaque nas últimas décadas. As nossas macrotendências também sublinham isto claramente. Contudo, há mudanças nas mentalidades em jogo que opõem um orgulho positivo pelas suas identidades e origens que dão lugar a sentimentos de identificação, de pertença e de comunidade, até ao extremo dos localismos e nacionalismos que, além de diferenciar, também excluem – que deixam o outro de fora e que querem montar fronteiras. Este é mais um elemento que sublinha as fortes polarizações atuais e que leva a diferentes choques nos discursos e nas práticas. (LGTC, 2022)

Esse resgate de uma origem pode ser observado dentro da microtendência Empoderamento Místico, em que se nota a busca por uma narrativa inicial que conecte as mulheres como uma só entidade que compartilha mesmo passado, poder e sabedoria. Esse empoderamento é feito através da narrativa de perseguição e queima das bruxas. Com isso, nota-se um maior uso de padrões e elementos de caráter exotérico historicamente atrelado ao feminino. Dentre eles são resgatadas as cartas de tarot, a leitura de mapa astral, os símbolos do zodíaco, as runas, o uso de ervas medicinais e assim por diante, povoam a iconografia, as práticas e o compartilhamento de conhecimento online. É dentro desse resgate do empoderamento místico que o feminino encontra um espaço de identidade, permitindo que as mulheres se reconectem com suas raízes, sua ancestralidade e suas lutas através das forças cósmicas que as cercam.

Assim como as curandeiras compartilhavam conhecimento e ajuda em suas vilas alcançando dezenas ou centenas de pessoas, uma fração disso pode ser vista crescendo no mundo online, alcançando

bilhões. Trata-se de uma jornada de busca pela liberdade, emancipação e poder em um movimento feminista contemporâneo ainda que ancião. A internet permite a conexão, apoio e união em âmbito global, sendo possível observar e entrar em contato com manifestações do movimento acontecendo em todo o globo.

Essa união permite que a sororidade⁸ floresça, ao romper as fronteiras físicas e promover a união e proliferação de um discurso de igualdade e poder feminino através da proposta de visão de um mundo onde o patriarcado não é a força dominante. Nota-se também representação de um mundo mais feminino onde a competição entre as mulheres dá lugar à solidariedade e colaboração. Trata-se de um reconhecimento de força na união essencial para conquista de metas comuns.

Na busca por uma identidade comum e única que represente sua luta, voz e poder, as mulheres têm encontrado um caminho poderoso através do resgate das Narrativas de Origem. Essas histórias ancestrais, transmitidas de geração em geração, trazem consigo um poder místico capaz de conectar mulheres em diferentes partes do globo, de maneira homogênea e poderosa.

A união entre o humano e o divino potencializa o movimento através do contato do sagrado e do transcendente. Sendo assim, a espiritualidade é também uma forte ferramenta de fortalecimento feminino, que permite o reconhecimento da conexão e poder há tantos séculos reprimido, encontrando nele poder e coragem para enfrentamento. Tal jornada de reafirmação e busca de uma liberdade, emancipação reivindicam um espaço de fala e existência que inclui libertação do patriarcado de suas vozes, corpos e identidade. Assim sendo, o resgate de um Empoderamento Místico permite inspiração e união em busca de igualdade em uma realidade em que sua força coletiva possa ser expressada como reflexo de sua individualidade feminina e poderosa.

Dessa forma, existe a busca por uma identidade comum e única exaltada pelo Empoderamento Místico e recolha de um poder necessário para a luta feminista. A representação de um mundo mais feminino é dada por meio da representação de símbolos exotéricos, que representam simbólico de conhecimento feminino milenar. As redes sociais permitem a criação de uma rede mundial de apoio e ajuda conectadas pela internet.

b. Descrição da Tendência: Busca por uma identidade própria que represente sua luta, voz e poder. Resgatar as Narrativas de Origem permitem o Empoderamento Místico, que conecta as mulheres de

⁸ Retirado do site oficial da Academia Brasileira de Letras, Sororidade é definida como: sentimento de irmandade, empatia, solidariedade e união entre as mulheres, por compartilharem uma identidade de gênero; conduta ou atitude que reflete este sentimento, especialmente em oposição a todas as formas de exclusão, opressão e violência contra as mulheres. [Do latim *soror*, ‘irmã’ + -(i)dade. Fonte: <https://www.academia.org.br/>]

maneira poderosa e homogênea, ainda que estejam em diferentes partes do globo. Busca pela liberdade emancipação e poder feminino mesclado ao movimento feminista contemporâneo.

Busca pela representação de um mundo mais feminino, de união, igualdade e não competição feminina através de uma rede mundial de apoio e ajuda conectada pela internet. Iconograficamente, nota-se aumento da aplicação de símbolos místicos, como cartas de tarot, constelações, signos, runas... União entre o humano e o divino: acessar o que é de outra ordem e com isso empoderar o feminino.

Fase 4 – Confirmação e Discussão do ADN e Texto da Tendência

Após a construção do texto da tendência, como Gomes, Cohen e Flores (2018) sugerem, a fase seguinte é importante para adição, reformulação ou melhoramento de uma tendência já identificada através do olhar experiente de outros especialistas da área de Estudo de Tendências, que puderam auxiliar na fundamentação e validação das hipóteses iniciais das microtendências. Neste momento, tanto o texto quanto a instituição do mesmo sejam revisados, através de um processo de validação e revisão por pares. Sendo assim, apenas após este processo foi possível fechar o texto da tendência (Gomes et al., 2021).

O importante a sublinhar é que tanto a titulação como a descrição da tendência e o próprio estudo devem ser revistos e discutidos entre pares e especialistas, de forma a assegurar (1) uma correta articulação dos vários dados e das interpretações e (2) a construção de uma narrativa clara que aglomere as várias características identificadas no que diz respeito à natureza da tendência. (Gomes et al., 2021, p. 260)

Dessa forma, aconteceram cinco entrevistas abertas com especialistas em tendências organizadas através de uma sessão Zoom com cerca de uma hora de duração cada uma, dentre as entrevistadas estão: IR Rodrigues, Sarita Oliveira, Raquel Sodré, Ana Marta Flores e Suzana Cohen. As entrevistas podem ser conferidas nos anexos desta pesquisa. Para melhor elucidação dos temas estudados, foram apresentados breves slides que ilustravam com processos tomados para pesquisa, apresentando respetivamente: breve introdução do Surrealismo Experimental anteriormente mapeado, o processo de coleta de dados, dados mais relevantes, clusters definidos e, por fim, as hipóteses para validação, segundo imagem 56.

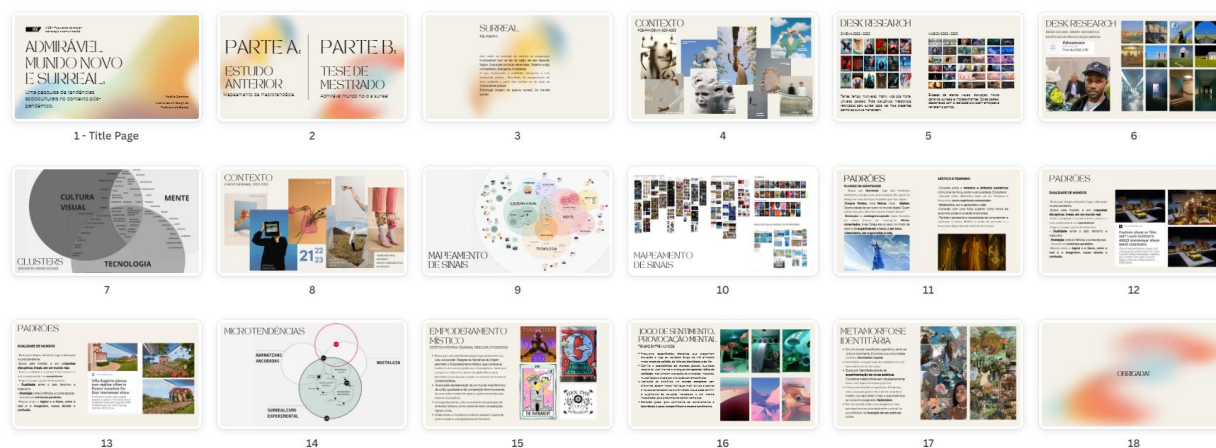


Figura 56. Slides apresentados aos especialistas de tendência durante as entrevistas individuais com os mesmos.

Todas as entrevistadas confirmaram tanto a macro Tendência Surrealista Experimental quanto as microtendências apresentadas. Contudo, alguns insights foram fundamentais para enriquecer as análises, completar ideias, indicação de novas fontes e revisão de alguns termos aplicados. Todos esses serão devidamente pontuados durante este capítulo.

Mais a frente, uma vez confirmada pelas especialistas em tendências, os resultados deste trabalho foram apresentados no II International Trends and Culture Management Colloquium, que aconteceu tanto online quanto presencialmente Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, do Politécnico de Leiria. O evento de importância para o meio e contou com especialistas de renome na área de todo o mundo, tais como Monica Veeger, Sandrina Milhano, Susana Rodrigues, Els Dragt, e Cécile Cremer. Durante o evento, as hipóteses foram expostas e novamente confirmadas.

Após as entrevistas com as especialistas foi possível fechar a análise de cada uma das microtendências estudadas. Sendo assim, foi a partir desse momento que se tornou possível comparar os pontos de convergência e divergência entre as Microtendências mapeadas por esta tese de mestrado às Micro e Macro Tendências mapeadas pelo Laboratório de Gestão de Tendências e Cultura da Universidade de Lisboa (LGTC), permitindo confirmar, ou não, a existência das microtendências mapeadas.

“Avatarização” fluida

Entrevistas e discussão

Após o fim do isolamento social, notou-se um movimento de reexploração do mundo, de expressão do eu e busca por combater o genérico na tentativa de sentir-se único, mas também de encontrar sua comunidade e/ou nicho. Notou-se, portanto, uma busca intensiva por formas de expressão de caráter experimental que combina uma fuga lúdica da realidade ao mesmo tempo que assume a mutabilidade do indivíduo.

Antes das entrevistas, esta microtendência tinha nome Fluidez de Identidade, contudo, conforme sugestão da especialista em tendências Ana Marta Flores, a palavra metamorfose pareceu mais apropriada, uma vez que essas identidades não são apenas fluidas, elas estão em constante transformação. Em entrevista, a especialista Illa Branco afirma para esta pesquisa:

[...] Eu acho que é muito pertencimento, é muito territorial reconquistar seu espaço, reconquistar sua territorialidade de fazer parte desse mundo e se permitir fazer parte mesmo mudando, mesmo sendo essa metamorfose.

Nota-se um olhar que hora é individualizado hora é coletivo, em uma busca pela expressão e experimentação de novas estéticas, principalmente no meio online. Contudo, essas estéticas não carregam

necessariamente uma lógica formadora por trás, o que leva ao constante descarte e readoção de novas versões de si, em que o gosto geral é também ditado pelo que é viral, dando maior espaço para o mundo líquido.

Contudo, a longo prazo, essa busca por uma identidade pode estagnar, segundo a pesquisadora e especialista em tendências Illa Rodrigues, também entrevistada para esta pesquisa, adiciona que:

Todo esse questionamento e essa desesperança no futuro. Eu acho que isso vai demorar muito para parar ainda. Porém, essa fuga não é sustentável. A gente não consegue ficar fugindo o tempo todo das coisas, então tem aqui o movimento cíclico. [...] Eu acho que a provocação mental e a metamorfose identitária podem desacelerar um pouco. Isso é um feeling que eu tenho com base tem um tem um autor que me influenciou muito que é o José Ortega. Ele fala que a sociedade ela é organizada em momentos ativos em momentos mais pacíficos.

A Pandemia de Covid-19 fez a humanidade enfrentar a finitude e a impotência impulsionadas por questões geopolíticas globais tais como recessão e guerra ucraniana, além disso ressalta questões de maior impacto que inevitavelmente chegarão como o aquecimento global. Uma vez que o dia de amanhã é incerto, a busca individualizadora por uma identidade é uma espécie de fuga hedonística que leva ao exagero.

Essa fuga não está restrita ao mundo físico, em um mundo onde a sua imagem é o seu principal recurso, principalmente a virtual, há possibilidade de invenção de uma outra versão de si online. Na entrevista com Ana Marta Flores, a mesma aponta que:

A pessoa sente que ela deve ser e se portar de acordo com o tipo de plataforma. Então é mais ou menos uma espécie de etiqueta que é muito pouco falada, mas as pessoas sabem que ela existe. Então elas não vão se comportar no Tinder igual se comportariam LinkedIn. (...) Então a minha identidade é outra nesse lugar.

Já em entrevista com Suzana Cohen, a mesma cita como as redes sociais fazem os indivíduos submergirem em novos mundos em uma busca escapista. A mesma chega a citar a viralização que a estética de Wes Anderson ganhou pouco antes do novo filme *Asteroid City* ser lançado nos cinemas:

E aí é engraçado, porque apesar de no cinema você ter as maiores bilheterias das franquias, na internet o que está viralizando, não é gente imitando super-herói, são pessoas se comportando como se estivesse dentro de um filme do Wes

Anderson. E aí a gente volta para a questão surrealista, por que que as pessoas estão querendo fazer postagens se comportando como se estivessem dentro de um filme do Wes Anderson. Será que o mundo está tão surreal que você tem que criar uma fuga da realidade? (...) Ali a pessoa dirigindo um roteiro de um filme também. Em que ela é o personagem.

Um pouco mais à frente, a entrevistada também acrescenta:

Se no Instagram antigamente você tinha o conceito de que o Instagram é instantâneo, a foto tirada em tempo real, que claro que ele sempre teve filtros e esses filtros imitavam câmaras mais antigas e tudo mais, mas era uma coisa real. Acho que está cada vez mais surreal. Se antes você tinha um filtro que era só pra foto e depois você começou a ter os filtros estéticos e, enfim, todos esses outros que hoje existem. Agora, além desses filtros, tem a encenação para produzir esses vídeos que acabam sendo virais. E aí a gente acaba tocando muito em outras questões do que é real, do que que não é real, do que que é fake, das fake news versus é o que que é confiável. A tecnologia de fake, a inteligência artificial e assim por diante. Então assim, uma coisa está ligada na outra e é frenético.

A entrevistada também ressaltou a transformação observada dentro das mídias sociais. Enquanto no início das redes havia uma presença muito forte da necessidade da privacidade com os nicknames, que não necessariamente correspondiam à realidade, atualmente encontramos réplicas dos indivíduos dentro das mídias sociais e para além disso, há a reinvenção desse indivíduo. Não se trata mais de um recorte ou réplica da vida, **mas novas formas de se apresentar ao mundo e de se reinventar frente a ele.**

Dentro das mídias sociais, é necessário realçar as estéticas Corecore citadas anteriormente. Essas escolhas e experimentações também podem ser o processo de absorver uma narrativa é também uma tentativa de interpretação de uma realidade em busca de alienação. Contudo, segundo a visão da especialista em tendências Illa Blanco, esse processo de metamorfose talvez se desacelere, uma vez que a constante mudança não é viável a longo prazo:

[...] essa fuga não é sustentável. A gente não consegue ficar fugindo o tempo todo das coisas, então tem aqui o movimento cíclico que eu acho que pode afetar. Não o caso do surrealismo a nível estético ou do Misticismo [referindo-se ao Empoderamento Místico], mas eu acho que a Provocação Mental e a Fluidez de Identidade podem desacelerar um pouco

De maneira geral, todas as especialistas entrevistadas confirmaram a hipótese inicial e acrescentaram importantes insights para a nomeação da microtendência. Além disso, alguns exemplos e questões foram acrescentadas e apontadas pelas especialistas, conforme apresentado acima, deixando a análise final mais completa e rica. Esta fase foi fundamental para uma titulação ainda mais potente, que representasse e resumisse a microtendência mapeada de maneira concisa.

Ao final das entrevistas e análise desta microtendência, notou-se que a Metamorfose Identitária muito compartilha com a Microtendência Tribos Cool⁹, também mapeada pelo LGTC. Ambas apresentam uma liquidez identitária, em que a fluidez se traduz através de um mosaico construído, e alterado, diariamente. Há também uma constante tensão entre a voz individual e a coletiva, que colaboram entre si para a construção do grupo que o indivíduo pertence.

Contudo, ainda que a Metamorfose Identitária tenha características comuns a essa microtendência, ela utiliza mais o exagero do surreal combinado com os drivers fuga, impacto, experimentação e alienação, formando mais um grande pool experimental, por vezes líquido e superficial, do que de uma narrativa para construção de uma expressão e voz política coletiva. Nesse aspecto, a Metamorfose Identitária se relaciona mais diretamente com as Realidades Gamificadas¹⁰ (Microtendência das Narrativas Ancoradas¹¹, mapeadas pelo LGTC), que partem de drivers como fuga e escape dos

⁹ Micro // Tribos Cool

No seio desta liquidez identitária de uma perene, mas agora em destaque, tensão entre uma matriz individual e comunitária, sai reforçada a discussão sobre a construção de estilos de vida associados aos interesses e traços identitários de cada um. Tal como nas décadas anteriores, eu pertencço a grupos e contruo um estilo de vida, mas a forma como navego nos mesmos é cada vez mais líquida. Eu desenvolvo a minha interpretação das dinâmicas, representações, práticas e artefactos por trás de cada grupo e escolho aqueles que fazem sentido para mim, numa negociação constante com o grupo e com a minha própria voz. A minha identidade é um mosaico de associações, num guião que escrevo a cada dia, e com isto acabo por contribuir para a reinvenção dos próprios grupos a que pertencço nas diferentes realidades. Aliás, tentando acompanhar as diferentes possibilidades sociais, económicas e tecnológicas, sublinha-se esta tensão entre o coletivo e individual individualismo expressa nos corpos e ultrapassando a fisicalidade: vemos uma crescente pluralidade de avatares e identidades digitais que sublinham os diferentes papéis, interesses, necessidades e associações: a tribalização do digital. (LGTC, 2022)

¹⁰ Micro // realidades "gamificadas"

O processo de jogo, o escape aos acontecimentos diários, leva a uma intensificação de processo de gamificação. As mecânicas de jogos entram cada vez mais em diferentes domínios e alteram não só as realidades como a ligação entre comunidades e grupos. O lazer está rapidamente a expandir-se para domínio digital com marcas a infiltrarem os mundos digitais, concertos no meio de videojogos e uma nova perspectiva sobre aventuras digitais. Aliás, há muito a dizer sobre o próprio conceito de jogo. Para muitos, as comunidades tribais digitais, estes mundos complexos já não são apenas jogos, mas a sua principal realidade, aquela a que dedicam as suas paixões e tempo. Isto gera fortes comunidades de estilos de vida com práticas e representações próprias. Nos supermercados, espaços de restauração, na escola, na praça público, em tudo vemos processos de gamificação e de articulação entre o físico e o digital. As narrativas, comunidades e dinâmicas digitais estão a crescer e têm um grande potencial no contexto do fim da fronteira entre o físico e o digital. (LGTC, 2022)

¹¹ Macro // Narrativas Ancoradas

acontecimentos cotidianos. Fora isso, também converge na criação de comunidades e tribos virtuais que tenderão a se tornar mais proeminente nos próximos anos, dado o avanço, importância e potencial tanto das mídias sociais quanto do Metaverso.

Ainda que seja uma forma de expressão política, motivadores como ideologia, democracia e desigualdades parecem pairar mais como coadjuvantes de uma experimentação e expressão hedonística e individualizada. Sem tanto embasamento político por trás das escolhas, a exemplo dos Corecore, a Metamorfose Identitária parece dizer mais sobre o indivíduo e sua busca por experimentação, prazer e alienação, do que sobre o grupo que o mesmo representa ou faz parte.

Dessa forma, após estas conclusões, a palavra “identidade” em Metamorfose Identitária pareceu incorreta. Isso acontece porque pressupõe uma identificação, o que não parece acontecer dentro desta microtendência mapeada, que mostra mais uma experimentação momentânea sem fundamentação formadora.

Conforme o colocado por Suzana Cohen, trata-se mais de uma reinvenção e criação de um indivíduo online do que um recorte de como o mesmo se identifica. Isso acontece porque essa microtendência tem mais a ver com a forma com que esses indivíduos se apresentam no mundo virtual em uma dinâmica muito similar àquela proposta pelos jogos de videogame (das Realidades “Gamificadas”), do que como esses mesmos indivíduos vivem suas vidas cotidianas no mundo material.

Nessa dinâmica, a exploração de diferentes estéticas de caráter raso e momentâneo mais aproxima os indivíduos à avatares usando skins¹² do que a uma metamorfose das identidades. Assim, mais trata-se de uma exploração curiosa do que de uma identificação profunda com aquilo que vestem, mais próximos de uma brincadeira exploratória do que um posicionamento político-social. Sendo assim, propõe-se novamente a mudança da nomenclatura atribuída a esta microtendência, partindo de Metamorfose Identitária para Avatarização Fluida.

Esta tendência sublinha a importância dos repositórios simbólicos e os processos de construção de narrativas. O seu papel e disseminação são tão grandes, que quase ganha uma dimensão superior às restantes macro-tendências. Num mundo em constante e crescente mudança - cada mais plural, fluido e líquido - estes repositórios atuam como âncoras. Eles permitem uma construção simbólica com base (1) em elementos sólidos das memórias coletivas e (2) numa personalização tanto criativa como mimética. O resultado são construções fluidas - entre o passado e a experiência individual - já não projetadas para o futuro, mas sim para um presente (LGTC, 2022).

¹² Skins são roupas virtuais, também conhecidas como NFTs, têm principal finalidade estética e são importante fonte de interesse e rentabilidade por parte do público, criando pontes e easter eggs ao fazerem referência a outros personagens importantes dentro da cultura pop. Para além disso, as skins têm importância para a imersão dos indivíduos dentro do universo do jogo e são uma importante fonte de lucro para os desenvolvedores (Camacho, 2023).

Texto final da Tendência

Frente aos desafios cotidianos de um mundo terrivelmente online, observa-se fuga e alienação por meio da experimentação das identidades por meio de extrapolação do absurdo ao incoerente. Influenciados pela maleabilidade principalmente do mundo online, nichificação e fermentação dos algoritmos, torna-se cada vez mais viável a criação de personas e identidades em constante metamorfose, que ajudam a escapar das amarras da realidade ao mesmo tempo que rende métricas de engajamento. Neste ponto a Macrotendência Surrealista Experimental fomenta a imaginação através do absurdo e provocativo, e tem como principal intenção chocar e propor novas perspectivas, ideias e reflexões ao quebrar com a lógica padrão.

Em meio a essa busca por experimentação surreal, nota-se uma transformação das relações virtuais em uma corrida individual por destacar-se como diferente e único como contraposição ao mainstream e ultrapassado. Através de estratégias como exaltação do chocante, do experimental, do absurdo e do original, a apresentação da imagem do indivíduo à sociedade surge não apenas como forma de expressão, mas também como parte do valor econômico que a persona criada especificamente para o meio virtual apresenta, geralmente expresso através de métricas online que resumem sua influência social.

Ainda que possa haver manifestações originais que afrontam o que é massificado e mainstream, nota-se forte conexão entre o capitalismo e o desejo de alienação fortalecidas pelo Novo Normal do mundo Pós-Pandêmico, em uma tentativa de aproveitar as experiências e o tempo que nos foi roubado durante o distanciamento social da Pandemia de Covid 19. Tudo isso culmina em uma complexa mistura experimental de sentidos, dos corpos e suas skins, em uma corrida hedônica e individualista por alcançar o diferente e o absurdo.

Associação a Macrotendências: Surrealismo Experimental, Identidades Protagonistas (Micro: Tribos Cool) e Narrativas Ancoradas (Micro: Realidade Gamificada).

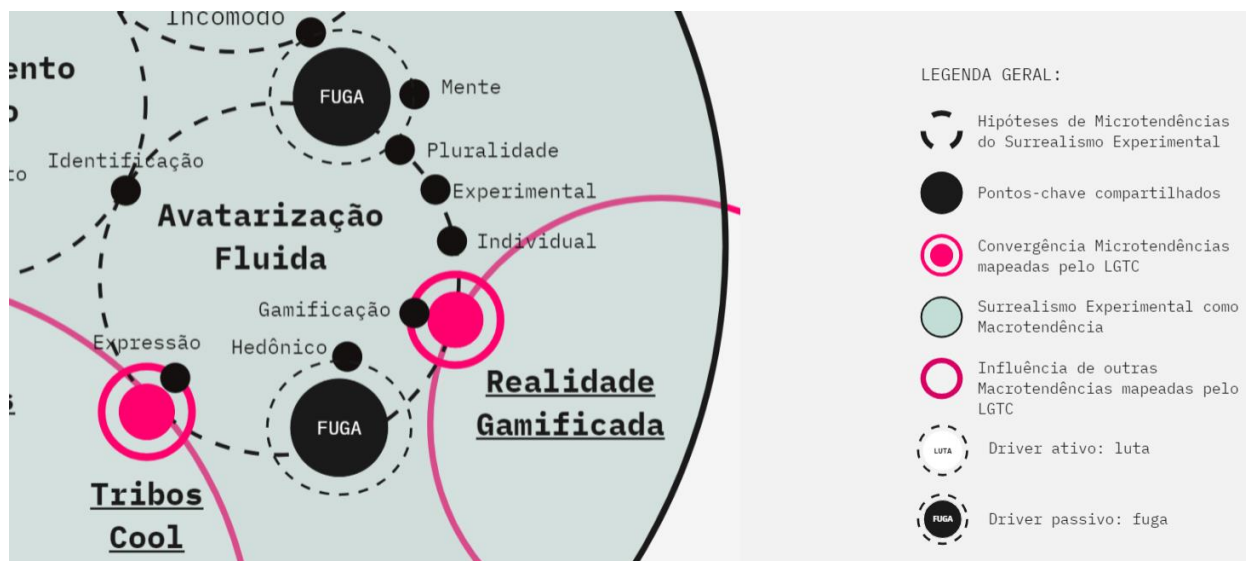


Figura 57. Ampliação do modelo anteriormente apresentado com atualizações e revisões das questões trabalhadas. Graficamente, nota-se a convergência entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre cada uma delas (em preto).

Experimentação das tensões e limites

Entrevistas e discussão

Ao ser apresentada esta hipótese à especialista Ana Marta Flores, levava o nome de *Dualidade de Mundos*. Contudo, a mesma contribuiu para a alteração do termo, uma vez que a dualidade expressa a existência apenas de dois elementos, e não de múltiplos, como foi analisado. Segundo a mesma:

Em algum momento que você fala dualidade, e eu acho que a dualidade ela é um termo que faz sentido, porque ela alterna entre dois, mas eu fico me perguntando se são só dois lugares. (...) Porque essa ideia do binarismo, do que só tem branco e preto zero e um, homem mulher é uma coisa que já justamente conversa com a ideia da ideia da fluidez. Com a ideia da metamorfose. Então eu acho que acho que até acaba misturando o melhor a narrativa que você trouxe.

A partir da observação trazida pela professora, o termo dualidade foi alterado para *Experimentação das Tensões e Limites*, uma vez que existe uma busca constante pela exploração das tensões entre realidades duais, assim como a exaltação e extrapolação dos limites explorando o que é aceito a nível social, assim como os cantos mais obscuros da psique e do indivíduo. Portanto, pairam no âmbito mental, social e individual.

Quando a hipótese foi apresentada, ainda com o nome de Dualidade de Mundos, à profissional e especialista em tendências Raquel Sodré, havia ainda um viés de análise apresentado por essa pesquisa

que estudava a possibilidade de existir uma mesma proporção entre o mundo do sonho e do pesadelo apresentado pela arte, tentando trazer conforto assim como o desconforto.

Contudo, a especialista confrontou essa análise enfatizando muito mais o lado do pesadelo, desespero e desamparo como fonte de inspiração:

Eu acho que de toda forma, vale a pena você olhar de novo para essas imagens, para esses vídeos e ir e avaliar se realmente você acha que aquilo ali está num contexto de tentar causar conforto ou tentar levar para um lugar de segurança, de paz ou se é do desamparo assim. As vezes até um niilismo, sabe, de tipo não tem nada, não tem nada, eu não vou conseguir sair daqui. Não tem jeito, está tudo uma desgraça. Vamos viver com isso, em cor de rosa. Parece um niilismo, um conformismo, um derrotismo.

Essa observação pertinente permitiu compreender um pouco mais das mentalidades por trás das estéticas analisadas, havendo um constante flerte com o pesadelo, os medos e os terrores de caráter mental. Mais à frente, a entrevista com a especialista Suzana Cohen permitiu continuar esse raciocínio. Segundo a mesma, a presença dos não lugares e dos espaços liminares encontradas em muitos dos sinais são uma forma de representar o momento de instabilidade, transição e insegurança em que se vive atualmente:

Esses exemplos de série todos que você está falando aí tratam da fuga da realidade desse não-lugar que a gente vive hoje, desse grande ponto de interrogação. A gente não sabe se a pandemia acabou, não sabe se é pós ou é durante a pandemia. Então habitamos esse entre lugar, no não-lugar entre o tudo e o nada.

De maneira geral todas as especialistas novamente confirmaram a hipótese, auxiliando na validação da existência da mesma. Fora isso, seus insights permitiram compreender um pouco mais a fundo os drivers da tendência, hora atribuindo outras perspectivas de análise, hora adicionando exemplos e referências fundamentais para a confirmação e reelaboração da hipótese.

Após as entrevistas, foi possível afunilar ainda mais as conclusões anteriores, o que permitiu relacionar a microtendência da Experimentação das Tensões e Limites com a Macrotendência, Narrativas Ancoradas também mapeada pelo LGTC. Esta micro conecta-se e parece surgir do cruzamento de duas

outas microtendências abrangidas pelas Narrativas Acoradas, são elas as Fronteiras das Narrativas do Medo¹³ e a iNostalgia¹⁴.

Assim como a microtendência Fronteiras das Narrativas do Medo, também surge a partir da sensação de ameaça frente a situações complexas e humanitárias, tais como a Pandemia de Covid 19 e Tensões no Leste Europeu. Contudo, a Experimentação das Tensões e Limites funciona hora como um enfrentamento da realidade por meio da provocação de caráter mental, hora como uma fuga por meio de cenários irreais. De maneira geral, reforça e flerta com medos frequentes, tais como a solidão, perda de identidade e a finitude.

Em paralelo, frente à desesperança no futuro, há uma busca por reviver memórias e narrativas do passado, por meio da nostalgia, ainda que ela seja emprestada. Trata-se de uma busca por refugiar-se em um tempo em que o indivíduo teria mais controle, diferente do instável presente ou do assustador futuro. Contudo quando o medo entra em cena, a luz mágica do passado resgatada pela nostalgia parece mais apagada, empoeirada e decadente. O sonho parece se tornar um pesadelo, trazendo à tona os labirintos da psique humana.

¹³ Micro // Fronteiras das Narrativas e do Medo

“O presente tem vindo a ser construído em cima de rápidas e sucessivas rupturas nas narrativas vigentes. A sensação de ameaça foi novamente introduzida pela pandemia de Covid-19, e continua a estar presente com o escalar da violência no Leste da Europa, um medo construído com base numa proximidade inesperada dos maiores temores da Humanidade. É cabal que o medo e a expectativa de risco estejam mais evidentes no dia-a-dia de todos. Nestes momentos de violenta fragmentação, há oportunidades para recriar narrativas e modificar os repositórios simbólicos. O mundo ficou mudado com estas experiências dos últimos dois anos, à medida que as histórias se fizeram mais comuns e as lutas mais próximas. Isto aproxima a linguagem, as fontes de saber, a partilha de relatos e a empatia por pessoas e culturas de todo o mundo. A crescente distância aumenta esta necessidade e interesse.” (LGTC, 2022)

¹⁴ Micro // iNostalgia

“O sentimento de nostalgia, já não enquanto saudade idealizada do passado, promove representações, práticas e artefactos anacrónicos, influencia comportamentos, espaços e produtos nas dinâmicas atuais. Esta tendência tem ao seu alcance o repertório simbólico e o contexto em que habita artefactos e a memória coletiva. Aliás, é uma sólida micro no contexto macro das narrativas e identidades. Muitas vezes, é uma construção idealizada através da memória, da narrativa, ou da construção de outro. Uma articulação e hibridização entre a nostalgia de algo vivenciado e de algo sonhado assimilado por contacto secundário. Uma convergência de memórias e de imaginários, agora com um novo "storytelling" potenciado pelas redes: e capaz de influenciar mitos e visões políticas. Neste mundo em constante mudança, mas também preso a uma perpetuidade consciente de crises esgotaram o futuro, as memórias fortes e os símbolos mais sólidos são guias, uma segurança, e uma estabilidade que permitem ainda navegar as mutações de identidades e padrões de produção/consumo cultural. Esta micro tendência vai para além da coisa, sublinhando-se a importância do sentido que, sendo sempre algo individual, parte da estrutura coletiva e não privada - é partilhado, mas também cada vez mais artificial. Valendo-referenciais consolidados no imaginário coletivo, o desenho de experiências; de obras audiovisuais; e de outras soluções ao nível de produtos culturais e serviços recorrem à adaptação ou atualização de narrativas já existentes num constante "remake" do repositório simbólico global.” (LGTC, 2022)

Em uma provocação e experimentação entre tensões e limites, labirintos mentais surreais passam a surgir como uma resposta de um subconsciente coletivo, onde provocações e medos parecem ganhar cenário e palco online. A combinação entre os videogames imersivos, a arte visual, mixed media impulsionados por novas tecnologias, como Inteligência Artificial, permitem a criação de infinitos cenários de caráter disruptivo e alegórico que incitam a mente humana.

Em especial dentro do mundo virtual, onde as barreiras do possível e impossível são mais maleáveis e moldáveis, abre-se espaço para expressão e sobreposição de realidades antagônicas em contraste dual: físico e virtual, real e irreal, hoje e ontem, infância e vida adulta, terreno e etéreo, verídico e falso, padrão e não padrão, sozinho e conectado, binário e não binário, humor e tragédia e por assim em diante em uma constante mescla e experimentação das tensões e dos limites que regem nosso universo.

Texto final da Tendência

A Experimentação das Tensões e Limites surge como um processo de questionamento, dissecação e reinvenção do universo em que vivemos. Reflete a busca por compreender, explorar e extrapolar o que é conhecido, socialmente aceito e permitido, tanto no mundo virtual quanto no físico. Essa microtendência nasce de um cenário contraditório e antagônico, sendo por si só reflexo disso, portanto tem caráter passivo, mas também ativo.

Por um lado, trata-se de uma busca por enxergar, e principalmente compartilhar a psique humana, explorando as ansiedades e medos contemporâneos como forma de potência para comunicação e sensibilização do outro. Esse processo também elabora através de uma introspecção coletiva, os medos e anseios futuros, podendo propor o vislumbre de cenários distópicos (tanto no passado quanto no futuro) na tentativa de conscientizar e provocar.

Por outro lado, a criação de novos cenários pode indicar uma busca por fuga e alienação, podendo ser através de alternativas utópicas, mas principalmente daquelas distópicas, em uma possível tentativa de relativizar a realidade ao utilizar padrões de comparação ainda mais temíveis. Por fim, a criação de novos cenários, sejam eles metafóricas ou literais, pode mostrar uma sociedade mais flexível e maleável frente a questões complexas, enfatizando uma inclinação para a experimentação em que os gatilhos da mente humana são o combustível.

Associação a Macrotendências: Surrealismo Experimental, Narrativas Ancoradas (Micros: iNostalgia e Fronteiras das Narrativas do Medo).

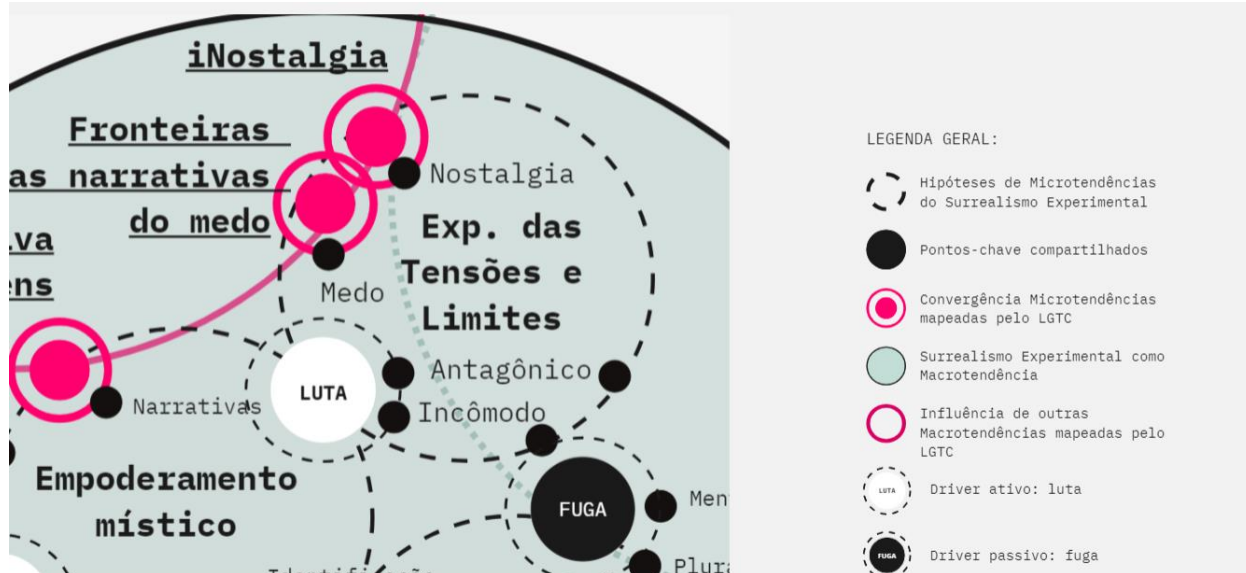


Figura 58. Ampliação do modelo anteriormente apresentado com atualizações e revisões das questões trabalhadas. Graficamente, nota-se a convergência entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre cada uma delas (em preto).

Empoderamento místico

Entrevistas e discussão

O Empoderamento Místico foi a única hipótese apresentada que não teve sua nomeação questionada ou reformulada, nem durante nem após as entrevistas, o que indica sua capacidade de resumir de maneira precisa e concisa as mentalidades por trás da microtendência.

Em entrevista, a especialista Illa Blanco não apenas confirma a hipótese de microtendência, mas também afirma que esse empoderamento místico está diretamente ligado à ideia de ancestralidade:

Super confirmo, eu estava na marcha das mulheres aqui em Lisboa e um dos gritos mais impactantes que eu já ouvi nas ruas foi “somos as netas das bruxas que não conseguiram queimar”. Então nota-se mesmo essa recuperação da ancestralidade. Eu acho que ancestralidade é uma palavra muito importante. E tem uma coisa que eu não sei... Eu senti falta um pouco da questão da espiritualidade.

Em concordância, a entrevistada Suzana Cohen também concorda com Illa Blanco, e acrescenta que resgatar essa narrativa de origem não se trata apenas de uma questão de união, mas também de busca por uma força superior de caráter surreal. A ideia formadora está na reunião das forças necessárias por meio de um poder simbólico que ajude a quebrar com padrões avassaladoramente machistas e violentos contra

as mulheres. Segundo colocado por Suzana, trata-se de um movimento de resgate de forças sobrenaturais de caráter surreal para reunir forças para a luta:

As mulheres não podem perder a força, então você acaba tendo uma questão feminina aí que quem foi cassado? E quem é amado como bruxa foram as mulheres de então, né? Então é, eu acho que talvez é essa busca por essa força, que eu acho que vem como uma potência sobrenatural. É um se agarrar ao que é realmente é feminino. São símbolos e é, de certa forma, surreal. Mas eu acho que isso acaba se manifestando como quase como um contra movimento da Fluidez de Identidade.

O ponto de vista acrescentado pela especialista reforça que o empoderamento místico trabalha quase que em antígonia à Metamorfose Identitária. Enquanto ambos compartilhem o elemento da experimentação e até mesmo da interpretação, existe no Empoderamento Místico uma narrativa formadora muito potente por trás dela, o que não abre espaço para tanta mutabilidade, ainda que parte dos símbolos utilizados passem por uma espécie de reinterpretação.

Em entrevista, a especialista Illa Blanco acrescenta que o místico também está ligado ao caráter de conhecimento, de um lugar de saber puramente ancestral e feminino que volta a ser retomado e reconquistado a partir da releitura de um passado comum:

Então eu acho importante que não fique só no místico, que o místico, que o místico se conecte com o porquê. Porque o místico muitas vezes vem da cura... O místico é você aprender a usar erva, a voltar a usar raiz, a voltar a se curar. Esse é um local que a mulher conquistou antigamente e é um local que nós estamos aprendendo a retomar. Não é a área da medicina que é completamente patriarcal como tudo, o místico é nosso. Foi a gente que aprendeu a coletar plantinha enquanto os homens caçavam. Eu acho que é um gancho interessante para a sua pesquisa, de questionar onde é que há necessidade de uma busca, de uma iluminação espiritual, de uma resposta espiritual entra eu acho, nesse místico.

Por fim, as especialistas novamente confirmaram a hipótese inicial validando a mesma, seus insights novamente foram fundamentais para a formação de uma análise ainda mais profunda dos elementos formadores dessa tendência. Dentre as três micro tendências mapeadas, esta foi a única que possui um maior driver de luta do que de fuga ou escape.

Após as entrevistas e discussão, foi possível compreender que o Empoderamento Místico também compartilha algumas questões com outras duas Macrotendência mapeada pelo LGTC, as Identidades Protagonistas¹⁵, em especial com a microtendência Corpos Políticos¹⁶ e, mais uma vez se conectam com as Narrativas Ancoradas.

Em um mundo em que há falta de representatividade e equidade, as construções identitárias e suas representações passam por uma constante revisão, intitulação e rotulação e nichificação. Em meio a uma luta por espaço e voz, os indivíduos surgem como entidades políticas como portadores de uma voz coletiva e representativa. Dessa forma, nota-se a criação de uma narrativa exclusivamente feminina que busca reunir e unificar seus membros em torno da luta contra a opressão. Para esse efeito, utiliza-se alegorias e símbolos de caráter místico tradicionalmente conectadas ao feminino como fonte de força, sabedoria, união e proteção.

Texto final da Tendência

Esta tendência surge da luta feminista a partir do resgate de uma narrativa ancestral compartilhada, que conecta as mulheres contemporâneas às suas antepassadas através da mesma luta: contra a opressão imposta pelo patriarcado. Nesse processo, uma perspectiva mais feminina é trazida como forma de combater o machismo, historicamente introjetado na sociedade. Trata-se de um movimento de reencontro e construção de uma identidade própria, a fim de reunir suas integrantes e as convidar à marcha.

¹⁵ Macro // Identidades Protagonistas

“Esta tendência sublinha uma tensão, de grande mudança, entre os protagonismos coletivo e individual. Uma tensão entre dois movimentos distintos: (1) as categorias coletivas em debate e (2) o fim das mesmas numa construção individual. Esta ambiguidade resulta num hibridismo e numa revisão constante do conceito de identidade. Uma porosidade pendular que tanto enaltece as categorias como recusa os rótulos. Uma tendência que sublinha várias **representações e construções identitárias em diálogo permanente e perpétuo**, na busca por um resultado que não existe e cujo futuro imaginado muda a cada momento. **A tensão entre protagonismos individuais e coletivos** é uma oportunidade de construir um processo de discussão que conta com rupturas, catarses, revisitações e questionamentos. Assim, a ânsia por representatividade surge pela urgência do auto-identificar, auto-pertencer e auto-expressar para além do que reconhecem as autoridades - órgãos governamentais e a sociedade em geral. A equidade nas relações humanas passa a ser o foco principal. Vivenciamos uma constante revisitação de categorias, que também se tornam alvo de contestações, disputas e resistência: a memória oficial parece não bastar enquanto forma de representação de diferentes grupos que coexistem nos mesmos espaços.” (LGTC, 2022)

¹⁶ Micro // corpos políticos

Num contexto de **falta de equidade na representatividade** e de confiança nas autoridades e nos media, somos nós corpos políticos, os **principais agentes ativos de transformação**. Surge assim um movimento de grupos que procuram, de forma **coletiva e individual, tomar as rédeas e promover políticas, transformando os sistemas atuais e enfrentando medos e reações adversas das classes dominantes**. A expressão destes corpos políticos é múltipla e já não é uma questão física e material. Ela está latente nos discursos e na rotina online. É uma política **orientada não só para ideias, mas também para identidades**, sublinhando a reivindicação da existência comum, do direito ao quotidiano e a fruição do que já foi conquistado. É também a liberdade estética dos corpos livres nas suas diferentes expressões.

Em meio a isso, símbolos historicamente conectados ao feminino são revisitado, reinterpretados e por fim, exaltados. Isso permite a criação de uma narrativa mitológica que incita uma força comum de coesão, representatividade e luta. É dessa mescla que surge o Empoderamento Místico, o qual exalta por meio de uma perspectiva surreal a sabedoria sagrada ancestralmente conectada ao feminino como fonte de força e enfrentamento.

Associação a Macrotendências: Surrealismo Experimental, Narrativas Ancoradas (Micros: Narrativa das Origens e Corpos Políticos).

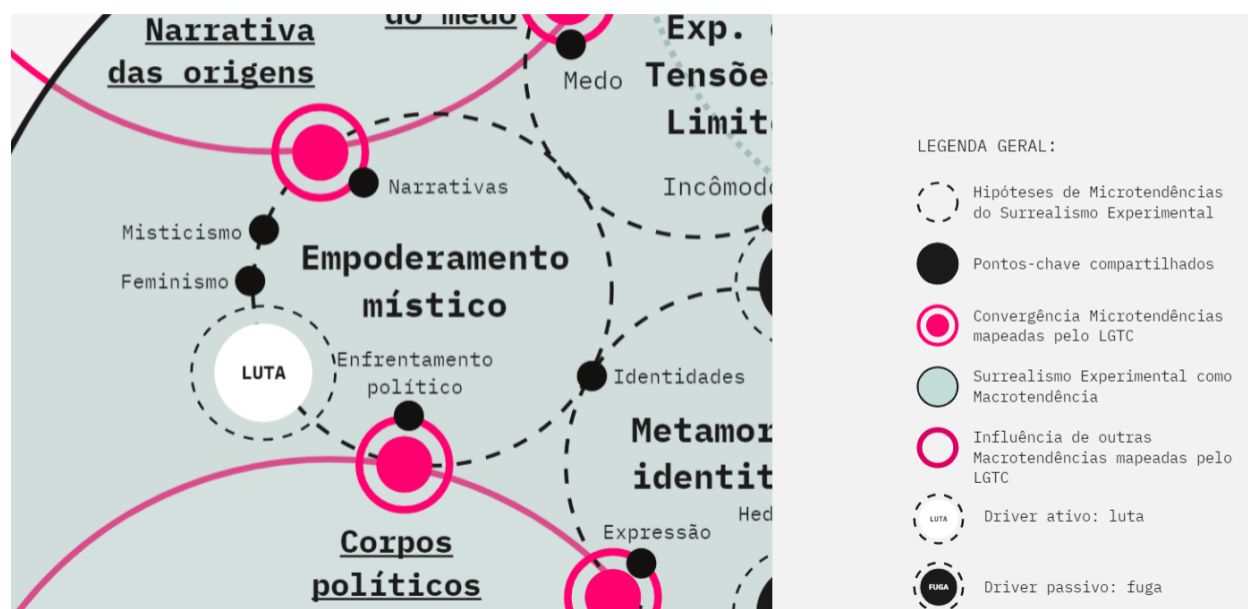


Figura 59. Ampliação do modelo anteriormente apresentado com atualizações e revisões das questões trabalhadas. Graficamente, nota-se a convergência entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre as microtendências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre cada uma delas (em preto).

Influência entre Macro e Microtendências

Conforme os dados analisados e trazidos por este capítulo, houve um processo revisão do quadro apresentado no final da Fase 3 – Arquitetura da Tendência (**figura x**). Como resposta a isso, houve uma drástica evolução do quadro apresentado anteriormente, demonstrando influência entre tendências anteriormente mapeadas pelo LGTC e a macrotendência base estudada e mapeada por esta tese de mestrado. Sendo assim, pode-se afirmar que essa rede de influências corrobora para a hipótese inicial de que a tendência Surrealista Experimental é uma Macrotendência, por influenciar não apenas múltiplas indústrias, mas também por se conectar e contaminar outras Macrotendências mapeadas.

Fora isso, percebe-se a presença da Nostalgia de maneira abrangente e categórica como elemento de provocação e exaltação de outros tempos históricos que não o angustiante presente e o assustador futuro. Dada sua influência em outras macrotenência, dentre elas Surrealismo Experimental e Narrativas ancoradas, podemos levantar a hipótese de que se trata mais de uma Macrotenência do que uma micro isolada, como proposto pelo LGTC com o nome de iNostalgia.

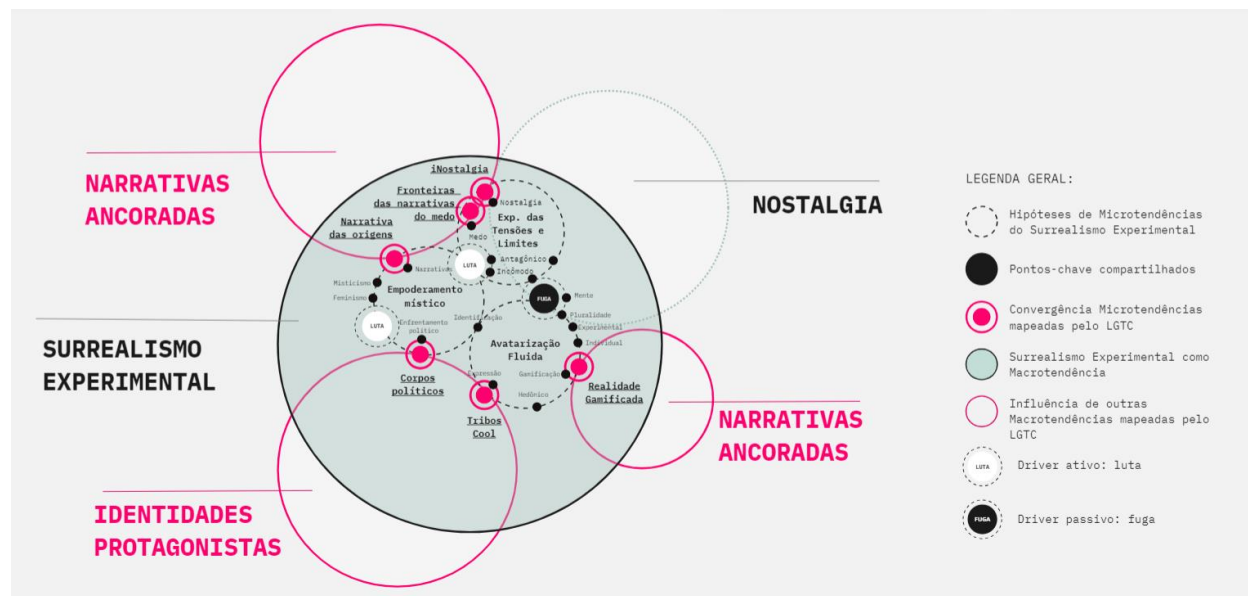


Figura 60. Ampliação completa do modelo anteriormente apresentado com atualizações e revisões das questões trabalhadas. Graficamente, nota-se a convergência entre as microtenências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre as microtenências já mapeadas pelo LGTC (em rosa) e os pontos chave compartilhados, ou não entre cada uma delas (em preto).

Quando analisada a imagem 60, nota-se a evolução das relações observadas quando comparamos as hipóteses da Fase 03 (Arquitetura da Tendência) e as conclusões da Fase 04 (Confirmação e Discussão da ADN) da pesquisa. Isso acontece porque as diferentes perspectivas trazidas pelas especialistas entrevistadas, assim como a apresentação para o II International Trends and Culture Management Colloquium, contribuíram para uma análise e conclusão mais fundamentada e menos subjetiva. Dessa forma, ressalto a importância desta fase não apenas para a validação, confirmação e discussão do ADN da tendência, mas também para o aprofundamento e evolução das hipóteses e conclusões. Espera-se que este estudo forneça maior respaldo acadêmico quanto os processos necessários para o Estudo de Tendências contribuindo para a área com ferramentas acadêmicas.

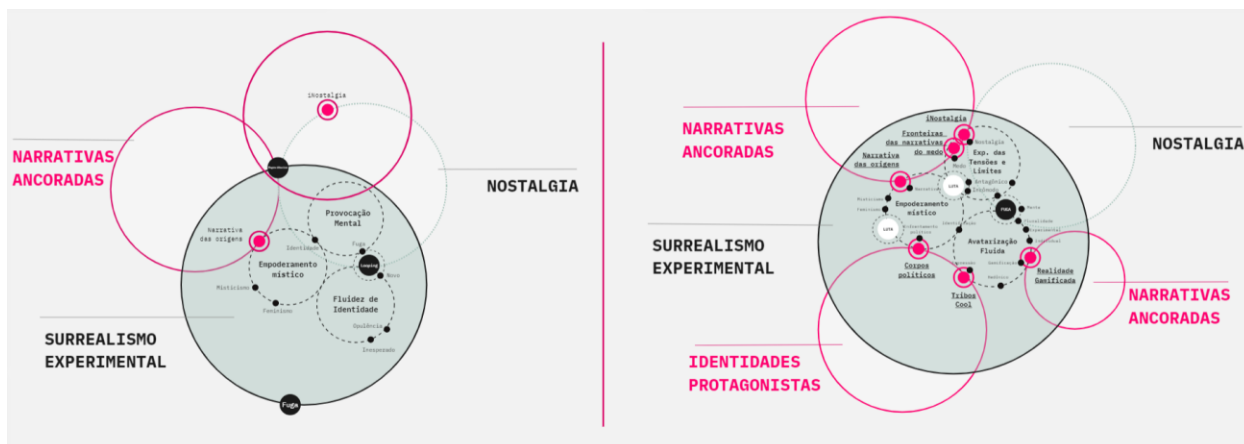


Figura 61. Imagem representa a evolução das análises e complexidade comparativamente entre a Fase 03 e a Fase 04. Nota-se um relevante aumento dos elementos adicionados ao quadro conforme as conclusões obtidas. Para melhor visualização, acessar a plataforma Miro completa através [deste link](#).

Esta fase também implicou em uma evolução relevante entre os padrões que foram fundamentais durante a Fase 03, que formaram as primeiras hipóteses para as microtendências. Ao observar a imagem abaixo, notamos que o quadro apresentado na fase anterior também recebeu uma maior quantidade de padrões em cada um dos grupos, funcionando como uma forma de revista às hipóteses iniciais e fundamentação das hipóteses finais da Fase 04.

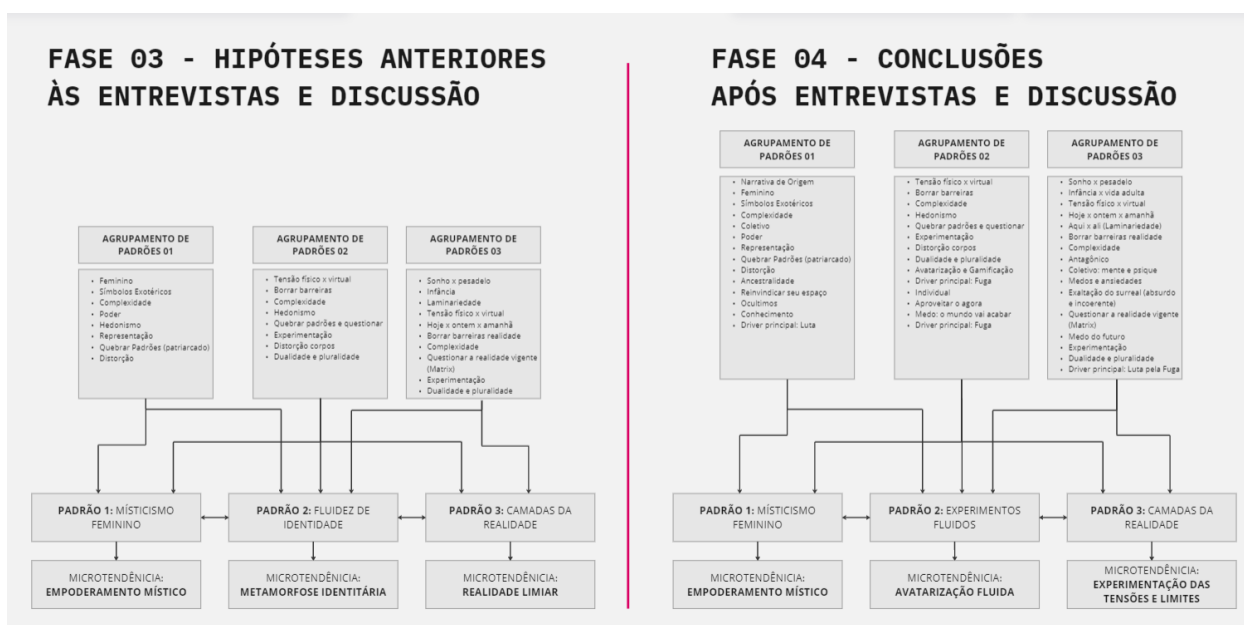


Figura 62. Imagem representa a evolução das análises e complexidade comparativamente entre a Fase 03 e a Fase 04. Nota-se um relevante aumento dos elementos adicionados ao quadro conforme as conclusões obtidas.

3. Conclusões

Dada a fragilidade do enquadramento acadêmico do Estudo de Tendências, nota-se uma variedade grande no que toca as práticas, perspectivas, processos, conceitos e objetivos. Com isso, esta tese pretende discorrer sobre o processo empírico realizado através de uma linha metodológica clara e concisa de caráter acadêmico, conforme o proposto por Gomes et al. (2021).

Sendo assim, esta tese de mestrado tem como principal objetivo discorrer sobre o processo metodológico utilizado para o mapeamento e estudo de Tendências Socioculturais, tanto na escala das Macrotendências quanto das Microtendências. Para isso, procurou-se descrever os principais processos de pesquisa, coleta, análise e validação dos resultados obtidos, segundo os Roteiros Metodológicos propostos por Gomes, Flores e Cohen (Gomes et al. 2021), passando pelas quatro principais fases propostas pelo artigo (1) Contexto: análise cultural e recolha de dados; (2) Sistematização da Informação; (3) Arquitetura da Tendência e (4) Confirmação e Discussão da ADN e Texto da tendência.

Os resultados aqui apresentados são resposta de uma longa jornada de pesquisa acadêmica resumindo as análises de mais de um ano de trabalho. Durante esse processo, foram aplicadas mais de 130 horas de análise e escrita, mais de 16 horas de Podcasts, mais de 6 horas de entrevistas com especialistas, mais de 20 coleções de alta costura totalizando mais de 375 modelos assim como mais de 15 ambientes cenográficos embebidos pelo inesperado surreal. Todas essas fornecem dados que permitiram compreender e analisar as mentalidades emergentes que se pronunciam e materializam através de artefatos culturais.

Vale ressaltar que o curioso período histórico em que esta tese foi desenvolvida permitiu a análise de questões socioculturais em transição entre a Pandemia de Covid 19, e o período chamado por especialistas de O Novo Normal (Roale et al., 2022). Com isso, esta tese também funciona como um material que pode ajudar a compreender o impacto na mudança de direções mentalidades que Black Swans são capazes de produzir.

O mapeamento e confirmação das microtendências apresentadas nesta tese demonstram a importância de um estudo minucioso e metodológico que confere uma leitura aprofundada das mentalidades emergentes, assim como o mapeamento preciso de possíveis Tendências. A extensão deste trabalho também materializa o impacto que Black Swan da Pandemia de Covid 19 teve tanto para o tecido social quanto para as mentalidades.

O papel de um pesquisador de tendências de reconhecer as mentalidades emergentes é desafiador, uma vez que o próprio é também um agente dentro do contexto analisado, o que pode limitar sua análise. Fora isso, viver em um cenário de grande transformação dado o em curto período, como o Pós-Pandemia

e o Novo Normal, fornecem desafios extras, tendo em vista a complexidade e subjetividade dos temas abordados.

Para além disso, as microtendências também compartilham maior mutabilidade do que as macrotendências, o que por natureza confere grandes desafios para seu mapeamento, dada sua maior mutabilidade. Para além disso, os temas aqui tratados pertencem à Swap Culture (Ahmadzadeh & Pancini, 2022, p. 58), caracterizada pela convergência de inúmeros tópicos que constantemente se chocam e mutam com enorme rapidez, fornecendo ainda maiores desafios para o pesquisador do estudo de tendências socioculturais.

Para isso, foi necessário compreender a fundo as partículas contextuais do Zeitgeist que compõem esse complexo cenário contemporâneo, bem como seus agentes e suas produções culturais, com especial foco nas artísticas e tecnológicas, o que gerou uma tese mais extensa do que o normal. Para além disso, foi necessário seguir de maneira rigorosa a metodologia proposta por Gomes et al. (2021), para que o processo fosse devidamente registrado, fundamentado e elaborado, diminuindo as chances de perda de foco dentro do assunto principal.

Com esta tese, pretende-se criar um material de cunho acadêmico de importância para a Área de Estudos de Tendências, que permita reafirmar a necessidade de um rigor metodológico que unifique os métodos propostos por diferentes autores e concretize as conclusões através de um material que inclua o processo de contextualização, sistematização, estruturação e confirmação das conclusões levantadas.

Para isso, esta tese focou no rastreio e mapeamento possíveis Microtendências abrangidas pela Macrotenência Surrealista Experimental, o que também auxiliou a confirmação da Macrotenência Surrealista Experimental (Centeno et al., 2022), mapeada também pela autora durante uma atividade acadêmica que antecedeu a presente tese de mestrado. Isso acontece porque a tese forneceu maior elaboração e aprofundamento dos temas levantados anteriormente, materializando-os através de um produto final de caráter acadêmico.

Após todo o processo apresentado nos vários capítulos da tese, três principais Microtendências foram identificadas dentro da Macrotenencia Surrealista Experimental, são elas: (1) Metamorfose Identitária; (2) Experimentação de Tensões e Limites e (3) Empoderamento Místico. Esta tese também fornece interessantes conclusões acerca de como as Microtendências se comportam, interagem e influenciam dentro de uma Macrotenência, potencializadas por seu caráter mutável e volátil.

Fora as tendências mapeadas originalmente por esta tese, concluiu-se que a Microtenência iNostalgia, mapeada pelo Laboratório de Gestão de Tendências e Cultura (LGTC) da Universidade de

Lisboa em seu trendreport *Colossos e Decadências: Tendências Socioculturais 2022* (LGTC, 2022), pode ser considerada mais uma macro do que uma microtendência, como foi proposto pelo laboratório, uma vez que influencia indústrias de maneira transversal assim como impacta macro e microtendências.

(1) Avatarização Fluida: Driver de fuga

Frente a um mundo em constante mudança, as identidades tendem a seguir o fluxo impulsivo de conexão e singularidade como um contramovimento da produção em massa e da identidade dominante. Assim, é possível identificar a sede por novidade, questionando, classificando e quebrando convenções, o que pode levar a uma sociedade mais pluralmente aberta, onde as diferenças sejam mais aceitas socialmente.

Porém, essa constante transformação, tanto dos indivíduos quanto da sociedade, cria um desejo por desconexão e alienação frente a uma frenética transformação, reflexo de uma sociedade assustada, cansada e confusa. O conforto pode ser encontrado tanto no passado ou no aproveitamento hedônico do presente, em uma tentativa de fugir ao máximo das consequências de um futuro assustador e iminente.

Além disso, quando o escapismo encontra o consumo como válvula de escape e experimentação, nota-se uma busca mais hedônica e individual do que coletiva e política, podendo gerar fortes impactos para o meio ambiente através do fast capitalism e ultra fast fashion. Nesse cenário, mesmo quando ferramentas são usadas para driblar o sistema através da criatividade e da experimentação por meio de princípios como High Concept, do Smart Buying ou DIY (Roale et al., 2022), a busca por autenticidade através da criatividade e personalização, ainda que seja um interessante meio de estudo e pesquisa, mostra-se ainda mais diretamente atrelada ao consumo e ao desejo individualista de impulsionar a imagem da persona criada para o ambiente online .

(2) Experimentação das Tensões e Limites: driver de fuga e de luta

Em meio a isso, o surreal é cada vez mais utilizado, na tentativa de retratar a falta de coerência deste novo normal, fazendo uma ponte entre a psique e experimentação como uma forma de elaboração de sentimentos complexos, mas também de alienação através da relativização de uma realidade conturbada através do vislumbre de uma distopia ainda pior.

Em meio a isso, o espaço tem forte importância e aplicação, uma vez que fornece o cenário para a disrupção e exploração dos limites e tensões. Esses espaços quando trazidos para o mundo virtual, fornecem ferramentas que propulsionam a imersão e as diferentes representações dos medos da psique humana, a exemplo dos Back Rooms e do Dreamcore.

Como conclusão, o surgimento da representação de espaços surreais no mundo virtual parece ir além da mera representação dos medos da psique, funcionando também como um mecanismo de elaboração desses mesmos temores e sentimentos. A estética liminar dos espaços funciona como uma forma de representar o desolamento e a impotência sentida, contudo, esse meio de escape não é confortável, remetendo mais ao pesadelo do que ao sonho.

Portanto, isso talvez nos ajude a concluir que se trata de uma mentalidade emergente que nasce da perspectiva da necessidade de introspecção e elaboração desses sentimentos e problemas complexos, podendo, em um futuro próximo, se deslocar mais para um cenário de luta do que de inércia. Sendo portanto, o humor, característico da geração Z (Roale et al., 2022), em conjunto com o exagero do surreal, formas de fundamentar uma crítica frente ao que não se pode escapar.

(3) Empoderamento místico: driver de luta

Por fim, a microtendência de Empoderamento Místico reflete a utilização da metáfora surreal como fonte de força e coesão social e incitação à luta através do resgate de uma narrativa ancestral. Assim como a Avatarização, há uma busca por identidade, contudo, ela não é fluida, mas concreta, ainda que por vezes mitificada. Essa abstração é capaz de trabalhar o imaginário coletivo através da visualização de um mundo mais justo e feminino, baseado na parceria e ajuda mútua.

De maneira geral, podemos concluir que a macrotendência Surrealista Experimental fornece ferramentas de liberdade para a criação de diferentes cenários que permitem experimentar universos. Sendo assim, trata-se de uma forma contemporânea de enfrentar a realidade muito presente e relevante no cotidiano contemporâneo do novo normal. Isso nos demonstra o desdobramento de novas mentalidades que tentam enfrentar e problemas complexos a partir de abordagens também intrincadas, sejam elas de luta ou de fuga.

A criação de cenários, experimentação de realidades, tensões e narrativas (sejam elas concretas ou fluidas) podem demonstrar uma sociedade mais aberta ao novo, ao inusitado e ao experimental, compreendendo que soluções e respostas arcaicas e simplificadas já não cabem em um mundo tão complexo e fragmentado.

Todas as conclusões aqui trazidas foram resultado a uma longa análise de diversas fontes que funcionaram como um mapa das mentalidades emergentes. Em meio a isso, é importante destacar que o estudo do Design de Espaço apresenta desafios significativos em relação às tendências, especialmente devido ao tempo necessário para concretizar projetos de design de interiores e arquitetura, dada sua escala e complexidades, tende a ser mais longo do que em outras áreas do design.

Como resposta a essa complexidade, foi crucial explorar fontes de inspiração mais efêmeras, com a cenografia emergindo como uma ferramenta analítica fundamental, tanto em sua expressão física quanto virtual. Esse contexto mostrou-se embebido de símbolos que também forneceram relevantes informações sobre as mentalidades que os norteiam.

A maleabilidade encontrada no meio virtual das leis físicas e lógicas pertencentes ao mundo físico fomentaram a experimentação e recortes de realidade em uma Avatarização Fluida. Tal gamificação da realidade tende a se estender para além da forma como o indivíduo se veste ou apresenta, mas também como interage e o que espera do meio que experiencia. Isso pode indicar indivíduos mais exigentes com o seu entorno, havendo uma maior demanda pela surpresa, pelo chocante e pelo inesperado. Como designers de produto e do espaço, é necessário levar em conta tais características para produzir espaços de relevância, interesse e impacto.

Essa busca por experiências disruptivas também pode ser reflexo do questionamento, dissecação e reinvenção da realidade característica da Experimentação das Tensões e Limites, em que se nota a tentativa de materializar os paraísos e infernos da mente através de estratégias espaciais que se tornam estranhamente artificiais: laminariedade, looping, simetria, repetição de cores, espaços nostálgicos dentre outros. Isso pode refletir uma intenção coletiva em propor introspecção e provocação a fim de sensibilizar o outro para determinados sentimentos: angustia, medo, solidão, sendo o espaço um importante ferramenta para esse processo de provocação. Em meio a isso, fica clara a importância e potência que o espaço empenha como mecanismo de comunicação e elaboração de sentimentos complexos.

O estudo das tendências tem um papel crucial no design de produto e o de espaço, podendo através de uma análise crítica do meio em que estão inseridos, proporcionar uma base sólida para potencializar suas propostas e intervenções. Ao analisarem as tendências atuais e emergentes, os designers conseguem compreender melhor as preferências, necessidades e expectativas dos usuários, orientando suas decisões de design de forma mais precisa e relevante.

De maneira geral, para além da análise das microtendências e a metodologia aplicada para tal, tem como objetivo ressaltar os contributos que a análise de tendências pode ter para a criação de espaço e produto. As tendências fornecem insights valiosos sobre as mudanças culturais, sociais e tecnológicas que moldam o contexto em que os produtos e espaços serão utilizados, sendo assim, uma análise crítica sobre as mentalidades emergentes permite com que os designers fundamentem e diversifiquem suas propostas, avaliando de maneira cuidadosa e reflexiva as soluções e identificando oportunidades para inovação e diferenciação. Dessa forma, o estudo das tendências não apenas inspira e informa o processo criativo, mas

também capacita os designers a desenvolverem soluções mais relevantes, eficazes e impactantes, que atendam às necessidades e aspirações do público-alvo.

Bibliografia

- Agger, B. (2004). *Speeding Up Fast Capitalism: Cultures, Jobs, Families, Schools, Bodies*. Routledge.
- Ahmadzadeh, I., & Pancini, C. L. (2022). *The 2022 type trends lookbook: The new normal*. Typecampus & Zetafonts.
- Alves, A., & Liedke, L. ([s.d.]). *Sonhos Esquecidos* (13) [Podcast]. Recuperado 3 de maio de 2023, de <https://open.spotify.com/episode/6ojK9FmTvL7DcSyStMoCSa?si=1e3d5ee0d97c488a>
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity* (1º ed, Vol. 1). Polity Press.
- Bauman, Z. (2017). *Reterotopia* (1º ed). Jorge Zahar.
- Belanciano, V. (2017, maio 14). *Retrotopia ou os retrocessos do nosso tempo*. <https://www.publico.pt/2017/05/14/opiniaio/cronica/retrotopia-ou-os-retrocessos-do-nosso-tempo-1771893>
- Benson, L. (2022, agosto 11). *Just Between Us... What Is the Secret Appeal of Liminal Spaces?* <https://elephant.art/just-between-us-what-is-the-secret-appeal-of-liminal-spaces-11082022/>
- Bezerra, L. S., & Gibertoni, D. (2021). AS MÍDIAS SOCIAIS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19: Análise comportamental dos usuários durante este período e as possibilidades para o futuro. *AS MÍDIAS SOCIAIS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19: Análise comportamental dos usuários durante este período e as possibilidades para o futuro*, 144–156.
- Bird, S. M. A., & Tapp, A. (2008). *Social Marketing and the Meaning of Cool*. 18–29.
- Blanchfield, T. (2023). *The Psychology Behind Liminal Space: A Transitional Place or Time That Can Feel Unsettling*. <https://www.verywellmind.com/the-impact-of-liminal-space-on-your-mental-health-5204371>
- Breton, A. (1969). *Manifestos of Surrealism*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Bürger, P. (1985). *O declínio da era moderna*.
- Camacho, K. (2023). *O que é Skins?* <https://pop.proddigital.com.br/o-que-e/o-que-e-skins>
- Careri, F. (2013). *Walkscapes. O caminhar como prática estética* (6º ed). GG.

- Centeno, N., Morgado, M., & Aspahan, I. (2022). *Surrealismo Experimental: Estudo de Tendências* (Tendências 1; p. 92).
- https://www.canva.com/design/DAFBIWfi9ZQ/yIpIuENOVh9Y8BcwugWxVQ/view?utm_content=DAFBIWfi9ZQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=viewer#2
- Dobuski, M. (2022, novembro). The Backrooms: Horror storytelling goes online. *The Backrooms: Horror storytelling goes online* “The Backrooms” is an imagined space of dimly-lit, never-ending yellow hallways. <https://abcnews.go.com/US/backrooms-horror-storytelling-online/story?id=92623707>
- Dragt, E. (2017). *How to Research Trends—Move Beyond Trendwatching to Kickstart Innovation*. BIS Publishers B.V.
- Eimert, D. (2014). *Art of the 20th Century*. Parkstone Press.
- Gamela, A. (2022, abril). Espaços liminares: Depois de dois anos de espaços públicos esvaziados pela pandemia, que fascínio é este pela estética liminar? *Espaços liminares: Depois de dois anos de espaços públicos esvaziados pela pandemia, que fascínio é este pela estética liminar?*
- <https://www.pcguaia.pt/2022/04/espacos-liminares/>
- Gennep, A. van. (1690). *The Rites of Passage*. Routledge and Kegan Paul.
- Giuliodori, L., Boldyreva, A., & BOBUNOVA, A. (2020). Surrealism between psychological investigation and artistic commitment. *Surrealism between psychological investigation and artistic commitment*.
- Gladwell, M. (1997). *The Coolhunt*. <https://www.newyorker.com/magazine/1997/03/17/the-coolhunt>
- Gloor, P. A. (2017). *Sociometrics and Human Relationships: Analyzing social networks to manage brands, predict trends and improve organizational performance*. Emerald Publishing Limited.
- Gloor, P. A., & Cooper, S. (2007). *Coolhunting: Chasing down the next big thing*. New York: Amacon.
- Gomes, N. P. (2022). *Uma abordagem a tendências socioculturais pela análise de conteúdo: A narrativa audiovisual em contexto de estudo de caso*. 1–11.
- Gomes, N. P., Cohen, S. A. de M., & Flores, A. M. M. (2018). *Estudos de Tendências: Contributo para uma abordagem de análise e gestão da cultura*. 11(22), 34.

Gomes, N. P., Cohen, S. A. M., Cantú, W. A., & Lopes, C. M. A. (2021). *Roteiros e modelos para a identificação de tendências socioculturais e a sua aplicação estratégica em produtos e serviços*.

14.

Guinsburg, J., & Leiner, S. (2012). *O surrealismo*. Perspectiva.

Higham, W. (2009). *The Next Big Thing: Spotting and Forecasting Consumer Trends for Profit* (1^o ed). Kogan Page.

Holstein, P. (2021, junho). *Tudo é tão assustador aqui*. https://rp-online.de/digitales/apps/tiktok-dreamcore-das-steckt-hinter-dem-social-media-trend_aid-60429185

Inglehart, R. F., Ponarin, E., & Inglehart, R. C. (2017). Cultural change, slow and fast :The distinctive trajectory of norms governing gender equality and sexual orientation. *Cultural Change, Slow and Fast :The Distinctive Trajectory of Norms Governing Gender Equality and Sexual Orientation*, 1313–1340.

Iris Van Herpen Presents Her Latest Collection Film ‘Carte Blanche’. (2023, janeiro 23). *Iris Van Herpen Presents Her Latest Collection Film ‘Carte Blanche’*. <https://www.numeromag.nl/iris-van-herpen-presents-her-latest-collection-film-carte-blanche/>

Jones, M. T. (2011). *Global gigatrends and the silence of strategic management*.

Kjaer, A. L. (2014). *The Trend Management Toolkit: A Practical Guide to the Future* (1^o ed). Springer.

Kongsholm, L., & Frederiksen, C. (2018). *Trend Sociology: The ultimate guide* (Vol. 2). Pej Gruppen.

Koolhaas, R. (1997). *S M L XL: Second Edition*. Monacelli.

Koolhaas, R. (2006). *Junkspace*. Quodlibet.

LGTC. (2022). *Colossos e Decadências: Tendências socioculturais 2022*.

Liedke, L., & Alves, A. (2023). Viralismo: O estádio da selfie. *A aposta no enaltecimento de um Ego em contínua distorção*. <https://floatvibes.substack.com/p/viralismo-04-estadio-da-selfie>

Lopes, C. M. A., & Lopes, D. G. (2021). Trend Studies as a Practice between Design and Anthropology. *Trend Studies as a Practice between Design and Anthropology*, 10(1), 29–48.

- Madsen, A. C. M. (2022, janeiro 26). Vogue Runaway: Viktor & Rolf Spring 2022 Couture. *Viktor & Rolf SPRING 2022 COUTURE*. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2022-couture/viktor-rolf>
- Martella, E. (1993). *Semiotics, Communication Analysis, Surrealism. New Epistemologies and Cultural Change*. 1–14.
- Mason, M., Mattin, D., Luthy, M., & Dumitrescu, D. (2015). *Trend Driven Innovation*.
- Mayfield, T. D. I. (2011). A Commander's Strategy for Social Media. <https://apps.dtic.mil/sti/citations/ADA535374>, 1st quarter(60), 79–83.
- McCracken, G. (2009). *Chief Culture Officer: How to Create a Living, Breathing Corporation* (1º ed).
- McCracken, G. (1989). *Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods*. 71–84.
- Mendez II, M. (2023). What to Know About Corecore, the Latest Aesthetic Taking Over TikTok. *What to Know About Corecore, the Latest Aesthetic Taking Over TikTok*. <https://time.com/6248637/corecore-tiktok-aesthetic/>
- Mittelstaedt, J. D., Shultz, C. J., Kilbourne, W. E., & Peterson, M. (2014). *Sustainability as Megatrend: Two Schools of Macromarketing Thought*. 253–264.
- Mota, I. (2022). *O Impacto da Pandemia na Utilização das Redes Sociais* [Tese Marketing, Universidade Católica Portuguesa - Porto Business School]. <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/38843/1/203042832.pdf>
- Mower, S. (2021, janeiro 25). *Christian Dior Spring 2021 couture*. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-couture/christian-dior>
- Naisbitt, J., & Aburdene, P. (1990). *Megatrends 2000: Ten New Directions for the 1990's*.
- Panksepp, J., & Biven, L. (2012). *The Archaeology of Mind: Neuroevolutionary Origins of Human Emotions*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Peloso, A. (2020). *Leveraging the power of micro-macro trends in contemporary organizations*. 22(4), 168–174.

- Powers, D. (2019). *On Trend: The Business of Forecasting the Future*.
- Rasquilha, L. (2015). *Coolhunting e Pesquisa de Tendências: Observar, identificar e mapear as tendências e mentalidades emergentes do consumidor* (1a Edição, Vol. 2). Actual.
- Raymond, M. (2010). *The trend forecaster's handbook*. Hachette.
- Reich, S. (2017). *Contributo da Pesquisa Qualitativa para a Consolidação Disciplinar dos Estudos de Tendências: Processo, perspec. 19*. convergencias.ipcb.pt
- Ribeiro, F. M. (2006). *Arquitetura na Era Eletrônica: A imagem absorvida pela informação*. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC -RJ).
- Roale, M., Alcolforado, M., Moraes, C., Pires, G., & Oliveira, T. (2022). *Grupo Consumoteca: Geração CTRL+Z pelas lentes latinas* (p. 54) [Relatório de Tendências]. Grupo Consumoteca. https://www.grupoconsumoteca.com.br/wp-content/uploads/2022/11/eBook_Geracao-CtrlZ_Grupo-Consumoteca.pdf
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovation* (3^o ed). Collier Macmillan Publishers.
- Salgueiro, M. (2021). *COVID-19 e medo social: Vivências emocionais em tempos de pandemia* [Tese, Universidade Federal da Paraíba]. <https://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/5076/1/5.%20Marilene%20Salgueiro.pdf>
- Taleb, N. N. (2007). *The Black Swan: The impact of the highly improbable*. Penguin Books.
- Townsend, C. (2023). *Explaining corecore: How TikTok's newest trend may be a genuine Gen-Z art form*. <https://mashable.com/article/explaining-corecore-tiktok>
- Turner, V., Abrahams, R., & Harris, A. (1996). *The Ritual Process Structure and Anti-Structure* (Vol. 1). Routledge.
- Vejlgaard, H. (2008). *The anatomy of a trend* (1^o ed). Confetti Publishing Inc.
- Viktor&Rolf. (2023). *An Absurd Take On A Stereotypical Couture Ballgown For The 21st Century* [Site da marca de Alta Costura]. Viktor&Rolf. <https://www.viktor-rolf.com/collection/haute-couture-late-stage-capitalism-waltz-spring-summer-2023>

Zetafonts a confirmar. (2021). *The 2021 Type Trends Lookbook: The post pandemic*. Zetafonts e
Typecampus. [https://www.zetafonts.com/typetrends/2021/Zetafonts-Type-Trends-Look-Book-
2021.pdf](https://www.zetafonts.com/typetrends/2021/Zetafonts-Type-Trends-Look-Book-2021.pdf)

Citografia

Trend Reports

99 DESIGNS. “12 inspiring graphic design trends for 2023”. Disponível em <https://99designs.com/blog/trends/graphic-design-trends/#section10> acesso em 05 de Janeiro de 2023.

GRUPO CONSUMOTECA. “Geração Ctrl+z pelas lentes latinas”. Disponível em <https://www.grupoconsumoteca.com.br/geracao-ctrlz/>. Acesso em: 4 de Abril de 2023.

GW. “Connect the dots. Discover the trends that’ll dominate 2023”. Disponível em: https://www.gwi.com/hubfs/CTD%202023/CTD%202023%20Global.pdf?utm_campaign=FY23_CC_AL_L_GL_CTD&utm_medium=email&hsmi=232567272&hsenc=p2ANqtz-9T8zLGMdEIagSWzQx1Qxs7BUCV1i5OMLLu9Jfam385yEhzZvyuqEvZrt0DrFRnaC3uzIXaOY6BA b-G3p8gBF969T2Q&utm_content=232567272&utm_source=hs_automation. Acesso em: 4 de Abril de 2023.

PINTEREST. Pinterest Predicts 2023. Disponível em <https://business.pinterest.com/pt-pt/pinterest-predicts/>. Acesso em: 22 de Janeiro de 2023.

VOGUE. José Criales-Unzueta “The Fall 2023 Jewelry Trend Report” <https://www.vogue.com/article/fall-2023-jewelry-trend-report>. Acesso em: 20 de Março de 2023.

ZETA FONTS & TYPE CAMPUS. “2021 Type Trends Lookbook: Post-Pandemic.”. Disponível em <https://zetafonts.com/blog/post-pandemic-the-2021-typographic-trends-look-book/> . Acesso em: 25 de Fevereiro de 2023.

ZETA FONTS & TYPE CAMPUS. “2022 Type Trends Lookbook: The new normal.”. Disponível em <https://zetafonts.com/blog/tt2022/>. Acesso em: 25 de Fevereiro de 2023.

Coolhunting em moda:

NUMEROMAG “Iris Van Herpen presents her latest collection film ‘carte blanche’”. Disponível em <https://www.numeromag.nl/iris-van-herpen-presents-her-latest-collection-film-carte-blanche/> Acesso em: 4 de Abril de 2023.

IRIS VAN HERPEN. Disponível em <https://www.irisvanherpen.com/collections/earthrise>. Acesso em: 24 de Maio de 2023.

ZOE MAGAZINE. Dior Haute Couture SS21 – Le Château du Tarot. Disponível em: <https://www.zoemagazine.net/171851-dior-haute-couture-ss21-le-chateau-du-tarot/>

NUMEROMAG <https://www.numeromag.nl/iris-van-herpen-meta-morphism-aw-2022-couture/>. Acesso em: 21 de Abril de 2023.

VOGUE BUSINESS. “Why these Gen Z fashion critics are ripping up the rulebook” Disponível em: <https://www.voguebusiness.com/fashion/why-these-gen-z-fashion-critics-are-ripping-up-the-rulebook>. Acesso em: 20 de Dezembro de 2022.

Coolhunting em publicidade:

DESIGN SCENE. “Discover Louis Vuitton Spring Summer 2023 Menswear Collection”. Disponível em: <https://www.designscene.net/2023/02/louis-vuitton-ss23-menswear-campaign.html>. Acesso em: 4 de Fevereiro de 2023.

GRAZIA MAGAZINE. Grace O'Neill “DIOR IS READY FOR POST-PANDEMIC PLAYFULNESS”. Disponível em: <https://graziamagazine.com/articles/dior-spring-summer-2022/>. Acesso em: 4 de Fevereiro de 2023.

MPC ADVERTISING. “MPC teamed up with Wieden + Kennedy Shanghai, the loft and director Adam Lau to produce the epic new campaign for Nike Esports”. Disponível em: <https://archive.mpcadvertising.com/our-work/all/nike-esports-camp-next-level> Acesso em: 4 de Fevereiro de 2023.

MPC ADVERTISING. “MPC creates a video game inspired dystopian world for Balenciaga’s fall 21 campaign” Disponível em: <https://archive.mpcadvertising.com/our-work/all/balenciaga-fall-2021>. Acesso em: 4 de Fevereiro de 2023.

MPC ADVERTISING. “MPC Brings Dolly Parton to screens in Squarespace’s ‘Working 5 To 9’, Big Game Campaign directed by Damien Chazelle”. Disponível em: <https://archive.mpcadvertising.com/our-work/all/squarespace-working-5-to-9>. Acesso em: 9 de Maio de 2023.

MPC ADVERTISING. Burberry Open Spaces <https://archive.mpcadvertising.com/our-work/all/burberry-open-spaces>. Acesso em: 4 de Fevereiro de 2023.

MPC ADVERTISING. MPC Adds Magic To Dior’s Mystical Fashion Film Directed By Matteo Garrone”. Disponível em: <https://archive.mpcadvertising.com/our-work/all/dior-le-chateau-du-tarot>. Acesso em: 4 de Fevereiro de 2023.

Coolhunting em cenografia:

DEZEEN. “Sunken home forms setting for Virgil Abloh's final Louis Vuitton show”. Disponível em: https://www.dezeen.com/2022/01/25/louis-vuitton-autumn-winter-2022-show-virgil-abloh-fashion/?li_source=base&li_medium=bottom_block_1. Acesso em: 26 de Janeiro de 2023.

DEZEEN. James Parkes: “Louis Vuitton inserts yellow racetrack into Louvre courtyard for Spring Summer 2023 show”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2022/06/28/louis-vuitton-spring-summer-2023-menswear-fashion/>. Acesso em: 26 de Janeiro de 2023.

DEZEEN. James Parkes: “VIR Eugénie places two replica vIRs in flower meadow for Dior menswear show”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2022/07/15/dior-spring-summer-2023-menswear-fashion/>. Acesso em: 8 de Fevereiro de 2023.

DEZEEN. James Parkes: “Louis Vuitton inserts yellow racetrack into Louvre courtyard for Spring Summer 2023 show”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2022/06/28/louis-vuitton-spring-summer-2023-menswear-fashion/>. Acesso em: 8 de Fevereiro de 2023.

DEZEEN. James Parkes: “Rem Koolhaas and AMO create faux-fur covered geometric rooms for Prada menswear show”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2021/01/20/rem-koolhaas-ammo-create-faux-fur-geometric-rooms-prada-fw21-menswear-show/#/>. Acesso em: 26 de Janeiro de 2023.

EVOKE. Rebecca Dore “PICS: Dior brings contemporary 50s glam to Paris Fashion Week”. Disponível em: <https://evoke.ie/2023/03/01/style/fashion/dior-aw23>. Acesso em: 8 de Maio de 2023.

FRAME “Fashion show or film set? Louis Vuitton's AW23 menswear show went cinematic”. Disponível em: <https://www.frameweb.com/article/shows/fashion-show-or-film-set-louis-vuittons-aw23-menswear-show-went-cinematic>. Acesso em: 26 de Janeiro de 2023.

STIRWORLD. Sunena V. Maju “A handcrafted mystical dream in fabrics wraps the Dior Fall 2023 runway”. Disponível em: <https://www.stirworld.com/see-features-a-handcrafted-mystical-dream-in-fabrics-wraps-the-dior-fall-2023-runway>. Acesso em: 28 de Abril de 2023.

Coolhunting em arquitetura e design de espaço:

DEZEEN. James Parkes: “Jacquemus creates surrealist interpretation of his own bathroom for Selfridges pop-up”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2022/05/11/jacquemus-le-bleu-selfridges-retail-interiors/>. Acesso em: 26 de Janeiro de 2023.

DEZEEN. Alice Finney: “Superette models playful cannabis dispensary on Italian deli”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2022/04/15/annex-superette-toronto-marijuana-store/>. Acesso em: 26 de Janeiro de 2023.

DEZEEN. Jenna McKnight: “Superette cannabis dispensary in Toronto resembles a retro grocery store”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2021/10/16/superette-cannabis-dispensary-grocery-store-toronto/>. Acesso em: 26 de Janeiro de 2023.

DEZEEN. Jane Englefield: “Masquespacio designs colour-blocked burger joint in Turin”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2021/06/04/masquespacio-designs-colour-blocked-burger-joint-in-turin/>. Acesso em: 28 de Janeiro de 2023.

DEZEEN. Alice Finney: “Saint of Athens jewellery store designed to resemble 1960s swimming pool”. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2021/08/04/saint-athens-gavello-store-mykonos-swimming-pool/>. Acesso em: 29 de Janeiro de 2023.

DEZEEN. James Parkes: “Louis Vuitton overhauls stores with Yayoi Kusama polka-dots and life-like animatronics”. Disponível em <https://www.dezeen.com/2023/01/15/louis-vuitton-yayoi-kusama-polkadots-stores/>. Acesso em: 01 de Fevereiro de 2023.

FRAME. “Fashion show or film set? Louis vuitton's aw23 menswear show went cinematic”. Disponível em”. Disponível em <https://www.frameweb.com/article/shows/fashion-show-or-film-set-louis-vuittons-aw23-menswear-show-went-cinematic>. Acesso em: 05 de Maio de 2023.

KIA. “Kia celebrates ‘opposites united’ design philosophy at 2023 Milan Design Week”. Disponível em: <https://press.kia.com/eu/en/home/media-resouces/press-releases/2023/Kia-celebrates-Opposites-United-design-philosophy.html>. Acesso em: 01 de Maio de 2023.

Anexos

Anexo : Transcrição das entrevistas com especialistas em tendência

Illa Blanco

Entrevista com a especialista em tendências Illa Branco no dia 1 de Abril de 2023, sexta-feira, que aconteceu das 9:30 às 10:07 da manhã.

NC: Bom dia professora IR. Primeiramente gostaria de agradecer a sua participação e disponibilidade nesta etapa de validação dos resultados mapeados durante minha pesquisa de mestrado.

IB: Olá, bom dia, o prazer é meu.

NC: Professora, gostaria de pedir sua permissão para gravar esta entrevista.

IB: Não tem problema, pode sim.

NC: Perfeito, professora. Então assim você poderia começar a entrevista falando um pouquinho de você e da sua trajetória dentro do estudo de tendências?

[Apresentação de slides que ilustrem o processo de pesquisa, contendo os slides segundo imagem]

NC: Gostaria de saber se isto que estou trazendo (sobre as microtendências dentro da Macrotendência Surrealista Experimental) faz sentido para você como especialista em tendências ou seria um grande devaneio.

IB: Eu acho que faz todo e completo sentido. Acho que você está em um caminho muito bom. Eu não diria que você está em um caminho errado ou para você mudar alguma coisa do que você já definiu. Teve duas coisas que eu talvez sinta falta e deveria confirmar se faz sentido. No místico, se quiser colocar no slide do místico. **Super confirmo isso, eu estava na marcha das mulheres aqui em Lisboa e um dos gritos mais impactantes que eu já ouvi nas ruas foi “somos as netas das bruxas que não conseguiram queimar”. Então tem mesmo essa recuperação dessa ancestralidade. Eu acho que ancestralidade é uma palavra muito importante.** E tem uma coisa que eu não sei... Eu senti falta um pouco da questão da espiritualidade.

NC: Hum hum

IB: Porque o místico ele pode estar ali entre uma coisa étnica, entre uma coisa de intuição, entre uma coisa que é o outsider, o outlier.

NC: Ok.

IB: Mas o espiritual eu acho que é muito importante no que você está trazendo aqui porque ele é como se fosse a fuga que pede ajuda para uma coisa. Então não é místico só porque é contemporâneo, não é místico só porque é uma recuperação das bruxas, também é, mas está muito voltado no sentido de que nossa realidade hoje, por não fazer muito sentido, por nos dar medo, nos muitas vezes procuramos a religião. Religião no sentido mais amplo. Então a ideia da espiritualidade, de ser um ser espiritual, eu acho que também tem a ver com a fuga. Também tem a ver com escapismo, também tem a ver com é, quase que uma desconexão com a realidade, um afastamento para você tentar ir lá pro nível superior e tentar pedir resposta sobre o que está acontecendo aqui (risos). **Então eu acho importante que não fique só no místico, que o místico, que o místico se conecte com o porquê. Porque o místico muitas vezes vem da cura... O místico é você aprender a usar erva, a voltar a usar raiz, a voltar a se curar muitas vezes. Isso é um local que a mulher conquistou antigamente. Então é um local que nos estamos aprendendo a retomar, não é, não é, não é a área da medicina que está completamente patriarcal como tudo, então o místico é nosso. Foi a gente aprendeu a catar plantinha enquanto homem matava bicho. Então eu acho que é um gancho interessante para a sua pesquisa, de você vir ou se questionar onde é que há necessidade de uma busca, de uma iluminação espiritual, de uma resposta espiritual entra eu acho, nesse místico.**

NC: Ótimo.

IB: Outra coisa na Metamorfose identitária, eu acho muito é importante é... eu entendo a questão da dualidade, eu acho que cada um lê e interpreta os sinais da maneira como quer, só que tem uma coisa muito importante na ideia de metamorfose de identidade hoje em dia que eu acho que é impossível você parar nessa questão visual, tem a questão da identidade de gênero. Eu convivo muito com gente da geração Z, convivo muito com gente que tem menos 10 anos que eu. E a fluidez de gênero deles é tão grande que se eu passar duas semanas sem ver eu posso já estar usando o artigo errado. Você tem que estar o tempo todo percebendo como a pessoa está falando de si para saber se é ele, ela, e tem gênero que se alterna. Que a pessoa diz no dia como ela quer ser chamada. E pra mim é uma coisa tão forte da nossa realidade hoje em dia, que não tem como eu pensar em metamorfose sem trazer algum viés dos gêneros transitando em meio a todas essas estéticas possíveis.

NC: Sim, faz sentido.

IB: Eu acho que não tem nada escapista em gênero. Pelo contrário, eu acho que é muito pertencimento, é muito territorial reconquistar seu espaço, reconquistar sua territorialidade,

fazer parte desse mundo e se permitir fazer parte mesmo mudando, mesmo sendo essa metamorfose, sabe;

NC: Sim, gosto dessa perspectiva.

IB: Então como encontramos pertencimento sendo muitas coisas, já que somos tão múltiplos? Já que temos tantas camadas, já que nos permitimos sonhar, já que nos permitimos criar e ter devaneios? Quem sou eu em isso tudo? E acho que gênero está tomando uma proporção muito maior, muito mais nova. Isso sim é inovador, porque assim, vamos combinar, estamos é um novo Woodstock, um novo Iluminismo que a gente está vivendo.

NC: Verdade, é mesmo.

IB: Não é completamente diferente dos festivais de rock dos anos 1960. Não é muito diferente do que a gente está vendo hoje. Assim, muito resumidamente falando, é uma nova releitura do Woodstock, mas essa parte de gênero acho que é completamente nova a nível de formação de identidade. E eu fico pensando aqui como que isso é surreal.

NC: Certo.

IB: Eu fico pensando aqui na Nádia.

NC: Nádia o que, professora?

IB: Pera aí, deixa eu achar ela aqui (buscando no Instagram o nome completo). Isso é um exemplo assim de metamorfose, para mim ela é um exemplo cool de metamorfose identitária e de tudo isso que nós estamos falando. Digita para mim @NidiaAranha.

[Pausa para busca no Instagram]

IB: Ela é uma mulher trans, que simplesmente ela se submeteu a testes que se faz em vacas para reprodução de leite de uma forma mais eficiente. Ela é uma mulher trans, e também uma artista visual, ela se colocou em uma máquina de leite tirando leite da teta trans dela. E ela se propõe a fazer exercícios biológicos e faz toda uma estética maravilhosa em torno disso, completamente doida, que é ela em uma máquina depois tem a vaca na máquina para provar que uma mulher trans pode dar leite sim e que a tecnologia pode sim levar ela a lugares completamente surreais e inimagináveis. E se eu pudesse te dar um toque para olhar e ver se faz sentido, acho que seria isso. Seria a parte do espiritual e como o gênero se relaciona à metamorfose identitária.

NC: estou aqui no Instagram dela e é muito interessante mesmo.

IB: E é isso, eu fui anotando aqui o que você foi falando e não sei, acho que mais concordo com tudo que você disse.

NC: Então professora a maior dúvida que eu trago é mais do campo das previsões, se você acha que a longo prazo, isso também vai aumentar e vai fazer mais parte e mais impacto nas nossas vidas. Ou você acha que talvez isso seja uma coisa, é que essa tendência mesmo ela só vem e repente conforme a nossa sociedade for se adaptando a esse novo mundo, a gente vai ficando mais tranquilo, as vezes mais minimalista. Porque eu acredito que ela é quase que uma oposição ao minimalismo. É o mais, é o excesso. (pausa para a professora refletir)

IB: Cara, isso vai depender se você tem uma visão positiva pois eh otimista ou pessimista. (risos) Olha, tá muito cedo e hoje é sexta-feira, é muito triste assim, sabe? (risos)

IB: É, eu acho que só tende a continuar a aumentar. Porque com desenvolvimento, eu hoje trabalho no mercado de tecnologia na indústria de tecnologia então eu acho que só vai aumentar. Porque não só os problemas vão ficando mais complexos a gente tem mais pessoas do mundo, isso é mais difícil de organizar, eh... a gente tá com uma natureza ferrada, e não ainda não temos nada que a gente fale. “Não, agora vai dar bom. Agora vai dar certo.” Nós temos alguns heróis, alguns movimentos. Eu sou, olha, ainda sou otimista no meio dos pessimistas todos que andam comigo porque eu confio que ainda tem muita gente que quer que isso melhore. Mas a nível de resultados concretos é eu acho que nós ainda estamos longe. **Então assim, o nosso Black Swan, no nosso desespero a nossa descrença na realidade né? É todo esse questionamento e essa desesperança essa falta de esperança no futuro. Eu acho que isso que isso vai demorar muito para sair ainda. Sinceramente. É, porém, essa fuga ela não é sustentável né? A gente não consegue ficar fugindo o tempo todo das coisas então tem aqui o movimento cíclico que eu acho que pode afetar não o caso da do hiper-realismo ou do surrealismo a nível estético, nem o misticismo. Eu acho que o misticismo não seria afetado. Eu acho que a provocação mental e a metamorfose identitária elas podem elas podem desacelerar um pouco. Isso é um feeling que eu tenho com base tem um tem um autor que me influenciou muito que é o José Ortega. Ele fala que a sociedade ela é organizada em momentos ativos em momentos mais pacificadores.**

NC: Interessante.

IR: E que isso acontece em ciclo. E que a que a humanidade funcione em ciclo nós não temos dúvida, né? As coisas voltam. Então está a nostalgia está aí para provar isso. Moda, enfim, tudo. Forma como a gente come, como nós vestimos e tal. O que ele fala, imagina, revolução industrial foi o momento ativo.

Mulheres começando a trabalhar leis sendo lançadas e só depois a gente tem uma fase de aplicação dessa inovação. Essa inovação começa e okay, só depois que começamos a de fato viver aquilo.

NC: Uhum.

IB: E depois de um tempo Woodstock ativo de novo questiona tudo ou guerra né? Questiona tudo, um momento muito ativo, conflito não sei o que. Depois da tempestade vem a calmaria e isso é uma coisa que, segundo essa teoria e que a gente sente isso também nas tendências isso é uma verdade. Existe uma curva ali de inovação né quando você estuda difusão social, que é normal que essa inovação depois ela entre no mainstream e que ela se adapte e que ela perca um pouco mais a energia de disrupção e ela entre na nossa vida. E depois que ela entrar na nossa vida que ela nos transforma, isso só acontece no momento menos ativo da sociedade, quando a gente está incorporando essa mudança e não quando a gente está questionando tudo. Então eu acho que não é sustentável continuar essa metamorfose ininterrupta. Tá?

NC: Concordo, é inviável.

IB: Eu fui criticada assim como a provocação mental de questionar, questionar, questionada a nomes, encontrar nomes, encontrar termos, encontrar palcos, encontrar espaços, não se encontrar, procurar outro. Isso é lindo. Eu amo estar vivendo como uma adulta nesse sim nesse momento, tá?

NC: Sim

IB: Mas por exemplo, eu fui questionada na minha tese por que que eu não abordei gênero?

NC: Uhum.

IB: Eu não abordei gênero dentro da academia como se é como cientista porque eu acho que nós estamos num momento transitório. Eu acho que não é sustentável todas as mil possibilidades, todas as siglas, todas os nomes para sexualidade, opção sexual. Toda a questão da sexualidade, que é diferente da questão de gênero, também tá num momento muito ativo. De questionar, de encontrar nome, de encontrar padrões. De refutar, de encontrar nome. De nada está funcionando não tem espaço para ninguém então eu tenho o meu micro minha tribo sexual ali micro, sabe? Aquelas dez pessoas tem um nome agora. Tem uma página e tem um grupo e tem encontro. Eu acho que esse nível de metamorfose identitária muito micro. Eu acho que ela vai assentar daqui a pouco. Eu sinto que pode ser que esse pessoal que eu conviva vai chegar uma hora que vai falar assim, “ah na verdade não interessa muito o nome que eu vou usar vai se conectar, a gente vai ter uma relação, a gente vai trocar energia mística, a minha realidade com a sua, se o santo bater”. Independente do nome, do que que é, entendeu? Para aquilo. Então nesse sentido de metamorfose identitária nesse sentido de provocação, de questionamento mental eu acho que pode desacelerar um pouco. Tá?

NC: Uhum.

IB: Por uma questão dessa do dos cíclicos, mas a questão da fuga da realidade, a questão do sonho eu acho que isso vai continuar sem dúvida sendo e assim é o que a gente fala da vivência né, Natália? Não é que uma coisa vai sumir. A metamorfose ela vai continuar mas ela pode mudar de forma, só que eu acho que do místico e do espiritual é ainda vai demorar mais pra mudar eu acho que ainda tem. A gente ainda está descobrindo muito essas ancestralidades de conhecimento de ginecologia natural, nossa tá falta tanto pra isso tá nas empresas, sabe? Eu até falei isso na minha empresa no dia das mulheres fez o workshop de automaquiagem. Assim só e só. Se você tivesse dez workshops diferentes dentro de um workshop tem um de automaquiagem, está tudo bem.

NC: Sim, faz sentido.

IB: Mas sabe? Ervas pra TPM, ginecologia natural, tipo transformação do corpo da mulher na alimentação tem tanta coisa nova. Ou seja, por mais que a gente ache que todos esses movimentos estão superfortes e nós como pesquisadores conseguimos identificá-los, é isso que eu estou falando a inovação ela vem transforma muito aceleradamente e ela precisa de um tempo pra ser absorvida. Não é sustentável você ficar se transformando o tempo todo. Se não a empresa vai ficar de workshop de automaquiagem para sempre, porque não está entendendo pra onde que ela tem que ir, quais são os novos workshops se toda hora está mudando, entendeu? Demais, se ela não consegue absorver e e gerar uma transformação com aquilo.

NC: Uhum, concordo.

IB: Então eu acho que nesse sentido a nível de inovação vamos absorver um pouco melhor.

NC: Isso é muito interessante, muito interessante professora. Eu acho que os seus insights realmente me ajudaram muito.

IB: Que bom.

NC: E eu acredito que seja isso mesmo, eu concordo assim, eu acho que é até difícil como pesquisador mapear essas transformações porque parece que todo dia existem coisas novas e assim eu não sei em que ponto a gente vai chegar num platô de OK eu não aguento mais tanta novidade eu quero uma Comfort Zone. Que eu acho que também é a dualidade entre essa nostalgia. Né? Mais novo, não. Vamos viver o passado então. Os dois estão entre um pouco a fuga né? Tipo o novo é meio que a utopia do futuro e essa utopia do passado, né? Não sei se você chegou a ver a mas assim na tese eu até cito duas coisas que são super mainstream que são Stranger Things e The Last of Us, que é uma nova série HBO. E é interessante porque ele tem essa estética do limiar do tipo passou e a gente está congelado sabe? Na história acontece

uma pandemia a nível mundial e aquilo “congela” o mundo, as edificações ficam degradadas e meio que sem a presença humana e a evolução natural dela, a gente nem sabe quanto tempo já passou. A gente vive uma realidade ou outra agora. E eu não sei até que ponto a gente não tem essa vontade de congelar, sabe? Faz tudo parar. Também pode ser né?

IB: Sim, e eu acho que é tão engraçado porque tipo imagina há dez anos atrás foi quando eu conheci o budismo e nessa época estava muito não sei se você lembra, mas esse tema ficou muito muito assente na durante a última década que foi o mindfulness.

NC: Sim.

IB: E eu acho isso muito engraçado. Engraçado no eu falo a escrever esse artigo sobre é espiritualidade mas olha essa linha do tempo a gente estava num mindfulness há dez anos atrás que foi o budismo comer rezar e amarrar teve um boom de budismo assim. Teve um boom de budismo. E o budismo é aprender a conectar a sua mente no presente. Isso foi há dez anos atrás. Há dez anos atrás a gente ainda estava é, sei lá não prestando atenção pra alimentação como a gente presta hoje não prestando atenção no nosso corpo como a gente presta hoje é, não estávamos tão atentos ao que nós somos hoje. Acho que começou um movimento muito de compreensão do indivíduo. Né? Talvez seja quando essa nossa era muito individualizada começou a se marcar mais. E é engraçado que o mindfulness é focado no presente e depois que a gente aprendeu de repente a olhar pro presente veio a pandemia e a gente voltou a ser desconectado presente de novo olhar pro passado porque o passado não muda, né? Não sei se você entende que é por isso que a nostalgia é tão forte mas até psicologicamente é porque é o único tempo da nossa vida que a gente tem controle sobre ele.

NC: Exatamente.

IB: Aquilo já aconteceu. Só que ao mesmo e agora depois da gente e teve um boom de nostalgia, né? Por exemplo, a moda vintage. Que foi há meia década, por exemplo, que começou a bombar. A gente focou muito no presente, teve o Black Swan. Ficou completamente perdido. Voltou um pouco ao passado. Moda vintage, dieta que é tudo cai da árvore, tipo uma alimentação ancestral o passado veio superforte e agora a gente está experimentando essa fuga no futuro, que é ainda outra fuga. Mas ainda é por isso que eu acho que a questão da fuga está atual mas eu acho engraçado isso que é o que você está falando nossa não dá pra continuar fugindo vai ter uma hora que a gente vai sentir que a gente sentir que precisa parar. Será que quando a gente sentir se a gente vai voltar pro mindfulness? É no presente. Não viveu agora? Desconexão de social media para você parar de olhar o seu celular e olhar a pessoa que está. Na sua frente? É, isso também poderia ter sido aceite depois da do Black Swan.

NC: Não, não foi.

IB:: Aí não foi porque, né? Por exemplo, tem um artigo meu sobre o OnlyFans e o que é o OnlyFans, né? Viver o presente completamente e ele veio ressaltar essa coisa da a gente não poder se conectar na pandemia, não poder aproveitar o Presente que a gente é gasta olhando numa tela de celular, numa mesa de bar, todo mundo mexendo no celular. De repente, quando a gente está trancado em casa, a gente não tem mais esse contato físico e começa a tentar ter essa conexão presente ao vivo ali, tentar sentir o cheiro da pessoa, tentar fazer um sexo por uma tela, sabe? Ele foi criado anos antes da pandemia, mas se você olhar no Google Trends, o Bum dele é exatamente no meio da pandemia.

NC: A pandemia ela faz isso, né? E assim eu li até uma coisa que eu achei muito interessante ontem é num livro de uma psicóloga que eu ando lendo e eu achei muito interessante, porque ela fala que nós somos seres. Fiquei muito medo da solidão, né, porquê? Nós já nascemos com uma boca e uma cabeça querendo falar, né? E ela escreve que atualmente, quando a gente se sente desamparado, a tecnologia é que nos ampara. Então quando a gente está perdida num lugar sem sinal ou Wi-Fi, nós ficamos desesperado. É muito verdade isso, não é? Nós começamos a buscar esse amparo na tecnologia.

IB: É exato. Muito doido, muito legais parabéns pelo trabalho.

NC: Muito obrigada pela entrevista, esta conversa me acrescentou muito. Obrigada pelos seus insights. São de uma mais-valia incrível para o meu trabalho. Acho que é muito importante conversar com alguém entende, pesquise e que saiba do assunto. Eu também, eu vou também atrás disso do que você trouxe sobre o budismo, porque achei muito interessante. Quem sabe não é até mesmo um insight futuro, não?

IB: É verdade, é verdade, ótimo e precisando partilhar mais estou aqui.

Suzana Cohen

Entrevista com a especialista em tendências Suzana Cohen, no dia 04 de maio de 2023, quinta-feira, que aconteceu das 9:30 às 10:43 da manhã.

NC: Bem-vinda, professora. Eu fiz uma rápida apresentação para delinear qual que está sendo o estudo e para o processo mais compreensível. Depois disso eu queria que você me dissesse o que acha, se acredita que vou em um caminho certo ou não. Se concorda ou discorda, se valida ou não. Posso te fazer uma breve apresentação desses slides?

SC: Faz como você preferir, ok? Pode sim.

NC: Então vamos lá, me fala, se eu tiver conseguindo ver. Então, professora, todo nosso trabalho se chama Admirável Mundo Novo e Surreal, é uma pesquisa dessas tendências socioculturais no contexto pós pandêmico. Na verdade essa tese de mestrado começa com um trabalho de dentro da própria faculdade, dentro da cadeira de tendências, que é uma cadeira a do IADE, em que a gente mapeou a

tendência que nomeamos como “surreal”. Para dar uma contextualizada, a gente optou pelo nome surreal porque ele tem essa característica daquilo que existe no mundo dos sonhos e da imaginação. Ele pode ser incompatível com a realidade, tem o poder de provocar essa estranheza, aquele a coisa de que esquisito, eu não consigo propriamente entender, porque ele vai contra as lógicas tradicionais. Ele ultrapassa essa realidade, ele é um pouco incoerente, divergente. E querendo ou não, eu acredito que esse surreal tem muito a ver com o nosso dia de hoje, do nosso contexto.

SC: Hum hum.

NC: No contexto pós pandêmicos a gente tinha aquela questão do isolamento, saúde mental com mais em pauta, né? A conexão por trás das medias sociais foi muito importante. A gente teve aquela vontade de fugir, seja ela de forma real, imaginária ou digital. O importante era fugir. A nostalgia, né, daquilo que nos foi roubado aquele tempo que nos foi roubado, vem dessa vontade de voltar a viver. Além de tudo, finitude, né? Porque querendo ou não, uma pandemia a nível global nos mostra que nós somos perenes nessa Terra. Então foi também nesse momento que a gente mapeou a macrotendência que tem o nome de surrealismo experimental, porque ele vem mesmo com essa ideia de experimentar coisas novas. E foi impulsionado pela pandemia e pelas redes sociais.

SC: Hum, hum.

NC: Então a gente consegue ver que existiam três principais clusters: a cultura visual, a mente e a tecnologia, e quando eles se encontram, a gente tem um epicentro que é nas redes sociais. Então existe muito isso de brincar com essas novas possibilidades de provocar novos sentimentos. Tem essa crítica, é o inesperado, é aquela coisa que é a gente viu uma sociedade tão hiper estimulada que, quanto mais esquisito, quanto mais surreal aquilo, mais interessante ela acaba sendo, né? Sai um pouco daquela caixinha, e quando a gente fala em cultura visual isso abre um leque enorme de possibilidades, né? Dentro do mercado também. E é muito engraçado, porque para a gente começou a mapear isso em 2021. No segundo semestre e era meio difícil na época, a encontrar os sinais, porque a gente falava, eu acho que existe isso aqui, mas aonde está, né? Onde estão os sinais atualmente está muito fácil encontrar esses sinais. Porque já passou esse um ano mais ou menos, né? Então nós começamos a ver os sinais assim mesmo em todo lugar. Eu já. Eu já mostro mais ou menos quais foram os maquiadores. Aí a gente muda de novo, né? O contexto, porque enquanto em 2022 a gente estava naquilo de OK, vou voltar a experimentar o mundo, né? Agora nós estamos vivendo um novo normal.

SC: Hum hum.

NC: E essa coisa de desmistificar, de descobrir de quem está, quem sou eu, afinal, é quase como se nós voltássemos a ser criança e voltássemos, experimentar o mundo. E eu acho que isso é muito importante. É aí a gente começou a mapear os sinais, né? É de novo. Aí continuamos nesses clusters, mas começaram a surgir outros clusters também. A ideia desse desse mapa é como se fossem fungos, bolinhas de fungos, que uma hora vão contaminando uns. Aos outros, e aí surgiram outros sinais e clusters. Então, surgiu o feminismo, a psicologia. Então nós fomos tentando mapear realmente onde estavam esses sinais e o que que eles estavam dizendo pra gente, né? Atualmente são muitos mesmo, a gente percebe que ele está realmente na moda, na curta-metragem, na cenografia, no cinema... O cinema por si só é uma coisa muito doida, né? Porque eu fiz um recorte das maiores bilheterias de 2021 e 2022, e agora dos mais esperados para 2023. É uma loucura, porque a gente não tem um filme original, isso que é muito esquisito, que enquanto na moda a gente tem essa autenticidade muito maluca, tipo coisas novas sendo provado. Na nos no cinema, uma coisa esquisitíssima é só remake. É tipo John Wick número 4, Velozes e Furiosos 10 é tipo assim é uma coisa maluca. Parece que o cinema parou ali, tipo, não está entendendo o que está acontecendo com o mercado. Nós vamos postar no dia tradicional no que?

SC: Vai vender, né?

NC: E assim, na arquitetura e no design de interiores, nós começamos a ver esses cenários mais subjetivos que provocam uma nostalgia, uma sensação meio esquisita de “que lugar é esse?” É um lugar meio não lugar, é meio genérico, meio diferente. E, enfim, esses foram os sinais que a gente começou a versão muitos mesmo e nós começamos a ver alguns padrões. Esse certo primeiro é o da fluidez de identidade, então a gente vê que existe essa busca por liberdade e essa busca por liberdade ela passa pela minha identidade, passa pelo eu. A gente vê muitos, é shows de moda, hoje em dia também, e não só em moda, nas discussões, enfim, é uma coisa cada vez mais faltava, dessa distorção, dessa andronegização, aquela coisa meio etérea assim. Nós estamos conectados, mas somos livres para experimentar um novo, ser o novo, né? Existe um hedonismo de vamos aproveitar o máximo possível que a vida tem para nos dar, porque aquilo que eu falei um pouco da finitude. Nós temos vivido uma constante crise, uma constante transformação, então vamos aproveitar, vamos ser. E os corpos, eles são fluídos, as identidades são fluidas, até a sexualidade é fluida, né? E agora a gente está vendo muito isso, essa hora eles são digitais, hora eles são físicos.

SC: Hum, hum.

NC: Por que que eu falo isso? Porque existem praticamente antigamente as redes sociais, elas eram recorte da vida das pessoas, elas agora estão se transformando praticamente persona dentro das redes sociais. Eu posso me transformar e ser uma pessoa nova ali dentro. A gente tem muito isso, essa

busca pela Liberdade, eu acho que a liberdade se tornou um importante cenário aqui, depois a gente tem a conexão entre o místico e o feminino. Que é como é essa essa retomada dos símbolos esotéricos para trazer alguma uma forma de empoderamento diferenciado, né? Seres espirituais e muitas vezes assim, eles até trazem essa ideia meio de assexuada, como Anjos são, mas não necessariamente. Também existe um hiper sexualizadas, a feminina, mas eu acho que eu não vou entrar muito nessa questão, eu vou entrar na parte de que ok, são seres místicos que retomam esses símbolos exotéricos como uma forma de conexão com uma força superior.

SC: hum hum.

NC: E aí, um outro padrão que nós vemos essa dualidade de mundos, né? Então é uma busca por uma alegria, por um otimismo, essa fuga ali noção, então a gente tem um mundo muito complexo e um mundo muito simples, então nós tentamos retomar ou pela nostalgia, pelo o passado da infância, por essa fuga mesmo, né? E eu acho que eu acho que é basicamente isso que. Um dos padrões? É essa. Essa Vila muito doida que foi feito pela Dior para SS2023 que é tipo, eles refizeram a casa e é uma coisa super curada, sabe? É uma curadoria assim que é tão perfeito, tão perfeito, que a gente fica, “meu Deus super esquisita, né?” Porque é tão perfeito que é irreal isso aqui, né? E a mesma coisa a gente por dentro da arquitetura, surgindo ainda, moda, enfim. E aí a gente começou a mapear 3 principais micro tendências dentro da macrotendência Surrealismo Experimental, né? Então, uma o surrealismo experimental está aqui e nós desenvolvemos essas 3 microtendências a partir dele.

SC: Ok.

NC: Então, seria um empoderamento místico, esse experimento nostálgico-mental que vem muito com as redes sociais, tem a ideia de fuga, de discussão e a metamorfose identitárias dentro dessa macrotendência. É importante falar que nós trazemos o Empoderamento Místico como parte dessa é Narrativas das Origens, ficam dentro das grandes Narrativas Ancoradas mapeadas pelo TrendsLab da Universidade de Lisboa.

SC: Hum hum.

NC: E a gente trata aqui a nostalgia mais como uma macrotendência do que uma micro tendência, porque ela realmente é muito transversal e muito presente em todas as manifestações. O empoderamento místico, então ela é essa estética própria, feminina e obscura. A gente começa a ver ela cada vez mais presente, é como uma busca de uma identidade que representasse as mulheres, então é quase como se vamos tentar recuperar as bruxas que não foram queimadas na fogueira. Nós somos essas. Essa ideia de trazer essa é quase uma forma religiosa, digamos assim, é tão difícil sermos nós que a gente

precisa dessa força antiga que está ali, que todas nós compartilhamos, é isso que conecta todas nós como uma. E a gente vê muito isso pela internet, pelos movimentos feministas, pelas gerações dos movimentos feministas. Essa busca pela representação de um mundo mais feminino, onde a mulher está ali, numa posição de poder, num pedestal de sabedoria maior. A partir disso, a união e a ajuda, é mútua. Nós vemos muito os símbolos, esses símbolos místicos, esotéricos, sendo retomados aqui diretamente conectados com o poder feminino.

SC: Aham, hum hum.

NC: Depois a gente vê o jogo de sentimento que a provocação mental, porque é de novo aquilo que nós falamos das experiências imersivas, de tentar experimentar novas realidades. Mas eles trazem isso de uma forma muito plural. Todos esses aqui [Referência ao slide provocação mental da apresentação preparada para entrevistas] são pequenos vídeos retirado da internet. E eles trazem muito isso de essa nostalgia, esse medo, essa e a gente vê o medo da solidão, o medo do passar do tempo. Porque querendo não estar dentro de todos esses ambientes muito etéreos é também se sentir só se sentir desamparado, isolado. Então a gente vê um pouco isso, que também surgiu lá na pandemia. Aquela coisa de estar só, de ver as cidades vazias, esvaziadas, é um medo que a gente tem da solidão, mas também o medo dessa falta de identidade e do fim, porque algumas dessas imagens elas trazem essa passagem do tempo. Elas são familiares, principalmente para a geração da década de 1980 e 1990. E, ao mesmo tempo, elas são extremamente assustadoras porque não conheço. Eu conheço desconhecendo esses locais. E são muitas as imagens dessa estética que eles chamam de liminar. E ele mostra um pouco isso nessa coexistência desses mundos plurais são as visões de mundo opostas que mesmo assim coexistem. E um pouco da identidade dentro do caos. Estamos todos os concursos, estamos todos caóticos, nos identificamos no nosso próprio mundo de isolados. Então, pelo menos a gente se conecta a partir da dificuldade. E por fim, a gente tem a metamorfose identitária aqui que o que eu disse dessa entidade líquida, da experimentação por novas estéticas, a gente vê isso dentro das próprias redes sociais. Então o boom dos -Corecore. Que é basicamente pegar emprestada uma estética por alguns dias. Ela não precisa ter necessariamente um fundamentação ou algo por trás. Eu quero experimentar, eu quero testar. E isso mostra um pouco essa busca meio hedonística de experimentar a vida e aproveitar tudo que ela tem para oferecer. Sem muita preocupação com a manhã, sem muita preocupação com o planeta Terra sem saber? É muito uma coisa da geração Z, propriamente o Grupo Consumoteca fala muito sobre isso, né? E é uma geração que a gente vê que está muito desolada, com muito medo, e assim, perdida mesmo assim, como vai ser o nosso futuro, né? Aquecimento global, inflação, pandemia e que nos espera pela frente. Né? E é basicamente, isso é um. É uma, é muita coisa, muita informação.

SC: Muito bem, eu acho que eu fiquei confusa em algumas partes, dada sua explicação é. Mas enfim, como que você quer fazer agora?

NC: Pode me dar o seu feedback e fazer suas perguntas que eu posso esclarecê-las.

SC: Tá, é, vai voltar nos slides, por favor, que aí eu te vou voltando devagar aí. É tá? Para que então, OK, é. É, vamos lá. A primeira coisa que eu estava querendo entender, Natália, assim, parabéns pelo trabalho que foi feito até agora. Eu acho que está muito interessante. É, eu acho que se foi num ponto. É crucial aí da questão do surrealismo, é que realmente tem muita manifestação de tendência que k. Minha para esse lado é está falando. É como definir o mundo pós pandemia que não é pós pandemia, né? É gente que nem tem anticrise. Depois de Cristo a gente pode ter um Marco assim, tipo, é pós pandêmico, né? PPE? Não depois, né? Porque é um grande ponto de interrogação, é quando você está falando a gente só me explica uma coisa, essa tendência do surrealismo experimental. Vocês, enquanto turma, mapearam com o professor William e depois você fez o mapeamento dessas micro ou isso tudo faz parte do seu trabalho?

NC: É, a gente fez uma, é, na verdade, foi um trabalho em 3 pessoas durante a primeira, que foi quando a gente mapeou o surrealismo experimental como macro, tendência e aí? Enfim, é. Foi aquela coisa me da pra uma cadeira rápida, né? De 6 meses. Então, assim, a tese Ela Foi fundamentar melhor essa essa macro. Tendência, o que que ela é, da onde ela vem? Falar um pouco de como para o nosso processo pendente de cá é. Encontrar as palavras mesmo para defini-la.

SC: Aham, aham, aham.

NC: E aí, e. Aí então, encontrar essas micro tendências, que eram muito formadoras da macrotendência.

SC: Volta ali no slide dos clusters. Bom, enfim, né? Como, como já tá um trabalho feito e entregue tudo mais, acho que não vem ao caso de discutir, mas aí eu não sei se isso foi entrar para a sua dissertação. É só presta atenção em algumas coisas, porque conceitualmente a gente tem palavras aqui que fazem parte de grupos diferentes, então assim, quando você pega a cultura visual e pega a cenografia, pintura, arte, plástica em tecnologia, você teria que ter era realidade aumentada. Metaverso, NFTs etc, entendeu? Depois você teria os conceitos vinculados na cultura visual. Quais são os conceitos vinculados que você tem? Aí eu acho que nessa parte de intercessão do “estimulante”, “surreal” e tudo mais, aí sim. São palavras mais relacionados em mente aqui talvez seria, por exemplo, eu não sei, “depressão”, “vício”, e enfim, coisas vinculadas à psique.

SC: Mas enfim, não falando, vamos ficar pirando nisso não, porque eu acho que seria um. Trabalho sempre, mas aí a gente pode avançar, então para vai avançar nosso pouquinho. Contexto, eu achei muito interessante, eu achei, tá? Achei muito interessante o que você falou, que quando vocês

começaram a fazer o trabalho, apesar de vocês estarem com aquele sentimento, estava mais difícil mapear os sinais de que a coisa ela Foi, aos poucos, ficando Clara. É, eu acho que a gente tem 2 fenômenos aí, tanto o de que a tendência em si ela vai evoluindo e aí cada vez mais as coisas vão transparecendo, previsível e sendo replicadas. É como quando você já tem a tendência. É uma piada, você consegue ter uma visão crítica depois para conseguir identificar porque antes você tem um cluster enorme ali de sinais que estão perdidos, que você está tentando entender o que eles significam e a partir do momento que você dá um significado, na hora que você vê um sinal qualquer, você já consegue fazer. É esse vínculo. É, pode passar mais um. Eu achei interessantíssimo esse comentário que você fez do cinema. É, eu acho.

NC: Né? Que o cinema comecei a ficar cabeça que eu não estou? Entendendo o que está acontecendo enquanto tudo está tão criativo, o cinema está disponível.

SC: É, eu acho que o cinema já transita numa coisa quase completamente caça níqueis, né? É uma indústria criativa, mas ela é uma indústria, e ela quer gerar o lucro. E como lucro no quesito cinema, ele é muito astronômico. Você tem uma produção muito grande que demanda o dinheiro demais e depois você tem uma coisa altamente lucrativa. Essas franquias, por exemplo, do super-herói. É uma fórmula certa de ganhar dinheiro, porque super-heróis já funciona. As princesas Disney, já funcionam. Você tem essas fórmulas que já funcionam e são histórias inesgotáveis, porque o super-herói?

NC: Não é? É impressionante tem série agora, tipo pré apocalíptico, não sei o quê, tipo o ser superior que é mais forte do que o super-herói do super-herói...

SC: É, então assim, tipo, olha que coisa esquisita e tal, né? Não, não é nada extremamente criativo, por outro lado, o cinema ele vai refletir muito do espírito do tempo atual, então é mesmo dentro dessas, desses é filmes e dessas franquias que estão, né? Repetindo o número 10, aí lá de qual filme dentro dele, talvez vai ter algum sinal que vai ser inspirador.

NC: Exato. O que. O que deu para notar é muito isso que assim olhando as melhores bilheterias de 2021 e 2022 eu acho que eu até fiz um cálculo assim, eu acho que assim, 90% foi ficção científica, se não foi 100%, acho que em 2021 foram 100% mesmo. Então nós vemos essa busca por uma realidade alternativa, de sair um pouco daqui né? Você tem uma.

SC: É, e aí eu acho que no quesito da ficção, é no meu doutorado, eu mapeei tendências da tecnologia e aí eu acabei esbarrando na questão da ficção, porque a ficção científica e o desenvolvimento tecnológico e um tem um pouco da água do outro de certa forma, né? E eu acho que hoje em dia tem acontecido muito. Bom, eu não fiz uma análise é detalhada de filmes, mas a gente sabe que tem uma emergência de vários filmes que tocam, por exemplo a questão da exploração espacial e aí se a gente for

olhar pro mundo atual, é a questão desse exploração espacial está em voga outra vez com essa Nova Era da exploração espacial do turismo espacial, do projeto Artemis de levar o homem para a Lua.

NC: Verdade, verdade.

SC: Então inevitavelmente ser acaba tendo isso, mas ele não vai ser a maior bilheteria, porque a maior bilheteria é o caça-níquel. Então talvez olhar a área dos filmes um pouco mais artísticos e tudo mais, seja um caminho interessante que aí é que se consiga, porque o filme de arte ele é mais lixado. Né?

NC: Pois...

SC: E aí, você vai acabar atingindo um público-alvo muito específico, muito setorial, para aquela coisa da arte. Não quer dizer que os filmes artísticos não estejam sendo produzidos, mas como a cultura é hoje em dia, ela é muito mais pulverizada e muito menos de massa. Acho que talvez o cinema seja uma das poucas áreas que ainda consegue atingir muitas das massas, mas não quer dizer que aquelas coisas muito setoriais, elas não continuem sendo produzidas. Aí quando a gente pega por exemplo, esses exemplos da arquitetura, design de interiores. É, não sei se você acompanha, eu não sei se é a minha bolha também, mas eu adoro o Wes Anderson. O diretor de cinema. Não sei se é familiarizada com os filmes dele, tipo O grande hotel Budapeste.

NC: Sim, a estética dele é maravilhosa, não? E agora, viralizou na internet, né?

SC: E aí arquitetura do design de interior está muito alinhada ao cenário do do Wes Anderson. Eu como eu gosto muito dele, eu já dei disciplinas de inclusive, direção criativa para criação de produtos, é audiovisuais. Tem muito a questão da estética do e Anderson e ele tem coisas muito interessantes, que é o seguinte nos filmes dele, apesar de ser filme, tudo parece um cenário de teatro.

NC: Sim. E tem essa simetria, a paleta de cores...

SC: Sim, é tudo simétrico, tem movimentos abruptos de câmera, é uma coisa dramatizada, mas ela é dramatizada na tela, enquanto tem muito filme que quer parecer a realidade, realidade, o Wes Anderson não. A estética dele é propositalmente numa paleta de cor surreal, a forma como os personagens agem não é normal.... Então as crianças que comportam como adultos, os adultos se comportam como crianças. E é por aí vai. Os figurinos são muito mais teatrais, a escolha das paletas de cor também. No mundo real, você não tem uma paleta de cor que que habita o mundo inteiro, né? Então essa coisa da estética do é Anderson toca muito nessa questão do surrealismo, e aí, talvez assim, né? Na coisa da arquitetura e do design de interiores se manifesta muito. Na hora que você pega a arquitetura design de interiores que estão com essa estética, que é meio surrealista e você pega a trends na internet do filme do

exame. Que na verdade é um diretor. Claro, ele é um diretor muito famoso e tal, mas ele é, de certa forma, é lixado. Ele não fala blockbuster igual, né? É, é um.

NC: Agora que as pessoas sabem que eu e o Anderson, porque até então?

SC: Até então, eu acho que ninguém sabia, né? Ou, poucas pessoas. E aí é engraçado, porque assim, apesar de no cinema, você ter as maiores bilheterias dessas franquias na internet o que está viralizando, não é gente imitando super-herói. São pessoas se comportando como se estivesse dentro de um filme do é Anderson. E aí a gente volta para a questão surrealista, por que que as pessoas estão querendo fazer postagens se comportando como se estivessem dentro de um filme do Wes Anderson. Será que o mundo está tão surrealista que você tem que fazer uma fuga da realidade?

NC: Hum hum, pode ser. Essa super-curadoria, né? Porque você vê que os vídeos, até das influências que postam, é uma hiper curadoria. Existe ali por trás daquilo um script, é tudo muito bem pensado. É tudo muito limpo, muito estudado.

SC: A pessoa, ela está dirigindo um roteiro de um filme também.

NC: Em que ela personagem é coisa.

SC: É, e esses vídeos virais do exame Anderson, a pessoa, tem que pensar muito, não é fácil fazer não. Ela tem que fazer um roteiro, ela tem que escolher a cenografia, ela tem que escolher um figurino, ela tem que escolher os ângulos da Câmera. Depois ela vai ter que editar, ela vai ter que colocar o lettering. Tem muita coisa junta pra você conseguir formar e criar essa estética. Então, assim, se no Instagram antigamente você tinha coisa de que o Instagram é instantâneo, é a foto ali no tempo real. Que claro que ele sempre teve filtros e esses filtros imitavam câmaras mais antigas e tudo mais, mas era uma coisa real. Acho que está cada vez mais surreal. Se antes você tinha um filtro que era só pra foto e depois você consegue, começou a ter os filtros estéticos e, enfim, todos esses outros que hoje existem. E agora, além desses filtros, tem a encenação para produzir esses vídeos que acabam sendo virais. E aí a gente acaba tocando muito em outras questões do que que é real, do que que não é real, do que que é fake, fake news versus é o que que é confiável. A tecnologia de fake, a inteligência artificial e assim por diante. Então assim, uma coisa está ligada na outra e é. É frenética, frenético.

NC: Muito complexa, é uma rede muito complexa, né?

SC: Sim, muito, mas também é muito interessante. Agora na moda. Aconteceu o Met Gala essa semana e a os figurinos e tudo mais e a gente estava até discutindo no grupo do laboratório e... O povo foi vestido de gato, né? E aí eu acho que toca na questão surrealista, como assim? Você vai no Met Gala, tudo bem que que ele é, conhecido pelos figurinos mais esdrúxulo, essas pessoas não vão vestidas de uma

forma normal. Ele não é um baile qualquer. As pessoas fazem produções que são, de certa forma, surrealistas, mas eu acho que esse ano transcendeu, tipo “is this real life” mesmo?

NC: Aqui foram os padrões que a gente foi encontrando.

SC: É esses padrões, então eles estão todos incluídos é estão todos contidos no cluster surrealista na tendência do surrealista.

NC: Isso. Na verdade, esses são os padrões que a gente começou a mapear antes de fechar as microtendências. Porque é o é assim mesmo que eles estejam meio presentes em todas, tem algumas micro que têm esses padrões mais presentes.

SC: É, eu acho muito interessante o seguinte, essa fluidez de identidade. Eu acho que ela. Ela pega muito mais na fluidez da identidade do sexo masculino, do sexo biológico masculino. Do que do feminino. Eu acho que assim, o Brasil ele é um país de exageros então, tudo que cai no Brasil ele vai se manifestar de uma forma extrema, seja pra um lado, seja pro outro. Então, por exemplo, é eu brinco que no Brasil, violência é violência mesmo, mas diversão é diversão mesmo. E é tudo é tudo extremo em um. Então é o Brasil é um país hiperbólico que vai se apropriar de muita coisa do eu ouvi falar lá no estrangeiro, lá nas gringas, o que que é as gringas,? Tipo assim, é um mundo inteiro ou é esse mundo é Europa e na Europa desenvolvido? É, mas existe um mito no Brasil de que? É no exterior, o mundo já está mais evoluído e a gente tem que se apropriar daquilo ali porque a gente não pode ficar para trás. Só que na hora que a coisa cai no Brasil, ela ganha uma roupagem muito própria que é inerente à criatividade do brasileiro em si. E um exagero é como se fosse, sabe, a pessoa quer fazer uma hipercorreção de português e corrigi um negócio que não era para corrigir no Brasil. E eu vejo muito isso ou na rua ou principalmente em festivais de música, que aí as pessoas quase que se aprontam e produzem para aquele festival e criam, é uma identidade surrealista para aquela ocasião, né?

NC: O próprio carnaval.

SC: É, é mas o Carnaval acaba sendo uma manifestação popular muito típicas no Brasil e no Brasil tem uma roupagem muito própria, mas eu tenho impressão que no Brasil, agora, depois da pandemia, tudo virou motivo para ser Carnaval. Então assim é um festival de música em julho é Carnaval. Eu vou montar ali quase como se eu tivesse fantasiado. Não é uma fantasia totalmente carnavalesco, mas ela tem um quesito é muito surrealista. Só que a partir do momento que você tem no mundo atual é e assim, com todo respeito às pessoas trans, EE é só uma análise cultural do fenômeno que que tem acontecido quando você tem pessoas que falam que basta se sentir mulher para ser mulher. É, até que.

Ponto que isso não é uma desconsideração a mulher do sexo feminino, que nasceu mulher que tem todas as questões.

SC: Quem vai sair é uma experimentação, é uma experimentação. E aí você acaba tocando numa questão que é o seguinte, as mulheres, mais do que nunca, elas precisam abraçar a causa feminista para elas se defenderem, porque quem sente cólica menstrual é, né, que sente as dores do parto.

NC: Que sofrem machismo todo, tem medo de andar na rua.

SC: Não é fácil, não é? As mulheres não podem perder a força, então você acaba tendo uma questão feminina aí que quem foi cassado? E quem é amado como bruxa foram as mulheres de então, né? Então é, eu acho que talvez é essa busca por essa força. É você tem muita coisa, tipo pachamama, a mãe natureza, a força, né? Desse feminino que eu acho que ela vem como uma força sobrenatural para você conseguir. É um se agarrar ao que é realmente é feminino. Apesar de serem símbolos, é surrealista e de certa forma e místicos, e por aí vai. Então eu acho que isso acaba se manifestando como quase como um contra movimento dessa fluidez de identidade.

NC: Faz sentido, faz sentido, porque assim, se a gente for ver esse, esse aqui tem o mapeei, né? Essa, essa foto que tem aqui no lado esquerdo na verdade é quase como a mulher, sendo a mulher propriamente. Esse é um desfile inteiro de moda que foi fotografado em paraquedas. As modelos estavam caindo nesse mundo sem fronteiras e eram mulheres pra ter gente, né? Agora nesse aqui do lado esquerdo, talvez seja dar trocadas as fotos. É uma seleção da Dior que ela fez tipo, inspirada nas cartas do tarot e tudo mais. E a moça que ela entra, ela entra superfeminina e ela sai meio masculinidade quando ela encontrasse o lado masculino dela ali. E parece quase como se fosse e tivesse que entrar o lado masculino dela e não de propriamente para a mulher que está pulando de paraquedas nesse mundo. Né?

SC: Legal. Eu senti um pouco a falta de entender melhor os sinais das manifestações de tendência que você foi identificando, porque, obviamente, aqui na hora da apresentação, acaba passando muito rápido, mas aí passa para o próximo slide, então pra gente discutir mais um pouco.

NC: E aí o próximo foi mesmo essa dualidade de mundos, que são as propostas muito disruptivas, porque existe um mundo real e existe um mundo imaginário, um mundo outro. Ele pode ser físico ou não. Ele pode ser hoje ou ontem. Ele pode ser no futuro. Então eu vejo muito isso de ou eles vão muito para frente. A gente está vivendo em 2070 já, ou a gente vai para trás. A gente tem 1970, sabe, temos que existe muito isso. Existe esse mundo da infância e eu vejo muito isso. Parece que teve esse Bum assim, principalmente depois da primeira temporada de Stranger Things lá em 2016. Porque parece que foi uma primeira coisa mainstream assim que pegou essa nostalgia do passado e trouxe ele com muita força e

agora parece que eu vejo muito. Saiu recentemente também uma série da HBO, The Last of Us, né? Que inclusive, eu cito na minha tese, porque é muito interessante, porque assim parece que ok, as coisas estão ficando tão obsoletas, tão rápido, que se eu fizer uma série se passa algum, sei lá, 10, 15 anos atrás, ela nunca vai ficar velha porque você faça uma série com “cara de hoje”, com esse espírito do tempo de hoje, ela vai ficar muito rapidamente muito antiga. Então eu vejo séries de 2012, 2013 que parecem ser tipo muito mais velhas do que propriamente são. Então acontece essa apropriação dos anos 1980 que na verdade é um estereótipo do que eram os anos 80, né? Mas é interessante porque você vê também essa fuga da tecnologia, essa fuga dos métodos que a gente conhece hoje em dia, de viver, né? E aí, parece que a essa dualidade de mundos entre o que é real e o que não é. Então eu vejo as fotos assim, até quando eu estava mapeando os sinais propriamente, eu ficava, mas será que isso aqui é uma coleção de moda de hoje ou será que é uma coleção antiga? As fotos são tiradas com filtros que dão esse caráter vintage e você não sabe se é real ou se não é, se é de hoje. Então é quase como se tivessem sido universos paralelos. E na verdade foi interessante porque dentro do cinema, uma das coisas que a gente percebeu na primeira, na primeira parte do trabalho, propriamente, foi que parecia que essas questões mais surreais, sabe desses Plot Twists mais surreais, enfim, eles vinham muito mais na cultura não mainstream e atualmente parece que eles estão ali constantemente, na cultura mainstream, nos filmes, nas séries mainstreaming, né? Em Stranger Things eles têm o mundo invertido, né? Tenho aqui e o lá, né.

SC: Eu acho que reflete muito, né? Do do, do espírito do tempo, inevitavelmente. É, eu acho que sim, né? Tanto para manifestação de cinema, nas artes plásticas, no design, num show de moda, acho que até que por exemplo, de um show de moda, você, você demora menos tempo para produzir, porque as coleções são mais rápidas, você tem 6 meses para produzir uma coleção nova, né? Então você tem uma renovação rápida e aí você consegue mapear o espírito tempo mais rápido nesses lugares. Mas é. **É esses exemplos de série todos que você está falando, aí eles tratam da fuga da realidade desse não-lugar que a gente vive hoje, desse grande ponto de interrogação, a gente não sabe se a pandemia acabou, não se é pós ou é durante a pandemia. Então assim, nesse entre lugar, no não-lugar entre o tudo e o nada.**

NC: Eu acho que durante a pandemia a gente aprendeu tanto a olhar ou para a frente ou para trás porque a gente não sabia onde a gente estava, que hoje vive no para frente ou para trás? Nunca ou no hoje.

SC: Exato, nunca no agora.

NC: E fica aquela dúvida, então, o agora é o que? O que a gente vai vir a ser, essa ansiedade. Do meu, do céu, vamos ser todos substituídos por AI, ou será que a gente vai acabar antes? [risos]

SC: No meu

doutorado, eu mapeei uma tendência de tecnologia que eu dei o nome de futuro contínuo, que é justamente isso. É a crença dentro da tecnologia, e isso é permanente, tem épocas que fica mais exacerbado e tem épocas que fica menos. Se a gente for fazer arqueologia da tendência propriamente. Mas é um futuro contínuo, de que algo muito grandioso está iminentemente. Está num ponto de viragem para acontecer. Então assim, agora a inteligência artificial vai mudar tudo. Então é agora, é agora que vai transformar tudo. E as pessoas não entendem que tudo é uma evolução contínua. Ah, é agora que o metaverso chegou, e logo em seguida ninguém está mais falando mais do metaverso, mas porque agora está todo mundo falando de inteligência artificial. Mas o que que é o metaverso? Metaverso é a simulação.

NC: Hum hum.

SC: Que depois você pega o Matrix, a gente estava trabalhando numa realidade simulada lá. Quando a internet surgiu, era uma nova simulação de uma realidade. Você até fala, você fala alguma coisa da internet? Eu não sei se eu peguei errado, mas tem um mapa anterior, que era a seguinte, quando a internet surgiu. As primeiras manifestações era o seguinte, aí criar um nickname não era o seu nome próprio? Deram nickname porque tinha muita questão da privacidade e você podia criar a identidade de ser quem você quisesse ser. Na internet, se eu quisesse. Ser um menino? E fica paquerando na sala de bate papo do UOL. Aí depois teve uma fase que as pessoas são quem elas são de verdade, então é uma réplica minha da vida real na internet. E aí, talvez agora, você tenha uma criação de um novo eu, uma possibilidade de experimentação maior, que não é só na internet, mas é no mundo irreal também, mas eu acho que eu viajei demais aqui, porque eu nem lembro porque que eu comecei.

NC: Isso foi muito interessante, mesmo porque eu estava até ouvindo um podcast do grupo Consumoteca e eles falavam exatamente isso, que parece que a geração Millennial, ela tem muito essa força, formadora coerente. Então assim, eu sou fulano de tal, eu como assim, eu vivo assim, eu sigo um estilo de vida X, meu. É uma geração mais coerente. Enquanto isso, a geração Z é mais fluida, então ela tipo, essa semana eu sou assim, na semana que vem eu sou assado. Então assim, aquela coisa sou preocupado com a minha saúde, mas no mesmo dia que fazem e postam um prato super saudável, eles fumam já na sobremesa um cigarrinho Marlboro. Somos muito contraditórios.

SC: [Risos] Hum Hum estou. É porque você, a partir do momento que você fez a sua cota de bondade no mundo, existem estudos que dizem isso. O consumo verde, por exemplo muitas vezes ele está ligado à trapaça. É quase como se a pessoa que fizesse uma ação sustentável. Ah, eu doei para uma instituição, eu fiz tive uma atitude altruísta. Doei para uma instituição que ajuda os animais ou eu sou

vegano, né?”. Então, como você já fez a sua quota de bondade, se você fizer alguma coisa que não é tão ética, é quase como se a balança do ético e do antiético estivesse tivesse equilibrada e tudo bem. Então é essa dualidade que as vezes não faz sentido. Enfim, é assim, é o mundo é o mundo atual, bipolar e frenético.

NC: Exatamente, e parece que existe uma permissão maior para ser assim hoje em dia, talvez.

SC: É, e você só vai mostrar aquilo que lhe convém. Essa pessoa só vai postar nas redes a parte saudável, ela não vai para postar balada. Ou vai postar balada, mas não o lado b da balada. É essa imagem de saudável e tudo mais que ela vai querer passar para o mundo, porque essa imagem que o mundo que é o socialmente aceita que o mundo vai querer é comprar. Mas concordo, você tem uma licença poética hoje em dia que permite essas atitudes que são divergentes, mas que podem habitar esse mundo aí, essa dualidade mesmo que você está trazendo agora é interessante, né? Esse é exemplo, que você pega aqui da Louis Vuitton, “*Fashion show or film set?*” Film set toca naquele exemplo do Wes Anderson que a gente tava falando antes, tá tudo conectado e aí é é nostálgico, é uma paleta de cor irreal. Aí eu acho que é no próximo slide que você dá o exemplo do desfile de moda, que era num cenário interno externo.

NC: Sim, que é interno externo, né?

SC: É externo mas é cenográfico, né? Você sabe que tá num set fotográfico, né? Você está dentro de um set de filmagem, você está. No cenário de filme.

NC: É muito doido, é muito e causa essa estranheza, esse desconforto, né? Porque parece, porque muito do que a gente começou a mapear desse desconforto, porque assim é um negócio tão bonitinho, tão set mesmo que a gente fica incomodado, dá um comichão ali. Não é uma coisa real.

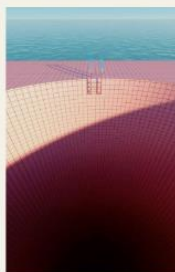
SC: Hum hum. Com certeza. E esse desconforto que você falou, a palavra muito, muito importante, eu acho, desconforto. Eu não sei se os filmes do Wes Anderson causam isso em você, mas eu acho que eles causam certo desconforto. E tem hora que eu não sei se eu amo profundamente ou se eu odeio porque é desconfortável e irritante. Porque a criança age como adulto, o adulto age como criança. O negócio ele é tão certinho, os movimentos da câmara são tão precisos. É tudo tão perfeito, que tipo assim, aí não tem como bagunçar?

NC: Então eu acho que isso pouca não é verdade nessa parte aqui que é uma parte eu tenho até um pouco de dificuldade de justificar porque existe isso, sabe? É tudo tão perfeitinho, é essas imagens aqui debaixo.

JOGO DE SENTIMENTO: PROVOCAÇÃO MENTAL

TENSÃO ENTRE MUNDOS

- Procura-se **experiências imersivas** que proponham disrupção e fuga da realidade. Surge de três principais medo: **medo da solidão, da falta de identidade e do fim.**
- Conflito e **coexistência de mundos plurais**, dualidade ressalta as lutas internas e ambíguos das **opostas visões da realidade**, mas também expressão da ansiedade, indecisão, mutabilidade e anseio por alienação contemporâneos.
- Aceitação da existência um **mundo complexo** com diferentes, podem indicar indivíduos mais flexíveis e abertos à riqueza de perspectivas e criatividade, o que pode permitir o surgimento de soluções inovadoras, e até mesmo inesperadas, para problemas de caráter complexo.
- Conexão global gera sentimento de pertencimento e **identidade e caos: compartilham o mesmo sentimento.**



Por

exemplo, é tudo tão perfeito, tem essas cores e tudo mais, né? Que eu tentei uma professora que falou pra mim, não, mas isso daí pra mim tem cara tipo desespero em cor de rosa, né? E eu acho. Que é um pouco isso porque ele é desconfortável por não se espelhar em uma lógica desorganizada, típica do nosso mundo, que é o que é natural, não é humano, é orgânico, tem defeitos, assimetrias.... Eu fui atrás de ver o que que essas imagens passam, porque pra mim essas imagens me dão desespero, mas tem gente que olha para elas e tipo sentem paz. Sabe, e tipo assim, é um abismo, é uma escada que te leva para lugar nenhum. Meio pós vida, assim. Eu acho que é um pouco isso. Wes Anderson também . Que tipo é tudo tão perfeito que incomoda. Enquanto isso, as imagens de cima são mais reais, elas têm o desgaste do tempo, mas de uma forma irreal também. Essa esse contraste entre um e o outro, né? Entre cá e ali.

SC: Eu acho que essas imagens de baixo e assim eu adoro essa paleta de cor, né? Mais uma vez o Anderson aqui, ó paleta. Eu amo essa paleta de cor, mas elas são imagens muito incômoda, mesmo que além de ter assimetria. Mas isso é isso, né? A piscina para o abismo. E aí ela tem uma simbologia, mas são imagens geradas aí por. A dor é uma coisa completamente artificial. Ela não, ela não. Apesar dela ser realista, a gente sabe que ela não é real, ela é muito mais simbólica e ela está carregada de uma coisa um pouco de sonho, mas um pouco de pesadelo, né? Inclusive desses tons. Porque eu achei isso.

NC: Eu acho que é. Exatamente isso, porque eu fico tentando ai, ok, o que é isso aqui? É sonho isso ou é pesadelo? mas parece que a gente está num entre mundos. Que talvez seja um lugar que eu entre os, né? Um pouco dos dois. Provar um pouco do sonho, mas um pouco do pesadelo também, talvez seja o contraste que cria a potência.

SC: Aham, é, a gente está no purgatório, de certa forma é. Então assim é um sonho, é um pesadelo?. É a dualidade de novo. Essa imagem do rio lento, se aqui tivessem pessoas [ela incomodaria menos], ela incomoda porque ela está inabitada.

NC: É exato, é esse esvaziamento.

SC: Se tivesse pessoas aqui se divertindo. Eu acho que ela seria uma imagem super legal, assim, “aí, que legal, eu quero estar nesse lugar. Aqui é ceno gráfico, mas é legal.” Agora essas de cima, elas são parques infantis abandonados, né?

NC: Assim o que eu li uma reportagem que eu achei muito interessante de jornal, porque ela falava muito desses espaços liminares e como durante a pandemia, a gente viu espaços que eram é pensados para muitas pessoas serem esvaziadas. Quando a gente vê um corredor muito grande completamente vazio, um navio inteiro vazio, um hotel vazio, um aeroporto vazio e um parque de diversões vazio também causa essa sensação. Porque aqui o certo pra gente ter a presença e familiaridade humana. O não ter essa familiaridade gera um desconforto extremo, e a pandemia ela impulsionou isso, porque a gente via tipo a Avenida Paulista vazia dá aquela sensação de desolação, tipo “cadê meu Deus do céu, cadê a humanidade, né?”.

SC: É! E aí assim, né? Essas essas imagens aqui. Essas imagens foram tiradas de onde? O Pinterest? Qual que é o contexto dela?

NC: Todas elas foram do todas foram tiradas do Pinterest, mas algumas delas elas são também recortes de vídeos do TikTok. Isso porque tem uma hashtag que viralizou chamada *#dreamcore*. Ela mistura isso do sonho com o pesadelo. Então são imagens que mostram e falam, “saia daqui, fuja. Isso aqui é um pesadelo. Acorde” e é uma coisa meio desesperadora.

SC: É, eu acho que eu vou ter de olhar essa hashtag para conseguir entender melhor assim.

NC: É, é uma, é uma. E assim é uma hashtag grande própria propriamente dita, porque no ano passado, quando a gente encontrou ela, ela. Vou te mostrar um vídeo de exemplo. É um conjunto de imagens meio nostálgica. [Apresentação de um vídeo da Hastag Dreamcore]É muito esquisito, né?

SC: Estranho é, é porque a coisa do sonho que é pesadelo na verdade, espera aí, deixar até. Deixa eu entrar aqui de uma vez, porque depois eu depois eu esqueço. Agora eu estou curiosíssima para explorar.

NC: O pior é que eu descobri essa hashtag e era tipo assim 1 da manhã. Quem disse que eu conseguia dormir? Porque é muito perturbador e tem essa daí nem é tão assim, esquisita, é esquisita, mas. Não é tanto. Né? E o que eu fui notando foi que muitas muitas referências que aparecem ali parecem aqueles vídeos VHS que eu via quando eu era pequena, sabe? Tipo de quando eu era criança de quando a nossa geração era criança. Parece que remete muito a essa infância, a nostalgia, essa coisa meio esquisita. Todos

esses parquinhos de. Diversões, eram lugares onde a gente brincava quando era criança, né? Então, vê isso hoje em dia é muito perturbador. Tem um pouco essa coisa do começo da internet, né? Aquele Windows? Essas cores primárias do Windows.

SC: É, meio Teletubbies.

NC: É verdade, meio Teletubbies. E hoje a gente olha tipo, como eu criança gostava disso? É assustador! E é muito esse contraste de novo entre esse início da internet. Essa coisa parece que entre essa internet primitiva e essa aqui que é curada. Né? Tipo limpa, tecnológica e realista de hoje em dia. É muito doido.

SC: Agora assim, essas imagens do parque de diversão aqui que você colocou, elas são parque de diversão não só vazios, mas abandonados. A luz está apagada, né? A luz apagou e isso se tivesse com crianças ali estaria com a luz acesa, tem um holofote qualquer ali na do escorregador, mas a luz está apagada. Agora... os cogumelos. Isso já leva para uma outra coisa, assim não sei se você reparou, mas cogumelo está na moda. Cogumelo está em alta, está quente de cogumelo. Eu fui fazer um coolhunting em Madrid, agora naquela Lush, sabe aquela loja de coisa de banho? Eu vi uma vitrine lá com várias deles. Bombas de efervescente banho em forma de cogumelo. Aí você passa na vitrine da C&A, tem um moletom de cogumelo, você entra numa Berska, tem colar com cogumelo, enfim, cogumelo em alta e aí na hora que aparece o parque de diversão com esses cogumelos. E é sempre esse cogumelo vermelhinho de desenho animado, tipo Smurfs NC: Meio Mário Bros, né? Que o filme saiu agora em cartaz.

SC: Então assim, anos 80 e 90 tinha essa estética muito forte aí do do cogumelo que está em alta hoje em dia. Não sei, já apareceu para você. Se você conhece tal, mas está em alta, a coisa da micro dose.

NC: Sim sim, e cogumelo, né?

SC: É de cogumelo e tal, mas aí, pro para a concentração. É, e aí já é o uso terapêutico de que, na verdade, é você vai ter esses alucinógenos que, se consumidos numa micro dose, eles ajudam a concentrar. E por que a gente precisa concentrar? porque hoje em dia é um excesso de informação tão grande que todo mundo fica com um déficit de atenção então precisamos de outros mecanismos para focar. E aí você acaba achando a terapia é na fuga. E o alucinógeno vai te promover uma experiência alucinógena, como das imagens de baixo. Né? Com cores mais exacerbadas e tudo mais. Então eu acho que essa. Fuga da realidade desse surrealismo, ele acaba tocando muito aí nessa coisa de cogumelo. Curiosamente, é isso que o cogumelo em si, acaba por simbolizar.

NC: E aqui da pra relacionar com o episódio Sonhos Esquecidos do Podcast Vibes em Análise do Float Vibes, que fala como os sonhos foram esquecidos em prol da produtividade e como a droga vem fazendo

o papel de escutar os sonhos, ou de provocar eles. Mas eu nem sabia que os cogumelos estavam relacionados a essa estética anos 1980/1990, nem fazia ideia disso.

SC: É, como eu, era criança nos anos 1980 para mim, no meu olhar infantil, não era da da maldade da droga, por exemplo, do alucinógeno em si. Mas se eu for pensar Mario Bros tem cogumelo, os Smurfs tinham, eles moravam dentro de uns cogumelos. Eram os bichinhos azuis que moravam dentro do cogumelo. Era um pai com um bando de menino e uma menina. Era muito esquisito, e depois esses parques de diversão aqui eu vi algumas pessoas compartilhando assim, aí eu no Rio, não sei se no Barra Shopping tinha um parquinho lá que era cheio de cogumelo, exatamente desse jeito aí.



E por acaso eu não lembro dele, mas depois que alguém comentou e postou foto assim, eu pensei, verdade, acho que isso [essa estética de cogumelos] era bem normal mesmo, então tinha essa essa piração aí, desse dessa estética vinculado ao universo infantil e é muito bonitinho mesmo, né? É vermelho, tem bolinhas.

NC: É fofinho, né? E tá ali, na iconografia. Né?

SC: É, mas eu acho que hoje em dia, quando aparece com alguma ele é alucinógeno, e aí eu não sei se os anos 80 ele é um resquício aí dos anos 70, do Flower Power, movimento hippie, do uso dos

alucinógenos em si, e que aí em 1980, você tem os filhos dessa geração. Nas nos anos 80, que tem cogumelo como recreação infantil. É, mas aí eu teria de analisar isso de uma forma um pouco mais aprofundada, mas eu acho muito peculiar e todo toda vez que eu vejo mais um cogumelo, mais uma manifestação de cogumelo assim, ó, olha, micro dose aqui.

NC: É verdade, é o que talvez aqui. A gente precise, né? Para escapar disso, né? Só não.

SC: É, é, e aí tem essas novas drogas. Então assim, toda hora de você ver essas lojas de CBD? É, num coolhunting que eu fiz em Milão, por exemplo, eu vi uma máquina de CBD, vários sabores e etc. E aí na hora que você pega a produção audiovisual Netflix, você tem a série dos fungos incríveis, sei lá que é uma coisa só sobre é. É uma série documental, só sobre o uso de alucinógenos.

NC: E parece um pouco meio essa vontade de escapar, mas ainda assim a gente busca uma naturalização do uso de drogas de origem mais natural. Em tese, né? Parece menos pesado, tipo “ah é natural, faz menos mal do indústria farmacêutica.”

SC: É, é, mas aí você vai brincar, em vez de ir para a indústria farmacêutica, você vai brincar com uma coisa que ainda não é homologada. Porque você não tem estudo científico o suficiente, hoje em dia, que comprove e que tenha a dose correta dessas micro doses que eles vendem. Aí é aquilo de experimentar uma coisa transgressora, mas ela é controlada. Eu não estou tomando pacote inteiro, mas... É tomar uma coisa da fuga da realidade para te colocar na realidade. Olha só, uma pista dual é muito esquisito, é muito estranho.

NC: A gente não tem a permissão nem para escapar, né? Tipo eu, eu não, eu não vou tomar isso para escapar, eu vou tomar isso para voltar e ser mais produtivo.

SC: Porque a gente já escapou. O problema é que você tá numa coisa que é tão escapada, que na verdade você precisa de alguma coisa para te desplugar da matrix. A gente está conectado e na Matrix, no mundo irreal. Então assim, por exemplo, que eu fiz um estudo sobre é uma marca de bubble tea que estava chegando em Portugal. E eles contrataram a agência que eu fazia freela para uma consultoria de tendências, para é dar uma orientação. E comecei a experiência imersiva aí nesse mundo. Pois é, e aí? Olha só, na. Na minha pesquisa eu comecei a ver e primeiro que é muito Bubble Tea. Ele está muito popular entre adolescentes e jovens adultos, então pega aí de 15 a 25 anos, mais ou menos, principalmente 15 a 20. E é impressionante, porque todo o resto que eu faço em todas as cidades, lugares diferentes essas lojas sempre estão lotadas, sempre estão barradas.

NC: É verdade, é verdade.

SC: É, mas a coisa da experiência do Bubble Tea é interessante porque ela trabalha com os sentidos, você tem a textura, você tem a coisa da experiência, cada vez que você vai ter um sabor diferente, que você pode experimentar. Tem a coisa de fura a tampinha é, e aí eu acho que essas experiências sinestésicas elas ajudam a gente a se sentir vivo no mundo real. Ao mesmo tempo que você tem esse realismo? É tipo assim, “is this real life”. É sim, espera aí, eu preciso de experiências que façam me sentir viva. Claro que não é consciente, mas quando se você tem os vídeos de ASMR, por exemplo, ele vai estimular a sua audição e às vezes, até o prazer, de certa forma, e esse prazer te ajuda a reconectar como o mundo real. Então, como está tudo muito bagunçado, você vai ter um contra movimento aí de experiências sensoriais. Música 8D, por exemplo. Já ouviu? Você coloca, parece que a música está tocando dentro da sua cabeça. Ali é uma coisa de louco. É uma experiência sensorial também. É o uso da tecnologia para te conectar no mundo real, para te desconectar da Matrix e te conectar no mundo real. Mas é essa necessidade que a gente tem de se sentir vivo, porque a gente está anestesiado.

NC: É interessante isso.

SC: Viajei, tá? É, mas isso faz tudo parte do macro, tudo que eu estou fazendo. E são esses pontos que se juntam. Então é eu acho que o surrealismo ele vai ter um contra movimento ali das experiências. Como está tudo muito parecendo que não é de verdade, como que a gente pode fazer para se sentir nesse mundo real? Eu não sei se você acompanha o perfil da Float Vibes. Depois dá uma conferida no Instagram. O Instagram dele está é bem interessante. Eu não sei se os caras, eles são antropólogos e psicanalistas, então eles têm uma interpretação muito psicanalítica. Assim é. Do contexto atual e aí alguns dos estudos deles são muito interessantes. Outros, eu os últimos, eu acho que já está muito num interessa tanto, me interessa muito mais quando eles falam de consumo em si, do que dessa parte psicanalítica, mas eles têm uma tendência.

NC: Nossa, esse Insta deles é demais.

SC: Porque na hora que você me mandou a prévia do material, eu lembrei deles. Na hora eu olha, será que está relacionado com essa coisa lá da Float? E aí eles tem vários exemplos, absurdistas assim de coisa difícil, não? Espera aí, gente. Acontecendo de verdade, é, mas aí são mais coisas do mundo real que são absurdas, tipo o desfile do MET gala. Esses desfiles que são muito cenográfico, as pessoas vão para o baile vestido de gato.

NC: Você falou do MET Gala que foi um dos sinais dos primeiros sinais é que deu pra gente uma informação interessante foi o look do Frank Ocean no Met Gala de 2021. Ele estava usando esse chapéu, esse boné escrito dreamcore e ele estava com bebê verde no colo. Muito maluco, né? É muito desconectado. E o Met gala de 2021? Eu achei até mais doido porque tinha essa senhora com o

cavalo, tinha outro com do boneco verde a outra foi com espada, chapéu de cowboy? Completamente desconectado.

SC: Muito bom, é, mas aí estava todo preto e branco muito clássico nesse Met de 2023. E aí de repente, no meio do clássico, pum, né? Os gatos! Eu acho que foi a partir daí [referindo-se ao Met Gala de 2021] que ele começou a ter uma projeção ainda maior, foi tão doido que a gente começou a ficar interessado, tipo o que será que vem no ano que vem, né?

SC: Mas olha só, Met gala. É um baile de gala muito específica. Acontece só de gente famosa, tá? Isso cai no Brasil, o povo à eu vou fantasiar de. Absurdo para qualquer ocasião. É, mas está tudo conectado com o tempo atual. Então essa fuga da realidade, assim eu vou experimentar, aí eu vou ser outra pessoa que seja, não é só no Carnaval mais, é o ano inteiro.

NC: Assim, a gente é um povo muito engraçado e com muito bom humor. Eu vou ser mais do que aquilo que me é esperado.

SC: É, é, eu acho que é até irreverência, né? O brasileiro, ele é muito irreverente. Ele. Ele se atreve, quer chamar atenção, não vai passar despercebido. Tem de causar. Mas assim, não há isso acontecendo no mundo inteiro porque não está. No Brasil é mais. É muito interessante olhar para o Brasil, porque às vezes fica até mais fácil de identificar certas tendências olhando para lá, porque os sinais estão tão evidentes. Eles transparecem tão rápido para a camada mais visível.

SC: Que é talvez seja isso, né? Constante necessidade por estar se aprimorar, porque eu acho que o brasileiro se acha assim tão Vira Lata que está querendo sempre se aprimorar, né?

NC: É verdade sempre achamos que estamos para trás. Então, professora, é isso mesmo. Eu queria te agradecer, foram insights maravilhosas e muitos ricos que me ajudarão mesmo muito, muito obrigada.

SC: E obrigada por compartilhar aí o seu estudo. Eu fico curiosa para ver depois do produto final, se você puder manter contato e depois mandar, eu tenho interesse em ler. Porque eu acho que toda toda pesquisa que é séria, que está sendo feito que eu sei que que é dentro da da nossa metodologia, da nossa linha de trabalho e que traz mais informações para agregar valor a toda essa pesquisa de tendência é sempre extremamente válido e rico assim, então. Produza relatórios, sim.

NC: Vou produzir, vou produzir. Eu queria. É o difícil é escrever o relatório, né? Que às vezes tem tanta coisa na nossa cabeça que ele a gente não. Sabe se está. Claro, está, vai volta, né?

SC: Mas eu, eu acho o seguinte, que um relatório que você tenha o texto das tendências. E uma introdução com as imagens assim do mapeamento e tudo mais. É do que que fez chegar e aí cada tendência, com alguns exemplos. Eu acho que já está ótimo. Porque depois eu seguinte. A pessoa que está interessada em aprofundar isso ou entra em contato ou começa a desenvolver a pesquisa por conta própria. A partir dessa linha quando tô aí, né? Você não tem que entregar tudo não, porque aí também é o seu trabalho. Eu sou dissertação, aí aí já é outra história.

NC: É verdade, tem razão. Professora, eu não vou te segurar mais tempo. Muito, muito obrigada mesmo. Foi um prazer te conhecer.

SC: O prazer foi meu. Obrigada você então Natália, tchauzinho. Bom dia.

NC: Bom dia. Até breve.

Sarita Oliveira

Entrevista com a especialista em tendências Sarita Oliveira no dia 21 de abril de 2023, Segunda-feira, que aconteceu das 15:00 às 16:10 da tarde.

NC: Bom dia, professora. Eu preparei uma apresentação muito, muito breve para explicar e tentar contextualizar um pouco o que eu venho estudando nesse último ano. Depois disso, eu gostaria de ouvir os seus insights, saber se você concorda, se discorda do que eu trouxe. Se acha que eu poderia melhorar em alguma parte, em alguma coisa que não ficou muito clara mesmo. Enfim, pode me interromper em qualquer momento se precisar, ok? Fique à vontade

SO: Ok, perfeito.

NC: Eu vou compartilhar aqui. Me diz, você está conseguindo ver. Então, um nome do trabalho por enquanto, né? Sempre provisório, até nós entregarmos até tudo é provisório, né? [Risos]

SO: [Risos] Sim, é verdade, tudo provisório até entrar.

NC: Por enquanto, o nome do trabalho é Admirável Mundo Novo e Surreal, e é uma pesquisa de tendências socioculturais no contexto pós pandêmico, porque nós entendemos o Black Swan da

pandemia. Como formador de uma nova realidade global, e é a partir dessa nova lógica que nós começamos a estudar. Eu só faço uma pequena introdução do surreal porque a gente não está propriamente focando no movimento surrealista, mas sim no surreal que ele deixa e que nos traz, né, que é tudo que é referente ao sonho, imaginação. Ele, incompatível com as leis da razão. Ele tem esse teor muito absurdo, contraditório, por vezes incoerente, e que transcende a realidade.

NC: Então temos o contexto da pandemia, porque esse trabalho, na verdade começa em 2021, durante o meu mestrado mesmo e eu trago ele para a tese. A gente tinha um cenário em 2021 e agora, quando eu continuo ele na tese propriamente, esse cenário se transforma um pouco, então ele está ainda em metamorfose constante. A gente fala então do pós pandemia, de 2021/2022, a gente tem aquela questão do isolamento, da conexão pelas mídias sociais, né? Já que eu não posso estar em contato direto com outras pessoas a saúde mental começa a entrar em pauta, tem a questão do medo, né? Então a gente tem medo do desconhecido, medo do que vai acontecer. A fuga do real, ou ela pode ser, ou real ou imaginária, mas existe sempre essa ideia de fuga. Nisso, a solidão e ansiedade começam a bombar. Nisso também notamos um certo teor de nostalgia e do pesar, né? Então é aquela saudade de quando eu podia fazer isso ou fazer aquilo. É importante dizer, né? A gente se depara mais com a finitude e com aquela vontade da alienação, de pensar “ok, isso não é real. Isso é um grande sonho, é uma coisa muito incoerente com a verdade. Eu não estou vivendo isso de fato”.

SO: Hum hum, certo.

NC: Tudo isso apenas para contextualizar onde começa a pesquisa. Lá em 2021, a gente separou em 3 principais clusters, que é o que eu trago agora para minha tese também, só que muito mais complexo do que isso, né? Então a gente percebeu que o surrealismo como macrotendência na verdade, essa busca pela fuga, pela ruptura, pela disrupção, por novas experiências de caráter imersivo, é fugir um pouco da realidade, experimentar coisas novas também. A gente fica muito na dúvida, será que é uma questão escapista apenas ou é uma coisa mais experimental em que eu quero provar tudo que eu puder sentir e isso se dá muito pela conexão entre a mente, a cultura visual (a arte) e a tecnologia. Em 2021 a gente começou a falar muito do Metaverso que até então, ninguém sabia muito sobre, agora a gente tem as inteligências artificiais também chegando de uma forma muito interessante, propondo coisas muito interessantes para a gente. Então a gente entende que o epicentro está no encontro desses três principais clusters e principalmente nas redes sociais. Porque as redes sociais, com a pandemia, a gente sabe que elas simplificaram muito, né? o contato das pessoas e é algo que fica. A gente tem até redes sociais que surgiram na pandemia como o TikTok, por exemplo, e a gente sabe o papel importante que ele

tem atualmente, de massificação, mas também de expressão, de contato, enfim. certo.

SO: Hum hum,

NC: Então a gente chega no que a gente chama de um Novo Normal, que é o nome do Trend Report do Zetafonts traz, que eu acho muito interessante, porque é realmente um adaptar ao novo normal. As coisas não são exatamente como eram, a gente volta experienciar um mundo, mas a gente já não volta para 2019/2020 quando a pandemia começou 2020, a gente já está em 2023, então muitas coisas já mudaram. A gente tem um novo cenário global político e geopolítico também acontecendo. Então tem aquela questão do se identificar, do se descobrir do expressar já que agora eu posso voltar a experiência ao mundo, né? Mas, por outro lado, a gente ainda tem algumas questões, estamos saindo da nossa bolha, tem a sensação de impotência, estamos hiper conectados, sabemos os problemas do mundo, mas a gente não sabe exatamente o que a gente, pode fazer para alterar ele. É aí que vem essa busca por um refúgio, hora na nostalgia, hora na expressão. Então vou, vou buscar o eu, vou ser mais individualista possível.

SO: Certo.

NC: Enfim, esse é o contexto que nós encontramos. Aqueles três clusters que a gente tinha lá no como ficaram maiores. E dentro desses clusters, outros também surgiram: a psicologia, a nostalgia, o misticismo, o feminismo... E o que a gente foi concluindo que existe a macrotendência do Surrealismo Experimental que é o nome que eu dei para ela. E eu entendo que é uma macrotendência porque, a partir desses sinais nota-se que ela realmente cruza uma série de indústrias diferentes.

NC: E existem 3 principais eixos que nós conseguimos mapear. O primeiro é a nostalgia mental. O nostálgico mental, que é um jogo nostálgico-mental, o empoderamento místico e a metamorfose identitária. O empoderamento místico parece vir das Narrativas de Origem, que já foi mapeada pelo LGTC. E ele é o empoderamento místico feminino, vem dessa ideia de trazer uma narrativa de origem que nos conecta todas, está muito forte e conectado com o movimento feminista. Então vamos buscar a nossa ancestralidade dentro das bruxas que não foram queimadas, a gente começa a ver essa aplicação de vários símbolos iconográficos que tem muito importância: são as leituras de tarô ou as constelações. Essa busca pela representação do mundo mais feminino e poderoso, onde a mulher ela tem a força, é trazer esse conhecimento feminino e obscuro, que por muitos séculos foi reprimido.

SO: [Acenando positivamente com a cabeça] Hum hum, certo.

NC: Depois, temos o Jogo dos Sentidos e a Provocação Mental, ele vem muito das estéticas online. Eles estão muito presentes nas redes sociais, por isso a importância delas. E esse aqui é um que vem da #dreamcore, que surgiu no TikTok. No final do ano passado ela tinha 2.5 bilhões de visualizações. Anteontem, quando estava montando apresentação ela já tinha tipo 5.2 bilhões de visualizações. Então ela

continua crescendo. E ela nada mais é do que a tensão entre dois mundos. Esses vídeos, essas imagens que trazem um desconforto, elas são esquisitas, são estranhamente familiares, mas estranhamente incômoda. Elas não tem uma lógica coerente, a gente vê essa degradação, as cores que trazem essa sensação esquisita pra gente. É uma estética muito liminar, que a gente chama que são na arquitetura os não-espços. Conhecidos e desconhecidos ao mesmo tempo, são espços que eu já poderia ter frequentado em Algum momento da minha vida, dão a impressão de que já estive ali, mas têm esse caráter nostálgico e ele remete muito a infância especialmente da geração da década de 1980 e 1990, então tem um pouco de desse, retomar o passado quase como uma provocação mental de um sonho. Como se você estivesse acessando uma memória antiga.

SO: [Acenando em sinal de afirmativo]

NC: Parece também existir um mundo dos sonhos, mas eu acho que por conta da pandemia, e de toda a incerteza que a gente viveu, não é um período de muito otimismo, esse de baixo quase não é visto. Então é trazer essa idéia de isolamento. Eles trazem esses locais abandonados, sabe essa degradação, essa nostalgia, esse brilho fosco, que trazem uma ansiedade. É por isso que eu chamo de jogo dos sentimentos, porque é uma provocação mental. É algo que está ali para provocar, para fazer a gente se sentir desconfortável.

SO: [Acenando em sinal afirmativo]

NC: Por fim, temos Metamorfose Identitária. Nesse mundo massificado e genérico, onde as pessoas querem buscar se identificar com algo, mas esse se identificar não necessariamente é fixo. Nós temos essa coisa da fluidez muito presente, seja no gênero, nas identidades... E nas mídias sociais a gente começa a encontrar também esses Corecore. Esse primeiro slide aqui [Demonstrando a imagem de um moodboard com elementos da estética] é do Mermaidcore, são elementos que compõem eessa estética de sereia agora, já essa do lado é tipo vou viver no campo. Então são estéticas adotadas novamente com esse caráter de fuga de “ok não vou, não vou enfrentar a realidade, eu vou fugir, eu sei que a gente não tem muito tempo, vamos viver”, mas isso também leva ao consumismo desacerbado e desnecessário. É uma metamorfose, é a certeza da finitude, da impotência, do pessimismo. Vamos viver porque já estamos predestinado à morte. O planeta terra está indo mal, inflação acontecendo, então é um pouco essa busca pela fuga. Acho que é isso, professora por enquanto, essas são as três micro tendências mapeadas que eu estou tentando validar propriamente.

SO: Olha, Natália, achei excelente, estou encantada com teu trabalho maravilhoso. Vai ser um sucesso essa tese. Tenho certeza, e me fez pensar em muitas coisas enquanto eu escutava. Muitas discussões que a gente já teve dentro do LGTC: essa busca, essa ansiedade pelo prazer imediato, pelo hedonismo, acho até

que é bem interessante, talvez tu trazer na tua tese, se é que você já não trouxe, essa questão do hedonismo mesmo. A gente já usou esse termo algumas vezes do hedonismo, que é aquela questão do da busca, do prazer incessante. Parece que depois de tudo que nós passamos, há um sentimento de medo, a pandemia sem saber o que que é acontecer. E agora, que a gente mais ou menos sabe o que vai acontecer, nós não conseguimos vislumbrar uma segurança no curto nem no médio prazo, né? Nós temos impressão então, que a nossa geração foi roubada de muita coisa que nossos pais tiveram oportunidade de conquistar, inclusive a questão mesmo de independência financeira, de estabilidade financeira. Parece que agora que chegou a nossa vez, está tudo muito mais difícil, né? Então tem muito essa questão da busca pelo prazer a qualquer preço, porque a gente quer fechar os olhos para o lado ruim. Daí entra isso da internet, porque a gente está imerso na internet o tempo inteiro, acordamos de manhã e já pegamos o celular. Eu vejo por mim, às vezes eu pego o celular pra olhar a previsão do tempo, quando eu vejo, eu já tô no Instagram automaticamente. Eu abri meu Instagram e eu nem queria isso, só queria ir no ícone do aplicativo de previsão do tempo. Então acho que o teu trabalho tem tudo a ver com isso que a gente está vivendo e que e que a gente vai continuar vivendo na nossa geração. Eu não vejo muita perspectiva de que algo aconteça que consiga reverter totalmente esse cenário. Ainda mais agora que está vindo toda essa questão do metaverso, Chat GPT. Então acho que agora é um caminho meio que meio que sem volta para essa fuga cada vez mais dentro do digital.

NC: Sim, com certeza.

SO: E isso que você trouxe, eu tenho visto muito também essa questão do Mermaidcore, do corte, de como aparece nas redes sociais e como realmente acaba estimulando mais um consumismo exacerbado. E meio que sem sentido, na verdade, né? As coisas superfaturadas custa caro, porque é o hype do momento. Eu queria ouvir de ti um pouquinho é a questão ali das Narrativas Ancoradas, tem como voltar lá naquele desenho que tinha os três clusters?

NC: Volto, volto sim. Esse aqui?

SO: Esse aí. Então, aqui você vai trabalhar a parte da nostalgia que explicou muito bem o nostálgico mental, metamorfoses identitárias. Aqui tudo entra na parte desse Surrealismo Experimental que achei bem interessante essa definição como macrotendência. E daí, dentro de tudo isso, você vai colocar as narrativas ancoradas para explicar as narrativas que a gente está vivendo dentro micro tendências, é isso?

NC: Na verdade, nesse momento eu conectei mais com essa questão do empoderamento místico porque, como a gente tem essa vontade de criar uma narrativa comum a todas as mulheres de empoderamento, eu acho que ele está mais de acordo com essa microtendência do que com as demais, né?

SO: Sim, sim, entendi. Era essa a minha dúvida. Só que eu tinha ficado. Então, as narrativas ancoradas é o teu principal pilar, digamos assim, para essa parte do Empoderamento Místico?

NC: Sim, sim, essa ideia.

SO: Como fuga da realidade, busca da identidade e tudo mais, daí entra a parte do Misticismo. Realmente está bem forte do feminismo, muito interessante, muito, muito interessante.

NC: Obrigada. Fico muito feliz. Bom, eu tinha mais uma pergunta, claro. Você acha que assim conseguiria relacionar com alguma mentalidade que você vem observando ou estudando, ou acha que são coisas mesmo isoladas? Porque o que eu sinto muito, que às vezes eu estou estudando alguma coisa dentro do Surrealismo, aí parece que de repente me bate alguma coisa que já foi até mapeada pelo lá pelo lab...

SO: Não, tem bastante ineditismo na tua pesquisa. Assim, até mesmo essa questão do Empoderamento Místico e aquela parte ali que você trouxe do caótico e depois tu parte para uma imagem super surreal ali, de uma coisa que te passa um sentimento bom. E isso, por exemplo, é algo que nós não tínhamos nem parado para discutir no LGTC não. E é muito interessante isso, porque você olha e é bem impactante como tu falou, te traz uma nostalgia da infância, mas ao mesmo tempo te passa uma coisa ruim, de uma nostalgia, de algo que ficou abandonado e que está se deteriorando. Que se tu for revisitar, parece que foi algo que não foi cuidado e que agora passa um sentimento ruim.

NC: Sim, esse é muito. É muito interessante porque é basicamente, Eu Acredito que essa estética ela venha muito também da pandemia, porque durante a pandemia nós vimos esses espaços vazios, né?

SO: E ao mesmo tempo?

NC: Se for ver essas imagens aqui [imagens com caráter nostálgico remetendo a parques infantis da década de 1980/1990], eles são espaços que são voltados para muitas pessoas, né? As crianças conviverem estarem ali, né? E causam estranhamento muito grande. Nós vemos esses espaços vazios, né? Eles também e eles estarem degradadas, mostram a nossa própria finitude, né? Mostra o passar do tempo também, né?

SO: Exato, exatamente. Depois tem essa parte aqui dessa estética do escapismo, de algo muito perfeito, mas que na verdade a gente sabe que só vai existir mesmo no filtro, né? No filtro, no Instagram, numa realidade paralela que essa realidade que a gente acaba vivendo muitas vezes como uma forma de escape. Então acho que tem bastante lacuna que tu tá preenchendo na tua pesquisa de ineditismo mesmo, de coisas que ainda não foram abordadas ou não foram abordadas dessa forma. Acho que está super bom. Então, muito, muito bom mesmo. Bom, não esperava menos de uma orientando do professor William,

porque ele é maravilhoso, né? Então tinha certeza que ia ser fantástico, mas em termos de coleta de dados assim, tu vai fazer alguma pesquisa com algum grupo, alguma coisa assim, entrevistas ou tem só o mapeamento?

NC: Mapeamento. As entrevistas fizemos numa primeira fase antes da tese. Esta segunda fase tem uma revisão bibliográfica e o coolhunting, a princípio.

SO: Ah, legal, o coolhunting é muito importante. Que vai ser feito aí em Lisboa mesmo.

NC: Sim, mas está sendo feito, né, que todos esses insights vieram dele, mas como eu acho que também é uma tendência que tem muito o aspecto tecnológico, foi mais fácil encontrar essas informações dentro das redes sociais.

SO: Através de um coolhunting digital mesmo.

NC: Exato, exato. Não foi tanto físico. Eu tenho umas imagens que eu tirei pelo pela deriva etnográfica pela cidade, mas realmente dentro de Estudos de Tendências eu acho que a gente fala pouco ainda sobre explorar essas mídias sociais como uma forma de encontrar mentalidades.

SO: Sim, sim, com certeza.

NC: Todo mundo tem um celular sabe, todo mundo pode ser artista, e a gente está vendo novas estéticas surgindo a partir da tecnologia, da conectividade...

SO: É verdade. Está muito bom mesmo o teu trabalho, muito bom. A sugestão que eu tinha te dar que te dar era bem pontual, é essa questão de abordar o hedonismo ali, da busca do prazer, parece que a gente não consegue mais suportar sentimentos ruins, né? Então fica muito, fica muito nessa fuga da realidade e a questão do disso que eu queria saber, mesmo que tu já falou aí do coolhunting digital, acho que é o melhor caminho mesmo, até porque daí tu consegue abordar bastante estéticas. E o teu trabalho vai acabar ficando bem diferente de outros, porque o coolhunting na rua acaba ficando um pouco limitado, né? Porque se você vai fazer só em Lisboa, muitos lugares já vão ter sido mapeados, já vão ter sido usados em outros contextos, né? Então acho que o coolhunting digital realmente é o mais apropriado, até porque você traz bastante esse marco da Pandemia. E nós fizemos bastante pesquisa no laboratório, durante a Pandemia, e foi tudo com o coolhunting digital, porque não podia sair pela rua, né? E a gente achou muita coisa, a gente achou muito, muito material na época, e foi um trabalho bem interessante. E também não deixou de nos ajudar a ser como uma fuga da realidade, né? Porque estávamos ali, todos enclausurados, pesquisando coisas e falando o tempo inteiro para tentar que também minimizar essa situação de isolamento. Mas está excelente o teu trabalho.

NC: Obrigada, professora, essa entrevista me ajudou muito.

SO: Me avise quando for a banca, se for aberta, se for ser online, vai ser online, mas se for online e quiser, pode me convidar que eu vou adorar assistir.

NC: Combinado, professora. Muito obrigada mesmo. Eu gostei muito também que você falou do filtro, né? Porque esse mundo do sonho é realmente o mundo do filtro, né? Da onde é? Tudo perfeito.

SO: E hoje em dia, está cada vez mais difícil a gente também conseguir viver fora do filtro, né? A gente se olha no espelho como nós somos, mas na hora da gente postar uma foto, às vezes eu mesmo. Eu penso, quantas fotos? Sei lá no mês, eu posto que eu realmente só abrir a câmera do meu celular e tirei é raro, né? É muito raro, a gente não consegue mais fazer isso porque a gente sempre acha que, sei lá, por mais que a gente esteja super arrumada, num lugar lindo, com a melhor luz, a gente sempre acha que a gente vai estar se expondo. Se a gente postar uma foto sem edição. É impactante pensar isso, né? Porque quando a gente está numa interação ao vivo, as pessoas vão estar nos vendo como a gente é.

NC: Sim, é verdade, aquela sensação de meu Deus, quem que é essa? Eu não conheço.

SO:[Risos] Exatamente, exatamente. Então acho que essa questão do filtro que a gente está vivendo cada vez mais forte e aquilo que tu falou também, de conseguirmos ver muito rápido o que está acontecendo praticamente no mundo todo, e ao mesmo tempo gera uma ansiedade porque a gente às vezes não sabe por onde começar. A gente quer ajudar alguma coisa. Se a gente quer ajudar alguma coisa, é tanta coisa acontecendo ao mesmo tempo que essa gente se sente com essa sensação de impotência e de e de cansaço, de muita informação. Acho que quando vem o cansaço nós recorremos ao escapismo. A gente pensa não quero pensar nisso agora, então é mais fácil ir para um game ou ir para um lugar que vai fazer eu me sentir melhor do que eu encarar essa realidade, né? Que gera muita ansiedade, e eu acho que a nossa geração é a geração da ansiedade.

NC: Sim, com certeza. E assim muitas coisas que a gente, não consegue propriamente alterar, eu dependeria de grandes bancos, de grandes fortunas, para realmente mudar aquilo, né? E a gente traz essa culpa de eu estou consumindo muito plástico, sim, também estamos também temos esse essa culpa, mas o problema é sempre muito mais embaixo, né? Então é impotência.

SO: É exatamente, é muito além, às vezes do nosso alcance, né? Exatamente.

NC: Professora, nosso tempo está acabando. Eu queria te agradecer mais uma vez. Muito, muito, muito obrigada. Mesmo assim, disposição, muito obrigada.

SO: Imagina eu que agradeço. Precisar outras vezes ou até mesmo para o trabalho, quer dizer dar mais uma repassada em alguma coisa antes da entrega. Quando que A Entrega?

NC: Eu queria entregar agora em junho, mas talvez eu disse, eu queria ter uma vez, eu estenda porque eu gostaria de refinar tudo, deixar o texto da tendencia bem redondinho. A tese está ficando bem extensa, então eu queria conseguir resolver tudo, mas com certeza vou enviar o convite se ela for online, fico muito feliz com o interesse.

SO: Está bem. Eu fico à disposição, precisando, querendo trocar mais uma ideia antes de entregar, me chama que nós combinamos.

NC: Perfeito, perfeito, muito obrigada.

SO: Nada. Um beijo, Natália, muito sucesso.

NC: Beijo, prazer obrigada e tchauzinho.

SO: Tchau, tchau.

Raquel Sodré

Entrevista com a especialista em tendências Raquel Sodré no dia 24 de Abril de 2023, Segunda-feira, que aconteceu das 16:00 às 17:40 da tarde.

NC: Eu vou te mostrar rapidinho uma apresentação muito breve que eu fiz, ok? Só para deixar tudo mais claro assim do que que é de fato o meu trabalho, ok?

RS: Beleza.

NC: Bom, então aqui a pesquisa começa numa cadeira com o professor William Cantú, na faculdade. Com ele nós gostamos tanto do trabalho que decidimos continuar para a defesa da tese e fazer essa continuação do que nós fomos a mapeando, entendendo e compreendendo a partir dali. Nesse nosso primeiro trabalho do ano passado a gente criou três principais clusters, onde que essa tendência batia. Então a gente tinha a Cultura Visual, a Mente e a Tecnologia. No epicentro dessas três, na congruência entre elas, estão as redes sociais. Então o meu trabalho ele tem muito a ver com as medias sociais, a hashtag o que está acontecendo mesmo. Então eu parto da ideia de entender um pouco o que está acontecendo no online para compreender o físico, né? No offline também, porque eu acho que um acaba refletindo muito no outro e a gente não pode ignorar a importância da presença que o online teve durante a pandemia e ele vai continuar aqui com a gente.

RS: É mesmo.

NC: Então a gente tem um Novo Normal, que começa em 2022/2023. Então, começa a mostrar um pouco mais essa questão do se identificar. Então quem sou eu? Qual é o meu grupo? Há presença de uma nostalgia emprestada, a saudade do que eu nunca vivi. Explorar novas estéticas, novas ideias, mas não necessariamente ter um compromisso a longo prazo com aquela ideia propriamente. Então a gente vê essa habilidade muito grande. A gente tem a sensação de impotência, que é o conheço um pouco de tudo, sei tudo que está acontecendo, mas acaba que não tenho propriamente controle sobre nada. Então isso foi um pouquinho do que nós começamos a ver agora. Nesse contexto do Novo Normal só. A gente continua com cultura visual, tecnologia e mente, mas nós começamos a ter outras outros clusters. Zinho também que acabam influenciando uns aos outros, né? Então nós começamos a ter muita nostalgia e o misticismo também. É que são os nossos sinais, né? A partir disso, então, o que que a macrotendência? Sou do surrealismo experimental, que foi essa primeira que nós mapeamos. Então, basicamente é. É sobre o essa procura por experiências mais imersivas, aquelas que me levam para um mundo ainda mais surreal. São coisas que não necessariamente eu experimentaria na vida real, mas eu posso ter parte dessa experiência através da arte, da moda, da tecnologia, dos videogames, nos filmes, na música. Então o surrealismo está presente em muitas indústrias e por isso que nós mapeamos com uma macrotendência. E aí, dentro dessa macrotendência, começamos a entender o que que eram as pequenas microtendências. Porque a gente sabe que as microtendências elas tendem a ser um pouco mais mutáveis do que a macrotendências. E é ali que mora a dificuldade e o desafio. Então nós mapeamos três principais microtendências: o empoderamento místico. Essa micro bate com as narrativas de origem. Eu já explico melhor um pouquinho. A segunda seria a que chamamos de Dualidade de Mundos e a terceira, a Metamorfose Identitária.

RS: Certo.

NC: Então, o Empoderamento Místico vem muito de uma estética muito própria, muito feminina. Muito obscura e poderosa. Tenta-se resgatar as Narrativas de Origem que conecta todas as mulheres foram as bruxas que não foram Queimadas. É então existe essa busca pelo por uma Liberdade mínima? Se passa o. E quando as coisas ficam difíceis, a gente tende até. É quase como se fosse uma espécie de religião no século 21, sabe? De tentar buscar uma força superior, uma força maior, para que ela me ajude naquilo, né? Então, é essa as nossas antepassadas, das mulheres que sofreram muito, enfim, então a gente vê esse empoderamento, essa e eu é muito mais do que só as imagens, né? Muito mais do que só iconografia propriamente, mas é também essa questão da luta feminina é expressa de outras formas. Essa, um união, essa juntos são e essa Liberdade, essa busca pela Liberdade. Através também de uma estética, de uma questão que é muito própria, muito feminina, é muito poderosa. Meio que combatendo aquela ideia de feminino, tem que ser frágil, né? Não pode ser muito poderoso de fato, né? É depois disso, a

gente vem no naquele jogo de caráter mental. Que na verdade a gente chama de jogo de sentimentos, é a provocação mental e ela vem muito a partir das hashtag. Existe então o surgimento de hashtag que nem. A #dreamcore foi o que trouxe pra gente nessa recapitulou, né? Essa gente tem dessa um pouco essa estética e ela é a tensão entre os 2 mundos, então elas são muitas. Imagens geradas ou por inteligência artificial ou sua compilação de imagens. E aí a gente tem essa tensão entre. 2 mundos, o primeiro. Aqui, né? Oo mundo do pesadelo e o de baixo é o mundo do sonho. Então são imagens conjunto de imagens que tendem a trazer essa sensação. Cada uma delas traz uma. Sensação muito difícil. Distinta, né? Então a cidade de cima, A gente tem essa coisa do pesadelo do Lupin, de voltar para a infância, né? Essa coisa meio passada negra. E, por outro lado, a gente tem essa fuga, essa tentativa de. Fuga para um lugar maravilhoso. Lindo, místico. Então, novamente, a gente tem essa essa tentativa. De fugir através do surreal para algum local. Seja ele muito bom ou muito ruim, né, então. Isso que eu. Chamo de provocação mental mesmo, então é, é a gente. Eu Acredito que seja. É aceitação de existência de um mundo muito complexo. Que tem essas perspectivas diferentes, né? Onde os indivíduos, eles podem se mostrar um pouco mais flexíveis pela busca desses 2 pela, pela compreensão de que existem essas dualidades, essa essa visões opostas e ambíguas entre si, né? Então, é meio que a identidade dentro desse próprio caos, né? Que compartilhar o mesmo sentimento, né? Dentro da internet? Porque é o que eu acho muito interessante é que são os comentários, né? Não propriamente vídeo, mas os comentários como as pessoas se relacionam com aqueles vídeos que trazem esse? Tipo de sensação. Na verdade, isso aqui são um só que é parte de vídeos, né? Mas é como as pessoas se conectam, aqueles vídeos e, a partir desses vídeos, elas se conectam através dos comentários. O que que elas estão sentindo através dali e inclusive eu li uma reportagem recentemente. Palavra de como que era uma arte muito contemporânea e muito, talvez nova, sabe? É uma estética completamente nova novamente de tentar conectar. Enfim, é muito. É muito característico também da geração z das dos milênios e enfim, está ali existindo e traz essa dualidade.

RS: Ok, ok.

NC: Por fim, a gente tem a Metamorfose Identitária, que é essa vontade de buscar em compreender tipo a. Gente, tem um nicho pessoa essa neste ficção, né das pessoas e das experimentações. Então eu quero experimentar. Tem humor? Mercur, cottage, cor, enfim, a gente vai pra uma série. De de estéticas que as pessoas vão aderindo? Não necessariamente elas têm algo por trás, né? Elas indiquem algo por trás, tem uma grande mentalidade por trás, mas o que eu acho que é importante dizer é essa metamorfose constante. Então você vê assim, pessoas dentro da internet aderindo a novas estéticas e não sou estéticas. O mundo online ele permite com que a gente é, é cria uma nova versão de nós mesmos, né? Não precisa, não é nem mais um recorte da vida, realmente uma versão nova e a gente vê essa

metamorfose acontecendo. É desde no mundo online também, então essa é outra. O que eu tendência essa é a terceira maior. Bom, eu sei, confusa.

RS: Eu fiquei um pouco confusa onde termina a pesquisa anterior e onde começa a tese em si.

NC: A gente termina aqui, que foi o momento que a gente separou os 3 clusters principais e a gente fez tipo como se fosse uma espécie de lista com os padrões encontrados e a com as palavras-chave dentro de cada cluster e onde que eles se tocava. Então ele termina aqui, nesse fechamento dos três principais clusters, é aí que a tese começa. Então a partir dos três principais clusters começam a surgir outros clusters menores que estão diretamente relacionados. A partir disso, organizei os sinais visualmente, como se fosse uma colônia de fungos, em que um vai influenciando o outro.

RS: Aham, entendi. E qual o desafio você se propôs fazer na sua dissertação? É descrever as micro dessa macro tendência?

NC: Exatamente, foi um pouco fortalecer essa macro, porque a ideia era, a princípio, a gente escreveu um artigo. Inclusive escrevemos um artigo, e então eu usei a própria tese para realmente fundamentar a macro e então expressar de onde vêm essas micro tendência.

NC: Eu vejo cada vez mais esses sinais do misticismo, né? É interessante como que se gente fala de astrologia e de signo todo dia. Como não se falava antes. E como está incorporado até nas identidades de marca, né? Que querem se comunicar com mulheres.

RS: E eu vivo servindo, inclusive servindo absurdo tipo critério de contratação de funcionários. Então vamos lá, me mostra mais alguns sinais que você que você encontrou, porque eu preciso olhar e eu preciso ver os sinais para depois eu entender o percurso do seu raciocínio.

NC: Sim, sim, está certo. Aí, assim, esse aqui foi o sinal que eu encontrei. Esse aqui eu vi lá no Brasil mesmo. E na verdade foi essa foto que me fez pensar: “ok, isso tem um caráter um tanto quanto surreal”: Então a partir daí eu comecei a ir atrás, então eu encontrei muitas artistas, como essa artista francesa, por exemplo, que ela faz muitas ilustrações e muito motion design, e ela mostra muito esse fogo das bruxas. Depois tem muito a conexão com o feminismo. Então essa união das mulheres. E aí é por isso que eu fui mais para esse lado, existem ainda mais alguns sinais que não estão aqui. Foi um pouco por aqui que eu vim pra essa parte do feminismo, da fantasia e do misticismo.

RS: Hum hum.

NC: Aí, depois a gente vai para a segunda micro, que tem um caráter nostálgico-mental. E aí a nostalgia aparece muito forte. É essa busca por reviver décadas passadas, e a gente vê isso também dentro

da arquitetura, dentro do espaço. Propriamente, então o que eu comecei a analisar aqui. E falei, nossa. Mas por que que é tão estranho, tão e da uma sensação esquisita, né? Você vê esses ambientes? Assim, eles estão extremamente curador, extremamente tratados. A gente tem uma repetição ali, então parece que é entrar aqui nessa loja é entrar um pouco nesse vestiário. Que não faz sentido? É desconexão com a realidade, né? Por que que eu vou comprar uma bolsa dentro de um vestiário que têm chuveiros e lockers, não faz sentido, né? A loja, é como se fosse dentro de um spa. Está vendo? Então, assim não faz sentido. É uma coisa que traz um traz esse desconforto e essa repetição, em que tudo é muito idêntico, muito igual, muito parecido, muito simétrico. Ele tira um pouco da realidade daquilo, né? É um espaço tão curado, tão tratado, tão perfeitinho que a gente se sente meio que está num cenário, que não é real, não é realidade. Onde estão os defeitos? E isso também dá para relacionar com as estéticas da própria internet, onde é tudo extremamente curado. Hoje vemos dentro de design gráfico a volta do Comics Sans, que é a tipografia que todo mundo considera feia e amadora, quase uma afronta à essa curadoria da internet onde tudo é tão perfeitinho, como uma afronta essa perfeição extrema.

RS: É uma coisa muito de Gen Z. Ela tem essa questão da afronta, do deboche, o escracho.

NC: Exato. E fui notando que muitos deles têm essa estética antiga, que remete aos anos 1950-60. Esses tons pastéis, que é aquilo que eu também te mostrei, do caráter mais entre mundos, né? E aí a gente foi para essa nostalgia que é meio onde o surrealismo toca. Então no próprio Relatório de Tendência do Pinterest eles chamam de Nostalgia Emprestada.

NC: Porque assim a nossa desk research passa pelo cinema. E a gente começou a ver que no cinema a gente tinha muita coisa de dessa, dessa disrupção, dessa quebra de realidade, universo paralelo. Então a gente vê que parece é que no passado é essa questão meio surrealista era mais nichificada aos filmes mais conceituais. Eram feitos para um nicho mais diferenciado, então as coisas seguiam uma linearidade diferente, né? E aí a gente começa a perceber que, já vem acontecendo um tempo, mas esses plots tendem a ser um pouco mais disruptivos. Eles vêm com o surrealismo como uma forma de potencializar metáfora, digamos assim. Isso a gente também vê em outras áreas, a gente vê na música, nos efeitos visuais essa disrupção. E isso está conectado com uma sociedade de hiperestimulação, que precisa de mais estímulo precisa de algo que seja mais esquisito, que chame atenção. Não é atoa a popularização do surrealismo. Ele acaba trazendo isso pela sua própria lógica ilógica, irreal. Aquilo me causa uma confusão, me me traz uma sensação de estranha de confusão. Me atrai e me assusta ao mesmo tempo porque é estranho.

RS: Hum hum. É o bizarro, né?

NC: Exato. A gente começou a perceber que na moda a gente tinha isso, então a Schiparelli começou a fazer isso. Esse aqui é o MET Gala de 2021, então são as brincadeira com as escalas, os detalhes fora de contexto, como essa senhora que tem a cabeça de um cavalo no vestido. Qual o sentido disso? Tem esse caráter de chocar. E assim, uma das coisas que mais me chamou atenção foi o Frank Ocean, que aparece com esse chapéu com escrito Dreamcore. O que nada mais é do que uma estética online que começa a surgir, que é uma daquelas que eu te mostrei. E é bizarro, porque quando eu fiz o artigo, eu escrevi um artigo em agosto do ano passado tinha 2.4 bilhões de visualizações essa hashtag. Agora, pouco tempo depois a gente tem o dobro, está em 5.4 bilhões de visualizações. E é toda essa estética do extremamente familiar. É estranhamente eu já estive um lugar parecido com eles, mas não é exatamente esse, sabe? Entra na questão da cidade genérica que como a gente vive numa sociedade, um mundo muito globalizado e muito, muito parecido, né? Então, os aeroportos são lugares muito parecidos, a gente acaba tendo essa repetição desses espaços que não têm fronteiras.

RS: Talvez para essa, para essa parte quem vai te ajudar é o Marco Alge. Você conhece o conceito de não lugar?

NC: Sim, cheguei a ler alguns textos dele na faculdade de arquitetura.

RS: Eu acho que tratando desse ponto especificamente, eu acho que ele vai te ajudar a fundamentar melhor. Ele já fala sobre esses lugares que são todos meio parecidos, meio é homogêneos e sem identidade, onde as pessoas não vivem, são lugares só de passagem. Eu acho que pode ser um.

NC: E esse espaço, esse espaço liminar. Então, esse espaço que a gente não conhece, ele estranhamente desconhecido e conhecido ao mesmo tempo, né?

NC: Okay, okay, vou fazer isso. Olha, muito obrigada, isso vai ser ótimo. E aí, tipo, são esses espaços de passagem e assim, o que é muito interessante que a gente tem um medo muito grande desses espaços que são inicialmente criados para muitas pessoas e vivenciá-los, né? Então são os parques de diversão, os hotéis, os aeroportos e, de repente eles são esvaziados, que é um pouco o que a gente viu durante a pandemia. Aquela sensação de cadê a familiaridade humana? Estou sozinho neste mundo, né? E daí que vem essa tensão entre esses mundos, é um mundo solitário, né? Então a gente tem um isolamento, hora, ele pode ser confortável, hora, ele pode ser tipo, desconfortável, que é isso aqui, né? Mas existe essa nostalgia, né? Então esse aqui ele mostra muito também a nostalgia, porque ele se apoia nisso do passado, ele tem esse esteado que lembra um pouco a infância, principalmente a década de 80 e 90.

RS: Volta no outro slide [apresentação de slide com algumas imagens solitárias do dreamcore]. Você acha que isso é confortável?

NC: É uma solidão. É uma solitude, né? Estou só.

RS: Você sente conforto assim ao olhar? Porque para mim é desespero em cor de rosa.

NC: Pra mim também, eu concordo, mas assim, quando eu fui ver os comentários desses vídeos me dão assim, um isolamento terrível. Assim, eu sou muito sociável, preciso de gente, sabe? Tem gente que se sente muito confortável nesse ambiente, comentam que trazem paz.

[Interrupção da entrevista para criação de um novo link de reunião]

RS: A gente estava falando sobre a sensação e a interpretação dessas imagens. Inclusive, essas imagens vêm de onde?

NC: Elas vêm do TikTok.

RS: Do TikTok? E elas são o que? Elas são produções humanas?

NC: Sim, são produções humanas, mas muitas já usam a inteligência artificial. Elas são muito esquisitas, algumas delas têm vozes no fundo falando, tipo “acorde, acorde. Isso é um sonho. Isto é um pesadelo” Outras falam algo do tipo “Se você seguir até o final do corredor, não vire à esquerda, não fale com o homem...”. Então assim, tem umas coisas muito perturbadoras. Eu descobri essa hashtag era uma da manhã e depois já não conseguia mais dormir.

RS: Que horror.

NC: E é uma coisa que ficou meio popular. Começou a surgir o dreamcore, o weirdcore... Porque é realmente muito esquisito e perturbador. E aí o sonho parece meio geralmente, parece com uma música mais tranquila, mais suave, então um pouco mais essa atmosfera. Eu ainda acho horrível, porque assim eu era criança e não gostava de Alice no País das Maravilhas porque eu achava tudo aquilo muito estranho. Eu não conseguia entender, não tinha lógica para mim aqui.

RS: Mas é uma grande viagem. De ácido, né? Eu não sei... Eu acho que essa associação entre os tons esses tonzinho quentes, né? E uma sensação de paz, eu acho que isso está sendo construído nessas imagens e não necessariamente é uma coisa que é gerado nas pessoas. Talvez isso aqui esteja sendo usado para construir essa narrativa e não o reflexo de uma de uma sensação.

NC: E você não acha que pode ser uma busca por um espaço de refúgio, propriamente? Da construção de um espaço de fuga.

RS: Pode, pode, pode. Eu acho que inclusive é uma criação. É, mas não sei, pensando até assim pensando. E eu estou falando de um ponto de vista de uma pessoa millennials e a completamente fora

dessa lógica do TikTok e que experienciam o mundo de uma forma completamente diferente, né, dos mais jovens.

NC: Certo.

RS: Pensando até olhando para essas imagens até do ponto de vista da semiótica. Né? Fazendo uma análise semiótica dessas imagens. E aí, de novo, talvez eu não tenha o contexto necessário, porque você me falou que essas imagens elas não são estáticas, elas são vídeos, e elas são acompanhadas de áudio, né? Então talvez essa eu acho que talvez seja importante. Quando você for apresentar isso mostrar completo. Você mostrar completo exatamente você mostrar alguns desses sinais, nem que seja assim 5 segundos de 13 segundos do outro só pra dar a ambientação para pessoa, porque olhando somente essas imagens estáticas, eu vou correr para a primeira referência de análise que eu conheço que eu tenho, né? Que acho semiótica ótica. Eu vejo espaços muito amplos, sem perspectiva, sem escala humana, essa primeira foto aqui é aterrorizante, porque ela tem um abismo do lado. Ali você está onde nessa imagem nessa primeira imagem aqui, que parece uma piscina?

NC: Sem a escala humana, né?

RS: Exato. Você está em cima de quê? O que que está impedindo de você cair nesse abismo? A segunda imagem, é um deserto.

RS: É exatamente. isso aqui, está tudo muito uma sensação de pós morte, sabe? Vai dormir muito real assim falando muito da toda uma sensação de pós morte.

NC: Sim, é verdade. Dando assim uma sensação de solidão, né?

RS: De desamparo. Para mim, pelo menos em mim, falando agora muito subjetivamente e com o contexto que eu tenho aqui dessas imagens estáticas. Em todas elas eu vejo desamparo em cor-de-rosa.

NC: E aqui é desamparo em cinza e azul.

RS: Desamparo em cinza azul exatamente, é em tons de verde. Né? Então eu não sei, não sei quanto desse dreamcore. Não sei quanto desse dream não tem também um pouquinho de trauma aí.

NC: Na verdade, é muito mais do dreamcore do que propriamente aquele. Essas são algumas imagens que eu achei interessante de trazer para ilustrar, mas a maioria mesmo tem um caráter muito perturbador, muito propositado. Eu não sei. Talvez aquele o caráter daqueles outros também seja trazer esse desolamento de uma forma diferente, menos óbvio, talvez.

RS: Eu acho que de toda forma, vale a pena você olhar de novo para essas imagens, para esses vídeos e ir e avaliar se realmente você acha que aquilo ali está num contexto de tentar causar conforto ou tentar levar para um lugar de segurança, de paz ou se é do desamparo assim. As vezes até um niilismo, sabe, de tipo não tem nada, não tem nada, eu não vou conseguir sair daqui. Não tem jeito, está tudo uma desgraça. Vamos viver com isso, em cor de rosa. Parece um niilismo, um conformismo, um derrotismo.

NC: Pode ser. Sabe que isso faz muito sentido, porque eu acho que isso até poderia se conectar com aquela outra que eu te mostrei, da metamorfose. Porque nada mais é a metamorfose do que eu sei que o mundo está um lixo. Está tudo um caos. A gente tem guerra, a gente acabou de sair de pandemia, a gente continua tendo um milhão de coisas acontecendo, então vamos criar o Mermaidcore, sabe? Vamos criar esta fuga aqui porque não tem nada mais que a gente possa fazer. Vamos viver essa vida de uma forma hedionda.

RS: Acho que sim. Eu acho que essa eu acho que essa microtendência faz muito sentido a observar pelo que a gente tem visto, até uma coisa bem interessante até pela moda, o Dopamine dressing.

NC: Sim, sim também. De buscar um otimismo.

RS: Acho que não sei nem se é buscar um otimismo onde não tem. Talvez seja aquela coisa de “fake untill you make it”. De pegar onde você puder pegar no bote salva-vidas e esperar que ele te leve para algum lugar. Que com essa corda na mão você consiga ir até algum porto, talvez.

NC: Faz sentido isso. Eu vi um trend report na com do Grupo Consumoteca, muito interessante que fala sobre isso. Acho que eu vou fazer um. Gancho mesmo na tese também.

RS: Um, deixa eu te perguntar uma coisa. Os seus critérios é. Para escolher o seu corpus de análise?

NC: O nosso maior critério é atualidade. Então foram todos elementos que a gente conseguia encontrar dentro da cultura visual que fossem, de 2022 a 2023. A ideia era que fosse o mais recente possível. Então, o que eu encontrasse em filmes e música em jogos, na própria mídia social, que fosse relevante, tinha que ser desses anos, 2021, 2022, 2023. Porque a gente está meio que começando, né? O ano propriamente. Então foram recorte nos 2 anos mesmo.

RS: Tá ótimo, ok.

NC: Tem razão, isso é verdade, eu tenho uma dúvida que eu tenho em relação ao próprio estudo de tendência, porque uma vez que a gente tem um tema Na nossa cabeça a gente tem que fazer um recorte meio que a gente busca, a gente faz o ranking, né propriamente daquilo.

NC: Bom, eu acho que é um pouco isso. Porque na verdade eu também estou me baseando um pouco em alguns Trend Reports, né? E nisso eu encontrei alguns bastante interessantes, e um deles, inclusive, fala sobre escapismo.

RS: Há, olha só, você falou uma coisa interessante. Você pode usar os sinais dos trens de repórteres como o seu critério para estabelecer o seu corpo.

NC: Okay? É, é cultura visual, né? É que eu não sei se todos os Trend Reports colocam os sinais que eles tiveram, eles só colocam alguns sinais, tipo para explicar mesmo, mas faz sentido. Eu consigo já usá-los como fonte, né?

RS: Você tem mais pontos que você quer discutir outras coisas que você quer olhar comigo da da sua dissertação que é. Debater outras outras micro, outros clusters. Eu estou com todo o tempo do mundo, eu estou de férias essa semana.

NC: Ai, que Maravilha, não, mas assim, eu acho que por enquanto realmente é isso mesmo. Realmente eram coisas que nem essa parte da do recorte realmente, e eu acho que vale até a pena colocar, criar uma espécie de lista assim, sabe? De repente, acho que era interessante, de até tentar quantificar de alguma forma como eu pudesse. Eu consegui a partir dos sinais que eu observei para realmente fundamentar melhor do que só achismos, né? Tipo só conclusões objetivas, né? Eu acho que foi isso, eu compro.

RS: Sim, e colocar, eu acho que é super importante, super legal isso que você está fazendo de casar, o que que você descobriu online com as suas descobertas em campo, né? É sempre muito interessante você trazer o que você acha na rua, porque se não, acaba ficando uma coisa muito etérea, muito distante, né? Então casar com o que você achou na rua pode ser, pode ser interessante, pode ser um caminho legal.

NC: Sim, tem razão. Raquel, muito, muito obrigada pelo seu tempo. Eu acho que é mesmo isso. Me ajudou demais, sou muito grata.

RS: Imagina que bom, se você tiver, é tiver, se você quiser avançar um pouquinho e bater outro papo comigo daqui a, sei lá, duas semanas. O tempo que você achar, me manda um e-mail que a gente tenta organizar mais uma rodada de conversa. Mas eu acho que você está bem. Acho que você está bem encaminhada.

NC: Olha, muito obrigada mesmo, viu? Rachel? Foi um prazer conversar com você e assim, talvez. Talvez eu vou te te incomodar. Lá, num futuro próximo.

RS: Fique à vontade se você quiser, se você quiser bater mais um outro papo daqui a daqui um tempo, quando você avançar um pouquinho mais nesse raciocínio estou disponível. De uma forma geral, quero te parabenizar pelo seu trabalho. Parabenizar pelo pela forma como você fez a visualização desses dados. Isso não é simples de fazer. Achei que tá muito, muito bem organizado. E nos no diagrama do conjuntos de círculo, acho que você tem um objetivo de pesquisa que está muito claro, que mostra que quer trabalhar essas micro. Acho que de uma forma geral eu acho que faz sentido o caminho para onde você está indo.

NC: OK, perfeito. Muito obrigada, Raquel. Foi um prazer conhecer você assim, pessoal, pessoal.

RS: Imagina, o prazer foi meu.

NC: Tchauzinho, bom feriado.

Ana Marta Flores

NC: Eu fiz uma apresentação bem rápida, só para eu te situar aqui que está sendo o meu processo, que está sendo tese em si e eu fiquei no final disso, tem um pouco da sua opinião, porque eu preciso da validação dos dados para ver se eu tô em um caminho legal ou não. Então é isso, vou compartilhar com você, está conseguindo ver minha tela?

AMF: Consigo ver sim.

NC: Então, o nome do trabalho é admirável Mundo Novo e Surreal, e ela é uma pesquisa das dessas tendências socioculturais dentro da macro. A tendência que a gente já mapeou No No semestre passado, no começo da do semestre passado, que a gente chamou de tendência. Surrealismo, né? Eu vou explicar um pouquinho primeiro dessa tendência que a gente mapeou, e aí eu vou entrar um pouco mais a fundo na continuação do trabalho. É só para dar uma contextualizada, né? O surreal aquilo que existe no contexto dos sonhos, da imaginação. Ele incompatível com a razão. Ele quer se terror absurdo, ilógico, né incoerente. E eu acho muito importante. Assim. É uma palavra que eu acho. Que exprime muito? O que a gente vê dentro da tendência em si, porque exatamente isso essa coisa de provocar estranheza da experimentação. Eu sempre trago surreal aqui, meio que como a explicação do que que é a palavra propriamente, porque eu acho que ela diz muito pra gente sobre a. Própria tendência em se. Apesar de ser um movimento que começou. No século 19, né? Sf 19, enfim, é o contexto anterior, né? Então assim a gente começa AAA pesquisa mesmo, né? No ano passado, então é muito engraçado, porque de 2 e 1 ano para o outro, a gente vê uma transformação muito grande do nosso contexto e um pouco dessa transformação, das próprias mentalidades. Então ela é uma, como se fosse 11 sementinha plantada lá e

agora a gente vê essa transformação. É muito engraçado, tanto aí quando a gente começou uma piada, tendência, no ano passado, era até difícil achar. Coisas que sustenta sem a nossa, a nossa, a nossa hipótese. E agora, tipo famosa, está em todo lugar é você gostar com muita facilidade, sabe? É engraçado ver o processo dessa tendência. E assim era aquele contexto do do isolamento. As as mídias sociais, tão necessárias, ficar mais importantes ainda por conta da da nossa, da nossa conexão, né? A gente não tinha essa conexão mais física, a gente precisava ter uma conexão. É pela internet. A gente começou a falar muito sobre saúde mental, virou um tema mais em pauta, falando mais abertamente, né? O medo estava ali, sempre presente. A gente tinha essa vontade de fugir do da realidade, né? Então, era uma fuga. Ou seja, ela, real ou imaginária. Ela estava ali que ela beirava. Às vezes a nostalgia, né? Que é o pesar do que nos. Foi roubado. Que? Nós não podemos viver e alienação, né? Fora isso, a gente também foi obrigado a encarar finitude, né? O passar do tempo passado. A vida e a gente e a solidão e ansiedade claramente, né? A partir dessa desse contexto, a gente começou a mapear sinais nesse semestre passado demais, a gente elaborou 3 principais clusters. É o cluster visual, é das das culturas visuais. Depois a gente tem a mente e a psicologia. Todos eles estão muito atrelados dentro dessa dessa tendência e a gente vê que o epicentro estava nas redes sociais mesmo, né? Mas não só ali, ele está em tudo, né? Mas a gente vê uma fermentação muito grande a partir das redes sociais. A partir dessa nova lógica de sociedade, de enfim, de interação. Depois disso, a gente vem pro contexto 2022 2023, que é quando a gente começa a voltar. A experiência ao. Mundo, né? A gente fica quase ali 2 anos sem poder direito, nos expressar, nos comunicarmos, conectar e a gente volta para quase como crianças ao redor, espaços nessa nova Terra que é um pouco desconhecida que a gente não sabe exatamente o que vem pela frente. Sem inflação, sem guerra. O que está? Vindo, né? Então tem muito essa busca de se identificar e não passei muito tempo sozinho. Eu passei muito tempo ali, isolado. Quero me descobrir. É me expressar. A gente volta a ter essas conexões, ainda que a gente também é. Pegue coisas, por exemplo, nostalgia que começou ali atrás e a gente começa a ter ela mais frequente, mais com mais força, né? Aquela famosa saudade do que nunca vige, né? E por aí vai, a gente. Eu. Eu me baseei em várias frentes, reportes para chegar nisso, né? Tem o do Pinterest o grupo consumo Teca e usa Fontes foram os principais que ajudaram a me embasar um pouco. Depois, o mapeamento de sinais. Então lembra que os clusters 3 clusters que eu tinha dito que era cultura, visualmente, psicologia e tecnologia. Agora a gente tem mais clusters começam a tocar ali e criarem coisas interessantes, porque realmente nossa intenção aqui é entender quais são as micro dentro dessa macro. Tendência, o que a gente entendeu pela macro tendência, então, era a busca pela essa discussão? A busca por experiências imersivas, a vontade de experience, ar, algo novo que talvez eu não possa, tipo, na minha vida cotidiana. Então essa coisa de de de imergir em novos mundos e novas experi. Notícias é, a gente vê muito isso é que é realmente quase como se a gente voltasse a nossa infância e tentasse descobrir o mundo por uma outra perspectiva, por uma outra ótica, e aí dentro desses clusters, a

gente fez vários clusters, né? Então estado nem toda a parte visual a gente tem o design de. Estar, na verdade. Eu acho que tudo, né? Design de espaços, cinema, publicidade, moda tá está em tudo né? Então ele vai tocando em vários momentos EE daí eu desse mapa mental aqui é mostrar que tipo às vezes um cluster que está aqui, ele vai tocar um outro lá e ele vai aparecendo assim, quase como se fosse um novo organismo vivo em si. Né? E aí, a partir disso a gente foi mapeando os sinais, né? Fazendo aquela nossa setorização pra entender um pouco melhor e a gente consegue começar a ver alguns padrões que são interessantes. O primeiro é a fluidez de identidade. De colocar isso aqui? Que a fluidez da identidade, que é a busca pela Liberdade para fugir dessas Fronteiras, né? Então a gente vê uns cómicos fluidos, é eles são ora física, ora digitais, ora masculina, ora feminina, extensão de organização, né? O etéreo. Nós somos conectados, então também, aqui está o experimentar o novo e ser novo, ser DIF. Gente, depois a gente tem um místico e o. Feminino, então a. Gente, começa a ver cada vez mais os símbolos exóticos atrelados AA ideia do feminino. O que não é o feminino padrão é também uma disrupção dele próprio também. Ele tem muitas vezes eu androgyne ação é. Então assim é, é quase uma é. Quase essa ideia de escape de preciso me conectar com uma força superior quando a realidade está muito dura, né? Então, para também ter essa questão do empoderamento, enfim. São só os padrões aqui e depois, a dualidade de mundos, né? Que são essa busca também. De novo, pelas pelas. Propostas que são descritivas, que acabam mostrando mundos que coexistem, ainda que seja um antagonismo, né? Também tem a dualidade é a nostalgia, volta e, principalmente, a mescla entre o digital ou físico, o real, o de hoje de ontem. A gente fica até meio confuso, tipo, OK essa foto que eu estou vendo ela é de hoje, ela é da década de 80, né? Essa foto aqui, ela é verdadeira ou ela é gerada por? É inteligência artificial essa confusão, essa dualidade de muitos coexistem. O tempo todo? E aí eu coloquei aqui mais essa essa outra imagem só pra mostrar aqui é um pouco esse escape, sabe? Essa coisa de vou fugir e vou para a alienação, Alegria, otimismo. Mas é tão é tão cura daquilo, é tão feito em laboratório ensaiado que causa uma estranheza, né? Tipo. Isso que essa casa dentro de um cenário, né? É, e aí a gente começa a falar agora das micro tendências, então a ideia é que, AO surrealismo experimental que essa macro tendência que a gente mapeou, ela tem 3 principais micro tendências dentro dela. Então o primeiro é o empoderamento místico, é o nostálgico mental e a metamorfose identitárias. São os 3 principais. Sofre mostrar aqui o empoderamento místico. A gente bate um pouco com as narrativas de origem mapeadas pelo web, né? E, enfim, vou explicar um pouco melhor lá na frente que vai fazer assim um pouco mais sentido, porque a ideia, na verdade é isso, de essa estética própria, feminina, obscura e poderosa de resgatar uma narrativa de origem. Que permite esse empoderamento, é quase como se AA uma narrativa que conectasse todas as mulheres por trás do místico. Por trás do Sotero, né? São as bruxas que não foram Queimadas. É algo que conecta todas que cria essa ideia de união. Então a gente vê isso na arte, nos artistas e equipe. Atirado em São Paulo essa foto, por exemplo. Então assim a gente consegue ver tanto com o hanting em outras áreas

do mundo. Isso sem, sem massificando, né? Então a gente tem essa essa ideia de união. Com muito contemporânea, que não é uma luta, mas sim uma ajuda, né? De de emprestar a mão para quem? Para as mulheres que precisam? Enfim. Para, enfim, isso é o jogo de sentimento que é uma provocação mental. Isso que começou com 1#. Na verdade, chama drinkwater e é muito interessante porque ela mostra esses mundos, são extremamente isolados. Você está livre no coisas que você não entende direito. É tudo muito desolador, tudo muito assustador, né? Então, existe essa tensão entre, é, é quase. É quase um jogo psicológico de. Tá, que brincam um pouco. Surge. É até na própria tese. Eu falo aqui ele surge de 3 principais medos, primeiro da solidão, porque ver essas fotos todas? Essas imagens é uma estética própria só pra gente contextualizar. Que surge muito no. No Instagram, no TikTok e começa a surgir. E mostra muito assim, medo da solidão esse desolamento, né? A falta de identidade? Então, eu não entendo muito bem esses espaços e o medo do fim, né? Porque é quase como se fosse um cenário pós morte, né? Por que que eu estou aqui sozinho? Nesses espaços, no espaço, são extremamente familiares, extremamente desconhecidos. Isso a gente vê também quer OLX tipo da Prada, por exemplo, que o escritório uma fez, então são esses, não lugares. Eu não entendo exatamente que o lugar é que ele me falta uma certa identidade, que me me fale, ó OK, isso aqui está em tal lugar do mundo. Eu estou situado aqui com outras pessoas. Isso vem muito da pandemia, do do esvaziamento dos espaços. E a gente tem essa coisa de OK, não quero ficar sozinho, é. A gente viu. Shoppings, os hotéis, esses navios inteiros completamente vazios e esse medo de que aquilo volte a acontecer, aquele de isolamento, né? Não tenha familiaridade humAMF. Em parte também, isso é a aceitação de. Um mundo complexo, diferente, em constante conflito, que aquilo que eu falei lá na frente, daqueles padrões, né? E aí, por isso que a gente acaba tirando a conclusão de que existe uma Riqueza das perspectiva. Divas, né? A inteligência artificial também é impulsionar essa criatividade. Não foi a inteligência artificial, mas o fato de todo mundo ter acesso algum. Guede, que faz com que você vira um artista dentro da da internet, né? Essa sobreposição de imagens traz essa ideia de uma realidade muito conturbada, que está em constante movimentação. E isto também busca um buga um pouco aquela coisa, né? Entre identidade, né? Não sei onde estão esses locais, não sei onde estou, quem sou eu nesses. Locais tá acontecendo. Então, essa dualidade entre identidade, que é e o caos, né? E identidade, que também está em constante mutação e por isso a gente fala da metamorfose identitárias que dentro também das redes sociais a gente vê esse mormente cor cottage cor. Essas entidades que estão constantemente se manifestando, elas são extremamente, cuida, não é o posso ser? Ora uma coisa, ora outra. Essa abertura para experimentação. Existe também o fator de que, dentro das mídias sociais a gente tem. É a possibilidade de se reinventar, né? Antigamente era um recorte da nossa vida, agora é tipo, eu posso inventar uma pessoa nova, né? Um Alter Ego e muitas pessoas fazem isso. É, e isso mostra muito aquela busca pelo otimismo da. A gente sabe que a gente precisa de uma, é quase uma. É uma fuga na verdade, né? E essa busca pelo é, pelo otimismo, ter por uma

cor, né? Entendo tanta bagunça e são essas novas identidades que acabam surgindo a partir daí, ainda que elas sejam efêmeras, mas elas são efêmeras como a nossa sociedade, que é tão rápida, acelerada e maluca. E eu acho que é isso, falei muita coisa no seu ouvido.

AMF: É assim, se era, esse é o mal do das pessoas com tendência é assim mesmo, entra no.

NC: A gente se foca, bebê.

AMF: É, não me depois tem muita coisa, é mesmo pra falar. É, eu queria, era só, só me lembra. A ideia é fazer como se fosse 11. Descrição do processo todo das identificações de dessas narrativas que tu que tu.

NC: Um, sim, é.

AMF: Sim, senhor, né isso mesmo. E esse processo, antes que vocês fizeram com mapeamento, sinais e tal, isso foi tu ou foi em um grupo com a turma só pelo saber?

NC: Foi ela, é. Toda, toda parte a partir daqui, cadê? É a partir daqui. Já sou, já sou eu essa parte, essa parte aqui, todo esse mapeamento a gente só realmente fechou os clusters anteriormente.

AMF: Okay? Tá, não era mais pra saber. É a partir assim, né? Da onde que está essa construção? Essa construção foi feita, é sozinho, foi feita em grupo, enfim, porque isso também acaba, é contribuindo para para a validação, né do processo, eu acho. Que tá super? Tá Superinteressante, hã? Eu acho que tem é, tem. Tem narrativas que fazem muito sentido. O que eu sinto, um pouco de falta, e aí eu acho que isso deve estar no teu trabalho, mas não na apresentação. É mesmo explicar os processos, né? Que foram feitos a metodologia que tu seguiu, porque? Hã, nesse espaço porque a gente, né? Os estudos de tendência, principalmente tendência por antes, enfim, eles vêm de uma indústria, né? Sim, então é o William. Eu chego até você fora. Foi aluna do William, né?

NC: Sim, sim, sim.

AMF: Então imagino que que ele tenha trazido essa, né? Essa perspectiva, mas eu vou só só reforçar porque a gente vem de uma. É uma lógica muito do mercado, não é? E aí a gente está, digamos, nos apropriando e trazendo, porque ela basicamente se fundamenta em pesquisa científica. É, mas como isso vem dos grandes? Proibir osid de tendência que a lógica é, eu não vou mostrar como que eu cheguei aqui, porque eu quero te vender esse relatório. Não é para você seguir. Enfim, AEO nosso trabalho enquanto investigadores, né? Enquanto pessoas que são que vêm da academia. É, é ser o mais transparente possível. Isso é amor de validar dos processos e a estrutura mesmo da academia é assim, alguém precisa olhar esse trabalho e validar. Basicamente, é isso. A gente busca validação no espaço acadêmico. É então por isso que acho que é nesse sentido. Para validar também é importante descrever bem esses processos. A ordem

que foi feita, né? Dizer assim, olha, a gente foi, voltou, fez uma das crises surf fez 11 sala de imersão, não sei se é esse o termo que se usa uma parede de que é o que mais e quando?

NC: Sim, sim, evidente.

AMF: É isso também tem. Tem vários nomes, né? Cada autor chama de um jeito. Eu. Eu mudei muito. O Raymond teve. Ele tem também, né? O livro dele é ótimo também porque é bastante visual, parece uma revista, então. O que é aquele da da? Do médico de handbook of? Né? E só que tá um Monte de livro em. Cima, se eu tirar, vai cair toda. É EE por acaso até não conseguir comprar a versão em inglês, cumprindo uma versão em espanhol. Então foi um trabalho redobrado, mas, enfim, é, acaba, acaba com aquele. É muito visual e isso depende disso. E eu acho que o trabalho visual pro pro investigador de tendência é fundamental.

NC: Ele é muito bonito. Sim, essa é a única que eu usei bastante ele, porque ele faz muito isso no livro, né? Ele coloca as informações e vai colocando os pushes e vai tirando, ensina. A partir dali foi muito útil, assim ter essa referência.

AMF: Não, isso é muito bom, porque assim é você pensa que é uma ferramenta que talvez não vá fundo. ou talvez você não identificar as coisas, só que eu acho que é por isso, sei lá que até as investigações policiais fazem isso, né? Coloca tudo e aí vai ligando uma coisa na outra. Sim, é. E eu eu lembro mesmo quando fiz AA tese do doutorado e realmente foi o que foi a hora que deu um como é que eu vou dizer um é, parece que emerge as coisas e os pontos ficam mais claros, então realmente eu acho que ela é uma técnica super útil. O que que é a única coisa que eu que eu. Ia comentar, então. Acho que assim pro pra tese, o eu penso que as as, as construções aqui, elas elas aparecem, hã? Eu queria saber se em algum momento tu chegou a entrevistar alguém ou falar com as pessoas, como é que foi isso? Teve alguma parte?

NC: Então é a gente fez entrevista sim, mas foi Na Na fase anterior, aí na fase anterior a gente falou com um psicólogo, um antropólogo e 2 cineasta. Porque a gente Energy, que o cinema também era uma. Uma importante fonte. Né? Você acha que valeria a pena eu voltar a falar com pessoas assim, da dessas área ou de outras áreas para validar?

AMF: Também estava mais pensando. Era era no nessa narrativa para as pessoas comuns, sabe? Hã, por exemplo, pegar pessoas de faixa etária diferente, algumas e apresentar essa ideia para elas ou, de repente, mostrar alguma dessas imagens que acabam representando, por exemplo, aqueles lugares ali vazio, aquela ideia de uma plasticidade e tal, é, parece que eles aqueles lugares assim que tem em Detroit, que é que é uns umas fábricas abandonadas, um shopping. Cheio de grama, planta e tal, que foi abandonada que são

zonas que vieram muito da industrialização, tiveram industrialização e depois aquilo teve uma crise. Quebrou, então as coisas ficam abandonados. Então assim tem. Tem até um fotógrafo que divulgou muito essa é essa, esse tipo de de fotografia que dá essa ideia meio pós apocalíptica, no sentido do tipo, olha aquilo e fala o que é isso? É depois outras outras referências.

AMF: Eu não vou lembrar o nome do fotógrafo. Mas eu posso. Achar a referência EE te mandar.

NC: Deu para me embasar?

AMF: Mas que não é algo, não é algo necessariamente novo, mas é algo real, então assim. Talvez pudesse ser uma coisa interessante. Eu não quero te dar mais trabalho, não sei. Como é que está o tempo? É, mas seria. Seria bom ter um input, por exemplo, juntar, fazer 112 grupos focais ou um grupo focal com 45 pessoas é preferencialmente assim. Não sei, isso já fez. Alguma vez, grupo focal? É mais ou menos assim, depois pode ler sobre isso, mas vê se isso se encaixa e tal. Porque eu acho que. Sequer seria um input interessante, porque a gente tem a tendência. A tendência enquanto esse por mais descolados do que nós somos, da nossa realidade, dos nossos privilégios e das de tudo o que a gente tem. É muito comum. A gente criar uma narrativa que faça muito sentido para nós. E às vezes, é um olhar de uma outra pessoa. Pode, pode não. Normalmente acaba trazendo um olhar crítico que a gente não tinha considerado ainda é. Quer dizer, por exemplo, é talvez pensar até na forma como constrói a narrativa, essa da das pessoas se sente dos medos, enfim, de pensar também questões básicas, né? Por exemplo, a questão da moradia. Como está tão forte que em Portugal, né, do direito à habitação. É esses medos assim, olha, será que um dia eu vou conseguir? Sei lá, é não sair da casa dos pais ou ter algo, né? Coisas assim. Então é.

NC: Tem uma casa dessas?

AMF: Eu acho que algumas é colocar um pouquinho aí mais de contexto duro, no sentido jornalístico ou de coisas que possam entrar, porque eu percebi. Sim, e acaba sendo um espaço ótimo mesmo de observação, que são as plataformas sociais. É EE. Eu acho Superinteressante quando tem esses os de hashtag, porque eu é uma coisa que eu tenho explorado bastante. Para para fazer.

NC: Eu posso fazer então uma pergunta, porque é uma coisa que eu ando, tenho um pouco de dificuldade porque assim, as hashtag elas acabaram me levando a muitas coisas porque a partir das hashtag eu comecei a ver, tipo, os comentários das pessoas para ver uma noção assim, tipo me balizar. E como que você faz essa pesquisa de hashtag de uma forma mais empírica? E digo, porque assim são milhares milhões de vídeos e de hashtag de tudo. E assim eu acho muito difícil. Eu tenho muita dificuldade de falar assim, olha, tipo de acordo com call site, a gente tem. Essa métrica, ou. Algo que me ajude a.

AMF: Pois é, No No caso das métricas, sim, é um pouco difícil, porque tipo assim, aí eu fui lá olhar na internet como se a internet fosse um. Lugar, né? Eu? Ou se ela fosse totalmente rastreáveis, ela não é o que a gente pode fazer e é o que eu tenho feito nesses estudos. É. Fazer um recorte e aí dizer que é um recorde, porque basicamente o que a pesquisa exige de nós é uma transparência, né? Uma honestidade que eu não vou dizer. Eu olhei. Todas hashtag que estão associadas ao Instagram e aí fiz essa análise e pronto. Às vezes é necessário fazer um recorte para que ele seja do abuso, né? Então, hã. Um existe maneira de você fazer uma extração semi automatizada? De resultados, por exemplo, você pode pegar 1000-2000 posts e depois fazer um cálculo do e do engagement, que seria mais ou menos o número de interações, né? De likes e número de comentários que aqueles posts. Públicos, porque a gente só consegue extrair os públicos. Hã, e depois pode fazer uma análise das visualidades que aparecem, por exemplo, as pessoas falam sobre sei lá, o drink for é mais ou menos isso que aparece e o que tem, o que aparece mais, considerando a lógica do algoritmo do que que aparece mais normalmente, é o que tem mais interação, né? O conteúdo com mais interações, ele sobe no ranking pra pra você vê, no Discovery ou no Rio seguinte, vai aparecer daqui. Aí você consegue. Pode, por exemplo, então não vou olhar as 1500 post, vou olhar os 100 com mais engajamento nesse período específico que foi da coleta, pode fazer vários. Enfim, isso tudo, claro, demanda uma técnica em uma, coisa mais específica, assim é por isso que eu acho que é difícil dizer a eu analisei, hã? Todos os posts, porque a gente? Tem milhões, milhões de senhor. Mas alguma coisa você pode ter um senso disso de como que, como que aparece e tal é, mas também, eu acho que é, é, vai ser sempre um recorde que a gente não está estudando, só tendências digitais, tá se embora, né? O digital, porque eu acho que um conceito que seriam legal de a Natália falar caso já não tenha falado procurar. Então é um termo que é extensão do self. É depois, até se quiser, eu posso colocar por mandar por e-mail assim, mas. Que isso é mais. Ou menos, é do self que é tipo da pessoa. Então, entender esses espaços digitais, que falou das identidades. É. Como é que é a palavra? É, não, não para além das fluidas, foi a uma outra palavra.

NC: Metamorfose Identitária.

AMF: Exatamente. A pessoa sente que ela deve ser e se portar de acordo com o tipo de plataforma. Então é mais ou menos uma espécie de etiqueta que é muito pouco falada, mas as pessoas sabem que ela existe. Então elas não vão se comportar no Tinder igual se comportariam LinkedIn. São lugares diferentes, inclusive eu estou num projeto em que entrevistamos alguns jovens. E as pessoas falam muito “eu vou agir conforme as pessoas que estão nessa rede”. Então o Facebook tem lá minha família e tal eu não falo muita coisa e no Instagram eu deixo minha conta fechada, eu sei quem é que me segue, então eu posso ser mais eu, ali eu fico mais à vontade, então a minha identidade é outra nesse lugar, então acho isso bastante interessante de procurar. Estas são do self, que é como se fosse eu sou essa pessoa, mas no online eu vou

puxar para esse lado, pra esse lado e eu acho que isso conversa bastante. Com essa ideia? De não ter um padrão fixo, quer dizer aí. Veja só, eu acho que isso está super claro é, e depois eu recentemente eu vi, falou ali da Consumoteca, né? Mas eu vi um. Eu não sei se foi o podcast da Consumoteca ou se foi o Michel Alcoforado, que é o antropólogo, falou sobre os arquétipos. É, é sobre as pessoas nos arquétipos são, né, que vem da psicologia do Carl Jung que fala, né? A é guerreira, é Afrodite, é a Cleópatra, é não sei o quê e que eu acho que conversa com essa ideia do tipo a pessoa se. Que rodeia dessas, de, digamos, de imagens ou de ou de referências de um arquétipo que ela gostaria de ser que ela ainda não. Né? E ela vai agindo conforme é. Vai usando tipo “fake it untill you make it”, sabe? Vou entrando naquela onda e às vezes eu sou a Cleópatra, às vezes eu sou exploradora e aí as pessoas usam isso como se fossem máscaras online, mas algumas vezes também trazendo para a vida real. Então é, não sei se tem alguma coisa escrita de fato sobre isso, mas tu pode encontrar essa referência do do Michel Prado, que ele explica mais ou menos. Eu achei bem interessante.

NC: Olha, muito obrigado, tá ótimo.

AMF: São só ideias, assim que eu acho que converso, eu acho que tem muita coisa. Uma coisa interessante do do modo como está, como está construído, acho que sim. A pandemia é. Não tem como fugir disso, né? Como fugir dela? Acho que poderia usar um pós pandemia entre aspas por. E a pandemia, em teoria, a OMS ainda não disse que acabou. Nós aqui só estamos protegidos, né? É, poderia ter assim, pós confinamento, isso sim, faz sentido, porque, sim, está tudo aberto, tá tudo funcionando, as pessoas podem já não usar máscara, então eu acho que é só assim um cuidado.

NC: É verdade, faz sentido.

AMF: Em algum momento que você fala dualidade, e eu acho que a dualidade ela é um termo que faz sentido, porque ela alterna entre dois, mas eu fico me perguntando se são só dois lugares. Por exemplo, principalmente quem tem estudado coisas sobre gênero percebe que cada vez mais o gênero paira em espectros. Aí penso que talvez não sei se seria caso de repensar a dualidade para pensar polarizações. Porque polos podem ser mais de dois. Ou até a ideia do espectro, acho que é uma coisa interessante, porque ela não define dois pontos, embora únicos. Então não é só homem ou mulher, não é hétero ou só homossexual, não é só branco e preto. Tem ali um monte de cinzas no meio para tudo. Eu acho que talvez isso dá mais conta do que efetivamente é o que eu acho que quer de.

NC: É que a dualidade ela veio muito como duas coisas que às vezes são antagônicas. É a existência de coisas antagônicas, mas faz sentido, porque, entre uma coisa antagônica e outra, tem várias coisas, né?

AMF: Porque essa ideia do binarismo, do que só tem branco e preto zero e um, homem mulher é uma coisa que já justamente conversa com a ideia da ideia da fluidez. Com a ideia é da metamorfose. Então eu acho que acho que até acaba misturando o melhor a narrativa que você trouxe. Eu acho que está super bem, está o caminho está super bom. Deve ficar bastante orgulhosa do teu trabalho.

NC: Perfeito, muito obrigada. Queria também te agradecer por por disponibilizar esse tempo para me ouvir, para me ajudar. Foi foram em sites muito pertinentes, vão me ajudar muito. Peso, muito obrigada.

AMF: Que bom, e uma continuação de bom trabalho e qualquer coisa estamos por aqui.

NC: Muito obrigada, foi um prazer te conhecer.