

Portobello

TRENDBOOK

2024



1979, 1980, 1981... DÉCADA DE 90, AÑOS 2000. 2020, 2021, 22, 23, Y AHORA 24. ¡UFF! SON MUCHOS LOS CAPÍTULOS DE NUESTRA HISTORIA DE INNOVACIÓN, PERO LA VERDAD ES QUE ESE ENGENAJE NUNCA PARA POR ACÁ. DESDE LA CREACIÓN DE PORTOBELLO, SOMOS UNA EMPRESA ORIENTADA POR LO NUEVO. LA INNOVACIÓN CAMINA LADO A LADO A LA EVOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA, ES MÁS, ¡LA INNOVACIÓN BRINDA LA EVOLUCIÓN DE NUESTRA MARCA! Y ES POR ESO QUE NUNCA DEJAMOS DE INVESTIGAR, DE DIALOGAR CON LAS NOVEDADES Y CON LO DIFERENTE, CON LO DIVERSO, CON LO CONTRADICTORIO.

CARTA DE TREND INVESTIGADORES

En 2023, nuestro Ciclo de Innovación construyó y atravesó los más variados puentes de comunicación buscando mirar a la sociedad, a la moda, al diseño, a la arquitectura – en fin, a la cultura en general – desde otras perspectivas, otros ángulos, con ojos y filtros siempre distintos. Este año, hemos viajado por un mundo en constante evolución, donde cada destino se ha revelado como una paleta de colores recién descubiertas. Desde el Salone del Mobile en Milán, el Cersaie en Bolonia, de Londres a Tel Aviv, nuestros pasos nos han llevado a lugares que parecen haber ganado una nueva dimensión, más vibrante y fascinante. Y es con esa mirada renovada y un anhelo por explorar lo inexplorado que desarrollamos el Trendbook 2024.

La investigación para el desarrollo de este material fue, como siempre, una colaboración multidisciplinar, reuniendo talentos de diversos departamentos de Portobello. Nuestros equipos de Diseño de Producto, Branding y muchos más han trabajado en una colaboración cercana con creativos de renombre global, incluyendo arquitectos, designers y estilistas. Equipos de todas las unidades del Grupo Portobello, incluyendo Portobello, Portobello Shop, Portobello America

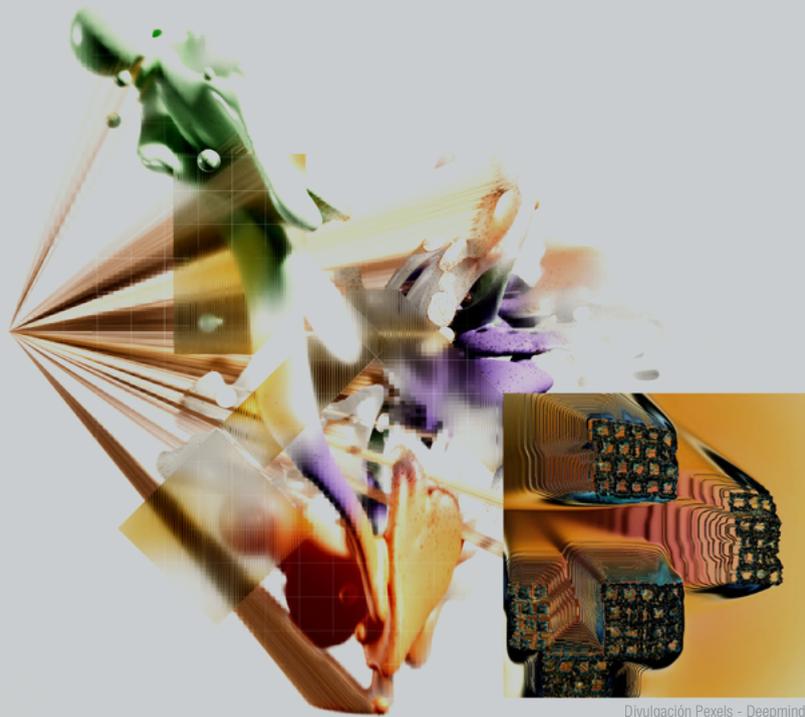
y Pointer unieron fuerzas en investigaciones netnográficas, benchmarks, entrevistas y collabs creativas para contribuir con sus perspectivas únicas. Los equipos de CX, Digital y Marketing también tuvieron un papel fundamental al traer insights valiosos de sus respectivas áreas.

Un cambio significativo este año ha sido la incorporación de la inteligencia artificial en nuestra metodología de investigación. Reconociendo el profundo impacto de la IA en nuestro presente y futuro, aprovechamos esa tecnología para perfeccionar nuestros análisis y direccionar nuestros resultados de manera más precisa. Además, hemos introducido un nuevo método de análisis de datos cuantitativos, que no solamente mejora el Trendbook actual, pero que también nos permite trazar la evolución de los comportamientos de la sociedad y de los consumidores a lo largo del tiempo.

ESTA ES LA ESENCIA DEL CICLO DE INNOVACIÓN PORTOBELLO, SIEMPRE BUSCANDO EVOLUCIONAR A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN Y DEL DIALOGO. TE INVITAMOS A SENTIR LA PULSACIÓN QUE NOS RODEA.



BIENVENIDOS A 2024, UN AÑO EN QUE LAS TRANSFORMACIONES ESTÁN EN ALTO VOLTAJE. EN UN MUNDO DONDE LAS FRONTERAS ENTRE LAS REDES SOCIALES Y LA REALIDAD FÍSICA ESTÁN MÁS DIFUSAS QUE NUNCA, SURGE UN ANHELO POR CONEXIONES AUTÉNTICAS E INTEGRACIÓN ENTRE INDIVIDUOS Y COMUNIDADES. ESTA ES LA ERA EN QUE LA TECNOLOGÍA NOS CONDUCE A EXPRESIVAS NUEVAS FORMAS DE INTERACTUAR.



Divulgación Pexels - Deepmind

CONTEXTO MUNDIAL

En el epicentro de esos cambios, encontramos multiposibilidades en las formas de ver, vivir y relacionarse en el mundo, desafiando lo que conocíamos sobre la propia esencia humana. La sociedad se está aventurando en territorios desconocidos, explorando nuevas identidades y modos de existencia. En esta jornada desafiadora, somos confrontados con cuestiones intrigantes que exigen pausa, contemplación y ponderación.

Mientras la búsqueda por identidad y conexión define nuestro presente, en el escenario mundial, una verdadera batalla geopolítica gana forma. Las antiguas hegemonías políticas están siendo redefinidas, tensiones entre superpotencias y una crisis climática urgente crean una atmósfera de incerteza y preocupación.

Además, estamos testificando un giro demográfico impresionante, con descensos en las tasas de natalidad y avances en la medicina que reconfiguran la pirámide etaria. La población global está envejeciendo, desafiando nuestras estructuras sociales y económicas a adaptarse a esa nueva realidad, en que los más experimentados tienen papeles fundamentales.

En este escenario multifacético, explotaremos los comportamientos que están esculpiendo nuestro presente y las macrotendencias que están moldeando nuestro futuro. Sumergiremos en temas como el caos creativo, la ética en la era digital, el poder de las comunidades, la búsqueda por la autenticidad y la importancia de la solidaridad social. En un mundo que se reconfigura a cada instante, comprender las fuerzas y las tendencias que impulsan nuestra evolución es imperativo. Creemos que nuestro Trendbook es esa herramienta que posibilita una mejor comprensión de la "big picture", además de siempre impulsar la creencia en el ser humano y en los próximos pasos de la humanidad. Así que acompáñanos a trazar un panorama del escenario global de 2024 y a explorar las múltiples posibilidades de construir el futuro que queremos: compartido, sustentable, diverso, pacífico, humano y optimista.

TENDENCIAS REPRESENTAN ESTÁNDARES DE COMPORTAMIENTO, GUSTOS, ESTILOS E IDEAS QUE GANAN DESTAQUE EN UN DETERMINADO PERIODO. ELLAS REFLEJAN CAMBIOS CULTURALES, SOCIALES Y DE MERCADO, OBSERVADAS A TRAVÉS DE SEÑALES, ESTÁNDARES Y COMPORTAMIENTOS EMERGENTES.

Las macro tendencias son movimientos amplios y duraderos, moldeando nuestra forma de vida por al menos cinco años, con impacto significativo en la sociedad. A su vez, las micro tendencias, frecuentemente llamadas tan solo tendencias, son más efímeras y afectan directamente áreas como la moda y el diseño. En el Trendbook 2021 de Portobello, presentamos tres macro tendencias: “Me is We” enfocaba en la sustentabilidad y en la relación entre el hombre, la naturaleza y la sociedad. “Wellbeing” priorizaba el bienestar humano y su conexión con el espacio físico. “Soft Tech” explotaba la realidad físico-digital y la relación entre el hombre y la tecnología. En 2022, con el retorno de eventos presenciales de diseño y arquitectura, confirmamos esas tendencias en la práctica. Materiales naturales, diseño centrado en el ser humano y atmósferas de escapismo fueron evidentes. Decidimos mantener esos conceptos, con algunos ajustes de dirección. Al año siguiente, observamos una significativa evolución en nuestras macro tendencias, llevándonos a renombrarlas. “We Manifesto” consolidó “Me is We”, “Inside Out” trascendió “Wellbeing” y “NeoReal” reconoció la tecnología como parte del cotidiano. Ahora, en 2024, “Multipl(us)”, “Rewind” y “e-Ethics” surgen como actualizaciones expresivas, reflejando profundos cambios sociales y tecnológicos y brindando insights sobre el futuro.

“Multipl(us)” evoluciona a partir de “We Manifesto”, con enfoque en pertenencia y en la formación de comunidades, celebrando la fusión de referencias contrastantes de manera única y poderosa. Es una invitación a la expresión individual dentro de un colectivo diverso.

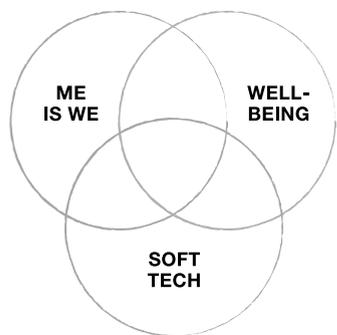
“Rewind” transforma “Inside Out”, yendo más allá del bienestar y de la aceptación de imperfecciones. Aquí, contemplar el pasado se convierte en una herramienta para desacelerar, reconectarse con lo esencial y mirar con nuevos ojos hacia lo que ya es viejo conocido.

“e-Ethics” trasciende la interacción real y digital de “NeoReal”, explotando los profundos impactos de los avances tecnológicos en las estructuras de la sociedad. Esta tendencia levanta reflexiones éticas sobre cuestiones complejas, desafiándonos a repensar no solo sobre cómo la tecnología moldea nuestras vidas y el mundo alrededor, pero también sobre cómo los valores y principios de nuestra sociedad deben moldear la tecnología.

Trendbook 2024 Portobello, pronósticos y apuestas de cómo el futuro podrá desarrollarse.

2024
TRENDS

2021 / CONVERGENCIA DE MACROTENDENCIAS



ME IS WE

- / PURE SELF
- / TRUE STORIES
- / DO & SHARE
- / MEMOIR

WELLBEING

- / SAFE PLACE
- / COMFY ZONE
- / FLEX HOUSE
- / CHILL HOUSE

SOFT TECH

- / REAL VIRTUAL
- / DREAM SCAPE
- / MAXI ME
- / PURE TECH

2022 / CONVERGENCIA DE MACROTENDENCIAS



ME IS WE

- / COMUNA HOLIC
- / CHANGE MAKERS
- / RE-GENERATION

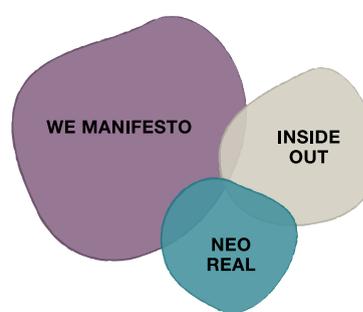
WELLBEING

- / WAYS OF BEING
- / FLOURISHING
- / HOPEFULNESS

SOFT TECH

- / HYBRIDISE
- / DREAM HUNTERS
- / FUTURE FIRST

2023 / CONVERGENCIA DE MACROTENDENCIAS



WE MANIFESTO

- / WE (R)EXIST
- / CULTURE MASHUP
- / DOWN-TO-EARTH

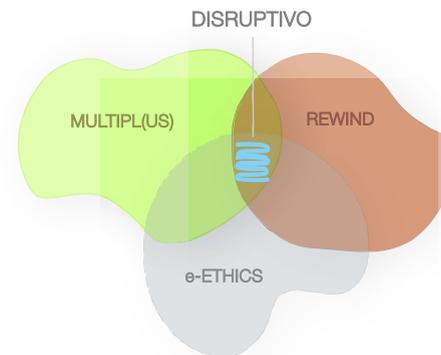
INSIDE OUT

- / ESSENTIA MATTERS
- / COMFY BEING
- / VULNERAPY

NEO REAL

- / SHARED REALITY
- / HIGH CONTROL
- / DEI SAPIENS

2024 / CONVERGENCIA DE MACROTENDENCIAS



MULTIPL(US)

- / HARMONY OF DISSONANCE
- / AI TOPIA
- / CO-BUILDERS

REWIND

- / TRESPASS
- / FEELS LIKE HOME
- / SELF TALE

e-ETHICS

- / REAL DEAL
- / TERMS OF HUMANITY
- / FIRST THINGS FIRST

MACROTENDENCIAS

ÍNDICE



01

MULTIPL(US)



Estructuras sociales en reorganización, tensiones geopolíticas aumentando y la ansiedad y el miedo permeando la población. El mundo se está transformando profundamente.

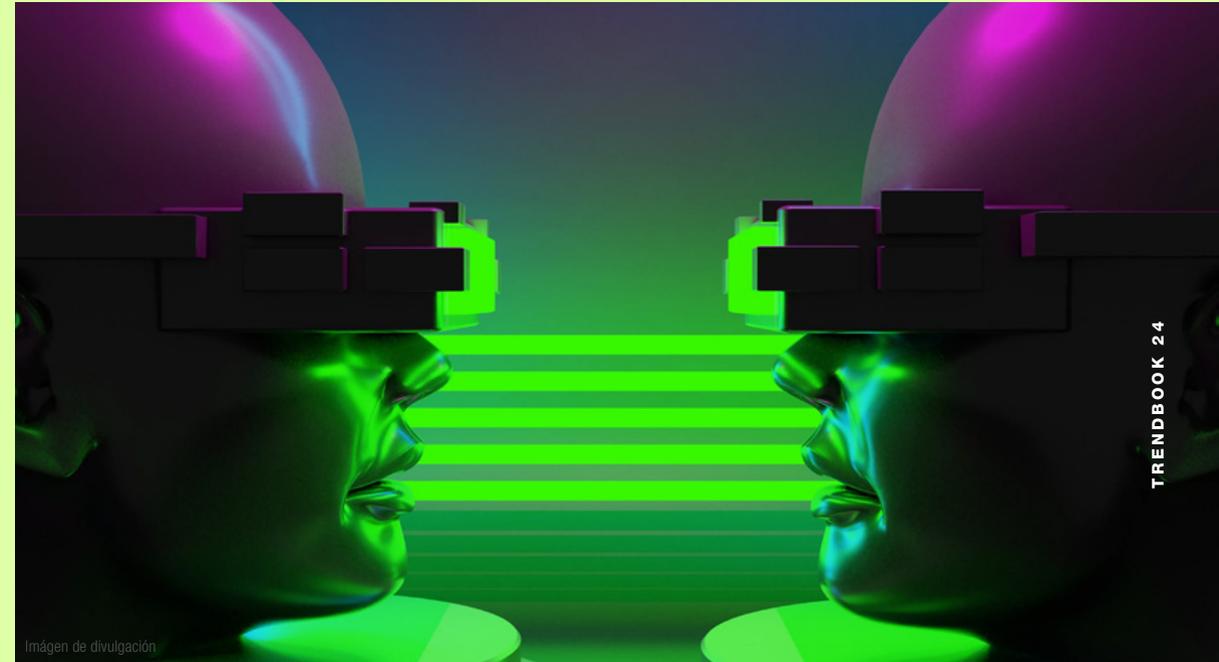


Imagen de divulgación

TRENDBOOK 24

En medio a ese caos instaurado, la macrotendencia Multipl(us) surge como un faro de creatividad y resistencia. En este contexto de incertidumbre, en que la guerra en Ucrania y las tensiones entre China y EE.UU. moldean un nuevo orden mundial, mientras una crisis climática y la resaca de la post pandemia redefinen nuestra realidad diaria, fronteras estéticas son ultrapasadas, y surge una nueva fuerza colectiva que desafía el status quo.

Multipl(us) surge como un movimiento que abraza la dicotomía, la complejidad y la disonancia como fuentes de inspiración, la inteligencia artificial como herramienta para posibilitar lo imposible y la fuerza del colectivo como combustible. En el centro de esa tendencia, encontramos tres conceptos fundamentales que moldean nuestras percepciones y acciones: Harmony of Dissonance, AI Topia, Co-builders.



Divulgación Julie Poly, Futupective, portada de VOGUE Ucrania "The Art Issue", 2021

HARMONY OF DISSONANCE

/ caos estético
/ dicotomía
/ colaboraciones inesperadas

En la tendencia **Harmony of Dissonance**, la estética abraza el caos creativo, celebrando la mezcla de conceptos opuestos, como el minimalismo y el maximalismo. Aquí, la armonía emerge de la convivencia de esas ideas divergentes, sin miedo a desafiar las normas. Colaboraciones de cocreación y cobranding surgen de forma inusitada, introduciendo nuevas dimensiones de creatividad. **Harmony of Dissonance** es la expresión máxima de la estética del caos, un llamado a explorar un mundo donde lo inesperado es la regla.



MÁRMOL Y SU MALEABILIDAD

Mármol reimaginado en impresiones

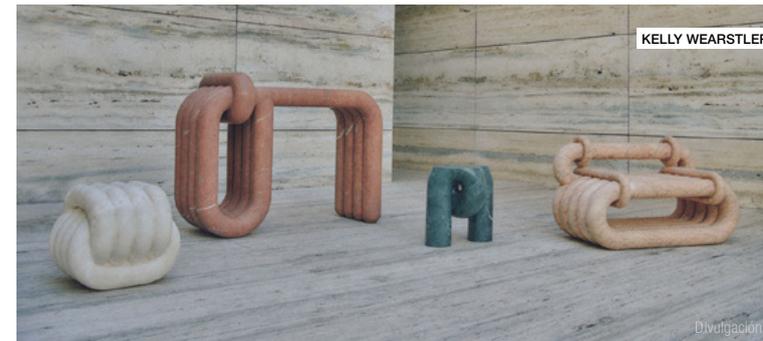
Este concepto trae efectos marmolados que reinventan el uso tradicional del material. Mientras piedras vibrantes y venos únicos permanecen como protagonistas, el toque surrealista enriquece los objetos, destacando la contraposición entre la solidez del mármol y la maleabilidad de las formas. En este escenario, nombres como Jule Cats y Moroso emergen como destaque.



DISEÑO DE PRODUCTO: ARTESANÍA FUTURA

La tradición encuentra la innovación

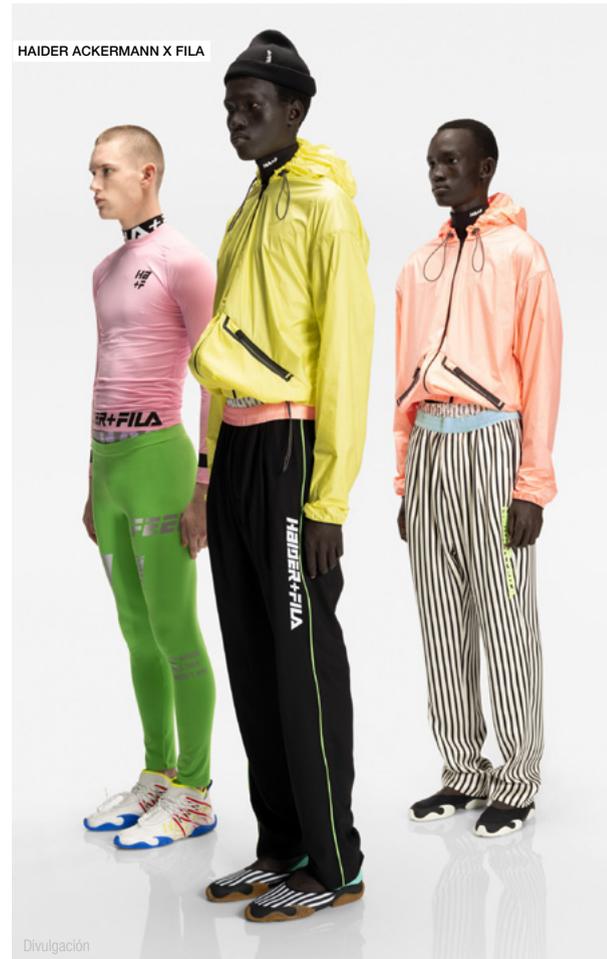
Este concepto amplía las posibilidades uniendo materiales clásicos y métodos artesanales a las innovaciones tecnológicas. La tendencia apunta para técnicas antiguas revisitadas como respuesta a los desafíos del presente. Inspiración que animó designers como Yael Issacharov a crear el sistema de climatización en terracota, que tiene sus raíces en la arquitectura egipcia y en las prácticas de refrigeración palestinas. La propuesta es no tener miedo a desafiar las normas.



COLABORACIONES INESPERADAS

Reimaginando límites: nuevos espacios, nuevas voces

En un escenario digital vibrante, colaboraciones inesperadas transforman lo tradicional. MTV Brasil rescita el clásico programa “Beija Sapo” (“Besa el sapo”, en traducción libre) con un toque moderno, ahora presentado por Tinder. Mientras tanto, la renombrada Heinz y la icónica Absolut Vodka se unen para crear Heinz x Absolut Tomato Vodka Pasta Sauce, una relectura de la receta de pasta picante de Gigi Hadid que se hizo viral en TikTok. En el mundo de la moda, Fila y Haider Ackermann combinan elegancia deportiva con osadía en una colección singular. Con piezas estructuradas, esta colaboración mezcla la tradición deportiva de la marca italiana con la riqueza multicultural del estilista francés. Esas colaboraciones ejemplifican un mundo donde lo inesperado es la norma.



PARA ESCUCHAR

“Sicko Mode”, de Travis Scott, fue transformada en una explosión visual que captura el caos creativo y la belleza de la disonancia. Una experiencia que celebra la osadía del universo musical moderno.



POKÉMON Y VAN GOGH: UNA COLLAB INUSITADA

La convergencia de dos mundos

En una fusión sin precedentes, Pokémon Company y el Museo Van Gogh anunciaron una colaboración para septiembre de 2023. Una aventura en que Pikachu y Eevee (personajes de 1996) aparecen en los icónicos paisajes de Van Gogh (que vivió entre 1853 y 1890), revelando una simbiosis entre la magia Pokémon y el arte post impresionista. El teaser captura el dúo navegando entre girasoles y molinos, en una dicotomía artística que promete encantar.

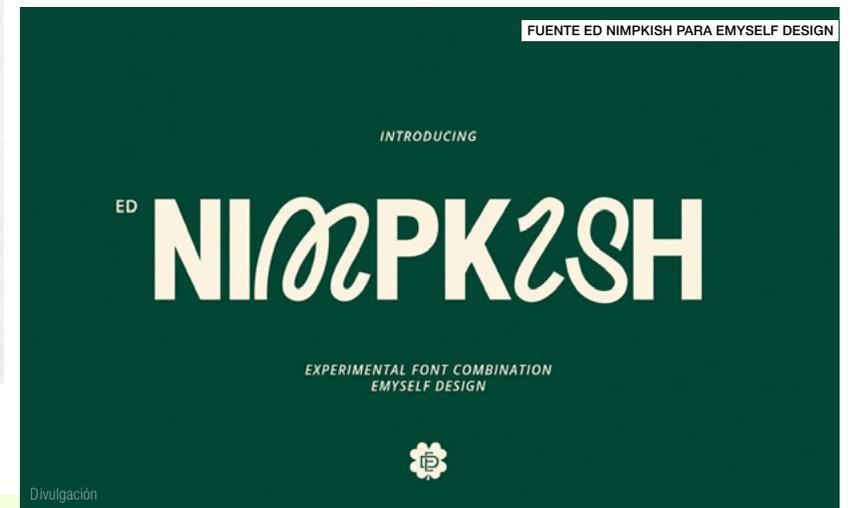


All the photos on this page are promotional images

FUENTES RETORCIDAS (TWISTED FONTS)

La nueva frontera de la tipografía

En el universo tipográfico, emerge una tendencia audaz: las fuentes retorcidas. No se trata solamente de letras curvas, pero de formas que desafían estándares, utilizando serifs y matices manuscritos. Un enfoque que desvía de la norma, incorporando el concepto de "antidiseño". En un paisaje de comunicación saturada, la estética del caos resuena.



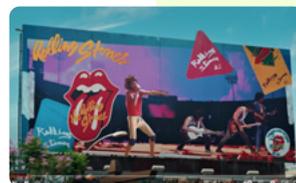
PARA VER

"Birdman", dirigida por González Iñárritu, funde teatro, cinema y realidad en una tapicería visual innovadora. Equilibrando minimalismo y maximalismo, es una obra que desafía convenciones y expectativas.

SPOTIFY + ROLLING STONES + BARCELONA

La armonía de los opuestos

En una reunión audaz orquestada por Spotify, el campo de fútbol se funde con el ritmo de los Rolling Stones. En el emblemático El Clásico, los jugadores de Barcelona exhibirán el inconfundible logo de la banda en sus camisetas, marcando una inédita fusión de dos universos culturales. Por primera vez, el manto de un gigante del fútbol acoge la esencia de una banda icónica. Más que una colaboración, es una celebración de la intersección entre cultura, deporte y música. Es una afirmación del poder de la innovación cuando se permite que mundos diferentes colidan en armonía.



PARA ESCUCHAR

Sumérgete en el universo de los Rolling Stones con el nuevo videoclip "Angry", protagonizado por la magnética Sydney Sweeney. El director François Rousselet combina íconos modernos y el encanto retro de las carteleras de Sunset Trip. Una oda al auge del rock, al mismo tiempo con una mirada crítica sobre la fugacidad de la cultura moderna.



GUCCI - ARTE NICO ITO

AI TOPIA

- / mundos (im)posibles*
- / absurdo*
- / surrealismo tecnológico*

La imaginación siempre ha sido infinita, pero la realidad solía tener claros límites. Con la diseminación y la evolución de las inteligencias artificiales, ese escenario ha cambiado drásticamente. Ahora, nos encontramos en un espacio utópico, donde las posibilidades de creación no son más limitadas por la barrera entre imaginación y realización. Con ayuda de la IA, es posible transformar conceptos abstractos en realidades tangibles. Esas herramientas capacitan la transformación de lo surreal en real. Uno puede verse en realidades paralelas, experimentar distintas carreras o incluso reimaginar sus personajes favoritos con imágenes hiperrealistas. Con la inteligencia artificial, las ideas más absurdas ganan contornos.

KARDASHIAN, OVNIS Y MODA: UNA COMBINACIÓN DIVERTIDA

Kim conquista la última frontera

A raíz de los recientes avistamientos de OVNI, Kim Kardashian demuestra su perspicacia al integrar el tema al marketing de su grife. En un osado ensayo con “modelos extraterrestres”, la empresaria estrena su nueva línea de bikinis en una campaña audaz. La destreza de Kim en capturar tendencias reverbera transformando el mundo en una realidad utópica de imaginación ilimitada.





FUTUROS IMPROBABLES

Una mirada hacia el mañana

Remini, apoyada por inteligencia artificial, propone una intrigante mirada para lo que está por venir. A través de registros fotográficos, usuarios tienen la chance de aventurarse en versiones “futuras” de sí mismos, imaginando como serían sus futuros hijos o su realidad en una nueva carrera. Aunque el recurso tenga sus imperfecciones, es una provocadora invitación a transformar conceptos abstractos en realidades tangibles.

AMPLIANDO FRONTERAS CON LA IA

IA: la nueva aliada de la creatividad e innovación

A medida que la inteligencia artificial avanza, su papel en el universo creativo se expande. Mientras navegamos en las complejidades y oportunidades que la IA nos brinde, ya observamos triunfos significativos. Arqgen, empresa que trabaja con arquitectura generativa, ha registrado impresionantes ganancias con su software orientado a reformas bancarias. Otro destaque es la productora brasileña O2 Filmes, que viene incorporando herramientas como Midjourney y ChatGPT para potenciar sus creaciones. La inteligencia artificial, en su esencia, se está estructurando como una inestimable aliada en la jornada creativa de redefinir la realidad.



ILLUSION DIFFUSION

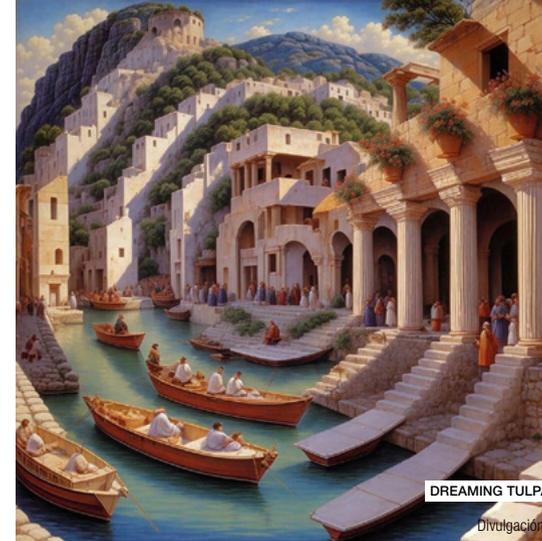
Ilusiones ópticas más allá de los límites

En un mundo digital en constante evolución, Illusion Diffusion AI surge como un marco, transformando el arte a través de la tecnología. Esa innovadora herramienta permite a los usuarios crear ilusiones ópticas detalladas con sorprendente facilidad. Basada en algoritmos avanzados, ella trasciende la simple automatización, representando una verdadera fusión de la creatividad humana con la precisión de la máquina. Con Illusion Diffusion AI, el arte no solo evoluciona, pero redefine su propio horizonte.



PARA VER

"Black Mirror" (Netflix) es una inmersión en las consecuencias inesperadas de la evolución tecnológica. A cada episodio, nuevas distopías revelan nuestros miedos y esperanzas. No es una novedad, pero nunca deja de sorprendernos.



DREAMING TULPA

Divulgación



MRUGLEH

Divulgación



ILLUSION DIFFUSION

Divulgación

EL MUNDO SURREAL DE JACQUEMUS

La revolución de la moda aliada al marketing

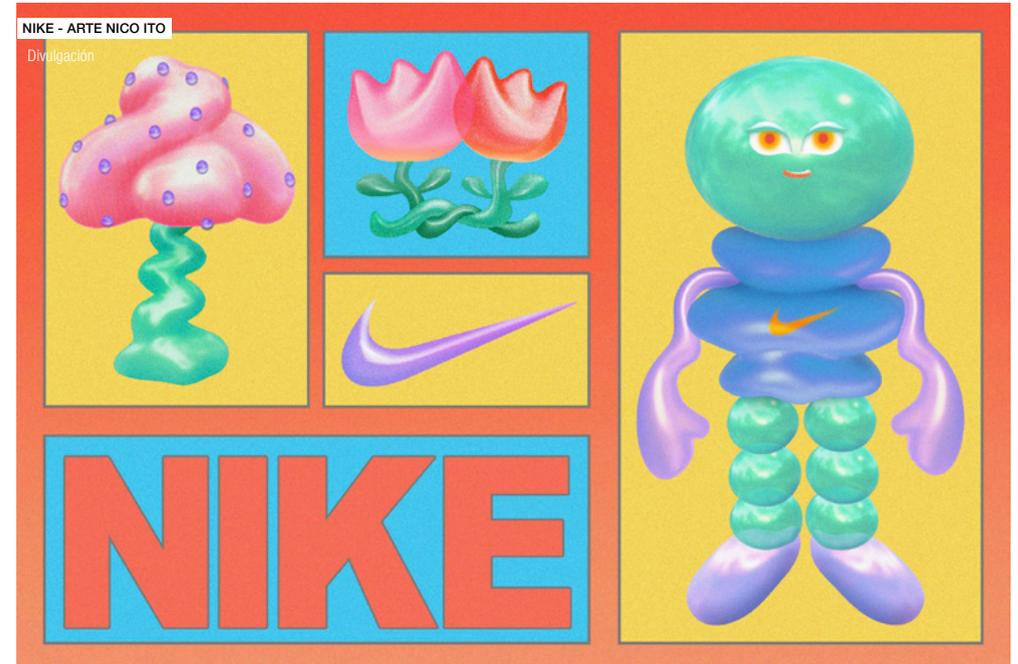
Reconocida por sus campañas virales, la marca francesa Jacquemus combina diseño con estrategias innovadoras de media digital. Este año, ha sorprendido al exhibir en Instagram sus icónicos bolsos Bambino en formato de gigantes autobuses circulando por París. Ahora, la apuesta es en el verano europeo, con una versión inflable del bolso Le Bambimou flotando en el océano francés. Con esas acciones, Jacquemus redefine la promoción de la marca en el universo de la moda.



LA JORNADA DE NICO ITO

El talento surrealista de Ito gana el mundo

Nacida en el corazón de Tokio en la década de 90, Nico Ito siempre ha sido fascinada por mundos imaginarios. Durante la pandemia, su pasión por la ilustración ha aflorado, dando vida a obras etéreas y atemporales. Esa visión única cautivó gigantes como Nike, que la invitó para las celebraciones del Air Max Day, y Gucci, donde Ito creó un universo surreal alrededor del bolso Gucci Bamboo 1947. Su talento, que equilibra lo retro y lo futurista, está redefiniendo la intersección entre moda, arte e imaginación.



AESPA: CUANDO EL K-POP ENCUENTRA EL METAVERSO

El mundo real se choquea con lo virtual

En una era en que el metaverso se funde con nuestra realidad, el K-pop no se queda atrás. El grupo Aespa, bajo los focos de Sm Entertainment, se destaca como pionero de esa revolución. Las integrantes, transformadas en heroínas del metaverso, batallan contra antagonistas digitales, como la infame Black Mamba, mientras estampan portadas de revistas y se hacen embajadores de grifes lujosas. En ese momento, la mezcla del mundo real y del virtual está redefiniendo el futuro del entretenimiento.



Divulgación - SM Entertainment

REVISTA GQ - JUSTIN BIEBER

Divulgación - Foto Ryan McGinley



CO-BUILDERS

*/ trabajadores comunitarios
/ era de cooperación
/ cambio de poder*

Las ganas de crear y pertenecer a comunidades están transformando las relaciones. Consumidores buscan alianzas para redistribuir el poder y descentralizar el protagonismo de marcas y empresas. Vivemos la era del empoderamiento colectivo y cooperativo, en que la exclusividad y la pertenencia coexisten como desafío y respuesta. ¿Cómo podemos ser exclusivos y, a la vez, pertenecer a algo mayor? La respuesta está en la construcción de lazos entre personas comunes, unidas por el propósito de redistribuir el poder y desafiar el status quo. Más allá del consumo pasivo, es el surgimiento del “consumidor-accionista”, con poder de decisión no solamente sobre lo que consume, pero también sobre lo que sus empresas favoritas producen, cómo producen y cómo usan sus datos. Son transacciones fundamentadas en las emociones y en la justicia, reflejando la responsabilidad social. Son arquitectos digitales que desean ser más activos, colaborativos y participativos en la cocreación de productos y en la formación de cooperativas. La creación de comunidades es la fuerza motriz de **Co-builders**, promocionando colaboración, igualdad e innovación.

ERA DE LOS NFTS

Los fans accionistas y revolución musical

Justin Bieber eleva el juego musical. Su single "Company" ahora tiene un nuevo ropaje: un NFT exclusivo. En colaboración con la avant garde sueca Anotherblock, Bieber no solo abraza el futuro, pero también recompensa a sus fans, ofreciéndoles un cobijado 1% de los royalties sobre la banda. Esa jugada audaz impulsa una era de revolución en el universo musical, estrechando de forma inédita los lazos entre artistas, fans e inversores en la era de la Web3.

TRACK



brought to you by AXIDENT

COMPANY
/ JUSTIN BIEBER

Imagen de divulgación

Haz click para escuchar el single "Company" 



Divulgación Pacaso

TENDENCIAS EN EL MERCADO INMOBILIARIO: PACASO

Empresa hace más accesibles las segundas residencias

En medio al escenario inmobiliario de EE.UU., en que segundas residencias están vacías por gran parte del año, surge Pacaso. Creada em 2020, esa startup californiana propone un innovador uso compartido de inmuebles de vacaciones. Los compradores disfrutan de las casas proporcionalmente a su cuota. Con inversiones robustas, Pacaso ha conquistado rápidamente el status de “unicornio”, demostrando su potencial disruptivo en el mercado.



PARA LEER

“The Lean Startup”, de Eric Ries, es el mapa del tesoro para emprendedores. Con insights sobre innovación y creación colaborativa, este libro es para todos que desean conocer el mundo de los negocios desde otra óptica.

TENDENCIAS EN EL MERCADO INMOBILIARIO: LANDING Y STRIPE

La colaboración que redefine el mercado inmobiliario

Landing está redefiniendo el sector inmobiliario de EE.UU. al ofrecer una plataforma de alquiler de departamentos muebles sin complicaciones contractuales tradicionales. Ese enfoque flexible es una respuesta a un mercado dinámico y adaptable. En colaboración con Stripe, Landing asegura transacciones eficientes en más de 200 ciudades de EE.UU.

Divulgación Landing

12 ways to cool a room without AC in your apartment

- Camryn Rabideau

LANDING BLOG [LINK IN BIO](#)

TENDENCIA DE COMUNIDAD: CITYDAO

Pionerismo en la creación de ciudades del futuro

Las organizaciones autónomas descentralizadas (DAOs), como CityDao, enfocada en “construir la ciudad del futuro”, están reformulando la forma de conducir negocios. Regidas por contratos inteligentes, esas entidades brindan transparencia sin precedentes. En medio a la revolución tecnológica y a la búsqueda por autonomía, las DAOs emergen como pilares de una nueva era de gobernanza y colaboración, demostrando el potencial inexplorado de la descentralización en nuestro mundo cada vez más conectado.





TENDENCIA DE COMUNIDAD: SHOPEE

Comparta, compre, celebre: la era de las compras sociales

En el inicio del año pasado, Shopee, renombrada potencia asiática en el mundo del e-commerce, innovó al incorporar una característica social en sus operaciones: las compras colectivas. Ahora, es posible unir amigos y familiares para compras con tan solo un clic, gracias a la simplicidad de compartir links vía grupos de Whatsapp. Una revolución en el comercio online que combina la practicidad de las compras digitales con la conexión humana.

CONTRATENDENCIA

TENDENCIA DE COMUNIDAD: NETFLIX

Cambio polémico

En contramano de las tendencias, Netflix ha implementado tasas extras para usuarios que vivan en casas distintas. Esa elección levanta cuestiones: ¿estaría la gigante del streaming desconsiderando la evolución de las relaciones modernas y las nuevas organizaciones familiares? En una era de cambios constantes, ¿políticas como esa realmente reflejan los deseos de sus usuarios?



MULTIPL(US)

/ HARMONY OF DISSONANCE

/ AI TOPIA

/ CO-BUILDERS



Mutina

Ato

02

REWIND



¡Rebobine! Vuelva algunas casas antes de seguir adelante. En un mundo que se mueve constantemente hacia adelante, Rewind nos invita a pausar, contemplar y reflexionar sobre nuestra jornada.



Divulgación Pexels - Paul Ijseidoorn

TRENDBOOK 24

Es una búsqueda por la esencia, por lo que realmente importa, al sumergir en los recuerdos del pasado. Encontramos en el registro de la memoria la fuerza para enfrentar un futuro incierto. Nos libramos de los excesos, enfocando en lo esencial y redescubriendo la belleza en lo familiar. Es una búsqueda por el encantamiento, por la capacidad de sorprenderse nuevamente con lo que muchas veces ya nos deparamos.

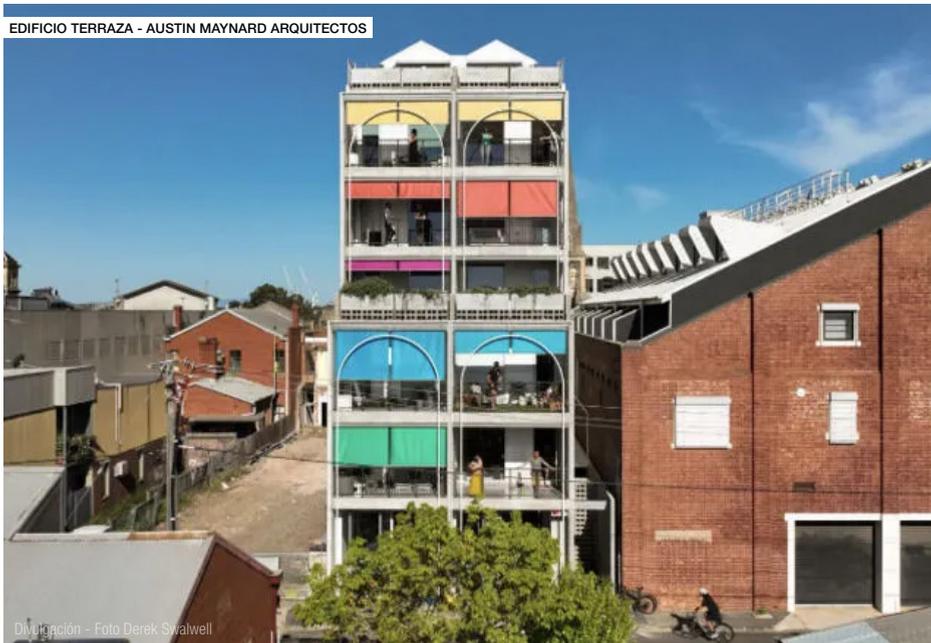
Rewind es una jornada de autoconocimiento con destino al autocuidado. Es una celebración del pasado para experimentar una profunda conexión con el todo. Es el retorno a las raíces, a la autenticidad, y la invitación a abrazar el presente con intensidad y propósito. Dentro de la macro tendencia Rewind, identificamos tres conceptos esenciales: Trespass, Feels Like Home y Self Tale.



TRESPASS

/ trotamundos emocional
/ redefinición de relacionamientos
/ vida flexible

Trespas nos invita a repensar nuestros espacios y nuestros modos de vida. Menos paredes, más libertad. Casas pequeñas y portátiles, objetos modulares y transformables. La búsqueda por una vida libre y líquida, en que no estamos presos a un único lugar para siempre. Resignificación no solo de nuestras casas, pero de familias, conexiones y relaciones afectivas. Es el quiebre de las barreras físicas y emocionales que nos mantienen presos a estándares. Es una jornada hacia una vida más fluida y flexible.



LAYOUTS ABIERTOS

Vidas sin fronteras: la esencia de la arquitectura contemporánea

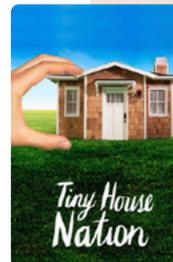
La arquitectura contemporánea abraza a un mantra: vida sin fronteras. Ya se fue el tiempo en que los ambientes eran limitados por cuatro paredes. Ahora el diseño moderno busca diluir las líneas entre lo interior y lo exterior, brindando una sensación amplia e integrada. Aunque esa visión tenga sus raíces en las ideas revolucionarias de Frank Lloyd Wright, hoy gana un nuevo aliento, convirtiéndose en la firma de una era que valora la libertad y la continuidad.



CASAS PERSONALIZABLES

Modular y afectivo: un nuevo modo de vivir

Nuestras relaciones y modos de vivir están cambiando, y a partir de esa premisa, el mercado inmobiliario crea innovaciones. Las residencias ahora son modulares, flexibles, cargadas de afectividad. Lejos de la grandiosidad de las casas tradicionales, emergen casas pequeñas, dibujadas para optimizar cada centímetro. Más que tan solo cuatro paredes, ellas se presentan como respuestas sustentables para un público que desea reinventarse.



PARA VER

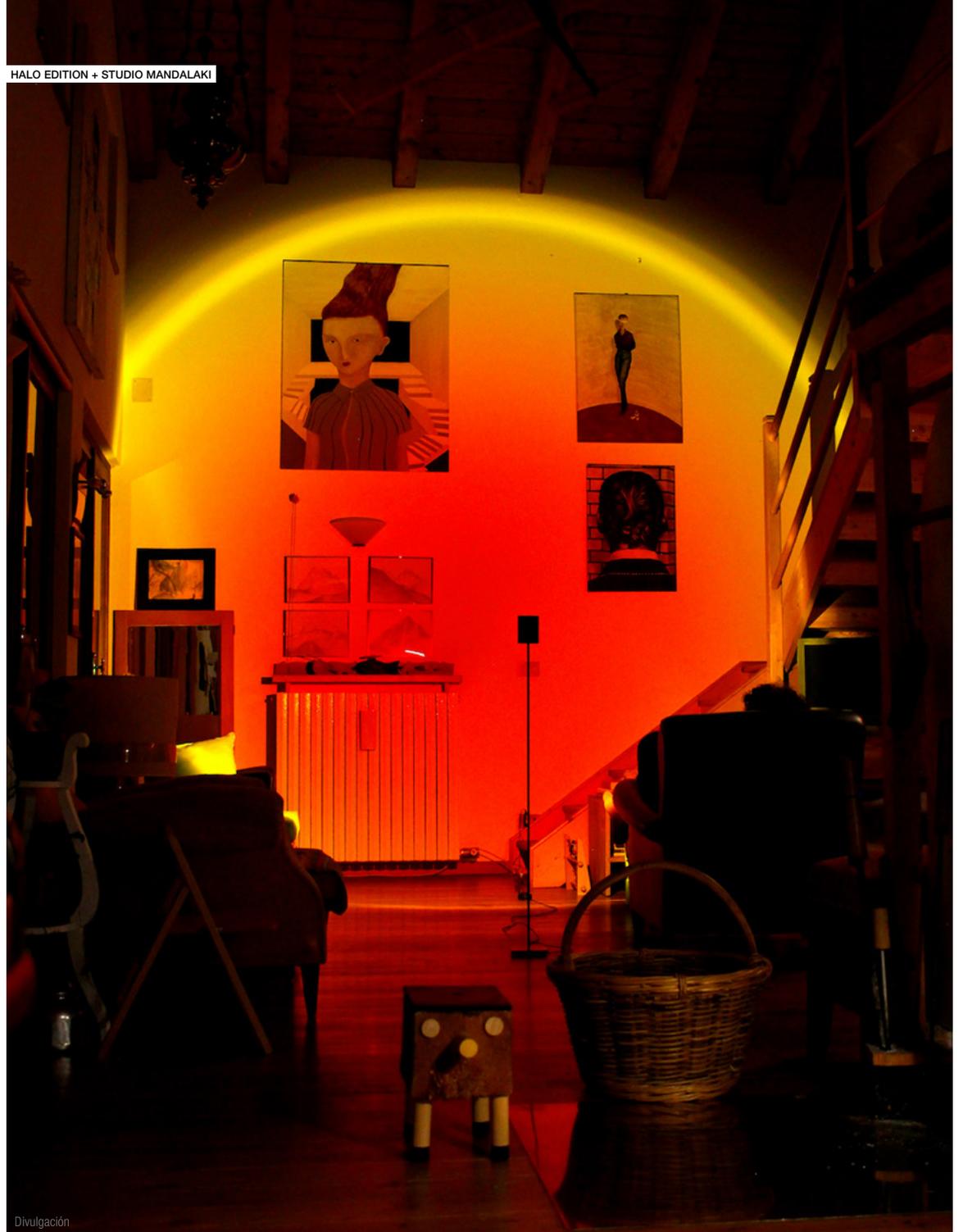
"Tiny House Nation", disponible en Netflix, revela un nuevo modo de vivir. Al explorar la tendencia de las casas compactas, la serie destaca la búsqueda contemporánea por una existencia minimalista y plena. ¡Una inspiradora invitación a la simplicidad!

CASA COMO SENTIMIENTO

De lo físico al emocional: la evolución del concepto de casa

En un mundo en constante mutación, la generación Z ve el hogar de forma singular. Para ellos, es más que un espacio, es sentimiento. Frente a desafíos económicos e inestabilidades, muchos se alejan del sueño de tener una casa propia. En respuesta, buscan refugio en atmósferas acogedoras y objetos que traducen bienestar. Investigaciones indican que el 48% ve la casa como un sentimiento (en vez de un lugar físico). En este contexto, surgen los #moodrooms y tendencias como #SunsetLamp en TikTok, simbolizando esa búsqueda por ambientes que acogen.

HALO EDITION + STUDIO MANDALAKI



Divulgación

NUEVOS MODOS DE VIVIR

La diversidad como reflejo de la evolución cultural

La familia moderna ha evolucionado de la estructura patriarcal para formas diversas y complejas, incluyendo familias monoparentales, uniones homoafectivas e incluso mascotas como miembros centrales. Las concepciones sobre soltería también han cambiado; antes vista como una fase pre matrimonial, hoy muchos la eligen como estilo de vida. Con 28% de las casas en el Reino Unido habitadas por solteros, y 1 en cada 4 adultos en EE.UU. permaneciendo soltero en la media edad, hay un claro mensaje para las marcas: es necesario adaptarse a esa realidad y celebrar el estilo de vida singular.



NAOMI CAMPBELL PARA DOLCE & GABBANA



FEELS LIKE HOME

/ legado de nostalgia
/ zona comfortable
/ estética vintage

Feels Like Home se trata de buscar en el pasado un refugio de un mundo incierto. Es el extraño de lo que no hemos vivido, la búsqueda por artículos no solo con estética vintage, pero realmente salidos directamente del túnel del tiempo, que nos permiten construir una identidad única. Nuestra mente nos recuerda del pasado como algo más positivo, y es en ese reconocimiento que encontramos confort. Es el retorno al conocido, donde la nostalgia nos guía. Es ver el pasado como un puerto seguro, un lugar de buenas memorias en un mundo en cambio constante.



PARIS S/S24

Saint Laurent apuesta en neutrales, nostalgia y naturaleza

En el Paris Fashion Week de este año, el enfoque estaba en la memoria y en la eternidad. Saint Laurent encantó con su colección inspirada en tonos neutrales que, a la vez, señalan para el futuro y saludan al pasado. Pero la verdadera innovación fue la inclusión de modelos con más de 50 años, enfatizando que el estilo no conoce edad. En la pasarela, un recordatorio de que la mujer Saint Laurent, en su esencia, es atemporal.



LA VUELTA DEL PASADO

Sustentabilidad y estilo: la revolución retro de la generación Z

La generación Z rescata tendencias, causando una avalancha de nostalgia. Mismo inmersa en innovaciones digitales, ella reverencia el pasado – desde la reinención de productos icónicos hasta la reinterpretación de antiguos conceptos. Recientemente, el bolso Coperni con discman y la renombrada Cybershot de los años 2000 han dominado nuevamente los focos. Pero, ese retorno no es mero capricho estético: se habla de sustentabilidad, extendiendo la vida útil de productos y evocando el poder de la memoria emocional. La cuestión es: ¿cuál será el próximo ícono a retornar?



PARA VER

"Stranger Things", de Netflix, es un viaje a los icónicos años 80. Con una envolvente mezcla de aventura, amistad y elementos sobrenaturales, la serie sumerge en una atmósfera nostálgica, sorprendiendo a cada episodio.





ÍCONOS REVISITAN LA PASARELA

Más que nostalgia, un refugio

En las pasarelas, la nostalgia ganó vida con el retorno triunfal de las icónicas supermodelos Naomi Campbell y Claudia Schiffer, deslumbrantes por Dolce & Gabbana y Versace. Más que un revival, fue una celebración genuina del pasado, en que la vuelta a algo conocido nos guía y se convierte en un refugio.



EL TRIUNFAL RETORNO DE BARBIE

¡El ícono ha vuelto con más fuerza que nunca!

Mattel redefine su trayectoria con el estreno de "Barbie". No se trata tan solo de un retorno, pero de una emocionante reinención de la marca. Bajo la visión de Ruth Handler, la icónica muñeca evolucionó, incorporando valores modernos, diversidad y empoderamiento. Y en las talentosas manos de Greta Gerwig, esa visión pudo ser transpuesta a las pantallas de cine. Barbie vive una nueva era y actualiza su narrativa. El legado sigue, y, en ese caso, el retorno al conocido marca un capítulo inolvidable e innovadora en la jornada de Mattel.



Divulgación - Cartel de la película "Barbie"

EL RETORNO DE LOS SERIFS

Quando lo antiguo vuelve a ser relevante

En un mundo en que predominan dibujos lisos y limpios, los serifs – características tipográficas antes amadas – fueron dejadas para atrás. Con la universalización de marcas minimalistas y sin serifs, tal vez influenciadas por la gigante Apple, la uniformidad impera. Las marcas de lujo, al abdicar de sus tradicionales serifs, se funden en un paisaje indistinguible. Aunque, en la teoría, esos diseños parezcan modernos y sofisticados, en la práctica, se pierden entre la multitud. Frente a ese escenario, surge el cuestionamiento: ¿no sería hora de que las marcas redescubran la belleza de los serifs y se diferencien nuevamente?



Imagen de divulgación



SELF TALE

- / autoconciencia*
- / contemplación*
- / menos entrada sensorial*

La pandemia ha dejado un legado positivo: la mirada hacia adentro se ha convertido en tendencia. En medio a las tormentas externas, **Self Tale** enfoca en el autoconocimiento, en el autocuidado y en la salud mental. Un llamado a cuidar de uno mismo, para reencontrar la esencia. La importancia del sueño se destaca, así como la búsqueda por productos y prácticas que potencien el bienestar. Es la redescubierta de la autenticidad en un mundo estandarizado, que muchas veces nos hace perdernos de quienes somos. Es un rescate de nuestra habilidad de encontrar lo extraordinario en el cotidiano, una jornada en búsqueda del encantamiento. Es una sumersión profunda en uno mismo, una oportunidad de abrazar al presente con intensidad y propósito.



Divulgación: Sherwin-Williams Brasil

COLOR: “CONFINS DO CÉU”

Un respiro profundo: el color que inspira claridad y serenidad

En este año, la paleta cromática nos presenta un tono que inspira serenidad: “Confins do Céu” (confines del cielo, en traducción libre). Revelado como el color del 2024 según Sherwin-Williams, ese tono de azul, suave y acogedor, nos invita a respirar profundamente y aclarar nuestros pensamientos. En un mundo cada vez más caótico, “Confins do Céu” sugiere refugios meditativos, desde casas a ambientes comerciales. Tanto en destaque como en telón de fondo, este color promete reinventar nuestros espacios, inundándolos con un aire de tranquilidad y confort.



PARA LEER

“No Time to Spare: Thinking about what matters”, de Ursula K. Le Guin, sumerge en la filosofía del envejecimiento, recordándonos que la escasez del tiempo revela lo que realmente importa. Una reflexión profunda y necesaria.

COLOR: “LUGAR DE AFETO”

Más que un color, una acogida

En un mundo de constante agitación, la búsqueda por espacios que inspiren confort y pertenencia jamás ha sido tan crucial. La marca de tintas Coral, con su sensibilidad aguzada, nos presenta el color del 2024: un neutral rosado, sublime en su simplicidad. Nombrado “Lugar de Afeto” (lugar de afecto, en traducción libre), ese tono no solo agrega elegancia a los ambientes como también abraza a los que se envuelven en él. Según las designers Adriana Pedrosa y Carlota Gasparian, la intención es que ese color transforme nuestros hogares en santuarios personales, brindando un alivio diario de los desafíos de la vida.



Divulgación - CASACOR

EL DESPERTAR DEL HOMBRE MODERNO

La jornada masculina de autocuidado

En un periodo en que el mundo enfrentó una reclusión inesperada, la noción de autocuidado ganó nuevas dimensiones. La introspección masculina abrió camino para debates más profundos, desafiando antiguos tabús sobre qué significa ser hombre. Marcas tradicionalmente masculinas, como Gillette, e incluso el sorprendente éxito de la película "Barbie" en 2023, atestan ese cambio de paradigma. El personaje Ken, tradicionalmente visto como el par romántico de Barbie, siempre ha sido retratado como un estereotipo de masculinidad, muchas veces superficial y limitado. Sin embargo, en la película, Ken pasó por una jornada de auto descubierta y crecimiento emocional que lo acercó más a su propia identidad.

FOLHA DE SPAULO



meu
inconsciente
coletivo

PARA ESCUCHAR

En el podcast "Meu inconsciente coletivo", Tati Bernardi y psicoanalistas renombrados nos guían en una jornada de autoconocimiento a través de una charla informal y llena de temas superactuales. ¡Una invitación a entender nuestra esencia!



Divulgación - Gillette



Divulgación - Película "Barbie"



Bloomy Hug

Matéria_prima

Saint Laurent

REWIND

- / TRESPASS
- / FEELS LIKE HOME
- / SELF TALE

03

e-ETHICS



En la era de la inteligencia artificial, en que máquinas hacen tareas complejas y procesan datos en una velocidad vertiginosa, la pasión permanece como un territorio exclusivamente humano, la última frontera entre el hombre y la IA.



Divulgación Pexels - André Felipe

TRENDBOOK 24

Mientras máquinas generan perfección, la autenticidad de la vida cotidiana, con todas sus imperfecciones, gana destaque. A medida que la tecnología ultrapasa los límites de la realidad, la ética digital asume importancia crucial, con regulaciones de mercado y gubernamentales delineando los límites entre lo correcto y lo incorrecto. Mientras que discusiones sobre ética ganan énfasis, apoyar comunidades vulnerables y promocionar la solidaridad se hace una prioridad en un mundo tumultuado e incierto. La responsabilidad social de las empresas pasa trascender el lucro, y las instituciones se comprometen a marcar la diferencia y a contribuir positivamente para la sociedad.

e-Ethics pone las cuestiones éticas en el tope de la agenda y presenta tres tendencias interconectadas: Real Deal, Terms of Humanity y First Things First.

Divulgación Pexels - Ricky Esquivel



REAL DEAL

*/ fallas genuinas
/ noticias reales
/ diversidad al tope*

Apreciar la veracidad en medio al universo mediático, poniendo la vida real en el centro del escenario, mientras se rechazan creaciones artificiales. **Real Deal** se trata de esto. Aquí, valoramos la belleza de la vida cotidiana, celebramos la diversidad y abrazamos a las imperfecciones humanas, dejando los estándares estéticos convencionales en favor de la cruda verdad. A fin de cuentas, en un mundo inundado de ilusiones digitales, la veracidad es la protagonista.

Divulgación Novela "Vai na Fé"



DIVERSIDAD AUTÉNTICA

Más allá de las apariencias

En un mundo en transformación, la pertenencia es fundamental. La verdadera inclusión va más allá de campañas superficiales; requiere un cambio cultural profundo. La propuesta es clara: diversidad es esencial para la innovación. En la novela "Vai na Fé", la autenticidad brasileña ha brillado, desafiando estereotipos con personajes comunes. Los actores Sheron Menezes, Samuel de Assis, Carolina Dieckmann y Emílio Dantas se destacaron. La novela celebró la diversidad brasileña, conquistando audiencia y ratings por todo el país, dejando una marca duradera en las novelas. La vida real fuealzada al centro del escenario.

KAROLINE VITTO PARA
DOLCE & GABBANA



Divulgación

KAROLINE VITTO PARA
DOLCE & GABBANA



Divulgación

LA REVOLUCIÓN DE LA MODA INCLUSIVA

Un grito por representatividad

En Milán, un desfile resonó un mensaje poderoso de inclusión. La designer brasileña radicada en Londres, Karoline Vitto, en colaboración con Dolce & Gabbana, desafió las normas establecidas. Resaltando el emblemático estampado de leopardo de la grife, Vitto celebró la diversidad de cuerpos apostando nuevamente en el estilo que la llevó a la ascensión: creando ropas que remarcan, justamente, características consideradas fuera del estándar. Las estrellas, entre ellas @ashleygraham, brillaron mientras los titanes de la moda, Stefano y Domenico, aplaudían desde la primera fila.

BELLEZA DEL COTIDIANO

Una oda a lo común

Hubo una época en que los medios immortalizaban tan solamente sueños distantes y estándares inalcanzables. Hoy día, lo que vemos es un giro animador. La sabiduría evidente en las arrugas de una mujer, la serenidad transmitida por una abuela a través de su religión, y la vivacidad de los niños del barrio se están haciendo cada vez más presentes. Revistas, campañas de moda, novelas y redes sociales están abrazado a la belleza auténtica del cotidiano. Es una celebración de la realidad en toda su diversidad, trayendo historias genuinas al centro de las atenciones.



[01, 02 e 03] Constanza Pascolato, Adriana Ferreira Silva y Astrid Fontenelle, foto Pétaia Lopes para The Washington Post.
[04, 05 e 06] Naomi Campbell, Linda Evangelista, Christy Turlington y Cindy Crawford para Vogue Septiembre/2023.

ILUSTRACIONES HECHAS A MANO

Redescubriendo la autenticidad de lo manual

En medio a la creciente ola de la inteligencia artificial, surge un contrapunto nostálgico y significativo: las ilustraciones hechas a mano. Estas no son tan solo imágenes, son firmas visuales de los designers. En un escenario digital donde todo parece homogéneo, esas ilustraciones traen autenticidad y humanidad. Nos hacen acordar que, detrás de cada aplicación, website o producto, hay una visión única. En ese contexto, apostar en lo manual se convierte en una tendencia valiosa, que celebra visiones artísticas únicas en un mundo cada vez más automatizado.



PARA VER

"Chef's Table", en Netflix, es una celebración culinaria! Acompañe chefs enamorados en búsqueda de los ingredientes más auténticos y marcantes. ¡Un banquete para los ojos y para el alma!



Divulgação - Instagram @contente.vc

PELÍCULA EAST OF EDEN (AL ESTE DEL PARAÍSO) 1955 - JAMES DEAN



TERMS OF HUMANITY

/ regulación digital
/ humanización tecnológica
/ sociales 3.0

Famosas personalidades fallecidas recreadas digitalmente. Deepfakes engañando a los ojos. Algoritmos influenciando comportamientos. Frente a la consolidación de la inteligencia artificial en nuestro cotidiano, percibimos que llegó el momento de dictar las reglas del juego, con la IA adaptándose a nuestros valores. **Terms of Humanity** es una reflexión sobre la interacción entre tecnología y sociedad, un debate esencial sobre ética en el contexto digital. La discusión sobre qué es lo éticamente aceptable o no se convierte en una cuestión central, moldeando tanto las expectativas de los consumidores como las regulaciones gubernamentales y la conducta de las empresas.



Divulgación

UNA REVOLUCIÓN RESPONSABLE: LA ÉTICA Y LA IA

Proponiendo una mirada atenta a la IA

En un mundo moldeado por la inteligencia artificial, la preocupación con los derechos humanos gana destaque. Brasil, alineado a países como Dinamarca y Corea del Sur, busca en la ONU soluciones enfocadas en IA. La meta es equilibrar avances tecnológicos con derechos fundamentales. La creación de entidades de supervisión y directrices claras pueden ser el camino para un uso ético y justo de la tecnología.



PARA LEER

"Sapiens", de Yuval Noah Harari, es un viaje por la tapicería de la historia humana. Desde nuestros orígenes a la coexistencia futura con IAs, él redefine como vemos nuestro pasado y vislumbramos el mañana. ¡Una mirada esencial para los tiempos modernos!

IA GENERATIVA DESAFÍA LA SEGURIDAD

El lado oscuro de la inteligencia artificial

La creciente sofisticación de la Inteligencia Artificial (IA) generativa transformó la seguridad cibernética. Herramientas antes avanzadas de prevención de fraudes, como autenticación por voz, ahora son susceptibles a ataques. Synchrony, empresa líder en emisión de tarjetas, relata fraudes vía deepfakes. Los peligros de la IA van más allá: criminales pueden replicar estilos de escritura o imitar voces para chantajear víctimas. Frente a esta realidad, surge el desafío: ¿cómo equilibrar innovación y seguridad?



Divulgación Pexels - Muhammed Ensar

LA BATALLA DE LA AUTENTICIDAD: ACTORES Y DOBLADORES VS ALGORITMOS

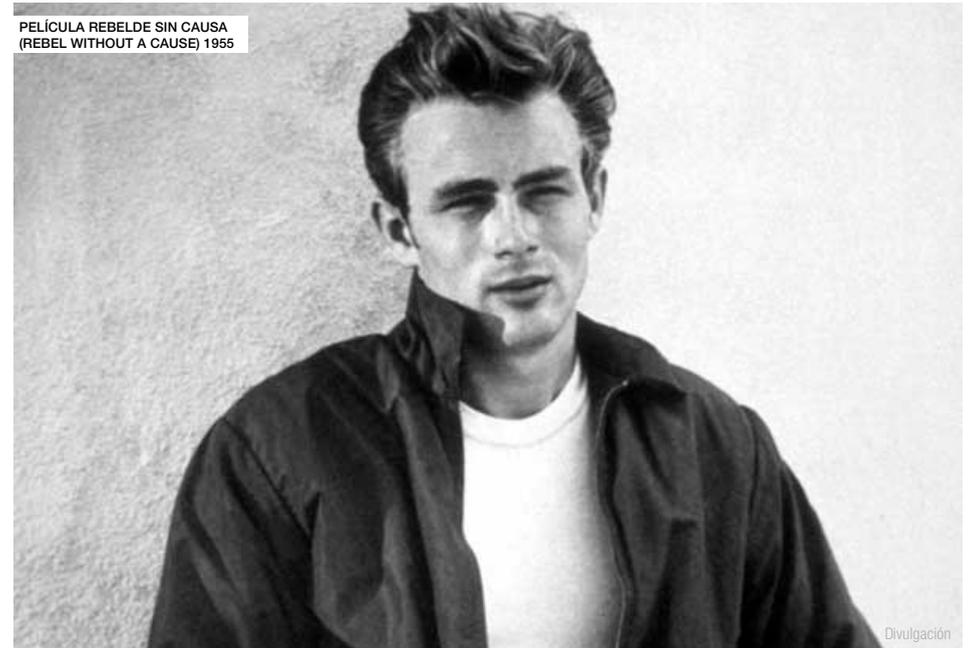
IA en el mundo del entretenimiento

En una era de creciente innovación digital, los límites entre pasado y presente están desapareciendo. La inteligencia artificial, con su capacidad de “revivir” íconos del cine y de la música, cuestiona la esencial del arte y de la autenticidad. Mientras que la tecnología celebra la nostalgia, actores y dobladores actuales luchan para proteger sus papeles y legados. Un encuentro entre memoria, arte y derechos, en que el desafío no es solo adaptarse, sino que preservar la singularidad del humano en la era digital.



PARA ESCUCHAR

"Al Alignment Podcast" hace una incursión al universo de la inteligencia artificial. Sumerge en discusiones éticas y filosóficas, desvendando las complejidades y desafíos de nuestra interacción con la IA. ¡Una escucha obligatoria para nuestros tiempos!



PELÍCULA REBELDE SIN CAUSA
(REBEL WITHOUT A CAUSE) 1955

Divulgación



CAMPAÑA VOLKSWAGEN 2023 - ELIS REGINA

Divulgación

UN FUTURO DE ILUSIONES: LAS IMÁGENES GENERADAS POR IA

Autenticidad en juego

La revolución digital compromete la confiabilidad de las imágenes a medida que la IA las prolifera. Las marcas, los políticos y los individuos se enfrentan a dilemas éticos y buscan la verdad en el mar de imágenes generadas artificialmente. En este escenario, el futuro de la autenticidad visual es incierto.



PARA VER

"The Social Dilemma" es un documental de Netflix que descifra la telaraña entre tecnología y sociedad, lanzando una luz crítica sobre nuestras conexiones digitales. ¡Prepárese para cuestionar cada clic y cada like!



LA DECISIÓN DE WHOOPI GOLDBERG

Cómo la tecnología impacta nuestro legado

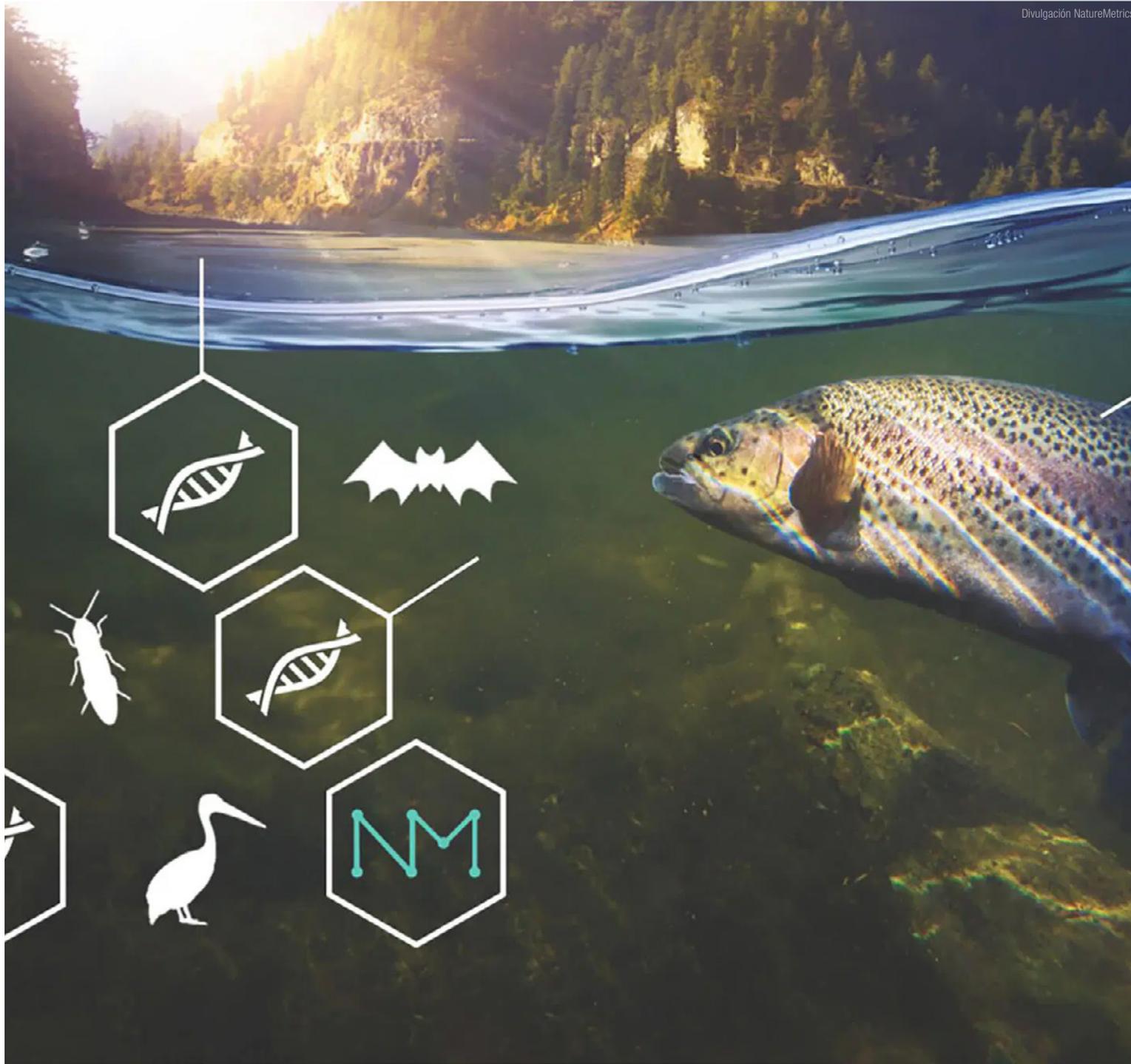
En una era dominada por los avances tecnológicos, la actriz Whoopi Goldberg hace una declaración contundente sobre la autenticidad póstuma. En el programa "The View", reveló su decisión testamentaria: prohibió la creación de hologramas suyos después de su muerte. Esta elección, profundamente personal, resuena como un recordatorio sobre el valor del legado humano en el mundo digital. "Si quieres recordarme, acuérdate de mí", dice Goldberg, resonando un deseo de ser recordada por su esencia, y no por una reproducción digital.



MADONNA Y RECREACIONES DIGITALES

Reina del pop pone límites a la inteligencia artificial

En la era de la resurrección digital de íconos, Madonna refuerza su autenticidad. Después de un susto de salud, revisó su testamento, prohibiendo recreaciones *post mortem* a través de la inteligencia artificial. La reina del pop defiende la autenticidad que la consagró y plantea un debate sobre ética y protección del legado artístico en tiempos de avances tecnológicos.



FIRST THINGS FIRST

*/ principales preocupaciones
/ ciudadanía corporativa
/ impacto mundial*

"First Things First" da prioridad a lo que realmente importa: apoyar a las comunidades vulnerables, combatir la crisis climática y promover la solidaridad. A medida que la sociedad enfrenta desafíos complejos, la responsabilidad social y ambiental de las empresas se convierte en una cuestión ética de máxima importancia, trascendiendo los lucros.

SUGARCRETE

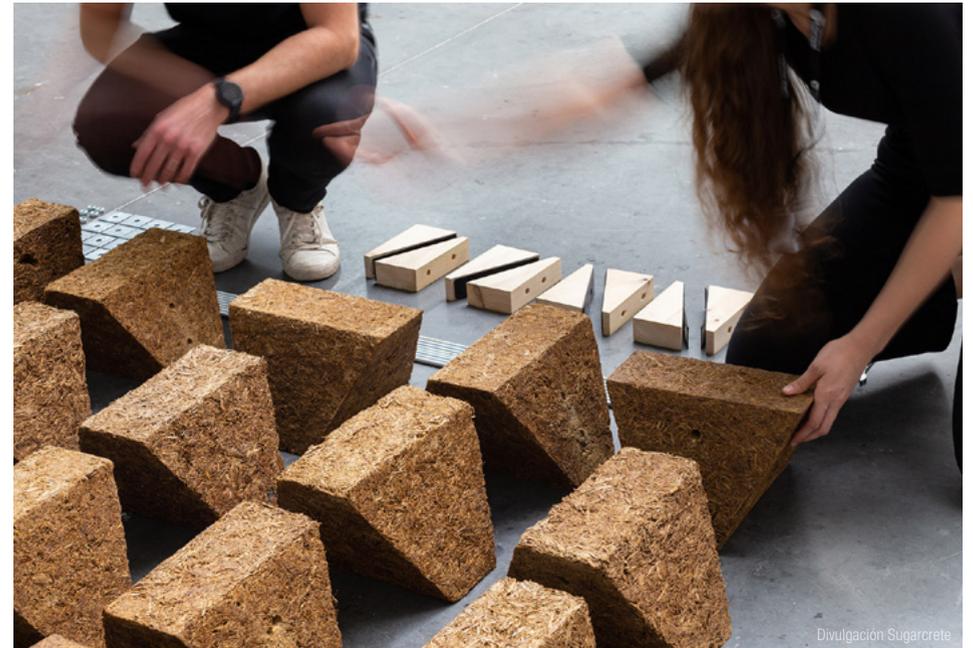
Innovación sustentable en la construcción civil

En un mundo que busca soluciones ecoeficientes, la innovación surge de donde menos se espera. Investigadores de la Universidad de East London, en colaboración con Grimshaw y Tate & Lyle Sugar, presentan el Sugarcrete: un hormigón derivado del hollejo de la caña de azúcar. Sorprendentemente resistente y con una huella de carbono reducida en hasta un 85%, este nuevo material podría revolucionar la industria de la construcción. Si adoptado globalmente, brindaría una drástica reducción en las emisiones de CO², consolidando un paso más hacia un futuro sustentable.

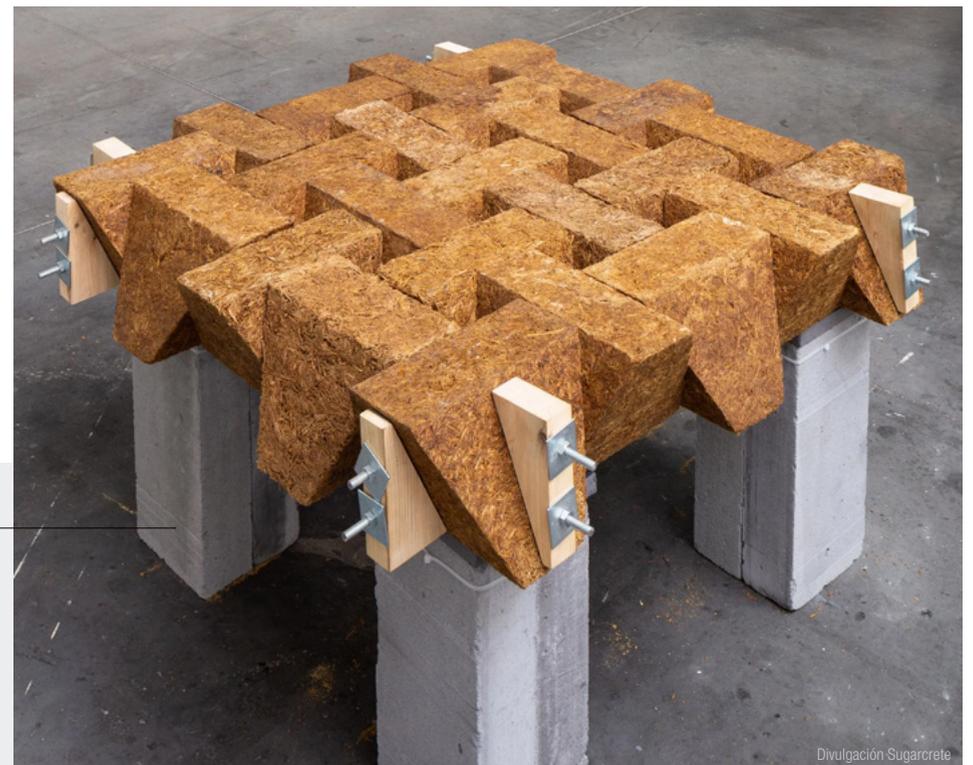


PARA VER

"The True Cost", disponible en Youtube, es un documental que se adentra en el universo de la industria de la moda rápida y demuestra su impacto en las personas y en el medio ambiente. Una provocación profunda para quien busca consumir con conciencia y responsabilidad.



Divulgación Sugarcrete

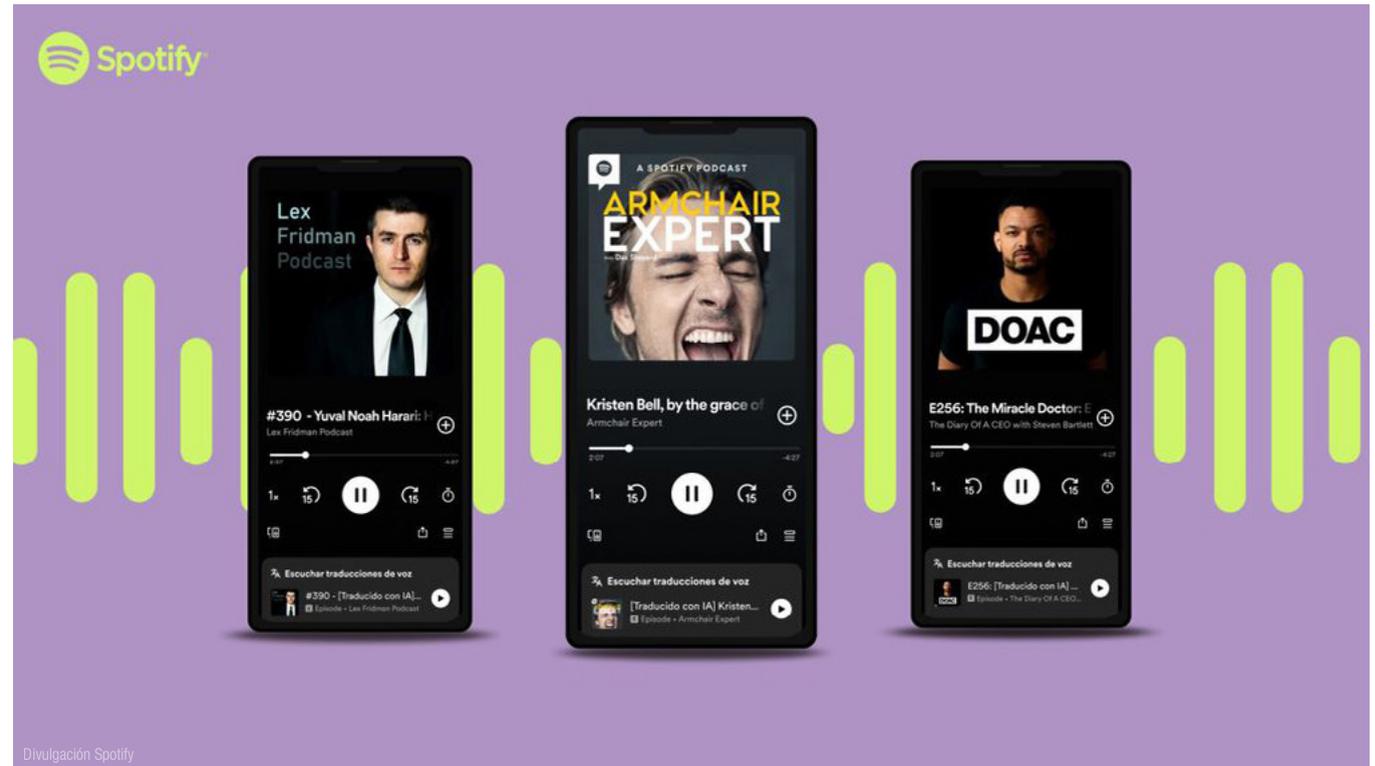


Divulgación Sugarcrete

SPOTIFY Y OPENAI: REVOLUCIONANDO LOS PODCASTS

Una nueva era: el idioma ya no es más una barrera

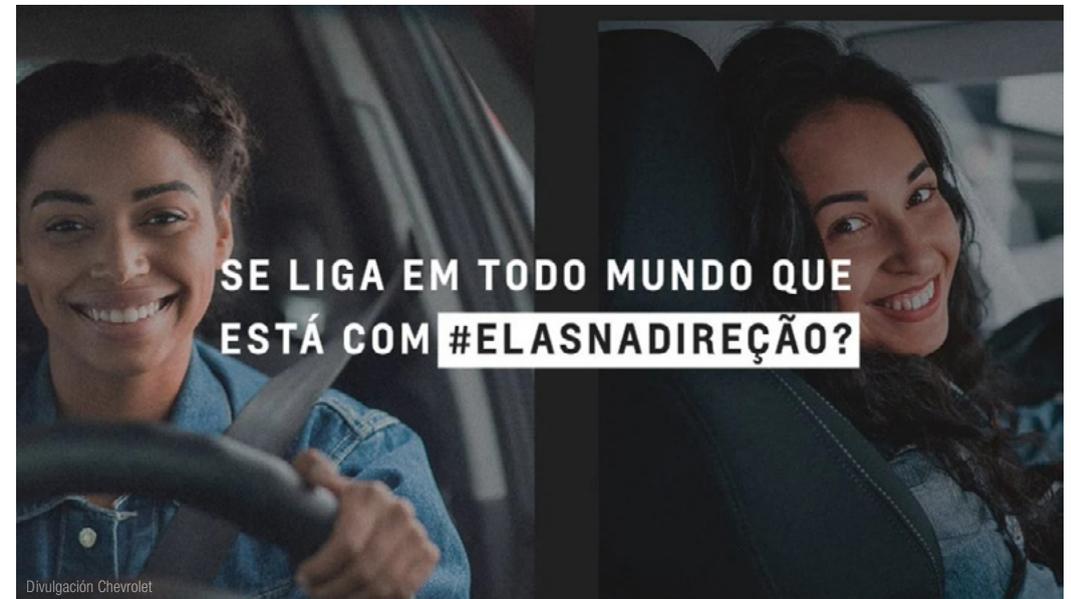
En un mundo globalizado, donde el contenido fluye de un rincón a otro del globo, el idioma no puede ser un obstáculo. Spotify, al darse cuenta de esa necesidad, se une a OpenAI, abriendo un nuevo horizonte para el universo de los podcasts. A través de la traducción instantánea, manteniendo la esencia, el tono y la voz de los presentadores, el panorama se transforma: el idioma ya no es una frontera infranqueable, sino un puente hacia un vasto mar de conocimiento y entretenimiento.



CHEVROLET: IMPULSANDO MUJERES

La nueva cara del empoderamiento femenino

En una audaz e inspiradora colaboración, Chevrolet se une a la filósofa brasileña Djamila Ribeiro para dar vida al movimiento "Elas Conducen", una iniciativa que busca romper con los estereotipos negativos asociados a las mujeres al volante. Esta campaña destaca la urgente necesidad de redefinir narrativas y alentar a que más mujeres, especialmente a las más maduras, se empoderen en las rutas. Un paso audaz de Chevrolet hacia un tráfico más inclusivo y equitativo.



Haz click para ver 

GRANDES MARCAS RUMBO A UN MUNDO SUSTENTABLE

Corporaciones en acción: la revolución verde en progreso

Empresas globales están iniciando audaces jornadas sustentables. La telefónica Tim está destinando ingresos de planes pospago a proyectos sociales, mientras que Volvo se aleja del combustible diésel. Paralelamente, IKEA, que ya cuenta con paneles solares en todas sus sucursales neerlandesas, aspira a tener una operación completamente sustentable y positiva para el clima para el año 2030. Esta transición no es simplemente una opción, sino el futuro inminente.



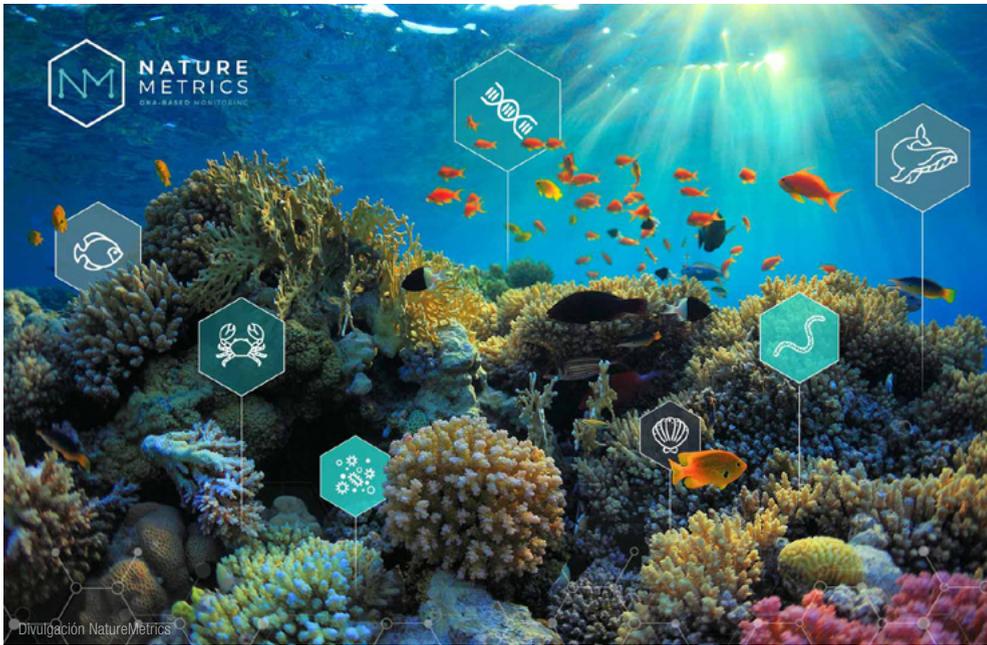
Divulgación TIM



Divulgación Volvo



Divulgación IKEA



NATUREMETRICS Y EL PODER DEL ADN

Midiendo impactos ecológicos con precisión genética

En respuesta al desafío global de preservar la biodiversidad, NatureMetrics emplea el ADN ambiental (eDNA) para descifrar el impacto humano en el medio ambiente. Con vestigios genéticos recogidos del agua, del suelo y del aire, empresas y organizaciones pueden comprender su huella ecológica. Este enfoque moderno y eficaz promete revolucionar la forma en que abordamos la sustentabilidad, haciéndola más accesible y precisa.

PI-POP Y LA REVOLUCIÓN SIN BATERÍAS

Cuando la tecnología y la sustentabilidad se encuentran

Las e-bikes están ganando cada vez más popularidad, pero muchas dependen del litio, componente perjudicial al ambiente. La startup francesa Pi-Pop presenta una alternativa: bicicletas eléctricas alimentadas por supercapacitores, recargadas al pedalear. Esta innovación propone una solución ecológica y duradera para la micromovilidad, reforzando que la auténtica energía emana de nosotros.



DEL APPLE WATCH A IMPLANTES NEURALES

Tecnología sintonía con la naturaleza y con nuestra humanidad

En un mundo en constante transformación, la fusión de la tecnología con objetivos sustentables y humanitarios redefine fronteras. Apple, en un esfuerzo ejemplar, direcciona sus esfuerzos hacia productos neutrales en carbono. A la vez, avances sorprendentes en neurociencia, como el implante que restauró la capacidad de comunicación de una mujer parálitica, ilustran la innovación al servicio de la humanidad. Ambos logros subrayan una era en la que la tecnología se convierte en la clave para un planeta más armonioso e inclusivo.



 Carbon Neutral



Divulgación Apple - Carbon Neutral



PARA LEER

"Ethical Consumer" es una revista que evalúa productos y empresas desde una perspectiva ética, capacitando los consumidores a hacer elecciones informadas y responsables. ¡Una lectura indispensable para aquellos que buscan consumir con propósito y conciencia!

E-ETHICS

/ REAL DEAL
/ TERMS OF HUMANITY
/ FIRST THINGS FIRST



Solar Concreto Viga

RESUMEN DE LAS MACROS

MULTIPL(US)

/ HARMONY OF DISSONANCE
/ AI TOPIA
/ CO-BUILDERS

Surge como un movimiento que abraza la dicotomía, la complejidad y la disonancia como fuentes de inspiración, la inteligencia artificial como herramienta para hacer posible lo imposible y la fuerza del colectivo como combustible.



REWIND

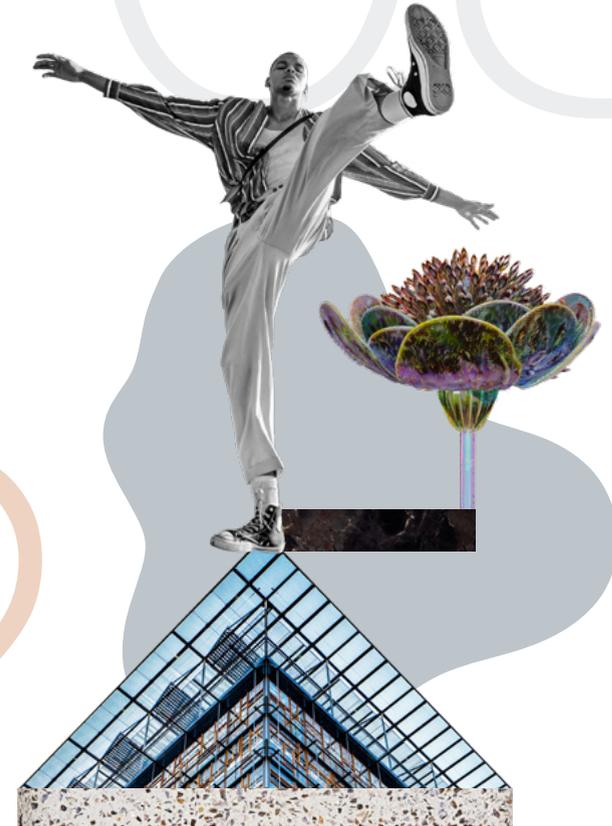
/ TRESPASS
/ FEELS LIKE HOME
/ SELF TALE

Es una jornada de autoconocimiento con destino al autocuidado. Es una celebración del pasado para experimentar una conexión profunda con el todo. Es el retorno a las raíces, a la autenticidad y una invitación a abrazar el presente con intensidad y propósito.

E-ETHICS

/ REAL DEAL
/ TERMS OF HUMANITY
/ FIRST THINGS FIRST

Pone las cuestiones éticas en el tope de la agenda. Mientras las máquinas generan perfección, la autenticidad de la vida cotidiana, con todas sus imperfecciones, gana destaque; y la ética digital asume una importancia crucial.





Divulgación Jazzelle Zanaughtti

PARALLEL SUBJECTS



Movimientos intrigantes que desafían las bases de las macro tendencias surgen en el escenario de 2024, en paralelo o, mejor dicho, atravesando los conceptos de “Multipl(us)”, “Rewind” y “e-Ethics”.

"Disruptive Movement" y "Brazil on the Rise" interrumpen, cambian y alteran el curso normal del proceso de tendencias, de las formas en que la sociedad de consumo tiende a comportarse a partir de 2024. Estos movimientos influyen en las macro tendencias y también son influenciados por ellas.

DISRUPTIVE MOVEMENT

“Disruptivo” se trata de pensamientos y acciones antagonistas y sin sentido. Cuestiona lo que se considera feo e irrelevante en la moda, poesía y comportamiento. Desafía la necesidad de seguir ciegamente las tendencias, llevándonos a ponderar sobre por qué elegimos consumir o abrazar ciertas direcciones. En un mundo donde casi todo es posible, este movimiento nos desafía a considerar el real significado de romper con los estándares. Además, explora la ambigüedad de las interacciones digitales, planteando preguntas sobre su propósito. SSO se manifiesta en cajas misteriosas de la deepweb, en las cuales los destinatarios no tienen idea del contenido, y en la popularización de “lives NPC” (“Non Playable Characters”, personajes no jugables de videojuegos). Esta exploración de lo absurdo refleja la búsqueda por significado en un mundo saturado de informaciones y conexiones.



Divulgación JW Anderson SS/24

“UGLY BEAUTY”: REINVENTANDO LA BELLEZA

La estética que desafía estándares

La tendencia bautizada de "Ugly Beauty" desafía los estándares establecidos, invitando a una generación a rebelarse contra las normas tradicionales. En el corazón de este cambio está la idea de que la verdadera belleza reside en la celebración de nuestras imperfecciones, en el abrazo a nuestra singularidad. Figuras clave como Miuccia Prada y Doja Cat reflexionan sobre la "fealdad" como una forma de arte que desafía las convenciones y empodera la individualidad sobre la conformidad.

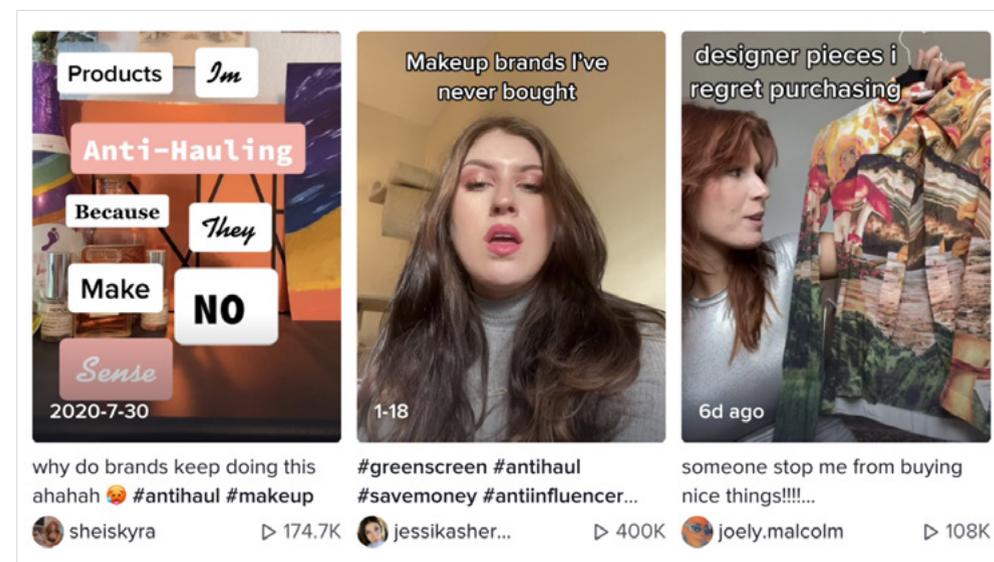


Todas las imágenes de esta página son de divulgación - Ugly

LAS CARAS DE LA DISRUPCIÓN

Moda, redes sociales y poesía: comprendiendo las expresiones contemporáneas

En la Semana de la Moda de Londres, Jonathan Anderson, bajo la etiqueta JW Anderson, desafió las convenciones utilizando masilla para modelar las piezas. ¿Su lema? El minimalismo y el quiet luxury son obsoletos. Paralelamente, TikTok enfrenta una revuelta interna: los “desinfluenciadores” luchan contra el consumo desenfrenado, aunque con intenciones ambiguas. Y en las esquinas digitales, la poesía se simplifica, con versos cortos dominando los feeds, un cambio inspirado por el fenómeno "Rupi Kaur". El escenario actual es de reinvenación continua.



Reproducciones TikTok

LAS TENDENCIAS PERDIERON EL SIGNIFICADO

La distorsionada jornada de las tendencias

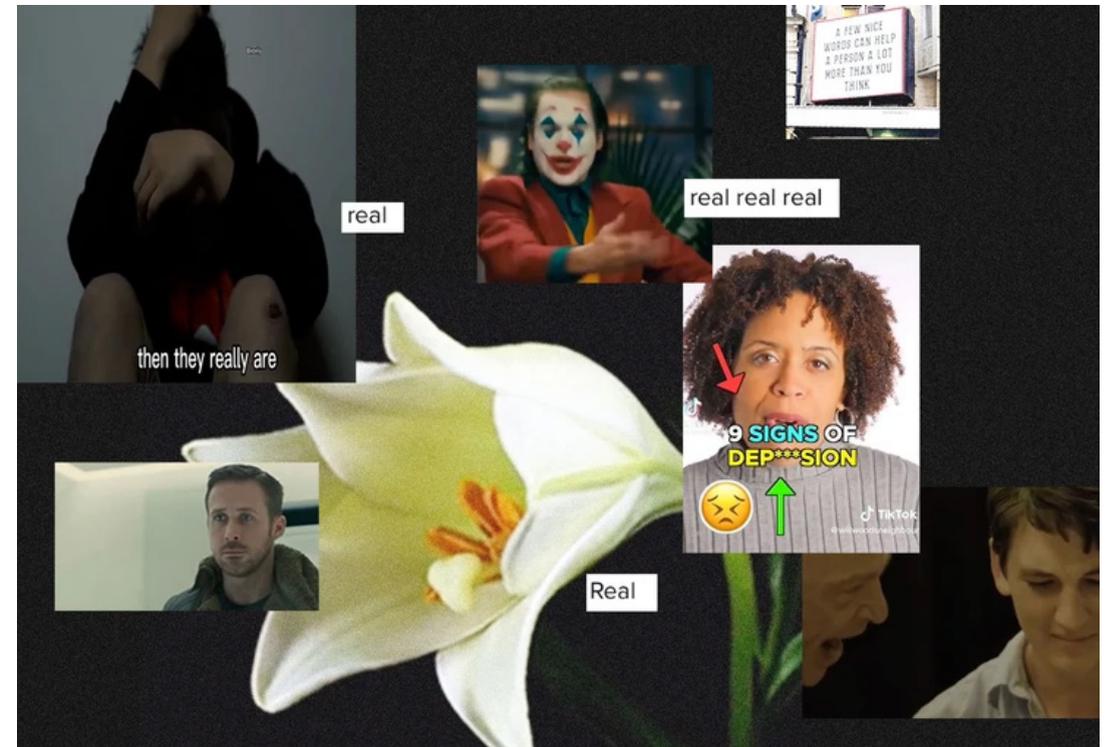
En el pasado, las tendencias eran reflejos de transformaciones sociales. Actualmente, cualquier moda es rápidamente rotulada como tendencia. Con las marcas inundando las redes sociales, la esencia de las verdaderas tendencias se ha diluido. La búsqueda incesante por lo "trending" confunde lo que es efímero con los auténticos movimientos culturales. En resumen, ya no distinguimos entre un mero "trending" y una verdadera "tendencia".



DE LO AUTÉNTICO AL ABSURDO

Una inmersión en el lucrativo mundo digital

En el vasto mundo digital, las tendencias se transforman rápidamente. TikTok presenta el "#corecore", una tendencia que satiriza otras, mezclándolas de manera caótica. Al mismo tiempo, la plataforma es escenario de las populares "lives NPC", en que los tiktokers imitan a personajes secundarios de videojuegos (Non Playable Characters), generando ingresos y participación. Pero, con tantas novedades, ¿cómo discernir lo auténtico de lo pasajero? Desde la fascinación por las misteriosas cajas de la dark web hasta el humor de "corecore", la era digital desafía nuestra percepción de autenticidad.



Todas las imágenes son reproducciones de TikTok

BRAZIL ON THE RISE

La creatividad brasileña está ganando protagonismo en el escenario internacional, revelando facetas auténticas e inusuales del país, mucho más allá de los clichés de fútbol y samba. Expresiones sorprendentes y genuinas llaman la atención a nivel mundial, demostrando que Brasil es una rica fuente de innovación cultural. Desde la escuela de samba Mangueira cerrando el desfile de Chloé, el León de Oro en la Bienal de Venecia con el pabellón de Gabi de Matos y Paulo Tavares, Anitta brillando en premiaciones internacionales, el funk resonando en las pasarelas de París, la marca brasileña Farm Rio conquistando corazones europeos con sus estampados y diseños "tupiniquins", Lezio Lopes ilustrando las aperturas de "The White Lotus" y Pedro Saci, quien después de tres años viviendo en París, colaboró con la colección Primavera/Verano 2024 de Balenciaga, son solo algunos ejemplos de este impacto creativo brasileño a escala global. Estas expresiones auténticas desafían percepciones y celebran la diversidad cultural de Brasil.



Divulgación FARM Rio



CARNAVAL EN LA PASARELA

Mangueira brilla en la pasarela de Chloé

En la Semana de la Moda de París, Chloé sorprendió con una despedida memorable. La batería de la escuela de samba Mangueira cerró el desfile de primavera/verano 2024 de la marca al ritmo del samba "Exaltação à Mangueira". Vestido con los colores vibrantes de la marca, el grupo carioca llevó alegría y brasilidade a la pasarela parisina. La estilista Gabriela Hearst, que deja Chloé después de tres años al mando, reveló su última colección con un homenaje al Carnaval brasileño. El evento marcó el fin de un capítulo vibrante en la historia de la marca, lleno de colaboraciones e innovaciones.

EL FUNK BRASILEÑO CONQUISTANDO EL MUNDO

El funk se convierte en un ritmo global

El funk brasileño no solo conquistó el mundo, sino que invadió con intensidad las pasarelas internacionales. Desde la contagiosa energía del Coachella hasta los campos de la Copa del Mundo, el ritmo ahora presta su vitalidad al prestigioso desfile de Louis Vuitton en París. Bajo los reflectores, el funk carioca encantó no solo a Rosalía, sino a todo el universo de la moda. Más que música, el funk carioca es un símbolo de la cultura brasileña que trasciende fronteras, celebrando la diversidad y la creatividad.





FARM RIO EN ITALIA

Marca encanta con tienda pop-up

Farm Rio está conquistando Europa. Tras pasar por París y Londres, la marca llega a Italia con una increíble pop-up en la tienda departamental Rinascente Milano Duomo. Es una celebración de la cultura, de los colores y del arte brasileño. Además, las vitrinas cobran vida con estampados exclusivos en esculturas gigantes de ganchillo, un homenaje a la naturaleza exuberante de Brasil.

BRASIL A LA VANGUARDIA DE LA ARQUITECTURA

Arquitectura brasileña se destaca en la Bienal de Venecia

Brasil conquista el León de Oro en la Bienal de Arquitectura de Venecia 2023 con el Pabellón "Terra". Curado por Gabriela de Matos y Paulo Tavares, el pabellón evidenció la innovación, la diversidad y repensó el pasado para proyectar el futuro. La ceremonia en la sede de la Bienal también rindió homenaje a notables de la arquitectura y del arte, incluyendo a Demas Nwoko. La arquitectura brasileña se muestra no solo innovadora, sino profundamente inspiradora.



MIRAMOS CON ENTUSIASMO HACIA EL HORIZONTE QUE SE PERfila EN BASE A LAS MACROTENDENCIAS DE 2024. LOS MOVIMIENTOS QUE SURGIRÁN A PARTIR DE ESTOS INSIGHTS PROMETEN MOLDEAR EL ESCENARIO DE LA ARQUITECTURA, DEL DISEÑO Y DE LA SOCIEDAD COMO UN TODO.

CONCLUSIÓN

Con **"Multipl(us)"**, la creatividad y la búsqueda por pertenencia a comunidades diversas se destacarán, fomentando la celebración de referencias contrastantes. Este movimiento representa una nueva era de expresión individual dentro de colectivos diversificados, impulsando la innovación en el diseño de interiores.

"Rewind" nos invita a desacelerar, contemplar el pasado y valorar lo esencial. La tendencia trae consigo un renacimiento del interés por la artesanía y la simplicidad, abriendo camino a un diseño más humanizado.

Finalmente, **"e-Ethics"** pone en foco los impactos profundos de la tecnología en nuestra sociedad, planteando cuestiones éticas esenciales. Nos insta a repensar cómo los valores y principios deben moldear la tecnología.

A medida que percibimos estos movimientos y nuevos arreglos sociales, sentimos la responsabilidad de estar de acuerdo, en desacuerdo o ignorarlos, en busca de un futuro que creemos que pueda ser más ligero, más auténtico, más orgánico, más optimista, más sustentable. Más humano. Un Trendbook siempre trae una idea de movimiento. No es una fotografía. Es un fragmento de una película que transcurre por un período. Y es este movimiento el que nos muestra el camino. No podemos simplemente observar lo que viene por delante. Somos nosotros quienes construimos lo nuevo.

Portobello

[@portobello](#)

[/portobellooficial](#)

www.portobello.com.br

www.archtrends.com