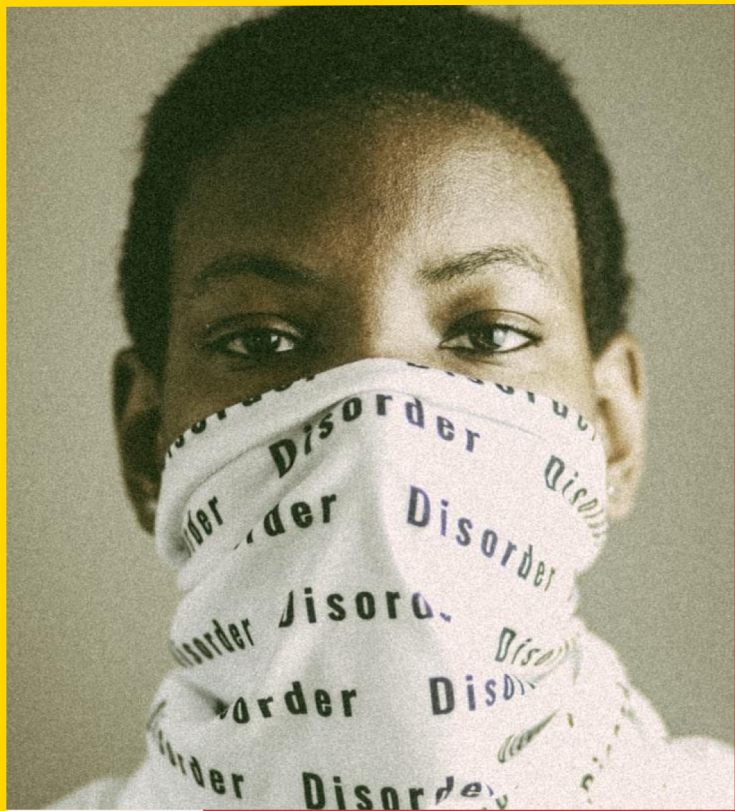


# VIRAMUNDO

Equipe Insights | Estratégia





## UM DOCUMENTO DE TENDÊNCIAS NÃO CONVENCIONAL, DAQUELES QUE VOCÊ NÃO SABE QUE PRECISA, ATÉ TER ELE EM MÃOS.

O Viramundo é para se consultar frequentemente. Os temas, à primeira vista, podem até ser semelhantes aos relatórios de tendências do mercado, mas o diferencial dessa metodologia é mostrar onde elas nasceram, de fato, para dar uma visão mais ampla, adaptável e não necessariamente elitista. Para isso, nos aprofundamos nessas tendências e fomos buscar indícios de mudanças que apontem alguma transformação. Afinal de contas, daqui pra frente, tudo deve ser diferente!

# Sumário



## 1. beleza

- 1.1 Beleza pura
- 1.2 A pele que habito
- 1.3 Ano novo, novas máscaras

## 2. saúde e bem-estar

- 2.1 Eu, melhor
- 2.2 Mãos que curam
- 2.3 Ar que cura
- 2.4 Canabinóides
- 2.5 A revolução será microscópica

## 3. gastronomia

- 3.1 Chefs para viagem
- 3.2 Cozinha escondidinha
- 3.3 Diferença na cópia
- 3.4 Do chevette ao negroni
- 3.5 Ovo de grão

## 4. sociedade

- 4.1 Digisexualidade
- 4.2 Apocalypsing
- 4.3 Pet eletrônico

## 5. nada de festinha

- 5.1 Cancelado
- 5.2 A saída é o online

## 6. protesto

- 6.1 Isolamento quebrado por esgotamento
- 6.2 Carreatas por prevenção
- 6.3 Anarquia digital

## 7. aesthetics

- 7.1 Conforto chique
- 7.2 Minha luz é de led e de neon
- 7.3 Distopia estética
- 7.4 Pantone para mudar o mood
- 7.5 Cores... de 2021

## 8. trabalho

- 8.1 Casa/escritório
- 8.2 A ocasião faz o empreendedor
- 8.3 Atenção a recessão

## 9. mobilidade

- 9.1 Autonomia dos carros
- 9.2 Ter o bem, gastando pouco vintém
- 9.3 Carros na nuvem
- 9.4 Transporte seguro... de vírus e bactérias

## 10. tecnologia

- 10.1 Tecnologia vs. racismo
- 10.2 Can't touch this
- 10.3 A voz de comando

## 11. negócios

- 11.1 Significa!
- 11.2 Aprender em casa
- 11.3 Capacitação sem padrão

## 12. comunicação

- 12.1 Ver de todas as formas
- 12.2 Mídia sem "irritações"
- 12.3 Cookieless world
- 12.4 Cinema vs. streaming
- 12.5 Linguagem para todos

## 13. ponto final (ou de começo)

## 14. bibliografia

Vamos começar de um jeito leve? Leveza, aliás, é o que as pessoas buscam neste momento, inclusive na rotina de beleza e autocuidado, esse último é muito valorizado, mas o cuidado coletivo também. Produtos naturais e veganos ganham o coração dos consumidores, assim como o minimalismo. Nada de maquiagens carregadas ou penteadeiras abarrotadas de produtos. Menos é mais e o aspecto natural será altamente valorizado, assim como a diversidade... costuma sair melhor nas selfies 😊

# 1. Beleza





**1.1 Beleza pura:** a simplicidade tem ganhado destaque no mundo da beleza. Os antigos “12 passos da maquiagem coreana” perdem espaço para a rapidez e a agilidade. O foco é mais em cuidar da pele e de si, do que projetar uma imagem fake.

O relatório de resultados do Pinterest, em 2020, aponta para um crescimento de até **180% em pesquisas sobre yoga facial, máscara de aloe vera, maquiagem natural cotidiana e skincare caseiro.** 🐱 A atenção é para o real e natural.

People Of Color é a denominação que a indústria adotou para atender a diferentes etnias e tons de pele. A prova disso é gigantesca comunidade na internet MFMG, sigla para Make-up For Melanin Girls, que busca incessantemente por makes com todas variantes de tons da pele negra. A tendência é não deixar isso se descolar do mercado nunca mais 🧑🏾.

**1.2 A pele que habito:** olhar para todas as peles já se provou sábio, empático e simpático para as marcas. A diversidade é uma realidade étnico-cultural já exigida e que fica mais forte a cada ano, enquanto o mercado, por sua vez, busca atender essa demanda.

A hashtag  
#melaninmakeupjá conta  
com mais de **700k**  
**postagens no**  
**Instagram.**

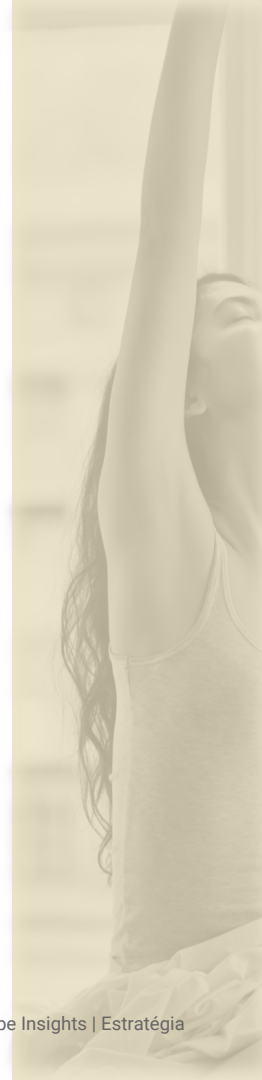
**1.3 Ano novo, novas máscaras:** ok, a vacina chegou e o mundo já caminha para a erradicação do COVID-19, mas as máscaras vão continuar... só que nesse caso, as de cuidado com o rosto. A busca por naturalidade, os cuidados com a pele ganham atenção redobrada e faz a indústria da Beleza já ficar de olho nos nossos queixos e pescoços, por causa das procuras crescentes nos dermatologistas e cirurgias plásticas 🧑‍⚕️. **Tudo por causa do tempo que passamos olhando para baixo com nossos dispositivos**, os produtos são conhecidos como “jeck” (jaw+neck = maxilar e pescoço) e devem começar a ganhar destaque.






A saúde do corpo é muito importante - e sim, as prevenções ao COVID19 vão continuar - mas as pessoas já estão olhando para a saúde integral com mais afincio, sobretudo, a mental, tão sacrificada na pandemia. Aí vale tudo, principalmente, se for natural, sem ser capaz de te prejudicar ;)

## 2. Saúde e bem-estar



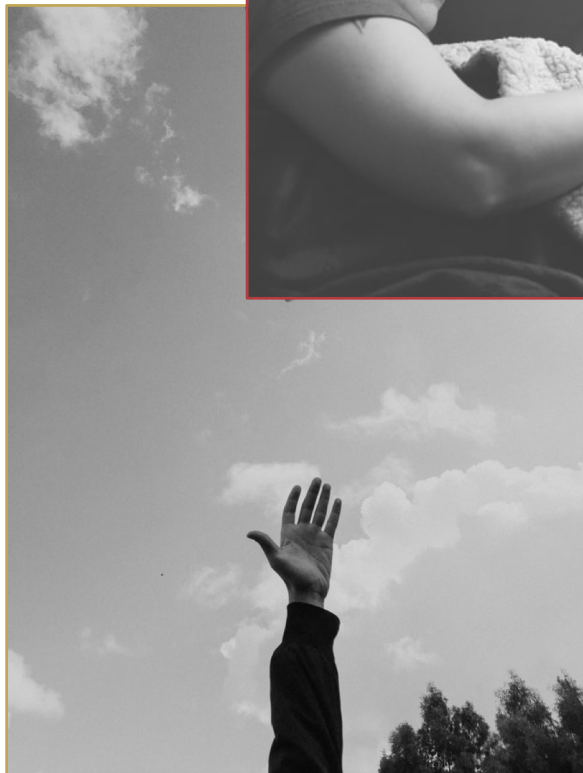




**2.1 Eu, melhor:** cuidar da saúde mental, para muitas pessoas, também é cuidar da saúde espiritual. Em 2020 o Pinterest Brasil registrou aumento de 100% de procura por cristais de proteção, além da criação de Mapas da Fantasia, técnicas de manifestação, zodíaco e “visualização do seu melhor eu”. A introspecção traz reflexão, o que as pessoas querem continuar buscando é a melhor versão de si, e que esta esteja em harmonia com o mundo 🧘.

Foram feitas **50.000**  
**menções** à “melhor  
versão de mim” em 2020.

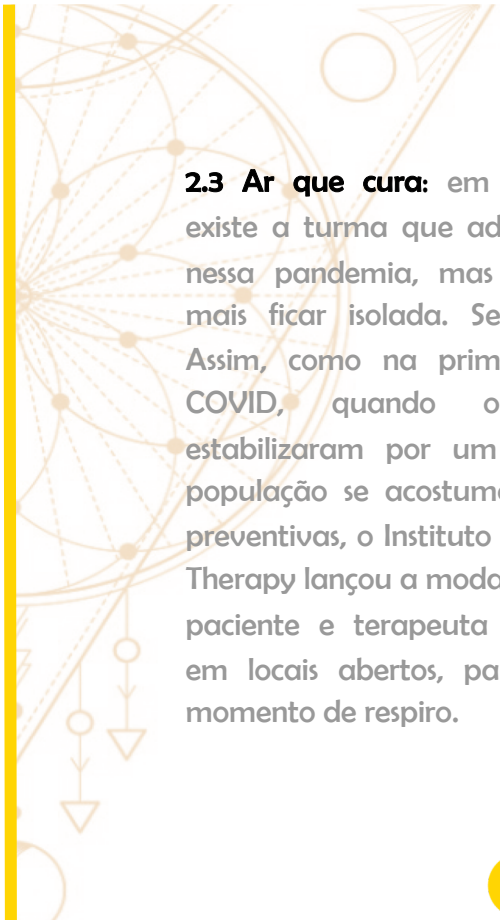
**2.2 Mãos que curam:** as terapias remotas causadas pela pandemia em 2020, tendem a continuar como meios alternativos, com o uso de dispositivos. Isso aumenta a chance de maior alcance, inclusive em áreas de risco e inacessíveis presencialmente.



A frase “preciso de terapia” foi postada

**30 mil vezes**

no Twitter, apenas em janeiro de 2021.



**2.3 Ar que cura:** em compensação, existe a turma que aderiu à terapia nessa pandemia, mas não aguenta mais ficar isolada. Sem problemas! Assim, como na primeira onda de COVID, quando os casos se estabilizaram por um período e a população se acostumou às práticas preventivas, o Instituto Peace of Mind Therapy lançou a modalidade em que paciente e terapeuta se encontram em locais abertos, para trazer esse momento de respiro.

**2.4 Canabinóides:** no fim de 2020 chegou o CBN, canabinóide mais relaxante que o CBD e o THC. O laboratório norte-americano Steep Hill, comprovou as propriedades do sedativo, usado para reduzir a insônia e ansiedade, muito provocada pelas incertezas da pandemia.

Aliás, a brasileira Viviane Sedola, criou a plataforma “Dr. Cannabis”, que organiza conteúdos sobre o assunto, conecta pacientes com médicos que receitam canabinóides e auxilia nos processos com a Anvisa para importação dos medicamentos, **a startup recebeu em 2020 um aporte de R\$2 milhões.** Vale lembrar que os tratamentos derivados da cannabis estão regularizados pela Anvisa desde 2019.





**2.5 A revolução será microscópica:** presenciamos em 2020 o que pode vir a ser um ponto histórico para a indústria farmacêutica. A vacina para a Covid-19 foi desenvolvida e fabricada em tempo recorde, graças a colaboração mútua entre diversos pesquisadores e laboratórios por todo o mundo

**Para que isso ocorresse foi necessário também a flexibilização de barreiras burocráticas e de segurança.**

Sem dúvidas, também foi de suma importância o investimento na ciência, que mais uma vez, se provou fundamental. Como herança desse período, apostamos em um desenvolvimento de medicamentos mais rápido e eficaz e, torcemos para que a pesquisa científica receba o devido valor.



Além da necessidade fisiológica, o “comer bem” se tornou um hábito para muitas pessoas, mas o que é exatamente isso? Em um cenário de recessão econômica, pode ser ter comida na mesa diariamente, economizar com o delivery, pagar menos impostos para servir às pessoas, novas formas de comer e de oferecer. As possibilidades são muitas, e precisarão ser, em um ano de economia oscilante.

## 3. **Gastronomia**



**3.1 Chefs para viagem:** o setor de restaurantes foi sem dúvidas um dos mais afetados negativamente pela pandemia. Muitos dos que sobreviveram, conseguiram graças a rápida adaptação ao sistema de deliveries (que alguns nem possuíam).

Algumas redes inclusive, passaram a priorizar o delivery em seus planos de expansão. A americana Red Lobster abriu *dark kitchens* para atender à zona urbana de Chicago.

Já aqui no Brasil, famosas hamburguerias como Z-Deli, Meats e Tradi, abriram operações exclusivas para delivery na Zona Leste, com o objetivo de ampliar seu raio de entrega aos moradores da área, que trabalhavam presencialmente em seus bairros de origem.



**3.2 Cozinha escondidinha:** a cozinha que funciona exclusivamente para deliveries, uma sábia decisão em tempos pandêmicos, está cada vez mais profissional e econômica, pois a estrutura pode ser compartilhada.

O nome “dark kitchen” surgiu na Inglaterra, em 2016, pela empresa Deliveroo; mas o conceito já existem há décadas, com as pessoas periféricas, que usam seu dom de cozinhar, mas não têm espaço físico nem recursos para abrir um restaurante; normalmente nesses casos, o delivery de “quentinhas”, “marmiteix” (depende da região) é feito pelas crianças e jovens locais.

A nomenclatura moderna, bebe dessa fonte, com melhores equipamentos, melhor logística, maior alcance do delivery e muito mais lucro.



**3.3 Diferença na cópia:** o caminho inverso também acontece e a “quebrada” bebe da fonte dos restaurantes de luxo. Quer um exemplo? O restaurante “Outbêco” surgiu nas favelas do Rio de Janeiro em agosto de 2020 com o mesmo menu e logo do “Outback”, porém com um preço mais baixo.

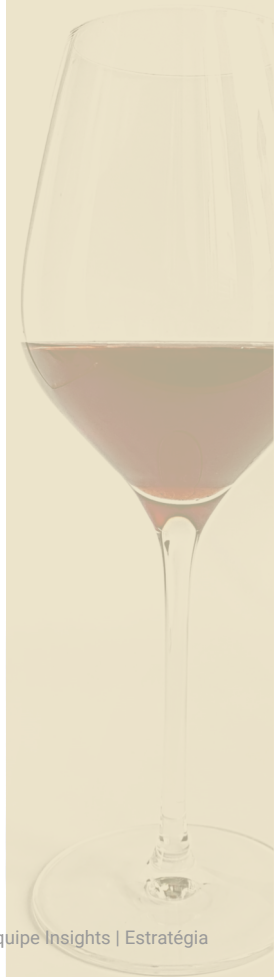


A rede original notificou o dono, com relação à logo, ele mudou - pero no mucho - e a rede australiana se diz feliz em inspirar sucessos. Sucesso, aliás, o criador sabe o que é, **em 5 meses, já são mais de 40 franquias espalhadas pelas comunidades cariocas** e uma série de pedidos na fila com um investimento de R\$10 mil. Baixo custo e sucesso garantido.



**3.4 Do chevette ao negroni:** se tem um hábito que se consolidou com a pandemia e deve se manter em alta, é beber em casa. A diferença, é que em um futuro próximo, os entusiastas do “*mé*” devem se especializar. Iremos ver cada vez mais pessoas investindo em seus bares particulares, para produzir coquetéis mais elaborados em casa, de acordo com sua preferência. O saudoso happy hour em grupo, deve continuar em um tom mais intimista, mas não menos alegre.

Pesquisa da Fiocruz apontou que **O**  
**consumo de bebidas**  
**alcóolicas subiu 18% no**  
**Brasil,** após a adoção de  
medidas restritivas contra a Covid-  
19.



**3.5 Ovo de grão:** nos últimos anos vimos a ciência e tecnologia se unindo e criando alternativas para o consumo de proteína animal. Mas quem pensou que essa onda ia parar nos hambúrgueres, se enganou. Podemos esperar novas variedades destes substitutos. Inclusive um deles já chegou ao mercado: A OGGs® Aquafaba produz ovos que não são de aves ou répteis. Sim, ovolacto vegetarianos e veganos terão mais motivos para comemorar em 2021. O aspecto é igual aos dos conhecidos ovos do dia-a-dia, mas sem a característica casca, e são feitos de ingredientes como feijão moyashi, grão de bico e soja..

**Nenhuma galinha foi maltratada nesta edição 🤪.**



Uma coisa que nós podemos afirmar é que deve haver um aumento da busca por afeto como um todo, para compensar o período de isolamento forçado e, para isso, não necessariamente estamos falando de pares, quiçá de humanos. O importante é não estar sozinho, e que seja eterno enquanto dure, nem que para isso seja preciso recorrer a criaturas eletrônicas.

**Vamos nos cuidar até o mundo melhorar?**



## 4. **Sociedade**

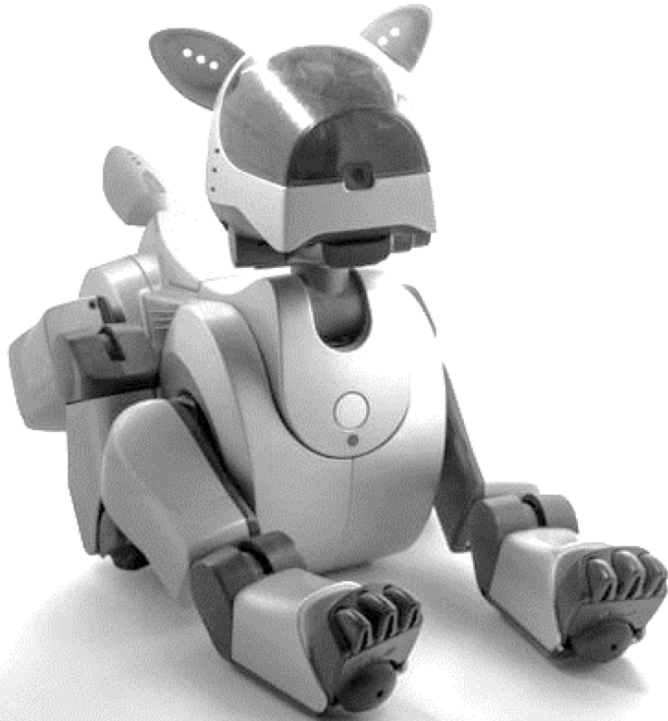


**4.1 Digisexualidade:** ok, é o bom e velho web namoro, mas só um jeito de começar uma relação “de verdade”, os apps de relacionamento já fazem sucesso há alguns anos, mas graças à pandemia, o processo se acelerou bastante. Ah, mas a tendência vai além, Inteligência Artificial e robôs especiais são usados para suprir essa necessidade emocional de amor e apoio, sem a presença física.

**4.2 Apocalypsing:** sem querer jogar um balde de água fria, mas precisamos alertar: se você acha que encontrou o amor da sua vida nessa pandemia, pode ser só a ocitocina, aquele hormônio que faz a gente se sentir conectado com o outro

Foi dessa empolgação momentânea - e decepções posteriores - que o termo “apocalypsing” nasceu, cunhado pelo site norte-americano de relacionamentos “Plenty of Fish”. É basicamente tratar o relacionamento atual como se fosse o último e/ou como se fosse logo acabar, para evitar desilusões. Ô gente!






**4.3 Pet eletrônico:** afeto no mundo moderno não se limita às relações humanas, e como a palavra não está diretamente ligada a pare. Já se viabiliza a evolução de bichinhos tecnológicos que oferecem essa conexão social e combate à solidão. Quem não tem cão, caça com pet-eletrônico? 😊

As festas mais aguardadas pelos brasileiros não vão acontecer em 2021... Talvez nem em 2022, quem sabe em 2023? Com os casos de internações por COVID-19 em alta histórica, e a vacinação tendo começado recentemente (ainda em ritmo lento), eventos tradicionais onde costuma-se ter aglomeração - carnaval e festa junina por exemplo - não tem previsão de acontecer tão cedo.

Entre 01 Janeiro e 16 de Fevereiro de 2021 foram registradas **103.500** **conversas em redes sociais** contendo o termo "Ano sem Carnaval"

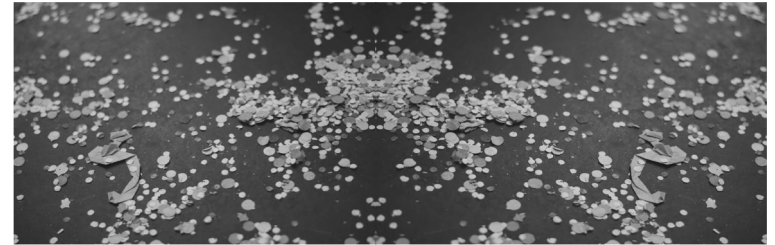
## 5. Nada de festinha





**5.1 Cancelado:** grandes capitais conhecidas pelo seu carnaval cancelaram a folia este ano, a razão é a pandemia de COVID-19 e sua alta nos casos: Rio de Janeiro, Recife, Olinda, Salvador e São Paulo são algumas das cidades conhecidas por seus carnavais de rua, que cancelaram completamente ou realizaram eventos virtuais. Os governantes das cidades entenderam que este não é o momento de provocar mais aglomeração, enquanto a vacinação não atingir toda a população

**Spoiler Alert:** carnaval sem previsão de acontecer em também 2022.



**5.2 A saída é o online:** o carnaval de 2021 não ocorreu com presença física, como estamos acostumados, mas grandes estrelas da música brasileira realizaram eventos online, para não deixar o astral baixar. Por exemplo, Daniela Mercury realizou uma live no dia 12/02, Ivete Sangalo e Claudia Leitte “quebraram a internet” com uma live colaborativa (com direito a selinho), no dia 13/02; Harmonia do Samba, É O Tchan e Parangolé também organizaram um encontro de trios online. Escolas de samba do RJ e SP também entraram na onda. Nossa aposta é em uma evolução do formato das lives (que foram uma febre em 2020), mas focadas em datas comemorativas.



Nem todas as tragédias de 2020 foram relacionadas ao COVID. Tivemos um ano de muita injustiça de todos os tipos: assassinatos, perda de empregos, corrupção política, precarização da saúde, discriminação racial, xenofobia, perseguição... Nada que tenha sido tão diferente dos últimos anos, mas em 2020 as pessoas tiveram mais “tempo” para se revoltar e agir. Temos vistos protestos de todos os tipos, de tweets a carreatas, o importante é não deixar de se posicionar. Um spoiler, eles vão aumentar!



## 6. Protesto!





**6.1 Isolamento quebrado por esgotamento:** estamos (quem pode) há mais de 1 ano em isolamento social por causa da pandemia de COVID-19, mas existem situações em que isso é quebrado, como em casos de assassinatos, racismo, falta de fornecimento de luz, corrupção política, desemprego e/ou outros crimes e injustiças sociais. Isso vem acontecendo no Brasil e no mundo, tende a aumentar à medida que os casos vêm aumentando e a população vem sendo vacinada.



**6.2 Carreatas por prevenção:** os protestos em carreatas também estão numa crescente pelo Brasil, pelos mesmos motivos dos presenciais, mas como alternativa para quem não quer se expor ao vírus enquanto ainda não foi vacinad\_. A diferença é que esta modalidade, tende a diminuir, à medida que a população vá sendo vacinada.





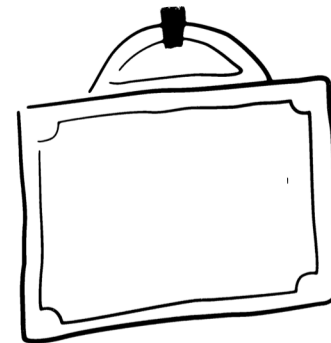
**6.3 Anarquia digital:** diferentemente da “revolução de sofá” essa é bem eficiente e levanta ou derruba movimentos, sim. Twitter é a grande “arma” dos militantes digitais, composto por diversos grupos:

**movimentos negros, LGBTQI+, “aliados” e especialmente fãs de K-pop**

Os amantes das bandas de pop asiático são verdadeiras legiões no mundo inteiro e se unem para diversas causas como boicotes à perseguições de liberdade política, racismo e -pasmem - já derrubaram até comícios de Donald Trump. Melhor manter essa turma por perto e bem amiga.

A pandemia de COVID-19, além do isolamento, está obrigando as pessoas a assumirem uma série de novas posturas para proteção, sua e do coletivo. Roupas, decoração, postura... Tudo sendo pensado, vestido e decorado para trazer proteção, ânimo e conforto.

## 7. Aesthetics





**7.1 Conforto chique:** conforto, bem-estar, leveza... tudo que está associado ao vestuário de casa, após a pandemia vai ganhar as ruas e os ambientes corporativos. O estilo *comfy* é democrático, agênero e uma delícia de vestir. O conforto do home-office vai sim ser estendido para a vida “normal” e para a indústria da moda.



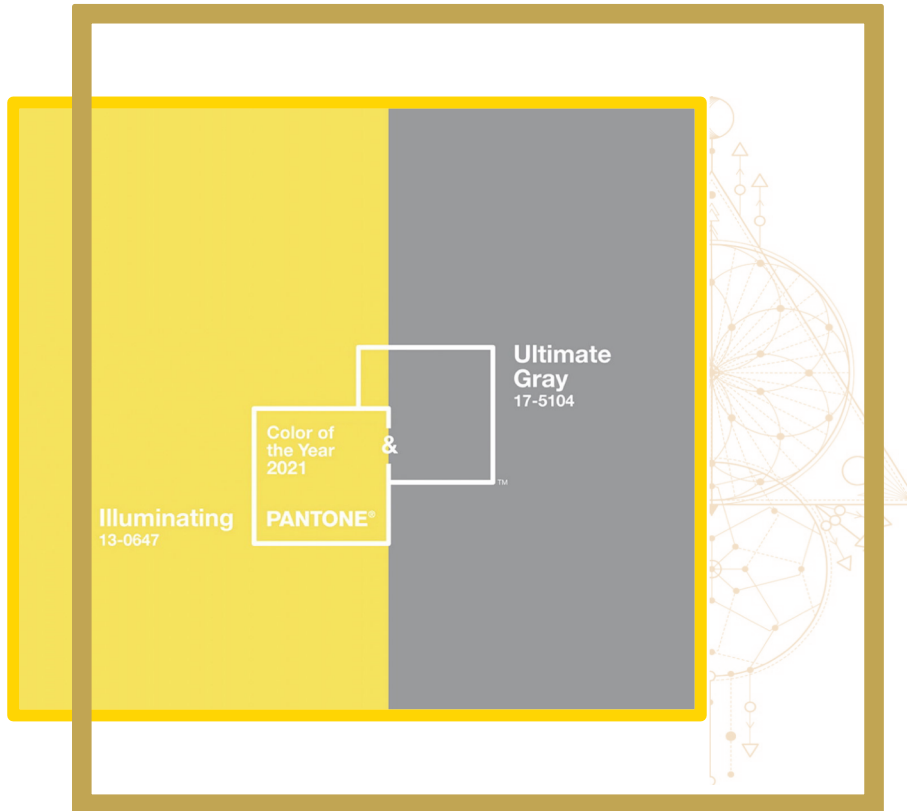
**7.2 Minha luz é de led e de neon:** basta uma navegada pelo perfil dos principais tiktokers da Geração Z, que podemos perceber a presença dos detalhes neon na decoração de seus quartos. As mesmas luzes neon e LED também estão presentes nos quartos dos principais streamers de games da Twitch. Um conjunto de fatores, que dão indícios de que devemos ver cada vez mais essa tendência estética.

Segundo relatório de tendências para 2021 do Pinterest, as buscas por “luz azul de LED” **cresceram 155%**, enquanto por “quarto neon” foram **8x maiores que em 2019.**





**7.3 Distopia estética:** o uso diário das máscaras tornaram a vida, em 2020, muito semelhante a um filme pós-apocalíptico. Toda essa estética, inclusive, vem servindo como inspiração para o artista plástico Hardy Wong, que criou o projeto “The Post Pandemic Landscape”. Nele, o artista ilustra como deve ser a estética em um mundo pós-pandemia. O slogan que resume o trabalho é “Isolation is health. Freedom is arrogance. Obedience is safety.”. Se você acha que lembra algo saído diretamente da obra orwelliana, “1984”, você tem toda razão.



**7.4 Pantone para mudar o mood:** falar de cores é trazer a Pantone! A gigante das cores trouxe para 2021 dois tons: Illuminating e Ultimate Gray. A primeira vista, as cores cinza e amarelo parecem opostas, mas, na verdade, são complementares e representam o equilíbrio, entre força e otimismo, buscado pelas pessoas após - e durante - um período tão difícil. As cores, como discutido desde o anúncio, podem não ser o que todos esperavam, mas é o que todos desejam.

**Cês repararam que a Pantone enrolou, enrolou para explicar, mas a verdade é que só uma homenagem à F.biz 😜.**

**7.5 Cores... de 2021:** além da Pantone existem outras cores determinadas para o ano, pois nem só de força e otimismo se vive, não é mesmo? Por isso, as cores sugeridas pelas principais consultorias de design e tendências tentam refletir o que vamos enfrentar e desejar em 2021.



A WGSN aposta na **"A.I. Aqua"**, que representa o salto tecnológico prometido para a próxima década. **"Meia Luz"**, cor sugerida pela SuviniL, traz a busca por conforto, enquanto a **"Pedra Esculpida"** da Coral, demonstra a busca por estabilidade.

Não se trata de não pensar em crise e trabalhar, felizmente a maior parte do mercado entendeu que é preciso garantir o trabalho para que a crise não venha; e se tem algo que não foi fácil em 2020, foi garantir isso... Mas foi possível em muitas áreas, além de possível, foi preciso! Em todos os sentidos. Essa precisão, se deu em criar novas formas e condições de trabalho: na rua, na chuva, na fazenda ou numa casinha de sapê 😊.

A descontração é para aliviar a tensão de um ano caótico, mas que transformou o mercado e trouxe novos olhares para um modelo antigo, de trabalho e economia.

## 8. Trabalho

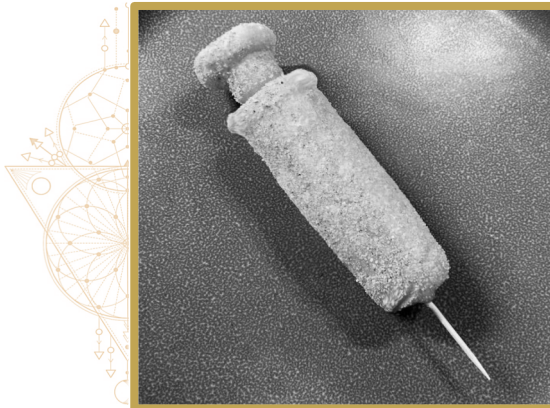
**8.1 Casa/escritório:** imagine-se daqui há um tempo você falando aos seus filhos e netos: “trabalho presencial é tão 2020”, dados da FIA apontam que 46% das empresas brasileiras adotaram o home-office em 2020. É isso, esse foi o ano que marcou de vez, se não o fim da presença física, mas o começo da flexibilização. E não é que agradou a todos? 2021 promete ser um ano de hibridização, daqueles que só se aparece nos escritórios para reuniões pontuais e o trabalho do dia a dia fica dentro da nossa casinha mesmo..



Já para quem não trabalha de forma administrativa, e precisa continuar trabalhando presencialmente, **as medidas sanitárias adotadas no período, indicam que serão para todo o sempre mesmo.**



**8.2 A ocasião faz o empreendedor:** empreendedorismo já é algo amplamente propagado no mundo todo, mas aqui não vamos falar de startups, não das convencionais. A COVID-19, sempre ela, afetou o mercado de trabalho, inclusive no desemprego, e os brasileiros criaram novas formas de sustento, de posse da criatividade. Surgiu a Coxonovac, a coxinha em forma de seringa, recheada com frango e “butantupiry” - criada pela mineira Shirley Cândido; além disso tem o chopp Coronelvac, de um bar no interior de SP e a Cloropinga, que entregam até por delivery. O coronavírus vai embora, mas marcará para sempre a população.

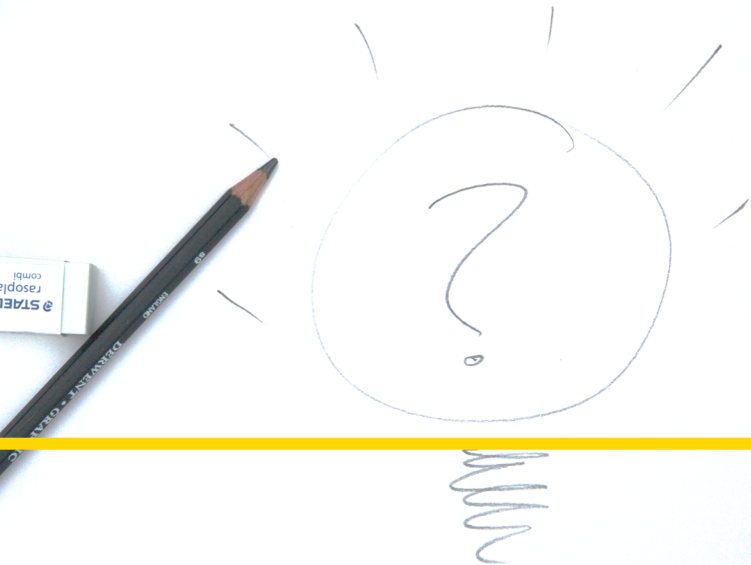


As ações surtiram efeito: só o post da Coronelvac obteve um número de curtidas aproximadamente **6x maior do que a média habitual do perfil bar onde foi criado.**

O Brasil atingiu em novembro de 2020 um recorde histórico: **14,6% de desemprego**, segundo o IBGE.

**8.3 Atenção a recessão:** otimismo moderado, é o que pregam alguns especialistas. A crise econômica gerada pelo coronavírus é diferente das anteriores, atingiu diretamente os serviços e os empregos foram mais afetados do que a produção em geral. Com o avanço da vacina, o setor vai se reativando. O FMI prevê um crescimento do PIB mundial de 5,2, após queda de 4,4% em 2020.!

A promessa é de crescimento, mas a partir do segundo semestre, se a pandemia for devidamente controlada. O Banco Central Europeu e a Reserva Federal dos EUA firmaram um acordo de manter os juros ultra baixos em 2021 e a compra de ativos do mercado, mas contam com o apoio dos Governos. A recuperação não será uníssona, começará pela Europa, EUA, China e Japão. Cautela é preciso







O mercado automotivo se prepara para uma grande virada de chave (na ignição 😊). Tudo graças a implementação de novas tecnologias, como a Inteligência Artificial e a Internet das Coisas. Ao mesmo tempo em que continua sendo impactado por mudanças nos hábitos de transporte em todo o mundo, graças à pandemia do coronavírus.

## 9. Mobilidade





**9.1 Autonomia dos carros:** Nos últimos anos acompanhamos a evolução da Tesla no segmento de carros autônomos, mercado onde reina de forma inquestionável. Podemos esperar outras montadoras entrarem na briga, pelo menos é o que muitas delas prometem. A Ford já está desenvolvendo uma nova linha e projeta entregar carros autônomos até 2026, a GM até 2023 e a Mercedes-Benz promete incluir algum grau de autonomia na sua linha ainda em 2021. Será que em um futuro próximo veremos o reino de Elon Musk ameaçado?

Mais econômico e menos estressante, o serviço de assinatura de automóveis **cresceu 15% ano passado, desde o início da pandemia.**



## 9.2 Ter o bem, gastando pouco vintém:

os aluguéis de carro tiveram uma queda de preço desde o início da pandemia, mas um outro negócio ganhou ainda mais força, o de assinatura de carros. Agora, uma curiosidade: vendedores ambulantes são grandes consumidores de carros de luxo, por assinatura. “Valoriza o produto e não tem gasto com manutenção”, diz Miguel Pereira, conhecido ambulante de SP, que já alugou até uma BMW para o serviço.



**9.3 Carros na nuvem:** computador de bordo com Android, GPS e Spotify integrados, piloto automático mais uma infinidade de funcionalidades. Essas são as promessas para o carro conectado, que devem se tornar cada vez importantes fatores de decisão na compra de um automóvel.

Todos esses recursos vão exigir a coleta de dados, ao mesmo tempo que geram novos dados para análise. Abrem-se novas possibilidades para inserção de mídia, ao mesmo tempo em que surgem questionamentos sobre a segurança dos usuários.



**9.4 Transporte seguro... de vírus e bactérias:** quando você pensa em transporte seguro, tenho certeza que vem à mente questões como acessórios de segurança ou índice de criminalidade.

Acertamos? Com certeza esses foram alguns dos principais fatores até 2019, mas em 2020 tudo mudou. Segundo uma pesquisa da McKinsey, após a pandemia, o principal fator de decisão na hora de escolher um meio de transporte tornou-se o risco de contaminação, tanto para viagens em grupo quanto para viagens privadas.

Esse novo hábito, deve moldar nossa percepção de mobilidade em daqui pra frente.

Carros voadores, drones de vigilância, biohacking... Tendências tão 2019. Se estava esperando por coisas nessa linha, leia novamente o prefácio do relatório. A maior parte dessas inovações foram para escanteio assim que a crise de 2020 bateu à porta. O que temos aqui são tendências de tecnologia que devem influenciar, de verdade, nosso cotidiano.



# 10. Tecnologia



---

**10.1 Tecnologia vs. racismo:** o aplicativo de reviews Yelp! lançou uma função em sua plataforma que permite que usuários denunciem estabelecimentos com histórico de conduta racista. É interessante ver a mudança de postura de uma grande empresa de tecnologia, já que infelizmente estamos repletos de casos em que algoritmos tendem ao racismo (programado por racistas). Torcemos para que mais iniciativas que utilizem a tecnologia no combate aos crimes, injustiças e desigualdades.

---





**10.2 Can't touch this:** a tecnologia *touch screen* tem sido uma das principais apostas para automatizar processos de atendimento, de fast food a aeroportos. Mas após um ano em que a recomendação foi de não tocar em nada, como fazer? Por mais que a constante utilização de álcool em gel sirva como uma forma de proteção, não é o suficiente para manter em alta o uso das telas em espaços públicos.

Existe uma grande chance de vermos uma **nova tecnologia** que resolva o problema ou devemos ver a volta de **funcionários humanos em funções que a máquina já havia dominado.**



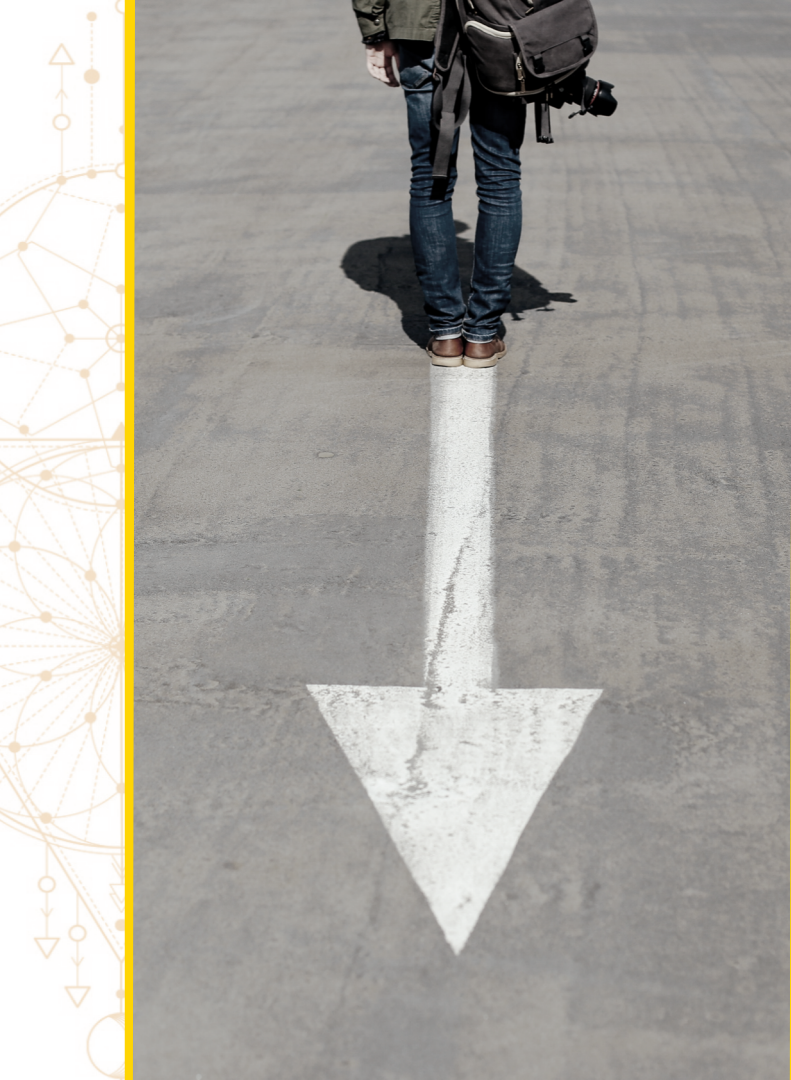


**10.3 A voz de comando:** esse tópico poderia até ser uma continuação do anterior, mas é muito mais do que isso. **Em 2020, tivemos uma popularização do uso de assistentes pessoais.** As I.A que já eram comuns em gadgets, iniciaram uma invasão às residências brasileiras, confirmando uma tendência que já havia se consolidado lá fora. O produto que havia chegado no Brasil com um preço alto, pôde ser encontrado por volta de R\$200 na última Black Friday. Sua popularização nos acende um alerta: será que a era da voz está de volta? **Podcasts, assistentes de voz, Clubhouse surgindo (entre tantas polêmicas e discussões)...** Apostamos que sim!

O mundo dos negócios foi sacudido e virado de cabeça para baixo em 2020. Muitos setores tiveram que se redescobrir e muitas empresas se reinventar. Em meio ao caos e a incerteza, a estratégia usada foi de tornar as palavras mais acolhedoras e ligar sua marca à um propósito.

# 11. Negócios





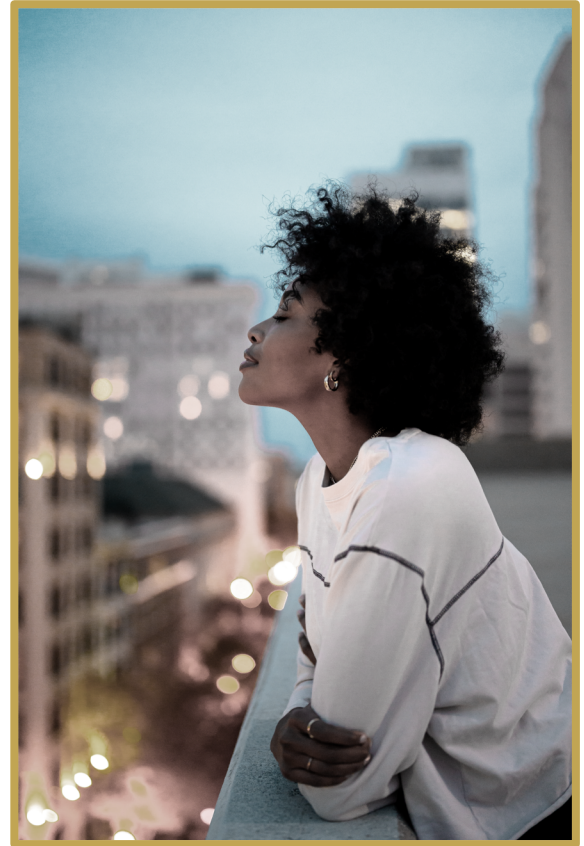
**11.1 Significa!** “busca por propósito” está entre as principais tendências de negócios da Forbes em 2021. O conceito soa abstrato, mas é acionável. Após a tragédia que vivemos em 2020 (e que continuamos a viver), as pessoas passaram a buscar novos sentidos em suas vidas. Pessoas essas que são nossos clientes, colaboradores e familiares. Para conquistá-los neste ano, devemos mostrar que estamos em sintonia com essa busca; é preciso explicitar os valores e intenções em todas as áreas. Fortaleçamos (e mantenhamos) as relações nesse novo ano, é imprescindível os valores estarem alinhados com as ações.

**11.2 Aprender em casa:** se tem algo que a pandemia vai deixar é a hibridização - do trabalho, do guarda-roupa e do ensino. A educação foi uma das áreas mais afetadas e com maior evasão, cerca de **4 milhões de alunos**, por falta de recursos para o ensino à distância. Aqueles que não desistiram e seguem com as aulas online, não possuem uma previsão de retorno definida.



As instituições precisarão se adequar para a hibridização e fornecer meios e equipamentos para as aulas presenciais e online, já que **a volta em definitivo ao modo presencial, não está no horizonte nem dos mais otimistas.**

**11.3 Escola de negócios sem padrão:** *Selfmade* é um programa da revista de lifestyle e influência **“Brit+co”** focada em formar mulheres empreendedoras. O curso é ministrado pelos fundadores da empresa: Brit Morin e Anjelika Temple. Aqui no Brasil, a **“Empreende Ai”** forma empreendedores nas periferias de São Paulo e já atendeu mais de 900 pessoas desde 2015, das quais **72% são pretas ou pardas**. Tais iniciativas vêm ganhando força e constroem oportunidades de negócios para grupos majoritários, porém, menos favorecidos. Com a recessão causada pelo coronavírus e o alto índice de desemprego, apostamos no aumento de iniciativas voltadas aos empreendedores de baixa renda.



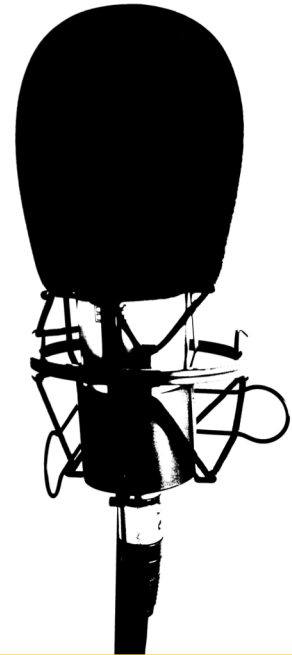
# 12. Comunicação

---

Comunicação foi o **setor responsável por acalmar os ânimos em 2020**. Novos formatos foram colocados à prova, antigos formatos foram aperfeiçoados e como consequência, novos hábitos foram criados. Destes canais abertos quais devem continuar em alta e quais já dão sinais de transformação?

**12.1 Ver de todas as formas**, parece ser o caminho do futuro para a comunicação. Abaixo listamos um compilado de formatos em que apostamos:

- **Omnichannel** (ganha força com a hibridização das relações comerciais)
- **Social Commerce** (pelo mesmo motivo citado acima, porém tendo mais força em canais digitais)
- **Festivais 100% Online** (evolução das lives que fizeram sucesso no início da pandemia)
- **APPXperience** (apps que preencham o gap deixado pela experiência de compra presencial)

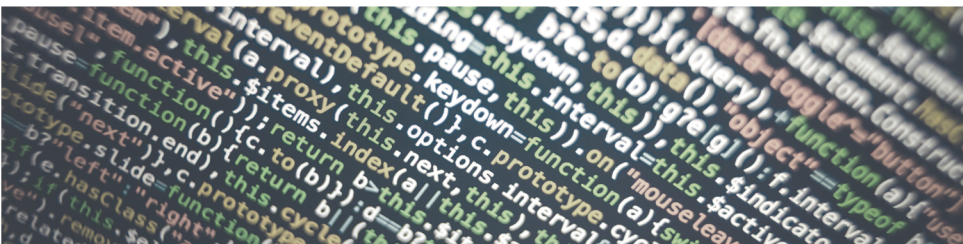




**12.2 Mídia sem “irritações”:** em 2020 o tempo de consumo de mídia aumentou exponencialmente. Pode ser que você tenha visto mais séries por streaming, ou até aumentado o tempo que fica no Instagram. Mas qual é o impacto desse novo comportamento na absorção de anúncios?

Um exemplo? As lives. Conteúdos ricos, geralmente com uma longa duração e recheados de inserções breves, mas altamente contextualizadas. Essas boas práticas seguem, até porque nada mais incômodo do que uma chamada invasiva e mal direcionada quando queremos descansar a mente.

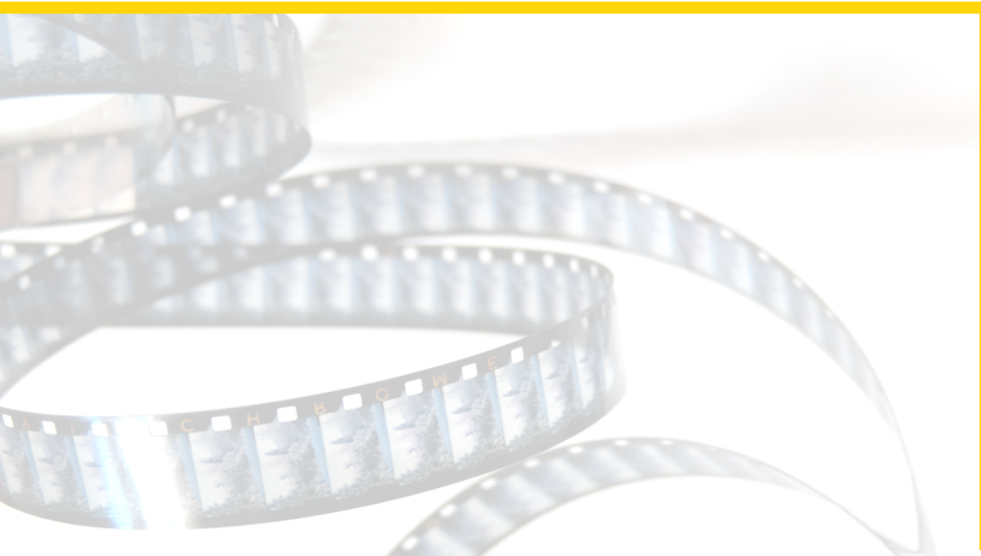




**12.3 Cookieless world:** com a implementação de leis de proteção de dados como a LGPD e a RGPD, somadas ao maior entendimento dos usuários sobre o uso das suas informações, aumenta a pressão para que plataformas abram mão dessa coleta. Por possuir uma menor complexidade, o sistema que poderá sofrer com o primeiro impacto, é o de coleta de cookies. Talvez estejamos olhando para um horizonte sem cookies, que vai precisar de

**métodos alternativos para coletar dados.**

**12.4 Cinema vs. streaming:** um dos setores mais afetados pelas medidas de restrição, em 2020, foi o de cinemas; em contrapartida o consumo de streaming nunca foi tão alto. Com a diminuição das restrições, em alguns locais neste início de o fim do ano passado, os principais filmes da temporada têm sido **lançados simultaneamente nos dois formatos.**



Os espectadores ainda se mostram inseguros para retornar aos cinemas, fracas bilheterias de filmes como “Novos Mutantes” e “Mulher Maravilha 1984” confirmam. Fechamos este tópico com alguns questionamentos: **Estamos presenciando mais um caso como “a televisão vai matar o rádio”? Será o cinema a próxima vítima do streaming depois das locadoras? Ou tudo não passa de uma alternativa momentânea?**

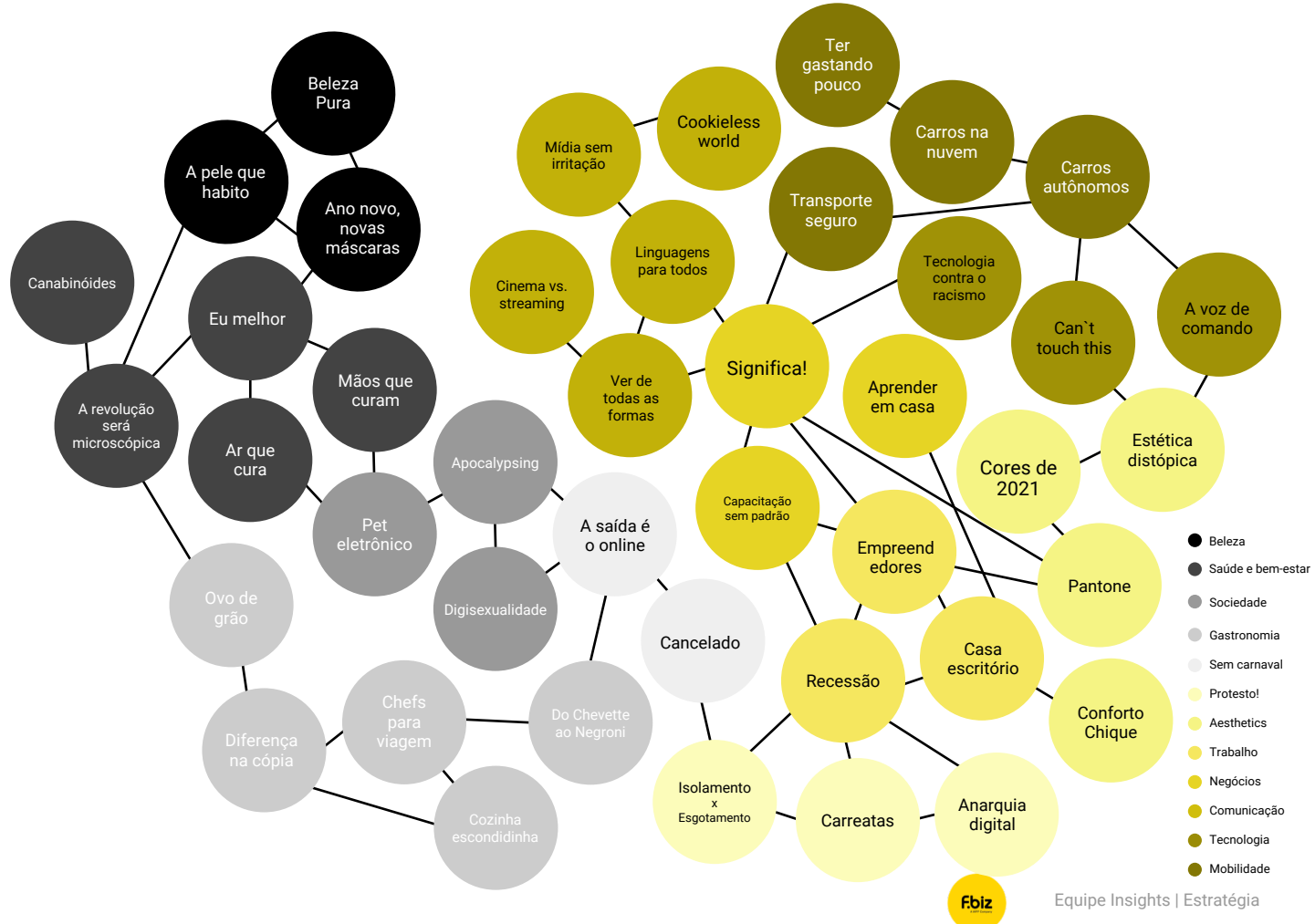
**12.5 Linguagem para todos:** a acessibilidade (felizmente) vem ganhando espaço na comunicação nos últimos anos, inclusive existem várias iniciativas em destaque, “Pra Cego Ver” é uma delas. Mas, como ir além? É importante entender que nem todos os consumidores do conteúdo que produzimos, são especialistas nos assuntos - e são muitos. Por isso, o desafio a partir de agora é criar mensagens compreensíveis para quem é totalmente leigo, mas precisa ser impactado.

Praticar **cidadania digital é tornar a linguagem representativa** e ganhar a simpatia de todos.



# Ponto Final (ou de começo)

Ressaltamos que muitas dessas tendências estão interligadas de alguma maneira. Muitas possuem o mesmo gatilho, mesmo que não façam parte do mesmo tema. Por isso, criamos este mapa, que demonstra uma visão macro do relatório e como essas diferentes tendências podem, em algum, momento se relacionar.





# Bibliografia

## 1. beleza

1.1 Beleza pura -

<https://vogue.globo.com/beleza/pele/noticia/2021/01/n-beauty-tendencia-de-beleza-minimalista-inspirada-nos-paises-nordicos.html>

1.2 A pele que habito -

<https://business.pinterest.com/pt-br/content/pinterest-predicts/skinimalism/>  
<https://www.trendhunter.com/trends/makeup-for-melanin-girls>

1.3 Ano novo, novas máscaras -

<https://www.wgsn.com/insight/p/article/89859>  
<https://campanhas.portalsbot.org.br/celular-x-postura/>

## 2. saúde e bem-estar

2.1 Eu, melhor -

<https://business.pinterest.com/pt-br/content/pinterest-predicts/modern-mystic/>

2.2 Mãos que curam - <https://www.wellandgood.com/fitness-wellness-trends/health-trends/>

2.3 Ar que cura -

<https://www.forbes.com/sites/jonisweet/2021/12/28/10-wellness-trends-you-have-to-try-in-2021/>

2.4 Canabinóides -

<https://www.wgsn.com/insight/p/article/89859>  
<https://drcannabis.com.br/>

2.5 A revolução será microscópica -

<https://www.inc.com/anis-uzzaman/top-business-technology-trends-in-2021.html>

## 3. gastronomia

3.1 Chefs para viagem -

<https://www.trendhunter.com/trends/reb-lobster>

3.2 Cozinha escondidinha -

<https://cozil.com.br/dark-kitchens/>

3.3 Diferença na cópia -

<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2021/01/20/outbeco-versao-generica-de-restaurante-faz-sucesso-em-comunidades-do-rio.htm>

3.4 Do chevette ao negroni -

<https://exame.com/ciencia/consumo-de-alcool-tem-drastico-aumento-na-quarentena/>

<https://agora.folha.uol.com.br/sao-paulo/2020/10/drink-da-moda-chevette-se-espalha-pelos-bares-e-adeqas.shtml>

3.5 Ovo de grão -

<https://www.wgsn.com/insight/p/article/89859>  
<https://www.loveeggs.com/product-oggs-aquafaba-egg-alternative/>

## 4. sociedade

4.1 Digisexualidade -

<https://www.wgsn.com/insight/p/article/89859>

4.2 Apocalypsing -

<https://www.foxnews.com/lifestyle/coronavirus-pandemic-apocalypsing-relatable-dating>

4.3 Pet eletrônico -

<https://www.wgsn.com/insight/p/article/89859>



# Bibliografia

## 5. sem carnaval

5.1 Cancelado -

<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/01/29/governo-de-sp-cancela-ponto-facultativo-do-carnaval-para-conter-pandemia-de-covid-19-no-estado.ghtml>

5.2 Carnaval online -

<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2021/02/ivete-sangalo-e-claudia-leitte-anunciam-live-no-sabado-de-carnaval.html>  
<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/2021/02/12/carnaval-2021-confira-as-atracoes-que-va-agitar-o-feriado-dentro-de-casa>

## 6. protesto

6.1 Isolamento quebrado por esgotamento -

<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/06/06/protestos-espalhados-pelo-mundo-apoiam-movimento-black-lives-matter.ghtml>  
<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/11/20/morte-de-joao-alberto-provoca-protestos-em-varias-cidades.ghtml>

6.2 Carreatas por prevenção -

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/01/carreatas-organizadas-pela-esquerda-voltam-a-pedir-impeachment-de-bolsonaro.shtml>

6.3 Anarquia digital -

<https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-53200786>

## 7. aesthetics

7.1 Conforto chique -

<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2020/05/reflexao-como-sera-moda-pos-pandemia.html>  
<https://business.pinterest.com/pt-br/content/pinterest-predicts/athflow/>

7.2 Minha luz é de led e de neon -

<https://business.pinterest.com/pt-br/content/pinterest-predicts/vibey-lights/>

7.3 Distopia estética -

<https://www.trendhunter.com/trends/dystopian-narrative>

7.4 Pantone para mudar o mood -

<https://www.pantone.com.br/cor-do-ano-2021/>

7.5 Cores... de 2021 -

<https://www.wqsn.com/insight/p/article/89859>

## 8. trabalho

8.1 Casa/escritório - <https://mailchi.mp/thebrief/vem-nas-trends>

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>

8.2 A ocasião faz o empreendedor -

<https://vejasp.abril.com.br/blog/notas-etilicas/bar-lanca-chope-em-homenagem-a-vacina-contra-covid-19-coronelvac/>  
<https://www.otempo.com.br/interessa/coxonavac-mineira-transforma-vacina-em-cozinha-e-diverte-a-web-1.2440131>

8.3 Atenção a recessão -

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/29935-desemprego-fica-em-14-1-no-trimestre-encerrado-em-novembro>





# Bibliografia

## 9. mobilidade

9.1 Autonomia dos carros - <https://www.inc.com/analysis/top-business-technology-trends-in-2021.html>

9.2 Ter o bem, gastando pouco vintém - <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/from-no-mobility-to-future-mobility-where-covid-19-has-accelerated-change>

9.3 Carros na nuvem - <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/reimagining-the-auto-industrys-future-its-now-or-never>

9.4 Transporte seguro... de vírus e bactérias - <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/from-no-mobility-to-future-mobility-where-covid-19-has-accelerated-change>

## 10. tecnologia

10.1 Tecnologia vs. racismo - <https://www.trendhunter.com/trends/yelp-update>

10.2 Can't touch this - <https://blog.adobe.com/en/publish/2020/12/07/consumer-behavior-trends-digital-economy>

10.3 A voz de comando - <https://cortex-intelligence.com/blog/comunicacao/tendencias-de-comunicacao-para-2021/>

## 11. negócios

11.1 Significa! - <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2020/12/07/the-10-biggest-business-trends-for-2021-everyone-must-be-ready-for/>

11.3 Capacitação sem padrão - <https://www.trendhunter.com/trends/start-up-school>  
<https://empreendeai.com.br/>

11.2 Aprender em casa - <https://www.inc.com/analysis/top-business-technology-trends-in-2021.html>

## 12. comunicação

12.1 Ver de todas as formas - <https://www.trendhunter.com/trends/virtual-music-festivals>  
<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2021/01/04/vendas-omnichannel-e-social-commerce-as-tendencias-de-2021.html>

12.2 Mídia sem "irritações" - <https://cortex-intelligence.com/blog/comunicacao/tendencias-de-comunicacao-para-2021/>

12.3 Cookieless world - <https://www.thedrum.com/profile/clickthrough-marketing/news/the-cookieless-present-preparing-for-the-biggest-change-to-digital-that-too-few-people-are-talking-about>

12.4 Cinema vs. streaming - <https://jovempan.com.br/opiniaio-jovem-pan/comentaristas/marcos-petrucci/a-era-da-exibicao-de-filmes-no-cinema-esta-proxima-do-fim.html>  
<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/12/mulher-maravilha-1984-e-a-maior-bilheteria-global-desde-o-fechamento-dos-cinemas.shtml>

12.5 Linguagem para todos - <https://blog.handtalk.me/o-que-e-acessibilidade-digital/>  
<http://www.movimentodown.org.br/jovens-e-adultos/o-que-e-comunicacao-acessivel/>

# VIRAMUNDO

OBRIGADO!

