

## Opinião

# 2018: tendências



**Cristina Azevedo\***  
25 Janeiro 2018 às 00:04



É obrigatório tentar perceber o que o novo ano nos reserva. Por cá temos tido questões internas que nos ocupam. Mas, numa leitura mais ampla do que se passa por esta "nossa casa comum", depressa nos damos conta de que a pequenez das nossas preocupações têm a virtualidade de nos dar um sentimento de alguma (talvez falsa) segurança mas estão a muitas léguas do que nos vai formatar o futuro. Gosto de visitar anualmente o site da Havas PR, uma empresa americana presidida por Marian Salzman, que publica a sua visão para as tendências que irão marcar, neste caso 2018.

Deixo, resumidas, algumas. Convenhamos que, comparadas com os temas que ocupam o nosso debate público, parecem chinês.

- De que precisa o mundo? Para qualquer lado que nos viremos, de filmes a declarações das nossas principais figuras públicas, a bondade aparece como o principal e mais radical antídoto contra a raiva e o sofrimento.

- Como fazer a diferença? Votar com o porta-moedas. Boicotar ou estimular o consumo de acordo com as nossas convicções.

- O clube dos independentes. "Antes, o divórcio trazia toda a vergonha. Agora escolher ficar quando se pode sair é a nova vergonha"

- O apocalipse do retalho. Mais de 6800 lojas físicas fecharam, nos EUA, em 2017. As cadeias de retalho estão a abandonar os shoppings. A portuguesa FARFETCH está a testar a "Loja do futuro" que interliga os gostos e características dos clientes, registados na sua plataforma digital, com a experiência de compra na loja física. Esta é uma das experiências-piloto que permite afirmar que, em cinco anos, não haverá distinção entre ambas as realidades.

- De STEM a STEAM a STREAM - Ciências (Sciences), Tecnologias (Technologies), Engenharias (Engineering) e Matemática (Mathematics). A esta equação formativa junta-se o A de Arts e o R de Reading (Leitura). Resulta claro o objetivo da integração como fator relevante para a construção de CV de sucesso.

- A epidemia FOMO - Fearing of Missing Out ou o medo de estar a perder alguma coisa. Eis a principal epidemia da era digital. As histórias no Instagram, o Snapchat ou o Facebook duram menos de 24 horas. O medo de as perder faz com que nos mantenhamos ligados permanentemente o que por sua vez nos traz um sentimento de perda permanente tal é o contacto forçado que mantemos com as vidas (mais) glamorosas das personalidades que seguimos.

- #agendered too. O género neutro já é uma inscrição adotada nos bilhetes de identidade de alguns países. Os condutores do metro de Nova Iorque foram proibidos de usar a expressão "Ladies and gentlemen" (senhoras e senhores". O "MTV Movie and TV Awards" é o primeiro festival de cinema cujos galardões não são separados por género. (continua)

\*ANALISTA FINANCEIRA