



MAPEAMENTO DE TENDÊNCIAS A PARTIR DE SINAIS PORTADORES DE FUTURO

Alessandro Mateus Felipe, Mestre em Design de Vestuário e Moda e Professor Substituto na Universidade Federal de Mato Grosso. allessandro.fpp@gmail.com

Este texto narra o mapeamento de tendências socioculturais e a apresentação ao longo da disciplina de Gestão de Mídias Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso, nomeado como *Trends Culture 2021*. Como resultado, materializam-se seis tendências, nomeadas como eras, sendo elas: era da sustentabilidade urgente (nota-se que agora há uma urgência em ações práticas na esfera do micro que corroborem com o cuidado ambiental, para além do macro); era da representatividade (na qual há a representação de minorias antes negligenciadas por marcas na mídia, como a comunidade negra e a LGBTQIA+); era dos afetos (no qual bons e maus afetos estão a flor da pele durante a pandemia de COVID-19 e comunicados na esfera pública, seja pela arte, seja por influenciadores); era digital (em que há uma iminência das atividades realizadas no contexto digital, rompendo barreiras de privacidade em redes sociais); era *ageless* (quando valoriza-se a chamada terceira idade e ampliam-se possibilidades de ser e estar neste estágio da vida); e era do afro futurismo (configura-se em comunicar uma estética negra e africana no futuro, descolonizando as representações midiáticas em termos de corpo). Em passos metodológicos, classifica-se a investigação como básica, com objetivos descritivos e abordagem qualitativa; vale-se da metodologia de Revisão Bibliográfica, Análise Qualitativa de Dados e Teoria Fundamentada em Dados para análise das informações dos sinais portadores de futuro. À guisa de considerações, sublinha-se a relevância do entendimento de tendências na formação discente de um curso de Publicidade e Propaganda; também, destaca-se que o processo ocorreu de forma disruptiva, inovadora e alinhada ao espírito do tempo. Por fim, frisa-se a pertinência dada à atividade *Trends Culture 2021*, uma vez que é notório o estudo de padrões de comportamento para qualificar a assertividade das práticas publicitárias.

Agradecimentos: agradecimento ao Departamento de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

Palavras-chave: sinais portadores de futuro; tendências; gestão de mídias sociais.