



Portobello

TRENDBOOK

2025

INTRODUCCIÓN

ENCUENTROS,
RESULTADOS,
METODOLOGÍA,
HISTÓRICO
PORTOBELLO

El **Trendbook 2025** es uno de los resultados del **Ciclo de Innovación Portobello**, fruto de una **observación** continua de las **transformaciones culturales, estéticas** y **comportamentales** que sostienen nuestras creaciones.

Desarrollar productos con ese **enfoque en datos** parece menos osado o sorprendente, pero garantiza precisión y seguridad del portfolio para nuestros mercados. Obviamente hay espacio para la creatividad, para lo distinto y para lo nuevo, que deben permear

todas las etapas del proceso, pero sobre todo sugerir nuevos caminos. **Los datos nos muestran con seguridad qué es lo que funciona.** Pero estar abierto a lo nuevo y atento a las voces disonantes garantiza que **avancemos hacia un futuro cada vez más bello, funcional y sustentable.**

Con un **Ciclo de Innovación** cada vez más maduro, este año invitamos a nuestros colaboradores a compartir sus experiencias a lo largo de esa jornada. El **desafío es comprender qué cambia, qué permanece e identificar puntos de convergencia** entre los diferentes escenarios en que actuamos — Brasil, EE. UU. y demás mercados globales.

Si en 2024 la gran innovación fue la integración de la inteligencia artificial a nuestros procesos de investigación, refinando análisis y proyecciones, **la edición de 2025 destaca la importancia de una visión multidisciplinaria en la creación del material.**

Para ello, reunimos fuerzas al integrar todas las unidades del grupo — Portobello Shop, Portobello, Pointer y Portobello América — en el centro del diálogo. **Investigamos los principales eventos de diseño y arquitectura del mundo, colaboramos con renombradas personalidades del arte y del diseño** e interactuamos con nuestra comunidad en las clínicas de producto llevadas a cabo en todas nuestras unidades.

Esa rica y transformadora colaboración nos ha permitido explotar a fondo los principales ejes de investigación de la marca: Cultura y Sociedad, Arte, Diseño y Arquitectura, Tecnología, Negocios y Sustentabilidad.

INNOVACIÓN ABIERTA



TRENDS MOVEMENT

Las **tendencias** son un termómetro del espíritu de una época. Ellas nos **ayudan a entender comportamientos actuales y hábitos que pueden moldear la sociedad en el futuro**. Interpretadas a través de señales y códigos transmitidos inconscientemente por los individuos, revelan patrones e indican cómo la sociedad tiende a actuar.

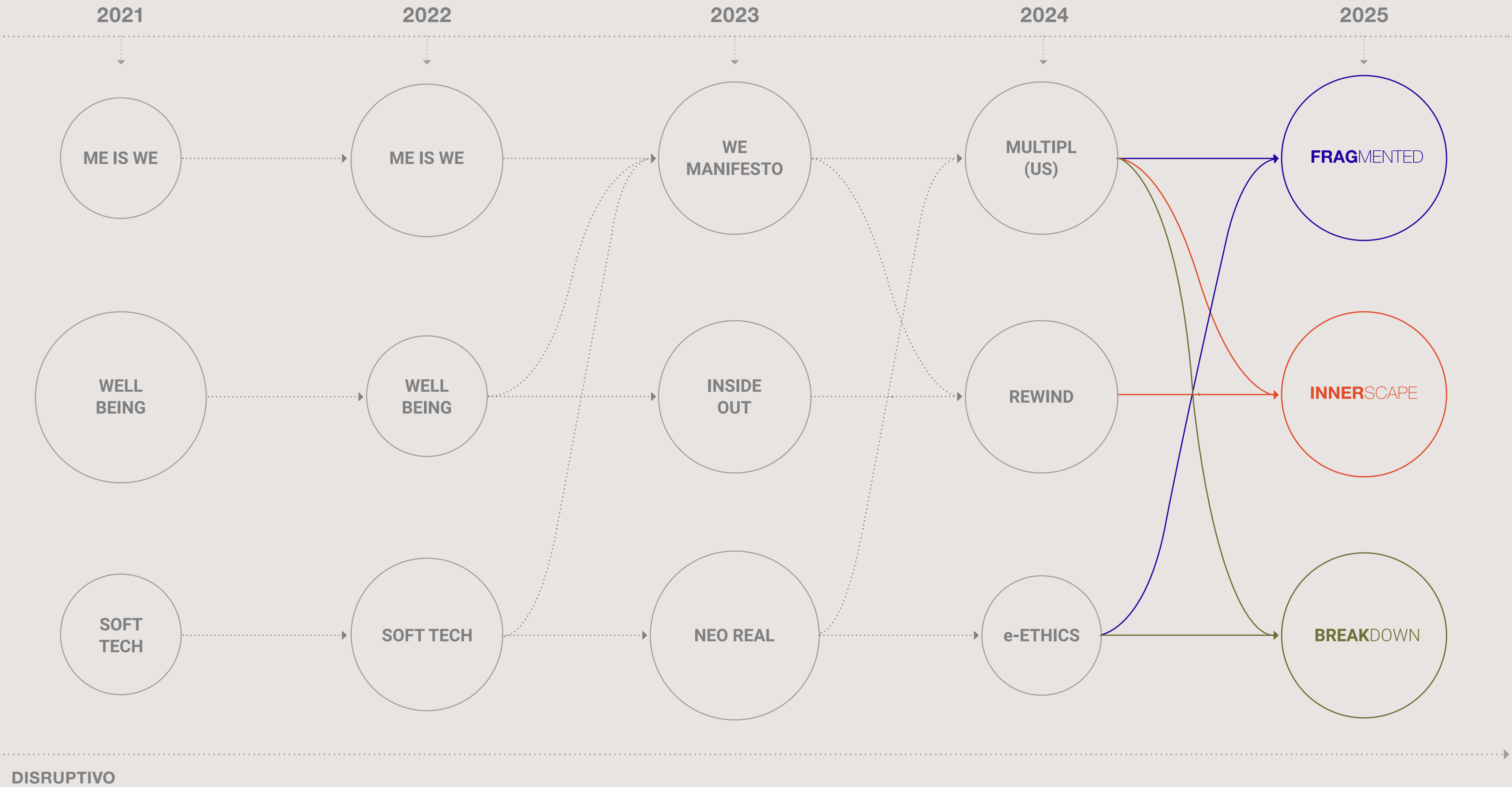
Las **macrotendencias**, por su parte, abarcan **conceptos amplios y duraderos**, previendo impactos reales en la colectividad y en el estilo de vida. Las **microtendencias**, sin embargo, asumen **formas más inmediatas en el diseño**, en la moda, en la arquitectura o en los negocios. Mientras que las primeras capturan el panorama general, las últimas materializan la innovación en el día a día.

El Trendbook 2025 de Portobello trae ideas altamente relevantes: **FRAGMENTED**, **INNERSCAPE** y **BREAKDOWN**. Estas, las nuevas macrotendencias — frutos de la

evolución entre los temas Multipl(us), Rewind y e-Ethics, presentados en la edición anterior, de 2024 — sugieren un escenario aún más dinámico y acelerado. La dualidad entre lo físico y lo digital abre puertas a posibilidades que, hasta entonces, parecían inimaginables. Mientras el mundo exige — con creciente urgencia — respuestas para cuestiones ambientales, sociales y, por qué no, mentales (uno de las discusiones más necesarias de nuestra época), nuestro interior reclama desconexión de esos problemas y un tiempo personal de calidad.

En fin, el **TB25** de **Portobello** trae pronósticos para el futuro, destacando siempre que el futuro deseado depende de cada uno de nosotros.

EVOLUCIÓN DE LAS MACROTENDENCIAS



1

FRAGMENTED

LOOPING
SNAPSHOT
NEO SAPIENS
DÉJÀ VU



2

INNERSCAPE

SKYWINDOW
REFRAMED
TAKE YOUR TIME
DATE UPDATE



3

BREAKDOWN

GROUNDED
A(N)ESTHETIC
RESET



FRAGMENTED

EL GIRAR ACELERADO ENTRE LO FÍSICO Y LO DIGITAL BAILA CON LA REALIDAD Y LA MANERA EN QUE INTERACTUAMOS SE TRANSFORMA.

Vivimos en la época de la fragmentación, nuestro modo de conectar y existir es multinivel y está en constante cambio. En el contexto de transformaciones sociales y comportamentales, las identidades se vuelven líquidas y fluidas: espejo de un mundo de relaciones interactivas dinámicas que nos invita a "crear" el mundo nuevamente.

LOOPING
SNAPSHOT
NEO SAPIENS
DÉJÀ VU





FORNASETTI POLTRONA-FRAU-CHAIR

LOOPING

ESTÉTICA DE LA REPETICIÓN. REVISITANDO ÍCONOS

Quedarse atrapado al pasado no hace bien, es cierto, pero eso cambia cuando hablamos de visitar a los clásicos. Aprender de lo que un día fue, darles una nueva y mejor apariencia a esas ideas y devolverles la vida, dentro del contexto actual, es una receta creativa que brinda innovaciones y mejoras continuas a lo que ya existe.



Todas las imágenes de esta página: Reproducción/Twitter

IA Y ESTEREOTIPOS: LA URGENCIA POR UNA MIRADA CRÍTICA Y HUMANA

Un usuario de Twitter utilizó las IAs ChatGPT y Midjourney para crear imágenes representando a ciudadanos de 30 países. **El resultado reveló una preocupante falta de diversidad:** ignoró las ricas etnias y culturas locales, además de que la mayoría de las representaciones seguían un estándar de belleza esbelto, excepto en Estados Unidos. Esta experiencia generó un debate sobre la estandarización virtual de identidades y la responsabilidad de usar la inteligencia artificial de manera crítica, siempre agregando una buena dosis de sensibilidad humana.

¡FORD
ESCORT VIVE!

Si eres *millennial* o *boomer*, seguramente te acuerdas de cuando los Ford Escorts dominaban las calles y carreteras de tu país — ¡y del mundo! **Este ícono automovilístico dejó su huella como el favorito en Europa y América.** Producidos durante 50 años hasta ser discontinuados en los inicios de los años 2000, los modelos del auto serán reestrenados según los proyectos originales, trayendo de vuelta toda la nostalgia de aquellos días. Los nuevos Ford Escorts seguirán al pie de la letra los modelos antiguos, pero, por supuesto, algunos detalles serán modernizados de acuerdo con la tecnología actual. Y para hacer todo aún más emocionante para los amantes de este ícono, hasta la numeración del chasis continuará desde donde Ford la dejó.



BORING PHONE:
CELULAR SIN CONEXIÓN
CON INTERNET BRINDA
INTERACCIONES AUTÉNTICAS

Dale, confiésalo: hay momentos en que todo lo que más deseas es desconectarte de internet y vivir lejos de las notificaciones de Whatsapp, tal como lo hacían los Incas... No, espera, ¡tal como lo hacíamos nosotros antes del 2010! Ese deseo no es solo tuyo: ¡es general! Reconociendo esa demanda, **Heineken lanzó el Boring Phone**, un **celular que no se conecta con internet**, no permite descargas de aplicaciones y tiene como objetivo rescatar las interacciones presenciales.

CASSINA +
CHARLOTTE
PERRIAND

Cassina y Charlotte Perriand presentaron una nueva visión del diseño de interiores en el Salón del Mueble de Milán 2024. La creativa arquitecta se inspiró en la vida cotidiana para sus creaciones, **revitalizando sus obras clásicas**, reafirmando su legado y haciendo que sus piezas sean aún más atemporales.



COLLAB DE GUCCI Y OTRAS GIGANTES EN EL SALÓN DEL MUEBLE 2024

Gucci unió sus fuerzas a reconocidas grifes como Acerbis, cc-tapis, FontanaArte, Tacchini y Venini para el Salón del Mueble 2024 en Milán. Inspirada en la idea de redefinir el concepto de iconicidad y conectarlo con la identidad de la *maison*, la marca coloreó cinco objetos icónicos de la era dorada del diseño milanés con su nuevo color, el "Rosso Ancora". El proyecto recibió el nombre de "Gucci Design Ancora".

Imagen: Divulgación Gucci

CLÁSICOS: ESTRENOS
QUE ACELERAN LOS
CORAZONES DE LOS
CINÉFILOS NOSTÁLGICOS

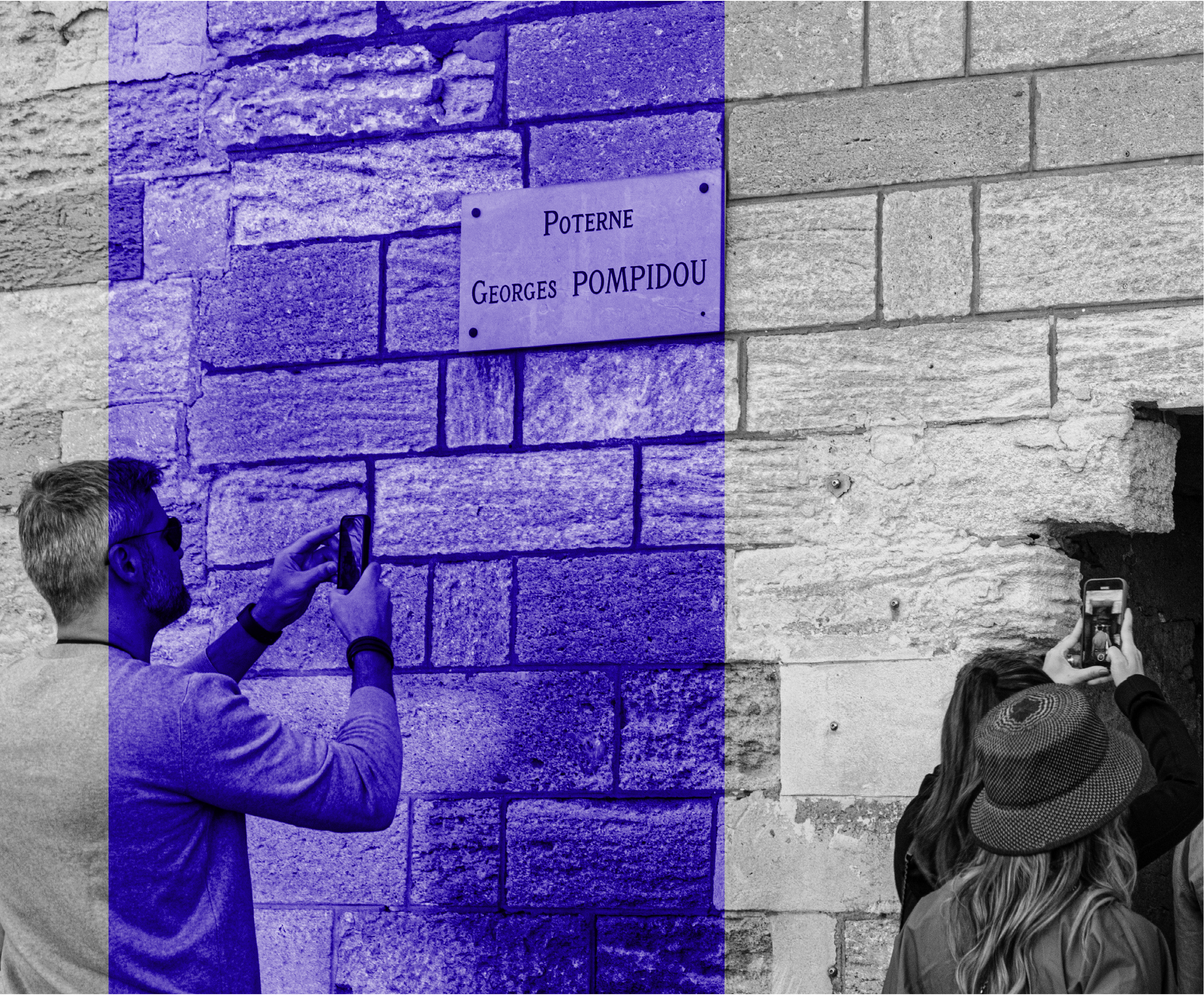
“Beetlejuice Beetlejuice” y “Wicked” llegan a las carteleras en 2024, presentando nuevas perspectivas para las historias icónicas de “Beetlejuice” (1988) y “El Mago de Oz” (1939). ¡Y la fiesta de los cinéfilos nostálgicos no termina ahí! Los amantes del cine brasileño pueden celebrar la esperada continuación de "Auto da Compadecida" (2000), mientras que los fanáticos de Anne Hathaway pueden vibrar con la **nueva película de la serie "El Diario de la Princesa"** (2001).



Sin cartel oficial, por el momento.



Todas las imágenes en esta página son materiales de divulgación de los respectivos estudios cinematográficos de cada película.



SNAPSHOT

UNA HISTORIA,
MÚLTIPLES VERDADES.

¡Tu verdad en un clic! Snapshot se refiere a la manera en que compartimos momentos, ya sea en los medios digitales o fuera de las pantallas, revelando nuestra propia narrativa, que, bajo la mirada del otro, puede ser reinterpretada de innumerables maneras.

ALGORITMOS:
AUTENTICIDAD EN CAÍDA
E IMPACIENCIA EN ALTA

El algoritmo nos ha traído muchas comodidades: la practicidad y la rapidez son algunas de ellas. Sin embargo, también es fundamental reflexionar sobre los aspectos menos visibles de esa innovación. Además de sugerir películas y ofertas personalizadas, los algoritmos controlan el contenido de las redes sociales para "customizar" la experiencia del usuario, llegando a punto de tomar decisiones por nosotros. Esas adaptaciones, que a primera vista parecen convenientes, pueden aumentar la impaciencia, haciéndonos dependientes

de elecciones que antes eran exclusivamente nuestras. Al privilegiar lo que ya conocemos, corremos el riesgo de cerrarnos a lo nuevo, debilitando nuestra autenticidad. Y no termina ahí: los algoritmos también influyen en las tramas de las películas y en el desarrollo de nuevos productos, alineando todo con las preferencias de los consumidores. Esta estandarización puede limitar nuestro potencial creativo. ¿Estaremos perdiendo la capacidad de mantener nuestro interés a medida que la redundancia del contenido se intensifica?



[PLAY] La serie "DISCLAIMER", de Apple TV, se sumerge en la reinterpretación de narrativas al exponer verdades ocultas de una periodista confrontada por un libro que revela su pasado.

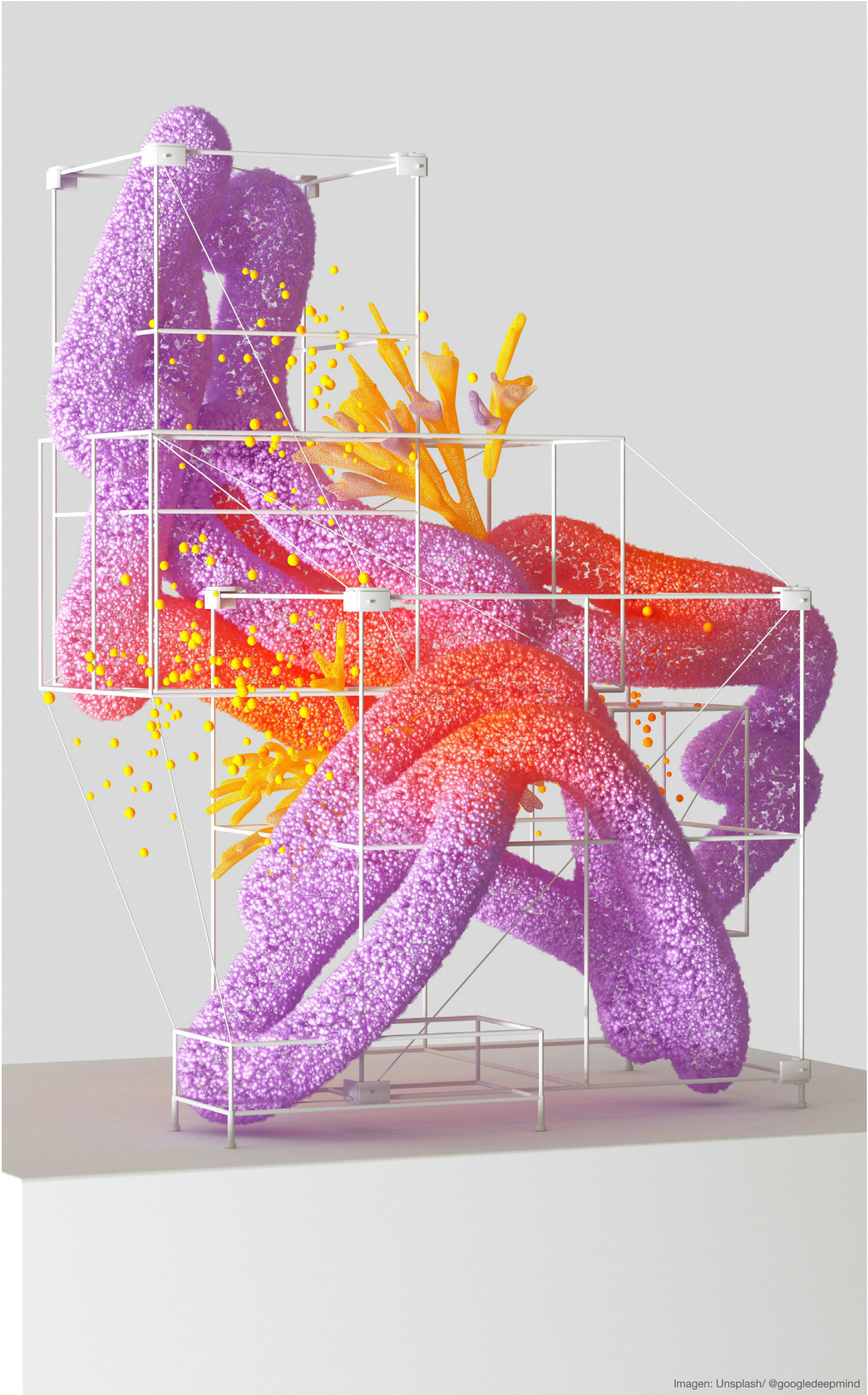


Imagen: Unsplash/ @googledeepmind



SPOTLIGHT: CINE Y CONSUMO BAJO LOS REFLECTORES DE TIKTOK

Spotlight, la nueva función de TikTok, conecta películas y series con la compra de boletos, transformando el cine en una experiencia interactiva. Más que un canal de difusión, Spotlight dialoga con una generación acostumbrada a conectar contenido y acción en pocos clics y redefine el consumo audiovisual con narrativas instantáneas y colaborativas.

FARM: ESTAMPANDO LIFESTYLE



Zapatos y accesorios con los estampados característicos de **Farm** generan un deseo inmediato entre los consumidores, pero lo que realmente hace destacar a la marca es cómo esos **estampados se han convertido en un signo de fácil reconocimiento**. En un mundo donde el tiempo es corto y las decisiones se toman en segundos, para una

marca, contar con un elemento distintivo instantáneo es indispensable. A partir de la fusión con Arezzo&Co y el nacimiento del grupo Azzas 2154, ese diferencial ganará aún más fuerza. La creación de Farm Shoes y del proyecto Farm ETC, con tiendas propias previstas para 2025, llevará el estilo estampado de la marca a nuevos horizontes.



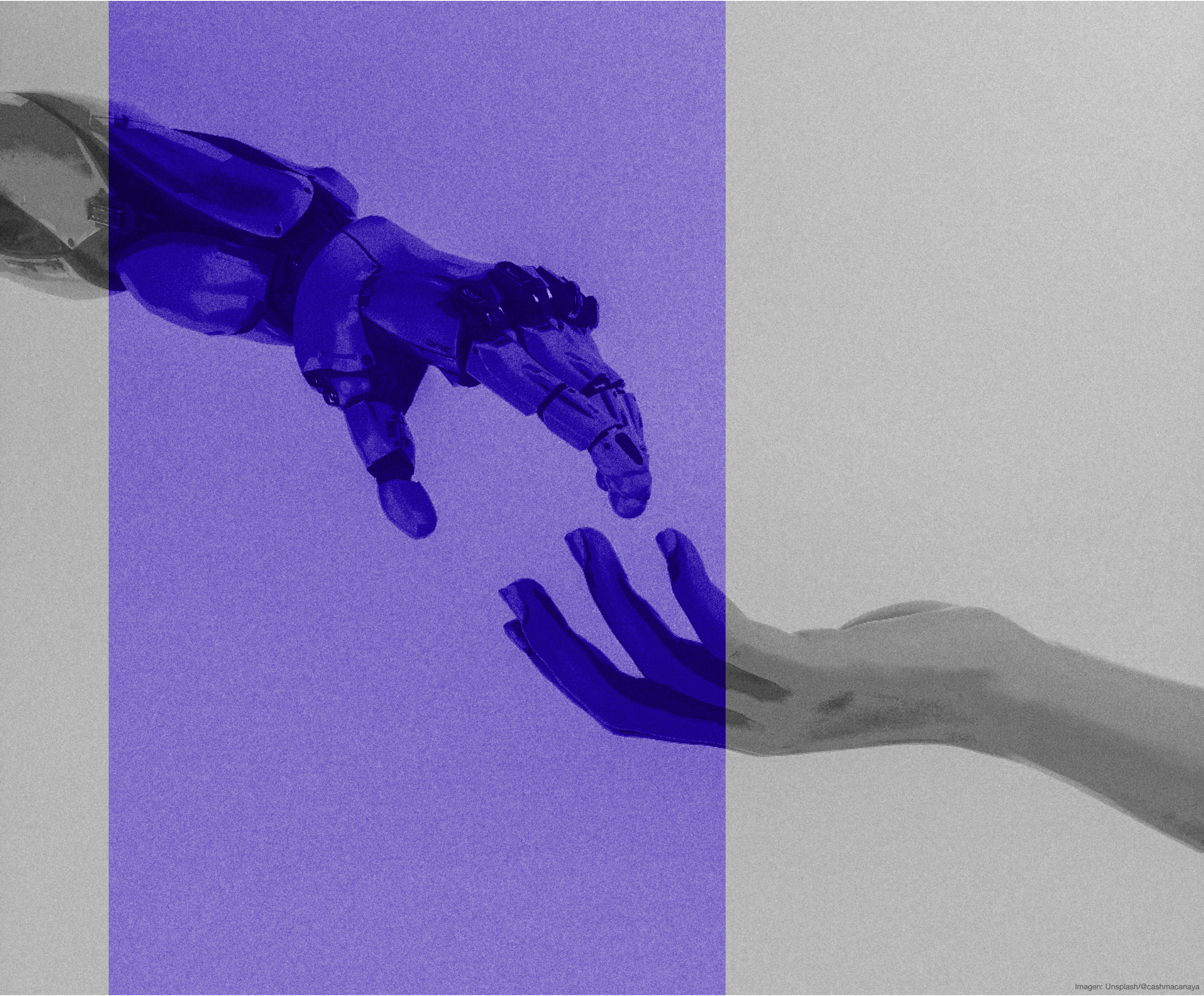
MADONNA E
DOLCE & GABBANA:
SÍMBOLOS QUE MARCAN

En la temporada Primavera-Verano 2025, Dolce & Gabbana homenajeó a Madonna con un desfile en Milán, lleno de referencias a los símbolos icónicos de la diva pop, como corsés y crucifijos. La reina del pop, famosa por su identidad marcante, se emocionó en la primera fila. La colaboración refuerza cómo los signos fuertes garantizan un reconocimiento instantáneo en un mundo acelerado.



HAZ CLIC AQUÍ PARA VER EL VIDEO DEL DESFILE.





NEO SAPIENS

PERSONALIDADES FRAGMENTADAS.

Estamos en una nueva era de la evolución humana. La tecnología permea nuestras vidas, ampliando nuestras capacidades, pero también exige que reflexionemos sobre nuestra esencia y nuestro papel en la sociedad.

MÚLTIPLES PERSONALIDADES EN LAS REDES SOCIALES

Las personas suelen editar y filtrar su identidad según cada red social. Generalmente, en Instagram, el perfil es más personal y extrovertido. En X, la misma persona tiende a adoptar un tono supercrítico y de humor ácido. En LinkedIn, se debe ser más contenido, más profesional. Esta necesidad de adaptación a diferentes redes sociales dio origen al fenómeno de la “gestión de impresiones”, que no es más que una fragmentación de la personalidad para ajustarse a cada plataforma y a su público específico. Aunque el ser humano use máscaras identitarias en todos los aspectos de la vida, esta dinámica en internet puede desviar al individuo de su esencia y de sus valores, generando daños emocionales como la ansiedad, el síndrome de pánico y la depresión.



[LISTEN TO MUSIC]
"HOUDINI" | EMINEM

ESTAMOS PASANDO POR LA
5ª REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

Parece que fue ayer — y de hecho lo fue, en términos históricos, considerando que estamos hablando del 2011 — cuando comenzamos a discutir la cuarta revolución industrial. Las plantas industriales inteligentes, con integración de tecnologías digitales en diversos procesos, con big data, robots autónomos, internet de las cosas (IoT), computación en la nube, realidad aumentada, ya son una realidad. Ahora, entramos en la quinta revolución industrial: la Industria 5.0. Mientras que la cuarta estaba marcada por la predominancia tecnológica, la quinta se enfoca en la humanización de los procesos. Ahora, los avances digitales y automatizados, como la inteligencia artificial, se combinan con el potencial creativo e intuitivo humano.



Conozca el trabajo de imágenes en IA del arquitecto Vinh Phung

HUMANIZACIÓN:
UNA IMAGINACIÓN DE ALICIA —
¿O SERÍA DE CONEJO BLANCO? —
PARA EL USO DE LAS IAS

El estudio Rabbit Hole ha creado un *speculative ad* (publicidad realizada sin la contratación de la marca, con el objetivo de incrementar el porfolio o garantizar una futura contratación) para Adidas, utilizando inteligencias artificiales como RunwayML, Midjourney, Adobe Creative Suite y Upscaled by Topaz. Hecha 100% con IA, la publicidad llamó la atención de creativos de todo el mundo, demostrando el nivel de evolución de las plataformas de inteligencia artificial: no se trata solo de la tecnología, sino de la capacidad del ser humano que opera estas herramientas de saber cómo utilizarlas de manera eficaz.



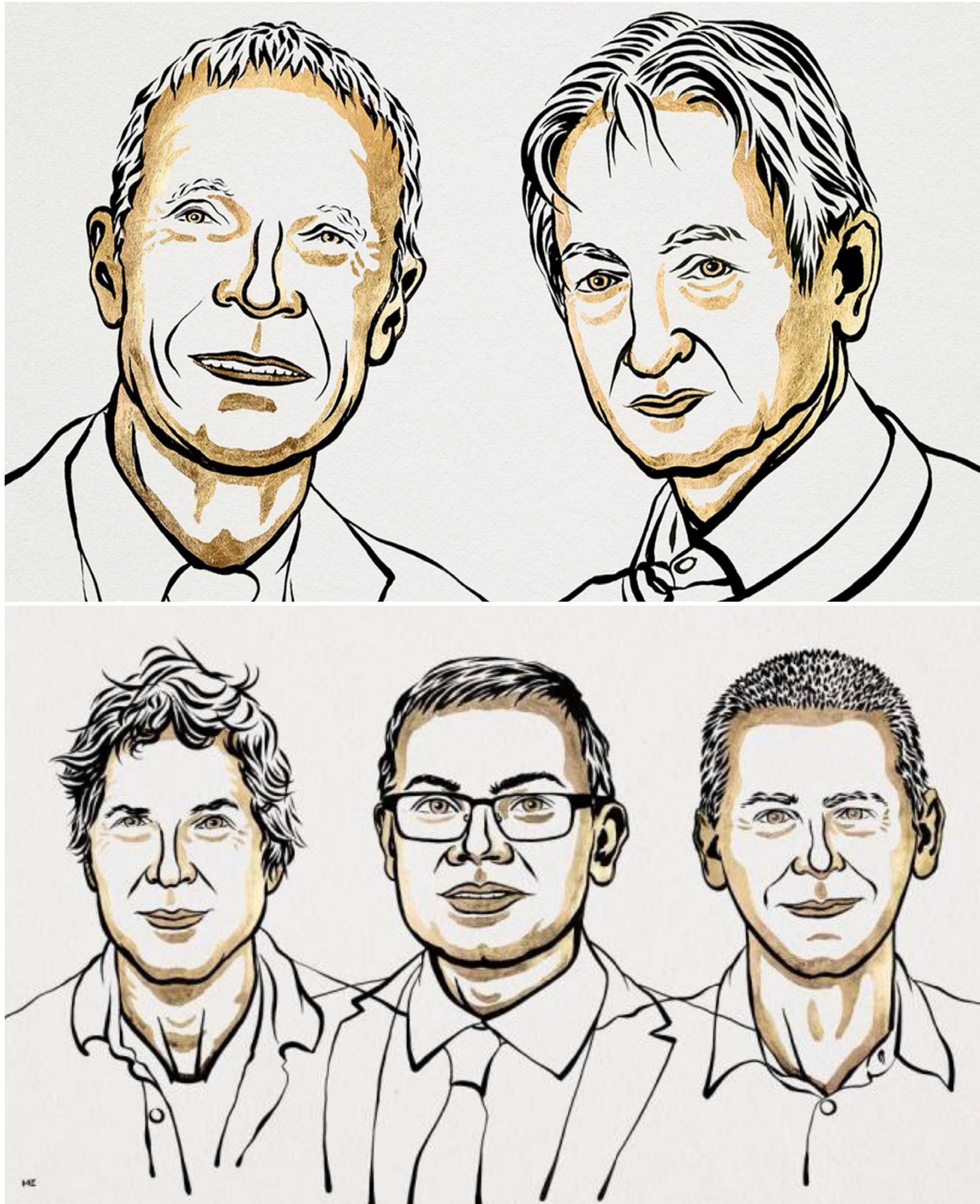
HAZ CLIC AQUÍ Y MIRA EL VIDEO DEL ESTUDIO

[PLAY] PUBLICIDAD
Coca-Cola recreó su famosa campaña de Navidad "Holidays Are Coming" con el uso de IA generativa. La empresa trabajó junto a tres estudios de IA para producir los anuncios: Secret Level, Silverside AI y Wild Card. ¡Chequéalo!



Y EL NOBEL ES PARA...
GENIOS QUE POTENCIAN
SU GENIALIDAD CON LA
AYUDA DE LAS MÁQUINAS

Sugerencia para mejorar la claridad:
¡La realidad sigue sorprendándonos!
Hemos llegado a un punto en el que científicos, académicos y filósofos combinan sus investigaciones e ideas innovadoras con el poder del conocimiento y la capacidad de las máquinas, superando los límites de sus propios trabajos y profundizando la comprensión del mundo que nos rodea. Un excelente ejemplo de esto son los dos ganadores del Nobel de Física 2024, que estudiaron el aprendizaje automático (*machine learning*), y el trío ganador del Nobel de Química 2024, que descifró los secretos de las proteínas — moléculas fundamentales para nuestras células — con la ayuda de la inteligencia artificial.



[1] John Hopfield y Geoffrey E. Hinton.
(Imagen: Niklas Elmehed/Nobel Assembly)
[2] David Baker, Demis Hassabis y John M. Jumper.
(Imagen: Niklas Elmehed/Nobel Assembly)



[WATCH] PELÍCULA
" TODO EN TODAS PARTES
AL MISMO TIEMPO" (2022):
Una narrativa multifacética que
desafía las convenciones del
tiempo y del espacio.

DÉJÀ VU

EL FUTURO DEL PASADO.

Somos periódicamente confrontados con avances tecnológicos inimaginables — muchos de ellos verdaderamente revolucionarios. Si bien estas novedades son ampliamente divulgadas, es de manera lenta y gradual que van infiltrándose en la vida cotidiana. De ahí surge el *déjà vu*: son tantas las conversaciones y expectativas creadas en torno a estas nuevas tecnologías que parece que ya las conocemos, aunque nunca hayamos vivido realmente esa experiencia.

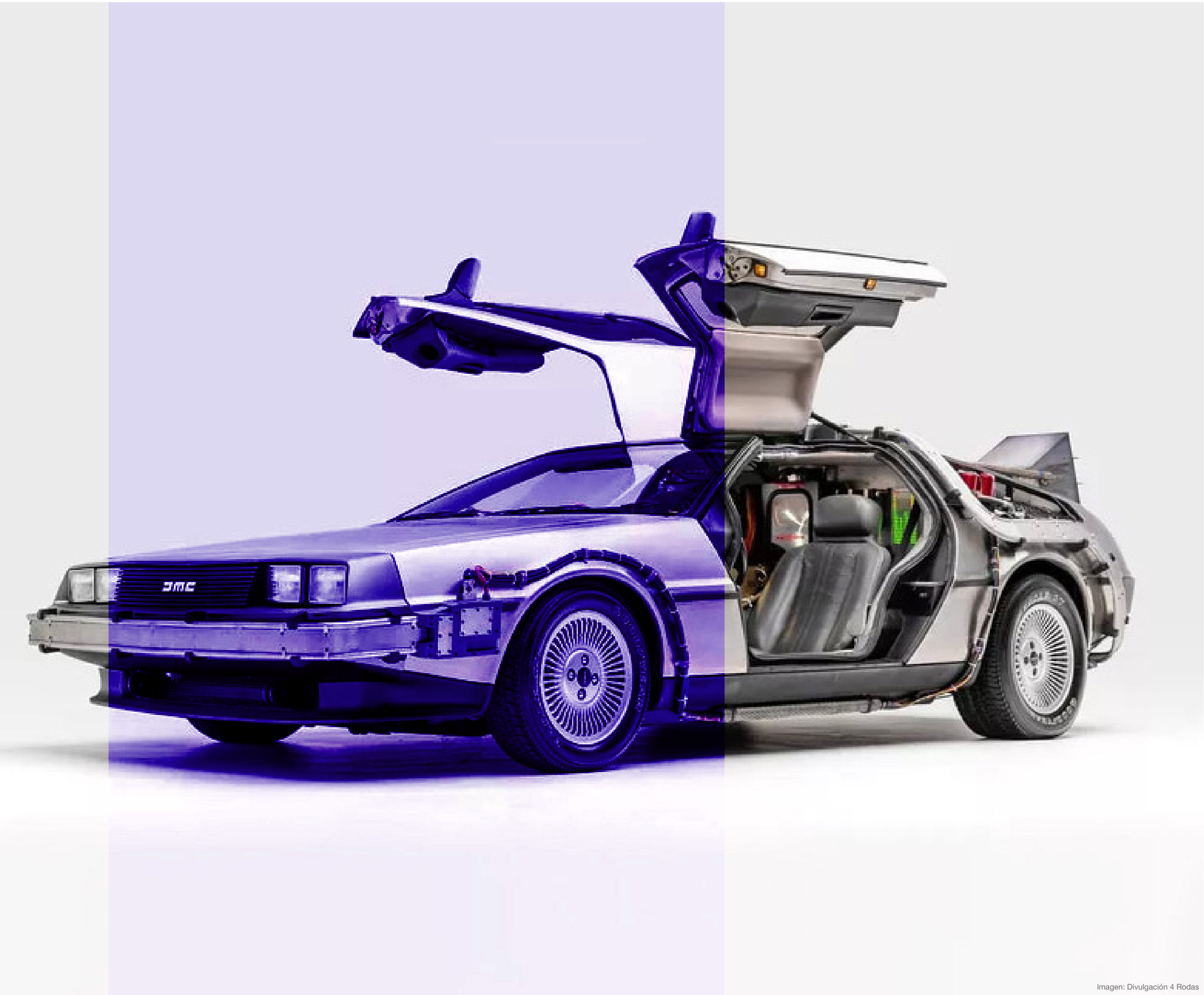


Imagen: Divulgación 4 Rodas

COCHE DE LA PELÍCULA "BACK TO THE FUTURE", DE LOS AÑOS 80.

META QUEST 3S:
LAS GAFAS DE
REALIDAD VIRTUAL
AHORA MÁS ACCESIBLES

La *big tech* Meta lanzó una nueva generación de gafas virtuales con el objetivo de hacer la tecnología más accesible. El Meta Quest 3S brinda la misma calidad de realidad mixta que el modelo más avanzado, el Quest 3, y se distingue, principalmente, por el diseño y las y por las lentes, que tienen un campo de visión más estrecho.



Todas las imágenes: Divulgación/Meta Quest

¿CÓMO FUNCIONAN LOS "COCHES VOLADORES"?
¿Y CUÁNTO COSTARÁ EL VIAJE?



Imágenes: Divulgación/eVOLT Embraer

Similares a los helicópteros, los coches voladores ya son una realidad — y prometen volverse comunes para muchos. La producción de los eVOLTS, como se llaman, ya ha comenzado en Brasil, y estos nuevos medios de transporte deben conquistar pronto los cielos del país.

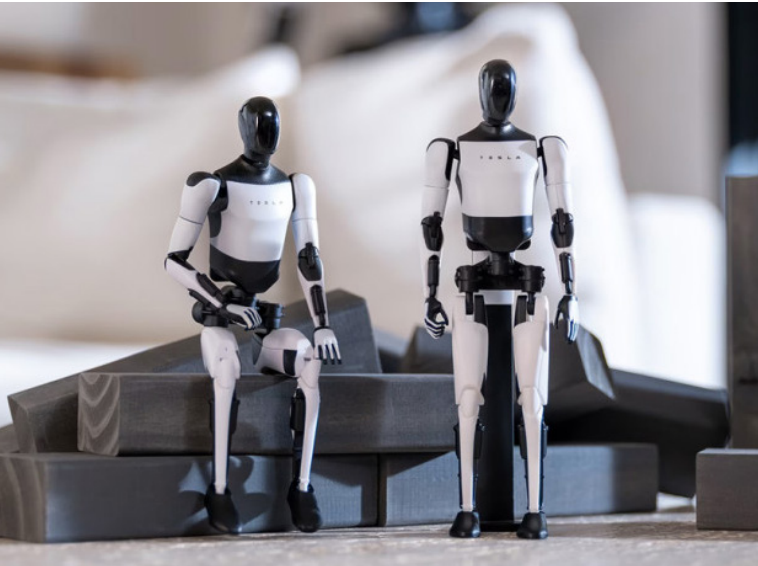
La previsión de costo por pasajero por trayecto es significativamente más baja que la de los helicópteros, lo que democratiza la tecnología y convierte esta innovación en una promesa para mejorar la movilidad urbana.



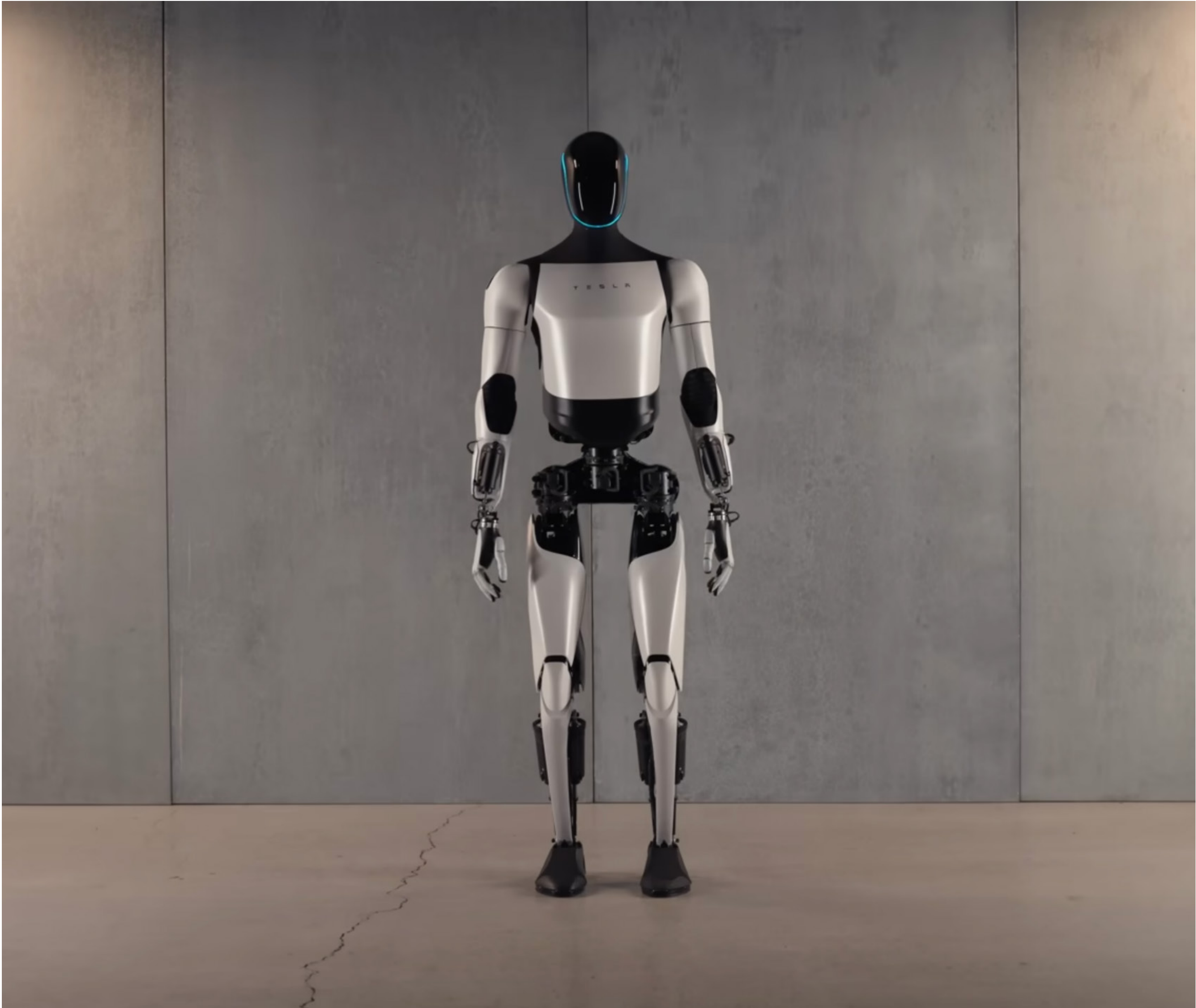
[WATCH] SÉRIE
"SILO": En un futuro distópico, la humanidad vive aislada, rodeada de reliquias prohibidas que recuerdan un mundo olvidado. La estética del pasado confronta la rigidez del presente, creando una paradoja en la que aquello que debería ser borrado inspira una revolución. Está disponible en Apple TV.

TESLA BOT Y EL FUTURO QUE YA HEMOS VISTO

Tesla Bot, un humanoide creado por Elon Musk, se convierte en parte del cotidiano de tecnologías antes consideradas futurísticas. Capaz de realizar tareas peligrosas o repetitivas, el robot personifica avances esperados hace décadas. Un futuro ya imaginado, pero que, poco a poco, deja de ser ficción para moldear la realidad con inteligencia y funcionalidad.



Robot de Tesla se convierte en una sensación entre los coleccionistas tras su lanzamiento en versión miniatura.



Imágenes: Divulgación Tesla

HAZ CLIC AQUÍ Y MIRA EL VIDEO DEL TESLA BOT



MACROTENDENCIA

OVERVIEW

FRAGMENTED

Diferentes círculos sociales y culturales exigen de nosotros posicionamientos variados, incluso conflictivos a veces. Las redes sociales intensifican esta dinámica, en la que nos comportamos y nos expresamos de maneras distintas en cada plataforma, resultando en personalidades cada vez más fragmentadas.

MICROTENDENCIA

LOOPING

En momentos de confusión, es común buscar inspiración en estéticas del pasado, lo que explica el constante redescubrimiento de diversos clásicos

- > REINTERPRETACIÓN DE CLÁSICOS
- > CONVIVENCIA CONTRASTANTE ENTRE ELEMENTOS DEL PASADO Y DEL PRESENTE

SNAPSHOT

La verdad nos alcanza cada vez más en fragmentos. Pequeños fragmentos e imágenes construyen la narrativa. Ya no hay tiempo para ver la película completa — vivimos en la era de los microcontenidos.

- > SIGNOS DE FÁCIL RECONOCIMIENTO
- > EL MINIMALISMO CEDERÁ ESPACIO A ELEMENTOS MÁS AUDACES

NEO SAPIENS

Con el avance de la inteligencia artificial, el intelecto humano se pone en cuestión. Se vuelve esencial buscar estímulos estéticos que nos provoquen e inspiren. En esta dinámica, los contrastes asumen un papel destacado.

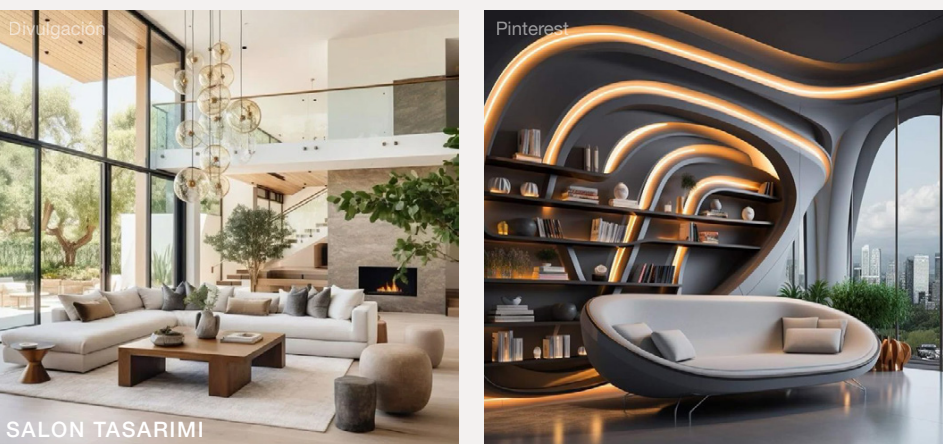
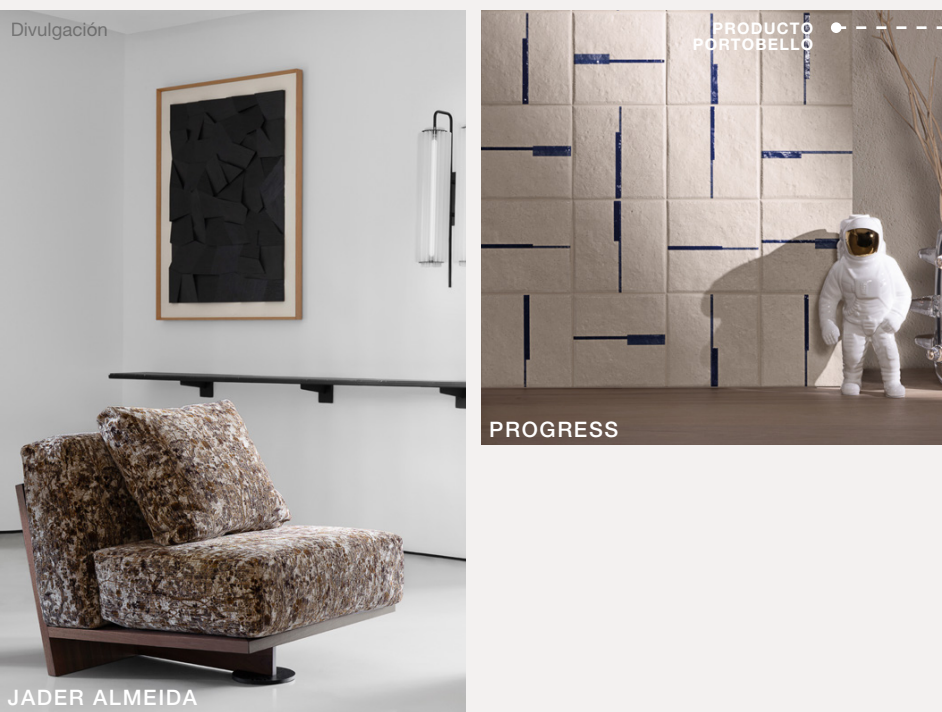
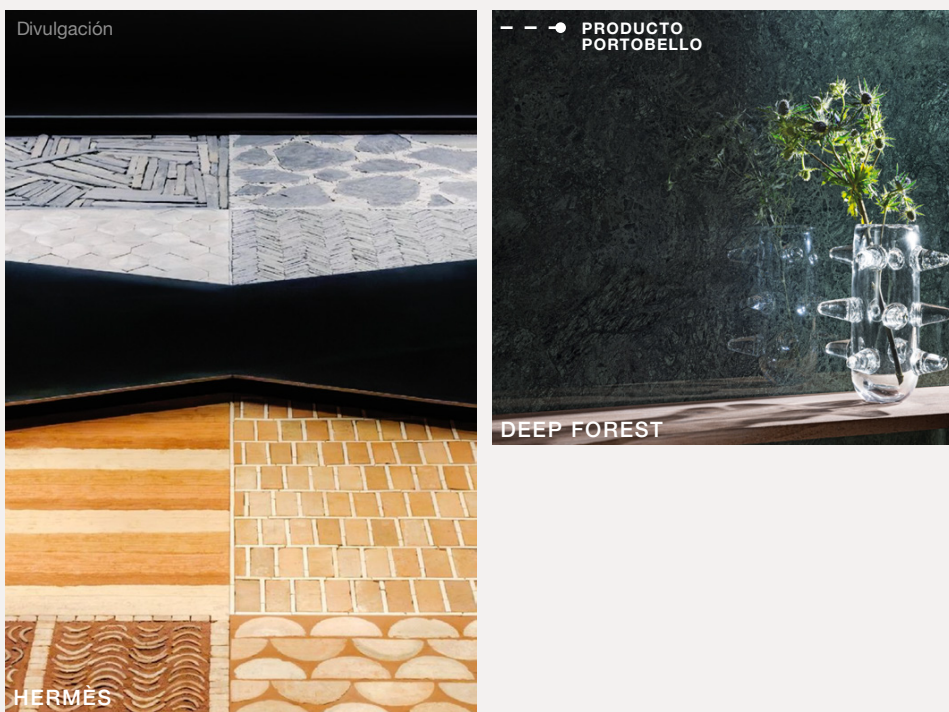
- > PERSONALIZACIÓN
- > DECOR MÁS EXPRESIVO
- > CONTRASTES EN LOS ACABADOS: BOLD X SLIM, COLORES NEUTROS X COLORES TREND

DÉJÀ VU

Las innovaciones del futuro ya forman parte del presente. Enfrentamos las novedades tecnológicas como si fueran algo ya establecido. En el campo de la estética, no hay límites para lo que puede ser creado.

- > AMBIENTES FUNCIONALES | CASA INTELIGENTE

REFLEJO EN DISEÑO Y ARQUITECTURA



PALETA DE COLORES



INNERSCAPE

ESTAMOS VIVIENDO UN MOMENTO DE
VALORIZACIÓN DEL TIEMPO PERSONAL
Y DE LA BÚSQUEDA DE UNA CONEXIÓN
MÁS PROFUNDA CON NUESTRA ESENCIA.

Es difícil afirmar si estamos "en sentido
contrario" o "siendo impulsados" por
conceptos como la digitalización y la
automatización, pero una cosa es cierta:

Es como si, en medio de tanta
tecnología, hubiéramos descubierto que
desacelerar y reconectarnos con lo que
realmente importa es el camino hacia
un estilo de vida más auténtico y con
experiencias más significativas.

SKYWINDOW
REFRAMED
TAKE YOUR TIME
DATE **UP**DATE





SKYWINDOW

CREATIVIDAD:
HABILIDAD HUMANA.

Mientras que la tecnología aún se basa únicamente en el pasado, nosotros miramos más allá. ¡Somos seres humanos! Tenemos la capacidad de narrar historias y crear un futuro expansivo, auténtico y disruptivo.



RELAJAR Y MARAVILLARSE: ES NECESARIO Y PRECIOSO

¿Cuándo fue la última vez que
r-e-a-l-m-e-n-t-e te relajaste?
¿Y con qué te has maravillado – pero
realmente, de verdad? Hoy en día,
tener momentos de relajación y admiración

se ha vuelto cada vez más raro.
Sin embargo, es esencial rescatar esos
instantes para seguir estimulados a
crear y vivir intensamente.
Eso es lo que afirman los especialistas. -----



[WATCH] PELÍCULA
"Perfect Days"

PHILIPPE STARCK Y LA ESENCIA DE LO ATEMPORAL

En el **Salón del Mueble de Milán 2024**, **Philippe Starck** reveló un espacio que trasciende las modas, reflejando el concepto **“Skywindow”**: la búsqueda de un futuro expansivo y auténtico. El ambiente creado por Starck simbolizó la unión entre la simplicidad y la innovación, alineándose con su visión de que el diseño debe ser atemporal. En una entrevista con "Domus", Starck criticó el impacto nocivo de las tendencias efímeras en el diseño de los últimos 15 años, defendiendo soluciones que combinen sustentabilidad y longevidad. "Somos genios, pero infantiles", destacó al reflexionar sobre cómo la humanidad es capaz de crear maravillas, pero muchas veces se pierde en excesos. Para él, el futuro está en controlar nuestra creatividad para promocionar belleza, paz y propósito.



Todas las imágenes: divulgación Cassina + Philippe Starck



Primera imagen: Francesco Galli/Divulgación © La Biennale. Segunda imagen: reproducción Instagram/Mahku

BIENAL DE ARTE 2024: EL ENCUENTRO DE LO DIFERENTE COMO POTENCIALIZADOR DE LA CREACIÓN

Lo que más nos distingue de las máquinas quizás sea nuestra capacidad de mirar más allá y crear lo inimaginable. Esta habilidad se potencia cuando unimos nuestras perspectivas con otros puntos de vista — también humanos, claro. El tema de la Bienal de Arte de Venecia de este año, "Extranjeros en Todas Partes", aborda esta cuestión: la diversidad, la diferencia y el "extranjero" como agentes multiplicadores de la creación.



HAVAIANAS + DOLCE&GABBANA



HERING KIDS + NATIONAL GEOGRAPHIC



ISAMAYA FFRENCH + NIKE

Todas las imágenes son materiales de divulgación de las respectivas marcas.

LA UNIÓN – INUSITADA —
HACE LA FUERZA

Hoy en día, nada potencia más el éxito de una colección que una colaboración creativa inusual. Estas colaboraciones pueden ser singulares por ser distintas de muchas maneras, como en sus targets, en estética

y comunicación. Havaianas y Dolce&Gabbana, Hering Kids y National Geographic, y Isamaya Ffrench + Nike lo saben muy bien. Sus equipos creativos fueron geniales al unir las identidades de las marcas y crear collabs que, tan solo por ser atípicas, ya son un éxito. Al final, todos se ponen curiosos por sus resultados.



Todas las imágenes son materiales de divulgación de las respectivas marcas.

FUSIÓN
PARA
EVOLUCIONAR
E IMPULSAR
NEGOCIOS

Fusiones e intercambios son la esencia de la innovación, impulsando cambios en los negocios y en la moda. Ejemplos como la unión de Arezzo&Co con el Grupo Soma, que dio origen a Azzas 2154, y la colaboración entre Petz y Cobasi, que resultó en un aumento del 37% en la Bolsa, ilustran el impacto de ese movimiento. En la moda, el intercambio creativo entre las *maisons* refuerza la capacidad humana de combinar ideas y transformar lo familiar en algo nuevo e inesperado.



THE ROW + CHANEL:
The Row, la marca de las hermanas Olsen, ahora cuenta con inversiones de gigantes franceses tradicionales, Chanel y L'Oréal. La fusión combina diseño minimalista y excelencia en materiales, simbolizando la reinención humana en su esencia.

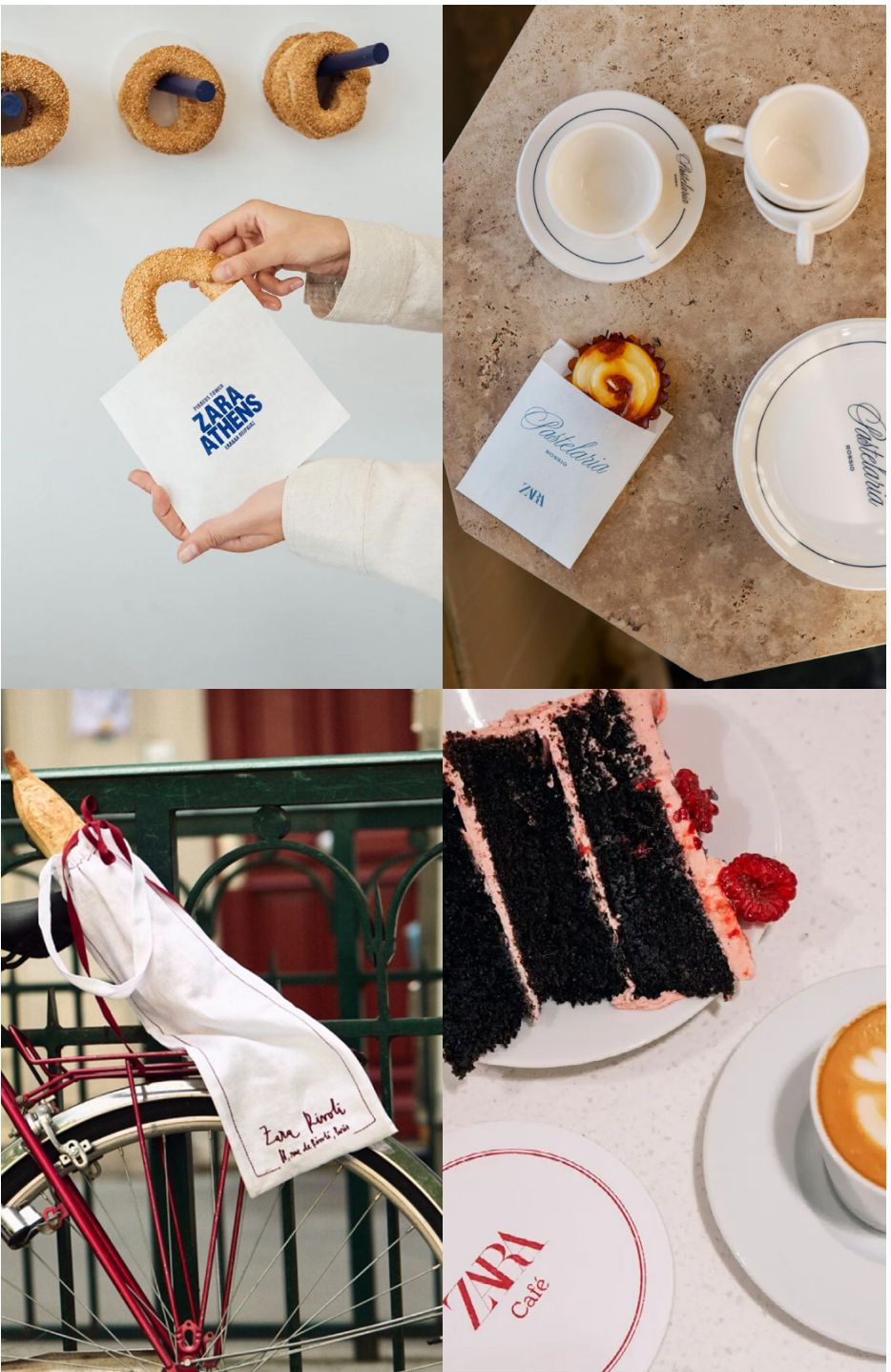
APOYA EL DISEÑO
HIPERLOCAL

Apostar por elementos de diseño regionales, materiales de origen local y técnicas de construcción tradicionales, además de valorar a pequeños fabricantes, artesanos y el saber popular — y ser más sustentable, vale decir — garantiza autenticidad a los proyectos.



El interior del Blue Bottle Coffee, en Japón, utiliza azulejos producidos localmente para revestir pisos, techos y paredes

Aesop Barcelona, idealizada por Mesura, es un homenaje a las piezas olvidadas del pasado, llena de autenticidad, permanencia y tradición.



Todas las imágenes son materiales promocionales pertenecientes a la marca Zara.

ZARA CAFÉS — Zara ha comenzado a abrir cafeterías junto a sus megatiendas en todo el mundo, combinando moda y gastronomía. A diferencia de sus colecciones masificadas, los cafés ofrecen menús inspirados en la cocina local. En Portugal, por ejemplo, incluyen el famoso "pastel de nata". Esta estrategia no solo aporta autenticidad al negocio, sino que también crea un vínculo más profundo con el público, celebrando la cultura de cada región.



REFRAMED

CAMBIAR LA LENTE PARA REINVENTARSE.

Reencuadrar. Cambiar el punto de vista. Cambiar las lentes. REFRAMED trata de recontextualizar, reinterpretar. Revisitar historias desde una nueva perspectiva, transformando el presente y descubriendo nuevas posibilidades de futuro.

MUJERES EN EL PODER:
RESULTADOS QUE
MARCAN LA DIFERENCIA

Está más que comprobado: las mujeres en posiciones de liderazgo generan un impacto real en los resultados. Las corporaciones lideradas por mujeres muestran mayor innovación, sustentabilidad y una mejor performance financiera. Sin embargo, la paridad de género avanza a un ritmo lento, con una tasa de crecimiento de solo el 3,8% desde 2006. ¡Actualizar nuestra perspectiva es clave para acelerar esta transformación!



BEYONCÉ:
REESCRIBIENDO
EL WESTERN Y
HACIENDO HISTORIA

Beyoncé se convirtió en la primera mujer negra en alcanzar el tope del ranking Hot Country Music de Billboard. Aunque este logro pueda parecer común para una artista que acumula los premios más importantes de la música, es crucial destacar el triste hecho de que la música *country*, históricamente, ha excluido a artistas negros, especialmente las mujeres, debido al racismo y al sexismo. Felizmente, Beyoncé está desafiando el *status quo*, transformando el presente y garantizando la representatividad negra en todos los espacios. ¡Mujeres negras en el tope!



Imagen: Divulgación



Imágenes: Divulgación Galería Hannah Traore.

GALERIA HANNAH TRAORE –
Una exposición provocadora que reúne a artistas para explorar y reimaginar el papel del vaquero en la narrativa de la "Gran Migración", conectando diferentes historias y culturas.

TODOS QUIEREN
SER COWBOY

Adoptada por íconos como Beyoncé, Pharrell Williams, Lady Gaga, Bruno Mars y Lana Del Rey, la estética *country* y el estilo *cowboy* han conquistado las pasarelas y el *street style* global. Esta tendencia, que no se limita tan solo a las ropas, celebra l
as raíces texanas.



[LISTEN TO MUSIC]
"Cowboy Carter" | BEYONCÉ



BEYONCÉ | LEVI'S



PHARRELL WILLIAMS | TIFFANY



LANA DEL REY



LADY GAGA E BRUNO MARS



VUELTA A LOS ORÍGENES

El estilista americano Ralph Lauren rindió homenaje a su conexión personal y profesional con la costa de los Hamptons en la colección Primavera 2025 de la marca. Siguiendo la tradición de su firma, también

presentó una estética inspirada en los nativos norteamericanos, en colaboración con Naomi Glasses, destacando la rica herencia cultural que impregna sus creaciones.



[WATCH] PELÍCULA
"Killers of the Flower Moon"



Todas las imágenes son reproducción de Pinterest.

COTTAGECORE:
LA ESTÉTICA DE LA
(DES)CONEXIÓN

Cottagecore (también conocido como Farmcore o Countrycore) es una estética inspirada en una versión romantizada de la

vida rural occidental. Representada por primera vez en el siglo XVIII, este estilo ha resurgido en las redes sociales. Cottagecore brinda un enfoque consciente de la vida, destacando la conexión con la naturaleza, un ritmo más pausado y la alegría de la creatividad.



[LISTEN TO MUSIC]
"Folklore" | TAYLOR SWIFT

TAKE YOUR TIME

REESCRIBIENDO EL VALOR DEL AHORA.

Todo tiene su tiempo, y esta es una lección valiosa: aprender a confiar y a respetar el ritmo de cada proceso. El lema "Time is money" adquiere un nuevo significado al recordarnos la importancia de desacelerar, reflexionar y valorar cada momento. Hemos transformado nuestra forma de vivir, reconociendo que el tiempo personal es un recurso único y finito, algo que el dinero, en realidad, no puede comprar.



**SALVATORI +
PATRÍCIA URQUIOLA:**
UN HOMENAJE AL
TIEMPO PERSONAL

La colección de baños diseñada por Patricia Urquiola para Salvatori, lanzada en el Salón del Mueble 2024, en Milán, combina diferentes texturas de piedras naturales y acero. Titulada “The Small Hours”, la colección es una invitación a que dediquemos más atención a los momentos privados.



Todas las imágenes son materiales de divulgación pertenecientes a la marca Salvatori.

DESCANSA MIENTRAS...
ELLOS (EXHAUSTIVAMENTE)
TRABAJAN

En una sociedad que vende la meritocracia como una gran verdad y romantiza el trabajo hasta la extenuación (¡hola, *burnout*!), uno de los principales lemas es que "el trabajo dignifica al hombre". En este contexto, descansar se convierte en un motivo de culpa. Así, cuando finalmente logramos parar para descansar, muchas veces no conseguimos relajarnos de verdad: la mente sigue a mil, pensando en lo que dejamos de producir. Necesitamos comprender, con urgencia, que cuidar del cuerpo y de la mente a través del descanso es fundamental.



[PLAY] PUBLICIDAD
"The Desk Break" | ASICS



Imagen: © Nin Solist / Divulgación Archdaily

CASA COVA | MÉXICO



WELLNESS: INFLUENCIA LA MODA

En el mundo pospandémico, los hábitos relacionados con el bienestar se han convertido en una obsesión, y la moda ha aprovechado estas influencias *wellness* como fuente de inspiración. Los desfiles de 2025 presentaron *looks* que hacen

referencia a los hobbies saludables de hoy día: correr, yoga, danza, escalada e incluso, tocar un instrumento musical. Estas actividades se reflejaron en calzas, trajes de baño, tops y elementos escénicos en las pasarelas de grandes marcas de lujo como Miu Miu, Ferragamo y The Attico.



Todas las imágenes son materiales de divulgación pertenecientes a la marca Gucci.

HAZ CLIC AQUÍ Y MIRA EL VIDEO DEL DESFILE

GUCCI INVITA: CONÉCTATE CON TU YO INTERIOR

"Esta colección es una invitación a detenerse y a buscar tu propio momento, a disfrutar y vivir al máximo", dijo Sabato de Sarno, director creativo de Gucci, sobre

el desfile Verano 2025 de la marca, que tuvo lugar en septiembre en un edificio de la Triennale de Milán.

IN AND OUT: LA FLUIDEZ ENTRE LOS ESPACIOS INTERIORES Y EXTERIORES

Con piezas que fluyen entre espacios, la integración entre el interior y el exterior transforma la casa en un organismo vivo, conectado con el ambiente. Paola Lenti ejemplifica esta visión al crear mobiliarios que armonizan naturaleza y diseño, promocionando un diálogo orgánico entre arquitectura y paisaje.



Todas las imágenes son materiales de divulgación pertenecientes a la marca Paola Lenti.



DATE UPDATE

CONEXIONES SIN RÓTULOS, RELACIONES SIN LÍMITES

¡Las configuraciones de las interacciones sociales han sido actualizadas con éxito! Cuando nos desprendemos de los estándares tradicionales, ¡lo podemos todo! Nos relacionamos de manera cada vez más fluida, lo que ha dado forma a nuevos tipos de conexiones humanas que no se encajan en rótulos ni pueden ser clasificadas en categorías rígidas.

COQUETEO "OFFLINE"

La saturación de vivir online está llevando a la Generación Z a buscar el amor de forma analógica, es decir, fuera de las aplicaciones. Este rescate del coqueteo "offline" es un intento de encontrar la realidad en su forma más pura — y maravillarse, dicho sea de paso, con la autenticidad — que solo las interacciones sin pantallas ni filtros pueden ofrecer.



A GEN Z, EL AMOR Y EL SEXO

¡Los parámetros de amor y sexo han sido actualizados por la Generación Z! Esta generación comprende que el éxito y la felicidad dependen de cada individuo y, por lo tanto, no se aferra a una visión romantizada de las relaciones, entendiendo que podrán tener diversas parejas amorosas y sexuales a lo largo de la vida.

COMER SOLO EN
RESTAURANTES:
LO QUE ANTES ERA UN SÍMBOLO
DE FRACASO, AHORA ES *TREND*

El acto de comer solo en restaurantes está ganando cada vez más adeptos, especialmente entre los *millennials* y la generación Z. La plataforma de reservas de restaurantes OpenTable registró un aumento del 8% en reservas online para una sola persona en 12 meses, reflejando un cambio macro en los hábitos sociales, con valorización de las experiencias individuales.



MACRO TENDENCIA

OVERVIEW

INNERSCAPE

Nuestra vida está cada vez más entrelazada con la tecnología, las pantallas y la inteligencia artificial. En medio de esta realidad, surge una tendencia clara: buscar refugio en el único lugar que aún nos queda – nuestro interior. Es esencial mirar hacia nuestra esencia para comprender verdaderamente nuestros deseos y necesidades.

MICRO TENDENCIA

SKYWINDOW

La inteligencia artificial crea a partir de datos del pasado, como quien mira por el espejo retrovisor. Sin embargo, el verdadero desafío está en mirar hacia el infinito, soñar y rescatar aquello que nos hace humanos: el arte y la creatividad.

- > COLABORACIONES
- > RELACIÓN CON LA NATURALEZA
- > PROCESO CREATIVO AUTORAL/AUTENTICIDAD
- > CICLO DE INNOVACIÓN

REFRAMED

Cultivar la calma y valorar el momento presente nos permite resignificar el pasado y descubrir nuevos caminos. Estéticas antes olvidadas adquieren un nuevo significado y vuelven a ser relevantes.

- > RESIGNIFICACIÓN Y VALORACIÓN DEL PASADO
- > RELACIÓN CON LA NATURALEZA
- > ARTESANAL

TAKE YOUR TIME

Es esencial reservar momentos de pausa para nosotros mismos. Nuestros entornos deben brindar espacio y tiempo para respirar, reconectar y relacionarnos con la naturaleza.

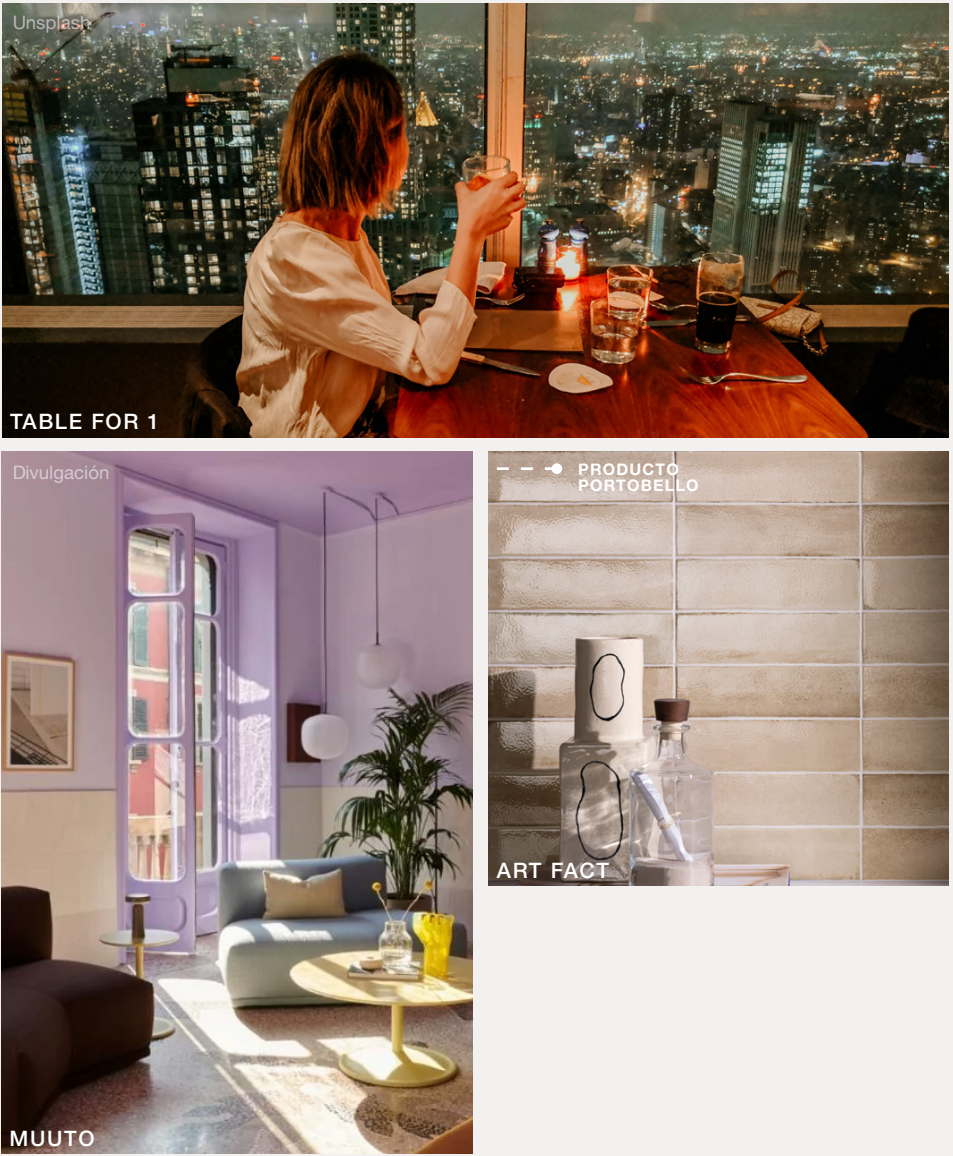
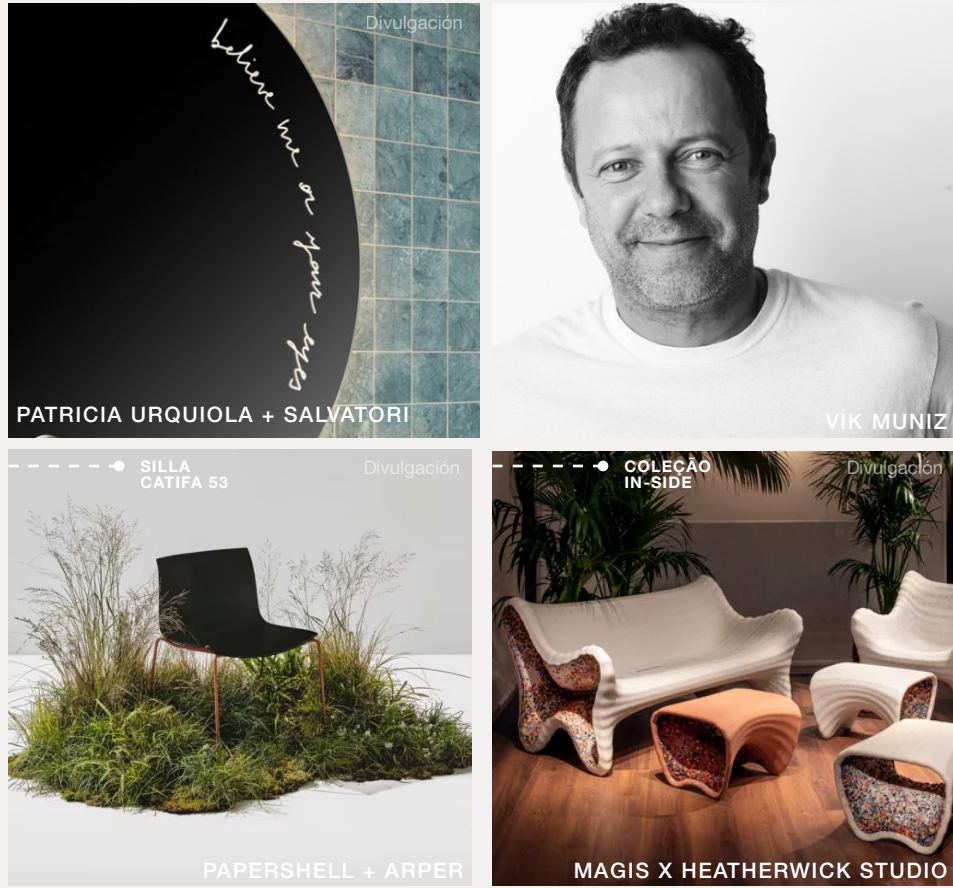
- > CONFORT Y CALIDEZ
- > CONEXIÓN INTERIOR/EXTERIOR

DATE UPDATE

Nuevas formas de conectarnos con la familia, amigos e incluso con nuestras mascotas se están haciendo posibles, y esto está dando forma a los espacios en los que vivimos.

- > ESPACIOS MÁS FUNCIONALES Y PRÁCTICOS
- > RECONFIGURACIÓN DE PATRONES
- > ULTRAPERSONALIZACIÓN

REFLEJO EN DISEÑO Y ARQUITECTURA



PALETA DE COLORES



BREAKDOWN

¡ESTAMOS AL LÍMITE! LÍMITE AMBIENTAL, SOCIAL Y EMOCIONAL. LO QUE HEMOS CREADO A LO LARGO DEL TIEMPO HA TRAÍDO CONSECUENCIAS QUE YA NO PODEMOS IGNORAR.

Sistemas, valores e incluso mentes están colapsando, y no podemos seguir haciendo la vista gorda ante lo que se despliega frente a nosotros.

¡Es la hora de actuar!
Este es un llamado a la acción:
transforma el caos en combustible creativo para generar soluciones innovadoras.

GROUND
A(N)ESTHETIC
RESET





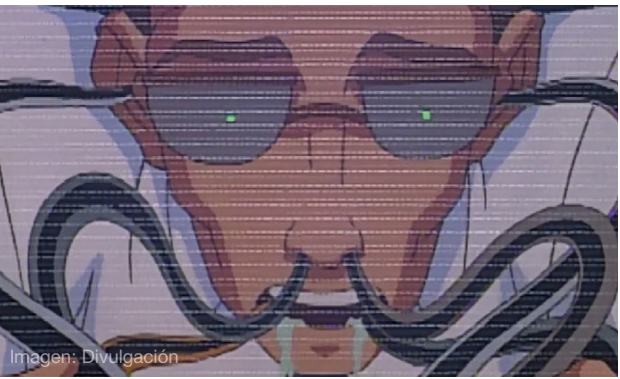
GROUND

RESIGNIFICAR.
RESISTIR. RENACER.

Nunca hemos sido tan conscientes de la realidad que nos rodea y de que NO HAY MÁS TIEMPO para evitar el colapso. Los eventos climáticos extremos nos obligan a actuar, y la urgencia de un cambio real se vuelve más evidente cada día. Es momento de pisar fuerte y comprometernos con el cambio.

LA MADRE NATURALEZA PIDE AUXILIO

En el 2024, enfrentamos episodios climáticos extremos, como las inundaciones en Rio Grande do Sul y la sequía en Amazonas, en Brasil, el huracán Milton en Estados Unidos y la DANA en Valencia, España. Como resultado, miles de personas quedaron desplazadas y muchas perdieron la vida de manera trágica. La frecuencia con la que ocurren estos fenómenos debe interpretarse como un pedido de auxilio urgente de la madre naturaleza, y la única manera de reducir su recurrencia es actuar AHORA. ¡Juntos, podemos revertir esta situación!



[LISTEN TO MUSIC]
"Do the Evolution" | PEARL JAM

**DE BASURA A
ARTÍCULO DE LUJO:**
EN INDONESIA, CREAN
SILLA HECHA 100%
A PARTIR DE BASURA
RETIRADA DE RÍOS

Voluntarios de la organización sin fines de lucro Sungai Watch recolectaron más de 1.800 toneladas de basura de los ríos de Indonesia a lo largo de tres años, evitando que estos desechos llegaran al océano. Con ese material, un grupo de artesanos creó la pieza de diseño Ombak/ Sungai Design: una silla fabricada con 30kg de plástico reciclado y aproximadamente 2.000 bolsas plásticas



Todas las imágenes son materiales de divulgación pertenecientes a la marca Sungai Design.

FABBRICK:
TRANSFORMANDO
RESIDUOS TEXTILES
EN LADRILLOS

Fundada en 2018 por Clarisse Merlet, FabBRICK nació como un proyecto universitario de la carrera de arquitectura. La empresa transforma residuos textiles en ladrillos de diversas formas y colores. Patentada en 2019, la tecnología utilizada por la compañía se adapta a todo tipo de material textil.



Todas las imágenes son materiales de divulgación pertenecientes a la marca FabBRICK.



[WATCH] "OUR PLANET"
(2019): Serie documental que muestra la belleza natural del planeta y los efectos del cambio climático en todas las criaturas vivas.



Todas las imágenes son materiales de divulgación pertenecientes a la marca Joyce Lin.

EL **DISEÑO**
COMO FORMA DE
CONCIENTIZACIÓN

El fresno es un árbol muy presente en el este de los Estados Unidos y una de las principales fuentesde madera para decoración de interiores y otros usos cotidianos. Desafortunadamente, esta especie está siendo diezmadapor un escarabajo invasor. Como forma de alertar sobre estedesequilibrio ambiental en el paisaje de América del Norte, la diseñadora Joyce Lin creó una silla que utiliza madera de fresno, incorporando pequeños insectos incrustados en grietas y otros detalles de la pieza.

LEGO SE COMPROMETE
CON UNA META AMBICIOSA
EN FAVOR DEL PLANETA

Lego, el mayor fabricante de juguetes del mundo, ha asumido un compromiso audaz y costoso, pero absolutamente necesario: para 2032, la gigante planea que el 100% de sus productos sean fabricados con plástico renovable.

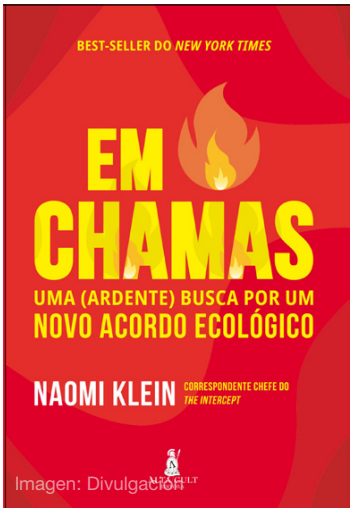


Todas las imágenes son materiales de divulgación pertenecientes a la marca Lego.



LA PRESIÓN POR
LA SUSTENTABILIDAD:
ESG EN ASCENSO

A medida que los efectos del cambio climático se vuelven cada vez más trágicos, aumenta la exigencia de rendición de cuentas por parte de las empresas en temas ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Esto ha obligado a las compañías a invertir más en esta esfera. Según Bloomberg Intelligence, para el 2025 más de 53 billones de dólares serán canalizados hacia inversiones sostenibles. En Brasil, a partir del 2027, las empresas estarán obligadas a publicar informes de sustentabilidad conforme al estándar ISSB.



[READ] "EN LLAMAS"
(Naomi Klein): Obra que
analiza cómo el calentamiento
global es una crisis política
y económica que requiere
cambios radicales.



A(N)ESTHETIC

AUTENTICIDAD VS APATÍA.

El mundo no pide ayuda, la exige a gritos. Pocos escuchan. Sin duda, tenemos demasiada información, y precisamente eso nos anestesia frente a esta realidad. Esto incrementa la apatía, sugiriendo la necesidad urgente de redescubrir la autenticidad y luchar por lo que realmente importa en un mundo saturado de estímulos, donde todo ya ha sido hecho.

CRISIS COMO ESTILO DE VIDA

La realidad caótica de crisis económicas y ambientales interconectadas ha dado lugar a un nuevo estilo de vida entre la Generación Z. Adoptar una estética "apocalíptica", militar por el futuro del planeta, pero también comprar en *fast fashions* no reconocidas por sus prácticas sustentables (de hecho, todo lo contrario), además de mezclar dogmas de diferentes religiones con creencias *new age*, tiene sentido cuando consideramos que esta generación ha crecido en un contexto de inestabilidad social, política y climática.



LA INFLUENCIA DE LA CULTURA DE LA DELGADEZ EN LA MODA Y EN LOS NEGOCIOS

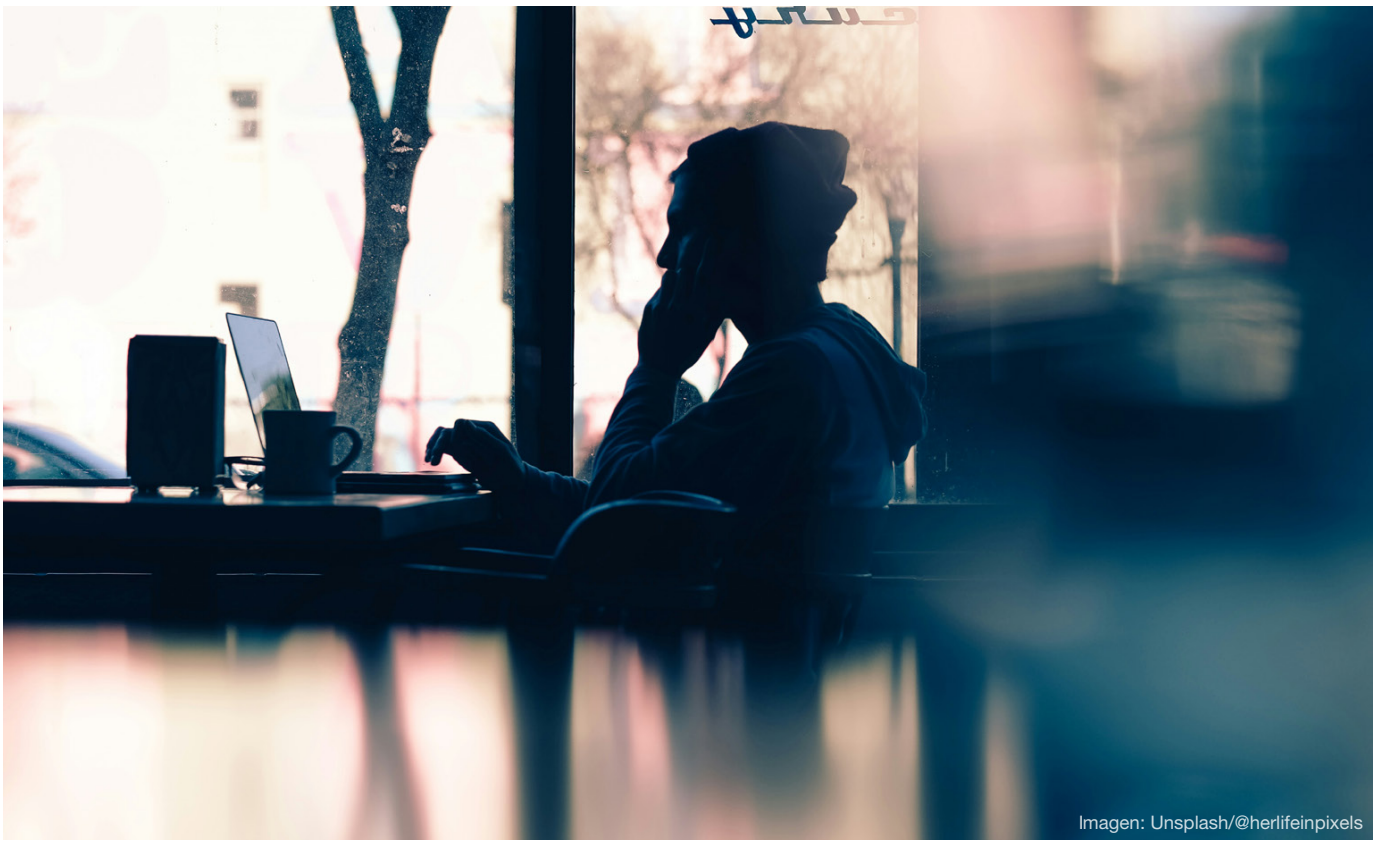
Si en los años 2010 celebramos la diversidad corporal y rompimos estándares de belleza, la década de 2020 ya se está caracterizando por un regreso del culto a la delgadez. Reflejando este comportamiento – que, llevado al extremo, resulta nada saludable – la moda ha comenzado a destacar formas diseñadas para cuerpos extremadamente delgados, además de reducir los tamaños de las prendas. En los supermercados, es posible notar “el efecto Ozempic”, con carritos de compra más chicos y con menos calorías.



[WATCH] PELÍCULA "LA SUBSTANCIA" (2024) – El filme explora cómo la tecnología redefine los estándares de belleza y fragmenta identidades, ampliando las posibilidades humanas, pero provocando profundas reflexiones sobre los procedimientos estéticos y la esencia de lo que somos.

AUTENTICIDAD
RESIGNIFICADA

Ser auténtico requiere coraje para ser sin buscar agradar, pero esto se ha convertido en una misión imposible, tanto para individuos como para marcas, en un mundo dominado por filtros y algoritmos. La plataforma The Summer Hunter plantea una pregunta crucial: ¿qué significa ser auténtico hoy en día? Y, para quienes producen contenido, ¿la autenticidad se ha reducido a ser sinónimo de marca personal? Y en el ámbito privado, ¿cómo saber quién eres realmente cuando tus elecciones están influenciadas por algoritmos? Acá dejamos la reflexión...



LA TENDENCIA ES
SER ANTITENDENCIA

Las redes sociales han aceleraron la creación y la sustitución de tendencias – no necesariamente en ese orden. A raíz de esto, ha crecido la presión por la aparición constante de nuevas *trends*, lo que ha dado lugar al fenómeno de la “anti tendencia”. Este movimiento no solo se manifiesta en la moda, sino en el *lifestyle* como un todo, y cuestiona el inmediateismo del consumo actual.

ARQUITECTURA “BOX”
COMO REFLEJO DE
LOS TIEMPOS MODERNOS

El fenómeno de las “boxes” en la arquitectura – edificios con formas cuadradas y funcionales – refleja la valorización de la rapidez y del bajo costo en los tiempos actuales. Con una estética impersonal, económica y de rápida disponibilidad, el desafío de estos proyectos está en dar la debida atención a otros valores importantes, como la conexión humana y la vitalidad de las comunidades.

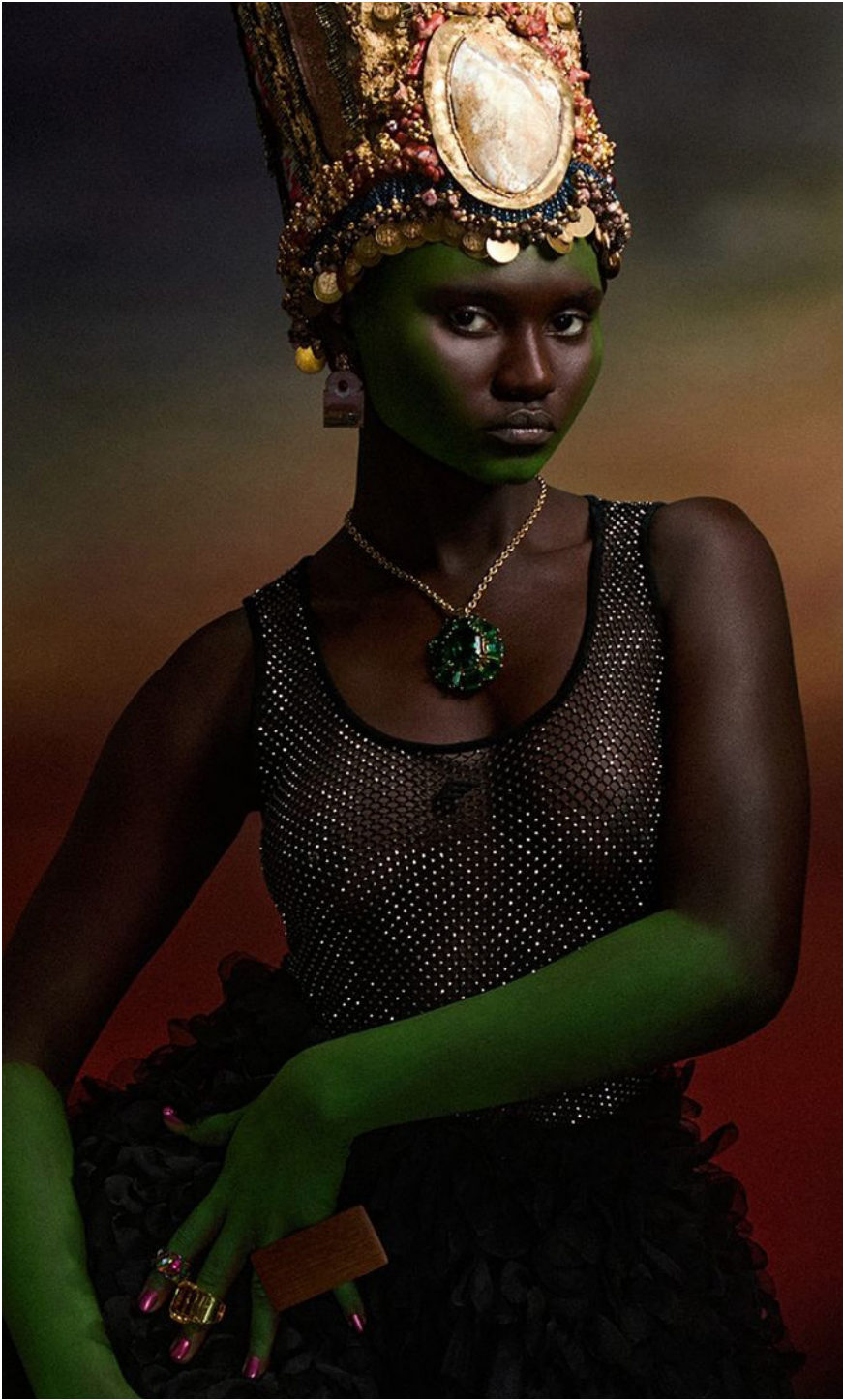




RESET

VUELVE DOS PASOS ATRÁS.
¡REINICIA EL JUEGO!

Una invitación a reiniciar y regresar a las "configuraciones de fábrica", rescatando nuestras raíces. Hacer los ajustes necesarios y redefinir prioridades, enfrentando y revirtiendo los problemas generados por la mentalidad de progreso a cualquier costo, es el movimiento ideal para tiempos de caos. Es momento de "resetear" colectivamente nuestro modo de vivir y reconstruir el futuro con más conciencia.



Todas las imágenes son materiales de divulgación pertenecientes a Elle Brasil/@wall404.

LA MODA VIAJA EN EL TIEMPO Y EL ESPACIO EN UN EDITORIAL DE ELLE BRASIL

El volumen 17 de **Elle Brasil** presenta un editorial de moda firmado por el **fotógrafo Wallace Domingues** (en Instagram, **@wall404**) cargado de referencias a diversas

y distantes culturas. Un ensayo fotográfico en el que, como menciona la propia Elle Brasil en su perfil en esa red social, “la moda viaja en el tiempo y el espacio para encontrar poesía en los escenarios más inhóspitos”.

COLDPLAY LANZA
NUEVO ÁLBUM DE
VINILO SUSTENTABLE

La banda Coldplay, liderada por Chris Martin, ha anunciado su nuevo disco, "Moon Music", que se destaca por ser el primer álbum del mundo lanzado como un LP EcoRecord rPET de 140g. Cada copia del disco está fabricada a partir de nueve botellas de plástico PET recicladas, recuperadas de residuos posconsumo.



Imágenes: Divulgación Coldplay

DISEÑO INTERESPECIES:
CREANDO ESPACIOS PARA
LA COEXISTENCIA CON
OTRAS ESPECIES

El diseño interespecies propone una visión en la que hongos, insectos, animales y seres humanos son tratados como iguales. Este concepto se basa en la creación de espacios que fomenten la empatía y la colaboración con otras formas de vida. Un ejemplo notable de este movimiento, beneficioso tanto para los humanos como para la naturaleza, es el uso del micelio, que puede actuar como retardante de fuego.



Imagen: © Blast Studio | Divulgación Archdaily

MACROTENDENCIA

OVERVIEW

BREAKDOWN

Estamos al límite de los recursos del planeta, con un futuro caótico ya tocando a nuestra puerta. La solución va más allá de simplemente ahorrar; es esencial regenerar el daño que hemos causado. Cada decisión debe tomarse de manera más consciente.

MICROTENDENCIA

GROUND

Estamos enfrentando las consecuencias de nuestras acciones en el planeta y necesitamos adoptar prácticas regenerativas.

- > PRODUCTOS Y ACCIONES SUSTENTABLES
- > INNOVAR ES ADAPTARSE A LAS NECESIDADES DEL TIEMPO

A(N)ESTHETIC

Mientras el planeta clama por ayuda, muchas marcas permanecen indiferentes. Los productos sustentables deben contar sus historias, inspirando un camino posible.

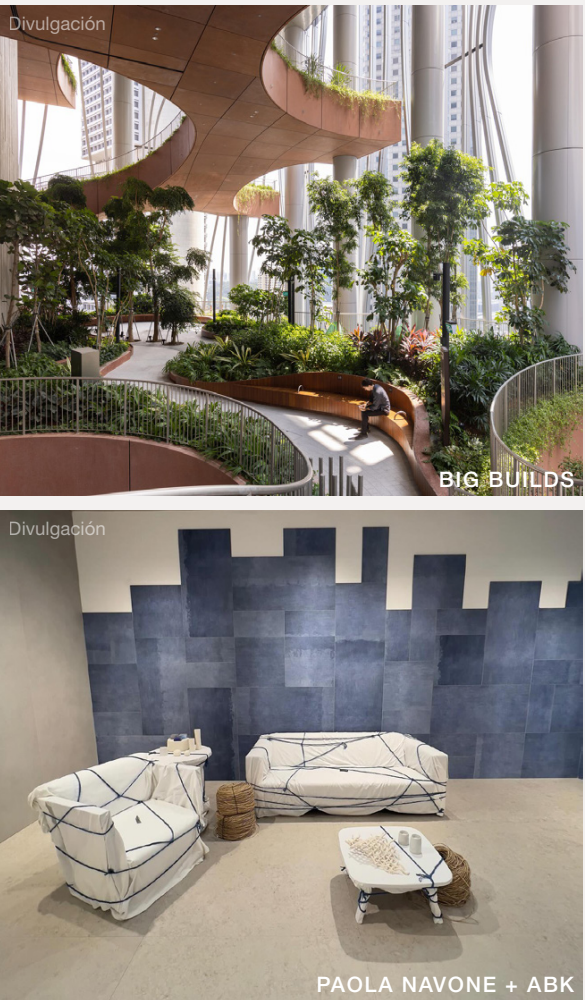
- > AUTENTICIDAD

RESET

Es momento de reescribir nuestra historia. Nuestras elecciones deben ir más allá de la conciencia: deben reparar los daños que hemos causado.

- > MATERIALES SUSTENTABLES
- > CONOCIMIENTO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN
- > HOGAR INTEGRADO CON LA NATURALEZA

REFLEJO EN DISEÑO Y ARQUITECTURA



PALETA DE COLORES



PERCEPTI(ON)

ESO ES TODO PARA
EL **TRENDBOOK 2025**
PORTOBELLO, PERO
ESTE NO ES EL FIN...

El futuro sigue trayendo cambios y desafíos. Las macrotendencias – **FRAGMENTED, INNERSCAPE y BREAKDOWN** – nos introducen a esta nueva era en que la fusión entre lo analógico y lo digital se vuelve más intensa y significativa – y este material, sin duda, es una muestra a todas las posibilidades de futuro que abarcan esas transformaciones de comportamiento.

A medida que navegamos por esas nuevas direcciones, nos volvemos más conscientes de nuestro papel en los cambios que tenemos frente a nosotros. Necesitamos elegir activamente cómo nos conectamos con el mundo, buscando un

futuro más inclusivo, auténtico, sustentable y mentalmente equilibrado. Este Trendbook no es solo un diario del presente; es un llamado a la acción. **Nos muestra un camino en constante movimiento, en que todos tenemos el poder, la capacidad y la responsabilidad de dar forma a ese futuro.**



Portobello

 @portobello

 @portobellooficial

www.portobello.com.br

www.archtrends.com