

## Quando o futuro vira conteúdo: uma análise crítica de *reports* de tendências à luz da inteligência estratégica antecipativa e coletiva

**Débora Fritzen**

Especialização em Inteligência, Estratégia e Inovação - EA/UFRGS  
deborafrizen@gmail.com

**Raquel Janissek-Muniz**

IEA Future Lab PPGA/UFRGS  
rjmuniz@ufrgs.br

**Resumo:** O artigo propõe analisar criticamente a transformação dos *reports* de tendências em produtos simbólicos no mercado contemporâneo, sob a lente da Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva (IEAc). Parte-se da constatação de que o conceito de tendência sofreu esvaziamento semântico e metodológico, marcado pela estetização e pela performatividade discursiva, fenômeno denominado “*forecasting* performático”. Nesse processo, relatórios que deveriam apoiar a decisão estratégica passam a atuar como dispositivos de *branding* e validação cultural. A pesquisa, de caráter qualitativo, baseou-se em análise de conteúdo temática (Bardin, 2011), aplicada a quatro relatórios globais lançados em 2025: Pinterest Predicts, Intel Global Consumer Trends, TrendWatching Trend Report e VML Future 100. Foram examinados seus métodos, narrativas, formatos visuais e funções no ecossistema profissional. Os resultados apontam opacidade metodológica, compressão da complexidade cultural em formatos esteticamente consumíveis e reforço de epistemologias dominantes, com risco de banalização do futuro e concentração do poder interpretativo. Em contraponto, a IEAc é apresentada como alternativa metodológica mais robusta, transparente e coletiva, capaz de ampliar o acesso a futuros plurais e compartilhados. Conclui-se que, mais do que ferramentas de inteligência, os *reports* analisados funcionam como dispositivos performáticos, revelando disputas epistêmicas e políticas sobre quem tem o poder de definir os futuros possíveis. **Palavras-Chave:** Inteligência estratégica antecipativa; tendências; mercantilização do futuro; *trend forecasting reports*

## 1. Introdução

Em junho de 2023, o artigo publicado pela plataforma *Contagious*<sup>1</sup>, intitulado “*Trends have lost all meaning*”, ganhou destaque no mercado de comunicação e inovação, reverberando em veículos como a *Fast Company* e em plataformas como *LinkedIn* e *Instagram*. O texto sintetiza um desconforto crescente: o esvaziamento semântico e metodológico do conceito de tendência. A palavra *trend* tornou-se um rótulo aplicado indiscriminadamente a qualquer movimento ou comportamento que adquira mínima visibilidade, independentemente de recorrência ou relevância cultural. A consequência é clara: quando tudo pode ser classificado como tendência, o conceito perde sua função analítica e estratégica (Contagious, 2023; FAST COMPANY, 2023). Embora recente na formulação pública, esse questionamento reflete tensões antigas no campo dos estudos de futuros e das tendências, já apontadas por Bell (1996) e Garcia (2023). A própria palavra futuros, quando associada à estratégia e à antecipação, deve ser tratada no plural, pois ainda está em construção (cenários possíveis, prováveis, desejáveis...) a partir de sinais e decisões tomadas no presente (Kristóf & Novaky, 2023).

A nomeação de sinais e tendências não é um ato neutro, mas expressão de um poder epistêmico e econômico. Como enfatiza Bourdieu (1989, p. 14), o poder simbólico consiste em “fazer ver e fazer crer”, configurando a ação efetiva sobre o mundo. No campo das tendências, isso se traduz na autoridade de consultorias e plataformas em definir quais futuros são visíveis e quais são descartados como irrelevantes. Essa assimetria, como lembra Appadurai (2013, p. 289), reflete desigualdades estruturais de acesso à “capacidade de aspirar”, restringindo quem pode legitimar narrativas sobre futuros. Assim, os relatórios e discursos de tendência participam não apenas de um exercício de antecipação, mas de uma disputa simbólica que envolve o direito de construir e fazer circular determinadas visões de mundo. Trata-se, portanto, de um processo onde o epistemológico e o político se entrelaçam na produção de futuros autorizados (Garcia, 2021).

Essa tensão atravessa a própria história do *trend forecasting*. Como observa Powers (2018), o campo nasce na intersecção entre futurologia, análise cultural e *marketing*, equilibrando a promessa de rigor metodológico com a função mercantil de oferecer narrativas vendáveis. Esse duplo caráter repercute desde os primeiros estudos de futuro, quando Bell (1996) já advertia para o risco de banalização diante da popularização do conceito de futuro. Sanar ambiguidades metodológicas nunca foi trivial, e a ascensão do mercado de relatórios de tendência apenas acentuou esse dilema. A promessa de previsões rápidas, que atrai consumidores e empresas, reduz o espaço para processos analíticos mais densos, aprofundando assim a fragilidade epistemológica do campo. Para Garcia (2023), a crise de sentido não freia a produção de relatórios, mas, paradoxalmente, sustenta e expande o mercado especializado em conteúdos de *forecast*. De fato, há uma distorção de identidade que confunde e banaliza práticas de futuros (prospecção, antecipação, *foresight*) associando-as muito rapidamente a tendências ou práticas de *forecast* (previsões, projeções, futuro), que embora complementares, têm orientações e objetivos distintos (Borges, 2021).

O crescimento exponencial desse mercado, reflexo da demanda por *newsletters*, relatórios e *podcasts* de tendências, produz o que se pode chamar de “inflação discursiva” do

---

<sup>1</sup> <https://www.contagious.com/news-and-views/trends-have-lost-all-meaning>.

termo. O conceito passa a ser mobilizado de maneira excessiva, esvaziando-se de consistência metodológica, como advertem Powers (2018) e Garcia (2023). Rogers (2003) também oferece um paralelo ao indicar que compressões aceleradas, de ideias complexas para formatos simplificados, geram distorções. Assim, relatórios originalmente concebidos como ferramentas estratégicas de inteligência são frequentemente apropriados como artefatos discursivos carregados de performatividade. Em vez de sustentarem análises qualificadas, baseadas em método certificável, passam a circular como produtos simbólicos de prestígio, valorizados em festivais corporativos, redes sociais e plataformas profissionais, operando como credenciais culturais para organizações que buscam legitimação no ecossistema global de inovação (Victorio, 2024).

Nesse cenário, a análise proposta neste artigo busca compreender se a transformação dos *reports* de tendências em produtos de conteúdo representa uma mudança estrutural em sua função. A questão orientadora é: **tais relatórios ainda cumprem o papel de instrumentos de foresight e inteligência antecipativa, ou atuam mais como narrativas culturais cuja função é atribuir prestígio e autoridade simbólica?** Dentro do objetivo de analisar criticamente a transformação dos *reports* de tendências em produtos simbólicos no mercado contemporâneo, sob a lente da Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva (IEAc), foram examinados quatro relatórios de circulação global - VML Future 100, Pinterest Predicts, Mintel Global Consumer Trends e TrendWatching Report, por meio de análise qualitativa de discurso e conteúdo. O estudo concentrou-se em quatro eixos: método declarado ou implícito; narrativas linguísticas; configuração visual e simbólica; e papel desempenhado nos ecossistemas profissionais, onde circulam, como insumos, produtos ou credenciais discursivas.

Mais do que uma investigação técnica, trata-se de refletir criticamente sobre os limites dos estudos de tendência à luz da IEAc, conforme proposta por estudos da escola francesa de inteligência antecipativa (Lesca, 2003; Lesca & Janissek-Muniz, 2022). A intenção não é confundir campos, mas evidenciar contrastes: enquanto a IEAc pressupõe rigor metodológico, pluralidade de perspectivas e compromisso com o olhar estratégico alinhado à construção coletiva de futuros, os relatórios de *forecast* assumem, predominantemente, uma lógica mercadológica. A crescente convergência entre discurso de tendência e discurso de futuros revela-se mais como produto simbólico da economia da inovação do que como síntese metodológica efetiva. Ao explicitar essa diferença, a pesquisa convida a problematizar a performatividade que sustenta a credibilidade dos *reports* no mercado e seus efeitos no modo como o futuro é nomeado, disputado e consumido como mercadoria.

## 2. Fundamentação teórica

Este capítulo apresenta os fundamentos teóricos que estruturam este estudo, organizados em quatro eixos centrais: a construção social e mercantilização do futuro, a crise contemporânea da imaginação do futuro, a superficialização metodológica nos estudos de tendências e a tensão entre *foresight* e narrativa cultural. Cada eixo conecta-se à problemática investigada: a transformação dos *reports* de tendências em produtos simbólicos, mais voltados à circulação de autoridade do que ao suporte à decisão estratégica.

### 2.1 A Construção Social e a Mercantilização do Futuro

O conceito de futuro, enquanto construção social, não é natural nem universal, mas resultado de processos históricos específicos. Bell (1996) aponta que a ideia moderna de futuro desloca-se de uma concepção espacial, típica das utopias clássicas, para uma dimensão temporal, entendida como horizonte de possibilidades e ação. Esse movimento, já indicado por Polak (1961) e Bertrand de Jouvenel (1967), consolida a noção do futuro como campo sobre o qual é possível intervir, já que o passado é imutável e o presente transitório. Assim, o futuro passa a ser considerado espaço aberto à escolha, antecipação e construção de alternativas preferíveis por indivíduos e organizações. No capitalismo informacional, essa noção assume força, pois, como afirma Jouvenel (1967, *apud* Powers, 2018, p. 6), “o futuro é nosso único campo de poder, pois só podemos agir sobre ele”.

Embora frequentemente usados como sinônimos, os termos tendência e antecipação diferem (Borges, 2021). A tendência refere-se a sinais emergentes no presente, associados a padrões de comportamento, consumo ou estética (Gomes et al., 2021). Já a antecipação implica postura proativa, construção de cenários possíveis e preferíveis, pautada por método e interpretação (Bell, 1996; Lesca, 2003; Popper, 2008). Essa distinção permite compreender como a percepção do futuro estrutura uma indústria voltada tanto à identificação de mudanças quanto à produção delas. Enquanto os relatórios de tendências podem refletir transformações culturais, eles também participam de sua geração, operando como mecanismos de autoridade simbólica no mercado. Assim, a antecipação é frequentemente reduzida a curadorias estéticas e performativas, alimentando a mercantilização do futuro (Campos, 2020; Garcia, 2023).

Nesse contexto, *forecasters* não apenas descrevem, mas efetivamente “trazem o futuro à existência” (Powers, 2018, p.7). Powers destaca como relatórios e consultorias especializadas transformaram a narrativa do porvir em produto comercial, embalado em frameworks e listas de tendências. O risco é que a reflexão crítica seja capturada por interesses mercadológicos, esvaziando seu potencial emancipatório. Como observa Powers (2018, p. 3), tendências tornaram-se “moeda: uma linguagem capaz de identificar e extrair valor” de transformações culturais. Essa mercantilização reforça a lógica de que o futuro opera menos como possibilidade plural e mais como narrativa utilizada na gestão do presente. Criar futuros desejáveis passa a ser subordinado à lógica de legitimação discursiva e valorização econômica.

Na mesma perspectiva, tendências parecem ter a pretensão de colonizar futuros (Resende & Agra, 2020), em um processo em que a pluralidade de possibilidades é capturada e restringida por discursos hegemônicos, especialmente os de natureza mercadológica (Berardi, 2019). Ao transformar o futuro em mercadoria, expresso em relatórios de tendências e narrativas orientando a inovação, reduz-se a independência de construção de futuros. Nessa lógica, futuros deixam de ser horizontes abertos à imaginação coletiva e à construção de alternativas para se converterem em instrumentos de poder, disciplinando expectativas sociais e orientando comportamentos. Tal dinâmica, que opera sob a lógica do capital simbólico (Bourdieu, 2011), naturaliza determinadas visões de mundo (frequentemente associadas ao poder), ao mesmo tempo em que silencia outras, configurando uma apropriação seletiva do futuro. A colonização de futuros, pretendida com os discursos de tendências, não apenas busca definir o que é considerado possível, mas delimita quem tem autoridade para falar sobre o futuro e quais narrativas serão amplificadas, reforçando assimetrias de poder e restringindo a pluralidade de perspectivas que poderiam emergir do processo de antecipação.

O termo “tendência”, por sua vez, apresenta polissemia. Victorio (2024) aponta seu deslocamento da etimologia ao designar padrões de gosto e estilo, sobretudo na moda, mas também em áreas como estatística e economia. Vejlgard (2008) associa o conceito a ideias de fluxo e transformação, enquanto Lipovetsky (2007) o vincula à moda, como símbolo da efemeridade. Rasquilha (2015), adotando viés mercadológico, entende tendências como manifestações de comportamentos que antecipam mudanças sociais. Apesar da variedade, persiste a ideia de deslocamento e recorrência, com potencial em desafiar paradigmas. Relatos de tendências assumem frequentemente caráter performativo, mais voltados à autoridade simbólica do que às análises consistentes (Garcia, 2023), em sintonia com o conceito de capital simbólico de Bourdieu (2011).

Essa transformação gera banalização: como já alertava Caldas (2004, p. 7), há tendência “para tudo”, do vestir ao pensar, diluindo seu sentido crítico. O futuro, assim, é mobilizado menos como campo de antecipação e mais como recurso de legitimação no presente. Powers (2018) ressalta que, no ambiente corporativo, discursos futuristas servem para colocar futuros projetados em movimento e serem instrumentalizados na gestão cotidiana. Isso revela uma dinâmica em que a imaginação sobre o futuro é moldada pelo pragmatismo organizacional, reativa e restritiva. Torna-se, portanto, central examinar como esses discursos estruturam práticas, decisões e modos sociais de lidar com o futuro, limitando-o ao horizonte das dinâmicas de mercado.

## 2.2 Crise da Imaginação do Futuro e Saturação Cognitiva

Historicamente, o futuro foi um campo aberto à ação e à imaginação, mas hoje enfrenta uma intensa tensão provocada pela sobrecarga informacional (Berardi, 2019; Saffi & Janissek-Muniz, 2019). Pesquisas mostram que essa saturação impacta negativamente a tomada de decisão organizacional, especialmente no *foresight*, onde o excesso de dados dispersa a atenção e dificulta o uso eficaz das informações (Schoemaker, 2019; Saffi & Janissek-Muniz, 2019). Conteúdos irrelevantes ainda confundem decisores e comprometem análises prospectivas (Rötzel, 2024). Neste estudo, “saturação cognitiva” refere-se à hiperestimulação sensorial e informacional que prejudica o sentido e a imaginação do futuro, em linha com Berardi (2019), que vê no excesso de estímulos o bloqueio da profundidade temporal. Para Han (2023), o *tsunami* informacional intensifica a crise narrativa e fragmenta a experiência do tempo: “O futuro se reduz a um *update* permanente de coisas atuais” (p. 41). Assim, a proliferação de sinais fragmentados gera menos conhecimento, ofuscando narrativas interpretativas e substituindo-as por inventários dispersos.

Na Gestão, a saturação cognitiva vincula-se a teorias clássicas de sobrecarga de informação (Toffler, 1970; O’Reilly, 1980), atenção limitada (March, 1991) e racionalidade limitada (Simon, 1955). Toffler e O’Reilly descrevem o excesso informacional como produtor de ansiedade e desorientação, prejudicando decisões. Esse paradoxo - mais informação, menos sentido - conecta-se à racionalidade limitada de Simon, que destaca restrições cognitivas humanas frente à abundância de dados, reforçada pela noção de atenção limitada de March. A saturação cognitiva desafia a atenção e as escolhas estratégicas, ameaçando a capacidade de construir cenários futuros. Assim, o gerenciamento do fluxo informacional torna-se essencial para sustentar a antecipação em contextos complexos.

É fundamental distinguir *forecasting* e *foresight*. O *forecasting* baseia-se em previsões quantitativas a partir de tendências passadas, focado no curto e médio prazos; enquanto o *foresight* privilegia abordagens qualitativas, participativas e de longo prazo, visando construir futuros possíveis, desejáveis e preferíveis, reconhecendo a incerteza e estimulando decisões mais robustas (Bell, 1996; Popper, 2008; Gordon et al, 2020; Borges, 2021). No *forecasting*, a saturação cognitiva leva a futuros comprimidos em formatos digeríveis. *Reports* de tendências, pensados como instrumentos de inteligência estratégica, convertem-se em artefatos discursivos que performam autoridade simbólica mais que antecipação qualificada (Garcia, 2023). Powers (2018) observa que essas tendências, apresentadas em listas e tópicos, simplificam questões complexas para facilitar consumo rápido. Garcia (2023) acrescenta que esse modelo reduz a complexidade cultural a *insights* superficiais, sacrificando nuances e diversidade.

A compreensão desses limites ilumina a relação com o *foresight* e sua proximidade com a Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva. Estruturada pelo professor francês Humbert Lesca, e aprofundada no Brasil a partir de 2004 (@ieafuturelab), a IEAc enfatiza que a antecipação exige processos coletivos, organizados e voltados a sinais fracos (Lesca, 2003; Janissek-Muniz, Freitas & Lesca, 2007; Borges, 2021). Diferentemente dos relatórios dominados pela estetização e pela opacidade metodológica, a IEAc se baseia no método L.E.SCA<sup>ning</sup>®, composto por nove etapas, cujo núcleo é a construção coletiva de sentido (Lesca, 2003; Lesca & Janissek-Muniz, 2022). Sem sentido coletivo, não há *foresight* efetivo, apenas acumulação fragmentada de dados marcados pela performatividade.

A crítica à superficialização metodológica desses *reports* transcende aspectos técnicos: trata-se de uma questão epistemológica. Apesar de frequentemente apresentados como *foresight*, com a promessa de decodificar o futuro, alinham-se mais ao *forecasting*. Ausentes critérios claros de coleta e análise, produzem narrativas que simulam a antecipação, mas funcionam prioritariamente como dispositivos de autoridade simbólica e captura da atenção (Campos, 2020; Garcia, 2023). Essa constatação exige refletir sobre como tais formatos moldam a forma contemporânea de imaginar futuros diante da saturação cognitiva, pressionando organizações e indivíduos a buscar práticas prospectivas mais consistentes e inclusivas.

### 2.3 Invisibilidade Metodológica e Superficialização

Esse colapso cognitivo tem consequências diretas na prática dos estudos de tendências. Como aponta Popper (2008, p. 63), “as práticas de *foresight* são frequentemente dominadas pela intuição, impulsividade e - às vezes - pela inexperiência ou irresponsabilidade de praticantes e organizadores”. Powers (2018) complementa que o *forecasting* opera, muitas vezes, como uma profecia autorrealizável: “ao descrever o futuro, ele ajuda a produzi-lo” (p. 5). No entanto, esse processo não necessariamente obedece a parâmetros rigorosos de análise. Ao contrário, observa-se uma estetização crescente da prática, que deixa de operar como método e passa a funcionar como narrativa cultural. “O *trend forecasting* tornou-se cada vez mais estetizado - uma forma de produção cultural em si, menos sobre previsão científica e mais sobre *storytelling* para consumo” (Powers, 2018, p. 10). A consequência desse processo é a produção recorrente de tendências que se repetem ano após ano, sem que haja uma reflexão crítica mais aprofundada. Garcia (2023, p. 88) descreve esse fenômeno como “uma câmara de eco do futuro”.

Bell (1996) ressaltava que a ausência de método nos estudos de futuros compromete sua legitimidade científica, aproximando-os de práticas como superstição, ficção ou especulação desancorada da realidade. O autor enfatiza que o rigor metodológico não é uma opção, mas um requisito fundamental, constituindo “a única coisa que separa o *foresight* sério da especulação” (p.6). Mais de 20 anos depois, Silva (2021) endossa esse diagnóstico ao mostrar como a baixa fundamentação teórica e o desenvolvimento excessivamente pragmático da área são fatores que fragilizam seu reconhecimento acadêmico e científico. Segundo Silva, essas lacunas podem fazer com que os cenários produzidos reflitam muito mais os desejos, ansiedades e preconceitos do presente do que possibilidades efetivas, resultando em uma perspectiva de menor valor analítico e risco de esvaziamento científico, panorama que encaminha a análise dos efeitos dessas dinâmicas sobre a construção e a imaginação do futuro.

#### 2.4 Tendências como Performance Cultural: do Foresight ao Conteúdo

A “saturação cognitiva”, somada à superficialização metodológica, gera um fenômeno contemporâneo específico: a conversão das tendências em dispositivos performáticos. Debord (1997) já descrevia como, na sociedade do espetáculo, os signos/sinais e as representações ganhavam primazia sobre os processos materiais. O *forecasting*, nesse contexto, deixa de ser uma ferramenta de compreensão do futuro para se transformar em um artefato simbólico, operando como conteúdo cultural, mais alinhado à lógica da economia da atenção do que ao rigor da inteligência estratégica (Victorio, 2024).

Han (2023) aprofunda ao afirmar que “somos pobres em histórias surpreendentes” porque “os fatos já nos chegam acompanhados de explicações”. Segundo ele, “quase nada do que acontece está a serviço da narrativa, quase tudo está a serviço da informação” (p. 21), revelando o esvaziamento da imaginação narrativa e redução do pensamento ao processamento imediato de dados. Berardi (2019) complementa ao apontar que o excesso de informação, sobretudo quando desancorado de processos narrativos e analíticos, não amplia o sentido, mas, ao contrário, fragmenta a percepção e obscurece a construção de futuros possíveis.

Esse movimento de transformação das tendências em performance cultural não é um fenômeno neutro, tampouco isento de implicações epistêmicas, políticas e éticas (Powers, 2018; Garcia, 2023). A estetização do futuro, quando desconectada de processos analíticos robustos, não apenas simplifica e achata a complexidade, como também concentra o poder interpretativo nas mãos de poucos atores - geralmente grandes consultorias, plataformas digitais e agentes culturais alinhados às lógicas hegemônicas do mercado.

Ao transformar o futuro em ativo simbólico e mercadoria discursiva, o “*forecasting performático*” reforça epistemologias dominantes, reproduzindo desigualdades na produção de conhecimento e na definição dos futuros possíveis (Powers, 2018; Garcia, 2023; Campos, 2020). Trata-se, portanto, de uma disputa epistêmica central: quem tem o poder de nomear o que é tendência? Quais sinais são legitimados como válidos? Quais futuros são autorizados e quais são sistematicamente silenciados ou invisibilizados?

Essa constatação alinha-se não apenas às críticas de Debord (1997) sobre a sociedade do espetáculo, mas também aos fundamentos da IEAc segundo Lesca (2003). Enquanto o “*forecasting performático*” captura e mercantiliza o presente como narrativa vendável, a IEAc reivindica o futuro como bem coletivo, como território compartilhado de construção, vigilância e ação estratégica e, portanto, como uma prática que exige sustentação

metodológica, engajamento do coletivo organizacional/social, distribuição de poder interpretativo e compromisso com a pluralidade dos futuros.

Contrariamente, as tendências, ao invés de servirem como instrumentos de análise prospectiva, operam como dispositivos performáticos, cujo valor reside longe da sua capacidade de interpretação, criação de sentido e antecipação, e mais na sua função simbólica: gerar visibilidade, sinalizar pertencimento, construir autoridade discursiva no presente (Garcia, 2023; Campos, 2020). A estetização do *forecasting*, nesse sentido, não é apenas uma questão de linguagem ou *design* informacional, mas uma operação epistêmica que define e direciona o que pode - ou não - ser imaginado como futuro; um futuro estabelecido e previsível.

Para sustentar empiricamente essa leitura crítica dos *reports*, a investigação foi orientada por quatro categorias analíticas derivadas desta revisão teórica, que funcionam como lentes de leitura da materialidade discursiva, visual e estratégica dos documentos analisados: estrutura metodológica declarada ou implícita; construção linguística e narrativa; formatação visual e simbólica; e função percebida no ecossistema profissional. Esses eixos analíticos estão sistematizados na Tabela 1, que consolida os elementos da fundamentação teórica utilizados.

### 3. Método de pesquisa

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, fundamentada na análise de documentos secundários e explorada através da análise de conteúdo temática, conforme proposta por Bardin (2011). Esta escolha se justifica pela natureza do objeto de pesquisa - relatórios de tendências - cuja análise exige a identificação de núcleos de sentido que estruturam os discursos, bem como suas recorrências, contradições e omissões. A análise de conteúdo temática permite apreender tanto os elementos explícitos quanto os subentendidos na construção discursiva desses materiais (Bardin, 2011).

O *corpus* da pesquisa é composto por quatro relatórios de ampla circulação internacional, produzidos por empresas consolidadas no mercado de inteligência de consumo, comunicação e inovação: Pinterest Predicts 2025, Mintel Global Consumer Trends 2025, TrendWatching Trend Report 2025 e VML Future 100 2025. A seleção considerou critérios de ampla circulação, relevância no ecossistema profissional, atuação internacional das plataformas que os produzem e impacto no mercado de tendências, marketing e inovação. Todos são materiais de acesso público, divulgados entre o final de 2024 e o início de 2025.

A análise concentrou-se exclusivamente nos próprios documentos, considerando tanto sua dimensão textual (linguagem, construção narrativa, vocabulário, uso de *buzzwords*, padrões discursivos, presença/ausência de fundamentação metodológica) quanto sua dimensão visual (recursos gráficos, composição estética, estratégias de apresentação da informação). Entende-se que, no contexto desses materiais, texto e imagem operam de forma integrada na construção simbólica de autoridade e na performatividade do futuro como narrativa de mercado. A investigação foi orientada pelas 4 categorias analíticas, derivadas da revisão teórica e alinhadas à problemática deste estudo, conforme tabela 1:

**Tabela 1 - Categorias Analíticas e Referências**

<b>Categoria Analítica</b>	<b>Descrição</b>	<b>Autores de Referência</b>
Estrutura metodológica	Verifica a presença ou ausência de explicitação dos métodos utilizados nos <i>reports</i> , avaliando sua clareza, robustez ou opacidade.	Popper (2008); Bell (1996); Gomes et al. (2021); Lesca e Janissek-Muniz (2022)
Construção linguística e narrativa	Construção linguística e narrativa Analisa os padrões discursivos, metáforas e estruturas retóricas que sustentam a autoridade e legitimidade dos documentos.	Powers (2018); Garcia (2023); Debord (1997); Han (2023)
Formatação visual e simbólica	Observa os recursos gráficos e estéticos que reforçam sentidos, modulam interpretações ou performam a ideia de tendência	Lipovetsky (2007); Garcia (2023); Debord (1997); Powers (2018)
Função percebida no ecossistema profissional	Investiga como os <i>reports</i> são utilizados no mercado: se como ferramentas de inteligência, produtos simbólicos ou dispositivos de legitimação.	Powers (2018); Garcia (2023); Caldas (2004); Rasquilha (2015); Lesca e Janissek-Muniz (2022)

O processo de análise seguiu o proposto por Bardin (2011):

- Leitura flutuante, para familiarização com o *corpus* e identificação preliminar de traços recorrentes;
- Codificação aberta, com marcação de padrões linguísticos, estruturais e visuais relacionados às categorias definidas;
- Agrupamento temático, organizando os achados em torno dos quatro eixos analíticos;
- Análise interpretativa, confrontando os dados com os referenciais teóricos adotados, que sustentam as discussões sobre construção social do futuro, mercantilização do futuro, crise da imaginação, sociedade do espetáculo e rigor metodológico.

O recorte da pesquisa não abrange a recepção, circulação ou impacto dos *reports* no mercado, assim como não inclui entrevistas com produtores ou consumidores. A análise concentra-se exclusivamente na decupagem interna dos documentos, tratados como artefatos discursivos e simbólicos. O recorte temporal está limitado ao ciclo de lançamentos de 2025, sem comparações longitudinais com anos anteriores. Como típico das abordagens qualitativas, o objetivo não é oferecer generalizações estatísticas, mas aprofundar a interpretação do fenômeno estudado.

Embora baseado na análise de conteúdo temática (Bardin, 2011), o método empregado vai além dos limites dessa técnica. O trabalho combina análise de conteúdo com aportes da análise crítica de discurso (Fairclough, 1992) e da análise cultural, sobretudo na interpretação das dimensões simbólicas, estéticas e performáticas presentes nos *reports* de tendências. Tal opção decorre da natureza do objeto, envolvendo não apenas textualidades, mas narrativas visuais, simbologias gráficas e construção estética de autoridade (Rocha & Deusdará, 2005).

Nesse sentido, a pesquisa opera na interseção entre a análise qualitativa tradicional e uma abordagem crítica do discurso, capaz de evidenciar como tais materiais constroem

significados, legitimam verdades e performam autoridade sobre o futuro no ecossistema profissional. Essa escolha metodológica dialoga com a crítica teórica central do artigo: ao compreender o *forecasting* como artefato performático, torna-se necessário investigá-lo como dispositivo simbólico, atravessado por dinâmicas de poder e disputas de sentido. Como observa Garcia (2023, p.76): “tendências e futuros não são apenas fenômenos a serem previstos, mas construções discursivas e performativas que mobilizam valores, interesses e disputas no campo cultural e mercadológico”.

#### 4. Resultados e Discussão

Esta seção apresenta a análise dos *reports* que compõem o *corpus* do estudo: **VML Future 100**, **Pinterest Predicts**, **Mintel Global Consumer Trends** e **TrendWatching Report**, todos lançados em 2025. A investigação é estruturada a partir dos quatro eixos analíticos, definidos com base no referencial teórico e alinhados à problemática central deste trabalho: estrutura metodológica declarada ou implícita; construção linguística e narrativa; formatação visual e simbólica; e função percebida no ecossistema profissional. Cada eixo permite observar de que modo os *reports* operam, na prática, enquanto dispositivos de *foresight*, e como seus formatos, linguagens e metodologias estão alinhados - ou em dissonância - com práticas robustas da IEAc. A partir desse recorte, a análise busca tensionar não apenas as escolhas metodológicas adotadas, mas também as implicações epistêmicas, simbólicas e políticas presentes na forma como o futuro é produzido, estetizado e mercantilizado por esses documentos.

##### 4.1 Estrutura metodológica declarada ou implícita

A análise dos *reports* evidencia uma “opacidade metodológica”, caracterizada pela ausência de transparência e consistência nos procedimentos de coleta, análise e validação de dados. Nenhum dos documentos detalha com clareza suas bases metodológicas, o que remete à crítica de Bell (1996, p.5), segundo a qual “sem método, o estudo de futuros se torna especulação, ficção ou superstição”. Entre os materiais, apenas Mintel menciona um *framework* analítico - os “7 Trend Drivers” - que organiza a interpretação dos fenômenos. Contudo, o método permanece descrito de modo genérico, sem especificar fontes primárias, critérios de seleção/validação, recorrendo a metáforas estéticas que performam cientificidade sem realmente esclarecer os processos.

O **Pinterest Predicts** ancora seu método exclusivamente no volume de buscas da própria plataforma. Afirma que as tendências derivam de dados internos globais de pesquisas em inglês, no período de setembro de 2022 a agosto de 2024, mas não há explicação sobre filtros, definição de “padrão emergente” ou critérios de distinção entre ruído e sinal cultural. Conforme observa Berardi (2019), excesso de dados gera saturação, não necessariamente sentido. O documento configura, assim, um *report* predominantemente algorítmico, em que a curadoria humana, se existente, permanece invisível. Já o **TrendWatching Report** menciona o *framework* “*Business of Purpose*”, mas sem detalhar fontes ou procedimentos, remetendo mais à lógica de curadoria inspiracional, em linha com a crítica de Powers (2018) sobre o achatamento da complexidade cultural em insights fáceis de consumir.

O **VML Future 100** segue o mesmo padrão de opacidade, referindo-se genericamente à combinação de “inteligência cultural, dados proprietários e pesquisas com especialistas”,

mas sem critérios de inclusão, protocolos de pesquisa ou validação explícita. Esses métodos funcionam mais como atributos de autoridade do que como práticas transparentes. Como pontua Han (2023), o *storytelling* contemporâneo não se limita a narrar, mas instrumentaliza narrativas como recurso comunicacional de efeitos comerciais. Assim, a própria metodologia se converte em parte do design discursivo, em vez de sustentar rigor epistemológico. A crítica sustentada por Bell (1996), Popper (2008) e Powers (2018) reforça que a questão central não é a ausência de método, mas sua opacificação como estratégia de legitimação.

Esse quadro contrasta fortemente com os princípios da Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva. Conforme Lesca (2003) e Janissek-Muniz, Freitas & Lesca (2007), antecipar requer gestão estruturada de sinais fracos e construção coletiva de sentido. O método L.E.SCA<sup>®</sup> que operacionaliza a IEAc prevê etapas claras (definição do domínio, alvo, coleta, seleção, repasse, memória, criação de sentido, difusão, animação), ausentes nos *reports* analisados. Esses materiais, embora apresentados como ferramentas de futuro, alinham-se mais à curadoria estética e à geração de conteúdo do que a processos rigorosos de vigilância antecipativa. Enquanto a IEAc compreende antecipação como prática sistematizada, permanente e coletiva, os *reports* se restringem a narrativas algorítmicas e pontuais, baseadas em estética e reputação mais do que em solidez metodológica.

#### 4.2 Construção Linguística e Narrativa

Se a análise metodológica revelou certa opacidade, no eixo da construção linguística e narrativa emerge outro ponto central: a “hiper performatividade” do discurso de tendências. Esses *reports* funcionam menos como documentos técnicos e mais como narrativas culturalmente sedutoras, em que a linguagem produz autoridade, desejo e consumo simbólico do futuro. Todos os documentos analisados apresentam um discurso prescritivo, performático e estetizado. Não se trata de especular, mas de enunciar o futuro como uma certeza trazida ao presente, numa prática que, como sugere Powers (2018), “não prevê o futuro, mas o traz à existência” (p.7). Esse gesto dialoga com Debord (1997), para quem a lógica do espetáculo opera por signos que já não remetem a realidades concretas, mas circulam com valor próprio, capazes de gerar atenção, capital simbólico e autoridade discursiva.

No **Pinterest Predicts**, a dimensão discursiva é moldada pela lógica da plataforma. As tendências aparecem em tom afirmativo e bem-humorado, muitas vezes com estética de meme, aproximando-se da linguagem de nativos digitais. Expressões como “*aesthetic*”, “*vibe*”, “energia de deusa” e “*motomoda*” traduzem comportamentos em estéticas prontas para consumo e replicação, dentro e fora do ambiente digital. Esse movimento opera como processo de estetização do presente, convergindo com a leitura de Han (2023), segundo a qual, em uma cultura destituída de narrativas, tudo se reduz a dados, e estes se tornam mercadoria. O **Mintel Report** busca transmitir maior institucionalidade, mas a retórica de slogans, metáforas (“*layers* como de um *croissant*”) e *frameworks* mantém a lógica da simplificação estetizada. Ao apresentar o futuro comprimido em *drivers* e *insights* aplicáveis, aproxima-se do que Powers (2018, p. 10) denomina “listas achatadas”, fáceis de consumir, mas que obscurecem a complexidade prospectiva.

O **TrendWatching Report** adota uma retórica inspiracional, marcada por neologismos encapsuladores como “*Looplife*”, “*Sensescaping*” e “*Humanifesto*”, que operam como mercadorias discursivas em si mesmas. As descrições breves, muitas vezes em *bullet points*,

evitam densidade conceitual e exemplificam a saturação semântica descrita por Berardi (2019): “mais informação, menos significado” (p. 110). Já o **VML Future 100** organiza tendências em formato editorializado, com títulos de alto impacto seguidos por resumos curtos e fórmulas como “*what’s happening*” e “*why it’s interesting*”. O resultado aproxima-se de um catálogo de consumo cultural, em que a estética visual e a digestão rápida prevalecem sobre a profundidade. Como observa Powers (2018, p. 11), nesse modelo a simplificação é um recurso que privilegia a absorção empresarial em detrimento da multiplicidade cultural.

Em conjunto, as narrativas observadas exercem dupla função. De um lado, performam autoridade, transformando relatórios em artefatos de validação cultural. De outro, estetizam o futuro, convertendo-o em uma sequência de *labels*, *buzzwords* e micro-histórias prontas para circulação no mercado. Conforme aponta Bell (1996), quando o futuro é apresentado sem espaço para ambiguidade ou tensão, deixa de cumprir papel estratégico como *foresight* e passa a atuar como produto simbólico alinhado à lógica da comunicação de mercado.

#### 4.3 Formatação Visual e Simbólica

Se na dimensão linguística os *reports* já comprimem e estetizam o futuro, no eixo visual esse processo se intensifica, transformando o *design* em dispositivo semântico. A estética deixa de ser suporte auxiliar para atuar como regime de validação simbólica, performando autoridade, clareza e desejo. Em todos os materiais observa-se uma estetização do futuro que colabora para a compressão cultural, em sintonia com Berardi (2019), para quem “o futuro é o objeto da própria ação linguística. O futuro é um efeito de linguagem” (p. 52). A diferença é que aqui esse efeito é amplificado por códigos gráficos: paletas cromáticas, tipografias, infográficos e diagramas não apenas ilustram, mas condensam o futuro como produto visualmente consumível e discursivamente fechado. O futuro, portanto, é codificado tanto verbal quanto iconograficamente, o que evidencia o caráter performativo e mercadológico da representação.

No **Pinterest Predicts**, a estética deriva diretamente da plataforma: *moodboards*, design simplificado e diagramação vertical próxima a um *feed*. A abundância de imagens e ícones substitui textos longos, reforçando correlações em lugar de análises, como observa Han (2023, p. 102) ao apontar o caráter superficial do *Big Data* reduzido a conexões estatísticas. O **TrendWatching Report** também explora esse registro, estruturando tendências por ícones, paletas cromáticas e títulos, com a aparência de simplicidade que, no entanto, depende de múltiplas camadas gráficas. O resultado são versões “achatadas do futuro” (Powers, 2018, p. 10), produzidas para legibilidade e consumo rápido. Já o **Mintel Report** adota uma estética corporativa, marcada por blocos de texto alinhados a diagramas e infográficos. As metáforas visuais funcionam como instrumentos pedagógicos, convertendo conceitos analíticos em formas simplificadas e circuláveis, projetando uma aparência de rigor mesmo quando a profundidade metodológica não se encontra plenamente evidenciada.

O **VML Future 100**, por fim, opera uma lógica visual editorializada, híbrida entre revista *lifestyle* e *deck* corporativo. Cada tendência recebe identidade própria com forte uso gráfico, tipografias impactantes e hierarquização entre *headlines* e *bullet points*. O texto assume papel secundário, enquanto imagens e grafismos capturam a atenção, alinhando-se ao que Berardi (2019, p. 65) descreve como a capacidade viral da comunicação publicitária, que ocupa o espaço sensorial antes de infiltrar o imaginário. Assim, em todos os *reports*, a

visualidade não atua como mero suporte, mas como núcleo do dispositivo de legitimação. O design não apenas reforça, mas constitui o conteúdo, organizando sentidos e performando o futuro como mercadoria simbólica.

#### 4.4 Função no Ecosistema Profissional

A análise dos quatro *reports* mostra que sua função no ecossistema profissional atual ultrapassa o papel tradicional de previsão (*forecasting*), focando na construção de ativos simbólicos de autoridade, conteúdo e diferenciação. Embora apresentados sob o discurso de inovação, esses materiais não seguem os princípios participativos do *foresight*, mas operam como produtos culturais baseados na extrapolação de tendências. Assim, funcionam menos como ferramentas de antecipação e mais como dispositivos de validação simbólica, alinhados à lógica da inovação e à promoção de competência e contemporaneidade.

Os *reports* não são apenas entregáveis técnicos, mas também dispositivos de *marketing*, rituais de reafirmação de relevância e artefatos de *branding* institucional. Produzidos por empresas como Pinterest, Intel, TrendWatching e VML, oferecem não só previsões em formato de tendências, mas *frames* interpretativos do mundo, ajustados aos interesses, ansiedades e expectativas da indústria da comunicação. Essa dinâmica confirma Powers (2018), para quem o *forecasting* é uma performance de futuro, que se transforma em *commodity*: uma narrativa estilizada utilizada para legitimar discursos, validar decisões e reforçar diferenciação competitiva.

O **VML Future 100** exemplifica essa lógica ao funcionar como artefato de posicionamento institucional, mais que documento de tendências. O **TrendWatching Report**, por sua vez, reforça sua utilidade como repositório inspirador e conecta-se à crítica de Han (2023), que aponta a mercantilização dos dados na ausência de narrativas. O **Pinterest Predicts** vai além ao transformar dados internos em discurso de autoridade cultural, fazendo do futuro uma tradução algorítmica do presente. Já o **Intel Report** mantém maior proximidade ao *forecast* tradicional, mas também atua como ativo simbólico, fornecendo inteligência que se converte em confiança, fidelização e autoridade de mercado.

De forma transversal, esses *reports* deslocam-se de sua função de antecipação para se converterem em dispositivos performativos do futuro, como observa Debord (1997), tornando-se imagens que substituem a realidade. Essa orientação gera valor simbólico e reforça limites da saturação cognitiva e de uma crença tecnocrática na previsibilidade, vinculada ao positivismo, e colonização de futuros. Berardi (2019) lembra que o futuro é moldável por forças humanas, econômicas e políticas, mas os *reports* tendem a reduzi-lo a visualidades e *slogans* de controle e aceleração.

Entretanto, a questão vai além da crítica funcional: a mercantilização do futuro possui implicações epistêmicas, políticas e éticas. Ao se apresentarem como leituras autorizadas do *porvir*, esses *reports* indicam futuros visíveis ou legítimos no imaginário social. Nesse ponto, a pesquisa se aproxima da IEAc, um processo coletivo e distribuído comprometido não apenas em reduzir incertezas, mas em democratizar futuros compartilhados. Enquanto os *reports* capturam e estetizam o futuro como mercadoria simbólica, a IEAc o entende como território coletivo de criação e construção proativa, que depende de práticas metodológicas voltadas à vigilância ativa e ao engajamento social.

Essa análise evidencia que os *reports* de tendências operam ao mesmo tempo como

instrumentos de autoridade cultural e como terreno de disputa epistemológica: de um lado, a estetização e mercantilização do futuro; de outro, a possibilidade de construção coletiva de futuros, fundada em práticas de antecipação genuínas e democratizadas.

#### 4.5 Sintetização

Para sintetizar os achados deste estudo, apresenta-se a seguir uma tabela que confronta dois modos de operação no mercado atual. De um lado, o “*forecasting* performático”, tal como observado nos *reports* analisados, marcado pela opacidade metodológica, compressão estética do presente e concentração epistêmica nas mãos de poucos atores. De outro, o *foresight* estruturado, baseado na Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva, que propõe um processo distribuído, metodologicamente robusto e orientado à construção coletiva dos futuros possíveis.

Tabela 2. *Forecasting* Performático vs. IEAc

Aspecto	<i>Forecasting</i> Performático ( <i>Reports</i> Analisados)	Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva
Propósito declarado	Inspirar, gerar repertório, alimentar discurso de inovação e branding	Antecipar mudanças, reduzir incertezas e apoiar decisões estratégicas.
Método	Opaco, pouco (ou nada) explicitado. Metodologia performada como atributo de autoridade.	Método estruturado e transparente (L.E.SCA <sup>ning</sup> ®), com etapas definidas.
Natureza da informação	Dados de busca, tendências algorítmicas, curadorias estéticas e repertoriais.	Sinais fracos, dispersos, ambíguos e qualitativos, oriundos de observação ativa.
Lógica de construção	Compressão e estetização do futuro; narrativas formatadas para consumo rápido.	Construção coletiva de sentido a partir de sinais fracos e percepções.
Relação com o tempo	Foco no presente estetizado e na tradução do agora em frames mercadológicos.	Foco no futuro emergente e transformações potenciais do ambiente.
Dimensão epistêmica	Produção de verdade performática; reforço de epistemologias dominantes e de futuro como mercadoria.	Produção colaborativa de conhecimento; democratização da construção do futuro.
Papel no ecossistema profissional	Ativo simbólico de branding e autoridade cultural.	Dispositivo estratégico de vigilância, antecipação e proatividade organizacional.
Relação com o usuário/cliente	Consumidor passivo de tendências pré-formatadas.	Ator ativo na captação, interpretação e uso dos sinais para decisões.
Lógica de poder	Centralização epistêmica nas mãos de consultorias, plataformas e grandes narradores.	Distribuição do poder interpretativo; construção coletiva e compartilhada.

A tabela não resume apenas dois modelos operacionais, mas explicita dois projetos epistemológicos sobre o futuro: um centrado na reprodução de narrativas dominantes, no reforço de epistemologias de mercado e na transformação do *porvir* em ativo simbólico; outro comprometido com a democratização do acesso ao futuro, com a vigilância ativa de sinais fracos e com a produção de inteligência coletiva capaz de enfrentar a incerteza e, sobretudo, abrir espaço para construção de futuros alternativos, plurais e compartilhados.

Este é o ponto de inflexão que atravessa este trabalho e que orienta a reflexão final proposta na conclusão: mais do que questionar se os *reports* cumprem ou não sua função

declarada de antecipação, trata-se de refletir sobre quem tem o poder de definir o que é futuro, quais futuros são legitimados e, sobretudo, quais são sistematicamente excluídos da narrativa hegemônica de *porvir* que circula no mercado contemporâneo.

## 6. Conclusões

Este estudo analisou o papel dos *reports* de tendências no mercado atual, investigando se ainda funcionam como instrumentos de inteligência estratégica e forecast ou se se tornaram narrativas culturais, mais voltadas à construção de autoridade simbólica do que ao suporte para decisões. A análise de quatro relatórios globais de 2025 - VML Future 100, Pinterest Predicts, Mintel Global Consumer Trends e TrendWatching Report - revela um padrão: mantêm a função declarada de mapear sinais e antecipar comportamentos, mas seguem sobretudo a lógica da comunicação e do *marketing*. Com isso, afastam-se do rigor metodológico e do objetivo inicial de antecipação robusta, priorizando o impacto simbólico e a performatividade discursiva.

Metodologicamente, observa-se uma opacidade recorrente: raramente os *reports* detalham procedimentos analíticos, exibindo métodos mais como símbolos de legitimidade do que demonstrações efetivas de rigor epistemológico. Essa transparência limitada reforça críticas anteriores sobre a degeneração do *foresight* quando dissociado de método, transformando-o em ficção, superstição ou mera estetização do presente. Linguisticamente, domina uma estética discursiva baseada em *buzzwords* e micro-narrativas que simplificam a complexidade cultural e convertem tendências em ativos simbólicos. Visualmente também há performatividade: *design*, cores e tipografia integram o discurso, moldando valores culturais e conferindo autoridade simbólica às narrativas projetadas.

No plano funcional, os *reports* atuam como ativos culturais altamente valorizados no mercado, legitimando discursos de inovação, fortalecendo a autoridade das instituições que os produzem e oferecendo repertórios estéticos e narrativos para marcas no campo da antecipação. Contudo, essa antecipação é frequentemente mais performativa do que analítica, sustentada em processos superficiais que mascaram a complexidade dos fenômenos contemporâneos. O contraste com o *foresight* fundamentado da Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva (IEAc) é crucial: enquanto os *reports* se apoiam em práticas culturais e mercadológicas, a IEAc propõe compromissos metodológicos e análises coletivas que evitam riscos derivados de decisões amparadas apenas em visões estetizadas do futuro.

No campo acadêmico, o trabalho amplia as discussões sobre *foresight*, estudos de futuros x estudos de tendências, evidenciando como dimensões simbólicas e metodológicas se combinam na modelagem de discursos prospectivos. A IEAc apresenta-se como alternativa epistemológica concreta, baseada em rigor coletivo, pluralidade interpretativa e processos organizados para a construção de futuros. Essa proposta transcende a crítica ao mercado e oferece caminhos validados, articulando teoria e prática. Para gestores e profissionais de inovação, o alerta é claro: não basta terceirizar a construção do futuro a *reports* performáticos. Antecipar cenários exige vigilância interna, detecção de sinais fracos, construção de sentido e compartilhamento interpretativo, especialmente diante de ambientes complexos e incertos.

Pensar o futuro é, em última instância, uma disputa epistêmica, simbólica e política. Quando o futuro é mercantilizado e mediado por *frames* produzidos por consultorias e grandes plataformas, instaura-se um regime de autoridade cultural que restringe o acesso a

diferentes visões de futuro e reforça epistemologias dominantes alinhadas ao capitalismo cognitivo. Bell (1996) já alertava que os estudos de futuro devem expor criticamente os pressupostos que sustentam instituições e modos de vida; do contrário, perdem seu potencial emancipatório e tornam-se instrumentos de manutenção do *status quo*. Nesse contexto, surgem perguntas urgentes: quem define o que é futuro? Quem participa das narrativas prospectivas e quem é excluído? Quais futuros são visibilizados, quais silenciados e quais sequer são autorizados a existir no imaginário coletivo?

Assim, este artigo contrasta dois projetos epistemológicos: de um lado, aquele que transforma o futuro em mercadoria simbólica, estetizada e centralizada; de outro, o que, orientado pela Inteligência Estratégica Antecipativa e Coletiva, propõe o futuro como território de construção coletiva, vigilância crítica e democratização dos cenários possíveis.

## Referências

- APPADURAI, A. (2013) *The Future as Cultural Fact: Essays on the Global Condition*. London: Verso.
- BARDIN, L. (2011) *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- BELL, W. (1996) An overview of futures studies. In: SLAUGHTER, R. A. The knowledge base of futures studies: *Foundations*. v.1.
- BERARDI, F. (2019) *Depois do futuro*. São Paulo: Ubu Editora.
- BORGES, N. M. (2021) Abordagens organizacional e individual de práticas de Foresight. In: ENANPAD 2021. *Anais [...]*.
- BOURDIEU, P. (1989). O poder simbólico. *Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil*.
- BOURDIEU, P. (2011) *O poder simbólico*. Lisboa: Edições 70. 460p.
- CALDAS, D. (2004) *Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências*. Senac RJ.
- CONTAGIOUS (2023) *Trends Have Lost All Meaning*. Disponível em: <https://www.contagious.com/news-and-views/trends-have-lost-all-meaning>. Acesso: 15 jun. 2024.
- DEBORD, G. (1997) *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- FAST COMPANY. (2023) *Reddit trends have lost all meaning*. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/90901376/reddit-trends-have-lost-all-meaning>. Acesso: 15 jun. 2024.
- GARCIA, C. (2023) Contemporary changes and challenges in the practice of trend forecasting. *International Journal of Fashion Studies*, v. 10, n. 1.
- GARCIA, S. (2021). Tendências: O Oráculo Contemporâneo? *Revista Arte* 21, 17(2), 58-71
- GOMES, N.; LOPES, C.; CANTÚ, W. A.; PRADO, G. (2021) Análise estratégica de tendências socioculturais: uma triangulação de métodos científicos. *DATJournal*, São Paulo, v. 6, n. 1.
- GORDON, A. V. et al. (2020) 50 Years of corporate and organizational foresight: Looking back and going forward. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 154.
- HAN, B. (2023) *A crise da narração*. Editora Vozes.
- JANISSEK-MUNIZ, R.; FREITAS, H. M. R.; LESCA, H. (2007) A inteligência estratégica antecipativa e coletiva como apoio ao desenvolvimento da capacidade de adaptação das organizações. In: CONTECSI. *Anais [...]*. São Paulo.
- KRISTÓF, T., NOVÁKY, E. (2023). The story of futures studies: An interdisciplinary field rooted in social sciences. *Social Sciences*, 12(3), 192.
- LESCA, H.; JANISSEK-MUNIZ, R. (2022) *Inteligência estratégica antecipativa e coletiva: o método L.E.SCanning®*. 2ed. Porto Alegre: Editora UFRGS. 197p.

- LIPOVETSKY, G. (2007) *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- MARCH, J. G. (1991). Exploration and Exploitation in Organizational Learning. *Organization Science*, 2(1).
- MASON, K.; KJELLBERG, H.; HAGBERG, J. (2015) Exploring the performativity of marketing: theories, practices and devices. *Journal of Marketing Management*, v. 31, n. 1/2.
- MINTEL (2025). *Global Consumer Trends 2025*. Londres. Disponível em: <https://www.mintel.com/global-consumer-trends-2025>. Acesso: 10 jan. 2025.
- O'REILLY, C. A. (1980). Individuals and Information Overload in Organizations: Is More Necessarily Better? *Academy of Management Journal*, 23(4), 684-696.
- PINTEREST. (2025) *Pinterest Predicts 2025*. São Francisco. Disponível em: <https://business.pinterest.com/pinterest-predicts/>. Acesso: 10 jan. 2025.
- POPPER, R. (2008) *Foresight Methodology*. In: LOVERIDGE, D. (ed.). *The Foresight Toolkit*. Londres.
- POPPER, R. (2008) How are foresight methods selected? *Foresight*, v. 10, n. 6.
- POWERS, D. (2018) Thinking in trends: the rise of trend forecasting in the United States. *Journal of Historical Research in Marketing*, v. 10, n. 1,.
- RASQUILHA, L. (2015) *Tendências e gestão da inovação : como aplicar as tendências na estratégia de inovação empresarial*. Lisboa : Verlag Dashöfer.
- RESENDE, F.; AGRA, F. F. (2020) Refúgio e colonização do futuro: fronteiras erguidas nas palavras. *Comunicação e sociedade*, n. 38.
- ROCHA, D.; DEUSDARÁ, B. (2005) Análise de conteúdo e análise do discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. *Estudos Neolatinos*, v. 7, n. 2.
- ROGERS, E. (2003) *Diffusion of Innovations*. 5ed. New York: Free Press.
- RÖTZEL, P. G. (2024) The role of supplier-induced demand on the occurrence of information overload in managerial reporting environments. *PloSone*, v.19, n.7.
- SAFFI, F. C.; JANISSEK-MUNIZ, R. (2019) Explorando usos potenciais do Big Data Analytics para a Inteligência Antecipativa. XLIII ENANPAD. *Anais [...]*.
- SCHOEMAKER, P. J. (2019). Attention and foresight in organizations. *Futures & Foresight Science*, 1(1), e5.
- SILVA, J. H. A. C. (2021) *Planejamento por cenários: legitimidade científica e epistemológica do método Grumbach*. Dissertação. Universidade Católica de Brasília.
- SIMON, H. (1955) A Behavioral Model of Rational Choice. *Quarterly Journal of Economics*, v. 69, n.1.
- TOFFLER, A. (1970) *Future Shock*. New York: Random House.
- TRENDWATCHING. (2025) *Trend Report 2025*. Disponível em: <https://trendwatching.com/reports/2025>. Acesso: 10 jan. 2025.
- VEJLGAARD, H. (2008) *Anatomy of a Trend*. New York: McGraw-Hill.
- VICTORIO, B. (2024) *Previsão de futuros: influências da pesquisa de tendências nos direcionamentos da indústria da moda*. Dissertação (Mestrado em Moda) USP, São Paulo.
- VML Future 100 (2025). *Nova York: VML*. Disponível em: <https://www.vml.com/future-100-2025>. Acesso: 10 jan. 2025.