

O FUTURO E AS “NOVAS” TECNOLOGIAS APLICADAS AO VISUAL MERCHANDISING

Teixeira, Carlos Marcelo Campos; Dr, UPMackenzie, carlos.teixeira@mackenzie.br¹

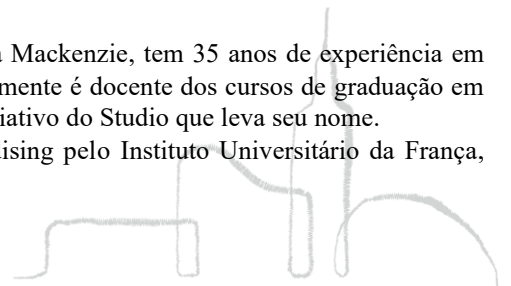
Demetresco, Sylvia; PHD, pesquisadora independente, sylvia@vitrina.com.br²

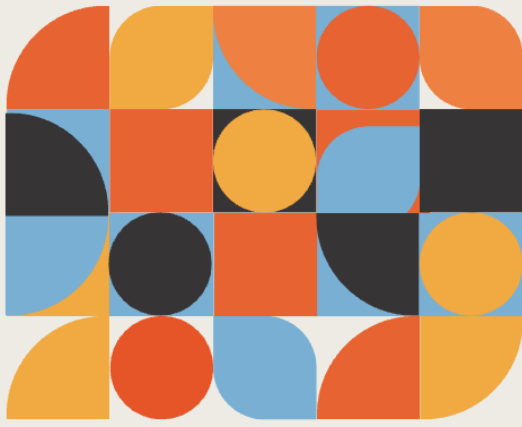
RESUMO

O vertiginoso avanço das tecnologias digitais tem reconfigurado profundamente as concepções de futuro, que deixa de ser visto como um horizonte longínquo e incerto para se tornar uma extensão imediata do presente, moldado por ciclos contínuos de inovação. No interior da tradição filosófica ocidental, múltiplas correntes refletiram criticamente sobre os vínculos entre técnica, criação e futuro. No atual contexto *hiperdigital*, marcado por interações mediadas tecnologicamente e constante mutabilidade, emergem novos ecossistemas sociotécnicos que desafiam categorias clássicas de previsão e controle. O objetivo central deste estudo consistiu a partir da análise de constructos teóricos relacionados às noções de futuro, desenvolvimento tecnológico, semiótica e experiências sensoriais, conforme delineados por autores de referência, tais como Asimov (1950), Drucker (1972), Toffler (1973), Greimas (1989), Zumthor (2000), Rushkoff (2013) e Berardi (2019), analisar sua aplicação em eventos da área do visual merchandising. A investigação buscou, a partir desse arcabouço conceitual, identificar possíveis desdobramentos práticos por meio da análise de casos adotados por organizações, na exposição de seus produtos e serviços ancorados em soluções digitais que culminam em interações físicas que configuram experiências sensoriais singulares, entre usuário e tecnologia. A abordagem metodológica adotada para o desenvolvimento deste trabalho é classificada como qualitativa, de natureza aplicada. A pesquisa foi iniciada a

¹ Mestre e Doutor em Arquitetura, Design e Tecnologia pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, tem 35 anos de experiência em inovação, luxo, alta tecnologia e interiores de aeronaves. Foi o Head da Embraer e atualmente é docente dos cursos de graduação em arquitetura e design da FAU+D Mackenzie, além de ser o Chefe de Inovação e Diretor Criativo do Studio que leva seu nome.

² Pós doutora em comunicação e semiótica PUC_SP. Especialista em Visual Merchandising pelo Instituto Universitário da França, docente MBA negócios da Moda USP-ECA.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

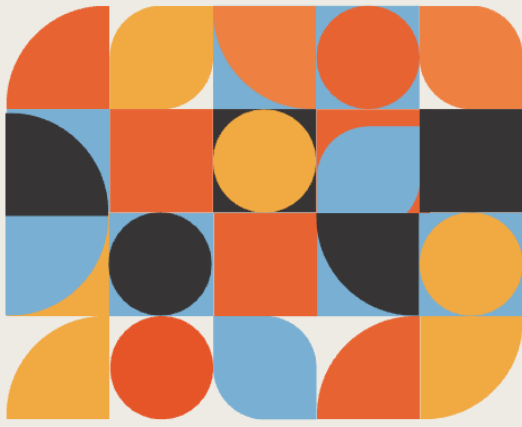
FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

partir de uma revisão crítica da literatura e de fontes multimodais, como materiais audiovisuais e *websites*. Complementarmente, empregou-se um estudo de campo de natureza exploratória, centrado na observação estratégica de casos ocorridos entre 2010 e 2025, nos quais as organizações, apresentavam seus desenvolvimentos mediados por tecnologias digitais, articulando experiências físicas e sensoriais. Dentre os cases analisados, destacam-se ativações promovidas por marcas como *Hot Wheels* e *Land Rover* com suas projeções mapeadas. A fase mais recente da investigação inicia-se no âmbito da Semana de Design de Milão, com a análise da instalação imersiva concebida pela marca Lexus, e culmina com a EXPO OSAKA 2025, entre maio e junho 2025, no Japão, com seus 170 pavilhões de países que discutem o que será a vida, a arquitetura, os modos do universo com o tema central: "Projetando a Sociedade Futura para Nossas Vidas". Durante o evento, foram examinados quatro pavilhões representativos. O brasileiro, sob curadoria de Bia Lessa, prestou homenagem aos legados estéticos e poéticos de Hélio Oiticica e Haroldo de Campos, articulando uma proposta interativa e sensorial que estabelece um elo simbólico entre Brasil e Japão, construção refeita depois de um incêndio dia 13 de maio de 2025, em tempo recorde de 20 dias, trazendo assim um ideário de futuro longínquo as esferas de um presente imediato. O pavilhão Frances, projetado pela Coldefy e Carlo Ratti Associati, e assinatura sonora da Nexo by François Deffarges, integrou ecossistemas, artificiais e naturais, oferecendo uma experiência imersiva em três atos: Ascensão, Descoberta da Natureza e Retorno ao Solo. Já o pavilhão *Women's* em colaboração com a Cartier, destacou o empoderamento feminino, criando um espaço de diálogo e inspiração para o futuro. O pavilhão da Lituânia trouxe uma proposta vibrante que combinou tradição e inovação para mostrar ao mundo o potencial natural com sua enciclopédia de plantas e a tecnologia ao dar a possibilidade de plantar uma árvore real, e prosseguir um acompanhamento de seu crescimento no país, por meio da cultura digital. O efêmero e o futuro próximo, nos indicam que a tecnologia sempre vem apoiar a natureza, acontece num momento atual, mas se perpetua por meio de aparatos tecnológicos, que passam pelos dispositivos de imersão em realidade virtual até a utilização de drones como comunicação visual.

Palavras-chave: Futuro; Tecnologia; Visual Merchandising.

Referências





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

ASIMOV, Isaac. *Eu robô*. Rio de Janeiro, RJ: Ediouro, 2004.

BERARDI, Franco. *Depois do Futuro* / Franco Berardi; traduzido por Regina Silva. Título original: Dopo il futuro. São Paulo: Ubu Editora, 2019. / Coleção Exit.

DRUCKER, Peter, *Tecnologia, Gerencia e Sociedade*. As transformações da empresa na sociedade tecnológica. Petrópolis, RJ: Vozes, 1972.

GREIMÁS, A. J.; COURTÉS. *Dicionário de Semiótica*. Trad. De Alceu Dias Lima e outros. São Paulo, Cultrix, 1989.

RUSHKOFF, Douglas. *Present Shock: When Everything Happens Now*. New York: Current, 2013.

