

Rel@ções Convergentes

ESTÚDIO FIMEC 2019





É evidente que o **mundo está mudando** e crescendo de maneira exponencial. O *smartphone* e as suas inúmeras possibilidades de aplicativos e funções são exemplos de como a tecnologia vem crescendo e se entrelaçando à vida do ser humano.



A quarta revolução industrial, em que a tecnologia se funde com o mundo físico, traz possibilidades antes inimagináveis para a humanidade.

E isso faz com que vivamos em uma época de **transição do analógico para o digital.**

**É o encerramento
de um ciclo.**



Nós saímos da era da **informação** e entramos na era do **conhecimento**, em que a tecnologia dá subsídios para qualquer um que tenha acesso à internet.

E isso muda tudo!





Um exemplo é a mudança do mercado de trabalho que está sofrendo grandes transformações, desde a *inteligência artificial* até o *home office*. **Impressoras 3D** já não são mais novidade para a indústria, que vem construindo desde protótipos de sapatos, roupas e casas.

A busca não somente por um objeto mas sim por uma experiência, é uma grande mudança nesse contexto. O produto por si só já não se sustenta, ele deve vir com uma dose extra de valor.



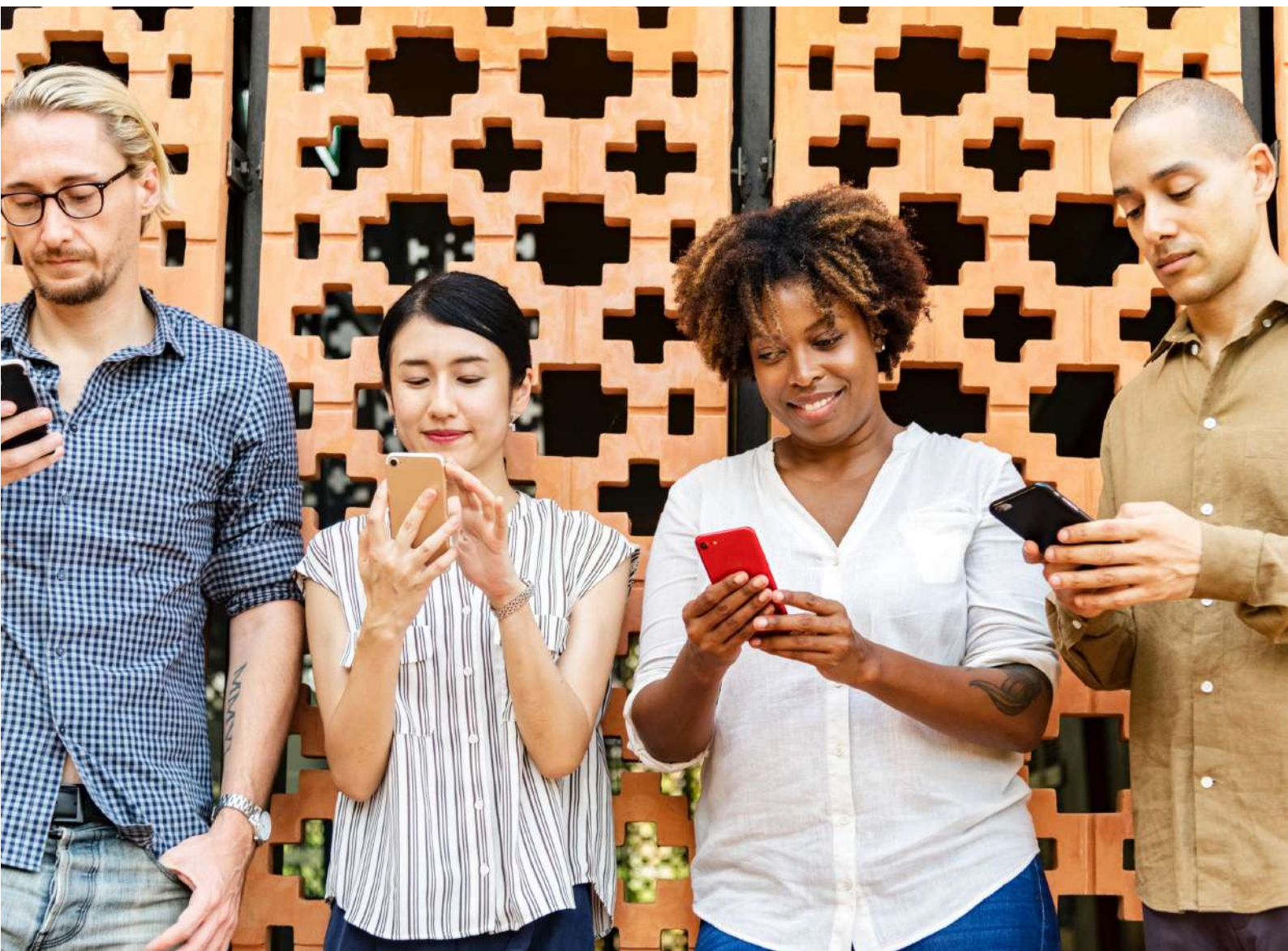
Por isso vemos, cada vez mais, produtos aliados a serviços. Nós não compramos mais a tinta para pintar a casa, mas sim a casa pintada.

E a busca por **experiências** abre um leque de novas possibilidades. Ao invés de interagirmos com o controle do vídeo game, agora nós podemos entrar dentro do jogo através da *realidade virtual*.



Esta disrupção nos traz uma nova questão:

Como cada pessoa lida com a quarta revolução industrial?





A geração **Baby Boomers** (nascidos entre 1954 e 1964) e a **Geração X** (nascidos entre 1961 e 1981) são geralmente vistos como **visitantes** na era digital. Mas, na prática, os Baby Boomers são o segundo público que mais acessa a internet, perdendo apenas para a **Geração Z** (nascidos entre 2000 e 2010). Algumas pessoas de gerações anteriores, ainda estão aprendendo a lidar com a tecnologia, mas, de fato, já a incorporaram ao cotidiano, com estudos, experiências e o auxílio das outras gerações.



Já a **Geração Y ou Millenials** (nascidos entre 1980 e 2000), cresceu paralelamente com a ascensão tecnológica. Eles, atualmente, se dividem entre a vida física e digital. São jovens adultos que iniciam um processo mais cauteloso em relação ao acesso às redes sociais, comportamento copiado dos atuais adolescentes (*Gen Z*), devido às consequências geradas pela alta exposição na internet nos últimos anos.



A geração Z (Centennials), nasceram em um mundo onde a internet já existia. São vistos como residentes na era digital. O que os faz interagir diariamente com a tecnologia com uma facilidade natural, em que o mundo físico está inserido dentro do ambiente digital, tornando-os um só.

**Um mundo
figital!**



É a **quebra de barreiras** das relações com idade e classe econômica que, através da tecnologia trazem um novo caminho para a humanidade. São novas possibilidades que se abrem diante de nós, com inovações e propósitos capazes de gerar emoções relacionadas a produtos e experiências. Trata-se de uma **mudança de comportamento.**

Para as gerações mais antigas, a carreira dos sonhos era trabalhar em um lugar fixo e estável que proporcionasse aquisições, como a casa própria, carro e férias com a família.

Atualmente, o home office é a inovação que rompe com este modelo tradicional de trabalho, atendendo às aspirações pessoais de **agregar experiências** sem limites e sem fronteiras, a qualquer momento e em **qualquer lugar do mundo.**



E é sobre este contexto que a tendência comportamental **REL@ÇÕES CONVERGENTES** trata.

A forma como gerações tão diferentes se relacionam, se completam e se complementam.



As antigas gerações trazem todo o seu **conhecimento** sobre a transição da evolução tecnológica, enquanto que as novas **compartilham** suas experiências com essa tecnologia, criando uma teia de afinidades.

É a fusão do **físico e do digital**, onde nenhum deles se anula, e o mundo se torna **figital**.

E este é apenas o início...



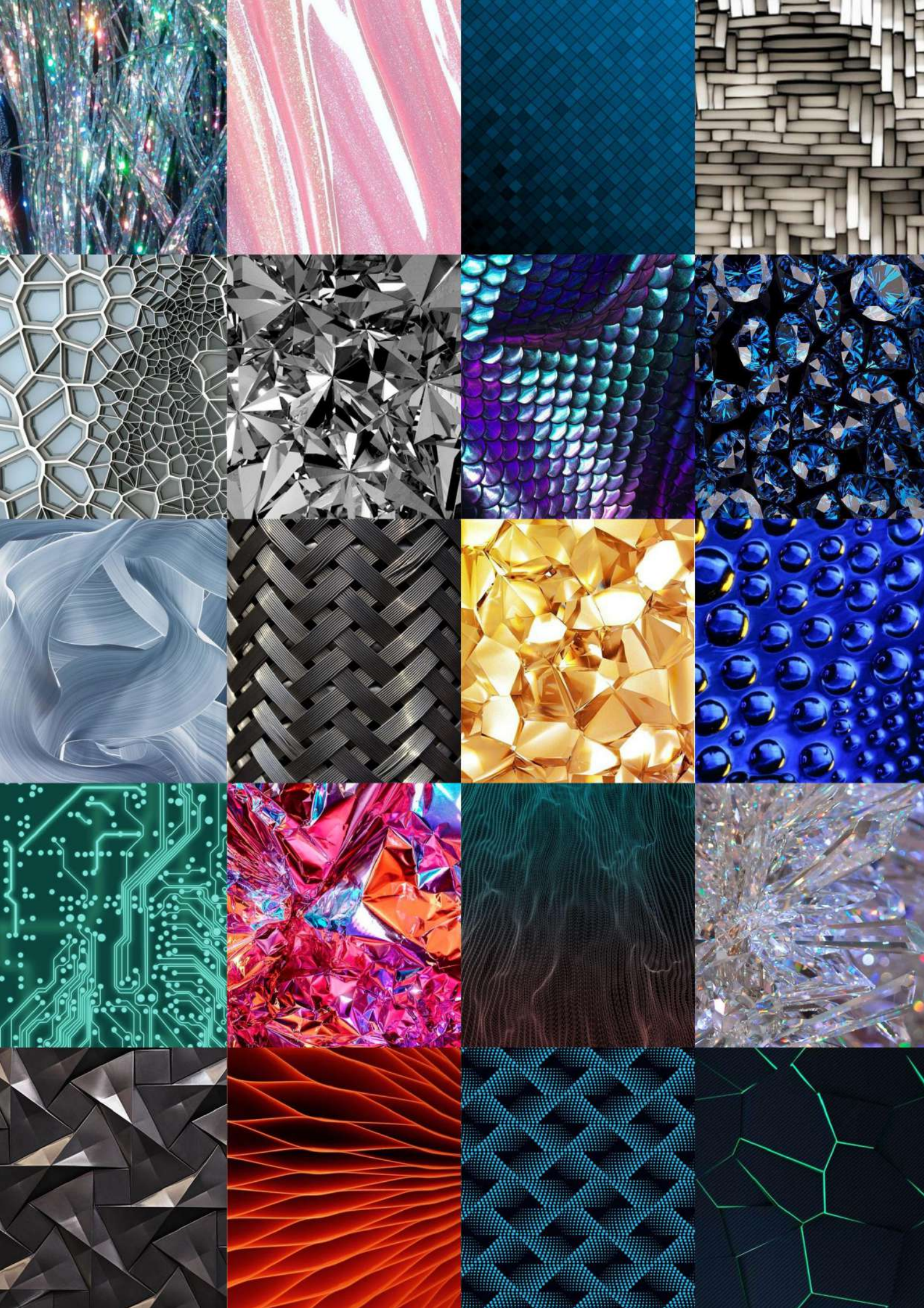
**A Geração Alpha já cresce
entre nós.**

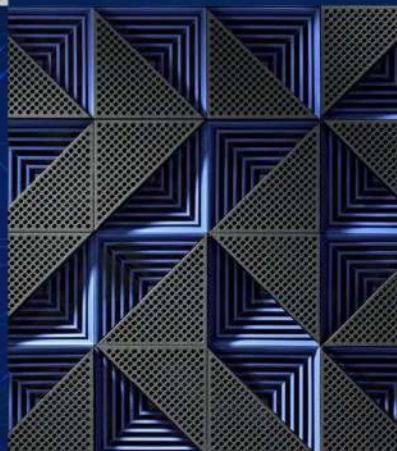
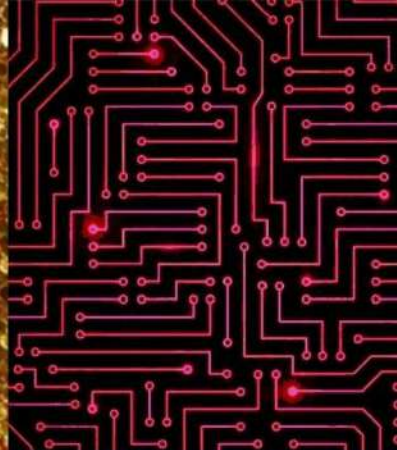
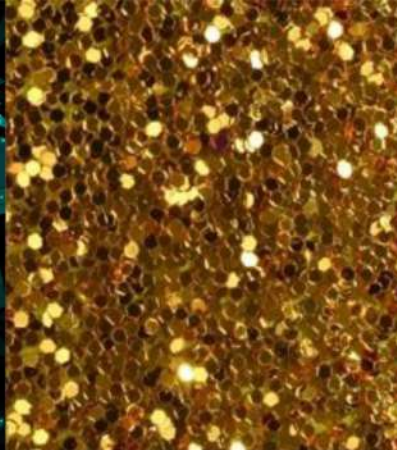
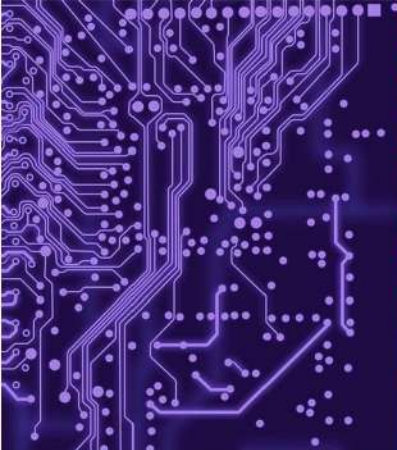
Relações



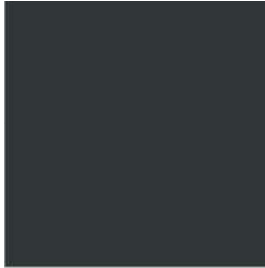
Inovação







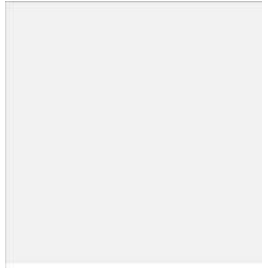
CORES



PANTONE®
19-5708 TPX
Jet Set



PANTONE®
14-5002 TPX
Silver



PANTONE®
11-4201 TPX
Cloud Dancer



PANTONE®
12-1206 TPX
Silver Peony



PANTONE®
18-5841 TPX
Pepper Green



PANTONE®
13-1520 TCX
Rose Quartz



PANTONE®
16-3416 TPX
Violet Tulle



PANTONE®
17-2230 TPX
Carmine Rose



PANTONE®
18-1555 TPX
Molten Lava



PANTONE®
14-1031 TPX
Rattan



PANTONE®
18-3838 TPX
Ultra Violet



PANTONE®
19-3952 TPX
Surf the Web



PANTONE®
18-4440 TPX
Cloisonné



PANTONE®
15-3919 TCX
Serenity



PANTONE®
15-5425 TPX
Atlantis



PANTONE®
19-1230 TPX
Friar Brown



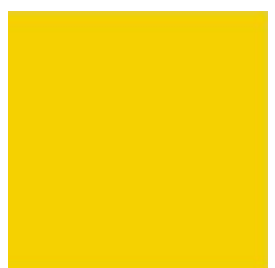
PANTONE®
18-1345 TPX
Cinnamon Stick



PANTONE®
16-1333 TPX
Doe



PANTONE®
16-0836 TPX
Rich Gold



PANTONE®
14-0756 TPX
Empire Yellow

Relações

ESTÚDIO FIMEC 2019

**Fique por dentro dos
comportamentos atuais!**

Acesse em feevale.br/centrodedesign:



<https://goo.gl/GfaFiL>

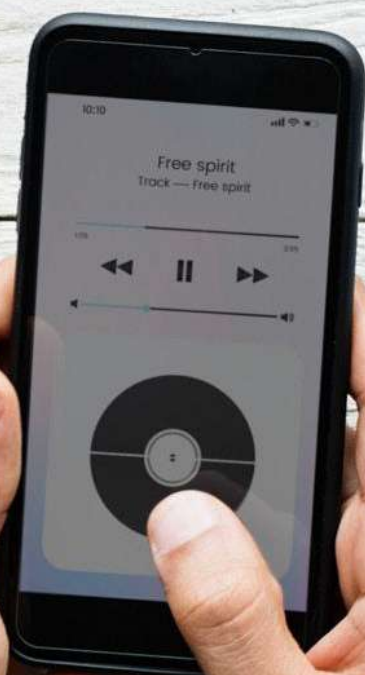


<https://goo.gl/14ntq8>



<https://goo.gl/bxRPEH>

Aproveite!



Relações

ESTÚDIO FIMEC 2019



STUDIO 10

