Materiał prasowy, 15.09.2025 r.

**Trend Track vol.2: Czy przesada staje się nową normą? Granice emocjonalnego egocentryzmu w relacjach i marketingu**

**Czy da się znaleźć balans między tłumieniem a nadmiarem emocji? Gdzie kończy się autentyczność a zaczyna emocjonalna przesada? W świecie social mediów uczucia przestały być prywatne, a komentarze, lajki i udostępnienia często stają się miarą ich wartości. Granice szczerości i strategii zaczynają się zacierać, a “emotional overload” coraz częściej pojawia się w cyfrowych interakcjach. Podczas drugiej edycji Trend Track, eksperci zmierzą się z pytaniem, jak zmienia się kultura emocjonalnej ekspresji w erze digitalu i co to oznacza dla marek, które chcą być blisko swoich odbiorców – ale nie za wszelką cenę.**

W środę (17.09) o godzinie 11:00, w Warszawie przy ulicy Poznańskiej, rozpocznie się dyskusja „*O kulturze przesady i granicach w erze ekstremów”.*Trend Track to cykl spotkań stworzony przez BrandLift – wiodącą agencję influencer marketingu w Polsce. Jego celem jest identyfikacja, analiza i interpretacja nadchodzących zmian, trendów i mikrotrendów. Inicjatywa powstała z przekonania, że prawdziwe zmiany wymagają rozmowy, zaangażowania i wspólnej odpowiedzialności – zarówno marek, jak i twórców. Drugą edycję Trend Track poprowadzą niezmiennie Karina Hertel, Founder i Partner Zarządzająca agencji, oraz CEO Michał Hertel. O tym jak emocje wpływają na naszą codzienność i komunikację marek, porozmawiają eksperci:

* **Olga Kwiecińska** – Założycielka Fundacji *Cześć Ciało*, autorka i prezenterka. Edukatorka, która działa na styku świadomości ciała, oswajania tabu i budowania otwartych rozmów o tym, co często trudne.
* **Joanna Gutral** – psycholożka, psychoterapeutka i popularyzatorka wiedzy o zdrowiu psychicznym. Specjalistka w obszarze emocji, komunikacji i budowania równowagi psychicznej w codzienności.
* **Michał Wichowski** – trener i praktyk digital storytellingu. Uczy, jak mówić o sobie, oswajać kamerę, przełamywać blokady i budować pewność siebie w świecie social mediów. Inspiruje do działania i pokazuje, że każdy może znaleźć własny głos online.

**Emotional overload**

Emocje przejmują kontrolę nad komunikacją – w relacjach prywatnych, w pracy, w social mediach, w kontaktach z markami. Jeszcze niedawno ludzie tłumili uczucia, dziś eksponują je bez końca. Radość, gniew, frustracja, zachwyt. Wszystko w nadmiarze tworzy nieustanny szum emocjonalny. W dzisiejszym świecie ekspresja stała się na tylko sposobem wyrażania siebie, ale także narzędziem budowania więzi, wpływu i autentyczności, często balansując na granicy przesady.

- Coraz częściej dostrzegam skłonność do przesady *– w komunikacji biznesowej, kampaniach, dyskusjach, polityce czy autopromocji. Emocje stały się niejako walutą internetu. Pytanie brzmi: czy pomiędzy milczeniem a przesadą została jeszcze przestrzeń na autentyczność? Cieszę się, że już w najbliższą środę będziemy mogli porozmawiać o tym z naszymi ekspertami: psycholożką i psychoterapeutką* ***Joanną Gutral****, specjalistką w obszarze emocji,* ***Olgą Kwiecińską****, założycielką Fundacji Cześć Ciało oraz* ***Michałem Wichowskim****, trenerem i praktykiem digital storytellingu, który zdradzi nam tajniki budowania pewności siebie w świecie social mediów. Trend Track to wyjątkowa okazja, by wspólnie zastanowić się, gdzie kończy się ekspresja, a zaczyna emocjonalny egocentryzm i jak w tej rzeczywistości odnajdują się marki. To wydarzenie, na którym krystalizują się trendy, a ich znajomość pozwoli Wam skutecznie je wykorzystać i być zawsze o krok do przodu od konkurencji* – mówi **Karina Hertel, Founder, Partner Zarządzający, Brandlift.**

**Druga edycja Trend Track**

Trend Track to wydarzenie dla marketerów, liderów biznesu, twórców internetowych i osób kształtujących opinię publiczną. To przestrzeń dla wszystkich, którzy nie zadowalają się powierzchniową obserwacją trendów, lecz chcą je dogłębnie rozumieć, przewidywać ich kierunki i świadomie wykorzystywać w swojej działalności.

Te kameralne spotkania pozwalają wymieniać doświadczenia, pogłębiać wiedzę i przekształcać inspiracje w konkretne działania. Uczestnicy zyskują dostęp do ekskluzywnych analiz, raportów i insightów, dzięki którym mogą skutecznej wykorzystywać trendy do budowania przewagi konkurencyjnej oraz świadomej, odpowiedzialnej obecności online.

Partnerami medialnymi wydarzenia są OOH magazine.pl i My Company Polska.

Liczba miejsc jest ograniczona, obowiązują zapisy poprzez formularz: [**https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScp48e\_d2fWWhI8mWbdd\_Fv5aY1YOC\_dVSaEFALYbd6IbWqMw/viewform**](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScp48e_d2fWWhI8mWbdd_Fv5aY1YOC_dVSaEFALYbd6IbWqMw/viewform)**.** Trend Track odbędzie się w środę 17 września br. o godzinie 11:00, przy ulicy Poznańskiej 16 w Warszawie.

**Więcej informacji:**

Pamela Tomicka

[pamela.tomicka@38pr.pl](mailto:pamela.tomicka@38pr.pl)

+48 512 029 778