

TENDENCIAS MIX

2019



TRENDO.MIX



trendo
.mx

AGENCIA MEXICANA

Los malos *coolhunters* dicen que las **TENDENCIAS** tienen que ver con el futuro.

No es cierto: tienen que ver con la empatía, con entender cómo viven otras personas, otros innovadores y, a partir de eso, tomar nuevos caminos.

En 2018 trendo.mx asesoró en tendencias a decenas de empresas a través de reportes, conferencias y proyectos de media.

¡Son nuestros socios! Caminando juntos por el sendero de las **INDUSTRIAS CREATIVAS** en México.

Cerramos este año con una base de seguidores cada vez más grande:

FB trendomexico 32,000

IG trendo.mx 10,000

Youtube trendomx 310,000

Y eso, ¿a mi qué? -dirás tú... Pues agencias de tendencias no hay mil, pero sí varias.

Y todas dicen que son LA PRIMERA - casi siempre en inglés - pero no las sigue ni su tía Cuca.

Porque entender la tendencia tiene que ver con poder hablar, transmitir y compartir en todas las redes sociales lo que la gente necesita.

Sólo nosotros sabemos hablar el ZEITGEIST el espíritu de la época, siempre juvenil, siempre vital... ¡Tenemos la atención de miles de jóvenes!

trendo entiende la tendencia en Mx
NO lo hipster, SÍ lo que quieren los mexas

EN EL 2018 ESTOS FUERON ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES, PROYECTOS, CONFERENCIAS Y AMIGOS. GRACIAS A TODOS



ÍNDICE

POR FIN VEO CLARO
EL 2019 DE ASIMOV
PALABRA DEL AÑO
ANSIEDAD
POLARIZACIÓN DE ACTITUDES
OJOS
COLOR DEL AÑO
LOS CICLOS DE COLOR
IMAGEN
EL 'CAMP'
CAMBIO DE GUSTOS
EL VESTIDO DE LA PRADERA
IDEALIZACIÓN DEL LUJO
DISEÑO: COLABORACIÓN MEXICANA
EL FUTURO DE LA MODA ES EL STREETWEAR
BODY POSITIVE Y EL CUERPO MEXICANO
EL NUEVO ROSTRO DE LA MODA
RACISMO EN MÉXICO
BELLEZA MEXA
REDES SOCIALES EN MÉXICO 2019
MÉXICO PAÍS FACEBOOKERO
FACEBOOK Y YOUTUBE VS INSTAGRAM
TWITTER
CENSURA

YOUTUBE REWIND
CONTENIDO DE MARCA
ÉXITO YOUTUBERO: UK VS MÉXICO
YOUTUBE GERIÁTRICO
LOS 'INFLUENCERS'
EL PODER DE LA INFLUENCIA
LA ESTRATEGIA GANADORA
OÍDOS
CHILLHOP
CAMBIO VERDADERO
EL INTERNET DE LOS OÍDOS
AMAZON FASHION
GENERACIONES
DEJA MORIR EL PASADO
NOSTALGIA DE UN MUNDO DESCONOCIDO
MILLENIALS Y ZETAS
LOS DE ARRIBA Y LOS DE ABAJO
FRESA Y HIPSTER
FILOSOFÍA



SI VES MANITAS, ACUÉRDATE QUE HAY
QUE PICARLE PARA QUE TE LLEVE AL LINK

A futuristic cityscape at night, featuring a large, illuminated building facade on the left with a prominent, stylized face-like structure. The sky is filled with numerous small, glowing lights, suggesting a dense urban environment. A flying car with red and blue lights is visible in the center, and a person in a blue uniform is seen in the foreground. The overall atmosphere is dark and high-tech.

**NOVIEMBRE 2019: YA LLEGAMOS AHÍ,
PERO NO ES EL MUNDO DE “BLADE RUNNER”**



Gustavo Prado

En Noviembre 2019 trendo.mx cumple 5 años.

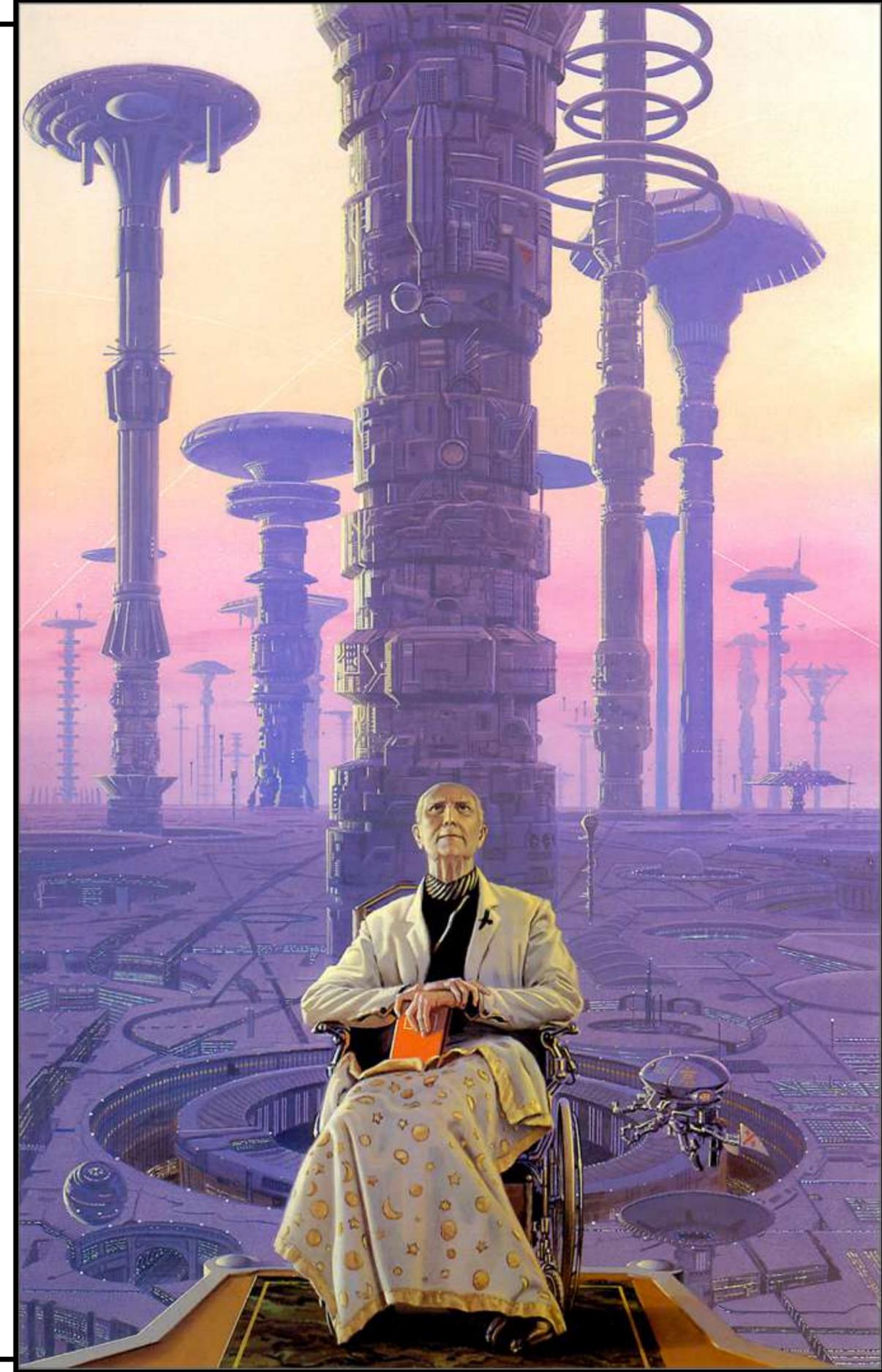
Todo empezó en 2014 con el largometraje de Mextilo: memoria de la moda mexicana. Después el fondeo del libro, que apareció en 2017.

Desde 2013, hay un antecedente de agencia de tendencias que no era sustentable por las cosas de siempre -falta de visión e innovación- pero que planteó la posibilidad de emprender.

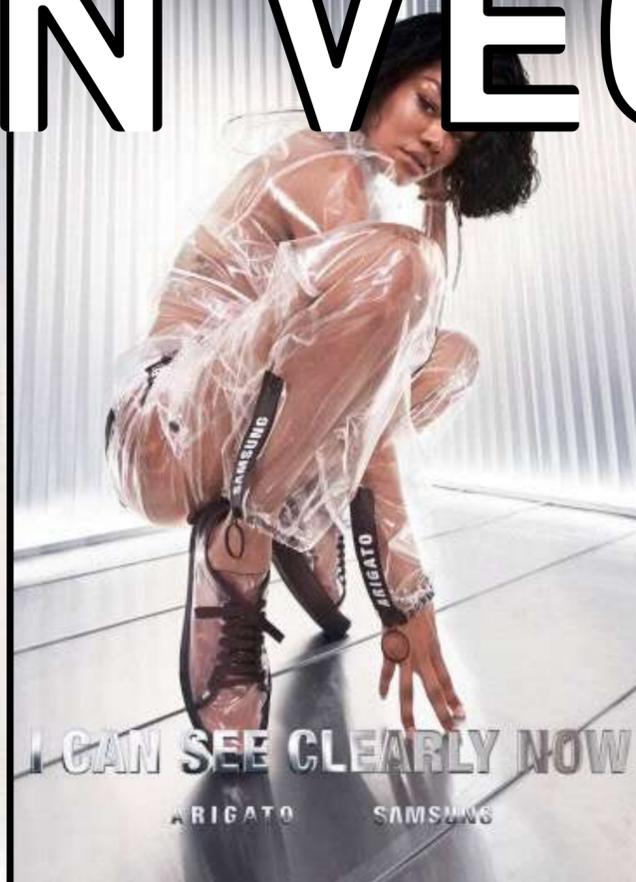
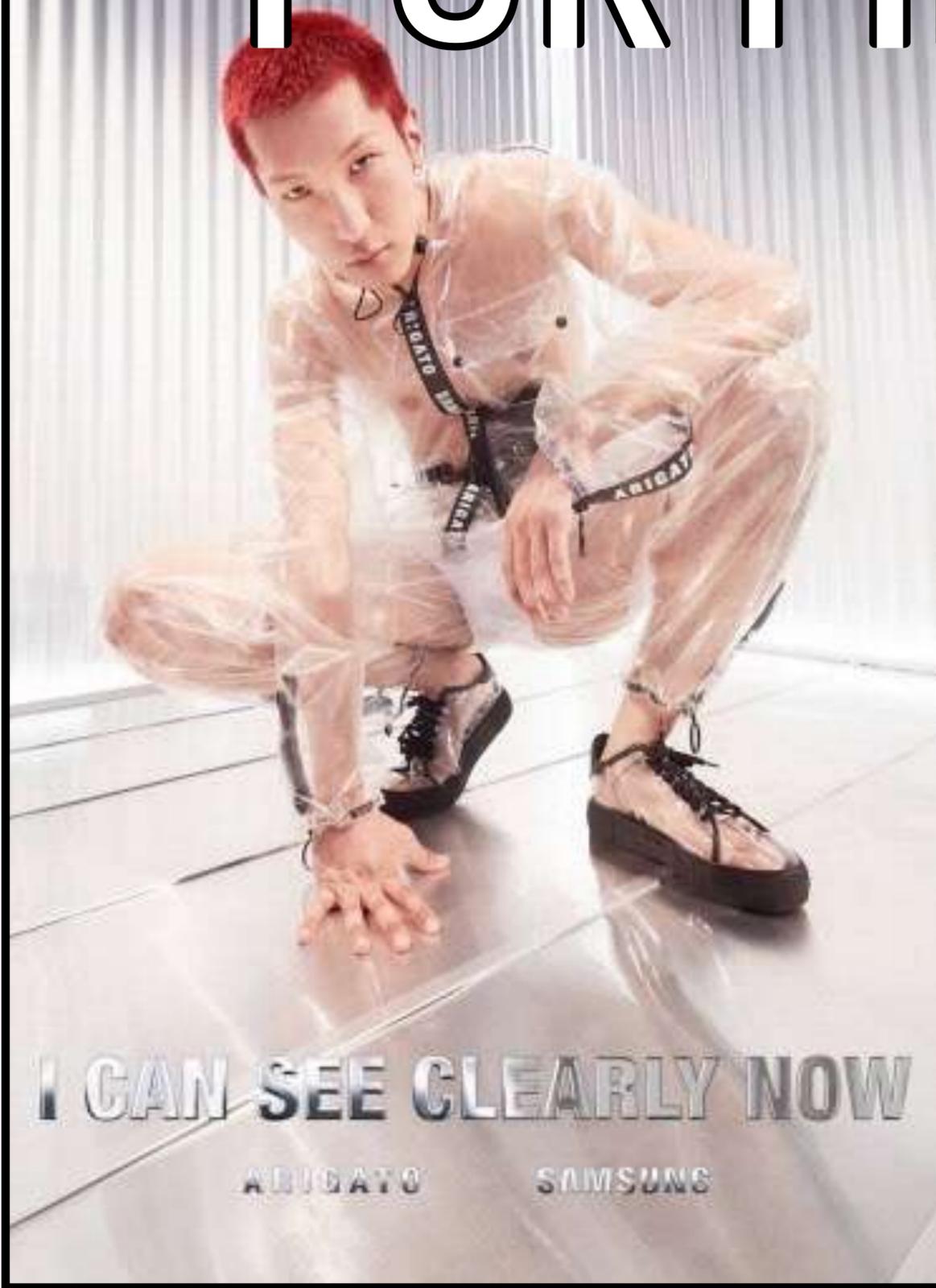
Los 'trendo' en promedio tenemos 24 años y eso ayuda mucho porque buscamos en la cultura juvenil las señales del cambio en las actitudes del consumidor mexicano. Hay más agencias de tendencias - súper poquitas - pero nosotros confiamos en la imagen, el diseño, el cambio constante, porque es nuestra área de experiencia y ahí se ven primero las señales de qué viene. 'Siempre camaleónicos, nunca melancólicos'. No somos la primera agencia, ni nada de eso, pero sí la única que no pone en inglés sus títulos y sus reportes, porque escribir todo en 'English' en Mx es naquísimo, y además, para nada en tendencia.

En 2019, somos escuela, damos conferencias, recorremos el país, producimos foto y video, hacemos reportes de tendencias especializados en empresas de consumo y particularmente en la industria de la moda, que siempre ha sido la más acostumbrada a este tipo de servicios; este año festejaremos que ya camina el BB. Sigue nuestras redes.

Todas las historias que te contamos aquí apuntan a los cambios sociales del 2019: diviértete con ellas, para eso son. La imagen del Sr. con el libro rojo es Hari Seldon, un personaje de Isaac Asimov que calculaba las tendencias... a partir de la historia (es nuestra inspiración).



POR FIN VEO CLARO



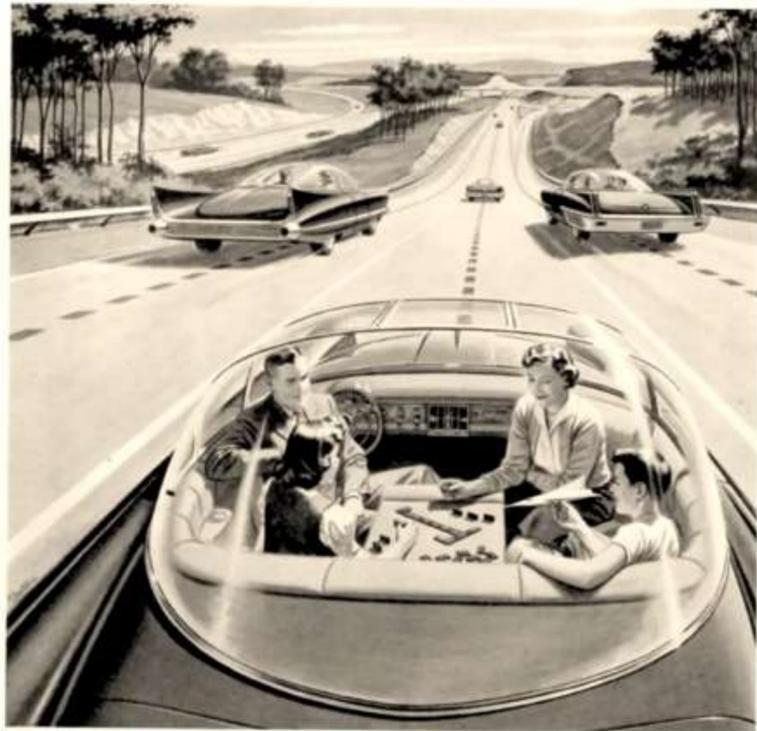
@axelarigato lanza una colaboración con Samsung para hablar de transparencia, que es un concepto necesario como antídoto para todo lo que callamos en el asfixiante ambiente de 'corrección política' que está aletargando a la sociedad mexicana. Buscar la transparencia, decir a todo que sí. Sin motivos ulteriores, eso tiene que definir el 2019...

In 1964, Isaac Asimov Imagined the World in 2014

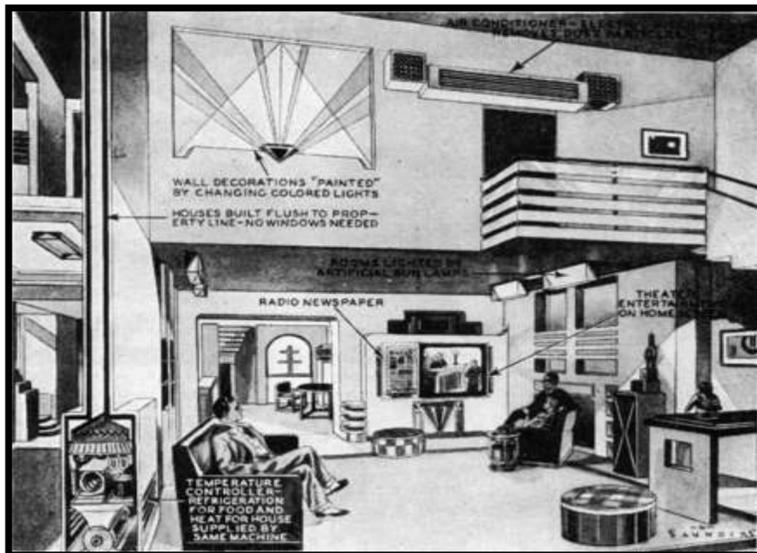
But he couldn't have known the consequences of the development he predicted—a planet whose climate is badly destabilized, whose inhabitants face mass extinctions in the years ahead.



REBECCA J. ROSEN DEC 31, 2013



ELECTRICITY MAY BE THE DRIVER. One day your car may speed along an electric super-highway, its speed and steering automatically controlled by electronic devices embedded in the road. Highways will be made safe by electricity! No traffic jams... no collisions... no driver fatigue.



ASIMOV'S NEW WORLD

Thirty-five years ago, George Orwell wrote 1984. Here, distinguished science fiction writer Isaac Asimov looks 35 years ahead to 2019.



1984

WHERE THAT BOOK WAS BORN

Reprinted with permission of the copyright owner. Further reproduction prohibited without permission.

2019

En 1984 le pidieron al Buen Doctor -Isaac Asimov- que escribiera una premonición de cómo sería el futuro dentro de 35 años, el 2019. Era algo que Asimov acostumbraba hacer de vez en cuando: en 1964 escribió cómo sería el mundo del 2014 pronosticando ciudades bajo el mar, colonias en la luna y coches que se manejarían solos... o sea que le falló bastante.

En ese momento mencionaba algo que ahora está por todos lados: paredes 'pintadas' por luces de color que cambian... los sistemas LED inteligentes que cada vez son mas populares.

También mencionaba robots, que no acaban por llegar, aunque los asistentes personales - OK, Google - son como uno, pero sin cuerpo.

Para el año que sigue pronostica que el cambio tecnológico obliga a aprender más rápido, pues los trabajos que se pierden ante las máquinas crean nuevas oportunidades sólo para quien esté dispuesto y sea capaz de cambiar de paradigma.

Presiente que los sistemas ecológicos están a punto de colapsar, pero no tiene idea en qué medida... Cree, de manera optimista, que los gobiernos se estarán organizando para cambiar energía y producción en pos de salvar al mundo (nomás que no cuando la apuesta es hacia el petróleo y en Francia hasta protestan por el cambio de precio de gasolinas que se había pensado para mitigar los efectos climáticos).

¡Ay Don Isaac! ¡Ojalá esto estuviera igual de optimista en la realidad!

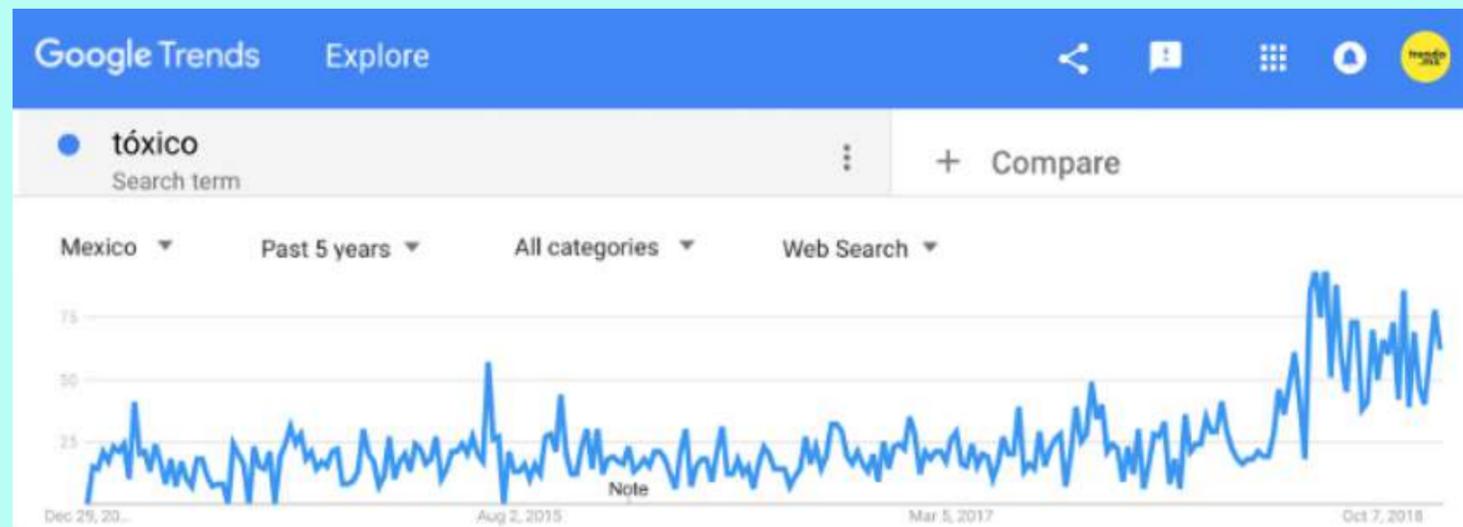
PALABRA DEL AÑO

Según el diccionario de Oxford, en la lengua inglesa la palabra más 2018 del 2018 fue 'TÓXICO', lo cual parecería obvio ya que es un concepto utilizado mil en nuestras redes.

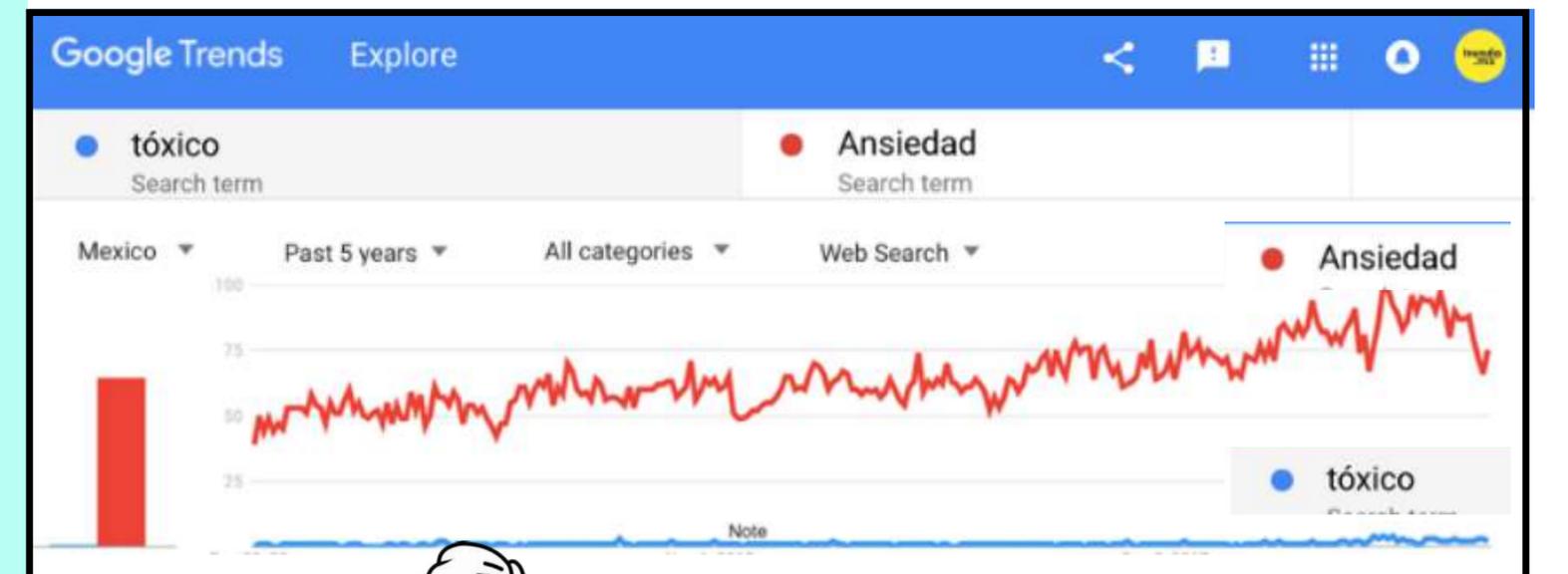
18 min · 👤 · Cómo va su relación tóxica con el recalentado, cuántos baguettes ya llevan ? 😂

24 de dic. · 🌐 · Ya pensaron que a lo mejor lo tóxico de sus relaciones son ustedes? Ho ho ho #santasevilhelper #badinfluencer 🎅 😎 🐱

Si lo buscamos en las tendencias de Google, parecería que hasta aquí en Mx y en español aplica...



Y si bien está en crecida, más que nada cómo frase de burla en la que todo es tóxico, la palabra que de verdad tuvo una crecida y va en aumento es 'ANSIEDAD', que en comparación deja a 'TÓXICO' arrastrándose en el piso.



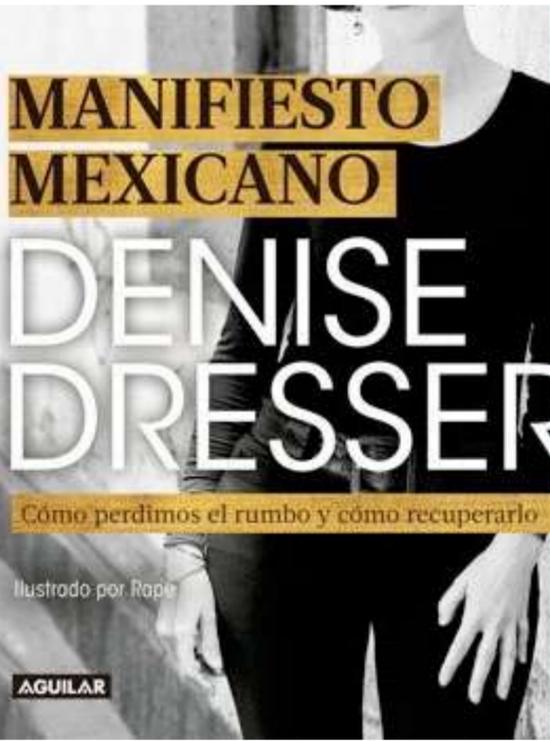
google.trends





ANSIEDAD... ¿como de qué?

- Ya desde el principio del 2018, la 'comentocracia' diagnosticaba al país como el lugar de todos los males, pero sin ofrecer una respuesta a qué camino era el positivo: un gobierno que se iba con todos los malos matices, enfrentado a un Mx emprendedor, en busca de justicia. El 'Liberal Salvaje' de Nexos que buscaba su ascenso económico y social independientemente de lo que pasara con el resto del país, ahora desconfiando de todo (de la política, de las leyes, etc...) y con un enturbiamiento de la vida pública en un discurso polarizante que todos pensamos acabaría después de la elección, pero que nunca amainó y cada vez lleva más tormentas a las redes y las opiniones...



Polarización de las actitudes

La **polarización de las actitudes** o la **polarización de las creencias** es el fenómeno psicológico por el cual una diferencia



Los algoritmos de Spotify saben exacto nuestros gustos, no como el de Netflix que nomás no da una. Spotify nos conoce como nadie: ve a qué le damos *like*, que oímos más y en función de eso perpetua nuestro *like* con cosas que hacen nuestro gusto cada vez más exacto...

PERO LO QUE NOS GUSTA ESTÁ HECHO DE LO QUE ANTES

NO NOS GUSTABA: alcohol, café, tabaco, ¡hasta el sexo! ...

Si sólo nos limitamos a aceptar a quien piense **IGUAL** que nosotros, nos estamos encerrando en la polarización de las actitudes. Los algoritmos nos dan un mundo cómodo, pero una versión totalmente distorsionada de la realidad... 'bloquear gente', no es beneficioso, es sólo el síntoma de millones que no están dispuestos a aceptar la disidencia ni que alguien sea distinto y esa es la puerta a **LO PEOR:** la uniformidad.

El algoritmo te enseña lo que te gusta - FB, IG, SP - y te oculta lo que no te gusta: ¿tú de verdad crees que todo mundo piensa como tú? **NEL**

[form taste.](#) [gusto.](#) <- ve esos links -> 



[@doniabatata](#) 

simplemente sostienen posiciones contrarias, sino más bien cuando confían abiertamente en ellas.²

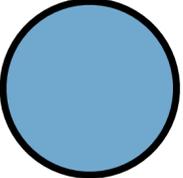
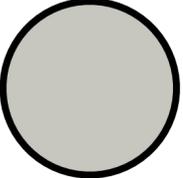
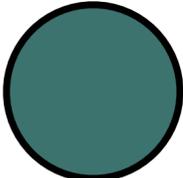
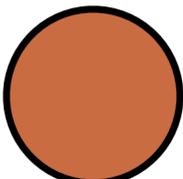
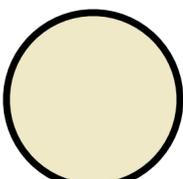
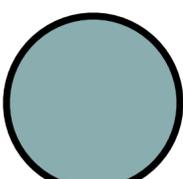


OJOS 2019



COLOR 2019

Es un evento notable cuando dos pronósticos de tendencias llegan a la misma conclusión: Pantone le llama 'Lady Coral', Comex le dice 'Emilia'. Raro, porque en el mercado mundial, cada casa de pintura saca su propio color del año:

-  <- Pinturas BEHR USA
Blueprint Blue
-  <- Pinturas Benjamin Moore USA
Metropolitan
-  <- Pinturas PPG USA
Night Watch
-  <- Pinturas Sherwin Williams USA
Cavern Clay
-  <- ACE Hardware USA
Pineapple Cream
-  <- HGTV home USA
Reflective Pool

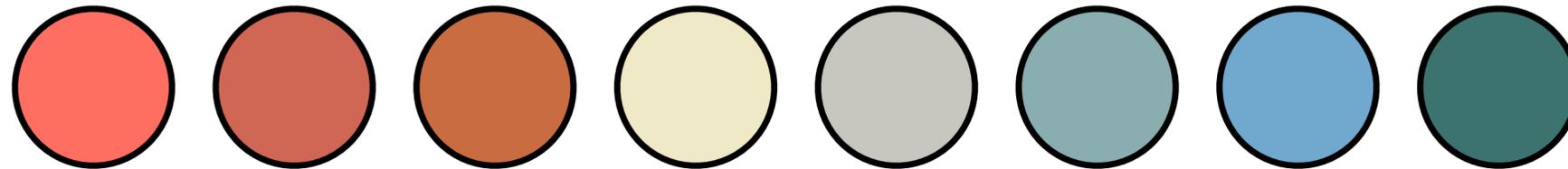


PANTONE®
Color of
the Year
2019
Lady Coral
16-15-46

[comex](#) <- aquí las descargas



Comex



2019

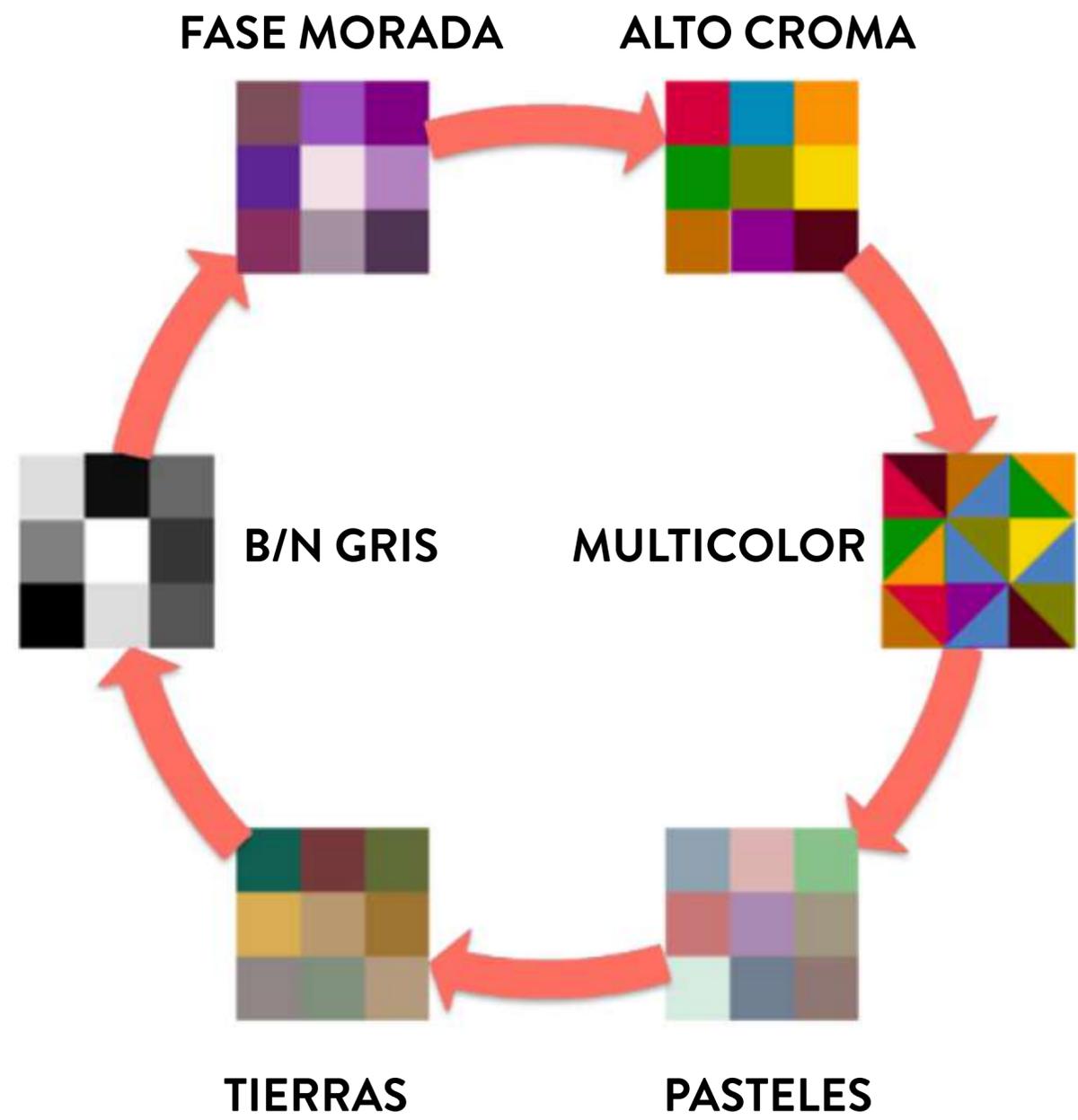


Esta coincidencia tiene que ver con que las tendencias de color siguen un ciclo que abarca décadas completas y que marca la sucesión de colores en una profecía autocumplida: productores / diseñadores / tendencias / mercado hacen que esos tonos salgan al frente de los productos disponibles y por lo tanto tiendan a popularizarse para las masas.

FASE MORADA

El momento del tono púrpura anuncia que el ciclo vuelve a empezar y siempre sucede en el mismo orden: colores subidos, múltiples colores al mismo tiempo, para luego bajar, oscurecerse y acabar el ciclo en blanco, negro y gris.

Cuando en 2018 el color del año fue Ultra Violeta, el ciclo comenzó de nuevo, y de ahí todos los pronósticos de color se alinean a la paleta actual.



acerca del coral



Instagram

Search



petracollins  [Follow](#)

1,882 posts 817k followers 1,004 following

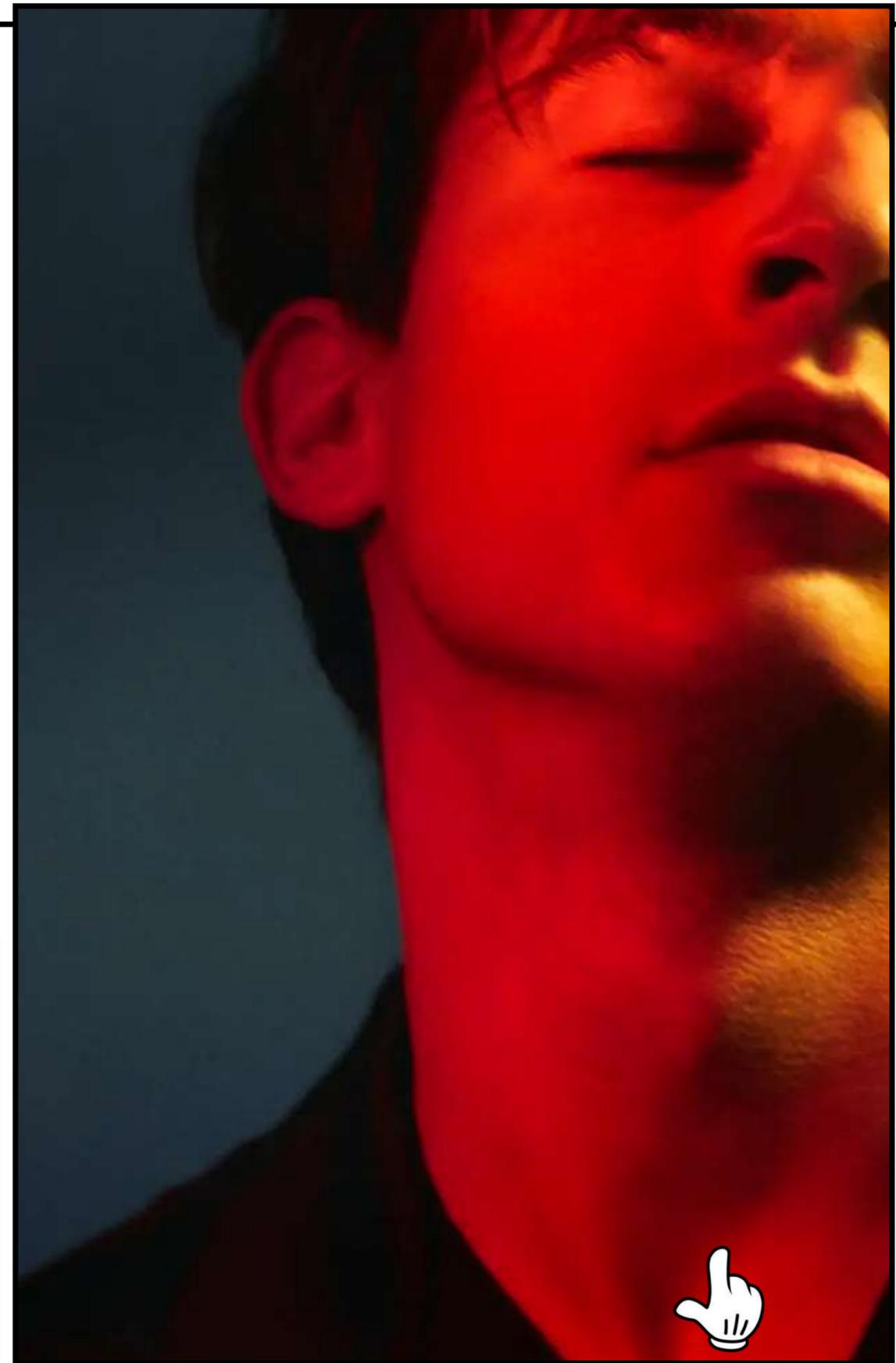
Petra Collins
artist ~inquires ~ jacob@lighthousemm.com
zack@lighthousemm.com
petracollins.com



COLOR / IMAGEN

Desde los videos de Petra Collins para Gucci hasta los clips musicales de Charlie Puth, Dua Lipa, Joji, Jmsn y Jorja Smith, la tendencia es el tornasol entre luz roja y azul, en un ambiente crepuscular...

Una estética a punto de derramarse por todo el Instagram e influyendo duro en pasarelas y tonos de tinte de pelo, uñas y accesorios...



IMAGEN

A menos que tengas más de 75 años, nadie se cree el concepto de que hay 'fake news': todas las noticias son falsas, e igual todas las imágenes son falsas.

La fotografía en Mx ha estado demasiado tiempo atrapada buscando representar una realidad que no existe, pero la gran tendencia mundial es que las imágenes, queriendo escapar de todo lo viejo, crean mundos nuevos y diferentes. Un refugio a todos los problemas sociales que existen fuera de la pantalla del espejo negro.

La anunciada Realidad Aumentada y Virtual con casquito todavía no llega - ¿y a quién le importa? si lo único que vemos son las imágenes sintéticas/virtuales que inundan el cel y se escapan, como en el caso de @matieresfecales, a las tornamezas de DJ, redefiniendo los límites del diseño en @jessicawalsh y aquí mismo en Mx en las contrucciones visuales de @tonysolis y @dorianuliseslopez .

En otras ocasiones cuando el mundo ha estado en problemas se ha escapado a los surrealismos: el criterio de la verdad ya es intrascendente en 2019.

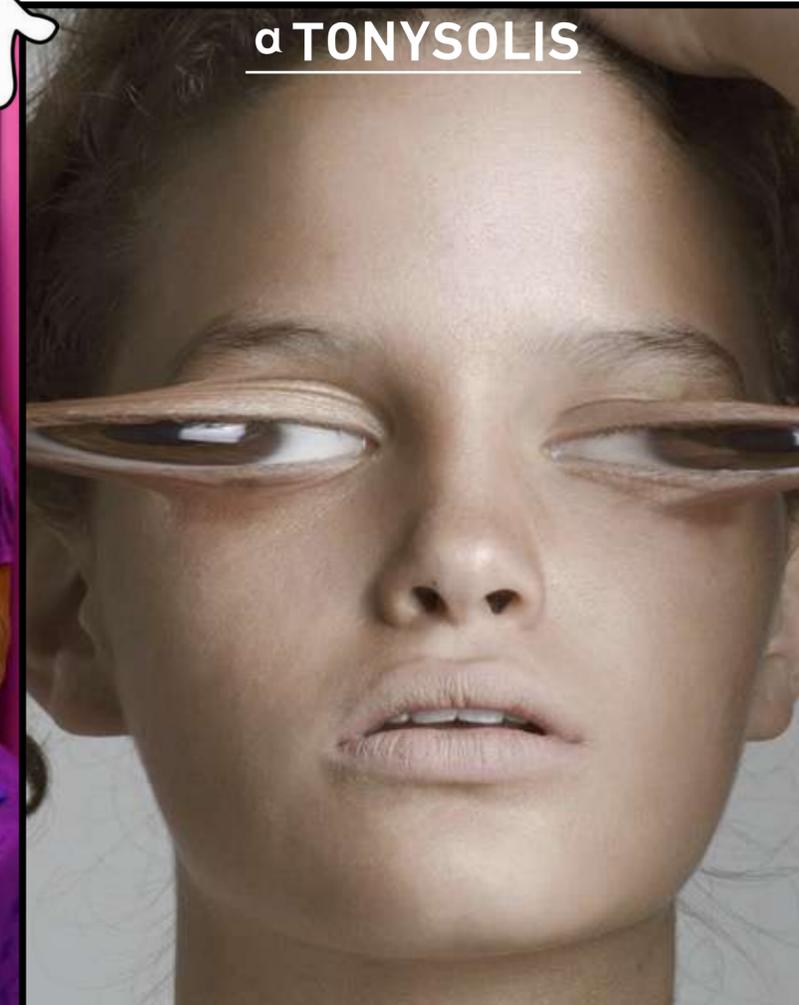
α MATIERESFECALES



α JESSICAWALSH

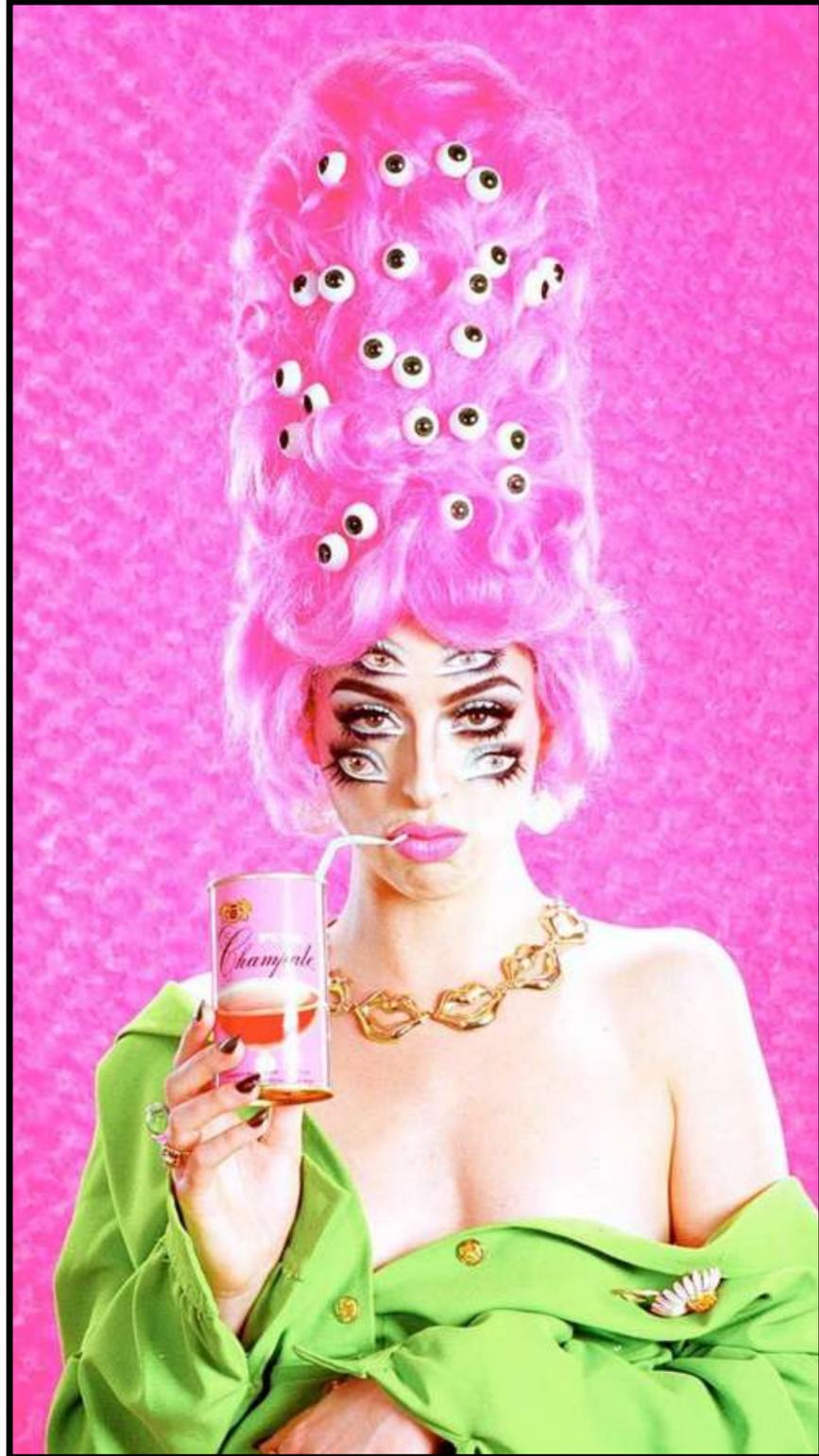


α TONYSOLIS



DORIAN ULISES LOPEZ





filipcusic1 • Follow
Tiro con Arco



darkflawless • Follow



vengacheivs • Follow



heyparkerday • Follow

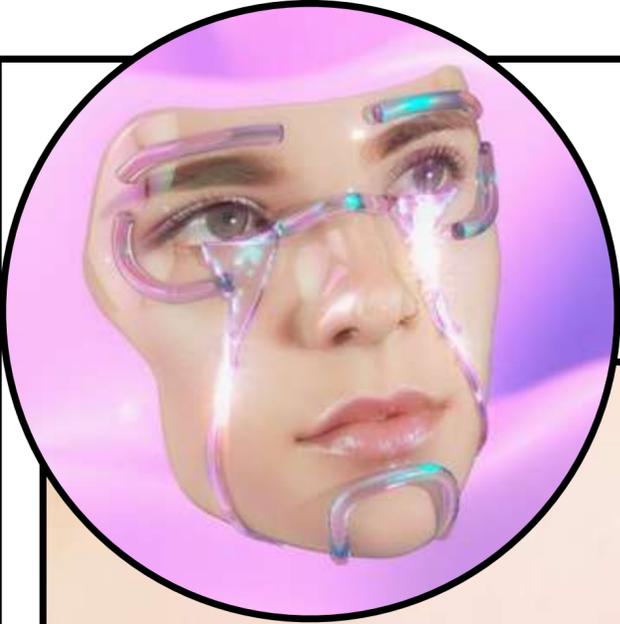


α MIMLES

α HEYPARKERDAY



Esto se confirma con @flipcusic1 retratando a Rosalía, @darkflawless en Rusia, @vengacheivs en Mx y la estética de @heyparkerday que es la mezcla de muchas influencias visuales todo dentro de la misma estética artificiosa.



α INES.ALPHA

Ines Marzat es una parisina que comenzó en el maquillaje tradicional, pero que luego la llevó al maquillaje digital y la dirección de arte, además de que tiene altos estudios en negocios de moda. Su maquillaje es realidad aumentada, usando el tipo de programa de la cara de perrito de Snapchat, pero personalizado y con infinitas soluciones digitales.
Imagen+maquillaje+digital+identidad



Camp



Camp es un tipo de [sensibilidad estética](#) del arte popular que basa su atractivo en el humor, la ironía y la [exageración](#). El *camp* es una corriente artística relacionada con las formas del arte *kitsch*, considerado como una copia inferior y sin gusto de estilos existentes que tienen algún grado de valor artístico reconocido.¹ Suelen



ing's All Here

La búsqueda del artificio, en un mundo a punto de entrar a la realidad aumentada, se ve en la 'falsedad' de las narrativas que está tomando la moda y otras industrias creativas, desde los desfiles de Gucci y sus modelos de cabeza cortada hasta los excesos estéticos de Manolo Caro en 'La casa de las flores'. El CAMP ha sido declarado como el tema de la siguiente GALA DEL MET MUSEUM en Nueva York en el 2019, pero ya se veía venir: los excesos de un Red Carpet totalmente artificial, tomados por Vogue beatificando a Rihanna y a Troye Sivan, provocando la trama más irreal pero divertida en Oceans's 8 cuando deciden robar la Met Gala. Con eso y la omnipresencia mundial de Drags, este es un momento en el que todo lo que era marginal ahora es central y, en suma, señalan hacia el mismo lugar: lo irreal. Lo exagerado da lugar al CAMP como una manifestación cultural de todo el 2019.



Fanny packs. Prairie dresses. Luxury shower shoes: Is fashion trolling us or what?



A fanny pack on Balenciaga's Fall Winter 2018 runway; logo'd shower shoes from Gucci's Dapper Dan collection; a prairie dress by Batsheva Hay. (Jonas Gustavsson/MCV Photo for The Washington Post; Gucci; Alexei Hay)

By **Robin Givhan**
Fashion critic
July 19, 2018

"You go to your closet and you select out, oh I don't know, that lumpy blue sweater, for instance, because you're trying to tell the world that you take yourself too seriously to care about what you put on your back. . . [But] that blue represents millions of dollars and countless jobs, and so it's sort of comical how you think that you've made a choice that exempts you from the fashion industry when, in fact, you're wearing the sweater that was selected for you by the people in this room. From a pile of 'stuff.'" — Miranda Priestly in "The Devil Wears Prada"

Fashion is trolling the masses. Of course it is.

In recent seasons, against all the rules of contemporary taste, fashion has asserted that once-derided styles such as



Laura Lecuona González
hace aproximadamente 4 meses

La industria de la moda se vale del feminismo pop y de una demanda urgente del movimiento de mujeres para decirnos que si nos violan es porque no nos tapamos los tobillos

40 35 1 mil

EL VESTIDO DE LA PRADERA: 'de la oreja hasta el huesito', como en el poema, es la apuesta que todas las casas de tendencia declaran vencedora para este 18-19. Tan poco favorecedor como un vestido de monja y de segundo uso, es la respuesta gringa ante el conservadurismo de Trump y todos los aspectos machistas que ha suscitado. En sintonía con la ropa de la serie 'The Handmaid's Tale', la prenda se ha convertido en un ícono de protestas en relación con el género. Política - serie exitosa- género - feminismo: es la ecuación en que se juntan todos esos elementos y se entiende la tendencia. Pero OJO: lo que pegue en USA no traduce a México. El periódico Reforma al ver la prenda lanzó la explicación de que había que mostrar la menor cantidad de piel posible ante el acoso, lo que causó revuelo de desaprobación en redes. El hecho es que esa moda aquí no pega por que no concuerda con el contexto sociopolítico. Y en gran medida todo lo que le acompaña tampoco: la nota del Washington Post que declara 'Cangureras. Vestidos de la pradera. calzaletas de lujo: la moda nos toma el pelo?' -sí, pero todo eso NO está dirigido a Mx.

Outfits retro
Para el Día del Programador, el próximo jueves, te presentamos algunas herramientas que puedes utilizar para controlar drones, robots o visores de Realidad Virtual.
GADGETS

ALISTA TU CÓDIGO
Para el Día del Programador, el próximo jueves, te presentamos algunas herramientas que puedes utilizar para controlar drones, robots o visores de Realidad Virtual.
GADGETS

NI LAS MANDAS NI LAS MANDAS
Uruguay su jerarquía mundial despacha a la Selección Mexicana el amor intercontinental.
Ferretti

REFORMA
CORAZÓN DE MÉXICO

DISCRETO GLAMOUR
Ante movimientos como el #MeToo, lanzan looks cómodos y que muestran poca piel

¿SABÍAS QUE...?
Tomar un baño caliente ayuda a relajar los músculos, pero también puede ser perjudicial para la piel, especialmente si tienes eczema o psoriasis. También ayuda a mejorar la circulación sanguínea, lo que favorece el crecimiento de los tejidos.

moda

La propuesta

reforma.com



25 de septiembre de 2018 ·
 Dios mío! Muchos se quejan de que MK compró #Versace. Que Dios los bendiga. Seguro andarán por la vida desnudos y descalzos por qué están muy acostumbrados a vestir de Versace.
 Ver pasarelas en #youtube y fotos no cuenta cómo comprar piezas de esa firma eh...
 32 3 comentarios

Me encanta Comentar

28 de septiembre de 2018 ·

Me divierte leer la indignación de la gente por la compra de VERSACE!!! Ni son clientes y máximo tienen una bolsa MK 😏 ridículos!

Krizia Galvan y 5 personas más 4 comentarios

25 de septiembre de 2018 ·

Se indignan porque Michael Kors compró Versace, mientras solo se la pasaban luciendo sus bolsos originales y falsos MK 🙄🙄🙄🙄🙄🙄

Tú, Phavel Tovilla Moya y 11 personas más 1 comentario

27 de septiembre de 2018 ·

Solo han comido atún en lata y están bien preocupadas porq MK compró Versace...

96 3 comentarios 7 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

YVES SAINT LAURENT

BALENCIAGA

BURBERRY
London, England

Berluti
Paris

BALMAIN
PARIS

CÉLINE

Hay **ASPIRACIÓN** y hay **PSICOSIS**.
 La incomprensible indignación ante la compra de Versace por Michael Kors muestra que la gente defiende marcas que jamás los defenderían de vuelta.
 Si Cristóbal Balenciaga viera su marca ahora también estaría indignado, pero igual que está pasando con los logos, las marcas saben que son un negocio **PARA VENDER** y que tampoco les preocupa mucho ni el 'legado' ni la 'historia' ni, por supuesto, el diseño...
 En 2019, esa idea de 'lujo' ya fue...



SAINT LAURENT

BALENCIAGA

BURBERRY
LONDON ENGLAND

BERLUTI
PARIS

BALMAIN
PARIS

CELINE



JULIO®

Desarrollo del mercado interno, sustitución de importaciones y confianza en los productos nacionales son todas direcciones de lo que se ha anunciado será la economía de México con el nuevo gobierno.



La colaboración de Francisco Cancino con Julio no es la primera en el segmento, pero en este momento es la tendencia a seguir:

diseño mexicano para un mercado que busca opciones reales, complementadas desde la imagen hasta la experiencia de tienda y comunicación (las fotos son de [@dorianuliseslopez](#))



Julio x Francisco Cancino, la colección que debes tener esta temporada

La primera colaboración de Francisco Cancino para una marca mexicana de retail



HIGHSNOBIETY

Why Fashion's Future Will Be Shaped by Male Consumerism



In this monthly column by Eugene Rabkin, the founder of StyleZeitgeist shares his opinions, observations, and insights about the world of fashion. For the first installment, Eugene explains why he thinks the future of fashion is male.

What were the most exciting news in fashion this year? Virgil Abloh being hired by Louis Vuitton and Kim Jones going to Dior. That is Louis Vuitton men's and Dior men's. Hedi Slimane's hiring at Celine also included the major news that he will be creating a menswear line. Around the same time Jun Takahashi of UNDERCOVER announced that he will stop showing womenswear on the Paris catwalk and start showing men's.

Last year's most exciting collaboration was between Louis Vuitton and Supreme, menswear again. On the retail side, the talk of the town has gone from the see-now-buy-now model to the drop model - witness the newly recalibrated Burberry under Riccardo Tisci. This product delivery method is being adopted from streetwear. It was pioneered in Japan by the likes of Hiroshi Fujiwara and NIGO of A Bathing Ape, and adapted in the West by Supreme. The kind of excitement a Supreme drop generates has become the envy of every luxury fashion house. Young men routinely wait in line for hours in order to get a piece of each new drop. When was the last time you saw women line up for new clothes?



Even though women's fashion still outsells menswear by roughly a fifty percent margin, its menswear counterpart is outpacing it in growth, and has been for most years since 2009, according to a study published earlier this year by Euromonitor, a market research firm. But the larger point is that it feels like virtually everything that generates excitement in fashion these days comes from the menswear world.

The reasons for this takeover of fashion are not new, but it looks like menswear is now at its apex of influence. The largest development here is the acceptance of streetwear into the mainstream of designer fashion. It is perfectly normal for fashion designers to put the archetypes of streetwear, like hoodies and tees on the catwalk. Every design house from now on is busy making sneakers. For its part, the audience has been willing to plunk down cash previously reserved for cashmere sweaters and dressy



Anuar Layón



Después de un éxito del tamaño de 'Mexico is the shit' ¿cómo mantener la vigencia? Anuar Layón en su colaboración con 'The Simpsons' logra una colección de streetwear usable, divertida y perfectamente posible para la vida diaria.

EXPERIENCIA: lo que nadie.

Más que una pasarela, un suceso multimedia de música y performance que es lo que hace a una marca efectiva hoy (fuera del eje: expresión personal-pocas piezas 'únicas'-manufactura artesanal-salvando la tradición que son ingredientes para el fracaso económico de cualquier marca).

Tal como menciona el artículo de 'Highsnobiety': 'extendiendo el panorama, lo que está detrás del ascenso del streetwear es la progresiva 'casualización' de la manera en la que nos vestimos. Lo que representa que las mujeres han recurrido a lo deportivo, y los hombres lo han escalado hacia marcas como Supreme o los sneakers de Balenciaga'. Esto lo saben las marcas más interesantes de Mx como Tony Delfino, Pays, Prima Volta, ropa cotidiana y sin pretensiones románticas, construyendo un mercado local. (además lo de amazon: pícale al logo)



Adiós a los esqueletos güeros: en un país en el que el 72% de la población tiene sobrepeso, la realidad es vender en tallas amplias. Ya desde 2016 hablábamos del tema, pero la gran tendencia es lo que están haciendo marcas como Coppel con su línea Spiral, e inclusive Liz Minelli tiene una sección de vestidos de fiesta a toda talla.



Trendo.mx
Publicado por Gustavo Prado [?] · 29 de marzo de 2016 ·
97% de las mujeres tienen un momento: YO ODIÓ MI CUERPO. Pues muy mal! es 2016, solo la gente imbecil cree que hay que tener cuadritos y/o cinturita #yougottaloveyou En este anuncio de Kellog's lo demuestran: todos somos bellos. #novayasalgimnasio #comoratitaenjaula



7 mil 264 comentarios
14.879 veces compartido
2.820.560 Personas alcanzadas
772.920 Reproducciones de video

Pensar que se produce en tallas pequeñas en Mx es una locura, hay que tomar la realidad del mercado y la base de la pirámide.



trendo
.mx

tendencias rostro 2019



trendo
.mx

tendencias rostro 2019



Poco a poco, la belleza mexicana se impone. Un movimiento entero con los mejores fotógrafos y estilistas del país han puesto en la mira el tipo de modelos que antes no se consideraban: Sara Esparza y Sagrado Hernández, son un ejemplo del tipo de modelo que desde Mx está conquistando escenarios en todo el planeta, pero que habla de un profundo cambio en nuestra psique: por vez primera aceptamos, desde el body positive, hasta la piel de todos colores, la posibilidad de una belleza mexicana para el mundo, no desde el exotismo sino desde la cotidianidad.



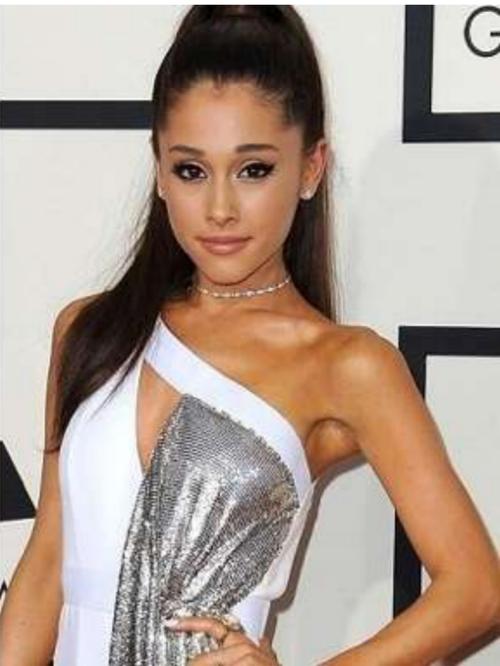
saraesparz • [Follow](#)



quetztlalopochtli • [Follow](#)
CDMX



ARIANA LIGHT



ARIANA BOLD

En Instagram surgieron cuentas de blancas haciéndose pasar por negras, igual que Ariana Grande... En Mx olvidamos la discusión del espantoso racismo que nos cargamos: en febrero lo menciona 'Chilango' y en octubre lo ejecuta pésimo la cerveza INDIO poniendo a puro blanquito en la campaña. El momento de cambio en Mx va a ser cuando aceptemos a tal grado la belleza mexicana, que hasta las fresitas posen como morenas. En USA les tomó 30 años pasar de Tina Turner hasta que Beyoncé fuera un canon estético. En Mx apenas estamos empezando...



How Latin America's Obsession With Whiteness Is Hurting Us

HIPLATINA

White Girls Are Pretending to Be Women of Color on Instagram & We Need to Call Them Out

Posted: November 16, 2018



Emma Hallberg. Photo: Instagram.com/@eemmahallberg

It's about time our society has a nice, [long discussion about race](#). It's a complex topic with tons of entry points but right now I'd like to talk about what it means to be Black. Specifically, we need to take a look at what it means to fake Blackness as a white person because it's become an actual trend on Instagram. What does it mean when white women try to appear mixed-race or straight-up Black for their own social or financial gain?

Recently, the trend has escalated from "appropriation" (a nice term used to define the Kardashians) to the more problematic and cringe-worthy "n*ggerfishing." Writer Wanna Thompson [explored](#) in-depth the world of white women influencers who are leveraging the power of bronzer and the magic of hair weave (or braidouts to create texture) to look like women of color (which many times comes across as mixed-race or bi-Latina). The essence of the name of this trend: white women are tricking people (i.e. [catfishing](#)) them to believe they are actually racially Black.



M. González @ciervovulnerado

Follow

No les quiero arruinar su día, pero estudios recientes demuestran que el 98.3% de la gente que les parece guapa solo es güera.

Translate Tweet

2:55 PM - 1 Dec 2018

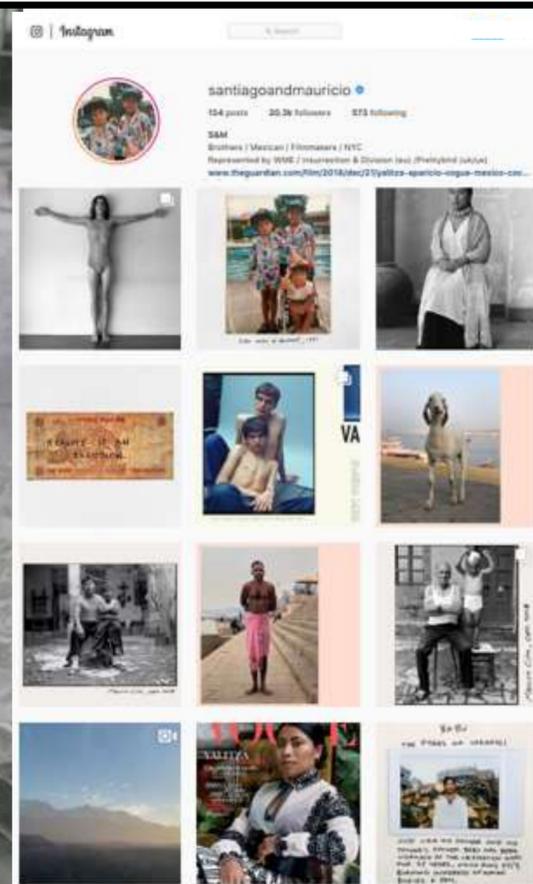
226 Retweets 1,569 Likes



30 226 1.6K

Tweet your reply





Elpidia Carrillo, la chica de la primera foto, de Santa Elena en Michoacán y en medio de la pobreza, desde muy jovencita trabajaba de mesera en una fonda del lugar. Casi de casualidad, el fotógrafo Pedro Meyer le hace una sesión, lo que la catapulta al modelaje y la actuación, finalmente protagonizando junto a Robert de Niro, Richard Gere y hasta Schwarzenegger, trabajando en Hollywood como actriz, directora y activista.

En ese momento de principio de los 80's la sociedad mexicana no estaba preparada para su triunfo.

Hoy que el personaje mexicano del año es Yalitza Aparicio, su belleza y talento se enfrentan a un momento propicio: total coincidencia con la idea de una belleza mexicana que se venía construyendo desde ya hacía tiempo. En las fotos de Vogue de Santiago y Mauricio, se ve en ella un Mx clásico digno de Álvarez Bravo o Graciela Iturbide, aunque también muy moderno.

PERO aún falta que la imagen de Yalitza deje de ser una excepción y sea el patrón de belleza en el país...

A silhouette of a fisherman on a small boat at sunset, holding up a large fishing net against a vibrant orange and blue sky. The fisherman is positioned in the center-left of the frame, standing on a small wooden platform or boat. He is holding up a large, rectangular fishing net that is spread out in the air, creating a large, glowing shape against the sunset. The sky is a mix of deep blue and bright orange, with some clouds. The water in the foreground is dark, with the sunset's light reflecting off it. The overall mood is serene and peaceful.

REDES 2019

**130 MILLONES
DE PERSONAS
EN EL PAÍS**

**85 MILLONES
USUARIOS DE
INTERNET**

INTERNET

MÉXICO

**83 MILLONES
EN REDES
SOCIALES**

**78 MILLONES
EN MÓVIL**



MÉXICO PAIS FACEBOOKERO

Así: hay 80 millones de usuarios de Facebook en Mx, parejo con el número de usuarios de Youtube.

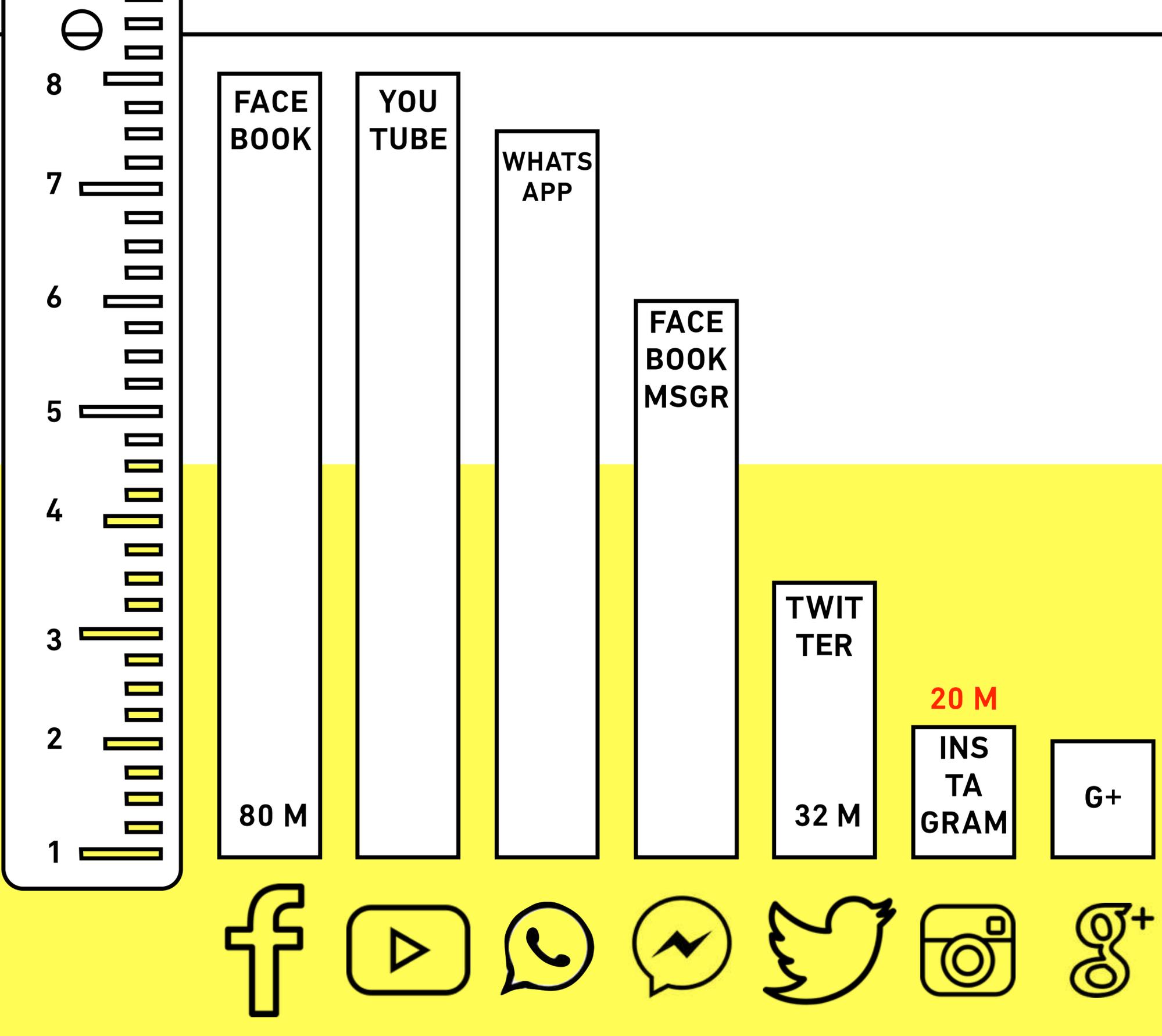
Después sigue el Whats - sólo imagínate qué cantidad lo usa, y aún así le ganan YT y FB.

Twitter en Mx con 32 millones es la gran sorpresa para el 2019... e Instagram apenas con 20 millones de cuentas en México.

Cabe preguntarse por qué la gente cree que es más importante el IG. Efectivamente, ya no se comparte tanto en el FB, pero aún así la gente 'scrollea' 100 metros diarios de feed, equivalente a dos kilómetros al mes de estar chismeando dándole con el dedito.

Y por el contrario la experiencia total del Instagram sólo la puede ver alguien que tiene una buena pantalla con un plan de datos grande. No es base de la pirámide y básicamente es para un público cerrado no masivo.

La MÁXIMA TONTERÍA que se puede hacer en 2019 es abandonar Facebook y meterle con todo a IG, y un buen de empresas ya lo hicieron...
-'Es que me funciona más IG' - No, es que no tienes idea





● Instagram
Social networking service

● Facebook
Social networking service

● YouTube
Video sharing company

+ Add comparison

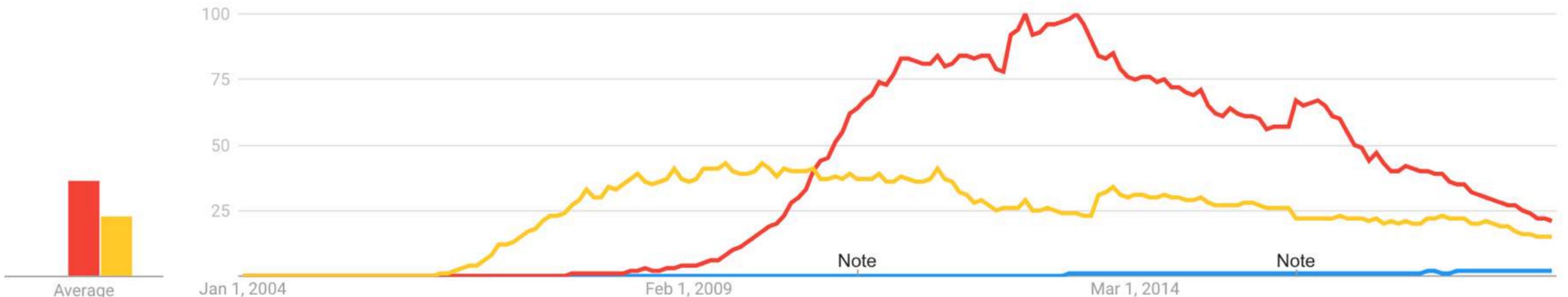
Mexico ▼

2004 - present ▼

All categories ▼

Web Search ▼

Habría que pensar que, si buscamos Youtube vs. Televisa, YT es 100 veces más grande. Efectivamente, en esta década FB y YT han bajado en búsquedas totales de Google - pero en gran medida porque son casi páginas de inicio, ya casi nadie busca cómo funcionan. Pero el asunto es que, comparadas con Facebook y YouTube, IG (la línea azul que se arrastra por el piso) no es relevante aún - chido si en otros lugares sí, pero en Mx NO. Podría serlo si en el futuro continúa la progresiva caída de FB, pero en 2019 FB aún es el poderoso.



AVE FÉNIX

AMLO es el lugar 948 y TRUMP el lugar 15 en número de seguidores en Twitter. La vetusta plataforma perdió relevancia y estuvo a punto de quebrar, pero con la llegada de un nuevo tipo de político, generó una discusión muy diferente a la del FB.

Es la segunda venida de Twitter. Hay quién piensa que sólo es para políticos (y para quejarse); Twitter tiene que, mientras que el FB masivo busca sólo entretenimiento a espectadores pasivos, TW sólo tiene chiste si se interactúa.

Cambiaron su cultura corporativa, sus acciones subieron, entendieron cómo monetizar la plataforma... y quitaron - en serio - las cuentas compradas y los Bots - cosa que le urge a IG.

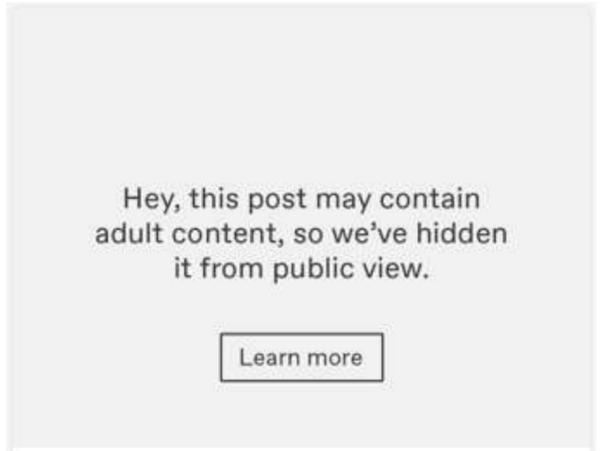
En Mx toda la comentocracia y el ingenio siguen vivos como en los buenos tiempos del Face.

La estrategia de sumar noticias - video lo volvieron relevante de nuevo... además de toda la porno que quedó en la caída del Tumblr.





El sitio no porno, que la gente sólo buscaba para encontrar porno, lo prohibió. Ahora en vez de imágenes, los algoritmos detectan piel y sustituyen la imagen por un cuadro gris que sólo el que lo subió puede ver sin censura.



Todas las comunidades marginales que tenían contenido: otakus, furies, fetiches, etc. **BYE**

Todo es por una ley que mandó TRUMP: SESTA que legisla acerca del contenido sexual en internet, y que afecta a trabajadores sexuales y todo tipo de contenido explícito.

-¿Y a mi qué?, se podría alegar...

Pero FB fue de los que impulsaron la ley, y no es sólo proscribir pezones en Instagram. A partir de enero 2018 los algoritmos detectarán en las conversaciones de FB si están pidiendo nudes para que lo puedas escribir... pero no mandar. Y ahí está el problema de censura en tus comunicaciones privadas adultas consensuales... **BYE duraznos, berenjenas, etc.**

FACEBOOK DEL FUTURO A PARTIR DE 2019



No publiques:

Contenido que promueva, impulse, organice o instruya en relación con:

- Suicidio



All-Chile



No publiques:

Contenido que represente a personas reales y se burle de sus lesiones físicas graves (implícitas o reales), enfermedades o discapacidades, contacto sexual no consentido o muerte prematura

CUANDO HABLAS DE SELENA



Y LA GENTE PIENSA QUE ESTAS HABLANDO DE SELENA GÓMEZ



No publiques:

- Lanzamientos, giros o sacudidas de niños demasiado jóvenes para sostenerse, agarrándolos por las muñecas, los tobillos, los brazos, las piernas o el cuello



No publiques:

Contenido relacionado con servicios sexuales explícitos, entre otros, pedir u ofrecer:

- Sexo o parejas sexuales
- Chats o conversaciones sexuales
- Imágenes de desnudos



No publiques:

Imágenes donde aparezcan animales y muestren:

- Desmembramiento
- Órganos internos visibles
- Animales carbonizados o quemándose



No publiques:

Imágenes de fetos que muestren:

- Un contexto de aborto o abandono
- Bebés recién nacidos en un contexto de abandono



No publiques:

• Expresiones de repulsión o equivalentes visuales, incluidas, entre otras:

- "Repugnante"
- "Canalla"
- "Asqueroso"
- Insultos hacia una persona o grupo de personas que comparten características protegidas



No publiques:

- Afirmaciones sugerentes no específicas, como "busco pasar un buen rato esta noche"



ESTAS SON LAS NUEVAS NORMAS COMUNITARIAS A PARTIR DE ENERO, SUPERVISADAS POR ALGORITMOS Y MEDIADORES PARA EL FACE HECHAS A PARTIR DE LAS LEYES SESTA Y FOSTA





EL YOUTUBE REWIND del '18 es el video que mas dislikes tiene... en toda la historia de YT.

Y eso habla de que, independientemente de todas las batallas que hay detrás de ello, YT está dejando de entender a su comunidad - onda Netflix con 'Made in Mexico'.

Detrás del pleitecito hay quejas de que no están los que deberían estar y viceversa, pero es un pleito entre la estrella más vista PewDiePie, versus T-Series que es un canal de videos onda 'Bollywood' con producciones millonarias.

PewDiePie tiene problemas con YT: uno, porque ha hecho comentarios ultra racistas, pero también porque la plataforma no lo puede controlar y eso trae a colación el origen y función

YOUTUBE REWIND VS BABY
RACE TO BECOME THE MOST DISLIKED VIDEO ON YOUTUBE
Join our official Discord server! Link in description

 10 545 755 	 9 930 194 
---	--



de YT como creatividad de chiavos en sus cuartos haciendo contenido - lo mismo que pasó con Tumblr - o grandes empresas de media coptando a millones de espectadores.

Pareciera que es un pleito lejano para Mx, pero desde la época de oro 2008 de Yuya, Werover Tumorro -que ya cerró su canal en '18 por los mismos problemas de PewDP- no hay otra generación de Youtubers surgida de la nada y con éxito total. El ejemplo es Justin Bieber que nació en YT, y que para allá iba los Vazquez Sound, pero todavía no hay una estrella masiva musical en Mx surgida de aquí.

Este pleito va a definir cómo será el futuro de la plataforma en el mundo y por ende en Mx.

Por lo pronto ya hay una parodia de Morgan Freeman haciendo su propio Rewind.

CONTENIDO DE MARCA

BRANDED CONTENT

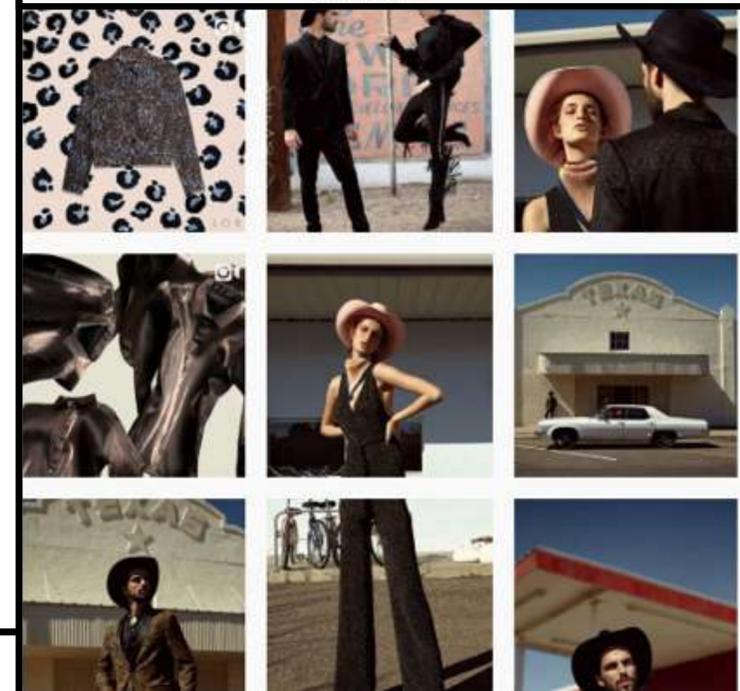
Las marcas en Mx están entendiendo por fin que no es sólo lo que venden sino cómo lo comunican y, en ese sentido, una marca en principio es un emisor de mensajes y *media*, que, además, a través de la atención que capta, refleja eso en su alcance y sus ventas.



Desde Guadalajara **LOB** hace superproducciones en Islandia, Asia y Marruecos y tiene una narrativa que hace que la ropa se vea un producto nacional de gran clase, pero ya que establece la conversación sorprende con un precio accesible. Y lo replica en todas sus redes...



- Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página
- A 599.033 personas les gusta esto
- 594.443 personas siguen esto
- A Rapha Huerta y 331 amigos más les gusta esto



CONTENIDO DE MARCA

BRANDED CONTENT



#NacidosParaRefrescar

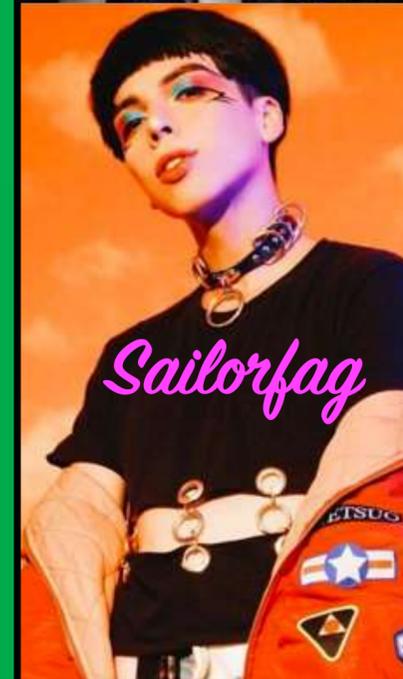
Sprite | ¿Cómo reconocer a una persona tóxica? ft. Sebastian Villalobos y Luisito Rey

12,357,258 views

814 287 SHARE SAVE

Un video de moda para regreso a clases que en Youtube lleva 4 millones de views. Los modelos son los más candentes de la temporada y prometen una experiencia de moda a todo lujo a precios super accesibles. De hecho es como el mismo casting que aparece al tiempo en MBFashion Week Mx.

Y eso es lo principal: en vez de aterrorizar al consumidor con que si usas moda se acaba el planeta y se levantan los pueblos ancestrales, dan un imaginario de alta moda, moderna y juvenil a todo precio. Su canal: 35 millones de vistas.



¿Qué hacer si me piden el pack? ¿Y si me dejan en visto? ¿Cómo ganar dinero por internet? - o sea el tipo de cuestionamientos existenciales que se hace todo el tiempo el segmento 14-21 y 21-49 años y que precisamente Sprite, con un sentido perfecto de la oportunidad, toma a super estrellas Youtuberas como Luisito Rey o en ascenso como SailorFag para que compartan sus inquietudes con la banda, logrando videos de 12 millones de vistas.

No son de 'concientización', son divertidos. También conviven con un buen de vloggers colombianos, -Juana Mtnz, Sebastián Villalobos, Mario Ruiz- porque en esta plataforma, aquí si hay LATAM.

CONTENIDO DE MARCA

BRANDED CONTENT

CHANEL



CHANEL
1,313,694 subscribers

SUBSCRIBE 1.3M

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT

430 MILLONES DE VISTAS



Peso en creación de contenido brandeado lo tiene Chanel, que tiene la atención del planeta entero, pero al comparar sus 430 M de vistas con los 310 M que tiene Coppel en Mx nos damos cuenta que esta marca lo está haciendo super bien.

Tienen programas que te seleccionan y te componen tu casa, tu imagen: te mejoran la vida.

Además videos explicativos, consejos para el hogar, revistas, opiniones, concursos. En suma lograron convertirse en su propia 'televisora'. Fundamental, pues la gran mayoría de las marcas sólo te dicen 'compra, compra, compra'.

Coppel se dió cuenta de la manera para entrar a los hogares mexicanos y tener verdadera influencia, hablando SU lenguaje e interpretando sus preferencias.

MARCA TOP DE CREACIÓN DE CONTENIDO YT

moda tecnología reviews entretenimiento concursos



Coppel
160,911 subscribers

310 MILLONES DE VISTAS



Renueva tu hogar

y da Mejores sorpresas a mamá

Vigencia: 17 de abril al 21 de mayo del 2017.





JAMAL EDWARDS



EL PRINCIPE Y EL MENDIGO



WEREVER TUMORROW

O 'Sir Jamal', pues ante su éxito lo ordenó el Príncipe Carlos, es un chavo británico que en 2006 puso su canalito de Youtube. Actualmente SBTV es un conglomerado de empresas de música que organiza conciertos, hace videoclips y descubrió a Ed Sheeran. A los 26 años su fortuna se calcula en 45 millones de libras. En su país se dice 'the Jamal effect' cuando se habla de que todo es posible en el mundo digital.

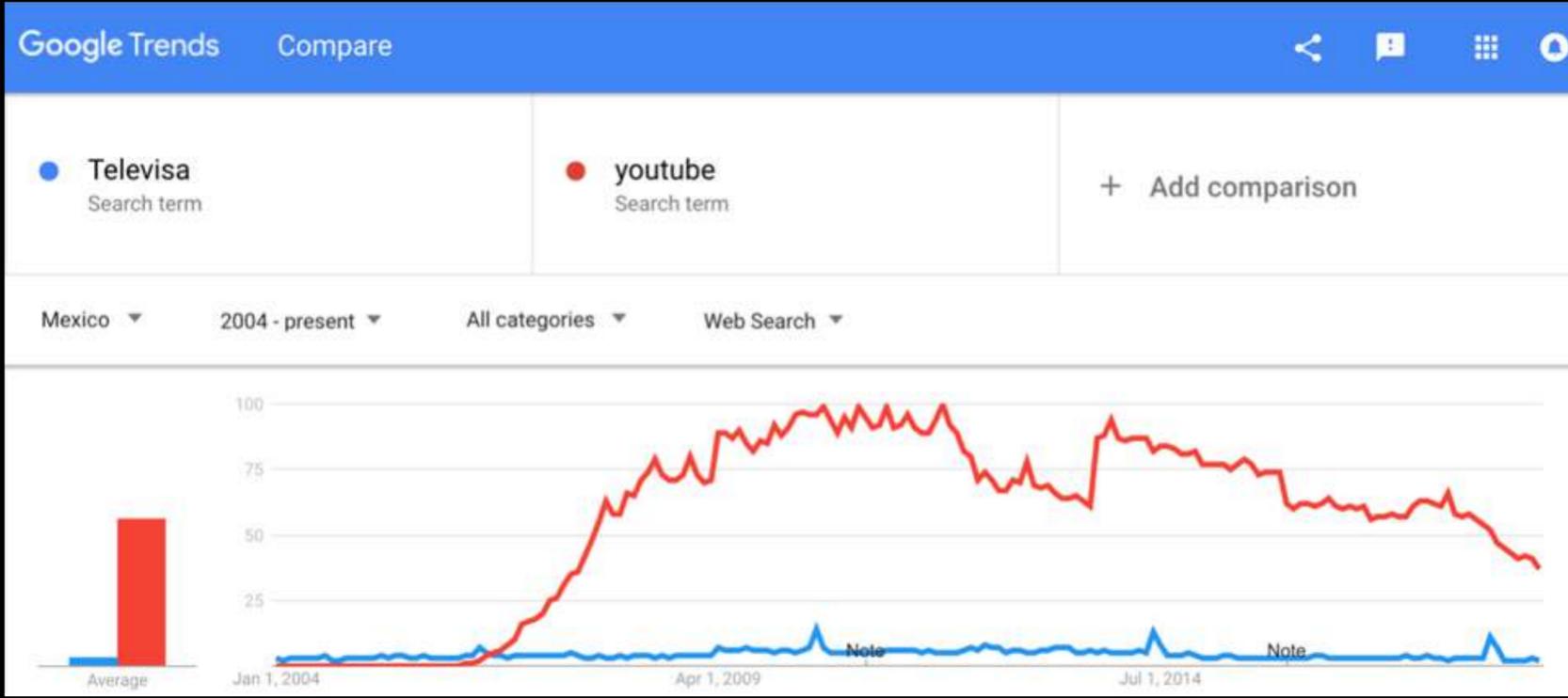
En 2018 cerró para siempre su canal. En el camino pasó por dramas como que su agente le robó su canal, lo cerró, después lo reabrió, pero perdió seguidores y millones de varo. De cualquier modo, teniendo 2.5 mil millones de vistas se fue al fútbol de segunda división. Y después de mil peripecias ya abrió un segundo canal @gaborever donde tiene 80 millones de vistas. Actualmente no se le oye nada feliz con YT, un poco en sintonía con Pew Die Pie...

La escala de creación, riqueza y alcances de los Youtuberos en el mundo contra la de los mexas es totalmente desproporcional. Aún cuando en cantidad de views los de aquí son infinitamente mayores que aquellos, acaban por perderse porque no construyen negocios que sustituyan la media tradicional: un problema de disrupción y falta de innovación...

Los corrieron de la tele, se van de Televisa, se quedan sin trabajo y ya no se cuecen a primer hervor. En la gráfica de la derecha la raya que se arrastra por el piso es Televisa, la roja gigante YT. Hay una crisis de quiénes serán los nuevos creadores de contenido que sean tamaño Yuya en el futuro - si es que eso, acaso sea posible: los algoritmos de ahora no son los de hace 10 años.

Pero ya que la necesidad es la madre de la invención, no sólo estos sino un montón desde Nino Canún hasta de repente el propio López Doriga han encontrado un público posible en YT con millones de seguidores de nuevas generaciones que antes no los seguían, aunado a la omnipresencia de las pantallas inteligentes donde miles prefieren ver YT en vez de la tele de antes.

YOUTUBE GERIÁTRICO :D



LA SAGA ADELA MICHA 176M



BROZO XMISWEBS 70M



FACUNDOTV 137M



CON INFLUENCIA



YUYA



2.3 MM



13M



11M



13M



JUANPA ZURITA

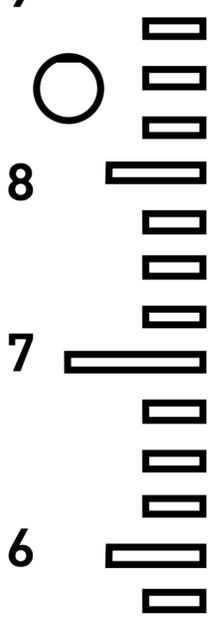
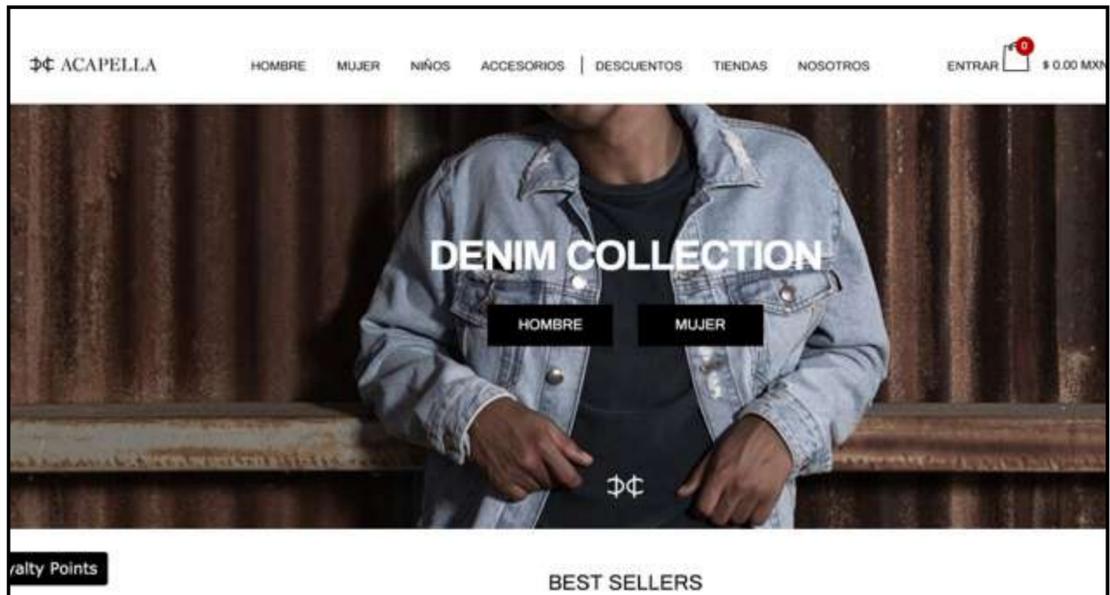
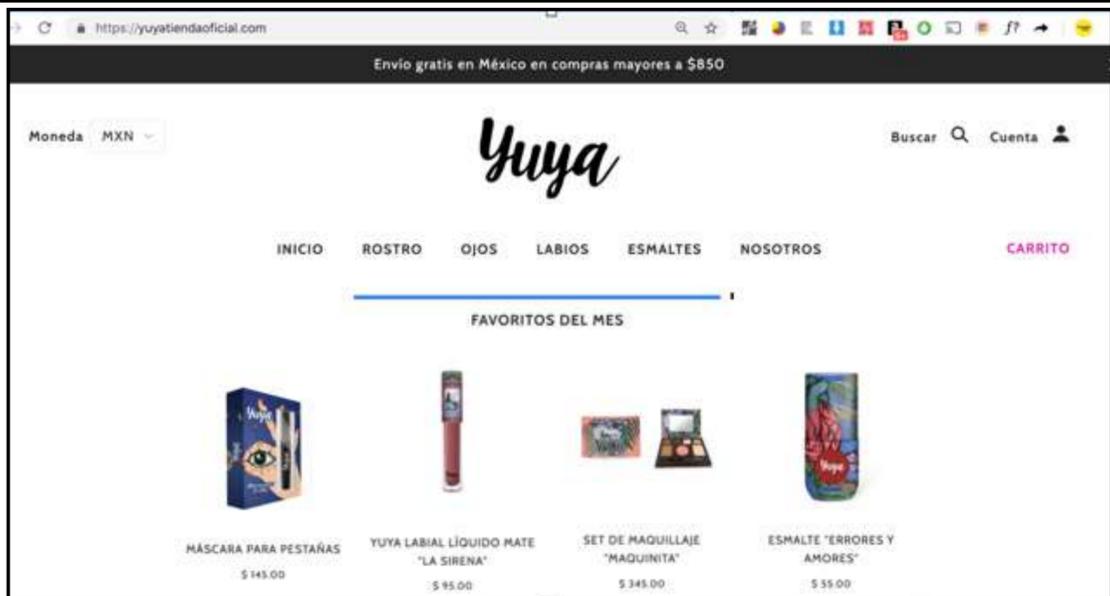
510M

6.1M

5.5M

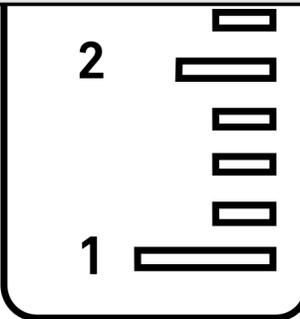
20M





YOU
TUBE

FACE
BOOK



80 M



Juanpa con sus 20 millones y Yuyita BB (de luz) con sus 13, 'engañan' como influencers de IG. En realidad esos números son mínimos como salpicada de las cantidades masivas que jalan en YT. Si según vimos en , México es país FB y luego YT, las plataformas que de verdad generan jale son esas. Y ahí está la medida de quién en realidad tiene valor para las marcas.

Según búsquedas totales en Google sus estadísticas van a la baja, pero aún así son los titanes en esto. Generan contenido divertido y variado, y en vez de sólo dedicarse a posicionar productos -que sí lo hacen- entendieron que ese nivel de influencia da para hacer productos vendibles con marca propia: los Yuya cosméticos y Acapella de Juanpa Zurita- que es de lo mejor que se ve en streetwear en México.

El chiste es cómo evolucionarán para cuando sean viejitos de más de 25 años - no quiero vivir para verlo...



YOU
TUBE

80 M

20 M

INS
TA
GRAM



MICHELLE
SALAS

5.2M

870K



PAMALLIER

5.3M

776K



ANDY
TORRES

1.3M

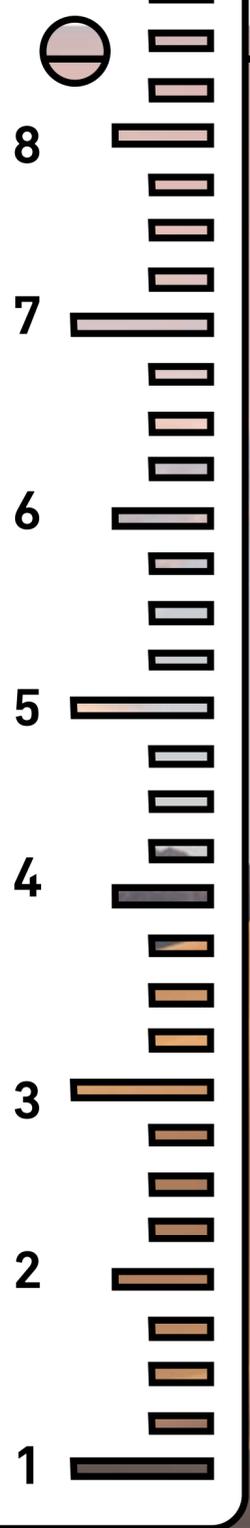
885K



FER
MEDINA

1.6K

292K

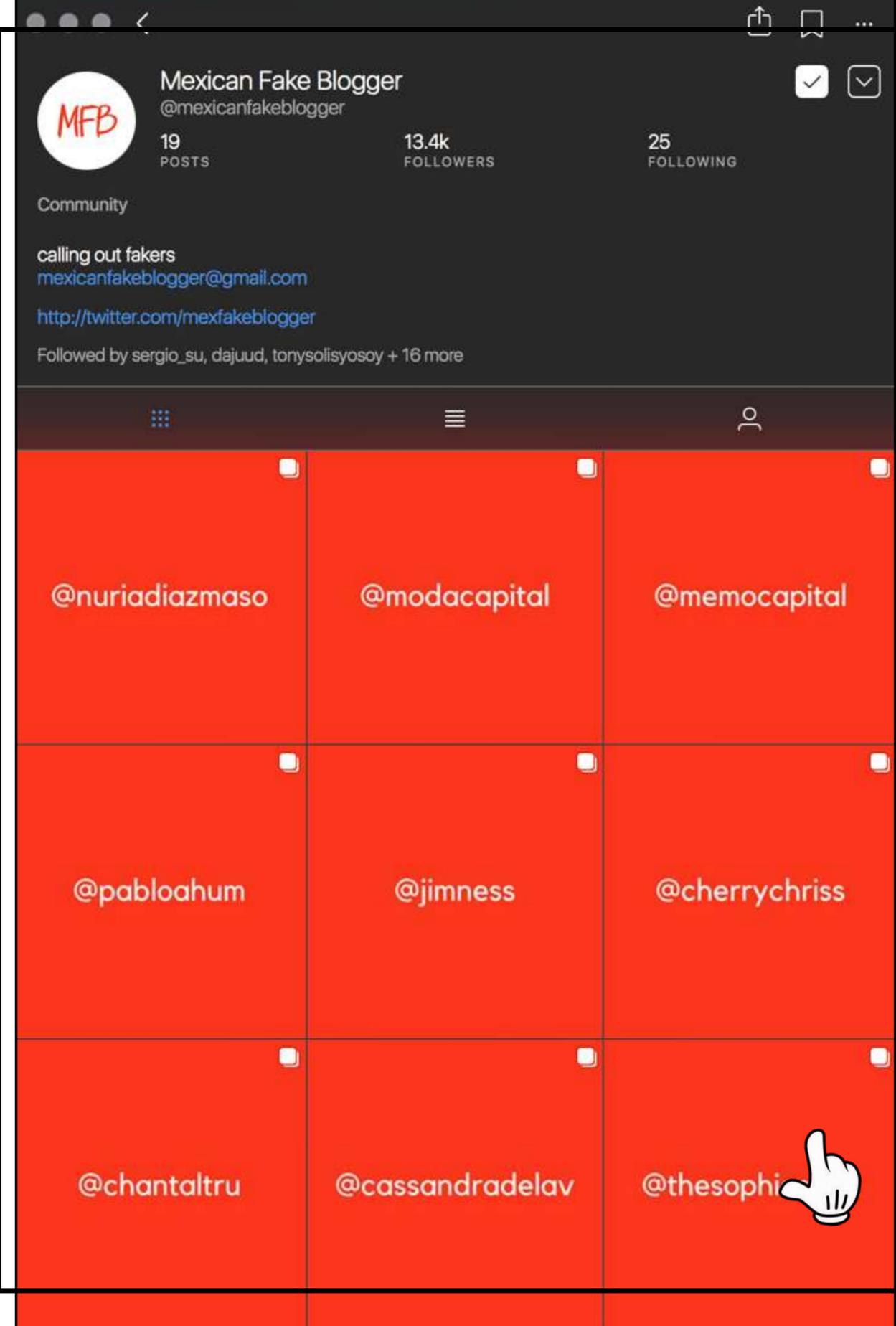


En un principio existieron los blogs, mezcla de texto e imágenes, más o menos con cierto nivel de crítica.

Pero el blogging cayó ante el Tumblr y eventualmente lo que queda es que el término 'bloguera' se dice muy a la ligera acerca de alguien que sólo sube fotos de cómo se ve.

Lo curioso es que igual que en las páginas anteriores, IG no es suficiente si no está basado en la creación de contenidos de video.

Michelle Salas no cuenta con un canal propiamente dicho, pero está adosada al de la revista Hola! y así fue como se calculó. Para el resto, una vez más, sus números de IG son la salpicada de YT. Si sólo jala en IG habría que ver qué verdadera interacción tiene con la masa allá afuera.



El poder de los 'influencers', que alguien cambie su comportamiento por copiar lo que hace otro alguien que tiene miles de seguidores, es algo que todavía está por verse. Parece publicidad, pero no lo es. Seguir a alguien que es el rey del anuncio es de flojera. Y gracias a los héroes de @mexicanfakeblogger - ahora @whattheffake - trajeron a colación cómo un montón de los más conocidos tenían puro seguidor comprado, pero que a la gente de marketing le permite echarle la culpa a alguien más de que no tienen ni idea de cómo administras digital ni hacer contenidos, entonces chido: influencers...

Cultura de ensalzar a los gorriones, hasta consecuencias ecológicas tiene porque se ha visto que se compra un buen de ropa que se devuelve de inmediato, pues sólo se uso para subir el look. Si somos 130 millones de mexicanos, 80 millones de ellos en FB y YT y sólo 20 en IG, ¿de dónde sale que un monito al que lo siguen 200k realmente puede estar teniendo influencia? URGE dejar de creer que el mundo es CDMX: Condesa-Roma...

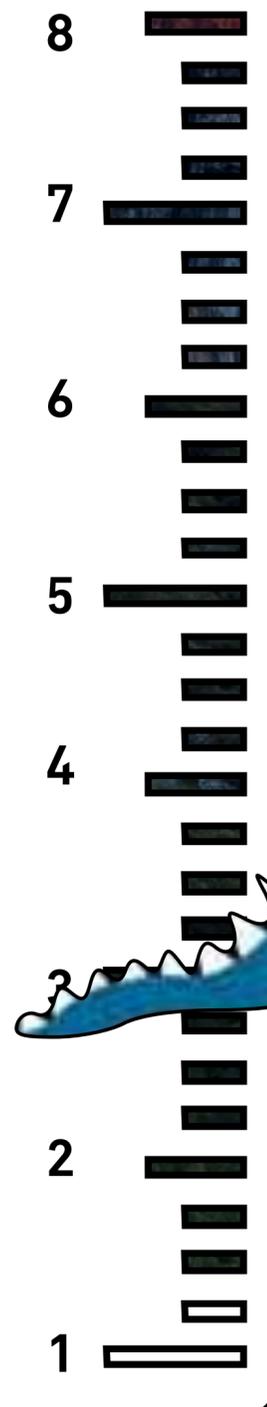
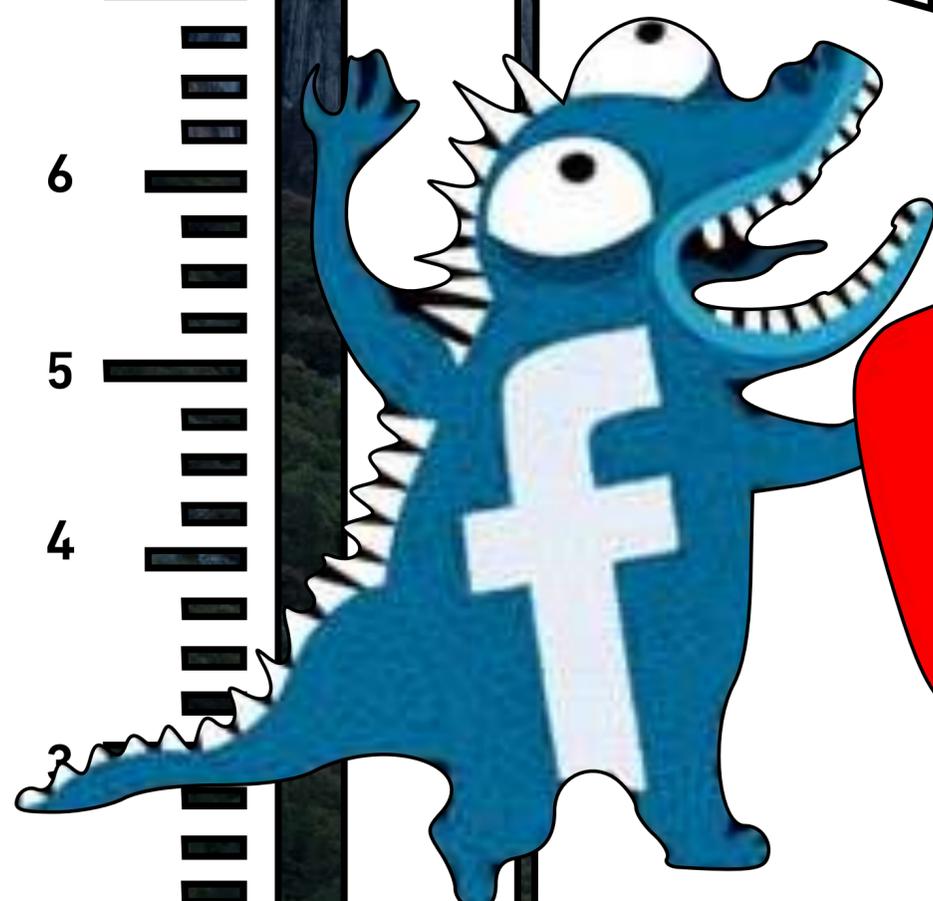
Esta cuenta de Instagram denuncia a los 'influencers' mexicanos que supuestamente compran seguidores
Mexican Fake Blogger salió apenas el 6 de enero y ya ha evidenciado a decenas de cuentas.

EL PAÍS HECHOS
Los 'influencers' impostores: gorriones abonados al todo gratis
Un supuesto prescriptor pide al restaurante Diverxo, del chef Dabiz Muñoz, que le invite "recomendación"

#OOTD
SHOPPERS ARE BUYING CLOTHES JUST FOR THE INSTAGRAM PIC, AND THEN RETURNING THEM
By Hanna Kozłowska · August 13, 2018



FACE BOOK
YOU TUBE
WHATS APP



80 M

32 M

20 M

INS TA GRAM

G+



EN 2019 LA ESTRATEGIA GANADORA ES LA DE REDES PREDOMINANTES FB Y YT.
ALGÚN DÍA ASÍ CRECERÁ IG, PERO AÚN NO ESTAMOS AHÍ...

OÍDOS 2019





**ESTE ES UN MAPACHE QUE SE HA DE DEDICAR A PROGRAMADOR WEB, CHANCE HASTA ES CM,
SI LO DEJAS TOCANDO VES CÓMO**

cambian las horas en la luz de su ventana e igual van cambiando las estaciones a lo largo del año. Se llama Chillhop y utiliza streaming en YT que permite que sean canales entre cámara de vigilancia de un mundo virtual, radio, y música de elevador. No es el único, hay varios canales con la misma característica: ser tu compañero para trabajar y estudiar sin pensar en qué poner y poder concentrarte sin estar tomando decisiones... muy 2019.

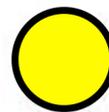
CAMBIO VERDADERO



Cuando una sociedad tiene un gran cambio social, se nota en las formas musicales y los ritmos juveniles que cambian en consecuencia. En España, al caer Franco el dictador, se vivió LA MOVIDA MADRILEÑA que le dio al mundo mil grupos: Mecano, Alaska, Miguel Bosé, etc.

En América Latina, hoy la forma principal de música va de Maluma al Reggaeton, pero en general seguimos oyendo lo mismo desde hace treinta años; en todas las fiestas tocan Timbiriche, Caifanes, Molotov y nadie se percata que dejó de haber innovación en nuestro gusto musical.

Con Vicente Fox no hubo cambios musicales, el fresa de camisa blanca se convirtió en un símbolo más del Neoliberalismo. Se está hablando de una gran transformación en Mx, si sucede, una de sus primeras manifestaciones serán nuevas formas musicales, hechas por jóvenes y lanzadas por las redes sociales.



4 de enero a las 13:06

2015 - Asco el reggaeton

2016 - No me gusta pero pues da igual

2017 - Pues ta chido en la peda

2018 - EEEAH ME GUSTA COMO SE MENEAA...

2019 - Ya pongan perreo quiero bellakear ...MAMI SE VE QUE ERES BELLAKA UHHHHH BELLAKISIMAAA

CAMBIO VERDADERO

Brockhampton are changing music - here's everything you need to know

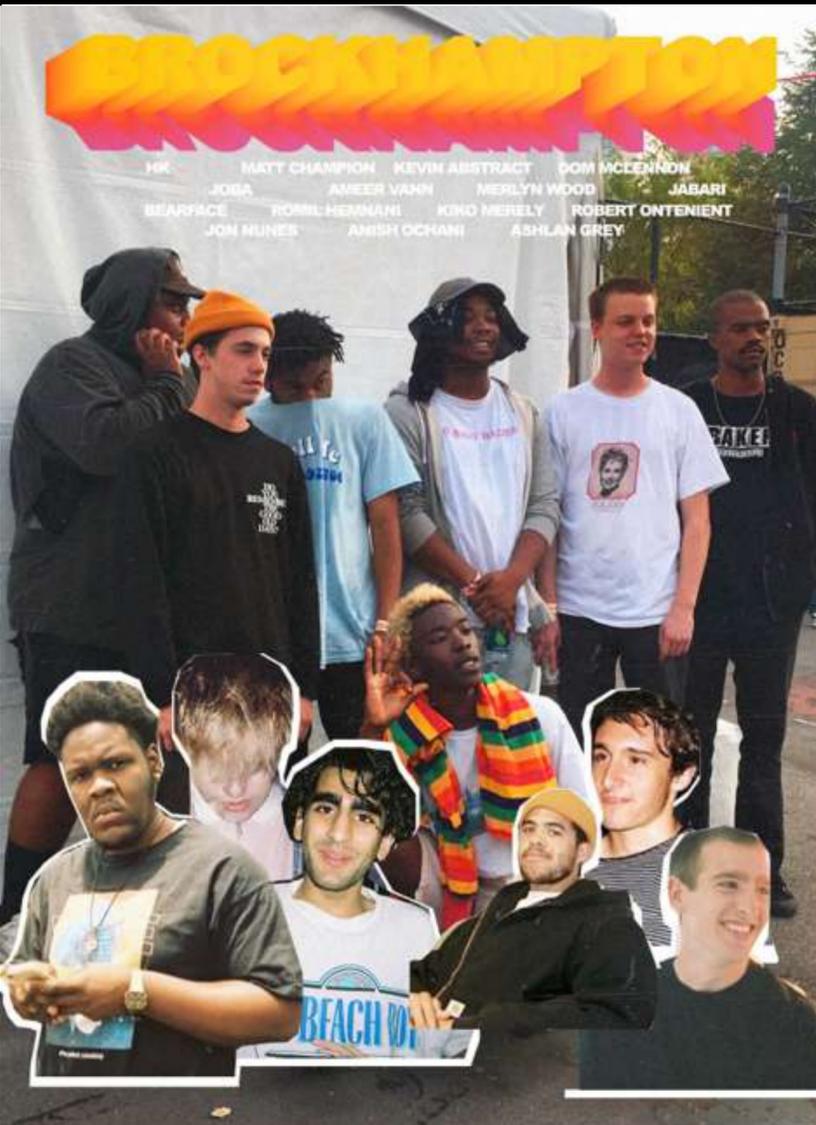


Brockhampton se consideran a ellos mismos como un boy-band, pero no del tipo de One Direction. Vienen así como de lugares marginales gringos. Empezaron en Texas; decir que son diversos racialmente es poco: negros, latinos, mexas, irlandeses. Y no pretenden ser 'bonitos' sino ser reales y contestatarios como la forma musical juvenil de respuesta a todo lo que pasa con la visión estrecha de Trump.

No están solos pues son parte de un paralelo generacional en la que los acompañan 88rising, una disquera que maneja talentos en sintonía -Ahí está Joji y Rich Brian.

En suma es música menos blanca, más salvaje y con otro tipo de discursos en el texto, la imagen y el sonido.

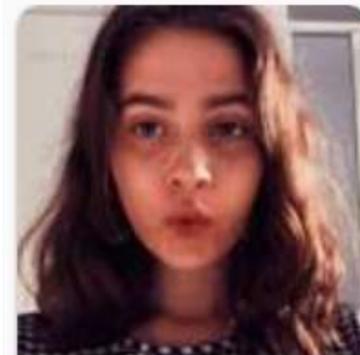
Como todos los artistas que están aquí abajo, en ningún orden particular, y siempre haciendo la aclaración que no porque 'tú los conoces desde antes que nadie' no sean tendencia: marcan la dirección de la música en el 2019. Y además comparten maneras nuevas de ver la dirección de arte en sus videos.



Billie Eilish



Kali Uchis



Clairo



Jorja Smith



Joji



Rich Brian

No es el tono ni las preocupaciones millennials, la generación Z oye música que, hablando de corazones rotos y todo tipo de temas de salud mental, tienen muchas menos aristas y picos por que el tono esta acolchonado, suave, mullido.

Ahí Cuco es el líder con un sonido que debe de pegar al máximo en Mx y que es la plantilla de lo que debería ser la música para la transformación que se nos viene. Cuco debería de ser, así de ese tamaño: el nuevo Juan Gabriel - "ay, pero yo ya lo vi en el festival Cereñonga-Hipstconde-etc..."

Puede ser, pero el chiste de las tendencias es que se vuelvan MAINSTREAM...

Boy Pablo -chileno, pero noruego; Gus Dapperton que parece que salió de CROM, Declan McKenna que es como un Morrissey-cigoto: músicos de onda 17 años, mil más interesante que todo lo que se está oyendo ahorita.



Boy Pablo



Declan McKenna



Gus Dapperton



Keith Ape



CAMBIO VERDADERO

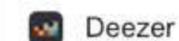
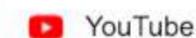


Cuco

Artista musical

twitter.com/lcryduringsex

Available on



Fecha de nacimiento: 26 de junio de 1998 (edad 20 años), Hawthorne, California, Estados Unidos

Nombre completo: Omar Banos

Género: Pop

Álbumes: Songs4u, Chiquito, Cuco on Audiotree Live

Canciones

Lo Que Siento
Cuco on Audiotree Live · 2018

Lover Is a Day
wannabewithu · 2016

Amor de siempre
wannabewithu · 2016



NO ES EL INTERNET DE LAS COSAS, SINO EL DE LOS OÍDOS

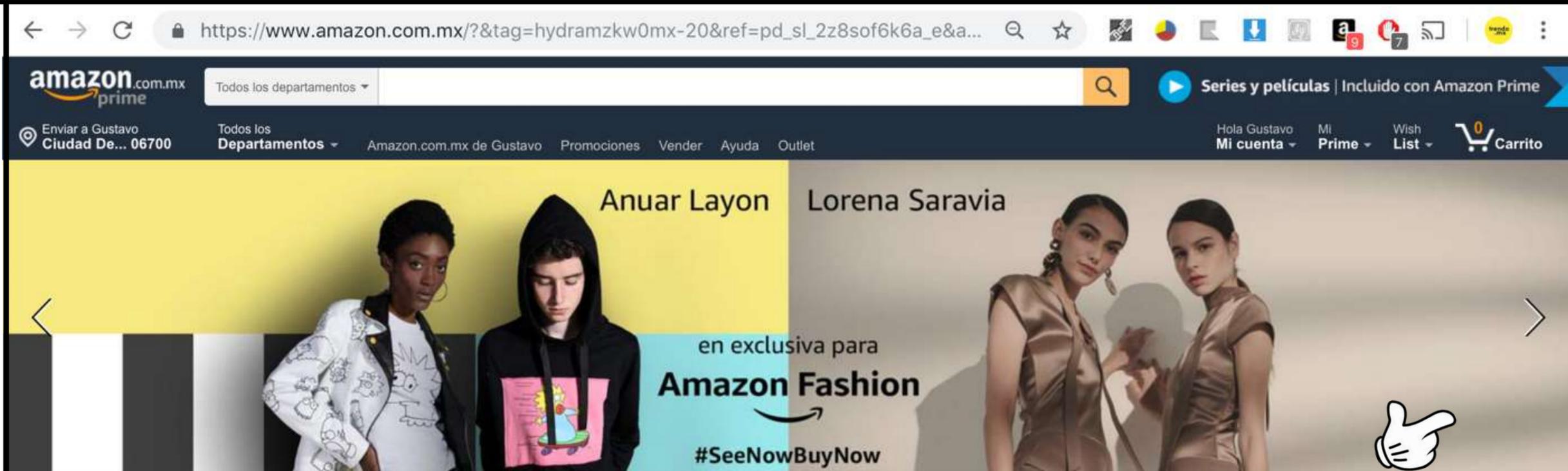


EL FUTURO DE LOS CELULARES... que cada día dan más flojera - siempre son iguales- es que van a desaparecer y darán lugar a simplemente hablar al aire en todos los lugares que vayamos y simplemente -sin pensar en cargar el cel, sin picarle a nada- expresemos que queremos y eso aparezca: UBER, comida, llamada a tu abue, lo que sea... No un dispositivo físico visual sino uno auditivo.

En 2018 entró por fin a Mx la oferta de asistentes digitales: Alexia, Google Home y la pobre de Siri -que nomás no da una 😊

Hablarle a la sala y que se prendan los focos es de lo poco futurista que de verdad tenemos en un mundo donde los coches no vuelan. En el futuro de la semana que entra, estarán integrados hasta las licuadoras desde que las compras: Sra. Potts aquí y ahora (una tetera que habla?) - ok no :(





CON MIL, MIL INNOVACIÓN el Mercedes Benz Fashion Week trajo a Mx el futuro hoy. En las pasarelas de Oct acabando, ya estaba todo a la venta en la plataforma de AMAZON.MX

Anuar Layón y Lorena Saravia, entran al futuro del comercio con esto, cuando la pata coja de la moda mexicana siempre es la producción previa a la pasarela de todo lo que se va a vender.

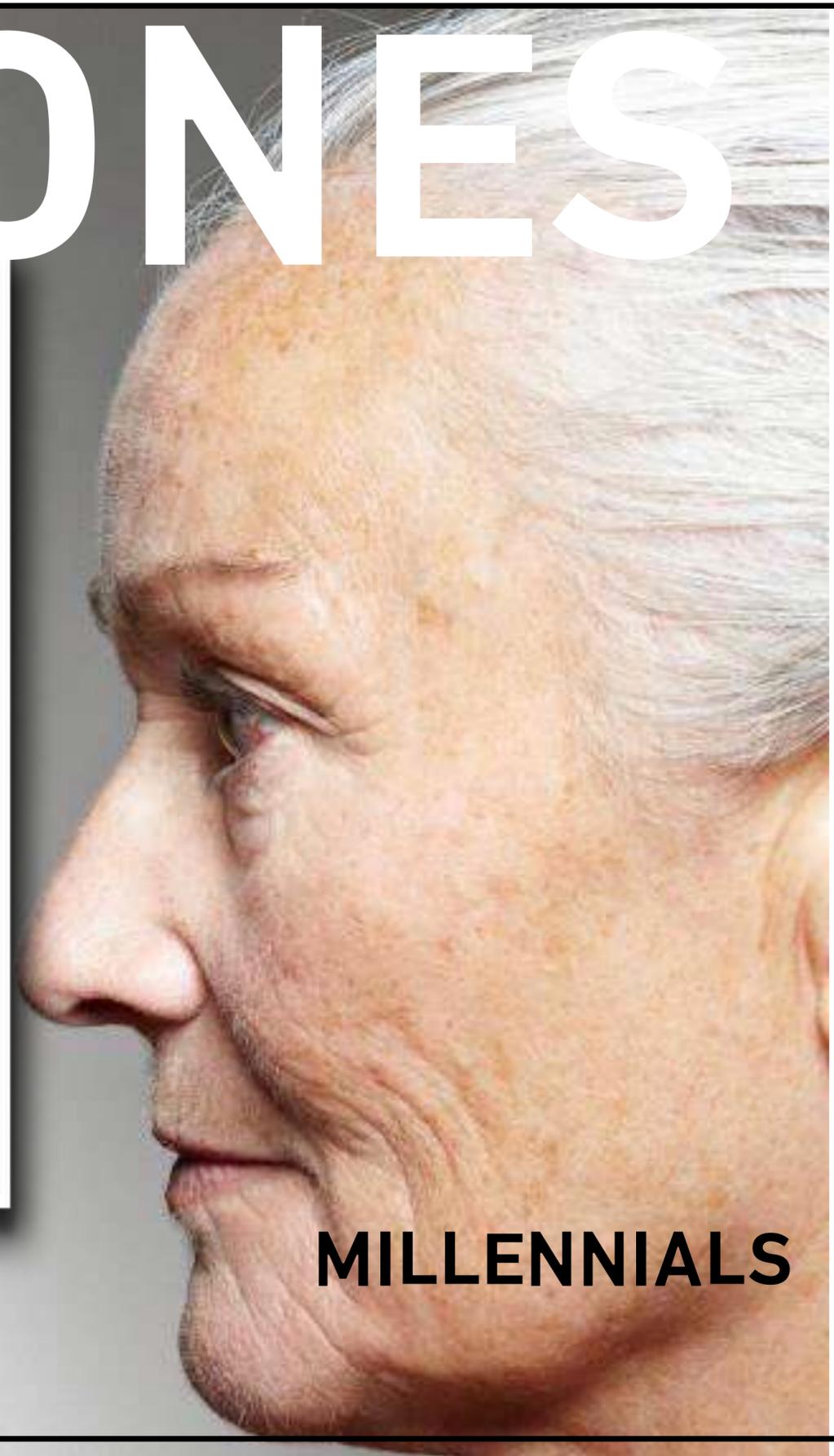
Amazon tiene una estrategia 360 para tomar por asalto a la moda del mundo. Echo es uno de sus asistentes personales que además de OIR todo lo que le pidas, VE tu ropa y que de verdad usas para a partir de eso hacer recomendaciones para que compres ropa. En el momento del Apocalipsis del Retail, esto es el anuncio de las cosas que están por venir.



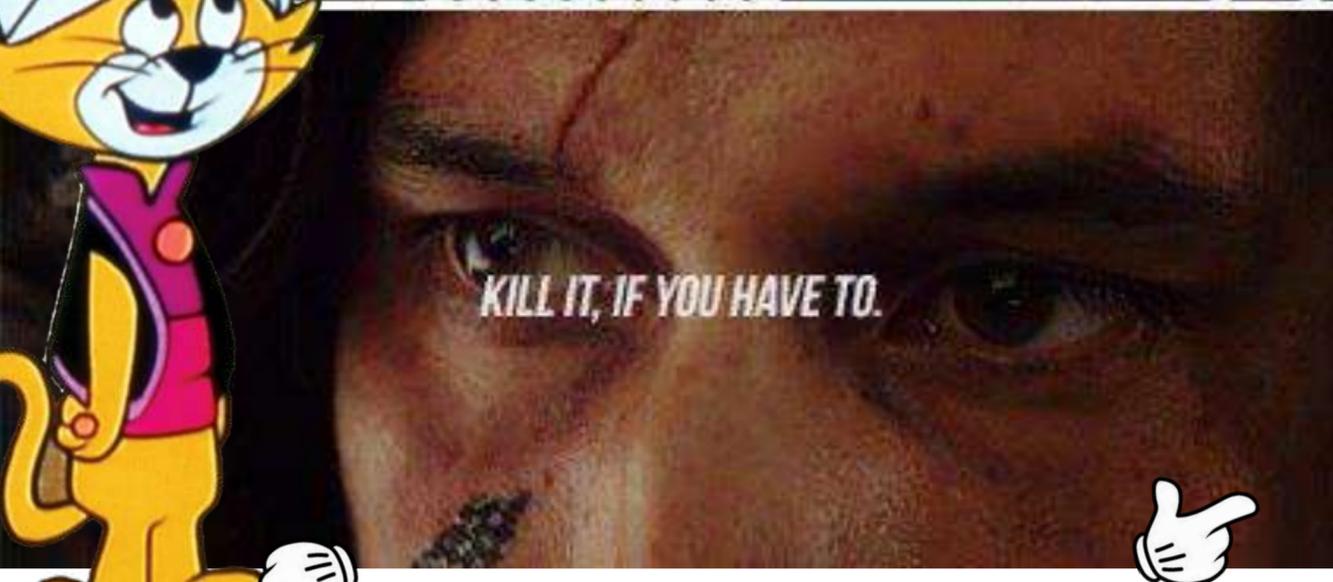
GENERACIONES



GEN Z



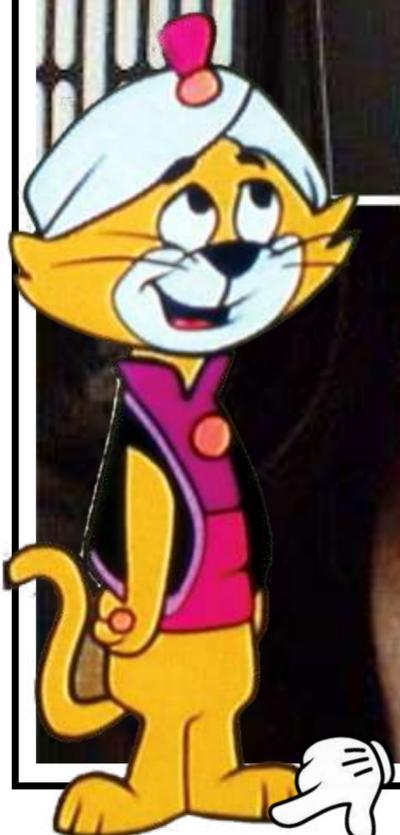
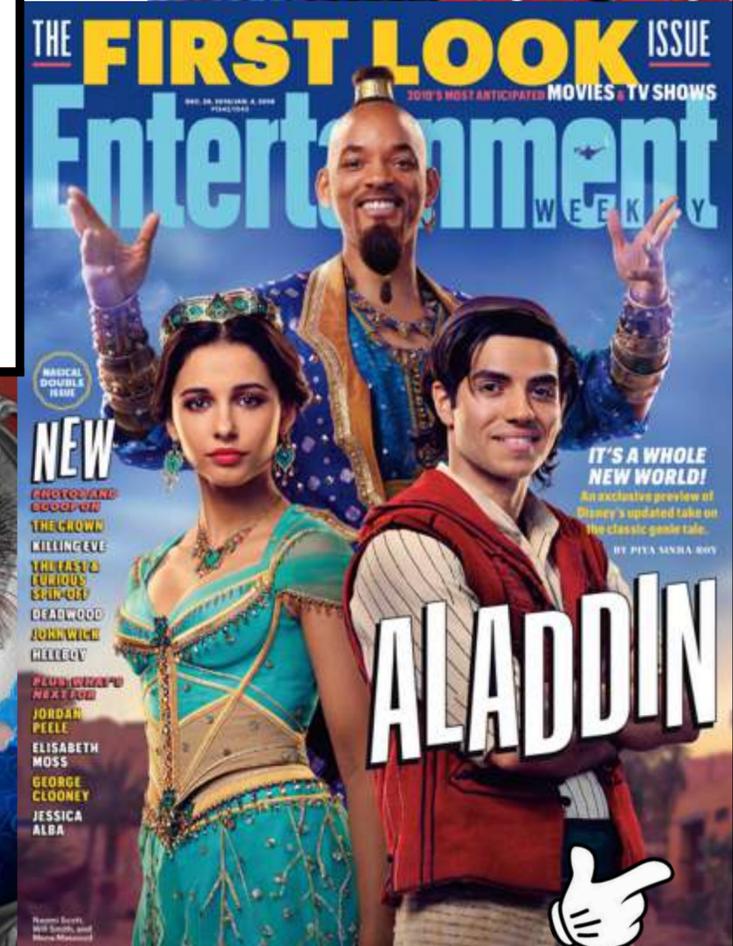
MILLENNIALS



DEJA MORIR EL PASADO. MÁTALO SI ES NECESARIO

Los millennials comienzan a apagarse para dar paso a luces nuevas, ¿y cómo fue que acabaron siendo la más nostálgica de las generaciones? Hoy, las películas traen los sueños de infancia a la realidad: empezó con La bella y la bestia, pero se sigue con todas estas nuevas películas. Inclusive 'Star Wars: el último Jedi' es sólo refrito -hijo mata padre, estrellota de la muerte, robots etc... Pero con una advertencia: ya no 'que la fuerza te acompañe', sino la frase que resonó duro en los memes: 'Deja que muera el pasado'...

Hace mil años dos caricaturas pegaron sólo en MX 'Don Gato' y 'Ahí viene Cascarrabias'. Se convirtieron en filmes mexicanos con más pena que gloria, porque la nostalgia es cómoda, pero no es una alfombra mágica: no se mueve.





NOSTALGIA DE UN MUNDO DESCONOCIDO

La generación Z - nacidos 97-2015 - está descubriendo el mundo.

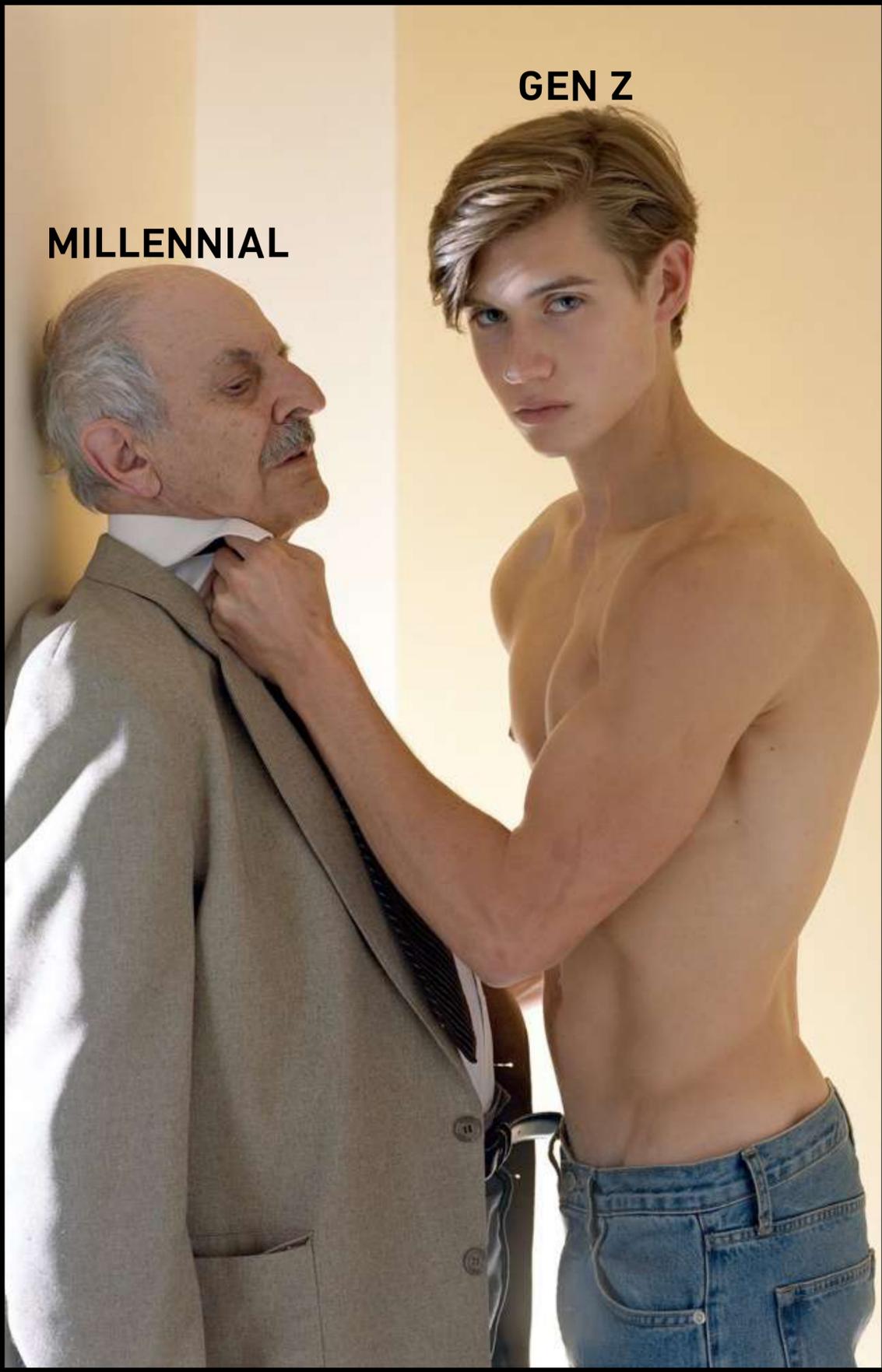
'1999' de Troye Sivan & Charli XCX toman Titanic-Matrix-Spice Girls. 'Thank you next' de Ariana Grande visita Chicas pesadas, Legalmente Rubia y Triunfos Robados. Y Shawn Mendes en 'Lost in Japan' repite cuadro por cuadro la película de 'Lost in translation'.

Son obviedades para los grandes, pero referencias frescas para los ojos nuevos. Y lo más padre es que no es una respetuosa nostalgia - **VOΣΤΟΣ ΑΛΓΟΣ** (nostos algos) dolor por el pasado -, sino como niños encontrando el baúl de su abuelita millennial y poniéndose en Halloween su vestido de novia.

Lo mismo está pasando en sonido, sabor, visual y moda. Una nueva interpretación que no llora por el tiempo que no vivieron, cero Beatles puro ver adelante.



LOS MILLENNIALS NO ENTIENDEN A LOS Z



La generación Millennial, nacida entre 81-96 en promedio está cumpliendo 30 años. Esto, que para todas las demás generaciones del pasado era un momento fundacional en donde ya estabas casado, pagando hipoteca de casa, cuidando a tus primeros 3 hijos y esperando tener tantitos más, hoy es un momento de transición más que duro.

Sí, sentimos avisarte, pero millennials ya no es sinónimo de ser joven. Hasta sus formatos nativos como los gifs, o sus ídolos como Emma Stone empiezan a ser venerables. Cumplir 3 décadas no tiene nada de malo, pero en Mx los millennials en masa han acabado por ser los DIEZMILLENNIALS y el tiempo se acorta y el varo nomás no llega:

Sólo 4 de cada 10 millennials perciben más de 12,000 pesos mensuales

¿POR QUE LOS MILLENNIALS SON INFELICES?

$$\text{FELICIDAD} = \text{REALIDAD} - \text{EXPECTATIVAS}$$



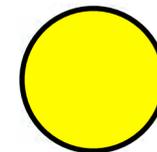
GEN CRISIS

Tú puedes saber qué tan fresa eres a partir de cuantas bodas asistes en el año. En efecto mientras más alta la clase, más boda hay, porque no tiene nada que ver con el amor sino con preservar el varo en función de la propiedad. Solo en la fresez importan esas cosas.

Extrañamente, mil gente fresa tiene varo de campo, cultivos, etc. y tienen ese juego de valores de lo tradicional. Cuando la despedida de soltera - rural - se enfrenta a lo digital - urbano - pasa #ladycoralina y #xvRuby: un choque.

Para el resto -no fresa- el matrimonio no es la aspiración: para comprar un depto tamaño Stuart Little hace falta ganar 36000 al mes o sea que no es un sueño realista después que estudiaste humanidades, 'comunicación', 'diseño' o cualquier otra onda así.

Y así, fresas construyen un sistema de valores inalcanzable mientras en los pisos de abajo nomás gastan en conciertos, mota, tatuajes, uber y juguetes que jamás sacarás de sus cajitas. Y el futuro? -ahorita no, joven...



20 de junio de 2015 · 🌐

Siglo XIX: Qué guapo es, ¿tendrá tierras?
Siglo XX: Qué guapo es, ¿tendrá novia?
Siglo XXI: Qué guapo es, ¿será gay?



A un año de la viral historia de #LadyCoralina revelan quién la grabó

La noticia de la joven que le fue infiel a su novio previo a la boda generó escándalo el año pasado, ahora unas fotos en redes revelan a la culpable.





Pero tronó a nivel país el imaginario cultural de lo fresa. Y si es inalcanzable, ¿a qué aspiramos entonces? Lo 'hipster' se asume como UN MECANISMO DE ASCENSO SOCIAL. Es como tener título del Itam pero nomás con un tatuaje.

Según la revista NEXOS sucede lo siguiente al preguntarse si es que, de hecho, existen los millennials mexas:

‘De manera preliminar podríamos concluir que en un país en el que la mayoría de los jóvenes NO cuenta con las “acreditaciones de inclusión” que rigen simbólicamente en el sistema -o sea la fresez-, ellos han buscado desde un discurso que comparte los valores y los códigos de las redes sociales globalizadas incluirse desde un aparente cambio de valores frente a la construcción social de las generaciones previas.’

¿O sea? - Significa que si de plano la patria no te hace justicia con los valores fresas, entonces te subes a los valores de lo que vemos en los códigos de aprobación de las redes sociales... y a partir de ahí acabas ecolofresa-vegano-ciclista-heteroflexible-globalifóbico-promota y así...



You Retweeted

Daniel Granatta @danigranatta · 16 Dec 2018

Aunque coincido con Gustavo Prado de @TrendoMx en que el problema en México no es tanto el white privilege como el white stupidity

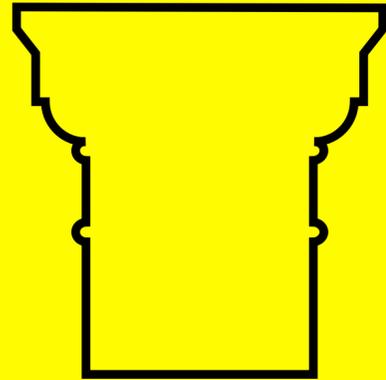
Translate Tweet

2 14

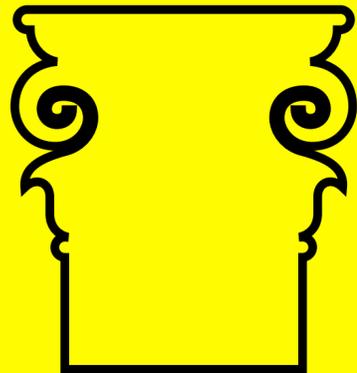
Show this thread



EXTRANJEROS



FRESAS

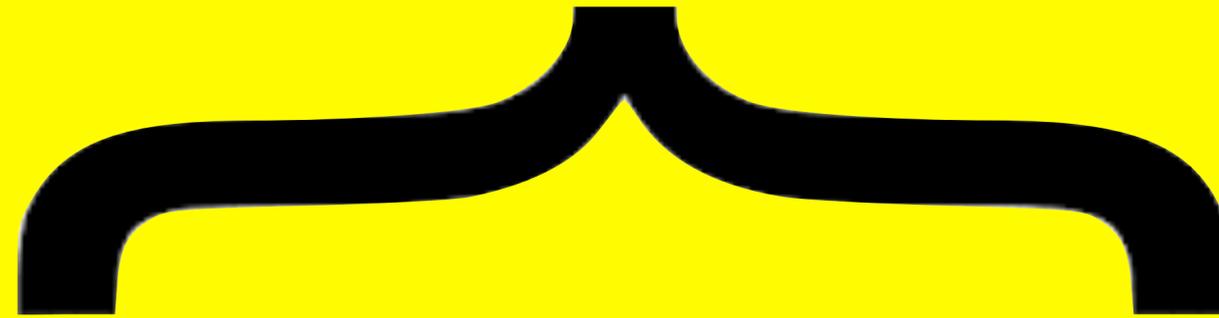


BARBONES DIEZMILLENNIALS

Psicosis empresarial: hasta arriba hay extranjeros, en la toma de decisiones puro fresa que sólo entiende su mundo y abajo barbones pachecos que ganan 10 mil :(

FRESA

HIPSTER



CASARSE
COLEGIO BIEN
IR A VALLE
BACARDÍ, PAPS..
NIÑO BIEN
AY EEEEW
CARRO A LOS 18
IPHONE, NO CEL
ANTARA/ ARCOS BOSQUES
GLOBALIZACIÓN
TATUAJE DISCRETITO
ESTUDIAR FINANZAS

VEGANO
ROMA/CONDESA
MOTA
GEEK
ALTERNATIVO
PUBIS NO-RASURADO
IR EN BICI A TODOS LADOS
KINDLE
LAGUNILLA
GLOBALIFÓBICO
MIL TATUAJE
ESTUDIAR CREATIVO

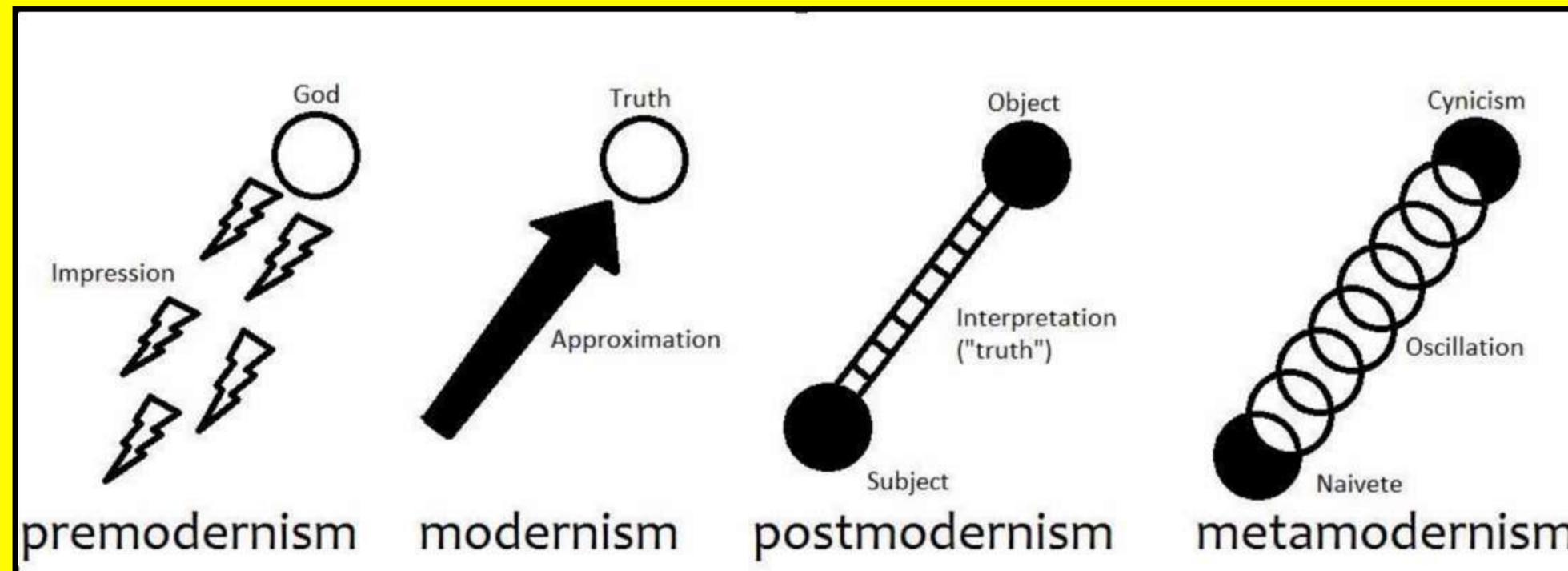


¿TE SIENTES COMO BIPOLAR?



En la mañana dices que sí y luego dices que no, todo el día cambias de opinión. No es locura. La filosofía de este tiempo es el 'metamodernismo' que se caracteriza por la OSCILACIÓN. Es un péndulo que apunta a cosas diferentes a lo largo del día. Creemos cosas que parecen contradicción pero no lo son. Manifestaciones como 'Rick and Morty' / MGMT / Troye Sivan / Brockhampton / la serie Maniac todos apuntan a que 'BYE a la posmodernidad' y 'hola al metamodernismo'. Nomás acuérdate este año del 'This is america' de Childish Gambino

OSCILACIÓN METAMODERNISMO



Y ENTONCES...

**CUANDO CREO QUE LAS TENDENCIAS
SON PARÍS Y NUEVA YORK**



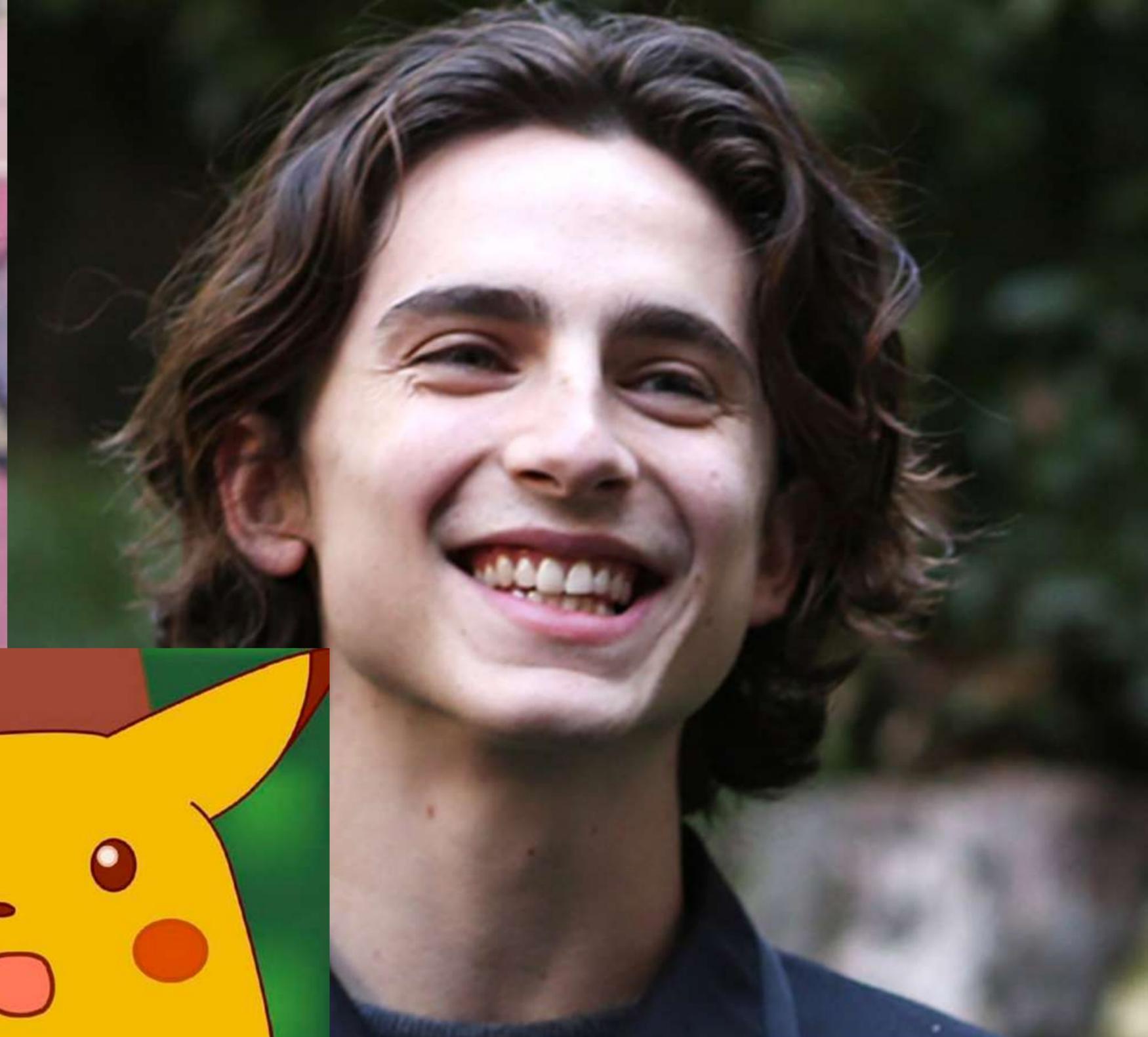
COMO CREO QUE ME VEO



COMO EN REALIDAD ME VEO



YO ABRIENDO MIS ALAS PARA VOLAR DE LA GENTE MALVIBROSA ESTE 2019



CUANDO DESCUBRES QUE TIMOTHEE CHALAMET ES ARISTEMO



**QUÉ COBARDES SOMOS AL SENTIR TANTO Y DEMOSTRAR TAN POCO
(CRIES IN SPANISH)**

