

REBAP

TRENDS 2M24

Un año son doce meses en los que han pasado muchas cosas.

Hemos visto y vivido muchas tendencias y hechos históricos durante los 366 días de este 2024.

Es complicado resumirlo todo pero **este año ha estado marcado por la nostalgia.**

Parece que es una de las cosas que más nos unen sin importar el punto del mapa donde nos encontremos. Quizás esta sea la palabra que mejor define este tiempo.

Pero que la nostalgia haya sido protagonista en casi todas nuestras semanas no significa que no hayan pasado muchísimas más cosas.

Aquí, nuestro resumen del 2024.

LA MEJOR BANDA SONORA PARA LEER NUESTRO REBAP. PONTE CASCOS Y DISFRUTA



Pamela Anderson
Rigoberta Bandini



Dua Lipa
Maria



Normal
Carolina Durante



Perdió ese culo
Badgyal



Bye bye bye
NSYNC



The Emptiness Machine
Linkin Park



Whoops
Meghan Trainor



Soy la Más Mala de España
Bb trickz



Omega
Rosalia, Ralphie Choo



Rock and Roll star
OASIS



Potra Salvaje
Isabel Aaiún



Sarà Perché Ti Amo
DJ Red Black



Cucu Cucurella
Adri Navarro



Sweet Caroline
Neil Diamond



El único
Paco amoroso & Catr7el



365
Charlie XCX



APT
Bruno Mars



Miremos aos ollos da xente
Vivamos Como Galegos!



Im just a girl
No Doubt



Thats So True
Gracie Abrams



Messy
Lola Young



Espresso
Sabrina Carpenter



Rebap trends 2024

RETRO Fever

Hay quién dice que una de las mejores sensaciones es el amor por los recuerdos y todo lo que significa. Quizás sea por eso que la **NOSTALGIA** nos une y esto es algo común a (casi) toda la sociedad. Nos encanta recordar. Todo lo que nos lleva a nuestra infancia o a momentos felices capta nuestra atención e interés con mucha facilidad.

700%

Ventas de cámaras de vídeo digitales

637%

Ventas de iPods

130%

Reproductores de CD portátiles

150%

Ventas cámaras digitales de los 2000

REGRESO DEL Y2K

Diseños retro en la moda y vuelta de estilos Y2K. Uso de camisetas de fútbol vintage en looks de diario y auge de la ropa de segunda mano, los chándals o la segunda vida de las zapatillas que teníamos cuando éramos niños.

Recordemos también el momento en el que una colección de ropa de crepúsculo hizo que se volviese a desatar la locura entre los amantes de la mítica saga.

La tristeza y los recuerdos que han surgido por el cierre de Disney Channel en España, el canal de tele con el que crecimos Millennials y Generación Z. Además, esto coincide en la misma época en la que los Jonas Brothers, estrellas del canal, hicieron una gira mundial.



Golazo!



Vida extra

Disney
CHANNEL

OU SHIT :(

Mucho Camp poco Rock





Fenómeno **KIDULTING** y recuperación del niño que llevamos dentro. Nos gusta volver a sentirnos pequeños y por eso ha habido un crecimiento de lugares donde adultos van a jugar en piscinas de bolas o a saltar en colchonetas. También vemos esto en la tendencia de los **sonny angels, smiskis, las pegatinas o los labubus** y en el alto número de fans (adultos) de Lego.

ESTÉTICA & *Kidulting*

FANDOM *Proud*



Swifties



Believers



Mads



Directioners

Swifties, Biebers, Directioners y la vuelta de Oasis, son ejemplos de que la cultura pop sigue ahí.

La cantante americana incluso ha provocado pequeños movimientos sísmicos en alguno de sus conciertos.

La banda británica (Oasis) ha despertado una nostalgia dormida para muchos y la sorpresa de su reencuentro, al igual que One Direction cuyos fans daban por perdida su vuelta, y menos por la muerte de Liam Payne.

NEO *Patriotismo* DEPORTIVO

El 2024 ha sido el año en el que surgieron nuevas figuras de interés que representan la pluralidad del país.

Ilia Topuria se convirtió en campeón del mundo de la UFC y con esto nació un auténtico ídolo de masas. Su amor y admiración por España y el orgullo con el que presume del país en el que vive le llevaron a que el Gobierno le concediera la nacionalidad. Ahora es uno de los mejores deportistas del país pero también una de las figuras más queridas.



OK, KO!



SAMBA!

La Eurocopa es uno de los sucesos que más ha unido a todo el país dentro del ambiente de crispación política en el que vivimos desde hace un tiempo. Desaparecieron las diferencias y fue un importante escudo contra el racismo gracias a figuras como Nico Williams o Lamine Yamal.

Ellos son el claro ejemplo de los “nuevos españoles” de padres emigrantes. Además de ser de los mejores futbolistas del mundo y desprender educación, carisma y calidad en cada patada al balón son un espejo en el que miles de niños se pueden mirar cada día.

NEO *Patriotismo* DEPORTIVO

Los Juegos Olímpicos también alimentaron este neo-patriotismo y unieron al país en una atmósfera de celebración de los éxitos conseguidos por los deportistas. Carolina Marín y la medalla que no ganó por lesionarse y las rivales acordándose de ella en el pódium.



Ocurrió también un hecho histórico: la primera vez que hay dos ganadores del balón de oro españoles: Rodri y Aitana Bonmatí (por segunda vez consecutiva).

ES ORO TODO LO QUE RELUCE

El adiós de Nadal fue un auténtico fenómeno al que todo el planeta le quiso rendir homenaje: desde marcas con las que nunca trabajó, hasta periódicos pasando por compañeros y rivales. Además de esto, despertó un orgullo inmenso en todos los españoles que siempre le vieron como abanderado del país.



GRACIAS RAFA!

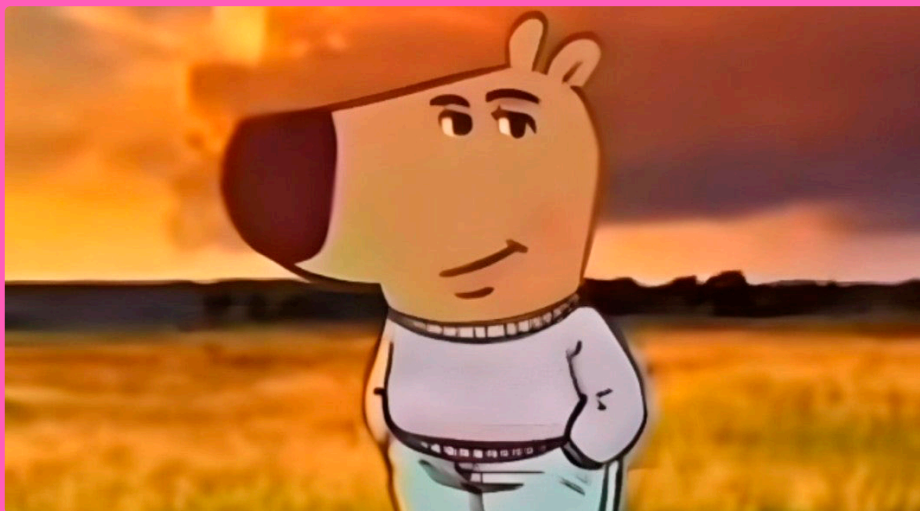
INTERNET YA ES UN ESTILO DE

Vida

DELULU, AMORCH y PEC son la confirmación de que el lenguaje virtual está cada vez más presente en nuestras vidas **BRAT y DEMURE**

Dos palabras que representan la inseguridad de los jóvenes mediante la dualidad entre descaro y prudencia. Ahora han salido

otras variantes como el **CHILL DE COJONES** que representa la calma ante un estilo de vida frenético y el **COZY** que es algo así como sensación de hogar.



Real

UNA IA CADA VEZ MÁS

CHAT GPT DALL·E 3 SORA STABLE DIFFUSION

La inteligencia artificial se ha integrado tan naturalmente en nuestras vidas que ya **no nos preguntamos si la usamos, sino cómo.**

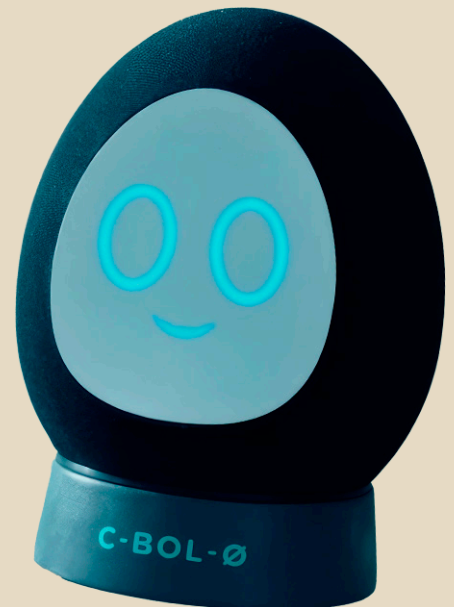
Herramientas como ChatGPT y DALL·E 3, junto con plataformas como TikTok e Instagram, están borrando las fronteras entre lo humano y lo digital. Tecnologías como Sora y Stable Diffusion han democratizado la creación visual, mientras que las marcas optimizan procesos reduciendo la dependencia humana.

UNCANNEY VALLEY

El auge de influenciadores virtuales nos hace cuestionar la autenticidad, mientras que la perfección de la IA genera una dualidad emocional: atracción y desconfianza, reflejada en el fenómeno del "Uncanny Valley".

La IA responde a nuestra necesidad de eficiencia, pero también destaca nuestra búsqueda de conexión humana.

El reto del futuro es entender las emociones detrás del uso de la IA, equilibrando la innovación con el temor de perder lo humano.





El fenómeno girly ha nacido este 2024 como sinónimo de unión, empoderamiento y orgullo de “ser solo una chica”. Redes sociales, revistas y otros medios se han llenado de artículos y testimonios hablando de esto.

La película de Barbie supuso una especie de revolución el año pasado, pero no fue hasta este en el que lo femenino pasó a ser un motivo del que presumir sin miedo, sin prejuicios y huyendo de estereotipos.

Mujeres unidas se han atrevido a sacar a la luz temas que hasta ahora habían sido tabúes. Juntas crearon nuevos espacios seguros para visibilizar situaciones en las que generar denuncia social y poner el foco en esos comportamientos que no están bien.

2024 ha sido el año en el que todas nos convertimos en bichotas.

LA FUERZA DEL *I'm just a girl*

DE LA INFLACIÓN A LA *Premiumización*



La inflación ha llevado a los consumidores a priorizar productos premium que ofrecen mayor valor y durabilidad, lo que ha impulsado la premiumización como estrategia de marcas en sectores como moda, tecnología y alimentación. El rebranding, que incluye cambios en la identidad visual y narrativa, es clave para conectar con un público más exigente. Marcas como Massimo Dutti, Jaguar y Cepsa están adoptando esta estrategia.

Sin embargo, las marcas deben equilibrar el lujo con la accesibilidad y crear narrativas auténticas alineadas con valores como sostenibilidad.

La premiumización no solo busca vender, sino ofrecer experiencias que conecten emocionalmente con los consumidores en un mercado saturado.

SI HAS LLEGADO
HASTA AQUÍ PENSANDO
“ESTO YA LO SABÍA”
PROBABLEMENTE
TENGAS UN

BRAIN ROT*

*Escogida Oxford Word of the year 2024.
Su traducción es “cerebro podrido o roto” y designa el impacto
del consumo excesivo de contenido de internet.

TRENDS 2M24

BAPCONDE®