

LA GENERACIÓN QUE PRUEBA DESCONECTARSE

Cómo los preadolescentes convierten la saturación digital en un uso más consciente y empiezan a valorar las experiencias del mundo real

PRESENTACIÓN

El Informe de Tendencias de Moda y Consumo de abril de 2026 del Observatorio LAB3 de UADE presenta sus diagnósticos en medio de un cambio cultural. Se trata de un momento en que **las lógicas de consumo comienzan a ser redefinidas por una generación completamente nativa del ecosistema digital**. Lejos de confirmar el mito de la hiperconectividad sin fisuras, el análisis revela **una nueva forma de vivir la tecnología, menos invasiva y más conectada con el cuerpo y con la experiencia real**.

Este estudio se focaliza en el segmento preadolescente, niños de entre 8 y 13 años, epicentro simbólico de una transición más amplia. La Generación Alpha, primera en nacer en un mundo de algoritmos, inteligencia artificial y conectividad permanente, **empieza a probar distintas maneras de vivir el día a día, de pensar, actuar, organizar su vida, pistas de que algo más profundo empieza a cambiar**.

“Lo que estamos observando no es un rechazo a la tecnología, sino una curaduría de la existencia. Los preadolescentes sienten la saturación digital y están combinando lo analógico con lo digital para recuperar el control en un mundo acelerado. La nostalgia de lo que no se vivió también genera esta pulsión por investigar el pasado sin tecnología. **Lo que les cuentan sus padres o ven en películas más antiguas termina siendo lo novedoso... y lo novedoso atrae**”, sostiene Delfina Tulli, directora de la Licenciatura en Diseño y Gestión de Estéticas para la Moda de UADE.

El informe muestra que, después de años de crecimiento acelerado de lo digital, este segmento social empieza a sentirse saturado. **Intenta aprender a usar mejor la tecnología, sin rechazarla. Elige estímulos, cuida los tiempos y prioriza los vínculos**. La desaceleración, antes asociada a los adultos y las personas mayores, aparece ahora como una decisión o estrategia temprana de esta generación.

Gen Merge, forma de vivir que combina lo digital con experiencias físicas y presenciales para lograr un mayor equilibrio emocional, indica un cambio clave: **chicos que quieren un mejor equilibrio entre las tecnologías, las pantallas y las experiencias reales**. Usan lo digital, pero también valoran los objetos, los vínculos presenciales y su propio tiempo.

“El análisis revela una nueva forma de vivir la tecnología: no es la única, pero sí la más novedosa. **Los chicos buscan un equilibrio emocional** donde la pantalla conviva de forma sana con el cuerpo y la experiencia real, una suerte de *mentalcare*: cuidar la mente y detener su envejecimiento neuronal”, explica Delfina Tulli.

Muestran con claridad este giro las tendencias denominadas New Nostalgic, uso actual de objetos, estéticas y prácticas del pasado como experiencias nuevas y significativas, Digital Breath,

formas de poner pausas al uso de la tecnología para cuidar la atención y el bienestar emocional y Age Hacking, aprendizaje temprano de autonomía, autocontrol y gestión del tiempo frente a la vida digital. **Lo retro vuelve como una novedad y el silencio se transforma en un objetivo emocional clave.** Mientras tanto, la autonomía aparece cada vez más temprano como una forma de cuidado frente a los estímulos externos, buscan ser independientes para protegerse del exceso de estímulos o lo digital.

En Argentina, donde más de una quinta parte de la población es menor de 14 años, estas señales cobran especial relevancia y anticipan cambios profundos en el modo de consumir y vincularse.

Desde esta perspectiva, el informe propone una mirada anticipatoria sobre el consumo que va más allá de la moda y del mercado. Lo que se empieza a vislumbrar es una nueva forma de construir la identidad personal. **Se trata de una generación que combina lo analógico con lo digital para recuperar el control y la coherencia en un mundo cada vez más acelerado.**

“Investigar estos comportamientos emergentes nos permite anticipar un cambio cultural profundo. Lo que vislumbramos en el laboratorio va más allá del mercado: es la conformación de **una nueva identidad generacional que exige experiencias con sentido**”, concluye Tulli.

LO QUE SURGE

Principales hallazgos sobre el comportamiento de consumo de la generación Alpha

La saturación digital ya es un hecho. Los preadolescentes empiezan a reducir el ritmo y a usar la tecnología de manera más selectiva. El tiempo frente a la pantalla deja de ser un valor en sí mismo y comienza a administrarse con mayor conciencia.

Gen Merge expresa este cambio de paradigma. La combinación entre lo digital y lo tangible se consolida como una respuesta a la sobreestimulación, y pone en primer plano las experiencias que duren y tengan sentido y coherencia emocional.

La Generación Alpha es masiva y estratégica. Con proyección a 2 mil millones de individuos a nivel global y un peso demográfico del 22% en Argentina, su influencia cultural y económica ya redefine los criterios relacionados con valor y consumo.

Lo analógico vuelve a ganar valor como forma de innovación. Objetos, rituales y estéticas retro aparecen, más que por nostalgia, como experiencias sensoriales nuevas que devuelven materialidad y tiempo a la vida cotidiana (New Nostalgic).

El silencio y el juego físico pasan a ser fuentes de bienestar. Elegir usar menos tecnología es un acto consciente de cuidado emocional y de fortalecimiento de los vínculos presenciales (Digital Breath).

La adultez aparece antes de lo esperado. Los preadolescentes empiezan a desarrollar autonomía, autocontrol y responsabilidad como formas de protegerse frente a la aceleración digital (Age Hacking).

Hacia adelante, el valor estará más en merecer la atención que en captarla. Las marcas y organizaciones deberán ofrecer experiencias con contacto real, y espacios de autonomía si quieren conectar de manera genuina con esta generación.

EL INFORME

MACROTENDENCIA: GEN MERGE

El algoritmo se encuentra con el tacto

La macrotendencia Gen Merge surge como una respuesta estratégica de la Generación Alpha ante la atomización del tiempo (Han, 2015). El diagnóstico del laboratorio indica que no estamos ante un rechazo a la tecnología, sino ante una curaduría de la existencia. Los tweens buscan recuperar la "duración" y el ritmo en un presente fragmentado por notificaciones.

Evidencias Estructurales:

- **Contraste Generacional:** Mientras los Baby Boomers construyeron su identidad en la estabilidad física de posguerra, los Alpha enfrentan la "liquidez" de la pospandemia. El retorno a la década del 80 (visto en la Arcade1Up Pac-Man Deluxe Machine o la FF-1 Camera) no es nostalgia, es la búsqueda de un refugio emocional tangible frente a la volatilidad del bit.
- **Prioridad del Vínculo Real:** El 67% de los niños entre 9 y 13 años declara preferir la comensalidad física (comer con familiares/amigos) antes que el consumo de medios solitario (Razorfish, 2025). Este dato es crítico: el vínculo presencial es el nuevo estándar de calidad.
- **Regulación de Entorno:** El avance de políticas restrictivas (como la propuesta de Australia de prohibir redes a menores de 16) acelera la adopción de dispositivos de "tecnología limitada" como el Tin Can Phone (2025).

ECOSISTEMA DE MICROTENDENCIAS

A. New Nostalgic: lo analógico como innovación sensorial

Los objetos retro se reintroducen como elementos de innovación emocional. Al no haber vivido la era analógica, la Generación Alpha experimenta el "clic" de un botón o el giro de un disco como una experiencia tecnológica "novedosa".

Esta microtendencia no responde a una melancolía del pasado, sino que, implica una búsqueda singular a través de lo analógico, lo manual y lo sensorial. La nostalgia se orienta hacia experiencias no vividas pero deseadas como alternativa simbólica frente a la virtualidad.

EL INFORME

Lo que emerge detrás de esta tendencia es una reacción a un presente percibido como excesivamente acelerado y fragmentado. Siguiendo con la línea de la atomización del tiempo de Han, la vida cotidiana de los preadolescentes está marcada por estímulos breves, notificaciones constantes y pantallas que interrumpen la continuidad del día y dispersan la atención. Lo analógico irrumpe como una estrategia de recomposición temporal y funciona como un modo de devolverle duración a las experiencias.

En el marco de esta microtendencia, surgen productos que recuperan tecnologías del pasado resignificadas para las nuevas generaciones. Un ejemplo claro es The Tin Can Phone (Tin Can, 2025), un teléfono fijo reinterpretado que permite hacer llamadas de voz sin conexión a internet ni acceso a aplicaciones. Su diseño, deliberadamente limitado, redefine la comunicación infantil al priorizar la conexión emocional y la autonomía controlada bajo la supervisión de los padres. De modo similar, el tocadiscos portátil PO-80 de Teenage Engineering (Teenage Engineering, 2025) propone una experiencia de experimentación musical análoga, donde los niños pueden grabar y reproducir sus propios discos en formato lo-fi.

Este tipo de productos apelan a lo manual y sensorial como vía de aprendizaje y creatividad, reintroduciendo la manipulación física frente al acceso y consumo digital.

- **Evidencias de Mercado:** * Teenage Engineering PO-80 (2025): El tocadiscos portátil que permite grabar vinilos lo-fi. Transforma el acceso digital infinito en un objeto finito y manipulable.
 - *LEGO Retro PC Set (2025)*: La conversión de íconos de los 80/90 en objetos de construcción activa.
 - *GoCube Edge (2025)*: El cubo Rubik con Bluetooth que "hackea" lo clásico para potenciar la destreza cognitiva digitalizada



Tin Can. (2025). The Tin Can Phone [Diseño industrial]
Teenage Engineering (2025). PO-80 [Diseño industrial]

EL INFORME

La misma lógica se replica en los lanzamientos de LEGO Game Boy o el Retro PC Set (LEGO, 2025), que transforman íconos tecnológicos de los años ochenta y noventa en objetos de colección o juegos educativos, combinando la nostalgia con la construcción activa. Incluso hasta en propuestas más tecnológicas como podría ser el GoCube (Particula, 2025), un cubo Rubik inteligente con conexión Bluetooth, se hace presente la fusión entre lo clásico y lo contemporáneo. Se trata de un objeto analógico que se actualiza mediante herramientas digitales para potenciar la destreza cognitiva



GoCube. (2025). GoCube Edge [Diseño industrial]
LEGO. (2025). Game Boy (set 72046) [Diseño industrial]

Estas evidencias revelan, en conjunto, una sensibilidad que convierte lo “antiguo” en novedoso y lo táctil en refugio frente a la actual saturación de pantallas. New Nostalgic no niega la tecnología, sino que la desacelera. Revalorizando los tiempos pausados, la interacción física y la memoria afectiva de lo retro como vehículo/medio de innovación emocional para la generación Alpha.

B. Digital Breath: La resistencia del silencio

Tras haber crecido en una infancia atravesada por la pandemia y la hiperconectividad, la generación Alpha manifiesta una necesidad de sentir: de volver a lo físico, lo tangible y lo compartido. Esta microtendencia propone limitar la tecnología, sin la necesidad de negarla, estableciendo un nuevo equilibrio entre lo digital y lo analógico. En este escenario, el juego, la exploración y la interacción cara a cara se revalorizan como formas esenciales de aprendizaje y vínculo social. Ejemplos como Picoo (Picoo, 2025), Miku Kids Phone (Miku, 2025) y Outside Book (Outside, 2024) promueven experiencias interactivas que priorizan el movimiento, la cooperación y el intercambio en el espacio físico. Digital Breath no busca escapar del progreso, sino recuperar el aire y el tiempo en un mundo que exige presencia constante, instalando la idea de que la verdadera conexión no siempre pasa por una pantalla.

EL INFORME

Evidencias de campo:

- **The Outside Book (VML, 2024):** Un libro físico que interactúa con el entorno exterior, obligando al usuario a salir de la pantalla.
- **Miku Kids Phone Concept:** Dispositivos que priorizan la comunicación de voz y el diseño minimalista, reduciendo la fatiga visual.
- **Dato Global Adicional:** Según GWI Kids (2024), el interés de los niños de 8-12 años en actividades al aire libre y deportes de contacto ha crecido un 12% interanual en mercados occidentales, correlacionando con la caída del tiempo dedicado a juegos de consola solitarios.



VML. (2023). The
Outside Book
[Diseño industrial]



Picoo. (2025). Pico Standard Pro Set
[Diseño industrial]



Yanko Design. (2022). MIKU Kids
Phone Concept [Diseño industrial]

C. Age Hacking: El "Adulto Miniatura" y la Autonomía

En el ecosistema Gen Merge, el **Age Hacking** trasciende la mera imitación estética de la adultez para convertirse en una toma de conciencia sobre la responsabilidad individual. Los preadolescentes están "hackeando" su edad al adoptar una postura crítica frente a sus propios hábitos: entienden que ser adulto implica, fundamentalmente, la gestión del propio límite.

EL INFORME

Age Hacking no debe entenderse únicamente como el acceso temprano al consumo o al dinero, sino como la adopción de la **autorregulación** como valor de madurez. En la Generación Alpha, la responsabilidad adulta se traduce en una toma de conciencia sobre el impacto de la tecnología en la estabilidad emocional. Es la microtendencia más vinculada a lo sensible: el preadolescente se empodera al decidir que su autonomía depende de su capacidad para desconectar, integrando la madurez como un escudo frente a la aceleración digital.

- **Responsabilidad Emocional:** El paso hacia la adultez se manifiesta en el reconocimiento de que la pantalla no puede ser el único entorno de desarrollo. Existe una voluntad de "ser grandes" a través del control de la atención.
- **La Autonomía del Resguardo:** Cobrar dinero o manejar una cuenta bancaria son solo las traducciones materiales de una responsabilidad mayor: el cuidado de la salud mental y el tiempo propio. El tween se autopercibe como un gestor de su vida, aplicando una "madurez selectiva" para decidir qué estímulos permiten y cuáles bloquean.

En este marco, surgen propuestas que evidencian el estímulo de la independencia, responsabilidad y el manejo del propio tiempo o dinero. OCBC My Own Account (OCBC, 2025), es una cuenta bancaria diseñada para menores, que promueve la educación financiera desde edades tempranas mediante plataformas interactivas y supervisadas por adultos.

Por su parte, el proyecto My ArchiSchool (My ArchiSchool, 2025) invita a los niños a experimentar con la arquitectura y diseño, fomenta el pensamiento crítico, la planificación y la resolución creativa de problemas, capacidades asociadas tradicionalmente al mundo adulto.

A su vez, en la colección de Margiela SS26 (Maison Margiela, 2025), se puede observar la idea del adulto miniatura en la reinterpretación de los códigos de vestimenta y de la adultez, y en la integración de la orquesta en vivo que ejecuta la banda sonora del desfile, rol de trabajo y responsabilidad típica del adulto.

Evidencia de Sustento (Dato Global):

- **El 54% de la Generación Alpha en mercados occidentales afirma que "trata activamente de limitar su tiempo frente a la pantalla" porque son conscientes de que afecta su estado de ánimo y sus vínculos reales.** (Fuente: GWI Kids, 2024 - "Gen Alpha: The New Conscious Consumer").

EL INFORME

- **Independencia Financiera:** OCBC My Own Account (2025) introduce el manejo de banca digital supervisada, convirtiendo el ahorro en un juego de estrategia adulta.
- **Producción de Contenido:** Proyectos como We Ghosted Media demuestran que los niños ocupan roles de staff creativo y producción, "hackeando" la jerarquía tradicional de edad.
- **Estética de la Responsabilidad:** La colección Maison Margiela SS26 presenta la imagen del "niño arquitecto" o "adulto miniatura", utilizando códigos de vestimenta serios para un segmento que reclama ser tomado en cuenta.

CRITERIOS METODOLÓGICOS Y VALIDACIÓN DEL CORPUS

La presente investigación tiene por objetivo explicitar y demostrar la tarea del Observatorio de Tendencias: LAB³.

Decidimos, desplegar el anclaje porque estimamos que más allá del producto que cada año resulte un diferencial, necesitamos enmarcar y contextualizar las consideraciones y la concepción que nos permite llegar a nuestro producto tipo.

Para ello la investigación, se desarrolla en dos módulos.

El primero, atiende la naturaleza del objeto de estudio, el modo de abordaje y la metodología de un laboratorio. El segundo módulo se propone el informe realizado por las alumnas participantes del Laboratorio de Tendencias LAB3.

El primer módulo guarda una relación y vínculo directo con la Licenciatura en Diseño y gestión de Estéticas para la Moda, licenciatura que se dedica al estudio de las tendencias estéticas de consumo entre sus principales competencias formativas.

La investigación obtiene entonces su línea de continuidad, fundamental para el estudio de las tendencias, anclándose en el marco de la asignatura Laboratorio de Tendencias.

Es pertinente mencionar también que todo proyecto de un Laboratorio demanda continuidad temporal para poder operar profesionalmente sobre los resultados y tal temporalidad debe guardar relación con ciclos o temporadas de las distintas industrias.

EL INFORME

El trabajo del Laboratorio se inscribe en una metodología cualitativa de carácter exploratorio–interpretativo vinculada a la metodología de las ciencias sociales implementada en la línea de los estudios culturales, basada en la construcción y validación progresiva de un corpus de evidencias. En una primera etapa se realizó un relevamiento amplio y transversal de casos (productos, dispositivos, campañas, políticas públicas, datos estadísticos, informes sectoriales y fenómenos culturales) correspondientes al período 2024–2025 en ámbitos nacionales e internacionales. El recorte no fue arbitrario: se seleccionaron aquellos casos que presentaban **reiteración temática, convergencia semiótica y presencia en distintos niveles de la curva de difusión** (innovadores, adaptadores tempranos y primeros indicadores de masificación), lo que permitió descartar hechos aislados o meramente anecdóticos.

Del total de casos relevados, se consolidó un corpus analítico compuesto por aquellas evidencias que cumplieran al menos tres criterios: (1) aparición simultánea en más de un mercado o territorio; (2) manifestación en distintos soportes o industrias; (3) coherencia con antecedentes detectados en ediciones anteriores del Observatorio, permitiendo trazar una genealogía verificable. Cuando se incorporan estudios o encuestas, se consignan tamaño muestral, país y año, con el fin de contextualizar su alcance y evitar extrapolaciones indebidas.

El proceso analítico distingue explícitamente tres niveles:

- **Evidencias** (casos observables y datos verificables),
- **Interpretaciones** (lectura semiótica y articulación argumentativa que vincula esas evidencias),
- **Proyecciones** (escenarios hipotéticos contruidos a partir de la recurrencia y consistencia del patrón detectado).

La proyección no se plantea como predicción lineal sino como hipótesis fundamentada en la repetición significativa de signos y su validación cruzada con información demográfica, económica y cultural tanto local como global. Asimismo, se contrastan los resultados con tendencias identificadas en años anteriores por el propio Laboratorio que luego encontraron correlato en el mercado, reforzando la consistencia del enfoque.

De este modo, la rigurosidad metodológica no radica en la cuantificación extensiva sino en la saturación cualitativa del corpus, la explicitación de los criterios de selección y la trazabilidad del razonamiento analítico, garantizando transparencia en el pasaje de la observación a la hipótesis y de la hipótesis a la proyección.

EL INFORME

El diferencial del informe frente a los reportes internacionales reside en el hincapié puesto en la dimensión de sentido. No nos limitamos a describir signos visibles o comportamientos emergentes, sino que indagamos las tramas discursivas que los habilitan, las condiciones históricas que los vuelven pensables y las relaciones de poder-saber que los inscriben como legítimos. En este marco, la tendencia no se entiende solo como fenómeno de mercado, sino como configuración de sentido situada.

CONCLUSIÓN

El equilibrio emocional como meta

El análisis desarrollado permite confirmar que el segmento tween atraviesa un punto de inflexión generacional. No asistimos a un abandono de la tecnología, sino a la emergencia de una soberanía de la experiencia: la Generación Alpha ha comenzado a gestionar la saturación digital en función de sus necesidades de resguardo emocional y coherencia identitaria.

Principales drivers de la reconfiguración :

- **Sustentabilidad Atencional (Gen Merge):** La macrotendencia revela que el "pasado" analógico no es un retroceso, sino una tecnología de desaceleración. Frente a un presente fragmentado, los preadolescentes utilizan lo táctil para reinscribir duración y sentido en su cotidianeidad.
- **Innovación Sensorial (New Nostalgic):** Se evidencia que la recuperación de objetos y estéticas retro no responde a una añoranza, sino a la necesidad de encontrar **consistencia física** en un entorno inmaterial. Lo analógico funciona aquí como un refugio emocional que ofrece una legibilidad identitaria clara frente a la inmediatez del algoritmo.
- **La Desconexión como Acto de Poder (Digital Breath):** El informe detecta un desplazamiento crítico: el silencio y el contacto físico dejan de ser "ausencia de medios" para convertirse en un bien de lujo emocional. La regulación de estímulos es hoy un gesto activo de bienestar.
- **Madurez Híbrida (Age Hacking):** La incorporación de lógicas adultas (finanzas, producción, responsabilidad) bajo una matriz lúdica demuestra que la infancia Alpha es, ante todo, empoderada. La "adultez" se hackea para ganar autonomía y participación social, transformando la responsabilidad en un mecanismo de autogestión frente a la pantalla.

CONCLUSIÓN

Perspectiva estratégica 2027

La investigación concluye en que las nuevas gramáticas de identidad de la Generación Alpha no se definen por la oposición "analógico vs. digital", sino por su fusión armónica.

Para las organizaciones y marcas, el desafío reside en entender que este segmento ya no solo consume tecnología, sino que la modula y tamiza. El éxito en el vínculo con este usuario joven dependerá de la capacidad de ofrecer propuestas que integren lo físico, lo emocional y lo creativo, respetando su deseo emergente por habitar un presente con mayor control, profundidad y coherencia.

La Generación Alpha está configurando una identidad de síntesis. El informe concluye que el éxito de las marcas y contenidos en el período 2025-2027 dependerá de su capacidad para ofrecer:

1. **Consistencia Táctil:** Objetos que se puedan tocar y conservar.
2. **Autonomía Controlada:** Herramientas que les permitan ser "adultos" sin perder el resguardo emocional.
3. **Desaceleración Programada:** Espacios de silencio y conexión real en un mundo de ruido algorítmico.

FUENTES

- ♦ Designboom. (2022, September 30). Kid-friendly portable turntable PO-80 DIY. Designboom. <https://www.designboom.com/technology /kid-friendly-portable-turntable-po-80-diy-09-30-2022/>
- ♦ Designboom. (2025, July 24). LEGO Nintendo Game Boy set: cartridges, control pad, buttons.Designboom. <https://www.designboom.com/design/lego-nintendo-game-boy-set-cartridges-control-pad-buttons-07-24-2025/>
- ♦ Han, B. C. (Año de publicación). El aroma del tiempo.
- ♦ LSNglobal. (n.d.). AI edu-play-tion. LSNglobal. <https://www.lsnglobal.com/micro-trends/article/30324/ai-edu-play-tion>
- ♦ Trendhunter. (n.d.). First stop news. Trendhunter. <https://www.trendhunter.com/trends/first-stop-news>
- ♦ Trendhunter. (n.d.). Tonies. Trendhunter. <https://www.trendhunter.com/trends/tonies>
- ♦ TrendWatching. (n.d.). Tin can brings back the landline to keep kids connected, not hooked.TrendWatching. <https://www.trendwatching.com/innovations/tin-can-brings-back-the-landline-to-keeps-kids-connected-not-hooked>
- ♦ Vice. (n.d.). Forget paper routes — 12-year-olds are making bank online. Vice. <https://www.vice.com/en/article/forget-paper-routes-12-year-olds-are-making-bank-online/>
- ♦ VML. (n.d.). Dassault Systèmes — The Infrastructors. VML. <https://www.vml.com/work/dassault-systemes-the-infrastructors>
- ♦ Wired. (n.d.). Best gift ideas for teens. Wired. <https://www.wired.com/gallery /best-gift-ideas-for-teens/>
- ♦ Wired. (n.d.). Pac-Man arcade machine rave. Wired. <https://www.wired.com/story /pac-man-arcade-machine-rave/>
- ♦ Yanko Design. (2022, March 25). Miku kids phone concept strips the phone down to basic functions. Yanko Design. <https://www.yankodesign.com/2022/03/25/miku-kids-phone-concept-strips-the-phone-down-to-basic-functions/>
- ♦ Checkout.com. (2024). How consumer behaviour shapes the digital economy : Global study on Generation Alpha. Recuperado de <https://www.checkout.com/newsroom/global-study-generation-alpha-digital-economy>
- ♦ EMARKETER. (2024). Gen Alpha: Brand impressions, learning op portunities, and online attitudes. Recuperado de <https://www.emarketer.com/topics/category /alpha>
- ♦ INDEC. (2022). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022: Resultados definitivos. Buenos Aires, Argentina: Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- ♦ McCrindle Research. (2024). Understanding Generation Alpha: The largest generation in history . Recuperado de <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-alpha/>
- ♦ SAMY Alliance. (2024). Claves para impactar en la Generación Alpha: Up-aging y madurez digital. Recuperado de <https://controlpublicidad.com/targets/claves-para-impactar-en-la-generacion-alpha/>
- ♦ United Nations. (2025). World Population Prospects: The 2025 Revision. Department of Economic and Social Affairs.
- ♦ Arfuch, L. comp. Identidades, sujetos y subjetividades, Prometeo Buenos Aires 2002
- ♦ Agamben G. Desnudez, Adriana Hidalgo Buenos Aires 2011
- ♦ Borrieaud N. Posproducción Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires 2008}Estética Relacional Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires 2006
- ♦ Bauman Z. Vidas de Consumo, Fondo de Cultura Económico Buenos Aires 2007
- ♦ Entwistle J. El cuerpo y la Moda, Paidós Buenos Aires 2007

FUENTES

- Erner G. Sociología de las tendencias, Gustavo Gili Barcelona 2011
- Víctimas de la moda. Cómo se crea y por qué la seguimos, Gustavo Gili Barcelona 2010
- García Negroni, M. La negación metalingüística: argumentación, gradualidad y reinterpretación. Signo y Señal. Lengua, argumentación y polifonía número 9 FILO Buenos Aires 1998
- Gladwell M. Blink: The Power of Thinking Without Thinking Edition revised Publisher Little, Brown, New York 2007
- Godart F. Sociología de la Moda, edhasa Buenos Aires 2012
- Groys Boris Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea Caja Negra, Buenos Aires 2014
- Han Byung Chul El aroma del tiempo. Un ensayo filosófico sobre el arte de demorarse Herder, Buenos Aires 2015.
- La salvación de lo bello Herder, Buenos Aires 2015
- La expulsión de lo distinto, Herder, Buenos Aires 2017
- Jensen R. The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business McGraw-Hill, New York 2001
- Mogensen K. Creative Man: The Future Consumer, Employee and Citizen Copenhagen Institute for Future Studies, Copenhagen 2006
- Raymond M. The Tomorrow People. Future consumers and How to read them, Promopress Madrid 2003
- Sassatelli R. Consumo cultura y sociedad, Amorrortu Buenos Aires 2012
- Steele V. Fashion Theory Hacia una teoría cultural de la Moda edit Ampersand, Buenos Aires 2018
- Steimberg, O. Semióticas. La semiótica de los géneros, de los estilos, de la transposición, Eterna Cadencia, Buenos Aires, 2013
- Traverso Oscar coord. Comer, beber, hablar. Semióticas culinarias, designis 18 la Crujía Buenos Aires 2011
- Wacker W. Mathews R. The Deviant's advantage: How to use fringe ideas to create mass market Three Rivers Press, New York 2002

Sitios webs de centros y Laboratorios de Tendencias Internacionales

- | | |
|--|--|
| • coolhunting.com | • lsnglobal.com |
| • davidreport.com | • notcot.com |
| • dezeen.com | • thedieline.com |
| • engadget.com | • trendbuero . De trendtablet.com |
| • faithpopcorn.com | • trendhunter.com |
| • gizmodo.com | • Japanconsuming.com |
| • iconoculture.com | • Wgsn.com |

FICHA

UADE

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales (INSOD)

Facultad de Arquitectura y Diseño (FADI)

Observatorio LAB3 de Tendencias de Moda y Consumo

Informe abril 2026

METODOLOGÍA

Investigación cualitativa de carácter exploratorio–interpretativo.

Relevamiento y sistematización de evidencias correspondientes a los años 2024–2025. El informe fue elaborado entre septiembre y diciembre de 2025, con actualización y edición en abril de 2026.

Objeto de estudio: tendencias de consumo, estéticas y comportamientos emergentes en el segmento preadolescente (8 a 13 años), con foco en la Generación Alpha.

La investigación se basa en la construcción progresiva y validada de un corpus de evidencias, a partir del análisis de productos, dispositivos, campañas, políticas públicas, datos estadísticos, informes sectoriales y fenómenos culturales locales e internacionales. Criterios de selección del corpus: Se priorizaron casos con reiteración temática, convergencia semiótica, presencia en distintos mercados y soportes, y correspondencia con antecedentes detectados en ediciones previas del Observatorio. Se excluyeron hechos aislados o anecdóticos.

STAFF

INSOD

Daniel Sinopoli

Juan Pablo Bolivio

Acceda a nuestros otros informes de investigación:

<https://www.uade.edu.ar/sites/investigacion/>

Observatorio LAB3 de Tendencias de Moda y Consumo

Turquesa Topper, decana de la Facultad de Arquitectura y Diseño, UADE

Lucila Lara

Delfina Tulli

Vocero del informe: Delfina Tulli, directora de la Licenciatura en Diseño y Gestión de Estéticas para la Moda de UADE

UADE