

El boom del estilo deportivo

El street style viene marcando el ritmo de la moda hace bastante tiempo y viene mostrando la comodidad, casi al extremo. Zapatillas para todos los looks posibles (vestidos de fiesta, sastrería), leggings o calzas de marcas deportivas combinadas con camisas o blazers y camperas inflables con faldas lápiz, entre otras combinaciones impensadas para usar en plena ciudad. Firmas de lujo como Chloé, Stella McCartney y Alexander Wang son algunas de las que se adueñaron de esta tendencia. ¿Acá? Uma, Yagmour y, entre otras, Luz Ballesteros nos cuentan las claves del éxito de una tendencia que, auguran, tendrá larga vida.

Por Daniela Ceccato



INDUSTRIA ARGENTINA



25% ALGODÓN,
13% VISCOSA-ALGODÓN,
20% POLIÉSTER-ALGODÓN,
6% CORE SPUN, 15% INYECTADO,
10% MELANGE, 11% BUTONÉ.

Hilamos más fino

...para el desarrollo de hilados
de algodón, mezclas y fantasías.

Entrá a: www.tipoiti.com



TIPOITI S.A.T.I.C.

San Martín 627 2º piso
CABA C1004AAM,
Buenos Aires Argentina
Tel: (+54 11) 4312-8000
info@tipoiti.com



YAGMOUR: ES "UN CAMBIO EN EL ESTILO DE VIDA"

Creemos que tiene que ver con un cambio general en los estilos de vida, en el hecho de "poder parar", desconectarnos e intentar vivir una vida más plena. Este cambio se ve reflejado en la nueva cultura fitness, que no sólo tiene que ver con entrenar, sino en una nueva manera de pensar el cuerpo y la mente. De conectarnos con nosotros mismos, con la naturaleza y -por qué no- con otros seres humanos que no están detrás de una pantalla. Y en esa reconexión, la indumentaria juega un rol importante, ya que la comodidad pasa a un primer plano.

Estilo deportivo, sport chic o athleisure (este término es una combinación de athletic -atlético- y leisure -ocio-) son tres denominaciones para una tendencia en la cual la comodidad en plena vida urbana es la protagonista. Aunque no se trata de una novedad, desde hace unas pocas temporadas viene arrasando en las calles de las urbes más cosmopolitas y en las pasarelas dominantes. Sin embargo, fue en los años setenta cuando empezó a asomar una forma de vestir más funcional y casual; debido, explica Susana Saulquin en su libro *La muerte de la moda*, el día después, a que la alta costura comenzó a perder importancia y a que se impuso la confección seriada industrial. En los noventa, desarrolla la socióloga de moda argentina, se dio un cambio en el mecanismo de imposición de la moda: mientras antes surgía de la alta costura y se difundía a la confección seriada, empezó a darse de forma inversa: los gustos y preferencias de los consumidores pasaron a condicionar a los diseñadores, y

los ejemplos más claros fueron la ropa deportiva, la infantil y la sport/urbana.

DE LA CALLE A LA PASARELA, Y VICEVERSA

¿De qué se trata el estilo deportivo? De llevar, por ejemplo, vestidos de fiesta con zapatillas, leggings (o calzas de marcas deportivas) con stilletos, camperas inflables con faldas lápiz, polleras plisadas con buzos... y, coronando, gorras con visera y aros enormes. También consiste en sumar a prendas formales ítems propios de lo deportivo (desde géneros, hasta determinados detalles, como elástico en la cintura de pantalones). Nada de estar vestidas por completo como para ir al gimnasio; se trata de combinaciones sutiles de prendas deportivas con otras formales que, como resultado, dan un look canchero, cómodo, versátil y urbano. Las estrellas son las leggings, los crop top estrechos, las campera bomber, los pantalones

de rayas al costado (al estilo de los clásicos joggins), los buzos, remeras de algodón de marcas deportivas, mochilas y, por supuesto, las zapatillas (de todos los estilos: desde running a urbanas). Las que saben hacer la mezcla perfecta son, por supuesto, las IT girls: Gigi Hadid, Kendall Jenner, Kim Kardashian o las celebridades como Rihanna y Beyoncé, entre otras. De hecho, ambas cantantes han colaborado con marcas y apostado a líneas sport: la primera, como directora creativa de Puma, y la segunda para Topshop.

Además de las marcas masivas (entre las que están, por supuesto, Zara y H&M), fueron algunas firmas de lujo las que sumaron a sus colecciones prendas con un guiño deportivo. Por ejemplo, para la temporada otoño-invierno 2014/2015 varias hicieron sus apuestas sport: Miu Miu, Marc Jacobs, Marni, Celine, Chanel, Stella McCartney, Lacoste, etcétera. Asimismo, Alexander Wang,

PUNTO ✖ CRUZ
— *Compañía Textil* —

www.puntocruzsa.com.ar



UMA: "TRENDY, EXCLUSIVO Y DE BUENA CALIDAD"

Desde hace algunos años, las consumidoras buscan el equilibrio para lograr un look trendy y cómodo, y eso es lo que les ofrecemos en Uma. Pueden combinar un vestido con zapatillas o un look de trabajo con una mochila. Los accesorios y prendas de Uma siempre están intervenidos, esto permite que una prenda deportiva pueda usarse en un look urbano. El diferencial es que sea exclusivo y de buena calidad, esa es la clave de su éxito.

siempre a la vanguardia, ese mismo año presentó en colaboración con H&M una colección sport chic, completamente en color negro, para mujer y hombre. El gran salto lo dio, para la temporada primavera-verano 2016, la sofisticada firma francesa Chloé, que tiene un ADN hippie deluxe. Como bien describió para Vogue la periodista especializada en moda, Suzy Menkes: "¡Ah, debe ser otra colección boho inspirada en la década de 1970 concebida por la diseñadora Clare Waight Keller! Pero en cambio, aparecieron prendas que daban paso a **una nueva era de inocencia deportiva**: suéteres sobre faldas que rozaban la pasarela; una sudadera y pantalones desgastados, pero de elegancia parisina; vestidos de un solo hombro y bolsos planos colgando de una cadena". Y así, el lujo se volvió deportivo. Por supuesto, las marcas "bajo costo" adoptaron con esmero la nueva tendencia que, pronostican, continuará.

SPORT STYLE NACIONAL

Como con todas las tendencias mundiales de la moda, la Argentina está expectante. Siempre con paso firme, las adopta de a poco. Eso sí, si gustan, acapara las colecciones de casi todas las firmas, como pasó con este estilo. Basta darse una vuelta por cualquier shopping o por circuitos de diseño de autor para observar los estilismos sport. Por ejemplo, la marca Uma, de las más sofisticadas del país, también se sumó. Como explica Florencia Delucca, gerente de marketing, "Uma es una marca joven, canchera e irreverente. Siempre está alineada a las últimas tendencias a nivel mundial, y el sporty-style es una de ellas. El estilo deportivo se impuso con personalidad, esa es la razón por la cual lo incorporamos a nuestras últimas colecciones". ¿Las argentinas lo adoptaron sin problemas? "Las #UmaGirls están informadas sobre las últimas tendencias. Siguen

a las trendsetters más importantes del mundo y eligen Uma porque encuentran esas prendas IT que no pueden faltar. En Uma incorporamos el Sporty Style hace varias temporadas y el éxito entre ellas lo mantiene aún vigente".

Por su parte, Yagmour, una marca más allegada a mujeres de todas las edades, decidió adoptar este estilo porque, como afirma Soledad Manco, gerente de producto, escuchan activamente a sus clientas: "contar con esta línea, era algo que esperaban de YGM hace mucho tiempo. Hoy en día el deporte pasó a ocupar un lugar fundamental en la agenda de cada mujer. Nuestras usuarias tienen rutinas intensas y buscan el equilibrio entre la vida laboral y la vida personal, y queremos estar presentes durante todo el día en cada una de sus actividades". Para esta marca, las argentinas se sumaron enseguida y, aclara, "cada vez hay más marcas en el



GRUPO
Ritex

Industria Textil

HILANDERIA / TEJEDURIA / TINTORERIA

    www.ritexweb.com

Parque Industrial de la Ciudad de la Rioja Ruta Nacional N°38 y Ruta Provincial N°5 La Rioja.

Representante: **Adolfo Alsina 2899**. /C1207AAA/ **Ciudad Autónoma de Buenos Aires**.

República Argentina. **tel: (5411)5950-5950 fax: (5411)5950-5963**



LUZ BALLESTERO: “SENTIRSE CÓMODA HOY ES CLAVE”.

Si te sentís cómoda, eso trasciende la ropa: te ayuda a mostrarte como sos y mostrar algo más de tu personalidad. Por otro lado, es un estilo que se adapta a todo tipo de cuerpos e -incluso- favorece a cuerpos más curvilíneos y fit que son dos tendencias corporales del momento también (y no tanto la flacura extrema de hace 10-15 años).

mercado que se abocan a esta tendencia: hay una demanda muy en alza”.

La diseñadora Luz Ballester, en cambio, ya nació -en 2011- con ADN sport: “Desde las primeras colecciones, lo deportivo fue un punto de referencia e inspiración. En el primer desfile, con ayuda de Simona Rivero y Gustavo Di Mario, presentamos todo el estilismo con zapatillas y look deportivo. Eso me fue ayudando a definir un estilo en el que, siento, va la marca y el que quiero yo como usuaria. Me gusta transmitir comodidad, por eso las colecciones siempre tienen algo sport, y trabajamos muchos materiales de punto y plano con lycra. La comodidad y el confort son referentes y búsquedas constantes en la marca”. Cuando se le pregunta por cómo las argentinas adoptaron este estilo, la diseñadora considera que acá cuesta: “Somos mujeres más coquetas (aunque no me incluyo en esta

categoría) que, parecieran excluir lo deportivo un poco. Pero creo que de a poco lo van aceptando y combinando, lo cual es lo más interesante”.

En definitiva, cuando se les pregunta a estas marcas si piensan continuar con la tendencia todas concuerdan que sí. Yagmour siguiendo las exigencias del mercado; Luz Ballester por ser parte de su esencia. Por parte de Uma, Delucca es más específica y detalla: “para la colección primavera-verano 2018, esta tendencia es una de las más importantes. Está presente en distintas tipologías de prendas, algunos ejemplos son: Pantalón Tangerine (la base es un pantalón de vestir, canchero y relajado que tiene un galón rojo y azul a lo largo de las piernas simulando un clásico pantalón de gimnasia), Bomber Tangerine (una clásica campera bomber con la espalda bordada, súper urbana) y las zapatillas Blue Bells (zapatillas de lona acordonadas y bordadas con flores)”.

Todas las marcas concuerdan en que la mujer de hoy -y, por supuesto, el hombre también- está súper activa, que sabe mediar entre su vida profesional y personal, con buena cuota de preparación física. Yoga, running, natación, boxeo o, simplemente, salir a caminar. La tendencia es ser lo más saludable posible. En un mundo que parece convulsionado a tiempo completo, muchos consumidores saben hacer una pausa en sus rutinas arrolladoras. La moda, que es un buen testimonio de lo que está ocurriendo, se adapta a lo que sucede y traduce con buenos ropajes los estilos de vida del momento. El tiempo presente no sólo corre, también vuela; y la moda, ni lerda ni perezosa, sabe seguir la corriente y si es en un vestido de gasa vaporoso, en zapatillas y con un buzo acogedor, mejor. La femineidad de hoy consiste en estar cómoda con una misma, y el sport style o athleisure sabe traducir esa sensación con una versatilidad inusitada. ●