



Nostalgia

Have we reached the highest peak in fashion?

En un mundo donde las tendencias pasan más rápido que nunca y un feed que nos intimida con un “must-have” diferente cada vez que damos swipe, hay una realidad, y es que la moda puede llegar a sentirse algo abrumadora; pero ntp, que estamos aquí para ayudarte a navegar en el mar de trends sin morir en el intento. Hablamos con tres expertos en el tema y nos dieron todos sus tips and tricks para no convertimos en fashion victims.

IMXTREE.



**CLOWNCORE**  
Se trata de probar de todo en un mismo look. Todos los estampados y colores llamativos son bienvenidos.



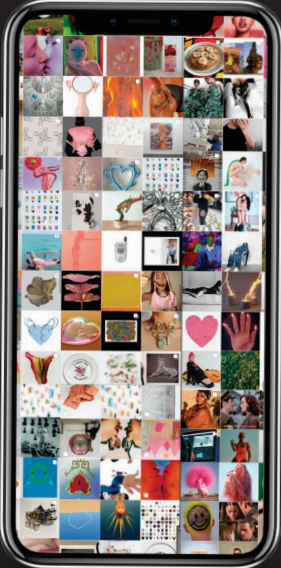
**COCONUT GIRL**  
Esa vibe californiana de flores, colores y collares de conchas, regresa para apoderarse de los días de playa con tintes Y2K.



**LIGHT ACADEMIA**  
Los colores neutros predominan y se llenan de un aire intelectual con siluetas preppy que nos recuerdan al uniforme de la escuela.

## ¿Se puede estar en tendencia en un mundo donde parece que todo está regresando y no hay lugar para la innovación?

A todos nos ha pasado. Vemos fotos de nuestros papás hace 30 años y no podemos evitar sentir un poco de cringe por las prendas que usaban, pero spoiler alert: en un par de años o temporadas vas a estar usando exactamente lo mismo. Tarde o temprano todos caemos, y seguro ya te diste cuenta con el regreso de las botas blancas, los pantalones low rise y el estilo disco. Todo tiene una explicación, y es gracias a la regla de los 20 años que define básicamente todas las tendencias que nos rodean, tanto en la moda como en la música, arte y cine. El elemento nostalgia es clave para que las personas se sientan atraídas por cierta trend, ya que la asocian con un recuerdo positivo del pasado. Es por eso que las tendencias completamente innovadoras o revolucionarias son las que se olvidan con más facilidad y pasan como un fail total al que nadie quiere unirse (como los pantabotas). Si hacemos cuentas y entendemos que la mayoría de nosotros vivió de alguna u otra forma la década de los 2000, es aquí donde nos hace todo el sentido de porqué todas las trends Y2K están teniendo más éxito que cualquier otra. Apenas pasaron dos años de esta década y ya tenemos un sneak-peak muy claro de lo que va a definir el estilo de los 2020. Sofia Martellini de WGSN (encargada de predecir las tendencias del futuro), tiene una idea muy clara: “Las trends actuales son más eclécticas que nunca, así que la pluralidad será un papel clave”. Aunque también hay un par que se están posicionando como las más top y se-



guro las recordaremos en un futuro como las más significativas de estos años. Obvio tienen conexión directa con el contexto que vivimos: “La liberación femenina, los esfuerzos por eliminar los estándares de belleza y el movimiento de self-love abrieron camino para que la sensualidad se hiciera más presente en la forma de vestirnos”. Pero además de cómo se comporta la sociedad, el factor #1 en todos los cambios tan veloces es la tecnología. Está más que claro que nuestras decisiones y gustos se basan en todo lo que vemos y escuchamos, así que no nos sorprende que la influencia sea el sinónimo de poder en pleno Siglo XXI. Pero desde 2018 hay un nuevo influencer en el radar y es el más grande by far: TikTok. La app tiene un billón de usuarios activos al mes, y no nos sorprende nada, ya que el contenido que tiene es mucho más auténtico y menos curado que lo que vemos en otras apps, lo que hace mucho más fácil que podamos sentirnos relacionados a las personas que seguimos. Cottagecore, Regencycore, Whatevercore... la lista es tan larga que hasta existe una página en Wikipedia en la que puedes encontrar

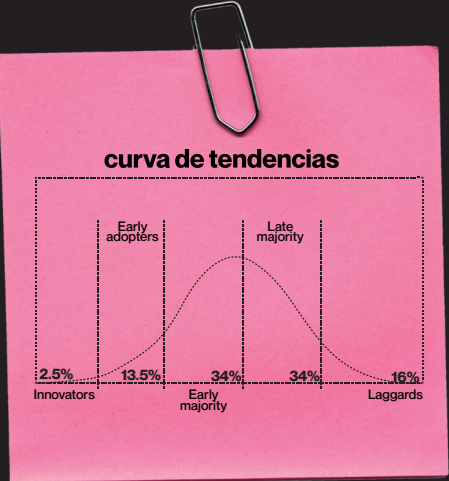
absolutamente todas en orden cronológico. Pero, ¿de verdad necesitamos tantas trends? La realidad es que ninguna de estas es completamente nueva, pero lo que las hace tan novedosas es justo este nombre catchy y obvio el algoritmo de TikTok, que no falla en llevar el contenido a quien no sabía que lo necesitaba y hace que nos sintamos parte de una comunidad al seguir cierto “-core”.

CORTESÍA.



# ¿Cómo entender las tendencias?

We feel you... Es casi inevitable querer comprar absolutamente todo lo que vemos en nuestro feed solo porque se ve estético desde nuestra pantalla, pero para que puedas elegir lo mejor para tu clóset (y tu cartera), es importante conocer la curva de tendencias, así vas a saber qué, cuándo y cómo funcionan. Para que el gasto valga la pena y tus prendas tengan un ciclo de vida digno, el secreto está en detectar las tendencias en el momento indicado, o sea al inicio de la curva. Todo empieza por los **innovators**, rebeldes que experimentan con su estilo y no le tienen miedo a nada. Después, los **early adopters** (que son insiders de la industria de la moda y arte) se dan cuenta de su existencia y apuestan por su potencial. Una vez que alguna figura de la industria o celeb la usa, llegamos al tercer y más alto paso: la **aceptación**. Es aquí donde despegamos al máximo, se vuelve viral y la empiezas a ver en todas las tiendas. Llegó el momento de abrochar nuestros cinturones y es que a partir de aquí todo va en picada. La trend es tan replicada que se vuelve *mainstream* y lo único que queremos es dejar de verla. En menos de lo que imaginamos, se vuelve out-dated y corremos a una nueva para repetir otra vez este ciclo sin fin. Para Agus Panzoni, de *@thealgorithm*, las trends se están volviendo problemáticas, y esto viene des-



de el concepto erróneo que está creciendo en social media sobre lo que la palabra significa en realidad. “Para que una tendencia exista, hay que tomar en cuenta el contexto en el que se desarrolla, cómo nos hace sentir y de qué forma impacta nuestras decisiones. Se trata de cultura, estilo y expresión individual, no de piezas particulares que usamos porque se ven bien”. El contenido fugaz online está convirtiendo a este fenómeno social en solo entretenimiento de 30 segundos, haciéndonos querer cada vez más content, más trends, más ropa y todo más rápido.

## Me quiere, no me quiere...

¿Cómo saber si es para tí? Evita a toda costa las tendencias que llevan todos. Sí, la mejor forma de estar a la moda es no estar a la moda at all. Mientras más personas la usen, menos tiempo de vida van a tener. Antes de que te des cuenta, vas a estar buscando una completamente opuesta para olvidar a la anterior y diferenciarte del resto. Entonces, ¿qué sí usar? Agus nos confirma que las micro-trends son el mejor aliado para definir nuestro propio estilo: “Las tendencias no nacen y mueren, solo regresan a donde pertenecen. La moda siempre se inspira en subculturas (como el punk, hippies o skinheads), para diseñar. Las redes sociales las hicieron populares para que todo el mundo las viera, pero después de eso volvieron a marcar la moda de solo aquellos que se identifican con la sub-



**LA EVOLUCIÓN DE UNA TREND**  
Del outfit de nuestra muñeca fav a Valentino Pink y Barbiecore, la moda se repite a sí misma con nuevos nombres que le hablan a nuevas generaciones.

cultura”. Pero si no sabes por dónde empezar a buscar, la respuesta está en definir tu estilo y el Three Word Method puede ser de gran ayuda: primero analiza la ropa que más usas y haz una lista de todas las palabras con las que puedes describirlas. Para el paso dos, arma un board o guarda los looks que más te llamen la atención y descríbelos también. Cuando tengas las dos listas solo checa las tres palabras que se repiten y recuérdalas al momento de comprar :).



IMXTREE / GETTY IMAGES / CORTESÍA.

# ¿Hype or die?

Invertir o no invertir, esa es la cuestión...

“La moda actual está abarcando todos los estilos y décadas en una misma. Está llena de nostalgia y es un viaje constante al pasado para retomar inspiración”. Tiffany Hsu (vicepresidenta de Womenswear & Kidswear, en Mytheresa) nos deja claro que las trends siempre regresan a su origen, y lo podemos ver en el desfile de alta costura otoño 2022 de Balenciaga, que siguió la misma dinámica de los primeros fashion shows en la historia, donde las modelos caminaban con un número para que pudieras mandar a hacer a tu medida el look que veías en el desfile: “Aunque tenemos muchas opciones en la palma de nuestra mano, no todas las tendencias funcionan para todos, así que no debes dejar que nadie te diga qué puedes hacer y qué no. Hay que llevar solo lo que te haga sentir cómodo, se adapte a tu personalidad y estilo de vida”. Sí, la clave para no ser víctimas de todo lo que vemos en las RR SS es conocernos para definir exactamente qué nos gusta y sacar el máximo provecho de las inversiones que hagamos en nuestro clóset. Antes de comprarla piensa: ¿voy a usarla más de 10 veces? Si



la respuesta es sí, entonces vale la pena, pero si solo te estás dejando llevar porque se ve bien en tu feed pero no va mucho contigo, entonces déjala a un lado y ábrele espacio a esa pieza o trend que te hable directamente y te emocione.

## ¿Hacia dónde se dirige el futuro?



Sin duda la tecnología es un key element para la evolución de nuestra industria y la mejor herramienta, tanto para diseñadores como consumidores para destacar y tener decisiones de compra más acertadas. “La innovación no se refiere solo a crear siluetas conceptuales nunca hechas. Hoy, lo que nos queda por explorar son textiles y tecnologías. Cambiar los procesos debe ser la prioridad para reducir el impacto ambiental. Puede que las tendencias cambien, pero la estructura de la

industria sigue siendo la misma”, comenta Sofia Martellini sobre lo que podemos esperar en los siguientes años. Es aquí donde los biomateriales y la Inteligencia Artificial entran en juego. Acne Studios presentó en su colección A/W 2020 un teaser de cómo se va a ver el futuro de la moda al colaborar con el artista digital Robbie Barrat. Usando el Machine Learning, Robbie alimentó un algoritmo con imágenes de desfiles anteriores de la marca para que la computadora entendiera qué es un look de runway y generara sus propias versiones. Fue así como surgió una de las primeras colecciones diseñadas 100% por una máquina. El programa Dall-E nos permite crear imágenes que no existen con solo alimentarla de texto, como si tuviera creatividad y talento propios para la pintura. Mientras que marcas como Stella McCartney, lululemon y adidas apuestan por alternativas veganas a la piel como el *mylo*, un textil desarrollado en laboratorios a partir de hongos. Más allá de la ropa digital en el Metaverso, aplicaciones como The Yes nos hacen más fácil encontrar ropa. Esta plataforma aprende de tus gustos y sobre tus hábitos de consumo para recomendarte solo las piezas que se adaptan a tu estilo con 90% de eficacia, y de probabilidad de gustarte. Nos queda claro que la moda y la tecnología se van a convertir en una mancuerna inseparable, pero queda en nosotros informarnos para elegir lo que mejor se adapte a nuestro estilo de vida y tenga el menor impacto en el ambiente.

IMXTREE / GETTY IMAGES / CORTESÍA.