

El *athleisure* como síntoma del presente
Tadeo Masís González y Roberto Castro López
Arte e Investigación (N.º 20), e076, 2021. ISSN 2469-1488
<https://doi.org/10.24215/24691488e076>
<http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/ojs/index.php/aei>
Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata
La Plata. Buenos Aires. Argentina

EL *ATHLEISURE* COMO SÍNTOMA DEL PRESENTE

ATHLEISURE AS A SYMPTOM OF THE PRESENT

TADEO MASÍS GONZÁLEZ | tadeo.masis@ucr.ac.cr
Universidad de Costa Rica. Costa Rica

ROBERTO CASTRO LÓPEZ | roberto.castrolopez@ucr.ac.cr
Universidad de Costa Rica. Costa Rica

RESUMEN

El *athleisure* es una tendencia característica de la moda del siglo XXI, cuyo principal atributo es el borramiento de límites estéticos. El presente texto tiene como propósito establecer una relación entre esta tendencia y algunos rasgos distintivos de las sociedades contemporáneas, mediante reflexiones derivadas de la filosofía y la sociología de la moda. Así, la cultura hipermoderna, el *fitness* y los imperativos de flexibilidad, comodidad y exposición se ven reflejados en esta expresión de la moda contemporánea.

PALABRAS CLAVE

Athleisure; modernidad; tendencias; moda; fitness

ABSTRACT

Athleisure is a characteristic fashion trend of the 21st century whose main attribute is the erasure of aesthetic limits. The present text aims to establish a relationship between this trend and some distinctive features of contemporary societies, this through reflections from philosophy and the sociology of fashion. Thus, hypermodern culture, fitness and the imperatives of flexibility, comfort and exposure are reflected in this expression of contemporary fashion.

KEYWORDS

Athleisure; modernity; trends; fashion; fitness



El término *athleisure* es un acrónimo de *athletic* (atlético) y *leisure* (ocio) que se utiliza para describir una tendencia en el ámbito de la vestimenta casual. Concretamente, esta expresión se populariza en 2015 en medios como *Vogue* o *The Guardian*. El *athleisure* remite a una indumentaria derivada de la ropa deportiva, es decir, supone una vestimenta con diseños y materiales deportivos que puede ser empleada en actividades de ocio e incluso de trabajo. Esta tendencia incluye elementos como pantalones de yoga, *leggings*, zapatos deportivos, *tops*, entre otros (Lipson y otros, 2020). El *athleisure* ha sido interpretado como un rasgo distintivo de la moda del siglo XXI (Wilson, 2018), cuyos imperativos son la comodidad y el bienestar.

Dicho de otra manera, esta tendencia supone un borramiento de límites estéticos en la vestimenta contemporánea; se vuelve plausible que una forma de vestir restringida al ámbito deportivo sea utilizada en el trabajo y en distintas actividades de ocio. Este hecho, que *a priori* podría ser catalogado como superficial, constituye un caso relevante para observar algunas características del presente. En primera instancia, es pertinente recurrir al planteamiento de Joanne Entwistle (2002) para describir la relación del vestido con el cuerpo y la identidad:

La ubicua naturaleza del vestido parece apuntar al hecho de que la ropa o los adornos son uno de los medios mediante los cuales los cuerpos se vuelven sociales y adquieren sentido e identidad. El acto individual y muy personal de vestirse es un acto de preparar el cuerpo para el mundo social, hacerlo apropiado, aceptable, de hecho, hasta respetable y posiblemente incluso deseable (p. 12).

El vestido es, entonces, un medio para que los cuerpos puedan expresar identidad, por lo que el *athleisure* supone una forma particular en que las personas viven la experiencia corporal y subjetiva del vestir en las sociedades contemporáneas. Pero, además de constituir una vestimenta, el *athleisure* es también una moda (o tendencia), entendiendo la moda como fenómeno estrictamente moderno: «En contra de la idea de que la moda es un fenómeno consustancial a la vida humano-social, se la afirma como un proceso excepcional, inseparable del nacimiento y desarrollo del mundo moderno occidental» (Lipovetsky, 1996, p. 23). Es decir, las tendencias que rigen la vestimenta no son universales, sino que emergen con el desarrollo de la vida moderna. En consecuencia, el *athleisure* es un fenómeno moderno que está sujeto a temporalidades efímeras y, en particular, a las características de las sociedades contemporáneas, en donde se debilitan las instituciones colectivas y se refuerzan los imperativos de flexibilidad, exposición y bienestar individual.

El presente trabajo consta de cinco apartados; en el primero de ellos, se recurre a las ideas de algunos teóricos sociales para situar al *athleisure* como una tendencia funcional, subordinada a las condiciones particulares de una época. En

el segundo, se establece una relación entre el *athleisure* y el proceso que Byung-Chul Han (2020) ha denominado como «la desaparición de los rituales». En un tercer apartado se expone el desarrollo de la cultura del *fitness* y su relación con el imperativo de exposición de las sociedades contemporáneas. En una cuarta sección se plantea la pertinencia de concebir al *athleisure* como una expresión de la época hipermoderna. Finalmente, se incluye una conclusión en la que se discute la relevancia de situar al *athleisure* como un indicador de ciertos rasgos de la cultura contemporánea.

ATHLEISURE COMO TENDENCIA FUNCIONAL

El sociólogo francés Guillaume Erner ha establecido una diferencia entre tendencias funcionales y no funcionales. Las primeras se refieren a aquellas que están regidas por cambios sociales en un contexto más amplio; mientras que las no funcionales obedecen estrictamente a la evolución del gusto de los individuos. Según Erner (2010), hay una importante cantidad de tendencias cuya explicación reside en elementos funcionales: «Determinadas modas pasajeras se hacen comprensibles a la luz de las evoluciones del contexto. Numerosas tendencias encuentran así explicación en las modificaciones sociológicas, económicas o reglamentarias del marco de vida» (p. 21). De este modo, se parte de que el *athleisure* no responde a una mera modificación en el gusto de las personas, sino que encuentra sus raíces en un contexto social más amplio, en un *ethos* característico del presente.

Tanto desde una perspectiva microsocia como macrosocia, la moda no puede concebirse como una esfera separada del mundo social. El vestido ha sido considerado desde el enfoque dramaturgico de Erving Goffman (2001) como un elemento importante dentro de las interacciones que componen la vida cotidiana. Esto supone que el vestido trasciende de ser una mera necesidad antropológica y forma parte de aquello que provee información acerca de los roles en el marco de las interacciones sociales. De esta forma, mediante el acto de vestir (de forma consciente o inconsciente), los individuos pueden contribuir a satisfacer la apariencia de un determinado papel en la sociedad.

En términos macrosociales, lejos de concebirse como un fenómeno irracional y frívolo, la moda puede entenderse como un espacio en donde se evidencia y se introduce el cambio social, lo que la situaría como un campo privilegiado en la consolidación de un *zeitgeist* o «espíritu de la época» (Blumer, 1969, p. 283). De esta manera, la moda no constituye un terreno azaroso, sino que guarda una correspondencia con las dinámicas de la sociedad moderna; más aún, sería una referencia importante en términos de aquello que es característico del presente. Esta noción coincide con algunos de los planteamientos de la semiótica de la moda, particularmente la desarrollada por Roland Barthes (Erner, 2010); desde esta perspectiva, la moda puede ser concebida como un lenguaje que revela los síntomas de la época.

A la perspectiva macrosocial cabría añadir el ámbito de la producción, lo que quiere decir que la moda, en cuanto actividad artística y comercial, no opera en un vacío social, sino que depende de una gran red de actores con relaciones de cooperación y dependencia que inciden en los procesos de diseño (Becker, 2008; Entwistle, 2002). Esto supone un vínculo permanente entre la moda como producto artístico y los cambios sociales que puedan ocurrir en un contexto más amplio. En la misma línea, Paula Miguel (2013) describe el trabajo de los diseñadores de la siguiente manera: «Inspirándose en la cultura popular, en la música y en el arte, los diseñadores intentan captar la sensibilidad del momento, para luego plasmarla en sus trabajos; en este sentido, podemos ubicarlos como productores y mediadores culturales» (p. 49).

A partir de estas distintas perspectivas es posible situar al *athleisure* como una tendencia relevante para aprehender algunos rasgos distintivos del presente, ya sea en cuanto a las interacciones individuales que dan forma a la vida cotidiana o en términos de aquellos imperativos que orientan la industria de la moda en la actualidad. El *athleisure* como reflejo de un *zeitgeist* supone la síntesis de algunos elementos característicos de la cultura y el sujeto contemporáneo; de forma concreta, se pueden resaltar la búsqueda de comodidad personal (Walker, 2015), la exposición (Davis, 2015) y la flexibilidad (Mérida, 2015). Así, esta tendencia sería funcional a valores e imperativos propios de la sociedad contemporánea en Occidente. Desde esta óptica, la emergencia del *athleisure* no es un hecho casual, sino que corresponde a determinados cambios sociales y constituye un reflejo de ellos. En los siguientes apartados se establecerá con mayor detalle esta relación entre los rasgos característicos de las sociedades contemporáneas y el *athleisure*.

LA DESAPARICIÓN DE LOS RITUALES

A lo largo de su extensa obra, el filósofo Byung-Chul Han ha prestado atención a algunos de los rasgos distintivos de las sociedades contemporáneas. Uno de ellos es lo que denomina como «*la desaparición de los rituales*». Este proceso consiste en la erosión de la fuerza simbólica de los rituales, entendiéndolos como «técnicas simbólicas de instalación en un hogar» (Han, 2020, p. 12). Según Han, la presión que ejerce la sociedad contemporánea sobre los individuos supone una fuerza que progresivamente conduce al ser humano a un vacío simbólico. Así, el presente se caracteriza por la ausencia de un orden que proporcione estabilidad espacial y temporal a la vida humana, es decir, por la contingencia. Como consecuencia de este proceso, Han (2020) concibe la sociedad contemporánea como una sociedad narcisista, desprovista del sentido de comunidad:

La desaparición de símbolos remite a la progresiva atomización de la sociedad. Al mismo tiempo la sociedad se vuelve narcisista. El proceso narcisista de interiorización desarrolla una animadversión hacia la forma. Las formas objetivas se rechazan a favor de los estados subjetivos. Los rituales son inasequibles a la interioridad narcisista (pp. 17-18).

De este modo, el vacío simbólico del presente construye un sujeto psicologizado, aislado en sí mismo y, por ende, desligado de aquello que podría suponer una guía para estar y proceder en el mundo. En términos de la tendencia *athleisure*, este predominio de los estados subjetivos se ve expresado en el imperativo de la comodidad personal. En este caso, la búsqueda de comodidad por medio de la vestimenta deportiva trasciende las actividades deportivas y llega a las esferas del trabajo y del ocio; el culto del yo actúa en detrimento de las formas (o maneras de proceder) en el ámbito del vestir. El propio Han (2020) presta atención al fenómeno de la progresiva eliminación de formas en la vestimenta:

A lo largo del siglo XIX los trajes de hombre se vuelven cada vez más monótonos y admiten pocas variaciones. Resultan unitarios, como uniformes de trabajo. En las respectivas modas de las diversas sociedades se puede apreciar cómo están constituidas. Así es como el carácter cada vez más pornográfico de la sociedad se refleja en la moda. La moda actual tiene ostensiblemente rasgos pornográficos. Se enseña más carnes que *formas* (p. 33).

En este marco, aun cuando la práctica de vestirse de forma diferenciada para el trabajo, el ocio y el deporte está sujeta a modas o temporalidades efímeras (Lipovetsky, 1996), los límites tradicionales entre una u otra vestimenta constituyen un orden. Por ejemplo, la carga simbólica que pueda tener un atuendo de trabajo, puede ser inapropiada en contextos de ocio. Así, las diferentes vestimentas reservadas para determinadas prácticas tienen la capacidad de garantizar cierta estabilidad estética frente a un total vacío simbólico. Sin embargo, la incursión del *athleisure* permite que, en determinados contextos, estas fronteras sean borradas y, por ende, esta tendencia contribuye a una erosión de las prácticas rituales en torno al vestido. En un artículo publicado en la versión española de la revista especializada *Vogue*, se describe de forma clara dicho borramiento de límites:

Nunca fue tan *trendy* llevar la ropa de yoga en el trabajo o en la pista de baile una noche de sábado cualquiera; porque ya no hay razón alguna para sentirse culpable cuando caminas por la calle ataviada con tu gorra favorita, una sudadera y las *sneakers* más cómodas del universo. Ahora lo *sport* es *cool*. Gracias, *athleisure*! (Mérida, 2015, s. p.).

Otra de las características de la desaparición de los rituales es precisamente la pérdida de ritos de cierre, esto consiste en una creciente incapacidad para establecer fronteras en la vida cotidiana. «Con el exceso de apertura y de eliminación de las fronteras que impera en el presente vamos perdiendo la capacidad de cerrar que habríamos aprendido» (Han, 2020, p. 41). En tanto se presenta como una estética flexible —sin fronteras entre el ocio, el trabajo y la actividad física—, el *athleisure* es un reflejo de este exceso de apertura. La cultura del rendimiento que describe Han (2020) impide el cierre y, con ello, todo queda sujeto a la provisionalidad, de allí la importancia del imperativo de flexibilidad en

la sociedad contemporánea: «El sujeto del rendimiento, aislado en sí mismo, se explota a sí mismo del modo más eficiente cuando se mantiene abierto a todo, cuando es flexible» (p. 42). De esta manera, la versatilidad atribuida al *athleisure* es también una ausencia de ritos de cierre en el ámbito de la vestimenta.

En términos generales, dos características del sujeto contemporáneo son su búsqueda de bienestar individual y su comportamiento flexible; el *athleisure* constituye un reflejo de ambos elementos. Tanto la atomización de la sociedad como la constante necesidad de apertura remiten a aquello que Han denomina como «el infierno de lo igual» en muchas de sus obras. Para efectos del estudio de las religiones, la desaparición de los rituales se podría entender como una victoria de lo profano por sobre lo sagrado (Eliade, 1981), es decir que, ante la ausencia de un centro, ocurre una homogenización del tiempo y el espacio. En este marco, aunque parezca un hecho trivial, la incursión de prendas y materiales deportivos en otros ámbitos de la vida es una muestra de la apertura y la planitud estética de un presente desritualizado.

CULTURA DE FITNESS Y EXPOSICIÓN

La tendencia del *athleisure*, además de satisfacer una necesidad de comodidad, guarda relación con el fenómeno del *fitness* que tiene lugar en las sociedades contemporáneas (Lipson y otros, 2020). En este sentido, no es una casualidad que sea la estética deportiva la que se introduce en ámbitos como el trabajo o el ocio. Siguiendo a Alejandro Rodríguez (2014): «El fitness se fue transformando en un estilo de vida que imbricó otras áreas de la vida cotidiana distintas a la del entrenamiento, actividad generalmente realizada en el tiempo de ocio, y comenzó a inficionar otras esferas» (p. 6). En concreto, la vida *fitness* supone que los individuos se conviertan en responsables de su propia producción mediante el consumo de gimnasios, sesiones de entrenamiento, indumentaria y medios especializados (Smith, 2008). Precisamente, la proliferación de los gimnasios asociada a esta cultura del *fitness* evidencia la transición de una sociedad disciplinaria a una sociedad del rendimiento:

La sociedad disciplinaria de Foucault, que consta de hospitales, psiquiátricos, cárceles, cuarteles y fábricas, ya no se corresponde con la sociedad de hoy en día. En su lugar se ha establecido desde hace tiempo otra completamente diferente, a saber: una sociedad de gimnasios, torres de oficinas, bancos, aviones, grandes centros comerciales y laboratorios genéticos (Han, 2017, p. 25).

Esta transición también implica la emergencia de un nuevo tipo de subjetividad que no está regida por el control y la prohibición, sino por el imperativo del rendimiento. Así, el sujeto de obediencia pasa a ser un *sujeto de rendimiento*. De

esta forma, la cultura del *fitness* supone una expresión de este imperativo en el ámbito corporal; el ejercicio no está mediado ya por el control o la obligación, sino por el objetivo de maximizar la producción (en este caso, la producción del propio cuerpo). De ahí la importancia de entender el gimnasio, y la cultura asociada a estos espacios, como parte de una nueva sociedad en donde los individuos se explotan a sí mismos en aras de la producción.

De este modo, la ausencia de prohibición es también una ausencia de *negatividad*; una sociedad sin su rasgo negativo equivale a una sociedad *positiva*, es decir, que tiende a lo homogéneo, donde no hay secretos y todo es objeto de comparación y mercantilización (Han, 2013). El *athleisure* y la cultura del *fitness* remiten a una de las cualidades que se le atribuyen a una sociedad sin negatividad: «En la sociedad positiva, en la que las cosas, convertidas ahora en mercancía, han de *exponerse para ser*, desaparece su valor cultural a favor del valor de exposición» (Han, 2013, pp. 25-26). Al evocar la cultura del *fitness*, el *athleisure* representa un indicador de que se asiste al gimnasio (Davis, 2015). Así, el imperativo de exposición lleva el estilo de vida *fitness* a distintas esferas; los individuos han de exponer su adscripción al *fitness* (por medio de su vestimenta y su cuerpo) para *ser fitness*.

Otra característica relevante de este imperativo es la gran importancia que se le concede a la belleza: «El valor de exposición depende sobre todo del aspecto bello. Así, la coacción de la exposición engendra una necesidad imperiosa de belleza y buen estado físico» (Han, 2013, pp. 30-31). De esta manera, ante la trivialización de las formas, la apariencia se torna sumamente relevante; la belleza física se convierte en aquello que se debe exponer. Así, el *fitness* es un medio para mercantilizar la propia apariencia por medio del consumo y la autoproducción de los individuos. Por su parte, el *athleisure* se convierte en una estética capaz de proyectar este imperativo de exposición, belleza y buen estado físico. En otras palabras, esta tendencia es funcional a una sociedad regida por el rendimiento y donde impera el valor de la exposición por sobre las formas.

TENDENCIA HIPERMODERNA

Como reflejo de un *zeitgeist*, el *athleisure* supone un retrato de la modernidad, pero no en su acepción tradicional, sino de una *hipermodernidad* como la concibe Gilles Lipovetsky (2018). Así, esta tendencia no es solo un fenómeno moderno, sino que alude a un tipo particular de modernidad. Los imperativos de exposición, flexibilidad y bienestar individual asociados al *athleisure* no constituyen elementos aislados dentro de las sociedades contemporáneas, más bien se interrelacionan en un entramado de valores hipermodernos. Según Lipovetsky (2018), la hipermodernidad es una nueva etapa de la modernidad, desprovista de los ideales ideológico-políticos de la modernidad inicial y con una intensificación del individualismo y la fe en el progreso tecno-científico: «La primera modernidad era

extrema por la mediación de lo ideológico político; la siguiente lo es más aquí de lo político, en virtud de las tecnologías, los medios, la economía, el urbanismo, el consumo, las patologías individuales» (p. 59). Esta modernidad tardía, desprovista de grandes proyectos colectivos, permite una profundización del individualismo que caracteriza a la modernidad occidental. Siguiendo con la terminología de Lipovetsky (2018), en la hipermodernidad surge un hiperindividualismo que integra la lógica de racionalidad económica con la desregulación de instituciones tradicionales:

El hiperindividualismo coincide no sólo con la interiorización del modelo del *homo oeconomicus* que persigue la maximización de sus intereses particulares en casi todas las esferas de la vida [...] sino también con la desestructuración de las formas antiguas de la regulación social de los comportamientos, con una marea creciente de patologías, trastornos y excesos conductuales (pp. 58-59).

El *athleisure* constituye una expresión de este hiperindividualismo en la medida en que representa la transgresión de formas tradicionales de regulación social en el ámbito de la vestimenta, es decir, la esfera del ocio o del trabajo pueden no ser ya determinantes para regular la vestimenta como expresión estética y subjetiva. De la misma forma, los imperativos de comodidad individual y flexibilidad suponen una búsqueda por maximizar los intereses individuales; el *athleisure* puede interpretarse como una racionalización de la vestimenta en función de su eficiencia y adaptabilidad (ya que puede utilizarse para distintas actividades). Aunado a ello, esta tendencia puede interpretarse como una maximización de la comodidad personal en detrimento de formas tradicionales de regular o limitar el ámbito de la vestimenta casual.

En el marco de esta transformación de la modernidad inicial en una hipermodernidad, se configura un *ethos* característico de este nuevo momento histórico. Hay dos tipos de valores contemporáneos que alimentan este nuevo *ethos*: en primer lugar, la cultura hedonista de consumo y bienestar, que surge del rechazo a las normas disciplinarias en Occidente entre las décadas de 1960 y 1970; en segundo lugar, la incertidumbre ontológica derivada de las políticas de austeridad y la inmediatez en el comercio y las comunicaciones (propia del neoliberalismo de las décadas posteriores). Así, la cultura del presente está marcada tanto por el hedonismo como por la inmediatez y la incertidumbre: «Por un lado, la sociedad-moda no deja de incitar a los goces desmultiplicados del consumo, el ocio y el bienestar. Por otro, la vida se vuelve menos ligera, más estresante, más ansiosa» (Lipovetsky, 2018, p. 68). De esta forma, el hedonismo que caracteriza a la sociedad contemporánea no es aquel que supone una despreocupación total por el futuro, sino que es un hedonismo que convive con la lógica de lo inmediato, con un futuro que se percibe incierto.

ARTÍCULOS

En consecuencia, el *athleisure* supone un reflejo de estos valores hipermodernos. Como se mencionó anteriormente, uno de los atractivos de esta tendencia es la comodidad y el bienestar personal; es una moda en función del confort, que evoca también a la cultura del *fitness*, tiene una orientación hacia el goce y a la exposición personal. A su vez, esta vestimenta no posee un tiempo ni un espacio propio, sino que apela a una naturaleza ubicua; ante un panorama de incertidumbre que demanda flexibilidad, esta tendencia se destaca por su versatilidad, por no estar circunscrita a un único ámbito. Así, el *athleisure* representa una oportunidad para maximizar el bienestar, llevarlo a todo lugar donde sea posible; constituye una síntesis estética de hedonismo e inmediatez.

Otra característica de la hipermodernidad pertinente de relacionar con el *athleisure* es la creciente ausencia de referentes colectivos, institucionales o de clase para regir la vida de los sujetos en las sociedades contemporáneas. Precisamente, una de las cualidades de la moda es que permite a sus portadores expresar identidades concretas y la pertenencia a un grupo (Entwistle, 2002). Sin embargo, esta nueva modernidad que describe Lipovetsky (2018) concede una mayor autonomía a los individuos en detrimento de normas tradicionales regidas por grupos e instituciones:

La cultura hipermoderna se caracteriza por el debilitamiento del poder regulador de las instituciones colectivas y la autonomización correspondiente de los actores ante las imposiciones de los grupos, sean la familia, la religión, los partidos políticos o las culturas de clase. Por lo que el individuo parece cada vez más descompartimentado y móvil, fluido y socialmente independiente. Pero esta volatilidad significa en mayor medida desestabilización del Yo que afirmación triunfante de un sujeto dueño de sí mismo (pp. 87-88).

De esta manera, la hipermodernidad implica una mayor libertad para los individuos en términos de las normas y la regulación social, pero al mismo tiempo deja al individuo en un estado de incertidumbre y fragilidad. El *athleisure* también puede ser interpretado como un reflejo de esta cultura hipermoderna; la tendencia no expresa la pertenencia a algún grupo o clase en particular (como sí lo hacía la cultura punk o la cultura *sloane* en la Inglaterra de los setenta). El *athleisure* solo revela la adscripción personal a un determinado estilo de vida, no existe una *comunidad athleisure*. Como se mencionó, esta tendencia se basa en el imperativo de comodidad y exposición; en este sentido, es una moda psicologizada, expresa una cultura de bienestar individual en el contexto de hedonismo e incertidumbre que caracteriza a la hipermodernidad. En este marco, el *athleisure* es también un síntoma de aquellos excesos del yo que se atribuyen a esta nueva modernidad; la cultura del *fitness* y la cultura del confort tienen el fin de mostrar y satisfacer a individuos atomizados, lo que se puede asociar con conductas narcisistas, como lo describe Han (2020).

CONCLUSIÓN

La tendencia del *athleisure* constituye una pequeña muestra de algunos elementos característicos de las sociedades contemporáneas. En primera instancia, responde a un contexto de hipermodernidad, con individuos atomizados y desregularizados. Al mismo tiempo, evidencia un *ethos* característico del presente, una subjetividad que integra la incertidumbre con el hedonismo; individuos que aspiran al bienestar y al goce personal, pero bajo un régimen de inmediatez y rendimiento. Por otra parte, el rechazo a los límites entre la estética deportiva, laboral y de ocio es una muestra del vacío simbólico y la contingencia que experimentan las sociedades occidentales en el presente.

En este marco, es pertinente plantear que no es casual que una tendencia que apela a la cultura del *fitness* y al confort tenga éxito en el contexto en el que nos encontramos, sino que existe una correspondencia entre la moda y la sociedad de una época determinada. Así, determinados valores de un momento histórico son incorporados a la vestimenta como expresión estética y subjetiva. Por esta razón, se considera que, con el caso del *athleisure*, la moda es un indicador relevante de que imperativos como la flexibilidad, la comodidad personal y la exposición están presentes en la cultura contemporánea.

REFERENCIAS

- Becker, H. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Blumer, H. (1969). Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection [Moda: de la diferenciación de clases a la selección colectiva]. *The Sociological Quarterly*, 10(3), 275-291. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1969.tb01292.x>
- Davis, T. (26 de mayo de 2015). «Athleisure» wear: because I go to the gym too, don't you know [Vestimenta «athleisure»: porque yo también voy al gimnasio, ¿no sabes?]. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/26/wearing-sweat-wicking-tights-in-public-is-fine-i-go-to-the-gym-dont-you-know>
- Eliade, M. (1981). *Lo sagrado y lo profano*. Barcelona, España: Guadarrama.
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Barcelona, España: Paidós.
- Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona, España: Herder.
- Han, B.-C. (2017). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, España: Herder.
- Han, B.-C. (2020). *La desaparición de los rituales*. Barcelona, España: Herder.

ARTÍCULOS

Lipovetsky, G. (1996). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, España: Anagrama.

Lipovetsky, G. (2018). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona, España: Anagrama.

Lipson, S., Steward, S. y Griffiths, S. (2020). Athleisure: A qualitative investigation of a multi-billion-dollar clothing trend. [Athleisure: una investigación cualitativa de una moda multibillonaria]. *Body Image*, 32, 5-13. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.10.009>

Mérida, M. (8 de enero de 2015). ¿Qué es el «Athleisure»? *Vogue*. Recuperado de <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/todo-sobre-la-tendencia-deportiva-althleisure/21582>

Miguel, P. (2013). *Emprendedores del diseño: aportes para una sociología de la moda*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires.

Rodríguez, A. (2014). *El fitness es un estilo de vida: Gimnasios y sociabilidad en una perspectiva crítica*. Ponencia presentada en las 8.ª Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata, Ensenada, Argentina. Recuperado de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.4733/ev.4733.pdf

Smith, J. (2008). *Fit for consumption: Sociology and the business of fitness*. [Apto para el consumo: sociología y el negocio del fitness]. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.

Walker, R. (3 de octubre de 2015). Rise of «athleisure» threatens to put jeans out of fashion [El auge del «athleisure» amenaza con hacer que los jeans pasen de moda]. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/fashion/2015/oct/03/athleisure-threatens-to-put-jeans-out-of-fashion-kanye>

Wilson, C. (18 de abril de 2018). Why The Word «Athleisure» Is Completely Misunderstood [Por qué la palabra «Athleisure» es completamente malinterpretada]. *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/chipwilson/2018/04/18/why-the-word-athleisure-is-completely-misunderstood/?sh=63f216994697>