

LA CALLE MANDA



Street-style



Desde que las tendencias surgieron en Francia durante la década del 40, las grandes casas de diseño, las pasarelas y las revistas dictan qué está 'de moda'. Hoy el fenómeno de retratar el estilo callejero toma una fuerza inédita, gracias a Internet y diversas herramientas digitales, que empoderan a las personas comunes y corrientes para decidir qué está en boga. Entre las tecnologías existentes, la aplicación Style-Eyes convierte el celular en un instrumento para ir de compras al caminar por la calle.

Por: Janet Barra O. Fotos: Getty Images y Style-Eyes

“Definitivamente, el mejor fashion-show sucede en la calle. Siempre ha sido así y siempre lo será”, anuncia categóricamente el octogenario fotógrafo de street-style Bill Cunningham (84) en el documental Bill Cunningham New York (2010), quien con cincuenta años de trayectoria retratando hombres y mujeres comunes que visten atuendos excepcionales para medios como el journal Women's Wear Daily, la revista Details y actualmente para el The New York Times, se ha transformado en uno de los cronistas más respetados de la industria fashion.

Pero no es necesario ser un veterano de la fotografía para darse cuenta de que las modas pasajeras e impercederas nacen, se desarrollan y alcanzan su apogeo en los espacios públicos de una ciudad. Si no lo cree así, recuerde todas las ocasiones en las que se deleitó con el atuendo de una extraña y no se atrevió a consultarle dónde había comprado tal vestido o semejante blazer. Ya nunca más se quedará con la duda, pues en diciembre de 2013 el irlandés Mark Hughes y sus amigos Bobby Pringle y Oisín MacFhearai lanzaron al mercado una aplicación para celulares llamada Style-Eyes. Una innovación que ha recibido el sobrenombre 'Shazam de la moda', en referencia al servicio móvil que reconoce las canciones que suenan en el ambiente. La idea surgió cuando la novia de Mark pasó semanas buscando un abrigo que le vio a una desconocida. Buscó la prenda en la web, en tiendas y en el mall sin éxito. “De pronto me puse a pensar que debía existir una mejor forma para rastrearlo”, cuenta Mark Hughes a revista Mujer vía Skype. “Lo que creamos puede tener un gran impacto. Es una oportunidad casi única con la que puedes copiar con un solo clic el estilo de otra persona, ojalá con su permiso”, afirma.

Impacto real

La lógica de funcionamiento de Style-Eyes se basa en el reconocimiento de imágenes. Cuando alguien saca una instantánea de una prenda de vestir con su celular, la aplicación genera una 'huella digital' que se compara con los patrones de la ropa disponible en el mercado. Hasta el momento, los creadores de esta tecnología han cerrado acuerdos con más de 650 tiendas del Reino Unido como Topshop, Oasis, River Island y Coast, entre otras marcas, y suman más de tres mil usuarios conectados. “La gente está usando sus teléfonos para todo. Estos aparatos ya son parte de cómo vivimos hoy en día. Es bastante obvio →

“Las aplicaciones móviles están cambiando nuestras vidas de muchas maneras, simplifican lo complejo o nos ayudan con ciertas tareas. Creo que Style-Eyes en particular es perfecta para saber cuáles son los ítems infaltables de cada temporada”, opina Anne Lise Kjaer.

ASÍ FUNCIONA...

1 Una vez instalada la aplicación en el celular, se toma una instantánea de cualquier prenda.

2 Se rastrea esta pieza en el catálogo de las tiendas de retail.

3 Con una precisión del 90% se encuentra la prenda requerida o bien una similar.

→ que muchas ventas se realizan por medio de celulares y lo que el retail había ofrecido hasta ahora no había dado buenos resultados. Lo que desarrollamos permite que las compañías tengan sus productos en una plataforma comercial”, explica Hughes. Con una precisión de un 90% cada usuario encuentra la tienda que vende el objeto de su deseo para comprarlo vía online, y si tiene suerte, encontrarlo con un descuento especial. Si bien este sistema está operativo solo en el Reino Unido, sus inventores estudian expandirse hacia Estados Unidos y que marcas provenientes de Brasil, Argentina y Chile estén disponibles con el fin de aumentar la oferta.

El latido de la moda

El lanzamiento de una innovación como esta no es antojadizo, para nada. La calle marca el pulso de las tendencias, un concepto que no solo integra las últimas modas sino que también distintos modos de vida. Según el libro Sociología de las Tendencias, de Guillaume Erner, profesor del Institut d’Etudes Politiques en París, las tendencias “están formadas por elecciones individuales agregadas que constituyen el gusto colectivo”.

Hoy las alternativas para escoger cómo vestir son múltiples y precisamente esa heterogeneidad se refleja en los lugares públicos. “La calle es un lugar para observar el nacimiento de las tendencias, porque allí conviven todo tipo de personas que se influyen las unas a las otras como en una gran pasarela”, dice Leticia Abraham, investigadora a cargo del departamento de consejería de WGSN Latinoamérica. Gracias a un metódico análisis esta consultora provee de un pronóstico certero sobre lo que vendrá

a marcas como Diesel, Tommy Hilfiger y Puma, entre otras. La importancia de los espacios urbanos en este tipo de estudios es auténtica, según Claudia Scherman, gerente de la empresa Lado Humano y presidenta de la Asociación de Investigadores de Mercado: “Allí se corroboran hipótesis y se detectan sucesos que están forjándose. Es una vitrina donde conviven comportamientos, estilos y conductas”. La proliferación de sitios web y blogs centrados en el street-style han intensificado el fenómeno. “La facilidad con la que fluye la información en Internet añade una dimensión fascinante a las tendencias de moda, pero son las imágenes de estilo urbano las que dominan nuestra atención”, cuenta Anne Lise Kjaer, fundadora de la consultora Kjaer Global, con sede en Londres. En este contexto, una innovación como Style-Eyes no solo es una oportunidad de negocio para las marcas sino que además se transforma en una experiencia completa, real y virtual para los usuarios. “Las aplicaciones móviles están cambiando nuestras vidas de muchas maneras, simplifican lo complejo o nos ayudan con ciertas tareas. Creo que Style-Eyes en particular es perfecta para saber cuáles son los ítems infaltables de cada temporada”, opina Anne Lise Kjaer. Los alcances de su uso son más auspiciosos según Claudia Scherman: “Quizás puede ser utilizada en la publicidad, y enviar gente a la calle que se vea regia con una falda de manera que ese acto sea más eficiente que poner la prenda en una vitrina”. De cualquier forma, la verdadera tendencia es que cada individuo desvela su identidad con el vestuario, sin importar si lo usa el común de la gente. Finalmente eso es la moda: libertad para elegir aquel estilo o atuendo que más identifique, guste y cautive. **M**