

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTHUSSER, L. (1988) *Ideología y aparatos ideológicos del Estado. Freud y Lacan*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- BUTLER, J. y ATHANASIOU, A. (2017) *Desposesión: lo performativo en lo político*. Buenos Aires: Eterna cadencia.
- CANEL, M. J. (2008 [1999]) *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.
- ESCUDEIRO, L. (2002) "La comunicación política, transformaciones del espacio público", en *de-Signis* 2, 9-12.
- GOSSELIN, A. (1998) "La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades". En Mouchon, J., Gosselin, A. y Gauthier, G. (Coord.). *Comunicación y política*, 9-28. Barcelona: Gedisa.
- LACLAU, E., Y MOUFFE, Ch. (1987) *Hegemonía y estrategia socialista*. Madrid: Siglo XXI.
- LAVAL, C. y DARDOT, P. (2013) *La fábrica del sujeto neoliberal. La nueva razón del mundo*. Barcelona: Gedisa.
- VOMMARO, G. (2017) *La larga marcha de Cambiemos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Semiótica de la moda deportiva: La superzapatilla deportiva / *Semiotics of a sports fashion: The super sports shoe*

Daniel Anica Reyes

(pág 259 - pág 266)

Una de las características principales de la moda es la variación de sus formas, la cual permite diferenciar clases sociales, épocas y actualmente a las marcas. La moda deportiva ha avanzado considerablemente estos últimos años y diferentes sucesos permiten que las formas materiales necesiten actualizarse. En concreto, el calzado deportivo se encuentra en una nueva etapa: la profesionalización de sus usuarios. A partir de ello surgen las interrogantes: ¿Cómo se establece la moda deportiva? ¿Qué tipo de mecanismos utiliza? ¿De qué manera repercutió este evento en el diseño de calzado deportivo?

El presente artículo aborda el récord del maratonista Eliud Kipchoge en 2019 bajo una semiótica de la moda orientada hacia la marca.

Palabras clave: Moda, calzado deportivo, marca, fibra de carbón.

One of the main characteristics of fashion is the variation of its forms, which allows differentiating social classes, eras and currently brands. Sports fashion has advanced considerably in recent years and different events allow material forms to need updating. Specifically, sports footwear is in a new stage to be explored, which involves, on the one hand, the professionalization of its users. From them the questions arise: how is sports fashion established? What kind of mechanisms does it use?

This article addresses Eliud Kipchoge's record in 2019 under a brand-oriented semiotics of fashion.

Daniel Anica es egresado de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. Cursó el área de especialización en Semiótica Visual y Semiótica de la Imagen.
Email: Danielanicareyes2@gmail.com

Recibido 09/02/2021

Aprobado 15/02/2021

Atribución-NoComercial-CompartirIgual
CC BY-NC-SA



INTRODUCCIÓN

En 2019, el corredor keniano Eliud Kipchoge rompió el récord de dos horas para un maratón, con un tiempo de 1:59:40. A pesar de ser un suceso internacional e histórico, no es reconocido como un récord oficial, debido a las condiciones de preparación del maratón, entre las cuales se encuentra el calzado que llevaba puesto Kipchoge. Dicho evento transformó la visión e importancia del calzado deportivo en la industria de la moda deportiva.

La zapatilla *Nike Air Zoom Alphafly Next%* fue elaborada a partir de materiales tecnológicos patentados por la marca: almohadillas Zoom Air, espuma ZoomX, tela AtomKnit y placas triples de carbono. A partir de esto, diferentes marcas aumentaron su interés por confeccionar calzado especializado para su uso masivo. Lo anterior, permite reconocer un proceso de socialización del gusto, en el cual las marcas son repetidores de un mismo elemento. Por tal motivo, es importante analizar con mayor detalle el papel de las zapatillas en el récord de Kipchoge y en la modalización – o socialización – de sus elementos por otras marcas.

Para ello, es pertinente la perspectiva semiótica de la moda seguida por Lucrecia Escudero (2020), en la cual la moda no es un *sistema*, sino un proceso de *semiosis cultural*. Es decir, cuando se reconoce el proceso de conexiones lógicas en la moda, se permite desarticular los elementos y entender su funcionamiento en la sociedad. Es así que surgen las preguntas: ¿De qué manera repercutió este evento en el diseño de calzado deportivo?, ¿Qué tipo de mecanismos utiliza?, ¿Cómo establece una marca deportiva una moda? El objetivo de este trabajo es presentar una explicación semiótica sobre un evento y un producto deportivo.

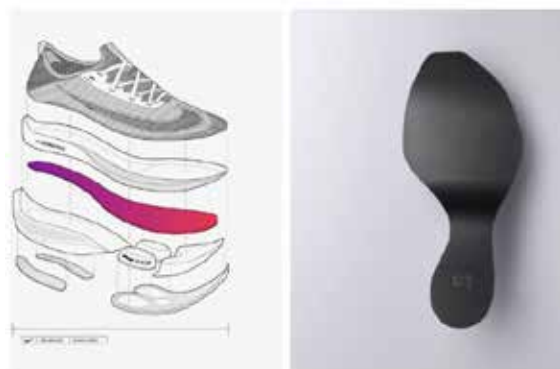


Fig. 1. Ilustración de las zapatillas deportivas Nike Air Zoom Alphafly Next elaborada por Nike.

1. LA MODA DEPORTIVA

De acuerdo con Roland Barthes (1966) existen tres tipos de variaciones capaces de modificar una cultura: los acontecimientos, las coyunturas y las estructuras. Cada una se caracteriza por el periodo de duración y el cambio implicado: en la primera son los cambios manifestados de manera anual; en la segunda, *son las variaciones sobre las formas arque-*

típicas producidas generalmente por las modas; y en la tercera, son las formas arquetípicas del vestido donde se presentan pocas o nulas variaciones. En tal perspectiva, el récord de Kipchoge se encuentra en la transformación de las coyunturas del diseño de calzado deportivo que hasta ese momento solo se ocupaba de mejoras materiales y elementos atractivos.

Lo particular de tales zapatillas deportivas ha sido la especialización de su función. Además de proteger el pie durante la carrera, se perfila como prótesis según Umberto Eco (1997). Puntualmente me refiero al tipo de prótesis *extensiva*, la cual prologa la acción natural del cuerpo. Las zapatillas deportivas se constituyen como prótesis porque mejoran el rendimiento y la biomecánica del cuerpo, trabajan con el y le permiten alcanzar otros objetivos que por sí solo no podría.

El aumento de la función en la zapatilla generó el inicio de una moda: *la superzapatilla deportiva*. Es decir, el diseño y la confección se dirigen hacia un objeto especializado y alejado del calzado deportivo común, preparado principalmente para atletas de “alto nivel”, y que poco a poco llega al público general. Este fenómeno fue observado por Simmel:

“la moda, esto es, la nueva moda, sólo ejerce su influjo específico sobre las clases superiores. Tan pronto como las inferiores se la apropian y, traspasando las fronteras que la clase superior ha marcado, rompen la unidad de ésta que la moda simboliza” (2014: 40):

La moda sucede con las clases superiores y posteriormente influye a las inferiores como lo reconoce Simmel. De tal manera, en el mundo deportivo las clases superiores son los atletas de alto rendimiento quienes históricamente son los precursores de las transformaciones deportivas más relevantes, pues en sus actividades se encuentran los límites de la innovación y transformación.

Por tal motivo, es evidente que el paso de la moda entre una clase y otra motiva la transformación y la innovación constante (Simmel 2014: 48). Es así que solo hay moda en un esquema de ruptura, progreso e innovación, o en otras palabras de modernidad (Baudrillard 1976 [1980]).

Cuando se diseña un producto exclusivo y especializado se vuelve deseable para el público general y establece un tipo de semiosis a favor de la marca deportiva. De esta forma se define una tendencia para el sector del running, en donde los productos están diseñados para cumplir las necesidades modernas impuestas por atletas de alto rendimiento como es el caso de Kipchoge. Georg Simmel describió tal comportamiento como la (2014: 35) “imitación de un modelo dado” y que “conduce al individuo por la vía que todos llevan, y crea un módulo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla”.

De acuerdo con Lucrecia Escudero (2020:40) la Moda “más que un Sistema, como lo veía Barthes, es un proceso de semiosis cultural donde la tendencia incidiría sobre la Moda, marcando el ritmo y los ciclos de cambios”. En el caso del récord de Kipchoge, las zapatillas deportivas Nike inauguran una etapa para la industria del calzado deporti-

vo respecto a las funciones e innovaciones tecnológicas. ¿Cómo observa la semiótica tal proceso? Es posible entonces establecer un acercamiento semiótico sobre el acontecimiento desde la perspectiva de Charles Sanders Peirce (1955) en la cual define a un signo como “Algo que está en lugar de otra cosa bajo cierto aspecto o circunstancia” y de acuerdo la propuesta metodológica de Alfredo Cid (2019), se puede representar tal evento deportivo de la siguiente forma:

Signo	Acontecimiento
Algo	Zapatillas exclusivas Nike
Que está	relación lógica
En lugar de otra cosa	Superioridad deportiva
Aspecto o circunstancia	Romper un récord mundial

Fig. 2 Aplicación del signo Peirceano al acontecimiento deportivo. Elaboración propia a partir de Cid Jurado (2019)

A partir del acercamiento semiótico se observa que, Nike aprovechó el récord para posicionarse como una marca con superioridad deportiva y al mismo tiempo estableció un modelo para el sector del running. A partir de ello, Nike presentó la colección de este par de zapatillas en una versión menos especializada para el público general. Como lo menciona Volli (2001) desde hace más de un siglo, las variaciones producidas por la moda se presentan en forma de colecciones; la moda como un conjunto de propuestas de vestidos ligados fuertemente al tiempo y al autor. Las colecciones facilitan identificar los cambios que median el gusto y el sentido común característicos de una época. De esta manera, la moda anticipa momentos de transición y representa transformaciones en el gusto (Calefato 2001).

A continuación, se toma como ejemplo un caso similar: el de Michael Jordan. Con la finalidad de comparar las formas utilizadas por Nike en el posicionamiento de sus productos. En 1985 Michael Jordan utilizó las zapatillas Nike Air Ship Pro en algunos partidos, y la NBA decidió prohibirlas por incumplir las normas de los uniformes. En consecuencia, Nike y Jordan diseñaron las zapatillas Air Jordan 1 con la finalidad de usarlas en partidos oficiales y al mismo tiempo venderlas al público en general.

Es importante recapitular hasta este punto las recurrencias en ambos casos, para así esclarecer las formas utilizadas por Nike en el posicionamiento de sus productos:

Elementos	Recurrencias	
Figura deportiva	Michael Jordan	Eliud Kipchogue
Producto especializado	Nike Air Ship Pro	Nike Alphafly
Evento Deportivo	Partido NBA	Maratón de Viena
Lanzamiento de producto menos especializado	Jordan 1	Nike Air Zoom Alphafly Next%

Fig. 3. Cuadro de elementos recurrentes en la moda deportiva de Nike. Elaboración propia.

2. NUEVOS SIGNOS EN LA MODA DEPORTIVA

Algunos de los efectos del evento de 2019 se observan en otras marcas deportivas. A continuación, se enlistan los casos más representativos de las zapatillas elaboradas con objetivos similares (recorrer distancias más largas en menos tiempo o con menor esfuerzo) o con materiales similares (fibra de carbono).

Marca	Modelo de calzado Deportivo	Material característico	Finalidad
Asics	Metaracer	La espuma FLYTEFOAM de la entresuela, que brinda mayor reactividad	Corredor Casual
Adidas	ADIZERO ADIOS PRO	En la mediasuela usa tecnologías como la espuma Lightstrike PRO y las varillas de carbono EnergyRods,	Maratón
New Balance	Fuel Cell TC	Con la exclusiva tecnología FuelCell se obtiene un mayor retorno de energía, mejorando la propulsión para ganar en velocidad,	Milla Atlética, 1.609 metros
HOKA ONE	ONE CARBON X-SPE	La placa de carbono permite conseguir una zancada más enérgica,	Carreras largas y difíciles.
HOKA ONE	ONE Carbon X	La placa de fibra de carbono en la zona delantera del modelo para favorecer la fase de impulso;	Largas distancias
Saucony	Endorphin Pro	Placa de carbono y espuma de amortiguación mejorada	Impulso rápido
Skechers	Speed Elite Hyper	HyperBust de Skechers en la mediasuela y la placa de carbono	Velocidad

Fig. 4. Cuadro de modelos de zapatillas deportivas. Elaboración propia

Los materiales en común no son utilizados ilusoriamente, sino que tienen una función comunicativa evidente. Es decir, existe la regularidad de usar la fibra de carbono con la misma finalidad: significar la velocidad. Sin embargo, es necesario preguntarse ¿cómo se articula dicha conexión? En principio esto corresponde a las cualidades físicas del material; la fibra de carbón es ligera con respecto a otros materiales y tiene una elevada resistencia a la tensión y compresión. Este material también es usado con los mismos principios por la industria automovilística, aeronáutica, naval, entre otras. En segundo lugar, el significado es puesto en marcha gracias a las conexiones lógicas derivadas de su uso.

Tales cualidades justifican su uso en las zapatillas deportivas donde cumple además una doble interacción: una con el usuario y otra con el objeto-zapato. De esta manera, la

función de dicho material en forma de plantilla dentro de las zapatillas deportivas se configura como interfase según Gui Bonsiepe (1999):

La interfase es el ámbito central hacia el que se orienta el interés del diseñador. Gracias a la proyección de la interfase se articula el campo de acción en la etapa de utilización de los productos: la interfase vuelve accesible el carácter instrumental de los objetos y el contenido comunicativo de la información (Bonsiepe 1999: 17).

De acuerdo con Bonsiepe la interfase no es un objeto sino un espacio en el cual se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta y el objeto de acción; es entonces fundamentalmente el factor constitutivo del utensilio. Se retoma a continuación el diagrama propuesto en su libro con el fin de esclarecer el papel de la interfase:

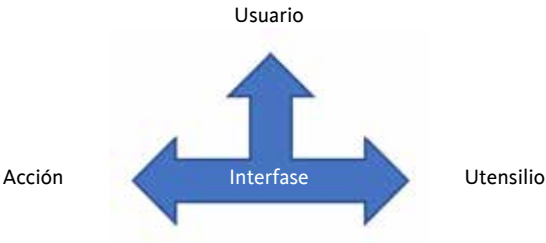


Fig. 5. Esquema de la interfase elaborado por Gui Bonsiepe

La plantilla de fibra de carbono funciona como interfase porque logra mediar entre el atleta, la zapatilla deportiva y la carrera. De esta forma se establece como el factor constitutivo del utensilio deportivo.



Fig. 6. Esquema de la interfase relaborado hacia la fibra de carbono.

La preocupación moderna de las zapatillas deportivas se centra no únicamente en satisfacer al usuario, sino también en devolverle la mayor cantidad de energía mientras corre, de manera que la zapatilla deportiva funcione como una especie de resorte para empujar al atleta hacia adelante. Por esta razón, el material de las zapatillas Nike de Kipchogue se convierte en un signo de la velocidad, gracias a sus cualidades inmanentes y a su articulación con una semiósis de la marca. Ahora parece importante establecer una

propuesta semiótica de corte cognitivo donde se aclaren las conexiones lógicas presentes en la formulación de dicho signo:

Signo	Material
Algo	Fibra de Carbono
Que está	relación lógica
En lugar de otra cosa	Reactividad/velocidad
Bajo cierto aspecto	pisada
O circunstancia	Correr

Fig. 7. Aplicación del signo Peirceano a la fibra de Carbono. Elaboración propia.

3. BREVES CONCLUSIONES

La moda a través de las tendencias elabora nuevas formas de representación haciendo uso de los principios físicos que la fibra de carbón le permite, pero también resemantiza los acontecimientos individuales en un significado social. Es decir, el éxito de un personaje lo transforma en una estrategia de posicionamiento para una marca y en un valor compartido socialmente. Sin duda sería interesante abordar este mismo suceso desde una semiótica narrativa.

Debido a su cualidad reactiva, la fibra de carbono se constituye como una interfase, pues parte de la presión con que se ejerce la pisada es devuelta al corredor en forma de propulsión. Este hecho físico se convierte en el elemento identitario para algunos productos deportivos modernos y, es posible que siga desarrollándose en el futuro gracias a las posibilidades aplicativas. Además, el uso de este material especializado orienta a la profesionalización de los usuarios en la técnica de carrera con la finalidad de obtener el mayor beneficio que este puede proporcionar.

El significado utilizado para la fibra de carbono como signo de velocidad se establece también en conjunto con otras áreas. De esta forma se configura un sistema de significado mucho más elaborado y socialmente compartido. Es decir, es reforzado. El retorno de la energía (que es una cualidad del material y de su modelación) se ha transformado además en el concepto de algunas colecciones deportivas, lo cual enriquece aún más el panorama para este punto de interés.

La relevancia de una semiótica de la moda se hace presente cuando nos encontramos ante eventos históricos que logran transformar las formas arquetípicas del vestuario. Observar la moda como un proceso involucra reconocer todos los elementos que participan en su establecimiento, desde los hechos sociales hasta los elementos materiales. Los cuales no deben estudiarse por separado pues ambos contribuyen a la materialización y la significación de la moda.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, R.** (1967 [2003]) *“Système de la Mode”*. París: Éditions du Seuil, (TR) “El sistema de la moda y otros escritos”, (2003) Ediciones Paidós, Barcelona.
- BAUDRILLARD, J.** (1968[2003]) *“L’échange symbolique et la mort”*, París: Gallimard, (TR) “El intercambio simbólico y la muerte”, (2003) Siglo XXI Ediciones, Madrid.
- BONSIEPE, G.** 1995 *Dall’oggetto all’interfaccia*. Mutazioni del design, Francia: Presses universitaires de France (TR) “Sociología del rito”, (1972) Amorrortu Editores, Argentina
- CALEFATO** 2001 “El cuerpo vestido, los sentidos y la escritura: entre *La moda y el cine*. Designis 01, p 203-224.
- BONSIEPE, G.** 1995 *Dall’oggetto all’interfaccia*. Mutazioni del design, Francia: Presses universitaires de France (TR) “Sociología del rito”, (1972) Amorrortu Editores, Argentina
- CID, A.** (2019) Catedra de Semiótica Umberto Eco
- ECO, U.** (1968 [2016]) *La struttura ausente. Introduzione a lla ricerca semiologica*. Milano: Bompiani (TR) “La estructura ausente”, (2016) Segunda edición, México, Debolsillo.
- (1975[2016]) *Tratado de Semiótica General*, (2016) Segunda edición, México, Debolsillo.
- (1997[2019]) *Kant e l’ornitorrinco*, Milán: Libri, (TR) “Kant y el Ornitorrinco” segunda edición, Penguin Random House, Barcelona.
- ESCUADERO, L.** (2020) *Moda y Tendenci(s) en el momento neorromántico*. Designis 32, p 37-47
- PEIRCE, C.** (1955) *Logic as semiotics: a theory of signs. Philosophical Writings of Peirce*. New York: Dover Publications
- SIMMEL, G.** (1905[2014]) “Filosofía de la moda” (2014) Madrid: Casimiro.

