

TENDENCIA

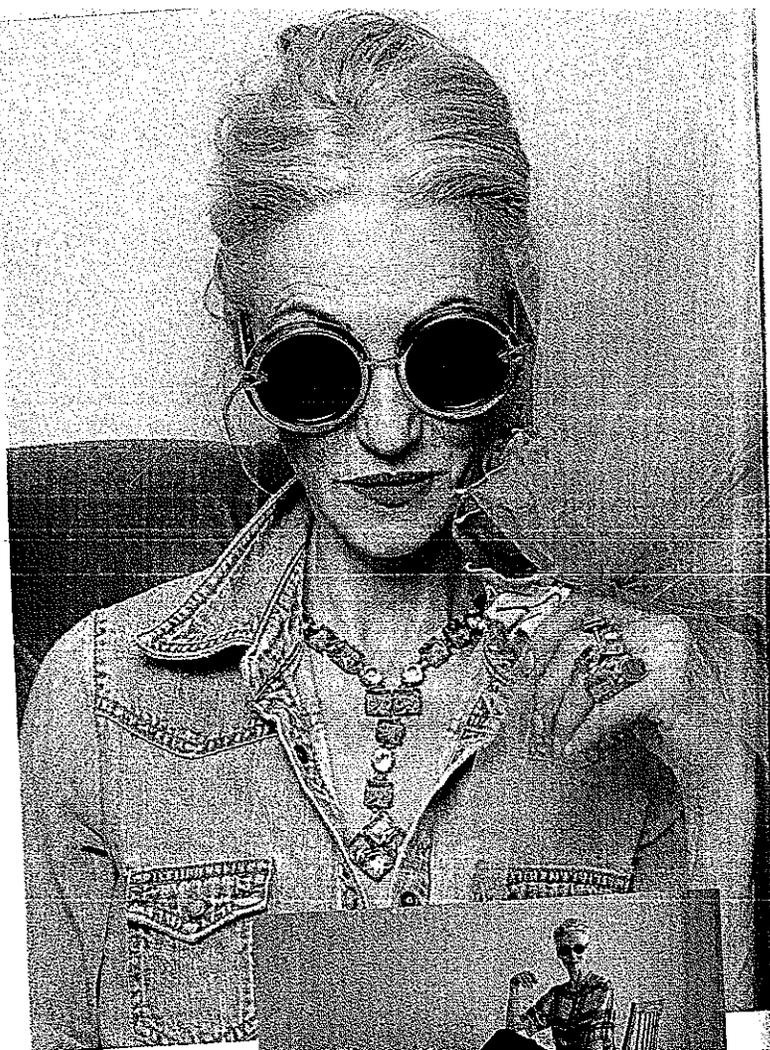
Diosas sin edad

De repente, se da un nuevo paradigma que revaloriza el paso del tiempo y ahora cumplir años te suma onda.

Por Florencia Mangini*.

*Fashion Trend Manager-Visiones.

Si ponés *ageless* en el navegador vas a ver que la mayoría de los links está asociada al mundo de la belleza. En sí, *ageless* quiere decir sin edad, pero la idea alude a la eterna juventud. Trasladado al mundo trendy, el término hoy significa otra cosa: como la *juventud quirúrgica* ya fue, aquellos interesados realmente en actualizarse tendrán que amigarse con los años y empezar a descubrir los beneficios de envejecer. El estilo y, en particular, la moda, se reinventan todo el tiempo. ¿Por qué no aplicar la misma idea a uno mismo? Porque, aunque la cultura contemporánea promueva la juventud eterna del aspecto exterior –y aunque nadie nos diga cómo hacer con nuestro interior–, lo cierto es que la edad ya no es más una condición a la hora de consumir lo que se usa. Si dentro de vos hay una rebelde sin causa, los años son el nuevo lifting.



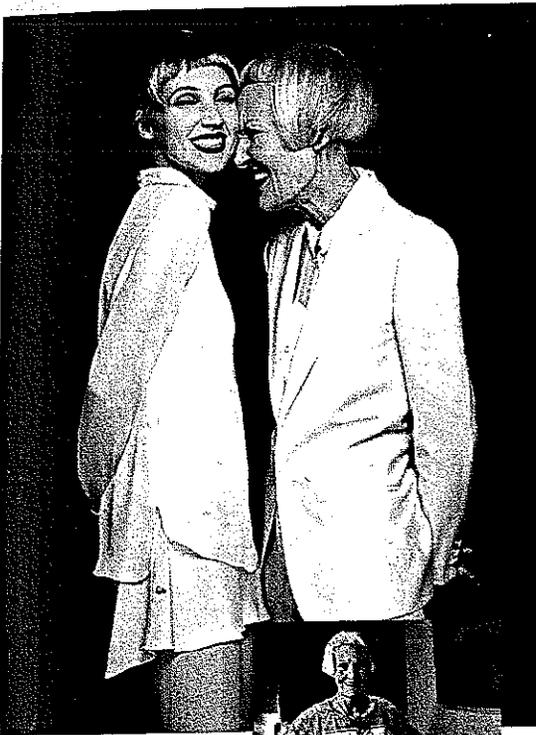
Linda Rodin,
dueña de la
línea de belleza
Olio Russo,
fue modelo de
la campaña de
anteojos Karen
Walker.



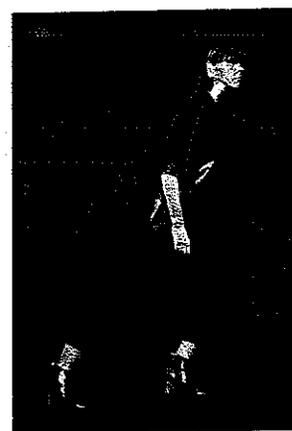
A la izq., Sue
Kreitzman,
en Fabulous
Fashionistas:
"Envejecer es
un privilegio."
A la derecha,
la mitica Iris
Apfel, 93 años.



Foto: Corbis / Latinstock.



Jean Woods -otra Fabulous Fashionista- fue imagen de la campaña de la peluquería inglesa Francesco Group.



¿A quién se le ocurriría usar a su mamá de modelo?

A Charlie Engman, un joven talento de la fotografía de moda, con clientes como Urban Outfitters, o las revistas Another Magazine y Jalousie. Tiene 27 años, estudió lenguas orientales en Oxford y, mientras terminaba la facultad, decidió empezar a fotografiar a su mamá. El resultado fue inesperado: la revista húngara The Room vio el material y lo comisionó para que continué. En las fotos, la mamá de Charlie no se ve más joven, pero lleva con estilo insuperable las últimas prendas de la colección de Prada.



Canas = actitud

Nadie critica a la diseñadora Vivienne Westwood por teñirse el pelo de naranja, usar la piel color marfil con arrugas, subirse a tacos empinados o tener un marido veinte años más joven. Muchas de las actitudes de Vivienne son posibles porque es grande, sabe lo que quiere y no le importa el que dirán. Ari Seth Cohen es el creador de *Advanced Style*, un blog dedicado a retratar a mujeres mayores portadoras de un estilo 100% personal. Además, editó dos libros sobre el tema y un documental que lleva el mismo nombre del blog. Las mujeres que aparecen en sus posts se jactan de

su aspecto y de sus elecciones, y todas comparten la sensación de haber vivido lo suficiente como para perder el tiempo en cosas tan sin sentido como la opinión de los demás.

La idea regente es nunca asociar a la vejez con el aburrimiento. Y así se hace evidente en *Fabulous Fashionistas*, el corto de Sue Bourne (73 años) con historias de mujeres de ochenta años que aman lookearse.

Nuevo grupo de consumo

El concepto *ageless* abre la puerta a un nuevo grupo de consumidoras, dice Soledad Offenhenden, directora de *Visiones Trend Forecasting*.



“La mayoría de las marcas pone el foco en los jóvenes y trata a los adultos como un grupo único y homogéneo, pero hoy la edad se ha vuelto irrelevante en los círculos de la moda.” La realidad indica que no hay un estilo único de mujer mayor: las tecno, las rockeras, las ecologistas y las intelectuales consumen moda a su manera. Además, agrega Soledad, “este grupo de hombres y mujeres no quieren ser tratados como viejos, pero tampoco como jóvenes. Muchos años no significa jubilado: es un retiro activo”.

Tal es el caso de Linda Rodin, que a los 60 años se convirtió en toda una entrepreneur de belleza, con una línea premium *—Olio Lusso—* que se vende en las tiendas más exclusivas del mundo. Linda ostenta también un look muy particular: pelo silver gray, labios fucsia, anteojos y, para vestirse, un mix de básicos con accesorios que ella combina a su manera.

Esto es lo que da la edad: seguridad en uno mismo. Años de probar lo que te queda bien y la emancipación —finalmente!— de los mandatos. ◀

Sarah Harris, la editora de la sección Crónicas de Moda de la *Vogue* británica, tiene el pelo canoso desde los 18 años. Cuenta que al principio fue una catástrofe, pero luego lo tomó como algo natural. Hoy, con 35, está orgullosa de su color porque se transformó en un sello, y dice que las adolescentes la paran por la calle para preguntarle que número de tintura usa o a qué peluquería va.



THE CURATORS

Para el laboratorio de tendencias *Visiones*, la experiencia será un valor el invierno que viene. Ellos le llaman *The Curators*: es una línea de moda que hace pie en los objetos únicos, los valores de la buena calidad y lo auténtico, la sensibilidad para los materiales y los detalles. La propuesta es optar por abrigos importantes, ampliar la carta de colores con tonos como el maíz, el rojo poppy, el morado y el fucsia-phlox, que se suman al negro y el gris. Y divertirse con prendedores, colgantes y aros vintage. Las mujeres ícono de *The Curators* son Delfina Dellietrez Fendi,

Tavi Gevinson y Madame D, el personaje encarnado por Tilda Swinton en *Hotel Budapest*.
<http://visionesblog.com.ar/>



Campaña Colección