

DEPORTE

Y

MODA

Autores:

Lander Belaunzaran

Naiara Sánchez

Kaiet Perez

Lidia Martín

Índice

Introducción.....	página 3
Deporte.....	página 4
Moda.....	página 5
El deporte dicta la moda.....	página 6-7
Deporte de moda: golf.....	página 8-9
Música y deporte a la moda.....	página 10-11
Deportistas patrocinadores.....	página 12-13
Impacto del deporte en la sociedad.....	página 14-15
El consumo de la moda deportiva.....	página 16
Puma cológico.....	página 17-18
Ternua.....	página 19-20
Conclusión.....	página 21
Bibliografía.....	página 22

Introducción

El tema que os vamos a exponer a continuación consta sobre el deporte y la moda.

Nos decidimos por el tema dicho anteriormente ya que el deporte dicta la moda.

Nos parece un buen tema para hablar sobre él dado que la moda esta muy presente en nuestra vida cotidiana.

Sin más que decir comenzamos con nuestro tema.

Deporte



Toda aquella actividad que se caracteriza por tener un conjunto de reglas y costumbres, a menudo asociadas a la competitividad, por lo general debe estar institucionalizado, requerir competición con uno mismo o con los demás y tener un conjunto de reglas perfectamente definidas. Como término solitario, el deporte se refiere normalmente a actividades en las cuales la capacidad física, pulmonar del competidor es la forma primordial para determinar el resultado.

Moda

La moda, es un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de unos criterios de gusto.

Son aquellas tendencias repetitivas, ya sea de ropa, accesorios, estilos de vida y maneras de comportarse, que marcan o modifican la conducta de una persona. La moda en términos de ropa, se define como aquellas tendencias y géneros en masa que la gente adopta. Se refiere a las costumbres que marcan alguna época o lugar específicos, en especial aquellas relacionadas con el vestir o adornar. Aunque siempre todo va a ir por épocas y dentro de cada época se van a deslindar diferentes tipos de modas.



El deporte dicta la moda

Nike, Adidas o Puma han entrado plenamente en el mundo de la moda. Y además están muy de moda. Sus zapatillas y prendas de vestir ahora son la estrella de la calle y de la pasarela.



Las zapatillas deportivas o las sudaderas se han convertido en piezas imprescindibles en los mejores fondos de armario. Esta tendencia combina la última tecnología en producción y materiales con la recuperación de estilos y diseños del pasado.

No vale cualquier prenda deportiva para ir a la moda, y ahí está el negocio. Las grandes firmas han incorporado plenamente en sus colecciones el diseño pensado para llevar en la calle: Nike ha lanzado este invierno una línea de zapatillas para mujer en sofisticados acabados de piel y que tienen el bolso de mano a juego.

El nuevo mercado potencial que abre esta moda es enorme y se observa rápidamente en cómo ha cambiado la distribución: estas marcas ya no se venden sólo en tiendas de deporte, pero tampoco se conforman con las zapaterías convencionales, sino que triunfan en las tiendas de moda más fashion. Y también son las propias firmas de deporte las que en estos momentos están abriendo las tiendas más innovadoras del mundo.

La alemana Puma fue durante muchos años una marca de calzado para atletismo y fútbol, que basaba su marketing en los éxitos de sus deportistas y equipos patrocinados.

Powered by Highslide JS



Puma replanteó a mediados de los 90 su marca hacia la moda y fue pionera en colaborar con diseñadores de primer nivel.

Pero la moda del deporte no es sólo un negocio para las

multinacionales. La empresa catalana de calzado deportivo Munich -la de la X en el lateral- ilustra muy bien esta transformación. Especializada desde 1939 en calzado técnico para fútbol sala, balonmano y atletismo, en el 2000 facturó tres millones de euros.

Adidas ha presentado una colección para su división Performance -precisamente la que está pensada para la práctica de deporte- firmada por Stella McCartney.

La línea del grupo que más crece es la de moda urbana, inspirada en prendas del pasado, y para ello Adidas incluso ha recuperado el logo de las tres hojas.

Y tiene también una división propiamente fashion, denominada Y3, y que es el resultado de la colaboración con el japonés Yohji Yamamoto. Puma acumula también una larga lista de colaboradores de diseño: destaca el éxito de la marca Nuala, firmada por la top model Christy Turlington y pensada para yoga y actividades de cuerpo-mente.

Deportes de moda: golf

Los orígenes del golf, como ocurre con la mayor parte de los deportes, no son claros y muchos pueblos han intentado atribuirse su invención.

Sin embargo hay varias prácticas deportivas de diferentes sitios del globo y diferentes épocas que pueden considerarse el preludio de lo que hoy conocemos como golf. Quizás la más antigua



sea *la paganica*, practicada por los romanos. Los instrumentos empleados eran un palo curvado y una pelota con plumas; la lógica del juego era similar a la del actual golf.

Otras opiniones apuntan a los Países Bajos por la etimología: "*kolf*" significa pelota o bola en holandés, el juego se denominaba "*kolven*" y de aquí podría venir "*golf*".

Pero de una forma u otra el único dato tangible es que el golf de la actualidad se inventó en Escocia hacia el siglo XIV y de aquí se exportó al resto del mundo.

En principio tuvo que prohibirse oficialmente porque el rey temía que la práctica del golf hiciese disminuir el tiro con arco, necesario militarmente. De todas formas el pueblo no hizo caso y siguieron jugando al golf, con lo que acabó derogándose.

María Estuardo fue la primera que llevó el golf fuera de Escocia, en concreto a Francia. Allí tenía algunos ayudantes en el campo, a los que llamaba "*cadets*"

(alumnos). De aquí surge la actual denominación de los "*caddies*". Alrededor de esta época el golf también llega a Inglaterra y acaba convirtiéndose en un juego selecto, al contrario que al principio, cuando el pueblo llano y los nobles jugaban indistintamente. A partir de la influencia inglesa el golf se considera un deporte selecto, de elites y seguirá considerándose así pues es este país el que lleva el deporte a Estados Unidos, otra de las cunas del golf actual.

El deporte sigue avanzando, a la par que avanza la ciencia y con ella los materiales de los palos y pelotas o el estado de los campos. Los jugadores empiezan a asociarse sobre el siglo XVIII. La primera asociación conocida es la Honourable Company of Edinburgh Golfers, de Escocia. En España el primer club de golf se funda en Las Palmas de Gran Canaria en 1891.

Desde finales del S.XIX hasta nuestros días se ha multiplicado el número de campos por todo el mundo, así como los practicantes del deporte. Incluso podría hablarse de la fiebre del golf, una moda sin precedentes que ha conseguido reunir entorno a sí una serie de complejos turísticos, pensados para girar a su alrededor: hoteles, urbanizaciones, restaurantes...

Ahora no se construyen campos de golf alrededor de lujosos hoteles, sino que los hoteles de cuatro y cinco estrellas se levantan a la sombra de extensos campos e incluso llega a haber calles de algunos campos de golf que a la vez hacen de pequeño jardín de los chalets de una urbanización.

Música y deporte a la moda

1. Jugador del Winterthur FCB, ganó el Mundial de baloncesto 2006 con la selección española. Tote King (Sevilla. 1978). Manuel González –es su nombre real– es rapero y fue jugador juvenil de baloncesto en Segunda División con el Caja San Fernando. Compuso, junto a Dj Gri-fi, “Al rojo vivo”, el tema de la selección española para el Mundial de baloncesto 2006, y su último disco es “Un tipo cualquiera”. Juan Carlos Navarro, cazadora CH de Carolina Herrera, polo de Etro y bermudas de Neil Barrett. Tote King, sudadera de Wrung y camiseta y pantalón de Kix.
2. Lorena Gómez (Lleida. 1986). Ganadora de la última edición de “Operación Triunfo”, su primer disco, titulado “Lorena”, apareció en marzo de este año. Feliciano López (Toledo. 1981). Componente del equipo español de la Copa Davis en individuales y dobles, en el 2005 se convirtió en el primer tenista español desde Manuel Orantes (1972) en alcanzar los cuartos de final del torneo de Wimbledon. Lorena, cazadora de Neil Barrett, camiseta de Nike y short de Stella McCartney. Feliciano López, chaqueta de Lanvin y camiseta y pantalón de Nike
3. Chema Martínez (Madrid. 1971). Corredor de 10.000 m y maratón, tiene uno de los mejores historiales en el fondo español. Quedó segundo en 10.000 m en el Europeo de atletismo 2006. Mai Meneses (Madrid. 1978), licenciada en Derecho, cantante y compositora, y Kim Fanlo (Barcelona. 1976), guitarra y arreglista, forman el grupo Nena Daconte. Juntos han grabado “He perdido los zapatos” y ganaron los premios Ondas y Principales al grupo revelación 2006. Marta Domínguez (Palencia. 1975). Corredora de 5.000 y 10.000 metros, está considerada la mejor atleta española de todos los tiempos. Fue campeona



de Europa en 5.000 m en el 2006. Chema Martínez, ha patrocinado la chaqueta de Ermenegildo Zegna y pantalón de Dockers.

4.

Fabio Cannavaro (Nápoles, Italia. 1973). Jugador del Real Madrid, campeón de la Liga española 2007 y capitán de la selección italiana, con la que ganó el Mundial de fútbol 2006. Ese mismo año obtuvo el Balón de Oro europeo. David de María (Jerez de la Frontera, Cádiz. 1976). Inició hace diez años su carrera como compositor e intérprete en solitario. Su último trabajo, "Caminos de ida y vuelta", fue premiado con el Ondas 2006 al mejor álbum del año. David de María, chaqueta de Boss Hugo Boss, polo de Cruciani y pantalón de Dockers. Fabio Cannavaro, conjunto de Nike



La moda urbana que se ha impuesto en los últimos años constata la interconexión que existe entre música y deporte. La ropa de competición, o inspirada en ella, es la que han adoptado los raperos y músicos de hip-hop e,



influidos por ellos, un buen número de jóvenes, y no tan jóvenes, consumidores de todo el mundo. A su vez, la tecnología desarrollada para facilitar el acceso a la música en cualquier momento y lugar sirve ahora para que los atletas y deportistas puedan tener información sobre la marcha de sus entrenamientos, el tiempo, la distancia y las calorías quemadas, por ejemplo, y a través de una web analizar las

carreras y guardarlas para futuras referencias; o establecer retos personales. Sport Nike+ iPod es un sistema inalámbrico que la firma estadounidense ha desarrollado en colaboración con Apple. Un sensor situado en la suela de la zapatilla diseñada para ello se conecta con un receptor, que puede colocarse en los bolsillos de camisetas, pantalones y sudaderas diseñadas para ello.

Deportistas patrocinadores



David Beckham

FÚTBOL

El archiconocido futbolista que ahora juega en el Milán es de sobra conocido por convertir en tendencia todo lo que toca y todo lo que se pone. Cuida mucho su imagen y le encanta combinar prendas más casual con otras más de vestir. Es imagen de Armani y no renuncia a su estilo deportivo.

Fíjate en: Sus zapatillas, versiones personalizadas del modelo Predator de Adidas.



Iker Casillas

FÚTBOL

¿Quién es considerado el portero más cool del momento? ¿Qué deportista ha puesto de moda prendas deportivas que se convertido en un básico en los armarios masculinos? ¡Ése es Iker Casillas!

Fíjate en: Sus guantes Vector Plus de Reebok.

Torah Bright



SNOWBOARD

La campeona del mundo de snowboard, Torah Bright, se ha apuntado a diseñar una nueva colección ultra femenina y llena de glamour para facilitar la práctica de este deporte con estilo.

Rafa Nadal



TENIS

Rafa Nadal ha sido uno de los deportistas siempre al loro de lo último de lo último en lo que a tendencias en las pistas se refiere. Desde sus piratas blancos que le catapultaron a la fama, ahora podemos ver cómo luce un look con camiseta de manga corta.

Impacto del deporte en la sociedad

El deporte está inmerso en los diferentes ámbitos de la vida como son el trabajo, la educación y el ocio. Se busca con el deporte el desarrollo como personas y la construcción del ego, que alguien ha denominado. También se busca el perfeccionamiento del cuerpo físico, la belleza, el desarrollo mental, la inteligencia o la creatividad. A su vez el ejercicio genera alegría y buen humor y sirve para amortiguar el estrés acumulado a lo largo del día, liberando tensiones. En el ámbito educativo, las universidades y los centros escolares utilizan el deporte con el propósito de facilitar el desarrollo motriz, intelectual y personal de las personas, ayudando a crecer y a desarrollarse como seres humanos adultos y maduros y promoviendo el alcance de una vida estable y en armonía. En el mundo laboral, cada vez más empresas utilizan el deporte para fomentar una buena comunicación entre sus miembros y facilitar el trabajo en equipo, limpio y constante. El espíritu de equipo y de superación mejora las relaciones interpersonales y la comunicación entre los trabajadores fomentando una actitud positiva, promocionando la salud en su lugar de trabajo, estimulando un estilo de vida activo, favoreciendo el buen humor, la concentración y un mejor liderazgo.



De hecho, en algunas empresas, del Departamento de Recursos Humanos depende un departamento o servicio deportivo. En la sociedad, el deporte en general suele ser un

fenómeno de masas. La publicidad, la TV, los sponsor, los ídolos, los grandes acontecimientos deportivos... mueven una gran masa social. Más que el deporte en sí mismo, lo que motiva es el espectáculo, el show de las estrellas, el ranking deportivo. La gente acude al propio campo a disfrutar viendo jugar a su equipo existiendo una identificación con el éxito del grupo o con el jugador admirado, hasta tal punto que usan términos apelativos familiares, y se apropian de los resultados, no ganó ni perdió sino que ganamos y perdimos.

Su inclusión en el ámbito de la moda es también evidente. Los diseñadores incluyen un estilo en sus colecciones, el "casual", con aires deportivos. El deporte es un fenómeno estudiado desde múltiples ámbitos del conocimiento, como la medicina, la sociología, la psicología, la pedagogía...siendo estas utilizadas para ofrecer logros y técnicas de mejora, apoyo, tratamiento o prevención de algunas patologías y problemáticas asociadas (prevención y tratamiento de la osteoporosis, obesidad, hipertensión arterial, enfermedades coronarias, en el desarrollo muscular en niños y adolescentes, depresiones, etc.).

El consumo de la moda deportiva

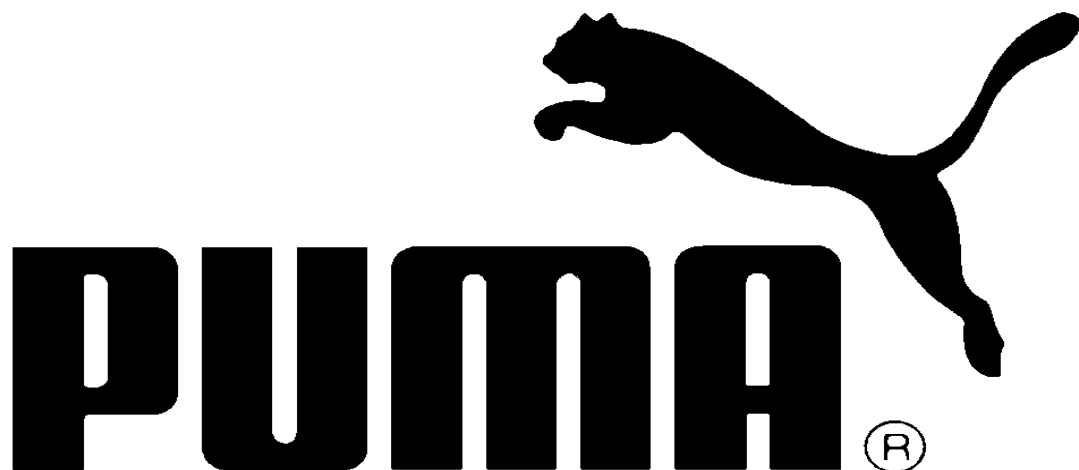
Según el último estudio encargado por la federación mundial de proveedores de material de deporte (WFSGI) a la consultora NPD, el consumo mundial de artículos deportivos aumentó, en 2006, un 4% alcanzando los 188.235 millones de euros. Más concretamente, mientras que el sell out de ropa de deporte creció un 6% superando los 83.088 millones de euros, el de calzado sólo lo hizo un 3% situándose en un consumo de más de 36.000 millones. Asimismo, el análisis refleja una ventas de bicicletas y componentes cercanas a los 20.000 millones de euros, lo que representa un aumento del 1% y un sell in de material para la prácticas de otros deportes que creció, el año pasado, un 4% (49.264 millones).



Puma ecológico

La empresa de artículos deportivos PUMA contrarrestará por completo sus propias emisiones globales de CO₂ para convertirse en la primera compañía carbono neutral dentro de la industria de artículos deportivos, anunció PUMA el jueves en la Cumbre Empresarial Mundial para el Medioambiente (B4E) en Seúl.

Además, PUMA contrarrestará las emisiones derivadas de los viajes internacionales de selecciones nacionales de fútbol patrocinadas por PUMA que participan de la Copa Mundial de Fútbol este verano en Sudáfrica.



Mundial 2010:

- La mayoría de los equipos europeos se concentrarán en regiones montañosas para aclimatarse cuanto al inicio del [Mundial de fútbol Sudáfrica 2010](#) que comienza en dos meses y que tendrá la peculiaridad de diez estadios por encima de los 1.500 metros del nivel del mar.

Holiday Check ha investigado los destinos escogidos por las selecciones.

Sudáfrica-México inaugurará el certamen el 11 de *junio* en el Soccer City de Johannesburgo

Sudáfrica: Los equipos europeos viajarán en busca de un clima similar a Sudáfrica, mientras que el anfitrión vendrá a prepararse a Europa. El equipo sudafricano se concentrará en la localidad bávara de Herzogenaurach, donde tienen su sede Puma y Adidas. Este último esponsoriza a los equipos de Sudáfrica y México. Ambos se entrenarán en la mencionada e impronunciable Herzogenaurach y se hospedarán en el Hotel Ramada, especializado en equipos de fútbol. Baste recordar la Eurocopa del 2008 cuando dicho hotel acogió al equipo alemán, subcampeón tras ser derrotado en la final por la furia roja.

España: Entrenará en las Rozas como es habitual y sólo viajará en los partidos previos al campeonato mundial. El equipo de Vicente del Bosque se desplazará el 29 de mayo a Vaduz para jugar contra el Liechtenstein, el 3 de junio jugará contra Corea del Sur en Innsbruck y el 8 de junio se despedirá de la afición en casa.

Italia: El vigente campeón se concentrará dos semanas en Sestriere. Dicha estación de esquí acogió los Juegos Olímpicos de invierno del 2006 y está curtida en hospedar deportistas. El equipo italiano se alojará en los hoteles Losetta y el Gran Sestriere.

Alemania: El equipo de Joachim Loew se pondrá en forma en Italia. Una avanzadilla entrenará en la cálida Sicilia del 14 al 21 de mayo. Tras la final de

la Copa de Alemania entre el Bayern de Múnich y el Werder Bremen el resto de jugadores se unirá al equipo en Appiano Gentile, una localidad de la Lombardía cerca del lago Como.

Inglaterra: El equipo de Fabio Capello entrenará en el corazón de Austria. Durante las dos semanas previas al Mundial los británicos establecerán su campamento base en la localidad de Irtding, a 1.450 metros por encima del nivel del mar. El 2 de junio pondrán rumbo a Sudáfrica.

Francia: El equipo galo se concentrará en Tignes a partir del 18 de mayo, una comarca francesa limítrofe a Suiza. El entrenador galo Raymond Domenech ha dejado muy claro por qué ha escogido los Alpes como destino. Quien no esté en condiciones de jugar allí tan poco podrá rendir en el Mundial...

La final del Mundial de Sudáfrica será el 11 de julio del 2010, a las 20:30, en el Estadio Soccer City de Johannesburgo.

Ternua

Ternua es una marca de ropa deportiva, es una marca vasca en concreto de Arrasate Mondragón y sus prendas son de gran calidad.

En la Edad Media los balleneros vascos viajaban a tierras desconocidas al encuentro de las ballenas que habían emigrado, cuando en el siglo XVI llegaron a una nueva tierra, Terranova, a la que los vascos llamaron Ternua.

De ahí toma esta marca su nombre, al que como imagen corporativa aparte del nombre también han incluido la cola de la ballena en honor a aquellos balleneros. La marca también adjunta en muchas ocasiones su lema que es un proverbio vasco " non gogoa, han zangoa " que significa donde van tus pensamientos, van tus pasos.

Es una muy buena marca de ropa deportiva, con muchos artículos sobre todo para montaña, pero cada vez más para el día a día. Expertos en ropa de invierno con pantalones, forros polares, camisetas térmicas, chamarras..... de alta calidad para no pasar frío.

También es cierto que es una marca cara, es raro encontrar algo "tirado" de precio, pero la calidad del producto merece el pagar algo más, además siendo diríamos una "marca de casa".

Conclusión: Ternua una gran marca de ropa deportiva.

Esta marca de ropa patrocina el concurso de supervivencia "El Conquistador Del Fin Del Mundo".



(Participando en el conquistador del fin del mundo)



(Prendas de vestir)



Logotipo de Ternua

Conclusión

Este trabajo nos ha servido para conocer más a fondo las razones por las cuales comparamos ropa cara.

Hemos aprendido que la ropa que patrocinan los famosos es más cara, y aún y todo sabiendo eso la gente sigue comprándola.

Por ello, hay que saber que no por que una ropa la patrocine un famoso, tiene porque ser más buena.

Bibliografía

www.wikipedia.com

