SNEAKERHEAD.

Es una moda que, como tantas otras, se originó durante los 80 en esa meca del consumismo.



Este término inglés, que literalmente se puede traducir como ‘cabeza de zapatilla de deporte’, define a aquellas personas obsesionadas con coleccionar ese tipo de calzado, siempre en busca de los modelos más exclusivos. Se trata de un hobby bastante caro, que se enfoca a las creaciones deportivas destinadas sobre todo al baloncesto y al skateboarding, y a marcas cotizadas, caso de Nike, Reebok, Supra, Adidas, Jordan, Saucony y Asics.

La de los sneakerheads es una moda que, como tantas otras, se originó durante los 80 en esa meca del consumismo que continúa siendo Estados Unidos, muy vinculada al baloncesto y al momento estelar que por entonces vivía Michael Jordan, en torno a quien surgió en 1985 el modelo de zapatillas de Nike Air Jordans. Fue fruto asimismo del ambiente que rodeó al éxito del [hip-hop](http://www.muyinteresante.es/salud/articulo/llega-el-brain-hop-la-fusion-de-hip-hop-y-neurociencia), movimiento artístico que proyectó todo un estatus social sobre este tipo de calzado.

El fenómeno, como era de esperar, traspasó fronteras, y en la última década es destacable su implantación en países de capitalismo reciente, como China y la República Checa. La industria ha sabido aprovechar el tirón de esta subcultura. Y así surgieron colecciones más estilizadas, pensadas para alimentar estas ansias coleccionistas, como las mencionadas Air Jordans, Nike Air Force 1, Nike Skateboarding y Nike Dunks.

Se trata de producciones limitadas, lo que incrementa su exclusividad y su precio, igualmente engordado dependiendo del color, que cuando es pintado a mano da lugar a cifras desorbitadas. Marcas de primer orden, como son Nike y Reebok, han abierto tiendas especializadas en este coleccionismo.