

La hora de los *yuccies*, *fitsers* y *metroespirituales*

Los *hipsters* están en retirada, frente al avance de los nuevos cánones estéticos masculinos

TERESA DE LA CIERVA
MADRID

Tal y como se manejan algunos en el ámbito de la política internacional, y cuando la «especie *hipster*» parece en retirada, podría creerse que el macho alfa es una especie omnipresente. Sin embargo, sociólogos y expertos en tendencias y estilos de vida a este y al otro lado del océano apuntan otros modos, bastante más moderados, que han encajado en tres categorías: *yuccies*, *fitsers* y *metroespirituales*. En España, la socióloga Berta Segura (DMentes) ha reunido estos tres patrones en un estudio que ha llamado «La nueva masculinidad», en el que trata de demostrar su teoría: «Si en el pasado la idea de virilidad se construía a través del éxito y el poder, hoy el hombre prefiere que sean sus pasiones, hobbies y estilo de vida lo que le definan».

YUCCIES. El panorama estético actual parece estar encabezado por los *yuccies* (*young urban creative* o «jóvenes urbanos creativos»), hombres preocupados por el desarrollo de su creatividad y talento, de estilo cómodo y cosmopolita. «Son en su mayoría emprendedores, tecnológicos, que van siempre minimalistas y a la última, y cuyos referentes estilísticos los encarnan Ryan Gosling, Ryan Reynolds o Robert Pattinson», Daniel Siciliano, el estilista del salón Blow Dry Bar Madrid, añade que el *yuccie* «cuida al máximo su imagen, pero con un toque discreto. El pelo lo lleva corto, jugando con el largo o forma del flequillo. Y lleva barba de diseño». «No le gusta que aso-



FOTOS: EFE

Tres ejemplos

Arriba, a la izquierda, Ryan Gosling, quien encaja en el patrón de los *yuccies*; a la derecha, Justin Bieber, icono de los *fitsers*: cultiva músculos y se perfila las cejas. Debajo, el *metroespiritual* Richard Gere, junto a Alejandra Silva, su novia española

men las canas y es cada vez más habitual que pida un tinte capilar», añade Patrick Phelippeau, director de marca de Jean Louis David y Franck Provost.

FITSERS. Son asiduos al gimnasio y a escaparates digitales como Instagram: les obsesiona mostrar un cuerpo con músculos definidos y perfectamente depilado, como el del actor Vin Diesel o el cantante Justin Bie-

ber. David Siero, ganador en los Premios de la Peluquería Española, cuenta que los adeptos a esta tribu «buscan looks que les definan como gente a la última». Y Massimo Morello, *style master* para Europa de Kevin Murphy, añade que «al pertenecer a una "generación *selfie*", van a la peluquería 2 o 3 veces al mes, se cuidan la piel, se definen y tiñen las cejas...».

Juan Carlos Rodríguez, del centro de estética masculino Júcaro, cuenta que los servicios estrella para los *fitsers* patrios son la higiene facial y la manicura, pedicura. Y en la Clínica Henao de Bilbao aseguran que eliminar cualquier pelo del cuerpo es su obsesión, siendo la depilación láser lo más solicitado, seguido de los tratamientos de remodelación corporal (mesoterapia, LPG...). Les gusta muscularse en centros de alto rendimiento y en su bolsa de deporte no faltan los geles reductores abdominales, que les ayuda a combatir la grasa localizada de la cintura.

METROESPIRITUALES. Tienen reminiscencias *hippies*, aunque con aspecto más cuidado. La práctica del yoga es habitual y optan por la comida orgánica. El icono es el veterano Richard Gere, aunque Ashton Kutcher es otra referencia. Como dice Massimo Morello, «les gusta

cuidarse con las herramientas que da la tierra y productos que no han sido testados en animales y procedentes de cultivo sostenible». En el centro de depilación con hilo Sundara cuentan que quienes siguen esta estética piden la depilación con caramelo (o *sugaring*), una mezcla de agua, azúcar y limón, que se aplica tibia. Además, practican *bowspring*, modalidad de yoga «increíblemente terapéutica para la espalda lumbar, el cuello y los hombros», indica Rocío Megía, profesora de esta disciplina.

