



Masculino singular

Ramiro Fernández Alonso

Ramiro Fernández Alonso, psicoesteta, lleva casi 40 años en el mundo de la peluquería, y pocos son los que no le conocen, tanto dentro como fuera de la profesión, pues se ha hecho extremadamente popular como peluquero de la Selección Española de Fútbol. Sin embargo, de él cabe destacar su pasión por la profesión a la que siempre quiere situar en el pabellón más alto, y su humildad, que le impide reconocer que se encuentra entre los números uno de España.

El siglo XXI, el siglo del hombre

El hombre, por fin, empieza a conquistar el cuidado de su propio look. Hasta hace no muchos años era la mujer –ya fuese esposa, madre, amiga o novia– la que se ocupaba –y lo hacía con agrado– de la imagen masculina en todos los sentidos: vestido, tipo de corte de cabello, colonia o perfume... Sin embargo, desde hace una década y, sobre todo, desde que comenzara este nuevo siglo, ya prefiere ser cada vez más dueño de su propia circunstancia estética y psicoestética. Es cierto que todavía son muchos los que no le dan demasiada importancia a esta cuestión, pero todo indica que, a tenor de la evolución de los tiempos, la práctica totalidad acabará preocupándose de su propio cuidado físico.

Antes, era incapaz de reconocer lo mucho que le ‘gustaba gustar’; ahora, no sólo lo reconoce sino que, además, lo interpreta como algo básico para triunfar en todas las facetas de la vida

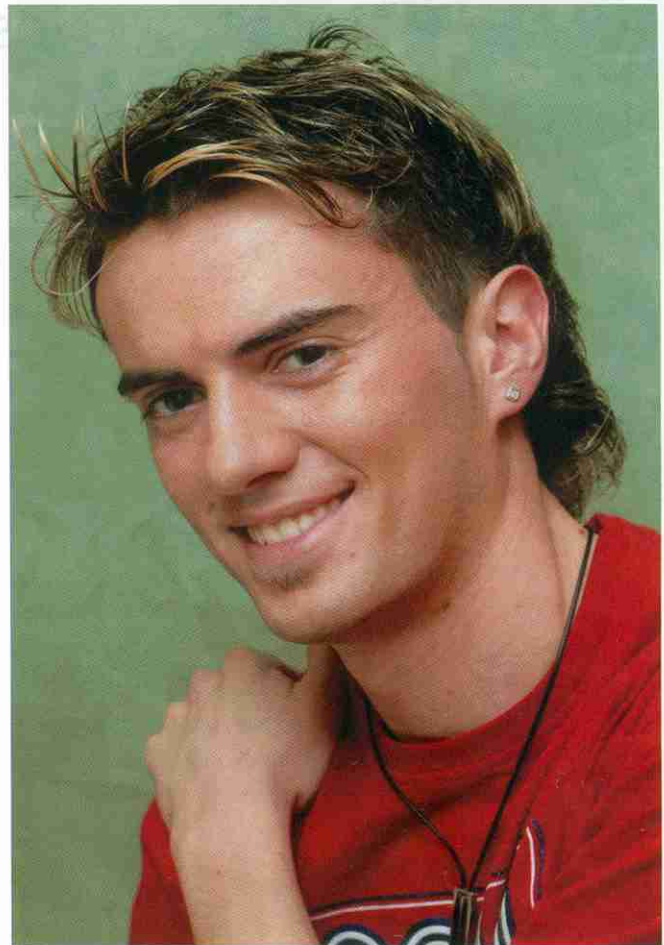
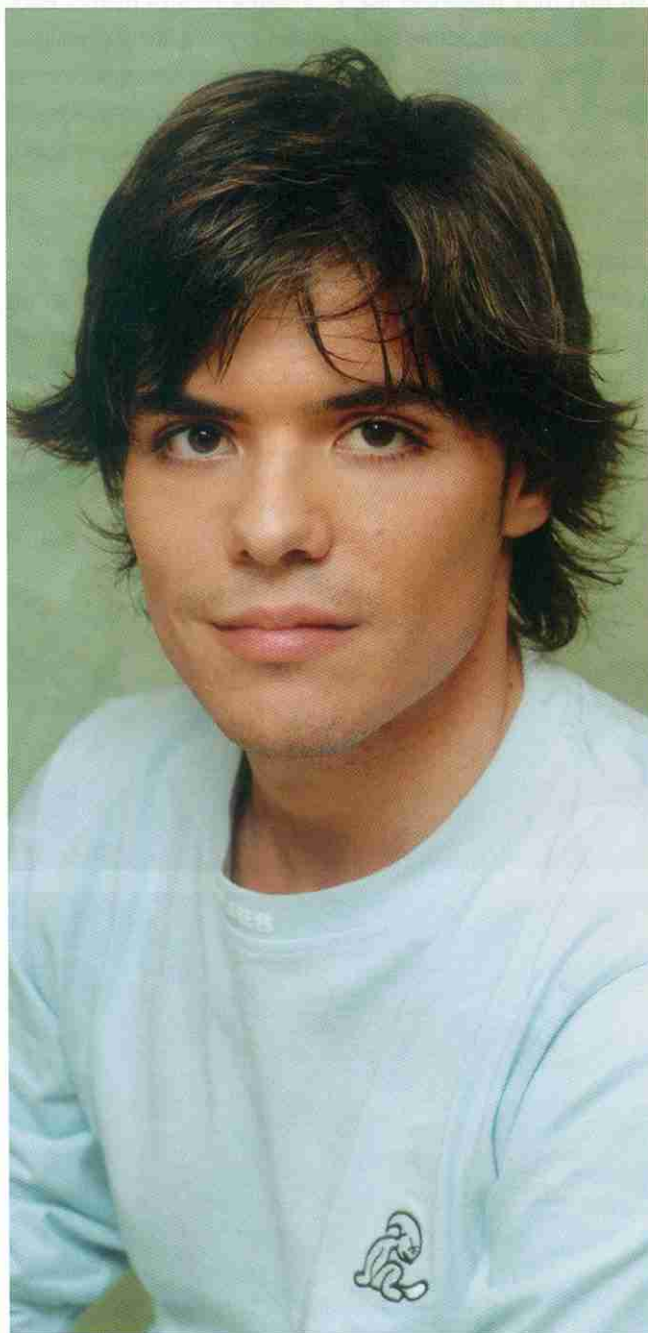
Los jóvenes son los que, sin ninguna duda, han sabido empezar a romper esta lanza, personas en principio triunfadoras que se han convertido en los nuevos héroes del modernismo, en íconos de una masculinidad sensible, diferente y metrosexual, que disfrutaban provocando pasiones psicoestéticas en cuerpos ajenos. Saben valorar las cosas adecuadamente y disfrutar con las buenas. Y han demostrado hacerlo bien, porque ahora ya son muchas las personas que, siendo más o menos jóvenes, pretenden los mismos objetivos en la medida de sus posibilidades.

Las pautas que marcaban los mitos del cine y de la música, con sus imponentes y hermosos looks, están dejando el paso a otros de protagonistas de otras disciplinas, entre las que sobresale de una manera especial el mundo del deporte. Sí,



los deportistas son los que mejor han sabido transmitir que el hombre del siglo XXI es un buen navegante. Y creo que sabe elegir un buen rumbo teniendo siempre muy claro que nunca hay buen viento para quien no sabe a dónde va.

Eso ha gustado tanto entre la masculinidad, que empieza a ser compartido de forma masiva. Cada vez existe una mayor conciencia de que el estilo natural, la elegancia innata, son un pellizco de una actitud bohemia y romántica. Muchos, ya se esfuerzan por elegir las metas adecuadas; saben distinguir lo importante de lo trivial, lo esencial de lo accesorio, lo efímero de lo permanente, y eso es una excelente y buena aptitud sentimental.



fotos: Iván Martínez

El hombre del siglo XXI, por lo general, es templado, sereno, perspicaz, entusiasta y tiene presente, como dice el catedrático José Antonio Marinas, "que unas veces hay que ser flexible y otras rígido; unas tolerante y otras intolerante; unas rápido y otras lento. Sabe que hay un tiempo para sembrar y otro para recoger; disfruta con la música de Bethoveen y con la de los Beatles". En definitiva, quiere buscar antes el logro que el premio.

Antes, el hombre era incapaz de reconocer que le gustaba gustar; ahora, no sólo lo reconoce sino que, además, lo interpreta como algo básico para triunfar en todas las facetas de la vida. Quien no se quiere ni se aprecia a sí mismo, difícilmente es querido y apreciado por los demás. Y sabe mejor que nunca –sobre todo los más jóvenes– que el romanticismo también está en los detalles, en las cosas simples y pequeñas que llenan una vida, al igual que tiene muy claro que no dispone de tiempo para parar, porque intuye que en la vida, hasta que no se consigue algo, no se conoce la naturaleza de lo que se tiene o de lo que se ha perdido.

No me cabe la menor duda: el siglo XXI es el siglo del hombre, de ese hombre que necesita más que nunca seguridad en sí mismo. Y gustar. Gustar y gustar.

Alonso y Nadal: nuevos tiempos, nueva cultura

> Por Ramiro Fernández

Aunque parezca mentira, ya resulta extraño no encontrar cada día en las secciones de Deportes de los medios de comunicación algún texto sobre hombres que, pese a su corta edad, ya han conquistado el cielo. "La mejor carrera del siglo", "El mejor tenista de la tierra", son algunos de los títulos a los que ya nos tienen acostumbrados los grandes rotativos deportivos. Fernando Alonso y Rafael Nadal, dos indiscutibles estrellas que se han convertido en santo y seña de dos disciplinas a las que se dedican desde su más tierna infancia.

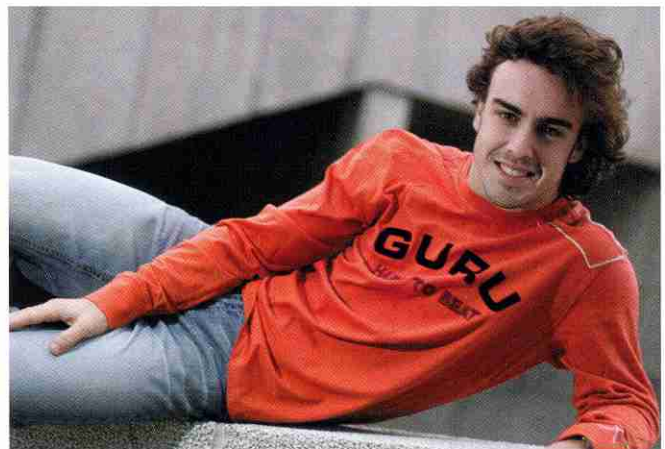
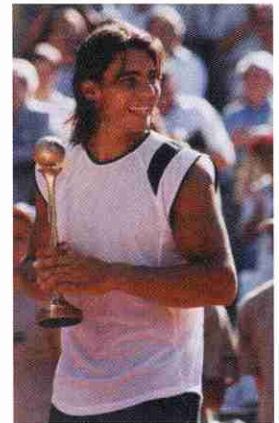
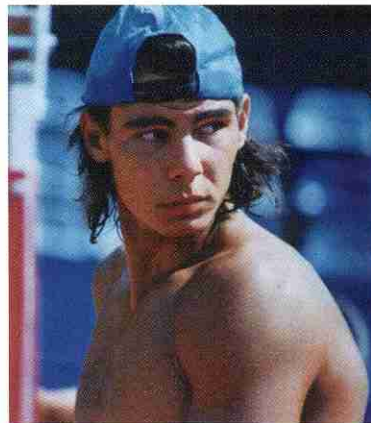
Y, por supuesto, también se han convertido en un punto de referencia de la imagen masculina. ¡Cuántos jóvenes quieren ser como ellos y copian sus estilos! Los dos llevan un cabello largo que simboliza vigor, fuerza, espectacularidad... Apuestan por su pelo como buque insignia de su imagen personal. Favorecidos, potenciados, innovadores, rompedores, apolíneos, victoriosos, invencibles, ganadores...

Durante el último año, Fernando Alonso -hombre tenaz, de raza, temple y valor- ha mejorado su imagen personal y capi-

Favorecidos, potenciados, innovadores, apolíneos, rompedores, triunfadores, invencibles, ganadores, estos jóvenes deportistas apuestan por su pelo como buque insignia de su imagen personal

lar de una manera muy considerable. Con su cabello largo se ve con más presencia física, se siente más él mismo. Estoy seguro de que cuando sale del coche y se quita el casco y el protector del mismo, se desmelena para notar sensación de libertad, de futuro, de sentir que ya nada le agobia, como si supiera que el cabello es la bandera de su personalidad y vehículo de seducción y comunicación.

A Rafa Nadal -fuerza, pundonor y nobleza- su melena al viento en las canchas de tenis le proporciona una aureola de romanticismo, de hombre invencible; siente una sensación de agilidad, de movilidad, de capacidad para ampliar el gesto

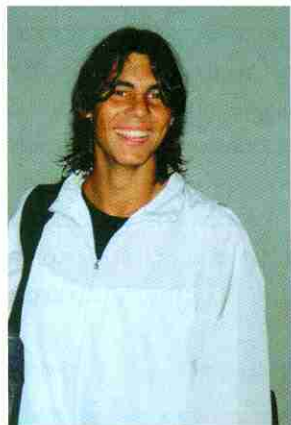


de un triunfador indiscutible, porque, sin ninguna duda, es el joven apolíneo más brillante del tenis mundial.

Sin duda, es el hombre de moda que ha llevado a la cancha nuevos aires, con esa camiseta sin mangas y el pantalón blanco estilo pirata, un modelo que ya arrasa en el mercado internacional. vamos que también ha conseguido hacer de su forma de vestir todo un fenómeno de marketing y ventas.

Pensemos que, como dos deportes bien distintos que son, Nadal se exhibe más; toda su figura brilla constantemente. En cambio, la de Fernando Alonso va empotrada en un cubículo donde no pueden apreciarse sus gestos ni su figura hasta que no llega al podium de campeón. Los dos representan muy bien el mito de Sansón, donde el cabello les da esa virtual sensación de ser invencibles. Y al mismo tiempo, sus gestas son seguidas por todo tipo de personas, sobre todo, por la juventud, lo que hace que se hayan convertido en modelos y puntos de referencia a imitar y emular.

En fin, que la sociedad ha cambiado mucho; los nuevos ídolos ya no provienen sólo del cine o de la música; el deporte se ha convertido en el nuevo gran vivero de estrellas que alumbran el destino de cientos de miles de jóvenes. Nuevos tiempos, nueva cultura. ¡Y lo que falta por llegar!



kapyderm

TÉCNICAS CAPILARES PROFESIONALES

“ Libro de Felicitaciones KAPYDERM ”

En los establecimientos en los que se atiende al público, es obligatorio tener a disposición de este, un libro de reclamaciones, donde se puede reflejar cualquier queja o incidencia.

En ninguno de ellos existe un “Libro de Felicitaciones”, donde se pueda hacer constar lo satisfecho que ha quedado el cliente, por ejemplo; por una exquisita comida, una excelente atención del dependiente, etc.

El Sector Peluquería es el primero en disponer de un “Libro de Felicitaciones”, ya que LABORATORIOS KAPYDERM lo ha ideado y diseñado, solo y exclusivamente para los Salones de Peluquería, Belleza y Estética.

Un Libro donde los clientes, podrán reflejar todas las satisfacciones, tanto en el trabajo realizado como en el trato recibido, que consiguen al acudir a su habitual Salón de Peluquería y Belleza, confiando su éxito personal y de imagen a los Peluqueros y Esteticistas, haciendo de estos auténticos profesionales.

Pueden solicitar el “Libro de Felicitaciones” a LABORATORIOS KAPYDERM en el teléfono gratuito.

900 505 800