

ALEJANDRO BALLESTERO

El antes y el después

Desde su imagen en 2006 y 2007 (arriba) a la actual (a la derecha, con la modelo Carla Pereira), el aspecto del diputado Alejandro Ballester ha sufrido un cambio radical.



Dos hombres, dos estilos

Arriba, Esteban González Pons, vicesecretario de Comunicación del PP, e Ignacio Uriarte, diputado y líder de Nuevas Generaciones del PP. Los estilistas alaban la imagen del primero.

IGNACIO URIARTE



ALONSO AZNAR



ALONSO AZNAR



GREY GOOSE VODKA

Alonso y sus amigos

Alonso Aznar y Rosaura Baro, ahora novio de la actriz Amaia Salamanca, son amigos y habituales de los saraos más famosos de la noche madrileña. Abajo, Alonso, disfrazado de 'hippie', en una fiesta 'flower power'.

Se lleva la melena

Jorge Moragas, coordinador de Presidencia y Relaciones Internacionales del PP, es de los que apuestan por el pelo largo y cuidadosamente despeinado.

JORGE MORAGAS



Pijillo y un pelín transgresor

ALONSO AZNAR, ALEJANDRO BALLESTERO, IGNACIO URIARTE Y JORGE MORAGAS MARCAN TENDENCIA EN LA DERECHA. TRIUNFA EL 'HIPPIE-CHIC'

Melena cuidadosamente despeinada, barba frondosa, camisa entreabierta, fulares, pulseras, americanas de colores... Es el 'look' que causa furor en las filas del PP, muy alejado de la rigidez de otros tiempos. Estilistas y asesores ven en el cambio un claro mensaje: "Somos igual de conservadores, pero modernos como nadie".

• Texto: Nieves Salinas / Iria Sobrino

Qué tienen en común Ignacio Uriarte, diputado y presidente nacional de Nuevas Generaciones del PP, y el actor Alberto Amman, protagonista de *Lope*, uno de los últimos estrenos del cine español? La barba. Y la melena. Frondosa y cuidadosamente despeinada. Lo asegura Tono Sanmartín, peluquero de las estrellas en Valencia, quien de paso aprovecha para mostrar cierta frustración cuando le toca enfrentarse a tan contundentes cabelleras, "a veces muy difíciles de mantener por longitud y espesor. Los propios profesionales huyen por no llevar la contraria al personaje".

interviú ha pedido a peluqueros, estilistas, asesores de comunicación, especialistas en imagen y expertos en moda que analicen el *look* que se abre paso en las filas del PP. Su máximo repre-

sentante es Alonso Aznar, que encarna como nadie ese aire *hippie-chic*—o bohemio burgués, *casual*, deportivo y urbano, según quien ponga nombre a la nueva tendencia— que sopla en la derecha. El benjamín del ex presidente del Gobierno forma parte de una de las pandillas más populares de la noche madrileña, con integrantes tan conocidos como el empresario Javier Hidalgo, el piloto Fonsi Nieto, Israel Bayón y Rosaura Baro, sin ocupación definida y habituales de la prensa rosa por sus noviazgos con actrices y modelos. Todos jóvenes, guapos, con dinero y famosos.

El propio Uriarte, los también diputados Alejandro Balletero o Jorge Moragas; Juan José Güemes, ex consejero de Sanidad de Madrid; Alberto Núñez Feijoo, presidente de la Xunta de Galicia;

Esteban González Pons, vicesecretario de Comunicación y, por supuesto, Alejandro Agag, yerno de José María Aznar, son ejemplos de que los seguidores de Mariano Rajoy—muchísimo más comedido en su estilo— apuntan nuevas maneras que se desmarcan claramente de la *compostura* que todavía lucen muchos de sus compañeros de partido.

FULARES CON TOQUE ÉTNICO

La apariencia de los conservadores, dicen los expertos, ya no pasa por lucir impecables trajes de chaqueta—aun que algunos estilistas creen que continúa siendo lo más adecuado—, con su correspondiente y lucida corbata y, en los actos más informales, polos, jerséis anudados al cuello, pantalones chinos o chaquetas de motorista.

En apenas cuatro años, el diputado Balletero ha sufrido un cambio radical. De engominado a desaliñado

El cambio radical de los populares pasa por la barba de varios días, la melena alborotada, los fulares de influencias étnico-hindú, las americanas de terciopelo y vivos colores, las camisetas entreabiertas y las pulseras—los más osados, hasta collares— son las claves de una imagen que escala posiciones. Una pinta al más puro estilo de las celebridades de las revistas del corazón: los hermanos Casiraghi, los también hermanos Rafael y Luis Medina— hijos de una gurú de la moda como Nati Abascal—, Nicolás Vallejo-Nájera, marido de Paulina Rubio...

"Es más bien una moda que parece haberse integrado de manera unánime. Han cambiado el antiguo uniforme que les identificaba por uno nuevo", explica la modelo, estilista y *bloguera* Mayte de la Iglesia (mitmebymayte.blogspot.com). El mensaje es muy sutil pero convincente, resume Luis Arroyo, presidente de Asesores de Comunicación

Pública: "Persuadir al público de que a pesar de que están en contra de asuntos como el matrimonio homosexual o acuden de la mano de la Iglesia a las manifestaciones, son muy modernos y supuestamente progresistas. La idea es: soy muy *pijo*, pero al mismo tiempo joven y un *pe-lín transgresor*".

La inseparable mochila que acompaña a Jorge Moragas, la notable evolución en el aspecto de Alejandro Balletero—habitual en la prensa rosa por sus noviazgos con modelos— o el antes y el después de Alejandro Agag—"que se ha retirado las gafitas que le daban aspecto de *empollón* y se ha acercado más al estereotipo de la vestimenta masculina italiana", explica Mayte de la Iglesia— han puesto en el punto de mira los nuevos gustos estilísticos de los conservadores.

TENDENCIA INTERNACIONAL

"Hay una tendencia internacional a la que podríamos llamar 'nuevo dandi'. Es la que seguiría Alonso Aznar. En el resto es una ligera evolución del estilo conservador (*pijo*), una imagen que va más con los tiempos. Aspectos como la *melenita* siguen siendo muy característicos de los jóvenes del PP", explica David Cabaleiro, profesor de la Escuela Internacional de Protocolo. Si hubiera que dar nombres propios de populares que han evolucionado su imagen, se decanta por tres: "Juan José Güemes, con un *look* más estudiado, americanas más entalladas, piel bronceada y camisetas ligeramente entalladas. O González Pons, que da un paso más en el mismo estilo. Tampoco está mal Núñez Feijoo, aunque más maduro".

Hay quien, como Luis Arroyo, piensa que la imagen actual de algunos populares ha incorporado características de

la estética progredida de los socialistas de los años setenta: "Seamos sinceros, siempre se han apropiado de los símbolos de la izquierda más aceptados. Buscan persuadir a públicos menos conservadores".

En opinión de Mayte de la Iglesia, "uno de los cambios radicales ha sido el pelo y la barba. La barba es muy útil para camuflar mandíbulas desproporcionadas o bocas poco atractivas. Es el método perfecto para una imagen más interesante, incluso *sexí*, muy *varonil*". Tono Sanmartín comparte la misma opinión: "A la nueva mujer le gusta ese *look* para ellos".

SUPERAR LOS TÓPICOS

¿Existe intención en el cambio? Según Antoni Gutiérrez-Rubí, asesor de comunicación política, la evolución es acorde con la sociedad actual. "Es un *look* de centro, que es posible gracias a que en España se han superado los tópicos de la moda. Sería más espectacular si afectara a los principales candidatos, pero estos siguen siendo previsibles. No repercutirá tanto en los candidatos como en el aspecto global de las campañas". La principal idea es que todas las fuerzas políticas quieren ser modernas.

Para Babel Aragón, directora de la agencia de imagen *Classmakers*, este nuevo estilo se debe "a un acercamiento al pueblo, para dar esa imagen de que todos somos iguales". Un estilo desenfadado y casual, pero muy cuidado, que irá llegando cada vez a más gente. Esta cercanía también la intentan transmitir por otros canales como las redes sociales.

Pero, pese a esa importancia de la imagen, puestos a elegir al más elegante, David Cabaleiro reparte estopa a partes iguales. "Ni los hombres del PSOE ni los del PP son un ejemplo en su estilo, salvo las excepciones". La *bloguera* Mayte de la Iglesia, sin embargo, sí tiene a un favorito: Francisco Camps, presidente de la Generalitat valenciana: "Es el único hombre que viste de manera impecable y resulta que alrededor de su armario hay toda una trama".

©nsalinas.interviú@grupozeta.es

AZNAR O EL SÍNDROME DE LAS ESTRELLAS DE HOLLYWOOD

AZNAR CON bigote recortado y el cabello engominado; con el bigote menos poblado y la cabellera con menos fijador; con el pelo más largo, cada vez más, y numerosas pulseras de cuero; sin gomina y la melena al viento; con aspecto más casual, marcando abdominales; sin bigote, notablemente más delgado y con el pelo nuevamente engominado... La evolución de la imagen que, desde que fue elegido presidente

del Gobierno, en 1996, hasta hoy ha vivido el padre de Alonso Aznar, tampoco ha dejado indiferente a nadie. "Es evidente—apunta la estilista Mayte de la Iglesia— que sufre el síndrome de las estrellas de Hollywood. Cuando, con el paso de los años, sienten que están mejor que en sus años mozos, porque prestan mayor atención a su físico y hacen mucho ejercicio. Buscan una imagen más fresca a la hora de vestirse, sin tantos condicionamientos

como cuando desempeñaban unas funciones determinadas. No han de gustar a nadie más que a sí mismos, porque también se hace más patente el paso de los años y necesitan reafirmar frente al espejo que a ellos los años los mejoran". Según el asesor de comunicación

Antoni Gutiérrez-Rubí, el origen de los cambios de apariencia que José María Aznar ha ido registrando con el paso de los años se debe, simplemente, a que "se parece más a la sociedad de hoy, con un *look* contemporáneo que busca lo 'casual' alejándose de la rigidez".

El comienzo

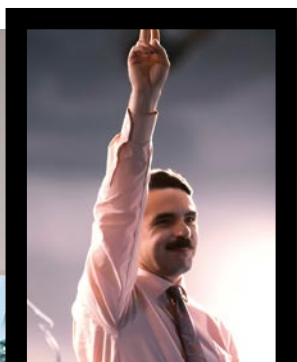
Los asesores opinan que la imagen que ahora luce el ex presidente busca alejarse de la rigidez que tenía en sus inicios políticos.



JOSÉ MARÍA AZNAR



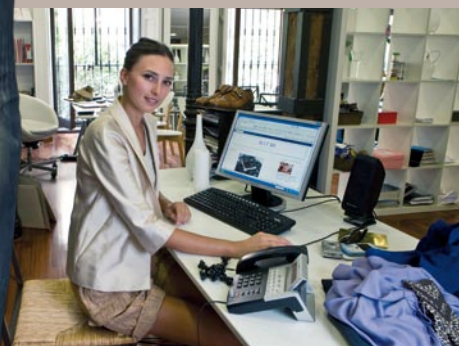
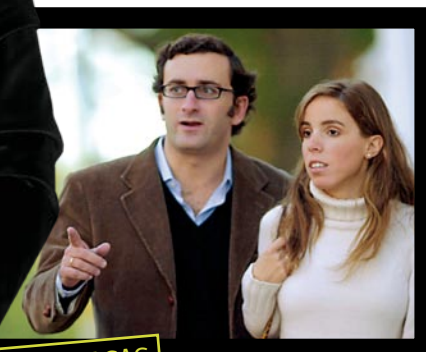
ALONSO AZNAR



ALEJANDRO AGAG

Estereotipo italiano

Alejandro Agag, yerno de José María Aznar, también ha cambiado su estilo. Lleva años sin gafas (arriba, junto a su mujer, Ana Aznar) y luce un *look* más cercano al estereotipo italiano.



La voz de la experiencia

Arriba, de izquierda a derecha: la estilista y 'bloguera' Mayte de la Iglesia, que sitúa en la barba y la melena el cambio más radical de los conservadores; Antoni Gutiérrez-Rubí, asesor de comunicación; y el peluquero Tono Sanmartín.



■ "La barba es muy útil para camuflar bocas poco atractivas. Da una imagen más interesante, *sexí* y *varonil*", dice la estilista Mayte de la Iglesia