

TENDENCIAS

Muppie, Hipster, Normcore o Millennial: ¿Con quién te identificas?

El Ciudadano · 15 de octubre de 2015





¿Yuppie, Millennial, Hipster, Muppie o Normcore? Vaya pregunta. Y es que la sociedad se empecina en **etiquetar a las personas por sus tendencias** de comportamiento y consumo. Estas son las opciones que hay hasta ahora, tú decidirás si dista o no de estas costumbres.

HIPSTER

Jóvenes de clase media que comparten gustos e intereses asociados a lo vintage, lo alternativo y lo independiente (indie). Ellos están **encontra de todas las convenciones sociales** y rechazan la industria comercial o moda predominante.

Se caracterizan por vestir de modo extravagante y rescatar prendas de antaño como los lentes de marcos enormes, los sombreros de ala grande, los pantalones pitillos, los estampados con lunares o patrones a cuadros y usar bicicletas. Además son **protectores del medio ambiente.**

Lo paradójico de esta tendencia Hipster es que al difundir su ‘patrón cultural’ se hacen tan conocidos que **se convierten en todo lo que rechazan.**

MILLENNIALS

Nacidos entre las décadas de 1980 y 1990, se les caracteriza por ser **nativos digitales**, es decir que crecieron con la tecnología y están familiarizados con la comunicación, los medios y las plataformas virtuales.

Según el portal ABC, los 'Millennials' tienen una **mentalidad más abierta de 'vivir la vida'** y no tan agresiva como la de sus padres que trabajaban solo para ganar dinero y obtener un buen puesto en una empresa.

Tienen confianza en sí mismos, están conectados con el mundo y abiertos al cambio, ya que saben que evolucionar es la clave para sobrevivir.

YUPPIES

Son personas entre 20 y 39 años, recién graduados en la universidad, que ejercen sus profesiones y tienen ingresos medios y altos. Este término es utilizado de manera peyorativa para **definir al profesional joven, exitoso, arrogante** que tiene pésimas relaciones familiares.

Los 'Yuppies' tienen habilidades tecnológicas, pero **están orientados a conseguir mayores lujos** y ostentaciones. Para conseguir los objetos que desean trabajan arduamente y viven con gran estrés laboral por su afán de mantener su poder adquisitivo.

NORMCORE

New York Magazine difundió un nuevo estilo creado por un colectivo de New York denominado K-Hole. Se centra en **regresar a lo básico**. Un polo de algodón, unos pantalones sueltos y unas zapatillas completan este nuevo estilo que de seguro no creías que podía marcar una tendencia o peor aún que eras un 'ícono de la moda' y ni siquiera te interesa.

Según el portal Vice, ‘Normcore’ es caer en el pecado de ser “**común y corriente**”.

MUPPIE

‘Muppie’, término inventado de la unión de ‘millennial’ y ‘yuppie’ por la escritora estadounidense Michelle Miller en su libro *The Underwriting*(Kindle Edition), engloba a una serie de jóvenes entre 25 y 35 años que se esfuerza para **conseguir el éxito laboral**, más por satisfacción personal que por una buena remuneración.

No conciben la realidad sin tecnología. Trabajan en lo que les gusta, son solidarios y adictos a las redes sociales, pero su verdadera droga es el deporte y la ingesta de alimentos saludables.

Cuentan con una buena formación, generalmente con estudios superiores, dominan 2 idiomas, incluso 3, han **estudiado en el extranjero** y se han ocupado de engrosar su currículum con cursos específicos y algún que otro máster.

Su vida social se mueve en **Instagram y Facebook**. Entre su prioridades se encuentra la salud y el bienestar. Son responsables con la naturaleza y están concienciados con la importancia de preservar el medio ambiente, entre sus hábitos se encuentra el reciclaje.

En cuanto a su estética, los ‘Muppie’ visten con ropa de firma (pero sin seguir tendencias) **imponen su estilo informal** y rehuyen de los trajes de chaqueta, son ‘fans’ de los jeans de última generación y prendas que declinan el estilo “preppy”.

Cabe recordar que estas tendencias están marcadas por un **contexto norteamericano o europeo**, pero inevitablemente estos ‘cánones’ se filtran en las sociedades latinoamericanas.

De más está decir que el consumismo también altera las tendencias con la finalidad de aumentar las ventas de sus productos. Al final, la tendencia solo es relevante para aquellos que le dan importancia.

¿Con cuál te identificas tú?

Vía: <http://peru21.pe>

Fuente: [El Ciudadano](#)