



MIRADAS,  
ENCUENTROS Y CRÍTICAS  
ANTROPOLÓGICAS

Aitzpea Leizaola, Jone Miren Hernández  
(Coordinadoras)

# IÑAKI SAGARZAZU: EL YO Y EL OTRO VIVIDOS COMO IMAGEN

ROSA GARCÍA-ORELLÁN

Universidad Nacional de Educación a Distancia-Bergara

Esta propuesta forma parte de una investigación que está en fase de redacción. La recogida biográfica al estilista Iñaki Sagarzazu se produce durante un año y medio. El diálogo con la imagen atraviesa toda su biografía. Desde el planteamiento consigo mismo, su formación en el mundo de la moda y posterior expresión de la misma. Sus creaciones constituyen un patrimonio cultural que se manifiesta en la formación de nuevos profesionales, presentación de nuevas tendencias en las exhibiciones internacionales... de todo este conjunto se abren unos interrogantes: ¿Cómo se construye este patrimonio cultural del mundo de la creación estética? ¿Cómo se articula este patrimonio cultural y la sociedad?

En la actualidad la moda no es ya un lujo estético y periférico de la vida colectiva, sino que se ha convertido en el elemento central de un proceso social que gobierna la producción y el consumo de objetos, la publicidad, la cultura, los medios de comunicación, los cambios ideológicos y sociales. Al mismo tiempo, la moda dentro del proceso social hace que los elementos de seducción y lo efímero adquieran un lugar primordial. Pero no olvidemos que esto es el consumo de moda; la producción de moda requiere de los creadores. A ellos se les exige crear para cada temporada, crear en tiempos limitados. A su vez la creación necesita de la inspiración que se activa a través de un sentimiento, una emoción, el artista en cierto modo es esclavo de “alimentar” continuamente el mundo sensitivo, ya que si no está activo no llega la inspiración y, en consecuencia, no podría crear partiendo de la técnica del “saber hacer”.

Se precisa de auténticos equipos de trabajo, jóvenes creadores anónimos que acompañan a las firmas y producen en simbiosis con el Maestro, y en algunos casos, como ocurre con Chanel, creadores anónimos crean con una firma que ejerce de icono identificador. Esta

es la dinámica que se instaura en la década de los ochenta y la que existe actualmente. En el mundo de la peluquería ocurre exactamente igual; se necesita un equipo de creadores e investigación para ir marcando las tendencias de la temporada bajo el sello de la firma que es el icono identificador de la tendencia creada. A partir de ahí, su puesta en el mercado requiere que se contemplen factores económicos, estéticos, ideológicos, políticos y culturales.

**Imagen 1. Iñaki Sagarzazu, marcando la tendencia de la próxima temporada, junto a su equipo en la Gran Gala de Peluquería celebrada en el Auditorio del Palacio de Congresos Baluarte de Pamplona el 28.02.08 (autora: Rosa García-Orellán).**



En este nuevo milenio la interconexión que podemos establecer con cualquier lugar del mundo; afecta a todos los aspectos de la vida (Castells, 2006) y el estilismo es uno de ellos. Este, al igual que la gran variedad de manifestaciones artísticas, se tiene que expresar en una cultura de la instantaneidad (Baudrillard, 1976) y del consumo. Diariamente los estilos pueden estar enmarcados en la imagen militar, proletaria, en la combinación de prendas heterogéneas, se intercalan modas de diversos momentos del pasado, en definitiva la indumentaria y los complementos se convierten en diversos ensayos de mostrar identidades. Así, si miramos los archivos fotográficos de un recorrido

biográfico de los últimos diez años, observamos cómo se acelera el cambio en la presentación de la imagen corporal respecto a épocas anteriores. Se considera como una característica del siglo XX la búsqueda de identidades (Cencillo, 2002); no obstante es una constante a través de la historia de la humanidad que los grupos sociales se comuniquen no sólo con las palabras, sino también con su lenguaje no verbal insertado en su imagen corporal. De aquí que, aunque pensemos que creamos nuestro propio estilo personal, en realidad nuestro estilo obedece a las normas implícitas de nuestros grupos de relación y de la época en que vivimos.

Todas las modalidades del arte se comunican entre sí; Vidal Sason que inicia la era del corte técnico en la década de los años mil novecientos setenta, se basa en la escultura y sus formas abstractas; Jean Louis David o Iñaki Sagarzazu precisan crear gran variedad de estilos en una sociedad que demanda multitud de identidades. Iñaki parte de lo clásico para crear nuevas formas; del mismo modo, Jean Louis David manifiesta cómo cada mañana necesita sentir que se adelanta a las necesidades de la gente y sorprender con sus creaciones, que en sí constituyen los patrimonios inmateriales consensuados por una sociedad que está aprendiendo a vivir interconectada y sobreestimulada a nivel de sensaciones y formas diferentes de mostrarse a sí misma.

## **BIBLIOGRAFÍA**

BAUDRILLARD, Jean L. (1976) *L'Échange symbolique et la mort*, Paris, Plon.

BENITO CALLEJA, Gerardo (1981) *El desafío de la peluquería*, Madrid, Gaez.

CASTELLS, Manuel (2006) *La sociedad en red una visión global*, Madrid, Alianza.

CENCILLO, Luis (2002) *Creatividad, Arte y Tiempo*, Madrid, Sintagma.