

Educar la seducció

Parlar de perruqueria masculina, és parlar d'Iranzo. Mestre en imatge, creu que aquesta no tan sols es redueix a la forma dels cabells. Mil elements subtils ajuden a seduir, i seducció és igual a èxit.

E. C.

Iranzo, perruquer per excel·lència del bo i millor del país —des de Serrat a Pujol, des de Sánchez Vicario al rei Joan Carles—, creador d'un nou concepte de l'estètica masculina basada en les particularitats singulars de la persona, és artífex i pioner de l'assessorament d'imatge, és a dir, conseller de com s'ha de seduir, en el sentit més ampli de la paraula. Va començar a treballar d'adolescent en la barberia familiar, i ben aviat va tren-

car motlles. Ara, expert en tot el que fa referència a la imatge i propietari de distintes perruqueries —verdaders centres d'estètica masculina—, ha fet de la seva professió un acte de creació que transcendeix el típic tallat de cabells, i que sosté amb una sòlida base teòrica.

—El barber tradicional —explica Iranzo—, s'ha limitat a tallar la llargària dels cabells. Però em vaig adonar que calia rebel·lar-se contra aquest fet. I em vaig basar en l'evidència que el ser humà és un ens amb consciència de la seva mort, i, a més, és espectador de la pròpia decadència física: ha d'envellir. I cal trobar elements que compensin el deteriorament corporal. L'ideal seria arribar a una maduresa juvenil. I això, sense disfressar-se de jove, que sempre resulta ridícul. Un exemple del que explico podria ser molt bé en Picasso. I és aquí on



«El rel coneix el seu ofici, és un gran professional».

vull situar el perruquer, convertir-lo en un especialista en la imatge humana.

—*¿Perruquer i psicòleg, doncs?*

—No, perquè la psicologia estudia el comportament humà. El que vull dir és que el perruquer ha de conèixer l'home a partir dels seus artificis, ¿m'enteneu? L'home necessita els seus artificis per refermar-se en si mateix, és un mamífer rebel·lat. A mesura que crea artificis, crea civilització. L'important és saber harmonitzar els artificis.

—*¿I, d'això, n'és conscient, la gent del carrer?*

—Sí. Qui no n'està conscienciat és el perruquer en general, perquè està deformat per les cases comercials de cosmètics, que volen manipular-lo. La gent n'és conscient per una raó, i és perquè hi ha un objecte que és present a tot arreu, des dels grans palaus fins a qualsevol barraca: el mirall. L'home només s'oblida de la seva imatge en moments límits de la guerra, la mort, la misèria... I encara no sempre. Això li ho explicava al Perich, l'humorista, i em va regalar un dibuix en què es veia un taüt amb una mà que en sortia, sostenint un mirall; el mort es contemplava. La imatge és una de les preocupacions més constants de les persones. Encara que canviïn les cultures, els temps... ¿Que no va ornamentada, la Thatcher? Malament aniria si sortís al carrer tal com s'aixeca del llit... Ens agrada estar macos. Sempre és l'ornament, sempre.

—*¿Sí, però i els lletjos?*

—La lletjor, mireu, això ja van tractar-ho els grecs, que sostenien que la bellesa sols era bellesa quan anava acompanyada de la intel·ligència i la bondat. Crec que allò de «el hombre y el oso, cuanto más feo más hermoso» és sols un vers absurd i, a més, dolent.

—*¿Sí, però la lletjor no té remei.*

—¿Com que no té remei? El primer que ha de tenir present la persona lletja és que ha d'acceptar la seva realitat física. No té un altre mitjà per projectar-se cap als altres, i això significa que l'aspecte és el que més compta a primera vista. Quan el papa va venir aquí, va haver-hi gent que va fixar-se fins i tot en el color dels seus mitjons. Vull dir que la imatge, i més ara que la difusió pels mitjans de comunicació ha augmentat tant, és essencial. El que ha de fer l'especialista en imatge, quan ha aconseguit que la persona s'accepti tal com és, és assolir que la lletjor disminueixi fins al límit. Aleshores les altres qualitats s'imposen, i pot transmetre's bellesa, pot seduir.

—*En la dècada actual, amb tot*

aquest culte a l'estètica, ¿no s'exagera una mica? ¿No pot amagar un embolcall molt atractiu un gran buit?

—Mireu, tot el que ha fet l'home, tots els seus canvis, els ha fet mitjançant les variacions de la seva indumentària. El cabell és l'únic que pot modificar la persona del seu cos. Alçada, trets, color dels ulls... Tot això és inamovible, llevat del cabell. Aleshores, sempre que hi ha hagut grans crisis d'idees i de creativitat, ha sorgit la frivolitat. És cert, per tant, que quan acostuma a fallar el fons, la forma agafa més preponderància. I crec que ens trobem ara en una d'aquestes èpoques. Tot en la realitat ens ho indica.

—*¿Quin seria el model actual d'estètica de pentinat? ¿El Sting amb els seus cabells llisos; el Mickey Rourke, amb el cabell com un yuppie, el Michael Jackson i els seus rissos...?*

—Tots són vàlids, tots són vàlids. Amb la quantitat de difusió que tenen aquests personatges, els models s'han diversificat. Hi ha molts arquetips, i, de tots ells, cada individu n'ha d'agafar el que més li convé. Tot i que moltes vegades això està en funció del grup social en què s'ha de moure. El que s'ha d'acabar és amb la dictadura de les modes, la moda única.

—*¿I què passa amb els calbs?*

—Bé, un calb és un malalt. Un malalt psíquic. La pèrdua del cabell és un símptoma d'acostament a la mort, un símbol de decrepitud. Fixeu-vos que en els camps de concentració, en els condemnats a mort, en el servei militar mateix, es talla el cabell gairebé al zero, perquè cal despersonalitzar l'ésser humà. No oblidem que el cabell és el marc de la cara i el que dóna intenció a la mirada. Per tant, un calb és un malalt. ¡Ah, sí, és clar, en el bon sentit! Metafòricament, sols; em refereixo a malalt en tant que limitació.

—*Vostè pentina el rei. ¿És un client difícil?*

—No, gens. El rei és un gran professional. Té consciència del que és ell. I a més posseeix una gran qualitat: que



«Un calb és un malalt, un malalt psíquic».

és actor i espectador de la seva pròpia vida, i això és molt difícil. No, el Pujol i el Maragall no ho tenen. El rei és molt conscient de la seva imatge, i per aquesta causa dic que és un gran professional, perquè coneix el seu ofici.

—*¿Quin percentatge de culpa té el cabell en la seducció?*

—Molta, molta. Perquè el cabell simbolitza energia, simbolitza erotisme, simbolitza fetitxisme... En la comunicació és molt important. Irradia força.

—*De fa temps que vostè es dedica també a l'assessorament d'imatge de personatges importants de molts àmbits...*

—Sí, sóc assessor global d'imatge, i és una tasca que comporta el perfum,

el gest, la indumentària, el rellotge, la ploma, etc. I també una anàlisi del lèxic a l'hora de parlar, els tons de veu, la matisació, la manera de mirar, la tria dels colors del vestit... No pot ser, per exemple, que el senyor Mario Conde, que té un tipus mafiós, vagi a veure el president del govern de color beix. Sembla un gàngster dels anys trenta, el senyor Mario Conde; cal que algú l'assessori ràpidament.

Ara estic fent l'assessorament d'una persona molt important que ha de projectar-se a Europa. No, no puc dir el nom, és un personatge de les finances. Bé, doncs aquesta persona no pot trobar-se amb un Mario Benedetti, que va impecablement vestit, sense estar ben assessorat en qüestió d'imatge. Perquè com més amunt un es troba en l'escala social, més és centre d'atenció i més ha de seduir.

—*¿I costa molt de temps un assessorament d'aquesta mena?*

—Sí. La imatge té moltes lectures. Una camisa és una lectura, un cotxe és una altra lectura, la mateixa esposa és una altra lectura. I això és una cosa que no es pot fer com qui vesteix un ninot. Cal parlar, argumentar, educar en aquest sentit. Mireu, el rellotge, per exemple. Dur un Rolex d'or és d'una ostentació insofrible, de *nou ric*, que dic jo.

Són un conjunt de detalls, sovint subtils, que ajuden a seduir.

—*¿La seducció és la clau de l'èxit?*

—La seducció és la clau de l'èxit.

—*¿I què n'entén, per seducció?*

—Per seducció entenc tot allò que fa que els altres s'interessin per un. El que primer ha de tenir un seductor és saber-se interessar autènticament pels altres. Com més força de líder es posseeix, més atenció s'ha de dedicar als altres. I quan parlo de seducció no em refereixo a l'aspecte libidinós, que potser és el menys important. Un exemple podria ser Sandro Pertini, va ser un home que va seduir Europa. □