

Nacho Jacob explica cómo afectará el fin del confinamiento en la imagen personal

El prestigioso asesor de imagen Nacho Jacob da las claves de cómo el fin del confinamiento modificará el look de los ciudadanos."Los hombres lucirán un cabello más largo con cierto toque desenfadado, y en numerosos casos con barba. Y las mujeres se arriesgarán con ese look transgresor que siempre han querido probar"

Para entender cómo afectará el fin de la desescalada a la imagen personal y qué tendencias reinarán, habla Nacho Jacob, uno de los más prestigiosos y solventes asesores de imagen español. La evolución de la imagen de los personajes más influyentes de nuestro país no sería la misma sin su extraordinaria aportación. Su asombrosa trayectoria profesional legitima a este gurú de las tendencias a anticipar con gran lucidez, los rasgos que van a caracterizar la imagen de los habitantes de esta nueva realidad.

Nacho Jacob es Licenciado en Dirección y Administración de Empresas, Licenciado y Doctor en Psicología, y con más de 30 máster a sus espaldas. A lo largo de su exitosa carrera ha recibido numerosos premios y distinciones como el Premio "Perséfone" entregado por Luis María Ansón de la Real Academia de la Lengua Española, o el Premio "Paloma de La Paz", que junto a los Reyes de España recibió de manos del Fundador de "Mensajeros de la paz", el Padre Ángel García. Nacho Jacob forma parte de la exclusiva lista de las 500 personas más influyentes de España. Es amigo o asesora la imagen de futbolistas como Pepe, Marcelo, Dani Alves, entre otros . En su haber se encuentra el hito de haber organizado durante 10 años consecutivos el Festival Internacional de Cine de Marrakech. Por las alfombras rojas organizadas por este influencer han desfilado celebridades como Leonardo di Caprio, Susan Sarandon, Robert de Niro, Martin Scorsese, Brad Pitt o Angelina Jolie. Nacho Jacob ha desarrollado célebres campañas de publicidad para las firmas más exclusivas del panorama nacional e internacional, como son Coca Cola, AXE, Disney o Playstation. Nacho Jacob es un eminente especialista en reputación online y, sin duda un incontestable avant garde que dio significado en tiempos inaugurales a la palabra "influencer".

En opinión de este experto: "La situación vivida nos ha llevado a construir una imagen de nosotros mismos menos elaborada, más cómoda, más espontánea y más personal. La introspección y el aislamiento al que nos hemos visto sometidos por estas circunstancias nos han permitido experimentar con nosotros mismos. De alguna manera nos hemos redescubierto y hemos explorado en otras posibilidades en el ámbito de la imagen."

Jacob sostiene que el cambio en la dinámica vital a la que la gente se ha visto abocada en este período es determinante a la hora de establecer los nuevos parámetros que regirán el concepto de estilo en la imagen: "El aislamiento, el teletrabajo, la ausencia de reuniones y encuentros, y la convicción de no ser vistos nos ha relajado a nivel de imagen personal. Y los aspectos más positivos de esa revelación se han ido transformando en tendencia. Así ha sucedido en distintas etapas de la historia. Precisamente el fin del corsé en las mujeres llegó en los albores de la sociedad moderna, causada por la revolución industrial, la incorporación de la mujer al trabajo, y al democratización, en definitiva de la comodidad. No empezó como una moda, ni como una revolución estética; fue pura

necesidad, que el tiempo y la maquinaria de consumo convirtieron en tendencia.”

El bagaje que posee Nacho Jacob le permite llegar a conclusiones como a las que augura al público masculino: “Muchos hombres han dejado crecer su cabello y su barba al no poder acudir a salones de peluquería. Ese aparente desaliño trae consigo un cabello más largo, una barba sin rectificar ni recortar o la aparición de canas. Y lo cierto es que muchos hemos descubierto que esta nueva imagen nos sienta bastante bien. Incluso diría que esa naturalidad nos aporta un punto sexi. Ahí tenemos el punto de partida de una tendencia que seguramente se mantendrá hasta finales de año.”

La forma física de la mayoría también se ha visto afectada por la imposibilidad de acudir al gimnasio o practicar deportes al aire libre hasta hace tan sólo unos días. Para Nacho Jacob, esta realidad se verá revertida: “En general nos vamos a cuidar más; los deportes al aire libre van a estar más de moda que nunca, ya que necesitamos oxigenarnos; y que al menos en los primeros meses de reapertura de los gimnasios veremos las salas llenas de personas deseosas de volver a recuperar su forma física.”

Las mujeres son, en términos de consumo, un extraordinario público para salones de belleza, peluquería o centros de estética. Las costumbres de este segmento durante esta etapa han sufrido cambios notables. Nacho Jacob analiza este comportamiento estético y su probable evolución: “Las mujeres han relajado muchos de sus hábitos en lo que a su cabellos se refiere. Gran parte de ellas no ha pasado por la peluquería y también normalizarán sus canas. Por tanto en estos próximos tiempos vamos a ver más melenas con caídas naturales. Pero también es cierto que esta imposibilidad de acudir al salón de belleza ha hecho que muchas acumulen ganas de volver y cambiar radicalmente de imagen para dejar atrás el confinamiento; veremos nuevas propuestas para cabellos tintados de lo más originales y cortes de pelo que nos ayuden a reinventarnos.”

La moda, en el ámbito textil experimentará exponenciales aportaciones generadas por esta singular experiencia vivida. Indudablemente la moda siempre se ha hecho eco de los avatares de la historia. Y según Jacob, ésta no va a ser una excepción: “Recordemos que Chanel promovió su traje sastre y sus líneas cómodas y funcionales para facilitar la vida a las mujeres a principios del Siglo XX, en los albores de la I Guerra Mundial. Dior lanzó su mítica colección New Look, tras la Segunda Guerra Mundial. La Moda siempre ha dado una respuesta a los desafíos de cada momento. Las pasarelas mostrarán guiños al confinamiento y a la pandemia, al invocar el vestuario deportivo, doméstico y cómodo, como consecuencia de las nuevas tendencias en flexibilización laboral, teletrabajo y un previsible distanciamiento social”

Las mascarillas parecen haber llegado para quedarse. Así describe Nacho Jacob, el posible destino estético de este elemento que parece ir camino de convertirse en el icono de una era: “Si en los ochenta Hermés lanzó los bolsos Kelly –transparentes- tras los atentados terroristas, ahora serán las mascarillas las grandes protagonistas de las pasarelas. De hecho las grandes marcas de lujo ya muestran sorprendentes modelos, formatos y todo tipo de estampados; figuraciones, ilustraciones, mensajes, iconos, imágenes de nuestros mitos”

El confinamiento y esta etapa de desescalada han modificado el mapa mental. Nacho Jacob apunta a un nuevo patrón psicológico; una población estimulada ante la posibilidad de nuevos horizontes vitales:

“Nos hemos visto presionados ante el sistema. Esta crisis ha provocado un cambio radical en las costumbres más cotidianas. La acumulación de endorfinas, una cierta frustración por los proyectos aplazados, y las ganas inmensas de salir y rehacer nuestra cotidianeidad producen, indudablemente, rebeldía. Esta pandemia nos ha puesto frente a un espejo. Y esa imagen nos ha devuelto la radiografía de nuestros miedos, de nuestra fuerza interior.”

Datos de contacto:

Redacción
616429379

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Mujer](#) [Hombre](#) [Moda](#) [Sociedad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>