

SECRETOS DE COCINA
Lo que oculta esa manía
de trufarlo casi todo

MICHAEL PHELPS (Y CÍA)
Motivación: o cómo batir
récords con la mente

ESPEJOS VS. FILTROS
Medicina estética al
servicio de Instagram

BUENAVIDA

LA REVISTA DEL ESTILO DE VIDA SALUDABLE DE **EL PAÍS**

Nº 68 FEBRERO 2020 WWW.BUENAVIDA.ES



UNA DUDA
¿Las verduras
fritas
cuentan
como
verdura?

pág. 12

Si se siente
joven es
probable
que lo sea

La carrera de la ciencia
por descifrar el reloj interno
que marca la edad real.



2,5€

GRATIS CON
EL Nº 68 FEBRERO

BELLEZA

Facetune, la app por excelencia para el retoque de los *selfies* que abundan en Instagram, fue la más descargada en 2017. Junto con su versión gratuita, Facetune2, suman 55 millones de usuarios. Lightricks, la compañía que las creó, quería fomentar “la ilusión de que el cuerpo perfecto existe”. Ambas ofrecen desde la posibilidad de blanquear la dentadura o cambiar el tono y la apariencia de la piel, hasta alterar sin límites y en pocos clics, zonas específicas del rostro. Unas utilidades de lo más convenientes cuando se vive de cara al mundo virtual, pero que se desvanecen en la vida ordinaria.

Aquí vienen las nefastas consecuencias: el 55% de los cirujanos plásticos estadounidenses reconoce un aumento del número de pacientes que quiere parecerse al reflejo de estos filtros, unos programas que crean expectativas de cómo se debe ser para encajar en un ideal imposible de conseguir. “Ya no hablamos solo de pequeños arreglos de la piel, los labios, la nariz, los pómulos..., sino también del cambio del color de los ojos. Se están configurando unos estándares de belleza que no son más que un espejismo inalcanzable”, opina Paz Torralba, propietaria de The Beauty Concept, un centro de belleza al que acuden actrices como Goya Toledo o la modelo Eugenia Silva. El cirujano plástico Luis López Tallaj, lo resume así: “Se buscan cirujanos empíricos del Photoshop con expectativas fantásticas”.

“El problema es que, en lugar de entender y aceptar que todos podemos tener un mal día, buscamos lucir perfectos las 24 horas”, reconoce la influencer Adriana Gastélum. “Vemos fotos de influencers –que a nuestros ojos no son modelos, sino chicas



normales– que siempre están impecables y pensamos que, si ellas pueden, nosotras también. Me he encontrado en esta situación y editar tu rostro no solo produce una obsesión con el físico, sino que también puede desarrollar una dismorfia al no reconocerte cuando te toman una foto que no controlas”.

Los jóvenes quieren parecerse a una animación, 24 horas al día. El espejo ha dejado de ser estático y mudo. Habla a través de los *likes*, de los seguidores, de sus comentarios. “Los filtros funcionan como una compulsión más. La persona desarrolla una cierta ilusión de control. Se puede corregir cualquier cosa en segundos y las transformaciones se muestran posibles y sencillas. El yo ideal es casi inmediato”, explica la directora del gabinete psicológico Psicia, Silvia García Graullera. Los rellenos dérmicos y las infiltraciones con toxina botulínica (ajustes estéticos mínimamente invasivos o *tweckments*) comparten con los filtros lo que apunta la psicóloga: proporcionan resultados al instante, son mucho más accesibles en términos económicos que la cirugía y no requieren postoperatorio. Unos simples pinchazos son suficientes para remodelar el perfil de la nariz o aumentar el volumen de los labios y los pómulos. Grandes resultados con pequeños retoques que cada vez son más populares.

“LOS FILTROS FUNCIONAN COMO UNA COMPULSIÓN MÁS. DESARROLLAN UNA CIERTA ILUSIÓN DE CONTROL: EL YO IDEAL ES CASI INMEDIATO”, SILVIA G. GRAULLERA, PSICÓLOGA.



Desde 2016, el número de personas que se sometieron a un tratamiento médico estético en España ha aumentado un 5,4%. Más de un tercio de la población ya ha pasado por consulta, y la mitad se ha enfocado en el rostro. La demanda ha ido creciendo y la edad bajando: según las estadísticas, la media se encuentra en los 26 años. "Antes, mis clientes estaban entre los 35 y 40 años; ahora, entre los 20 y 28. Lógicamente, no buscan mejorar el proceso de envejecimiento, quieren cambiar sus facciones para que respondan a los cánones de belleza con los que Instagram e influencers como las Kardashian tienen una repercusión enorme", explica José Vicente Lajo, médico especialista en Estética. Pilar de Benito, directora médica del

LA CIRUGÍA TAMBIÉN TIENE SUS FILTROS: LOS SIMULADORES

El cirujano Jesús Centeno usó el H1 de Vectra: "Consiste en una cámara fotográfica que produce imágenes en 3D que se pueden manipular para establecer una anticipación de los resultados en las cirugías de nariz y el mentón, en los relleños dérmicos, en los peelings y las terapias de fotorejuvenecimiento con CO2". También menciona Divina, un simulador que recoge el volumen mamario de la paciente, el tamaño de las prótesis y las asimetrías

torácicas para mostrar las expectativas que se pueden tener con respecto a la operación de aumento de pecho. "Se puede ver la diferencia entre un implante redondo, ergonómico y anatómico. También si la paciente necesita elevación mamaria además de aumento". Sin embargo, otro experto de la cirugía plástica, Moisés Martín Anaya, apunta que "una máquina nunca va a ofrecer el resultado exacto. Programas específicos del antes y

después ofrecen resultados similares, pero no verdícos, porque no tienen en cuenta que trabajamos con tejidos vivos". Una opinión que comparte José Vicente Lajo Plaza: "Por muy buenos algoritmos que tengan, no creo que se consigan resultados idénticos. Sí se utilizan en retoques corporales, donde se puede dar una idea más precisa; pero a nivel facial, al menos las que yo he probado, no me han parecido logradas".

centro de belleza Slow Life House, comparte esta teoría: "Es indudable que el incremento del número de fotos que se suben a las redes tiene un efecto importante en querer estar perfectos, mejorar la calidad de la piel, el perfil. Pero este público no busca corregir defectos ni los efectos del paso del tiempo, sino acercarse a un modelo determinado".

Aunque en España no es tan habitual que la gente acuda a la consulta con retratos retocados por los filtros, a menudo los pacientes mencionan que no se ven bien en las fotos que sacan con el móvil. Las referencias cambian con la edad: a partir de los 50 se presentan con fotos suyas de 20 años atrás; entre los 30 y los 50 señalan los rasgos de famosos que les gustaría lograr, y los menores de 30 traen imágenes de influencers o montajes con el antes y el

BELLEZA

COSMÉTICOS EFECTO FACETUNE

El maquillaje comparte con los filtros lo efímero de su magia, pero —al menos hasta ahora— da mucho más trabajo. Milk Makeup nació en un estudio de fotografía. Su cofundadora y directora creativa, Georgie Greville, cree que las redes sociales han jugado un papel importante en que la gente desee exagerar sus facciones: "Quieren destacar porque están actuando en un escenario digital, pero ya no se necesita tanta producción. Con tres o cuatro cosméticos se puede conseguir un *look* que te haga sentirte más seguro". Paulo Almeida, responsable de Educación de MAC en Europa, habla de técnicas como el *strobbing*, que acentúa los puntos de luz en el rostro y que nació a partir de un solo cosmético de la marca, la Strobe

Cream. Creada en 2000, aporta una luminosidad perlada a la piel y es de larga duración. "Hoy todos los productos que se mantienen inalterables durante horas son de vital importancia: tenemos que estar perfectos para esa foto que puede surgir en cualquier momento". Para emular la *glass skin* (o piel de cristal, otro efecto especial de filtros como el Beauty 3000), Elisabeth San Gregorio, directora técnica de Medik8, aconseja emplear aceites esenciales. "Y vitamina C, que estimula la síntesis de colágeno, y ácidos grasos esenciales Omega 3 y 6, que aumentan esa sensación de piel hidratada". ¿Qué hay del efecto media que inventó Sara Montiel? Instant Blur, de Perricone MD, difumina las imperfecciones.



después que publican algunas clínicas en Instagram. "Son consumidores de videos pre y pos para ver resultados y de tutoriales de cómo se hacen las técnicas", alerta Jesús Benito Ruiz, miembro de la directiva de la Asociación Española de Cirugía Estética Plástica (Aecep).

Clones de Kylie Jenner (y compañía). Es también a esa red social donde acuden en busca de profesionales que conviertan sus sueños en realidad. "La tecnología y las redes brindan al ciudadano una gran oportunidad de mejorar, pero sin el sentido crítico pueden ser una gran fuente de problemas. Quieren a los que lo hagan más barato, se encuentren en su franja de edad y ofrezcan resultados vistosos", dice Petra Vega, presidenta de la Sociedad Española de Medicina Estética (SEME), y continúa, "pero unos labios recién pinchados se ven mucho más grandes de lo que estarán al mes por el efecto inflamatorio".

Que Vega mencione esta parte de la anatomía como un indicador, está fundamentado. Lo señala también Lajo: "Hay un boom, pero a mí me gusta trabajar déficits estructurales. Más que pensar en si pongo un pómulos o una barbilla, pienso en armonizar el rostro. Estamos viendo a pacientes jóvenes transformados por los tratamientos". Algo que comparte el cirujano plástico Moisés Martín Anaya, quien piensa que "no es un proceso de copiar y pegar. Cada persona es



única y nuestra especialidad aborda un detalle dentro de un conjunto armónico. No se pueden copiar facciones ajenas". Piel jugosa, labios gruesos, narices afinadas, pómulos marcados, pestañas infinitas y cejas perfectas. Es el ideal que persiguen muchos pacientes, y no es casualidad que sea el prototipo abanderado por la pequeña del clan Kardashian-Jenner y el resto de sus hermanas. Casi la totalidad de la generación Z sigue los perfiles de alguno de estos personajes, y su poder prescriptivo es indudable. En este contexto, que haya quien gaste cientos de euros en asemejarse a sus referentes estéticos no se antoja descabellado, especialmente cuando se trata de personas con una valoración pobre de sí mismas. "La autoestima tiene que ver con el autoconcepto y la poca flexibilidad respecto a lo que creemos que deberíamos ser. Las redes sociales, con sus posibilidades de manipulación (filtros, iluminación, asesores de imagen), sitúan ese ideal bastante lejos de lo real. Las personas que tengan una estructura de pensamiento más rígida y sean especialmente perfeccionistas, no podrán tolerar esa distancia", afirma la psicóloga Violeta Alcocer.

Según Paula González, psicóloga clínica del Instituto Madrid de Psicología, numerosos estudios confirman que son las personas inseguras y con baja autoestima las que recurren a estos entornos para validarse. "Es un gran riesgo si pensamos que

lo que se está valorando no es a ellas, sino a una versión retocada. En muchas ocasiones no es suficiente con aplicar filtros y pasan a sentir necesidad de someterse a tratamientos u operaciones estéticas para parecerse a ese yo ideal que han construido de forma artificial".

¿Qué ha ocurrido para que hayamos pasado de la crítica feroz a las revistas femeninas por el abuso de Photoshop, a que toda una generación no conciba tomarse una foto sin tunearla? La presentadora y cómica norteamericana Joan Rivers -famosa por sus incontables operaciones de estética, de las nunca ha tenido reparos en hablar- recordaba a Time que en 1973 acudió a una cena en Los Ángeles en la estaba rodeada de actores, justo después de su primer lifting: "Me preguntaban ¿Qué tal la experiencia?. Tenían tales cicatrices recorriéndoles la parte de atrás de sus cabezas que aquello parecía la red de ferrocarriles. Me daban ganas de decirles ¿No te acuerdas?".

Durante mucho tiempo, pasar por el quirófano o someterse a un tratamiento médico estético era un asunto tabú. Pero, en los últimos tiempos, "se ha convertido en símbolo de estatus y muchas celebridades se tornan pacientes que nos proponen intercambios: el médico realiza el trabajo a cambio de que estos influencers publiquen lo que se hicieron, tanto en el momento de la consulta como en el del proceso, incluyendo, además, una mención especial de agradecimiento para el doctor de cabecera", reconoce López Tallaj. Un trueque satisfactorio para ambas partes ahora que la belleza se cuantifica por los "me gusta".

"LAS PERSONAS INSEGURAS Y CON BAJA AUTOESTIMA SON QUIENES RECURREN A ESTOS ENTORNOS COMO FORMA DE VALIDARSE", PAULA GONZÁLEZ, PSICÓLOGA.