

TELA

ISABEL
DELCLAUX
Y ANTONIO
GARAMENDI

LOS ARTISTAS
DE LA FAMILIA

2021
RECUPERAR
LA ILUSION

ACOLCHADOS
CÁRDIGAN:
ES LA PRENDA

ENERO 2021
5,50 €

BOOM DE
RETOQUES
en ojos y frente

Los Biden
DESDE
DENTRO

MIGUEL
PALACIO
SU ENTREVISTA
MÁS SINCERA

PACO
ARANGO
VIVENCIAS
EXTRAORDINARIAS

EL ASOMBROSO TOQUE EXÓTICO



0098-1423 153

belleza

Bienvenidos a la revolución WELLAGING

Como en muchos otros aspectos de la vida, las mujeres lideramos esta nueva tendencia hacia un envejecimiento natural y saludable. Y la industria de la belleza ha recogido el mensaje: “Tenemos que envejecer, pero podemos hacerlo mejor”. Por lo tanto se terminó de hablar de *antiaging* para hacerlo del *wellaging*. O lo que es lo mismo: vivir de forma más sana y buscar, sobre todo, la calidad de la piel. Los expertos saben cómo.

—Mamen Infante.

P arar el tiempo, que los años no pasen, o que si hacen no dejen rastro en la piel. Ese ha sido durante años el anhelo de muchos hombres y mujeres, y su demanda más frecuente al sentarse en las consultas de sus cirujanos y médicos estéticos. También al comprar sus cosméticos. Sin embargo, parece que hoy algo ha cambiado. Bien lo sabe la industria de la belleza que, últimamente, se afana en resaltar la calidad y luminosidad de la piel como valor en alza al afrontar el paso del tiempo. También lo contemplan los doctores, que llevan ya una década trabajando desde el prisma de la naturalidad y la armonía con un objetivo claro: tenemos que envejecer (es inexorable) pero podemos hacerlo mejor que hasta ahora.

¿Es un objetivo común dejar de luchar contra el tiempo y empezar a aliarse a él? Parece ser que sí: “Las pacientes maduras, hoy en día, buscan sentirse bien en su piel sin corregir todas las imperfecciones; huyen del resultado artificial, sin una sola arruga, algo imposible con sus años”, explica el Dr. José Vicente Lajo Plaza, médico estético con clínica propia en Madrid. Pero no siempre ha sido así. Hasta hace poco, los planes de belleza a cierta edad eran mero *antiaging*. Lucha, batalla. “Pare-

cía que querían parar el reloj biológico. Tener 50 y aparentar 30. Ahora buscan tener su edad disfrutando del mejor potencial que, por genética, están predestinadas a tener. Pasa con 40, 50, 60...”, apunta. Y todo esto con una concepción global, que no solo trabaja el aspecto externo. Hablaremos de ello más tarde.

También la industria de la belleza ha acusado este mensaje: “Tenemos que envejecer y podemos hacerlo bien” que está detrás de la nueva corriente *wellaging*. El estudio

From Anti-Ageing to Age-Embracing: The Evolution of Ageing in the Beauty Industry, llevado a cabo en Cosmoprof Norte América 2018 por Kayla Villena, analista senior de belleza y moda, recoge el origen del concepto: “Desde los *claims* de los años 20, que eran totalmente irreales, hasta hoy, la industria de la belleza ha ido evolucionando. En los años 80 empezó a usarse el término *antiaging*; la publicidad prometía *liftings* en tarros. En los 2000, Dove irrumpió en escena con sus mujeres con canas y fabulosas, sus chicas con unos kilos de más moviendo la cadera...”. Esta visión positiva del paso del tiempo y la inclusión de mujeres maduras sin retroceder entre cánones de belleza absolutamente relajados, no le reportó mal beneficio a la marca: sus ventas au-

“El **wellaging** es el arte de envejecer bien. Consiste en prevenir la aparición de arrugas, eliminar manchas y dar luminosidad a la piel consiguiendo la naturalidad del rostro sin cambiar la expresión. Es la forma de adelantarse al futuro en el tema del fotoenvejecimiento y dirigir el envejecimiento hacia la belleza. Este concepto nos lleva a realizar procedimientos no invasivos para asegurar un resultado natural”

(Dra. María Rosa García Maroto, directora médica de Clinique La Prairie Aesthetics & Longevity Madrid).

Envejecer bien VS. ser perfecta

mentaron 150.000 millones de dólares solo ese año. Las mujeres, a nivel global, comenzaron a alejar de su mente el ideal de belleza clónica sin una sola arruga. De ahí, hasta hoy, las marcas de cosmética han borrado de sus envoltorios y sus lemas el ANTI y, en su lugar, han colocado el WELL, el PRO, el NATURAL, el HEALTHY. Quieren acompañar a la mujer mientras va cumpliendo años, de forma natural.

LA CÁNULA MATÓ AL BISTURÍ

Si nos fijamos en los cambios que la era del *wellaging* ha traído al universo de los retoques, vemos una clara migración de los quirófanos a las camillas de clínicas de medicina estética. Ya no esperamos a tener unas arrugas profundas para recurrir al bisturí, con el riesgo de resultado artificial e irreversible que puede conllevar esa transformación. Ahora preferimos pequeños cambios desde antes, acompañar a la arruga y la flacidez en su evolución, suavizar su impronta.

“El avance es hacia la medicina regenerativa, hacia la renovación, reposición, y menos hacia la sustitución y hacia la corrección, que era lo que se hacía antes”, explica el Dr. Lajo Plaza, que especifica: “Nuestras pacientes ahora buscan envejecer de una manera más saludable, no solo se preocupan de hacerse un tratamiento puntual para tratar determinadas arrugas o la flacidez, buscan un plan más global y más a largo plazo. También les preocupa su forma física, su alimentación y que nuestros tratamientos sean menos radicales”.

Otro dato que se extrae del estudio de Allergan es la importancia otorgada a la calidad de la piel como sinónimo de belleza. Para el 58% de las mujeres que se encuestaron es tan importante como la forma de su cuerpo. Cuando definen una piel bonita eligen los calificativos de firme, radiante, luminosa e impecable.

NUEVAS TÉCNICAS DE BELLEZA WELLAGING

Importa y mucho la calidad de la piel. “Este deseo de una buena piel nos ha llevado a implementar un plan de traba-

Fue Michelle Lee, directora de la revista decana de belleza en Estados Unidos, *Allure*, en la carta editorial de su *september issue* (el número más importante del año para las revistas de nuestro sector) de 2017. Sin más, hizo su declaración de intenciones: “Desde hoy, desaparece de nuestro vocabulario el término *anti-aging*. Porque, lo hagamos de forma consciente o no, al usarlo estamos diciendo que la edad es algo contra lo que hay que batallar, que hay que combatir, como si fuera una infección”. Y hacía un llamamiento a todas las marcas de belleza: juntos podemos cambiar la conversación y empezar a celebrar todas las bellezas, a todas las edades.

El envejecimiento saludable surge de la suma de dos conceptos: vivir con calidad

el presente y llevar esa calidad al futuro. Envejecer bien. Con salud. Que esa salud se refleje en el exterior. Que dé a la piel un nuevo brillo. Sobre todo, que el espejo no decida quien eres, porque eres tan joven como te sientes, como defiende el movimiento #Proaging de Neutrogena. Que la edad perfecta no exista, como se entrevé en el nuevo enfoque *Natural and healthy aging* de Sephora, del cual es asesora de dermatología la Dra. Lidia Maroñas, que lo expresa así: “Como en muchos otros aspectos de la vida, las mujeres estamos liderando esta nueva tendencia en belleza hacia un envejecimiento natural y saludable. Nos hemos rebelado: ya no queremos ser una mujer perfecta, ni tener una piel perfecta. Queremos sentirnos bien en nuestra propia piel”.

jo encaminado a prepararla antes de intervenir: favoreciendo su hidratación, otras veces su renovación, también aportando nutrientes, tanto por vía oral como mediante infiltraciones de principios activos”, apunta el Dr. Lajo Plaza. Otro de los conceptos nuevos es el de reposicionar (no rellenar). “Con el paso del tiempo, además de grasa y músculo, se pierde hueso (sobre todo con la menopausia). Esta reabsorción ósea provoca la caída de los tejidos, que comienzan a reposicionarse en otras zonas. Eso hace que se desdibuje la línea de la mandíbula, que se marque la ojera, entre otras cosas. Con el nuevo uso de *fillers* no buscamos rellenar esos huecos, sino reestructurar, recolocar -en la medida de lo posible- el rostro y preservar los volúmenes naturales que tenía la paciente”, argumenta el doctor. ■