

# Yo **Dona**

yodona.com

Premios Internacionales  
Yo Dona 2018

## MUJERES QUE INSPIRAN

En portada

LYDIA VALENTÍN  
ROSSY DE PALMA  
ANA BELEN

+

BLANCA PADILLA  
ISABEL COIXET  
MUZOON ALMELLEHAN  
ALHAMBRA NIEVAS  
PATRICIA ORTEGA  
LUZ CASAL

Moda  
**75 ACCESORIOS**  
PARA MARCAR LA DIFERENCIA

EL MUNDO

29 DE SEPTIEMBRE DE 2018. Nº 700. YO DONA SE VENDE EL SÁBADO CON EL MUNDO POR 2€  
EL RESTO DE LA SEMANA, VENTA INDEPENDIENTE POR 1,50€





En la era del 'selfie' cambian las expectativas de los pacientes de cirugía y medicina estética, que piden retoques dignos de Instagram y Snapchat. Pero la sombra de las redes sociales va más allá y ha desencadenado fenómenos como el 'boom' de las extensiones, la fiebre por el 'nail art' o el incremento de las intervenciones de glúteos. Su influencia es tal que pueden llegar a provocar trastornos relacionados con la imagen.

Texto Cristina Martín Frutos

# DOCTOR, PONGAME UN FILTRO

CÓMO LAS REDES SOCIALES  
INFLUYEN EN LA  
MEDICINA ESTÉTICA

**Cualquiera que se haya hecho un selfie –se capturan 93 millones de autofotos cada día en el mundo solo a través de dispositivos Android–** tiene a su alcance la posibilidad de sentirse como en la portada (retocada) de una revista. Al menos es lo que prometen los filtros. Estas herramientas, propias de apps como Instagram, Snapchat o Facetune, y que también se incluyen en la cámara del móvil, dejan la piel inmaculada (¿quién dijo granitos, manchas o arrugas?), la mirada más despierta, una sonrisa perfecta... Algo que puede divertir, entretener y, en casos extremos, desencadenar una percepción alterada de la propia imagen: la *dismorfia Snapchat*.

Así lo han detectado recientemente tres miembros del departamento de Dermatología de la Universidad de Boston, para quienes existe una relación directa entre el uso de redes sociales y la insatisfacción corporal. Su estudio, publicado el pasado mes de agosto en *Journal of the American Medical Association*, determina que la creciente obsesión por la imagen desemboca en un incremento en las visitas a los cirujanos y especialistas estéticos. En concreto, el 55% de los médicos de la Sociedad Americana de Cirugía Plástica ha recibido en el último año algún pa-

ciente que le pedía parecerse a su yo retocado. Además, en el artículo se alerta de que pasar tanto tiempo reflejado en la pantalla del móvil genera una excesiva preocupación por los defectos (reales o imaginarios) que puede llegar a ser enfermiza.

**En nuestro país, al menos por ahora, los expertos en intervenciones estéticas** hablan con reservas de este fenómeno detectado en Estados Unidos. «De momento, no recibimos a muchos pacientes que busquen un *efecto filtro*, pero sí hay una tendencia en aumento entre los menores de 25 años», señala Picardo Ruiz, al frente de la Clínica Dermatológica Internacional, Conxita Obradors, miembro de la Sociedad Española de Cirugía Plástica Reparadora y Estética (Secpre) y experta de Doctoralla.es, coincide con Ruiz en que es una situación anecdótica, pero reconoce que la democratización del Photoshop hace que la gente vaya a consulta con las ideas muy claras. «Saben lo que es verse perfectos en su foto y piden un resultado similar. Nosotros, como médicos, debemos ser realistas; porque esto no es como un corte de pelo, no es fácil volver atrás», afirma la cirujana.

Lo que sí perciben en las consultas españolas es cómo las redes sociales, o más bien lo que en ellas muestran *celebrities* e *influencers*, dejan su huella en la demanda de intervenciones. Por ejemplo, desde 2014 las de aumento de glúteos se han incrementado alrededor de un 30% en nuestro país, según datos de Secpre. Los culos de Kim Kardashian, Beyoncé o Jennifer Lopez tienen mucho que ver con este cambio. También es llamativo el caso de Meghan Markle. La boca de la duquesa de Sussex, la más pedida en las clínicas



## **Inspiración VIP**

No hace mucho era común ir a la peluquería con la foto (recortada de una revista, por supuesto) de una *celebrity* para copiar su corte. Hoy siguen marcando tendencia en cuestión de pelo –con sus coletas infinitas y melenas de volumen imposible–, maquillaje o medicina estética. Eso sí, las redes sociales son ahora su escenario, y sus *selfies*, la fuente de inspiración.



Lily Collins

### **CEJAS POBLADAS**

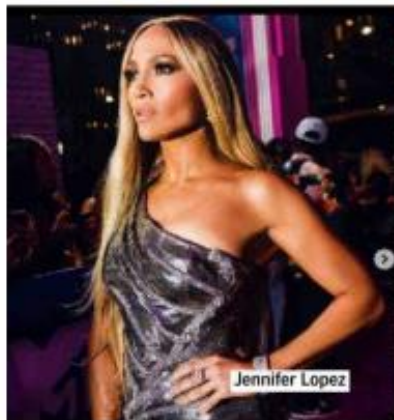
La oferta de geles, lápices y maquillaje específico no deja de crecer. Tampoco la demanda: Benefit, marca de cuidado de cejas, vende un producto cada tres segundos en el mundo (1.200 en una hora).

## Uñas XXL y otras locuras beauty en las redes

No hay día que no aparezca un nuevo hashtag en Instagram relacionado con el mundo de la belleza. Algunos rozan el despropósito: extensiones de pelo para la nariz, moños jarrón, melenas arcoíris... Pero muchos otros saltan de la pantalla a la calle para convertirse en tendencia. ¿Los más copiados? Los tintes de pelo, así como todo lo que tiene que ver con las uñas (Pinterest acumula casi 50 millones de imágenes sobre esta temática). YouTube no se queda atrás. Los tutoriales de maquillaje y pelo levantan pasiones: cada día se ven en todo el mundo más de un millón de videos de belleza a través de sus canales.

estéticas de Reino Unido, inspira la técnica 50:50. «Consiste en dejar el mismo volumen en el labio superior e inferior usando dos jeringuillas (una en el contorno y otra en la zona interior) y distribuyendo el relleno uniformemente», explica Pilar de Benito, médico estético de Slow Life House, donde realizan la intervención (400 euros).

Por último, no hay que pasar por alto la influencia positiva de las redes. Ricardo Ruiz destaca a Hugh Jackman, «que ha publicado en Instagram las seis cirugías por cáncer de piel que ha sufrido para animar a usar el fotoprotector a diario». Movimientos online como #nomakeup, a favor de la cara lavada, o #bodypositive, que defiende la diversidad en cuestión de cuerpos (con curvas, delgados, con estrías...), también se encargan de devolvernos a la realidad entre tanto filtro. ■



Jennifer Lopez



Kim Kardashian



Meghan Markle

### MÁS Y MÁS LARGO

En la app de reservas Treatwell las citas para extensiones de pelo se han triplicado en 2018. *Extensionmania*, líder del sector, estima que sus ventas online de extensiones y postizos crecen un 40% al año desde 2014.

### CULOMANÍA

Estados Unidos es buen ejemplo del boom de los glúteos. Entre los años 2000 y 2017, la operación para elevarlos se disparó un 254%, según el informe anual de la Sociedad Americana de Cirujanos Plásticos.

### EL EFECTO MEGHAN

Además de sus labios, muy solicitados en las consultas, la influencia de la duquesa de Sussex ha llevado a muchas a tatuarse pecas (o a pintárselas) y ha convertido sus cosméticos favoritos en objeto de deseo.