

## SENTIRSE BIEN

El mundo de la estética ya no es exclusivo de la mujer. El hombre se esfuerza por ofrecer un aspecto fresco, sin rasgos de cansancio

# DEL 'AFTERSHAVE' AL BÓTOX

JUDITH MARTÍNEZ  
Barcelona

**D**econtractores de arrugas, bálsamos para el contorno de ojos, cremas de máxima hidratación, mascarillas nutritivas, sueros y champús para prevenir la caída del cabello, autobronceadores y protectores labiales son productos que utilizan los hombres en sus diarios rituales. Y es que el mundo de la estética hace tiempo que ha dejado de pertenecer exclusivamente a la mujer. Como señala Yolanda Garrido, directora de formación e I+D de la firma de cosméticos de alta gama japonesa Kanebo, la realidad es que los hombres "cada vez se esfuerzan más por ofrecer un aspecto rejuvenecido, fresco y juvenil, sin rasgos de cansancio". Si a la vida laboral y social, marcada por el estrés, se le añade la enorme competencia en el mundo empresarial, la realidad coloca a los ejecutivos de un nivel socioeconómico medio alto en el punto de mira de este mercado, que, como afirman importantes firmas de cosméticos y profesionales de la medicina estética, ya abarca el 10% del total y crece en esta proporción a un ritmo anual.

Desde los primeros productos lanzados por Clinique para el hombre en los años setenta, sometidos a pruebas de alergias, 100% libres de fragancia y con una identidad dermatológica muy definida, la firma abarca actualmente una línea masculina de más de una veintena de productos, entre los de tratamiento facial, corporal y de afeitado -el producto estrella de la marca pertenece a esta categoría-, con

## Innovaciones clínicas

El doctor en cirugía estética Jorge Planas, director de la clínica Planas, resalta la actitud de los hombres ante la cirugía. "Se lo piensan mucho más que las mujeres y tardan más en tomar una decisión. Además, el hombre alberga otro tipo de expectativas en cuanto a los resultados quirúrgicos debido a las diferencias que existen entre el cuerpo femenino y el masculino". Entre los tratamientos más demandados por ellos, destacan:

**'Resurfacing' o tratamiento láser:** Elimina totalmente las arrugas faciales leves o moderadas y mejora ostensiblemente el aspecto de las más profundas. También está indica-



Infiltraciones de bótox

do para el tratamiento de las secuelas del acné y aumenta la calidad de la piel.

**Bótox (toxina botulínica):** Este preparado contiene una proteína natural purificada que se infiltra en la piel para eliminar las denominadas arrugas de expresión facial. No se trata de un material de relleno, sino que actúa directamente sobre los músculos de la cara, relajándolos y permitiendo eliminar las arrugas sin cambiar la expresión facial.

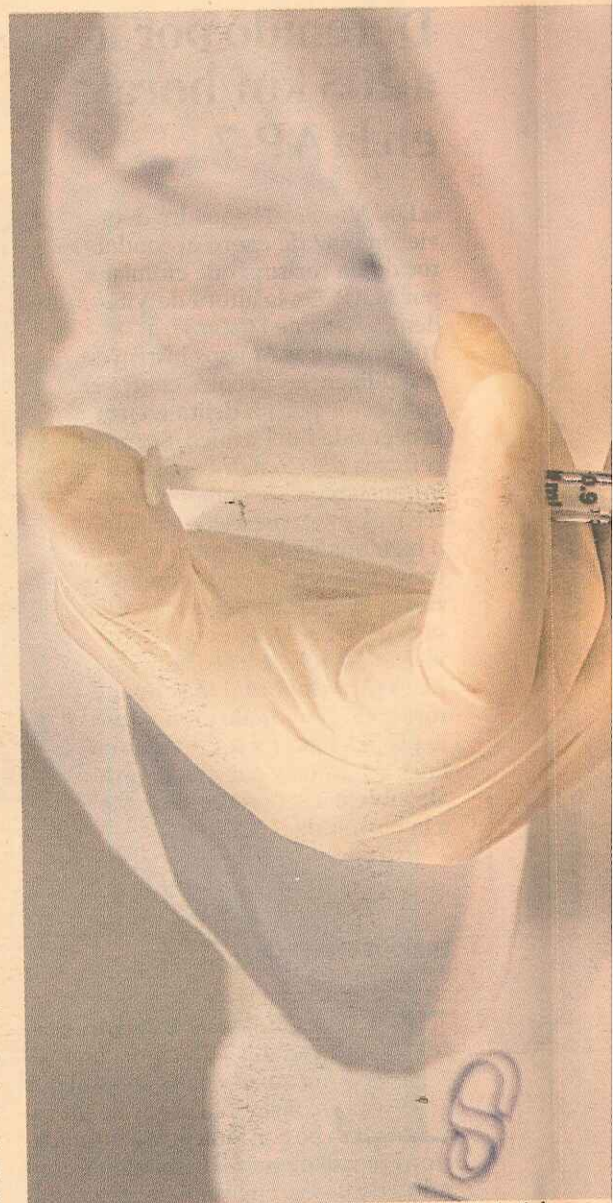
**Depilación láser:** La eliminación del vello corporal no deseado es una cuestión estética de gran importancia para muchas mujeres y, cada vez más, para los hombres, con un porcentaje elevado y en constante crecimiento. Con la técnica láser se puede eliminar el vello de todas las partes del cuerpo: mentón, pómulos, labios, mejillas, orejas, nariz, frente, cuello, axilas, brazos, tórax, areolas, espalda, línea alba (abdomen), ingles y piernas.

**Rich:** Gracias a su acción rejuvenecedora, este tratamiento cutáneo, que consiste en pequeñas infiltraciones de un compuesto de vitaminas, aminoácidos, minerales y antioxidantes en las zonas afectadas por el envejecimiento -cara, cuello, escote y dorso de las manos-, proporciona luminosidad, frescura y juventud.

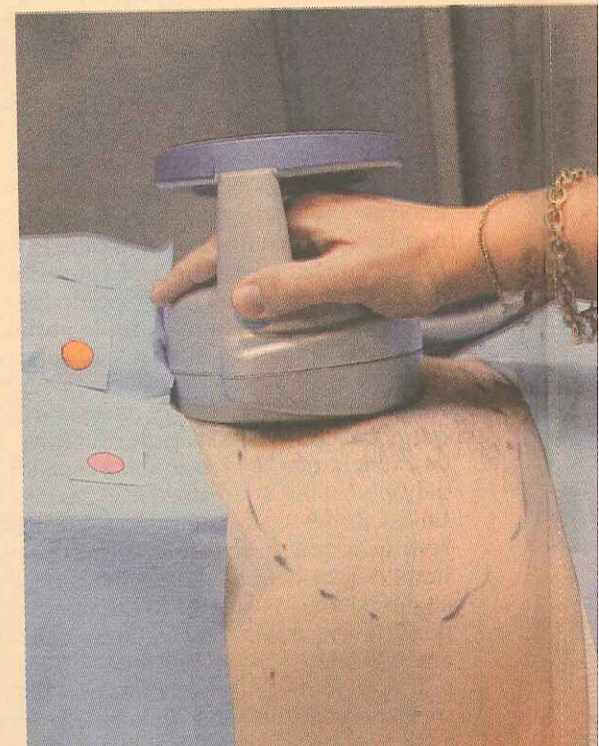
una imagen muy varonil y cuidada. Si a estos grupos de productos se les añaden las fragancias y el mercado del cabello, la tarta que repartir se hace enorme. ¿Necesidades creadas o expectativas cumplidas? Lo cierto es que el hombre pretende estar a la altura que se le exige. "La sociedad demanda un aspecto cuidado, una preocupación por nuestra imagen externa", sostiene el cirujano plástico Enrique Bassas, que añade que "además de la liposucción de pecho, papada y sobre todo de abdomen -los factores genéticos determinan que en los hombres la grasa se distribuya de diferente modo y estas zonas son las que tienen más acúmulos-, los varones se decantan por intervenciones que corrijan malformaciones y acaben con complejos tediosos. En este sentido las más solicitadas son la rinoplastia (corrección de la nariz) y la otoplastia (de las

## Los ejecutivos de un nivel socioeconómico medio alto están en el punto de mira del mercado cosmético

orejas de soplillo o despegadas)". Otro problema típicamente masculino es la alopecia. Como señala el doctor Bassas, "la calvicie tiene una peculiaridad nada favorecedora: el cabello cae de las zonas anterior y superior, pero no de los lados ni de la zona posterior. Esta imagen tan cómica como poco anhelada se corrige con mini y microinjertos, o el llama-



Sesión de tratamiento de infiltraciones de bótox en

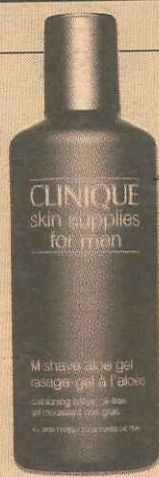


Máquina ultrashape, contra células de grasa

## Los productos



Skin Supplies  
36 €



M Shave Aloe  
19 €



Hair Maximizing Shampoo  
18,50 €



Daily Eye Hydrator  
28,50 €



Hair Maximizing Serum  
24,50 €



Kanebo. Bálsamo contorno de ojos  
130 €

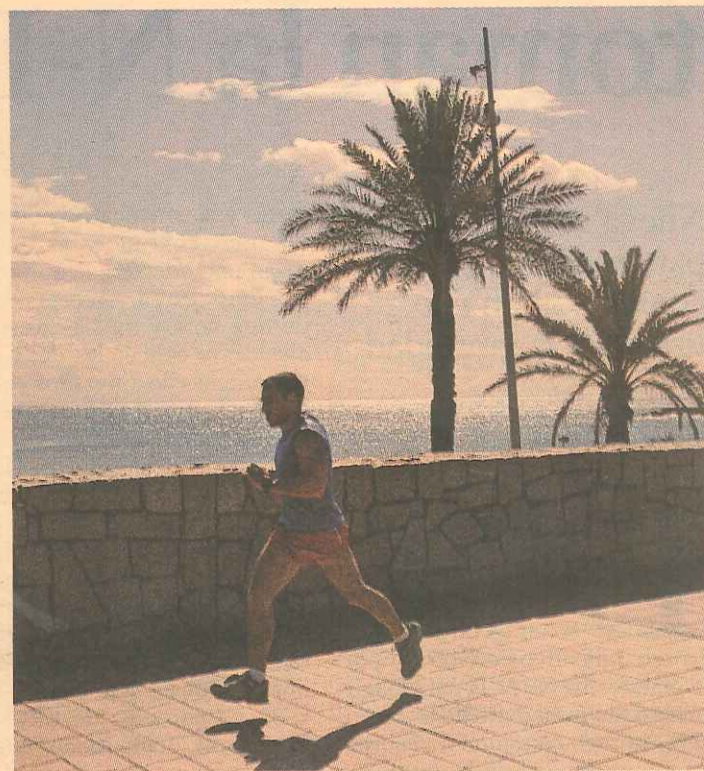


Decontractor de arrugas  
38,90 €



## NUTRICIÓN

## Reflexiones sobre el peso



JORDI BELVER / ARCHIVO

El ejercicio acelera el metabolismo y mantiene la musculatura

MAGDA CARLAS  
Barcelona

Ya se sabe que la delgadez no es obligatoria y que lo aconsejable es tener un peso sano. Sin embargo, cada año hay miles de personas, especialmente mujeres y a menudo de peso normal, que por esta época empiezan las más diversas dietas adelgazantes, no siempre efectivas ni inofensivas. Antes de caer en esta repetitiva cruzada anual hay que reflexionar.

1. No siempre es necesario perder peso. Parece una obviedad, pero no lo es. Un tanto por ciento considerable de personas que tienen un índice de masa corporal (IMC) entre 19 y 25, o sea, un peso correcto, iniciará una dieta para perder peso cuando en realidad no lo necesita. El IMC se calcula dividiendo el peso por la altura al cuadrado. Lo primero, por tanto, es saber si es oportuno adelgazar. En general sólo a partir de un IMC mayor de 25 hay que plantearse.

2. Un peso perfecto no equivale a un cuerpo perfecto. Muchas de las personas que luchan contra el peso lo hacen porque desean una estética determinada. Por desgracia, la estética corporal no sólo depende de los depósitos grasos, sino de la estructura esquelética, de la masa muscular, de la distribución de la grasa... O sea, que uno puede tener un peso de película y mostrar una forma corporal poco agraciada.

3. El peso no sólo depende de la dieta. A menudo se cree que tomando las kilocalorías necesarias se llega al peso que se quiere. No es cierto. Hay muchos factores que influyen en el peso y no siempre con una dieta adecuada se logra el deseado. Hay factores metabólicos, endocrinos, constitucionales, genéti-

cos... que pueden hacer que incluso con una dieta adecuada no se alcance el peso deseado.

4. La edad cuenta. Como impera una sociedad en la que todo es comprable, existe la convicción de que la edad es un simple dato. La verdad es que en el tema del peso la edad influye. No sólo porque a más edad, más difícil es perder peso, sino porque con la edad la composición corporal tiende a cambiar. Se pierde masa muscular y se gana masa grasa. Por tanto, incluso con el mismo peso que en épocas más jóvenes el cuerpo es distinto, menos estético.

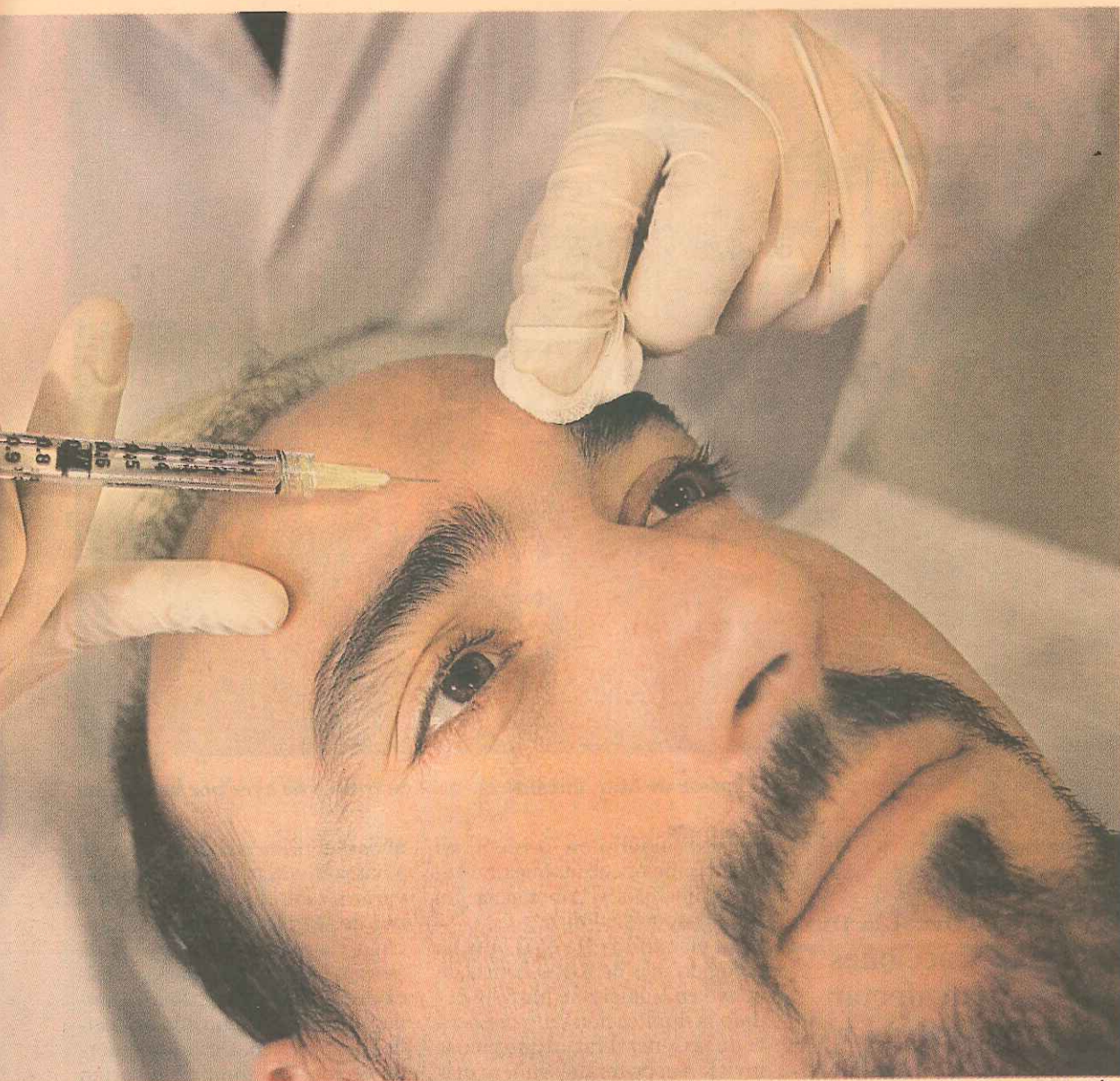
6. Conviene no olvidar el ejercicio. Hay bastantes más personas dispuestas a hacer grandes sacrificios dietéticos que a aumentar su actividad física. El ejercicio no sólo moldea el cuerpo y quema kilocalorías, sino que acelera el metabolismo y mantiene la musculatura en forma, lo que es esencial para que el metabolismo esté activo. Es absurdo querer perder peso y llevar una vida sedentaria.

7. Perder peso de forma inadecuada no es inofensivo. Recordemos que adelgazar con métodos no adecuados puede perjudicar a nuestro organismo. Cuando se trata de perder más de 3 o 4 kilos, es necesario un consejo médico.●

## La sugerencia

## Postre ligero de naranja

Cortar una naranja en rodajas y macerarla unos minutos en la nevera con zumo de limón y azúcar. Acompañar con una salsa de fresa, que se obtiene batiendo una cucharada de mermelada de fresas con zumo de naranja y unas gotas de ron. Añadir, finalmente, unas gotas de leche condensada y almendras laminadas. Es un postre vitamínico, rico en fibra y apto para dietas.



FOTOS: ANA JIMÉNEZ

en la clínica Planas

## Direcciones

## Clínica Planas

Pere Montcada, 16.  
08034 Barcelona  
Tel. 93-203-28-12

## Dr. Enrique Bassas

Unidad de Medicina y Cirugía Estética  
Centro Médico Teknon. Barcelona  
Tel. 93-393-31-52

## Instituts Saurina

Provença, 282-284, bajos.  
08008 Barcelona  
Tel. 93-419-45-16

## Man Personal Care

Travessera de Gràcia, 66.  
08006 Barcelona  
Tel. 93-414-12-89

Institut d'Andrologia i Medicina Sexual  
Pomerol i Puigvert

Paseo Bonanova, 69, 1.ª planta.  
Tel. 93-219-92-91

do autotrasplante capilar, con un resultado muy natural y estético.

Los más mayores solicitan tratamientos rejuvenecedores como la blefaroplastia, para eliminar las bolsas y arrugas de los párpados, y la radiofrecuencia, para corregir la flacidez facial y corporal. La fisioterapeuta Matilde Saurina, propietaria y gerente de Instituts Saurina, ha creado el espacio Saurina Hombre, "dedicado en exclusiva a ellos, ampliando nuestros tratamientos y equipos con el fin de satisfacer sus necesidades, perfeccionando la fisioterapia, para recuperar el tono y la forma". Man Personal Care, el único centro de Barcelona especializado en hombres, ofrece a sus clientes un sinfín de tratamientos en sus tres boxes diseñados para él; este innovador concepto incluye una tienda con cerca de mil referencias multimarca entre productos de cuidado corporal, capilar, facial, afeitado y fragancias alternativas que, como señala su propietario, Antonio Basso, "raramente se pueden conseguir en otros establecimientos".

Las marcas de cosmética se adaptan a este creciente mercado —el año pasado Man Personal Care registró cerca de 3.000 tratamientos— creando productos específicos para la piel masculina, como en el caso de Clinique, aunque siempre hace prevalecer su filosofía, personalizada, con productos seguros y eficaces para cada tipo de piel sin tener en cuenta el sexo.

Esta fórmula unisex es la que concibe la nipona Kanebo al ofrecer sus productos sin distinción, tanto a hombres como a mujeres, a las que considera clave en su función prescriptora de servicios y productos cosméticos: para que sus parejas e hijos cumplan su deseo de llegar a la madurez con una imagen impecable.●

## Consultas en auge

## Atención a lo más íntimo

El doctor Josep Maria Pomerol, urólogo especializado en andrología, observa un incremento en el número de consultas sobre la estética del pene y los testículos. "Aunque se considera que un tamaño de pene inferior a los 7 cm puede ser patológico, hay muchos hombres obsesionados por el tamaño y el grosor de su pene aunque esté dentro de la normalidad". La obsesión por el pene, pese a no recibir ninguna queja de la pareja, puede llegar a constituir un problema psicológico. El andrólogo, siempre bajo criterio estrictamente científico, debe aconsejar a estos hombres, y aplicar distintos tratamientos cuando crea conveniente. Destacan los mecanismos de tracción continua del pene y la cirugía del alargamiento, que consiste en la sección del ligamento que suspende el pene del pubis. Otra intervención, no exenta de dificultades, es el aumento del diámetro peniano, con inyecciones de la propia grasa del paciente u otros materiales sintéticos. Paralelamente a estas técnicas, se puede mejorar el aspecto de los genitales seccionando el exceso de piel. El precio de las intervenciones es de entre 3.000 y 6.000 euros. ●



Emulsión hidratante I, II y III  
(según tipo de piel): 103,50 € unidad