

# Cambio de perfil

► La operación de nariz sigue estando en el tope de las cirugías entre las latinas

LISETH PEREZ-ALMEIDA/EDLP

**NEUVA YORK** — Angie Díaz quiere ser actriz y teme que su nariz se interponga en sus planes. Por eso decidió unirse a la enorme estadística de mujeres latinas que han recurrido a una cirugía para mejorar el perfil heredado al nacer.

“Tengo un ‘bump’ (protuberancia) en la nariz y además cuando me río los orificios se me ven muy grandes”, se queja la estudiante de teatro de 22 años, hija de padre hondureño y madre puertorriqueña, quien el próximo 6 de febrero

**Cirugías a montón**  
**1.592,445**

de hispanos se realizaron cirugías cosméticas en los Estados Unidos durante 2012, según la ASPS.

entrará al quirófano para mejorar algo que le molesta desde hace varios años.

El Dr. Barry Weintraub, quien será el encargado de la cirugía de Díaz, asegura que las latinas siguen recurriendo a la operación de nariz con tanta regularidad como a la de aumento del busto. En efecto, según cifras de la Sociedad Americana de Cirujanos Plásticos (ASPS, en inglés), las hispanas son el segundo grupo en el país que más recurre a este procedimiento, después de las anglosajonas; y mientras que durante el 2012 el número de implantes de senos se redujo en un 7%, la cirugía de nariz se mantuvo igual.

“Es muy común entre las latinas, y desde que la economía se empezó a estabilizar he notado que vienen aún más por esa cirugía”, explica Weintraub. “Generalmente me piden que les quite la protuberancia en el tabique de la nariz o lo abultado o caído de la punta”.

La Dra. Michelle R. Yagoda cuenta que a su consultorio llegan muchas mujeres de países como Perú y Chile quejándose de que tienen un tabique muy bajo; mientras que por ejemplo ecuatorianas y bolivianas dicen tenerlo muy elevado. Sus pacientes de países caribeños lamentan tener los orificios muy anchos.

“La cirugía plástica facial ha sido muy popular entre los latinos por mucho tiempo, pero puedo decir que en mi consultorio ha habido un incremento de por lo menos un 10% en las operaciones de nariz (entre hispanos) en los últimos años”, agrega la Dra. Yagoda, quien entre su principal clientela cuenta a pacientes principalmente de México, Ecuador, Colombia, República Dominicana y Puerto Rico.

El hecho de que este tipo de cirugías es ahora mucho más sencillo y con mejores resultados, aseguran los expertos, ha ayudado a que cada vez más gente recurra a ellas.

“Al hacérselas ya las personas no lucen como si un camión las hubiese atropellado. Todo ha cambiado porque los instrumentos son muy pequeños y delicados. Por ejemplo, yo ya no rompo el tabique sino que lo limo, y al no romper los huesos se evitan los morados que ocurrían antes”, explica el Dr. Weintraub, ase-

gurando que la operación toma un promedio de dos horas y cuando el paciente despierta de la anestesia no requiere de grandes vendas sino de una tablilla muy pequeña. “En cinco días se les retira la tablilla y los adhesivos. Todo en total toma como una semana”.

## En busca de la perfección

Angie Díaz tiene algunos nombres en mente cuando se le pregunta sobre su nariz ideal. “Me encanta la de Sofia Vergara y la de Kerry Washington (actriz americana de la serie Scandal)”, confiesa.

Y es que para los cirujanos es común que sus pacientes lleguen al consultorio con las fotos de las famosas a quienes le envidian esa parte del rostro.

“Me dicen que quieren la nariz de Jennifer López y Sofia Vergara, y también Shakira”, cuenta la Dra Yagoda.

“Kim Kardashian es muy común y la princesa Kate Middleton”, agrega el Dr. Weintraub, quien por otro lado se declara en desacuerdo con usar a J.Lo como ejemplo. “Jennifer López tiene cirugía nasal, pero para ser honesto creo que pudiese ser mejor. Es muy redonda, parece que hubiese peleado en un ring de boxeo. No creo que sea una nariz bonita”.

Ambos cirujanos coinciden en que muchas mujeres cometen el error de ser poco realistas en relación a lo que quieren y lo que se les puede hacer en realidad.

“Pienso que la belleza es subjetiva y no se trata de tener rasgos perfectos, sino que resulten agradables y atractivos. No hay una nariz ideal para todas las personas, la idea es lograr una integración dependiendo de la etnicidad y rasgos de cada quien”, opina la Dra Yagoda. “Por ejemplo para las latinas me gusta algo más suave y redondo que algo muy recto. Si la nariz se hace muy recta se ve poco atractiva y natural”.

“La perfección es una palabra difícil, pero los cirujanos tratamos hacer el mejor trabajo posible”, acota el Dr. Barry Weintraub.

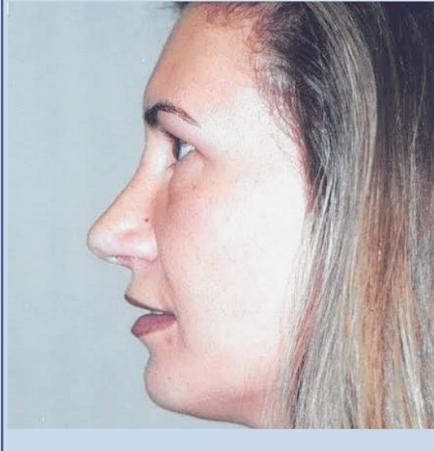
En Nueva York el precio promedio de una cirugía de nariz va desde los \$7,000 a los \$10,000.



THINKSTOCK



■ Las narices de Sofia Vergara, Shakira y J.Lo son usadas a menudo como modelo.



CORTESIA: ASAP

■ Los tabiques con demarcadas protuberancias en el tope son comunes entre quienes recurren a las operaciones de nariz.

# Festival de estampados

► Si no le temes a ser el centro de atención, la colección de Peter Pilotto para Target es tu aliada

LISETH PEREZ-ALMEIDA/EDLP

**NEUVA YORK** — Las colaboraciones entre diseñadores de alta costura y las tiendas por departamento parecen mejorar cada vez más, dejando a un lado las telas baratas y los cortes simples para ofrecer piezas que bien podrían desfilarse en la pasarela. Muestra de ello es la colección de Peter Pilotto que estará a la venta en Target a partir del 9 de febrero.

Peter Pilotto y Christopher De Vos, los creativos detrás de la marca, dejaron en claro su sello: coloridos y brillantes estampados, que sin miedo a descoordinar se mezclan en varias piezas con un resultado divertido, moderno y femenino.

“Nuestra marca es de estampados, sí, pero también de las sensaciones y sentimientos que se pueden crear con el color y sus combinaciones”, aseguran los jóvenes diseñadores londinenses, que en poco tiempo se han convertido en los favoritos de actrices como Cate Blanchett, Emma Watson y Kristen Stewart.

La mujer que no le teme a llamar la atención encontrará en esta colección al mejor de los aliados. Flores amarillas, naranjas, rojas y verdes compiten en espacio con líneas

negras y blancas, teniendo como base bien sea un femenino vestido acampanado, un sexy top corto (crop) o un juvenil jumper.

Y es que en sus casi 70 piezas, la colección pensó en todas y en todo, ya que no sólo ofrece faldas, shorts, vestidos, blusas y pantalones, sino que por primera vez Peter Pilotto puso su sello en lentes, bolsos de playa, zapatos y hasta bañadores.

“Nuestra estética de estampados va perfectamente de la mano con los trajes de baño”, cuentan.

Lo mejor de todo es que, a pesar de la variedad y originalidad de las piezas, ninguna de ellas pasa los \$70. (Un vestido de la marca originalmente cuesta \$2,000).

Lo malo, es que estará disponible por tiempo limitado en tiendas seleccionadas y en Target.com. Entonces si ves algo aquí que te guste, asegúrate de no dejarlo escapar.



■ Las piezas se destacan por ser juveniles, femeninas y creativas.

FOTOS: CORTESIA

■ Las flores en varios colores y los cuadros y líneas en blanco y negro resaltan.

## Cremas contra el frío

NYC/EDLP — El clima frío y la calefacción contribuyen a que la piel sufra de resequecedad en los meses de invierno. Una buena alternativa para atacar el problema es la nueva línea de Aveeno ‘Skin Relief Collection’, que promete hidratación por larga duración (24 horas) y ayuda a aliviar la picazón, escamas y la sensación de incomodidad que a menudo acompaña la deshidratación.

La colección está formulada con calmantes naturales a base de esencias y aceites de avena. Una de las cremas de la colección tiene una fórmula terapéutica que proporciona protección para ayudar a calmar la piel irritada, agrieta y dolorosa.

En sus diferentes presentaciones, los precios de la línea oscilan entre \$7.99 y \$10.99, y están disponibles en farmacias y tiendas de cosméticos. Para más información, visita [www.aveeno.com](http://www.aveeno.com).



## Rulos en control

NYC/EDLP — John Frieda acaba de poner en el mercado un completo arsenal de productos para la estilización y el cuidado de

cabellos rizados. La línea para rizos de John Frieda Frizz Ease. Bajo la premisa de que más que nunca las mujeres latinas están adoptando las texturas naturales de sus cabellos, la marca ofrece todo lo que necesitan desde la ducha hasta los últimos toques de acabado finales para eliminar el ‘frizz’ y crear rizos envidiables. Además de champú y acondicionador, el régimen ofrece el ‘Frizz Ease Go Curler’, un spray

que se activa con calor, y la crema calmante ‘Frizz Ease Unwind Curls’, que promete ayudar a realzar y definir los estilos rizados. Los precios de los productos van desde \$6.99 a \$9.99, y están disponibles en tiendas de comestibles, farmacias y cadenas minoristas de todo el país. Más información en [www.johnfrieda.com](http://www.johnfrieda.com).

