



Fecha: 06-03-2018
Fuente: La Estrella de Iquique
Pag: 22
Art: 2

Tamaño: 20,6x31,6
Cm2: 651,2

Tiraje: 13.067
Lectoría: 39.201
Favorabilidad: No Definida

Título: La campaña que busca la aceptación de la nariz y su éxito entre las mujeres

[MODA Y BELLEZA]

La campaña que busca la aceptación de la nariz y su éxito entre las mujeres

En horas, #SideProfileSelfie se viralizó a nivel mundial, llenando Instagram de fotos de perfiles alejados de lo que muchos entienden como perfección.

SHUTTERSTOCK

Natividad Espinoza R.



LAS NARICES GRANDES TENDÍAN A ASOCIARSE A LA MASCULINIDAD.



Las narices grandes están asociadas a la masculinidad, por lo que lo femenino tiende a no quererlas”.

Luis Pino,
psicólogo

¿SON ÚTILES LAS CAMPAÑAS?

El psicólogo Luis Pino sostiene que las campañas que buscan la aceptación del cuerpo apoyándose principalmente en las redes sociales pueden ser fructíferas, aunque requieren refuerzos. Esto, debido a que “siguen siendo los medios de comunicación los que producen mayor efecto en las campañas. Sobre todo la televisión, que tiene alta credibilidad”. Y aprovechó de mencionar que también es importante difundir las ideas que traen estas iniciativas en sistemas de formación más tradicionales como familias, colegios y universidades.



Fecha: 06-03-2018
Fuente: La Estrella de Iquique
Pag: 22
Art: 3
Título: La campaña que busca la aceptación de la nariz y su éxito entre las mujeres

Tamaño: 20,9x26,6
Cm2: 556,3

Tiraje: 13.067
Lectoría: 39.201
Favorabilidad: No Definida

El movimiento Body Positive, que busca que las personas acepten y quieran su cuerpo tal cual es, se ha vuelto muy popular en el último tiempo, sobre todo entre las mujeres.

En pleno auge de esta corriente, la periodista londinense Radhika Sanghani dio inicio a la campaña #SideProfileSelfie, con un fin más específico: acabar con los complejos que generan las narices grandes o bien aguileñas. Esto, mediante la publicación de fotos que muestren que éstas son tan atractivas como las que responden a cánones de belleza más difundidos.

A sólo horas del debut de la iniciativa, ya eran miles las mujeres de todo el mundo que habían subido a Instagram fotos mostrándose de perfil.

¿La razón? El docente de la Escuela de Psicología de la Universidad de Las Américas y experto en redes sociales, Luis Pino, dijo que la primera causa de la alta viralización de esta campaña es que se hace principalmente por redes sociales, lo que permite una fácil adhesión.

Ahora, y como era de esperar, el hecho de que quienes más enganchen con estas iniciativas sean mujeres tampoco es casual. Pino afirmó que “esto está asociado al machismo, que a lo largo de la historia ha cosificado a la mujer. Es por eso que ellas terminan creyendo que tienen que obedecer a ciertos cánones, como el de la belleza estereotipada”.

Añadió que “entonces

es lógico que cuando aparece una campaña que propone dar un vuelco a esta mirada, el segmento que más despierta sea el de las mujeres. Y en este caso particular, lo normal es que existan narices de distintas tipologías y tamaños”. O sea, que la cantidad de personas de sexo femenino sin una nariz

“perfecta” es enorme.

COMPLEJO CON LA NARIZ

El cirujano plástico de Plasticareconstructiva.cl, Diego Rodríguez, dijo que la rinoplastía (operación de nariz) está entre las tres intervenciones estéticas más demandadas por las chilenas, sobre todo por las millennials (nacidas aproximadamente entre 1983 y 2000).

Para la psicóloga Laura Fernández, esto se debe en

parte a que “el uso de internet y redes sociales a veces contribuye en la creación de inseguridades en las jóvenes, que tienden a seguir a artistas y modelos con rostros y cuerpos que consideran perfectos, lo que les despierta un deseo de parecerse a ellas. Aunque todo depende del uso que se dé a estas plataformas, puesto que también pueden ser de ayuda para aceptar la diversidad de los cuerpos”.





Fecha: 06-03-2018
Fuente: La Estrella de Iquique
Pag: 22
Art: 4

Tamaño: 11,5x38,7
Cm2: 445,4

Tiraje: 13.067
Lectoría: 39.201
Favorabilidad: No Definida

Título: La campaña que busca la aceptación de la nariz y su éxito entre las mujeres

EL LOOK ESTRELLA

Camila Espinoza



Vanesa Borghi

Modelo argentina, actualmente es coanimadora del programa *Morandé con Compañía*. Llegó a Chile a los 17 años y trabajó como notera, modelo, panelista y presentadora en distintos programas de televisión.

1 Este look lo elegí especialmente para la apertura de Swarovski en Mall Plaza Oeste (en Santiago). Los enteritos están de moda hace mucho tiempo, los encuentro cómodos. No quería venir de un color básico como el negro o pastel, ya que con ellos me voy a la segura. Elegí un rojo, que es pasión.



2 El rojo genera sentimientos, así que dije: 'Démosle'. El enterito es de Topshop y me quedaba un poco grande, así que le puse un cinturón y no se nota para nada jajajá... Le agregué un clash como accesorio, en el mismo tono del enterito.

3 Los zapatos los elegí negros, que es un color que siempre va bien. Además, hace una buena combinación de colores con el vestuario.

4 El maquillaje lo hice suave, porque era un evento de mañana. Es un estilo más natural, tampoco podía maquillarme como puerta jajajá, como si una se levantara así. El pelo también lo arreglé de una forma muy simple. Lo mismo con los accesorios. Yo uso Swarovski, pero con anillos o pulseras bastante pequeñas. Siempre son delicadas, rara vez uso algo más grande.