

capítulo 1

INVESTIGADORA COSMÉTICA

LA RAZÓN POR LA QUE NECESITA LEER ESTE LIBRO

Es muy sencilla: este libro le ahorrará dinero. ¡Mucho dinero! Dependiendo de cómo gaste su dinero en productos para el cuidado del cutis, este ahorro puede llegar a sumar miles de dólares a través de los años. Además, este libro también le puede ayudar a cuidar mejor su piel. Literalmente le puede salvar el cutis si, por casualidad, usted está usando productos que están mal formulados o que simple y sencillamente son malos para la piel. Lo que usted desconoce acerca del cuidado del cutis y el maquillaje puede llevarla a malgastar su dinero y también puede provocar que usted, sin querer, dañe su cutis. Y, a decir verdad, a nadie le gusta que lo engañen.

Para quienes no me conocen, déjenme presentarme. Yo soy la autora y editora de varios *bestsellers* acerca de la industria de los productos cosméticos. Mi primer libro se tituló *Blue Eyeshadow Should Be Illegal* (Debería ser ilegal usar sombra de ojos azul), el cual fue revisado cuatro veces y reimpresso docenas de veces más; luego, escribí el libro *Don't Go to the Cosmetics Counter Without Me* (No vaya al mostrador de los productos cosméticos sin mí), cuya sexta edición fue publicada en enero de 2003 y *Don't Go Shopping for Hair Care Products Without Me* (No salga a comprar productos para el cuidado del cabello sin mí). Además, soy columnista para la agencia de noticias Knight Ridder News

Tribune Service y sirvo de consultora para otras compañías de productos cosméticos, ayudándoles a entender los estudios de investigación más recientes que se han hecho de los diversos ingredientes en cuanto a la relación que guardan con la salud de la piel.

A lo largo de los años, todo lo que he escrito se ha basado estrictamente en mi deseo sincero de ir más allá de la euforia y de las artimañas de la industria cosmética y difundir información veraz que las consumidoras realmente puedan usar para lucir y sentirse más hermosas.

Mi dominio del tema, al igual que aquel de cualquier otra persona que se dedique a escribir reportes acerca de cualquier producto de consumo, como comida, automóviles o juguetes, se basa en una investigación profunda del mismo. Lo que me distingue de los demás es que también cuento con más de 20 años de experiencia personal como maquilladora y cosmetóloga profesional y como vendedora de productos cosméticos y para el cuidado del cutis en tiendas departamentales, salones de belleza y en mis propias tiendas. Además, recientemente también comencé a vender mi propia línea de productos.

He aplicado mi experiencia como reportera para hacer investigaciones continuas y exhaustivas de la industria de los productos cosméticos. Todos mis comentarios están basados en entrevistas cabales que he hecho a dermatólogos, oncólogos, químicos cosmetólogos y fabricantes de ingredientes cosméticos, así como en información que he recabado de revistas médicas y publicaciones de la industria de los productos cosméticos. Constantemente reviso resúmenes y estudios científicos. Nunca llego a conclusiones de manera caprichosa o abrupta. Todo lo que reporto se encuentra fundamentado en estudios e información de expertos en el campo y yo cito a mis fuentes a lo largo de este libro. Naturalmente, hay muchas personas que no están de acuerdo con lo que yo afirmo, pero siempre que me es posible, hago mi mejor esfuerzo por presentar otros puntos de vista. Sin embargo, le aseguro que un gran número de personas que pertenecen a esta industria sí concuerdan con mis conclusiones, aunque no tengan la libertad de afirmarlo públicamente.

Por muchas razones, me sorprende que yo me gane la vida revisando, investigando y cuestionando lo que hace la industria de los productos cosméticos. Cuando empecé como maquilladora en 1978, nunca fue mi intención terminar como escritora de reportajes para consumidores acerca de la industria de los productos cosméticos.

En un inicio, empecé mi búsqueda por motivos personales. Yo llevaba años batallando con el acné. Ya había consultado a más de una docena de

dermatólogos, había probado cientos de productos para el cuidado del cutis, tanto de las líneas caras como de las baratas, y seguía teniendo acné. ¿Cómo podía ser eso? ¿Cómo es que todas esas cosas que religiosamente me aplicaba sobre el cutis —las mismas que vendedora tras vendedora y doctor tras doctor me aseguraban que funcionarían— simplemente no daban resultados? Algunas veces, encontraba una rutina que funcionaba hasta cierto punto, pero no tan bien como yo esperaba y tampoco durante mucho tiempo. Y siempre tenían efectos secundarios. La mayoría de los productos hacían que mi piel se enrojeciera e irritara tanto que yo juraba que se me iba a caer a pedazos. Sin prisa pero sin pausa, me fui orientando en estos temas a pesar de toda esta confusión. Y después de una investigación profunda y exhaustiva y de frustración tras frustración, empecé a reconocer algunos de los problemas fundamentales de la información que brinda y de los productos que vende la industria de los productos cosméticos. También encontré que muchas de las mismas dificultades estaban presentes en el campo de la dermatología.

La información provista por la industria de los productos cosméticos era poco más que jergonza diseñada y conformada por afirmaciones exageradas o engañosas para vender más. En el campo de la dermatología, la mayoría de los doctores no tienen el tiempo suficiente para darles a sus pacientes la información que necesitan o para explicarles las limitaciones y las ventajas y desventajas de los tratamientos. Además, se circula muchísima información falsa, por no mencionar los mitos que los mismos dermatólogos generan dado que casi el 50% de ellos están vendiendo productos para el cuidado del cutis.

A decir verdad, yo empecé queriendo ser actriz y mi trabajo como maquilladora simplemente era algo que hacía para mantenerme. Al cabo de poco tiempo, me di cuenta de que no iba a lograr un gran éxito como actriz, o cuando menos que no tenía lo necesario para perseverar en mis intentos, pero que sí tenía las cualidades que necesitaba para convertirme en una buena maquilladora y consultora en el cuidado del cutis. Mi clientela creció con rapidez, al igual que mis ingresos. Descubrí que prefería contar con mi cheque quincenal a tener que batallar con audiciones de actuación y rechazos. Por supuesto, esto no significa que todo era color de rosa. A lo largo del camino, cuando mi negocio como maquilladora independiente no iba muy bien, yo trabajaba como vendedora de productos cosméticos en las tiendas departamentales para ganar más dinero. Pero me despidieron de cada uno de los trabajos que conseguí en todas las empresas de productos cosméticos donde trabajé.

Mi primer despido fue el resultado de una discusión que tuve con el representante de una compañía de productos cosméticos para tiendas departamentales para la que yo trabajaba. El representante quería que yo dijera que una loción tonificante era capaz de cerrar los poros y que un humectante podía sanar la piel, aunque yo sabía que esto no era cierto. (Si una loción tonificante pudiera cerrar los poros, todas las personas que usan dichas lociones tendrían un cutis perfecto sin poros. Y si los humectantes pudieran sanar la piel, nadie tendría ni un solo granito, arruga o cicatriz). Ahí duré como dos meses.

Varios meses después, cuando ya estaba trabajando en otra tienda departamental para otra compañía de productos cosméticos, se generó un conflicto con varias de las vendedoras de productos cosméticos que estaban trabajando en otros mostradores. Si una clienta me pedía algún tipo de producto en particular y yo no consideraba que el producto de la línea que estaba vendiendo era el correcto o si simplemente la línea no incluía ese producto, yo le pedía que me acompañara a otro mostrador donde sí tuvieran el producto correcto y se lo vendía. Eso hizo que ardiera Troya. ¡Me dijeron que debía quedarme detrás de mi mostrador y que no tenía permitido siquiera tocar otro producto que no fuera de la línea a la que me habían asignado! (Cuando sugerí que la clienta podría caminar al otro mostrador ella misma, me metí en problemas con los representantes de ventas de mi línea de productos). ¡Qué absurdo! Un producto maravilloso, que estaba a dos metros de distancia, estaba fuera de mi alcance porque no estaba en el mostrador detrás del cual debía permanecer parada.

Mi última experiencia como vendedora de productos cosméticos en una tienda departamental terminó cuando simplemente ya no podía soportar una sola afirmación distorsionada y exagerada más y decidí independizarme. Así fue como abrí mis propias tiendas de maquillaje en 1981. Yo no vendía sombra de ojos azul, ni cremas antiarrugas ni lociones tonificantes que cerraban los poros. Más adelante, me asocié con otra persona que al principio estaba muy entusiasmada con mis ideas y conceptos, principalmente porque mis tiendas se habían convertido en causa de controversia y estaban atrayendo mucha atención por parte de los medios de comunicación.

Mis tiendas aparecían constantemente en los periódicos y eventualmente, me pidieron que saliera en un programa de una estación local de televisión en Seattle, KIRO-TV. También se me empezó a dar cobertura en la televisión y los medios impresos tanto nacionales como internacionales.

Con el tiempo, mis ideas y conceptos dejaron de entusiasmar a mi socia. Las tiendas departamentales estaban atiborradas de mujeres que querían comprar sombra de ojos azul, cremas antiarrugas y lociones tonificantes, ¿entonces por qué no habríamos de venderlas nosotras también? Después de todo, si usted viese a las mujeres tirando su dinero en todo tipo de productos, a precios que van de \$25 a \$250 dólares por onza por productos que cuestan de 75 centavos a \$4 dólares para producir, tampoco me querría tener de socia. Yo le vendí mis acciones en 1984 y me quedé en la estación KIRO-TV durante los dos años siguientes. Tristemente, las tiendas tuvieron que cerrar poco después de que vendí mi parte, pero aprendí mucho acerca de la investigación que se requería para escribir reportajes mientras trabajé en KIRO-TV en Seattle.

Dejé mi trabajo en la estación de televisión en 1986, después de que terminé de escribir mi primer libro, *Blue Eyeshadow Should Be Illegal* (Debería ser ilegal usar sombra de ojos azul). Decidí publicar yo misma mi libro después de recibir varias cartas de rechazo de casas editoriales importantes que me decían que, aunque les había gustado el libro, nadie estaría interesado en escuchar mi punto de vista porque yo no era una celebridad ni una modelo. En aquel entonces, yo creía que muchas mujeres (aunque admito que no todas) ya estaban cansadas de escuchar la información inútil y a veces incorrecta que les daban las modelos y celebridades que son hermosas desde que nacieron y que saben a cuáles maquilladoras, fotógrafos y gerentes contratar, pero que al mismo tiempo saben muy poco acerca de los productos cosméticos que promueven.

Yo estaba en lo correcto, ¡y vendí varios cientos de miles de ejemplares de mi primer libro! En aquel entonces yo también creía que les había dado a las consumidoras la información más completa y sensata que necesitaban para lidiar con la industria de los productos cosméticos. Pero estaba equivocada. Después de que escribí mi primer libro, recibí miles de cartas de mujeres preguntándome que, ahora que sabían las insensateces de la industria cosmética, cuáles productos deberían comprar o pidiéndome mi opinión acerca de tal o cual producto. Tener una descripción general de la industria cosmética es una cosa, pero tener información específica acerca de productos específicos es otra cosa completamente distinta. ¿Cómo podría alguien darse cuenta si la formulación era eficaz? ¿Cómo podría una persona saber si la información acerca de la investigación que había realizado el doctor o científico que la formuló era válida? ¿Cómo podría alguien averiguar si eran ciertas las afirmaciones que hacía una compañía acerca de su estudio de

investigación impresionante para respaldar su producto “milagroso”? Ahí fue cuando decidí escribir *Don't Go to the Cosmetics Counter Without Me* (No vaya al mostrador de productos cosméticos sin mí).

Mientras tanto, la demanda por saber qué funciona y qué no funciona había crecido, debido principalmente a que la industria también había crecido. El número de líneas nuevas de productos que emergen cada día es apabullante. Al tratar de mantenerme a la par de los infomerciales, las líneas para mercadotecnia directa a múltiples niveles, las líneas para las redes de compras en casa por televisión, las nuevas líneas de las tiendas departamentales y farmacias y el desfiladero de lanzamientos de productos nuevos de las líneas de productos cosméticos existentes, me di cuenta de que mi labor apenas estaba comenzando.

Y todo esto me trae al día de hoy. La industria cosmética ha sufrido muchos cambios. De muchas maneras, esta se ha vuelto más complicada, aunque a medida que haya ido creciendo la investigación de la piel y los productos para el cuidado del cutis, también se ha ido volviendo más emocionante. Mi meta al crear esta guía completa de belleza fue la de compilar y aclarar la información e investigaciones más recientes para ayudar a cada mujer a crear la mejor rutina posible y que cumpla con sus propias necesidades específicas para el cuidado del cutis. Además, quiero ayudar a las mujeres a lograr el mejor maquillaje posible con el menor número de pasos y con las técnicas más fáciles y eficaces.

Como ya es regla en todos los libros que he escrito, también busco separar los hechos de la ficción y la realidad del mito, porque la ficción y los mitos que ha difundido la industria de los productos cosméticos son nada menos que aterradores y frustrantes. En comparación con la información proporcionada por esta industria, los cuentos de hadas parecen datos publicados en la *Enciclopedia Britannica*.

Quizá la parte más difícil de mi trabajo es contener las carcajadas cuando escucho las babosadas que los vendedores de productos cosméticos les dicen a los consumidores. Tener que combatir este desfile interminable de información inservible y rara podría enloquecer a cualquiera. Pero ese es mi trabajo y, doy gracias por tenerlo, porque me ha brindado más recompensas de las que jamás hubiera esperado.

CÓMO EVALÚO LOS PRODUCTOS

Creo que es importante explicar claramente la forma en que yo evalúo las formulaciones para el cuidado del cutis. Trate de recordar las listas

de ingredientes que se encuentran en los empaques de los alimentos preparados o procesados y la información sobre el contenido de nutrientes de los alimentos no procesados. Estas son las mejores analogías que puedo encontrar para las listas de ingredientes de los productos cosméticos. Cuando se trata de inquietudes acerca de nuestra salud o de hacer consciencia de nuestra propia alimentación, la mayoría de las mujeres empezamos por juzgar los alimentos con base en su lista de ingredientes o contenido nutricional. Estas listas detallan la información pertinente acerca de su contenido de grasa, sodio, conservantes, colorantes, calorías y demás. Luego, usando diversos recursos (como libros, profesionales en el cuidado de la salud, estudios de investigación y sitios confiables en la Internet) podemos evaluar la información acerca de los ingredientes que por requerimiento de la Dirección de Alimentación y Fármacos debe aparecer en las etiquetas. Sin dicha información, independientemente de que el producto tenga un buen o mal sabor (todas tenemos gustos diferentes), usted nunca sabría lo que está ingiriendo. Se podría estar haciendo daño al consumir más grasa o más calorías de las que debería, o escatimando la cantidad de vitaminas, antioxidantes, fibra o proteínas, etc., que necesita, lo cual la podría conducir a toda una gama de problemas de salud.

Las etiquetas de los productos alimenticios son muy importantes. Y también lo son las etiquetas de los productos para el cuidado del cutis. Para seguir con esta misma analogía, si por ejemplo, una mezcla comercial de pastel (bizcocho, torta, *cake*) contiene 100 calorías por ración pero otra mezcla contiene 500 calorías por ración, esa es información fundamental que puede usar para decidir cuál quiere comprar. O suponga que quiera preparar un pastel de chocolate y encuentre una mezcla que contiene saborizante artificial. . . lo más probable es que consideraría comprar otra marca con ingredientes todos naturales. De forma similar, si un producto para el cuidado del cutis dice que es bueno para piel sensible pero contiene ingredientes que causan irritación o erupciones, esta es información crucial con la que usted debe contar a la hora de tomar una decisión. Si un producto para el cuidado del cutis cuesta \$100 dólares pero contiene los mismos ingredientes que un producto que cuesta \$20 dólares, esta también es información importante. Si un producto dice ser bueno para controlar las erupciones pero contiene alcohol y aceite de menta, le convendría saber que estos ingredientes pueden dañar su cutis y causar todavía más erupciones. La lista de ingredientes es importante porque le ayuda a elegir entre una gama enorme de

opciones. Además, es un punto de partida mucho mejor que todas las afirmaciones no fundamentadas o unilaterales que vemos en los anuncios de publicidad.

Los fabricantes de productos cosméticos la quieren hacer creer que ellos tienen todo tipo de ingredientes milagrosos que pueden ponerles fin a todos sus problemas dermatológicos. Pero a decir verdad, no todos los ingredientes son milagrosos. Antes de que decida cómo va a cuidar su piel, necesita entender qué es lo que pueden —y no pueden— hacer estos productos. Sí existen algunos ingredientes genuinos que son increíblemente eficaces y que pueden mejorar la salud y apariencia de su piel. Pero también existen muchos productos con reputaciones exageradas o con pocas pruebas que indiquen que valgan la pena para el cuidado diario de la piel. Y, por supuesto, también hay otros que simplemente son ridículos.

El proceso fundamental de revisión de cada ingrediente o formulación de un producto empieza con el análisis de los estudios de investigación publicados acerca de la capacidad que tienen dichos ingredientes o formulaciones de brindar los beneficios prometidos.

En cuanto al maquillaje, mi equipo y yo probamos un gran porcentaje de los productos que hemos revisado. Yo he gastado más de \$100.000 dólares en productos cosméticos y paso mucho tiempo en los mostradores de estos. Yo uso y pruebo muchos productos, contando con mis años de experiencia y los comentarios y opiniones que recibo de miles de mujeres.

Con respecto a la aplicación del maquillaje, me aseguro de explicar los artículos y técnicas que son prácticas para usarse diariamente. Este no es un libro para aprender a hacerse maquillajes elaborados o de moda. Las revistas de moda están repletas de sugerencias para este estilo y usted no necesita otro libro para ayudarlo a pintarse manchas negras alrededor de los ojos o para aplicarse brillantina de pies a cabeza.

LA QUÍMICA COSMÉTICA: UN ARTE Y UNA CIENCIA

En octubre de 2001, tuve la oportunidad de pronunciar un discurso durante una junta de la Sociedad de Químicos Cosméticos de Chicago. Ante este grupo de científicos destacados, comenté que, pese a mi enojo con la industria de los productos cosméticos en lo que se refiere a las cosas que afirman y a la información engañosa que proporcionan, sí quería afirmar que existen productos maravillosos en el mercado. Sé que tiendo a hacer demasiado hincapié en lo negativo —las afirmaciones sin sentido, los precios elevados y la mala calidad— pero también hay un sinnúmero de

productos extraordinarios para elegir. Es muy emocionante para las consumidoras contar con esta cantidad sin límite de productos superlativos para maquillar y cuidar la piel.

En todo momento, nunca me ha dejado de maravillarme lo bien que funcionan la mayoría de los productos cosméticos. ¿Dónde estaríamos sin el trabajo brillante de los químicos cosméticos que hacen los productos exquisitos que usamos? Gracias a sus extraordinarias habilidades, tenemos humectantes que alivian el cutis seco y ayudan a sanar la piel. Ellos crean rímeles que, sin desprenderse ni correrse, pueden hacer que sus pestañas luzcan largas y gruesas, además de bases que emparejan el tono del cutis, haciéndolo lucir perfecto. Tenemos filtros solares que protegen la piel de las quemaduras solares, de las arrugas y del cáncer de piel. Existe un sinfín de lápices labiales sensuales que le dan color y definición relativamente duraderos a la boca (y que ahora se mantienen durante todavía más tiempo con el advenimiento del tono labial *PermaTone* de *Procter & Gamble's*, pero hablaré de esto más adelante en la sección de maquillaje de este libro). Por no mencionar los rubores que acentúan suavemente los pómulos y las sombras que definen los ojos, y, bueno, la lista es interminable.

Quiero agradecer sinceramente a todas las compañías de productos cosméticos que me han brindado su tiempo y una gran cantidad de información para este libro, así como para mis boletines y mis otros libros. A menudo no concordamos en muchas cosas, pero pese a nuestras diferencias, cada vez es mayor el número de compañías que han sido generosas y amigables al brindarme información y productos.

También quiero agradecer a todos los químicos cosméticos que se esfuerzan por producir productos cada vez mejores que siguen haciendo que la industria de la belleza sea tan increíblemente bella. Asimismo, les quiero pedir a los químicos cosméticos que hagan su mejor esfuerzo, siempre que les sea posible, por combatir a los departamentos de mercadotecnia delirantes con los que tienen que colaborar. Después de entrevistar y hablar con cientos de químicos cosméticos a lo largo de los años, yo sé que la mayoría de ustedes no creen ni siquiera una parte de lo que los anuncios, los vendedores, los anfitriones de infomerciales y las editoriales de revistas de moda dicen acerca de los productos que ustedes crean. Su trabajo se basa en la ciencia, no en la hipérbole. También sé que este es un negocio riesgoso. Después de todo, crear productos que nadie va a comprar no es el camino para lograr un ascenso y el departamento de mercadotecnia conoce demasiado bien lo que a las mujeres les encanta

escuchar, sin importar cuán ridículo sea. Pero inténtenlo de cualquier modo; sólo traten de introducir algo de claridad a este negocio turbio.

¿EXISTE LA BELLEZA NATURAL?

La belleza definitivamente es según quien la mira, pero en nuestra cultura dominada por la industria de los productos cosméticos, cuyos ingresos suman unos \$40.000 millones de dólares al año, la belleza requiere dinero y esfuerzo. El cuidado del cabello y del cutis, junto con el maquillaje, forman parte del ritual matutino de casi todas las mujeres, sean modelos, celebridades, abogadas o amas de casa. Quizá sea importante que aclare que no soy una mujer que está en contra de usar maquillaje, productos para cuidar la piel o productos para cuidar el cabello. . . sino todo lo contrario. En efecto, yo uso diversos productos para el cuidado del cutis, me maquillo (a veces mucho), me tiño el cabello y me he sometido a procedimientos quirúrgicos estéticos, entre ellos el *Botox*, implantes en los senos y rejuvenecimiento no ablativo con láser (*nonablative laser resurfacing*). Yo voy al salón de belleza a que me hagan manicuras y pedicuras y siempre me aplico filtro solar con religiosidad. Tal vez a algunas mujeres les sorprenda descubrir que mi libro no trata acerca de “regresar a lo natural” o de preparar sus propios productos cosméticos. Mi perspectiva en todos los libros que he escrito es no juzgar, en la medida de lo posible, las decisiones personales que cualquier mujer pueda tomar con respecto a lo que ella decida hacer acerca de su apariencia. Cuando se trata de casi todos los aspectos de la belleza, lo que me interesa es relacionar las investigaciones en cuanto a lo que sí funciona y lo que no funciona. La decisión final siempre le corresponderá a la consumidora. Y sin importar cuál sea su decisión, yo quiero que todas las mujeres sepan lo que pueden o no lograr al usar un producto, para que puedan comprar lo que funciona y para que no malgasten su dinero en artimañas o productos que simplemente no pueden cumplir con lo que prometen.