

Viernes 16 de Noviembre de 2007

| 24 Breves

Face to Face, tratamiento para embellecer el cutis

Face to Face

Tratamiento para embellecer el ano

Por Pablo J. Gasc

Los neoyorquinos son más castos y puros de lo que se pudiera pensar. Tomemos por ejemplo la última controversia que se levanto a raíz de una gigantografía que fue instalada en Times Square que terminó en la Suprema Corte, y no expuesta precisamente. Lo que podría ser tomado como el renacimiento de puritanismo en la Gran Manzana. Se acabaron los días de juerga y vida loca parece ser el mensaje.

Mal momento parece haber elegido Enrique Ramírez, un empresario de 38 años dueño de Face to Face en Chelsea, quien lanzó una campaña de rejuvenecimiento para el ano. Como lo leen. Ramírez recientemente puso en circulación una serie de avisos publicitarios muy provocativos (en los que incluso aparece él con pantaloneta negra), donde se puede ver un grupo de hombres en diferentes posiciones, todos ellos musculosos y bien formados y que puede ser encontrado en cacetas telefónicas a lo largo de la Octava Avenida y en revistas Gay locales. Los avisos fueron creados para promover un tratamiento cosmético que empareja la piel alrededor del ano.

El procedimiento se empezó a hacer notar cuando fue usado en el salón Pink Cheek en Sherman Oak, California en 2005, y el Dr.90210 empezó a hablar de el en u programa. En todo caso, Face to Face es el único local de la ciudad que ofrece este servicio. Tanto así que Enrique Ramírez ya suaviza al menos una docena de anos a la semana, la pregunta es ¿esta el resto de la ciudad lista para el tratamiento? Parece que no, ya que al meno un gimnasio de la ciudad le pidió a Ramírez que quitara los avisos de circulación.

La propietaria del Gold Skin Spa de Madison Avenue, piensa que el tratamiento puede ser un poco salido de lugar para la ciudad. Según ella no hay mercado en el Upper East Side para estos tratamientos anales.

Por otro lado, un pastor de una iglesia del área de Chelsea comentó que sus miembros no se han quejado de nada, y ellos generalmente le hablan de cualquier cosa que piensen pueda afectar a los menores del sector. Esto confirma el dicho que en cuestión de gustos, no hay nada escrito.

Para Rance Wright, director creativo de la cuestionada campaña publicitaria, su aviso esta bien. "Lo que se esta ofreciendo es cuidado de la piel, y generalmente esos tratamientos no se hacen con la ropa puesta" comentó.