

Fecha: 08-03-2026
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Edición Especial I
Tipo: Noticia general
Título: El autocuidado como respuesta a la sobrecarga histórica de las mujeres

Pág.: 4
Cm2: 604,2
VPE: \$ 7.936.521

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

MÁS QUE ESTÉTICA:

El autocuidado como respuesta a la sobrecarga histórica de las mujeres

Marcela Cerda Faúndez, médica cirujana y especialista en medicina estética, asegura que muchas prácticas que hoy forman parte del autocuidado de las mujeres pueden entenderse como una forma de respuesta —e incluso de transformación— frente a las históricas cargas de trabajo y cuidado que han recaído sobre ellas.

En una cultura marcada por la hiperproductividad y la constante demanda de atención, los rituales cotidianos —desde el *skincare* nocturno hasta el *journaling*— han comenzado a ocupar un lugar distinto en la vida de muchas mujeres. Más que simples hábitos estéticos, hoy estos espacios de autocuidado se interpretan cada vez más como momentos de pausa y reconexión personal.

—¿Cómo se vincula el auge del autocuidado ritual con las históricas cargas de tiempo y trabajo no remunerado que enfrentan muchas mujeres?

“Las mujeres hemos sostenido históricamente una gran parte del cuidado. Y no solo hijos o familia, sino también otros vínculos; y hoy también tenemos una importante participación en el mercado laboral. Desde esa perspectiva, los rituales de autocuidado aparecen como una forma de recuperar algo muy básico: un espacio propio que, aunque sea breve, no está destinado a producir o responder demandas externas, sino propias. Tendencias como el *skincare* o el *journaling*, por ejemplo, funcionan porque son prácticas acotadas, repetibles y medibles. En pocos minutos permiten bajar la activación, ordenar pensamientos y sentir control sobre algo concreto. No reemplazan al descanso real ni disminuyen la carga mental, pero pueden ser una puerta de entrada a una relación más consciente con nuestro cuerpo y con nuestro bienestar personal”.

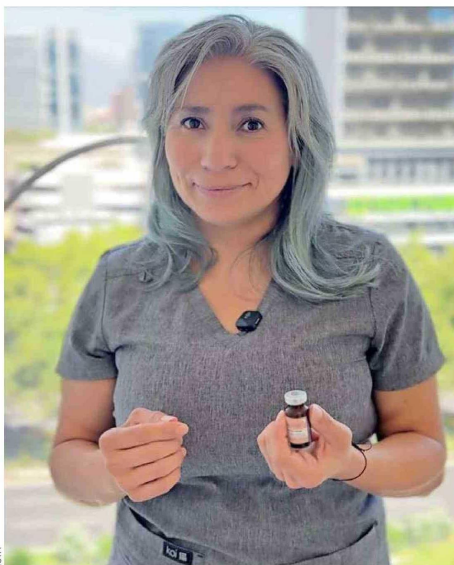
—¿Cómo influye la llamada “doble o triple jornada” en la posibilidad real de que las mujeres accedan a espacios de descanso y bienestar personal?

“Influye de manera directa. Cuando el tiempo está fragmentado en múltiples actividades, el descanso suele ser lo primero que se posterga. Y no solo hablo de falta de horas, sino de disponibilidad mental. Muchas mujeres llegan al final del día con el cuerpo cansado y la mente todavía activada, en modo resolución, lo que les dificulta incluso descansar cuando existe una ventana para hacerlo.

En la consulta, para mí es evidente: en muchas ocasiones, el bienestar termina reducido a ‘lo que alcanza’, y ahí es donde los pequeños rituales toman relevancia. Pero también es ahí donde debemos ser cautelosos, ya que el autocuidado no puede transformarse en una tarea más de la lista. El objetivo debería ser que esas prácticas abran espacio a decisiones más profundas, a poner límites, a pedir ayuda y a redistribuir cargas, priorizar salud y no que maquillen un agotamiento sostenido”.

—¿Podría interpretarse este autocuidado consciente como una forma de autonomía frente a la cultura de la hiperexigencia y la multitarea que recae sobre las mujeres?

“Sí, y me parece una lectura muy potente cuando el autocuidado se vive como una elección y no como una obligación



Marcela Cerda Faúndez es médica cirujana y especialista en medicina estética de Ecya.

estética ni una exigencia más. La autonomía aparece cuando una mujer decide conscientemente que es algo que hace por ella desde el cuidado de su salud física y mental, pero no desde la presión por rendir o verse de cierta manera. En medicina estética, por ejemplo, el enfoque ético es clave:

no se trata de perseguir una perfección imposible, sino de acompañar procesos que ayuden a sentirse bien, en armonía, con resultados naturales y seguros. En ese sentido, el autocuidado consciente es una forma de afirmar el tiempo, el cuerpo, el

bienestar y dejar claro que poner límites sí importa”.

—¿Qué diferencias generacionales observa en la forma en que mujeres jóvenes y adultas están resignificando estos rituales como espacios de pausa?

“Veo diferencias interesantes. En mujeres jóvenes suele haber más lenguaje y acceso a información sobre salud mental, límites y autocuidado. Muchas de ellas entienden estos rituales como una forma de regulación emocional: las ayuda a ordenar ideas, a bajar la ansiedad y les devuelve la calma. También hay una estética del ritual muy influida por las redes sociales que puede ser positiva si inspira hábitos, pero compleja si instala estándares inalcanzables; por ejemplo, tener una rutina de *skincare* de mil pasos o depender de productos excesivamente caros sin respaldo científico. En mujeres adultas, en cambio, el autocuidado muchas veces viene teñido de culpa: aparece con frases como ‘me debería dar tiempo’ o ‘esto es un lujo’. Cuando logran sostenerlo, suele tener un sentido más reparador y profundo: recuperan energía, reconectan con sus cuerpos y se sienten nuevamente dueñas de su espacio. Y algo bonito es que muchas mujeres mayores resignifican el cuidado no como vanidad, sino como salud, prevención y dignidad personal”.

—Mirando el futuro del consumo con enfoque de

género, ¿qué deberían entender hoy las empresas sobre el tiempo, la salud mental y la búsqueda de equilibrio de las mujeres para construir propuestas realmente pertinentes y no solo aspiracionales?

“Lo primero es que el tiempo es un recurso crítico y no está distribuido de manera justa. Si una propuesta no respeta eso, se vuelve aspiracional. Puede tener buenas intenciones, pero es poco realista. Las mujeres no necesitan más exigencias, necesitan soluciones que simplifiquen su día a día y que no las hagan sentir culpables.

Lo segundo es que el bienestar ya no se percibe solo como ‘verse bien’, sino como funcionar bien sin agotarse. Eso implica una mezcla de salud mental, descanso, soporte, acompañamiento profesional y experiencias seguras. En mi rubro, por ejemplo, la confianza se construye con evaluación médica real, explicación clara, evidencia, expectativas honestas y seguimiento clínico con el paciente. Eso vale para cualquier industria que quiera hablar de autocuidado con seriedad.

Y tercero: las marcas deben entender que equilibrio no es perfección, es sostenibilidad. Propuestas adecuadas son las que ayudan a las mujeres a sostenerse en el tiempo con opciones realistas, accesibles en su agenda, sin sobre promesas y que reconozcan la complejidad de sus vidas”.