

SECRETO DE MILLENIALS

# LA COSMÉTICA DE LAS EMOCIONES

O CUANDO CUIDARSE SE CONVIERTE EN UNA EXPERIENCIA HOLÍSTICA DE CUERPO Y MENTE. ALCANZAR EL BIENESTAR SE HA TRANSFORMADO EN UN DESAFÍO GLOBAL DE LAS NUEVAS GENERACIONES, Y ESA BÚSQUEDA TAMBIÉN LLEGÓ A LA COSMÉTICA; NO SE BUSCA SÓLO VERSE LINDA, SINO VIVIR UNA “EXPERIENCIA”.

Por Valeska Silva Pohl ▶



**E**xiste consenso en que los niveles de estrés, depresión y ansiedad están aumentando debido a una serie de factores, entre los que se encuentran el aumento de la desigualdad económica y la sobrecarga laboral. Hace no mucho, la propia Organización Mundial de la Salud (OMS) anunció que encontrar el bienestar sería una de sus principales prioridades en la próxima década. Es más, la depresión y ansiedad de la “generación selfie” se debe, en gran parte, a constantes comparaciones virtuales. Desde las “fake news” hasta los cuerpos perfectos que vemos continuamente, la idea misma de la realidad está desapareciendo rápidamente a medida que nos desconectamos cada vez más del mundo físico.

La novedad es que para encontrar ese bienestar ya no sólo contamos con prácticas tipo mindfulness o el yoga. También ha surgido una generación de cosméticos pro-felicidad que incorporan en sus formulaciones activos que, principalmente a través del olfato, estimulan las “neuronas de la felicidad” en el cerebro. Un nuevo conjunto de cremas, lociones, mascarillas, e incluso de aguas, que además de combatir el envejecimiento buscan proporcionar felicidad y satisfacción. Plantas, esencias florales, aceites esenciales y vegetales, entre otros ingredientes, quieren ayudar al organismo a adaptarse a los cambios que debemos enfrentar constantemente. La clave de este nuevo tipo de productos es su doble finalidad: terapéutica y cosmética. Una combinación que tiene que ver con la capacidad de restablecer el equilibrio emocional actuando directamente en la emoción para llegar al causante de rojeces, arrugas, bolsas, ojeras, cansancio y otras patologías que comparten su origen en emociones estancadas, repetitivas y desarmonizadas. Desde siempre el mundo de la belleza y la estética ha contribuido a mejorar nuestra imagen, elevar nuestra autoestima y ayudarnos a superar momentos y etapas difíciles, como una enfermedad. Incluso algunos estudios sostienen que compramos cosméticos más para sentirnos bien que

porque esperemos resultados especiales o milagrosos. “La belleza es algo más fuerte que la vida misma”, es una de las frases emblemáticas de Christina Miriam Zehavi, una de las dermatólogas más admiradas internacionalmente, de origen israelí, y quien recuerda las palabras de su madre, superviviente del Holocausto: “Una vez me dijo: Sabes, Christina, después del Holocausto, las mujeres estaban ansiosas por conseguir alguna crema, algún perfume, un lápiz de labios... Para ellas era como una señal de que la vida se había normalizado, un símbolo de que la paz había llegado y continuaría sin guerra y sin pérdida de vidas. Un poco de crema, un poco de perfume, un poco de lápiz labial, eso es la vida real. Parecerá poca cosa, algo pequeño, pero es tan importante para la vida...”. Sin embargo, no es necesario atravesar un momento crítico para apreciar el poder terapéutico de la cosmética y su influencia



HA SURGIDO UNA **GENERACIÓN DE COSMÉTICOS PRO-FELICIDAD QUE INCORPORAN EN SUS FORMULACIONES ACTIVOS QUE, PRINCIPALMENTE A TRAVÉS DEL OLFATO, ESTIMULAN LAS “NEURONAS DE LA FELICIDAD” EN EL CEREBRO.**

en nuestro estado de ánimo. Seguramente más de una vez experimentaste una agradable sensación al oler un determinado perfume que te evocó un bonito recuerdo o te trajo a la memoria el olor de esa persona especial que pasó por tu vida... Pueden ser simples estímulos pero que, sin



duda, afectan nuestras emociones y niveles de estrés.

**EVOCANDO LA INFANCIA**

Marisol Calderón es la creadora de Di Nonna, @dinonna\_eco, marca de cosmética natural que incluye shampoos, lociones, cremas, jabones y otros artículos de cuidado y belleza. Su marca busca precisamente evocar a la cosmética antigua con la elaboración de componentes clásicos, “de la abuela”, como su nombre lo indica. Uno de los productos favoritos de sus clientas, y el más “emocional”, como ella misma lo define, es su Agua de Rosas. “Ello porque la rosa trabaja a nivel espiritual, químico, dérmico y dermocosmético. Emocionalmente es la flor más poderosa que hay; tiene alrededor de 700 propiedades que trabajan a nivel

mental, físico, emocional y del subconsciente. Tiene muchísimos beneficios sanadores. Es además súper solicitada y bastante cara. Por eso es difícil encontrar productos que realmente contengan rosa, o que esa rosa no sea sintética”. Agrega que es una especie de sedante automático que combate el estrés, cicatrizante de heridas y un afrodisíaco natural. “También es muy buena para la rosácea y para pieles irritadas, porque calma. Con solo olerla te relajas. La rosa es muy emocional y súper femenina, te conecta alto con la femineidad, con los afectos y los cariños. En definitiva, es muy poderosa y sanadora”, asegura. Otro producto que destaca es su crema de Cera de Abejas. “Su aroma es el natural de la miel, no le incorporo ningún tipo de fragancia. Y lo primero que me dicen es que les evoca a la niñez, al campo. Generalmente las personas tienen una debilidad cuando se sienten transportados a su infancia, desde ahí los comentarios son muy positivos. Además, como su textura es de tipo mousse, gusta mucho más. Debido a que es muy hidratante también la usan mucho para masajes faciales. Y como tiene colágeno y elastina ayuda a disminuir líneas de expresión; es nutritiva y con altas propiedades antioxidantes. Emocionalmente te conecta con la familia y también es muy afro-

**YOU**  
by skechers™

Saludable. Feliz. Cómoda.™  
YOU by Skechers®



disíaca..., como el

Agua de Rosas. No olvidemos que para los rituales de amor se usa mucha miel, canela y rosas”. Finalmente destaca su mascarilla de coco, un tratamiento capilar que puede usarse como acondicionador o crema de masajes. “Lo que hago es una fusión de coco con otras esencias comestibles que son súper estimulantes, de efecto rápido. La gente lo huele y se fascina. El olor a coco te transporta inmediatamente a la playa, al descanso y al relax. Hay mucho de alegría, de felicidad, la persona se siente como en El Caribe..., por algo casi todos los aceites bronceadores tienen olor a coco. También es un producto muy bueno para quienes están depresivos; con sólo sentir su aroma te cambia la expresión del rostro”, concluye Calderón. Lo cierto es que la cosmética emocional debe existir hace cientos de años, sólo que ahora se le nombra así. De hecho, diversas investigaciones demuestran que el simple hecho de maquillarse los labios puede hacernos sentirnos mejor en época de crisis. Pero además, si ese lápiz de labios nos ayuda a controlar el estrés o a sentirnos más felices, ¿por qué no utilizarlo? 