

Opción de grado I:

DOLLCELY; BENEFICIOS DEL MAQUILLAJE NATURAL.

DOLLCELY: BENEFITS OF NATURAL MAKEUP.

CUN

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Karen Melisa Rincón Alfonso

Laura Daniela Londoño Bonilla

Alejandra Martínez Triana

Bogotá D.C.

Noviembre 4 del 2022

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad analizar los beneficios del maquillaje libre de químicos y parabenos para la dermis de las mujeres colombianas, de esta forma generar una propuesta de emprendimiento sostenible llamada "Dollcely" una marca de maquillaje orgánico y libre de crueldad, buscando incentivar su producción, comercialización y compra en la ciudad de Bogotá. Se pretende crear conciencia entre las jóvenes universitarias de la CUN respecto a la contaminación cosmética generada por la industria convencional y el daño que puede causar en la naturaleza y los animales, los efectos que pueden crear los parabenos en la piel a partir de cuestionarios y foros públicos, aportando alternativas naturales y dando un punto de vista ecológico para la solución y el cambio del problema.

PALABRAS CLAVES

Comunicación, contaminación, industria, maquillaje, vegano.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the benefits of chemical-free and paraben-free makeup for the dermis of Colombian women, in this way to generate a sustainable entrepreneurship proposal called "Dollcely" an organic and cruelty-free makeup brand, seeking to encourage their production, marketing and purchase in the city of Bogotá The aim is to create awareness among the young university students of the CUN regarding the cosmetic contamination generated by the conventional industry and the damage it can cause to nature and animals, the effects they can create parabens in the skin from questionnaires and public forums, providing natural alternatives and giving an ecological point of view for the solution and change of the problem.

KEYWORDS

Communication, industry, make-up, pollution, vegan.

INTRODUCCIÓN

El maquillaje ha sido un gran símbolo desde épocas pasadas y que cada vez representaba algo distinto como poder, rebelión entre otras, pero hoy en día ya no es tan así, con el paso del tiempo eso se convirtió en historia.

Hoy en día los jóvenes se fijan en cosas distintas, empezaron a ser conscientes del impacto ambiental que esto genera y se fijan más en lo que consumen por lo cual las industrias tuvieron que cambiar a los nuevos intereses del consumidor con productos amigables y naturales también borrando el testeo el cual ahora es ilegal. La industria de cosméticos veganos se está incrementando cada vez más y eso es lo que nosotros como diseñadores queremos comunicar, qué el consumidor se sienta a gusto con el producto estando seguro de que sus productos son totalmente libres de maltrato y contaminación.

OBJETIVOS

GENERAL

- Analizar la problemática que presenta la empresa, en este caso la falta de una identidad visual que la represente y la distinga, buscando una solución óptima a partir del diseño e integrando el diseño editorial.

ESPECÍFICOS

1. Generar una imagen de identidad de marca que se relacione y empatice con la comunidad vegana.
2. Realizar una campaña publicitaria en redes sociales (instagram, twitter y facebook) y de manera física en la universidad de la CUN, a partir de piezas editoriales (una revista editorial) y distintos entregables (folletos).

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

La investigación tiene como finalidad dar a conocer los beneficios del maquillaje vegano, así mismo resaltar la amenaza que representan las industrias cosméticas y sus fábricas multinacionales para el ecosistema, e incluso para la piel de quienes lo usan. En este caso hacemos una investigación bibliográfica, citando diferentes autores y entes conocedores del tema, de esta manera poder reforzar los argumentos propuestos.

EL MAQUILLAJE ORGÁNICO Y VEGANO.

Una de las primeras falencias y dificultades con las que se cuenta al momento de publicitar y dar a conocer una marca de maquillaje orgánico, es que las personas usualmente no conocen las diferencias que contiene contra el maquillaje convencional, en primer lugar, para que cualquier producto cosmético pueda ser considerado como 'vegano', no debe contener ningún ingrediente de origen animal, ni derivado de éstos, como los ácidos lácticos o la miel. (Clusters noticias, 2018). Mientras que aquellos productos comerciales pueden llegar a contener un sin límite de ingredientes que podría llegar a ser dañino para la dermis, causar brotes en la piel, acné y demás reacciones alérgicas, de acuerdo con IDMA (2018), La cosmética natural tiene enormes ventajas para la salud de nuestra piel, pues no es agresiva para esta, aparte de fortalecer y mejorar las

funciones dérmicas, debido a los componentes naturales que nos aportan las plantas. A diferencia de las marcas convencionales, cuya procedencia resulta dudosa a causa de la gran cantidad de químicos, colorantes artificiales, parabenos e incluso llega a cometer actos inhumanos como el testeo en animales, esto en países dónde aún llega a ser legal.

El maquillaje ha sido un gran símbolo desde épocas pasadas, incluso creyendo que este mismo les protegía de enfermedades, su significado ha cambiado a lo largo de la historia y dependiendo del país, siendo relacionado con el poder, la rebelión, la raza y el estatus social, aunque actualmente ya no es de esta forma. Así como avanzó su significado ha avanzado su forma de fabricación, dejando el uso de ingredientes como el antimonio, arsénico o plomo. Evitando hacer aquellos productos altamente tóxicos e incluso letales para las personas, ya que para estas épocas no existía regulación alguna, pero, ¿es éste el final de la problemática?

Si bien, actualmente el maquillaje no es "venenoso" (más allá de causar efectos alérgicos en algunas personas), sigue generando efectos adversos para la piel de quiénes lo usan como para el medio ambiente a causa de la contaminación que aquellas fábricas multinacionales generan.

Actualmente los jóvenes se fijan en cosas distintas, empezaron a ser conscientes del impacto ambiental que las fábricas generan y se fijan en la manera de fabricación que contiene el producto que van a consumir, a causa de este cambio y conciencia social que han empezado a tener los jóvenes, por ende las industrias se vieron obligadas en cambiar su forma de producción, para que les sigan consumiendo, pero aún así llegan a límites límites colocar sus fábricas en países como China, donde (Clusters Noticias, 2018), menciona que los cosméticos que se venden en China están obligados por ley a ser probados en animales. Se usan conejos, cobayas, ratones y ratas de manera habitual para la experimentación animal. Son quemados, mutilados, envenenados y gaseados, y si consiguen sobrevivir al proceso, son matados para que sus cuerpos

puedan ser estudiados o bien son sometidos al mismo tormento de nuevo. (ética animal, 2022), Así, cualquier marca que en América latina que asegure ser '*cruelty free*', pierde esa categoría al entrar en venta en el mercado chino, aunque hay países como Colombia donde tal acción es ilegal e incluso penada con cárcel, "La presente ley tiene por objeto prohibir, en todo el territorio nacional, la experimentación, importación, exportación fabricación, y comercialización de productos cosméticos, sus ingredientes o combinaciones de ellos que sean objeto de pruebas en animales, posterior a la entrada en vigencia de la presente ley". (Constitución política de Colombia, 2020, Ley 2047) e incluso consideran a los animales perjudicados por aquellos maltratos y experimentos como víctimas y seres que merecen respeto, donde se establecen las multas que se deben por el incumplimiento de tal ley, como lo declara la Ley 1774 (6 de enero de 2016, Constitución política de Colombia) "Los animales son seres que sienten, no son cosas y recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos". Las personas actualmente cuentan con fuentes de información masiva sin la necesidad de tardar más allá de un par de minutos buscando tecleando e informándose al respecto, así que fue mediática la atención a nivel global que cayó sobre las empresas cosméticas al conocerse lo que sucedía con los animales que se usaban para testear y la contaminación masiva en el agua que generaba su fabricación. (Cultura científica, 2019) El crecimiento acelerado de las actividades humanas, ha generado deficiencias en la capacidad de regulación de los ecosistemas potenciando la pérdida de biodiversidad, que disminuye la oferta de servicios ecosistémicos y tiene como consecuencia el incremento de la contaminación del planeta. Es así como, la conservación de la biodiversidad y la sostenibilidad ambiental se transforman en factores o elementos de competitividad empresarial donde las nuevas reglas de los mercados internacionales reposicionan los desafíos ambientales como desafíos económicos.

(Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2014). El primer programa sistemático de experimentación con animales vivos lo llevó a cabo William Harvey. Harvey usó cientos de animales de diferentes especies para demostrar la circulación de la sangre. Muchos después de 1650 siguieron su modelo de investigación, que incluía la vivisección (la intervención quirúrgica de animales vivos.) René Descartes argumentó en el Discurso del método (*Discours de la méthode pour bien conduire sa raison, et chercher la vérité dans les sciences*, 1637) que los animales no tenían intelecto y por lo tanto no podían experimentar el dolor de la misma forma en la que lo hacían los humanos. Esta afirmación fue, y es, muy controvertida, pero muy pocos en el XVII la usaron para justificar la experimentación con animales vivos.

Aunque la discusión fue larga, empezando desde los inicios de los 90's, aunque en el año 2003 se declaró que dicha prohibición entraría en vigencia 10 años después (en la mayoría de países), apenas en el 2013, Actualmente existen diferentes empresas dedicadas a la investigación de alternativas para el testeo de cosméticos que no tengan la intervención de seres vivos. Los métodos de experimentación que no usan animales incluyen la experimentación *in vitro*, el uso de modelos genómicos e informáticos, y el uso de voluntarios humanos. También puede recogerse información mediante el uso de estudios de población, a partir de estudios previos y a partir de la investigación realizada durante décadas. (Ética animal, 2022)



Figura 1, tomada desde: el sol, 2021.

Nuestras decisiones de consumo impactan en nuestro cuerpo y en nuestro planeta. La industria de productos cosméticos es una de las grandes causantes. (Efecto colibrí, 2020) La cosmética convencional, además de contener ingredientes tóxicos para el organismo, contienen sustancias que acaban contaminando las aguas del mar, ríos, lagos, dañando los entornos naturales bien por su toxicidad o bien por sus procesos de producción, perjudicando consecuentemente a los seres vivos que allí habitan. Un envase de 150 ml puede contener entre 130.000 y 2.800.000 microesferas de plástico. Esto supone que cada vez que nos limpiamos la cara con un exfoliante o nos lavamos los dientes con una pasta dentífrica convencional, estamos vertiendo miles de piezas de plástico al medio ambiente. Además, el uso de productos que contienen tóxicos que pueden causar diversas patologías para los usuarios. La media europea de consumo es de 17 productos cosméticos al día, lo que tiene graves consecuencias tanto para nuestra piel como para el medio ambiente. (Efecto colibrí, 2020) Sin mencionar que los animales siempre resultan siendo los más afectados, ya que muchos productos cosméticos convencionales contienen polímeros plásticos que no tienen una biodegradabilidad fácil, por lo que quedan en el medio ambiente”, remarca Gerard. Por poner un ejemplo, las pequeñas esferas de color azul que hay en algunas pastas de dientes y cremas exfoliantes son en realidad micro plásticos que no

desaparecen al ser tragados por el desagüe: debido a su pequeño tamaño no pueden ser filtrados por las depuradoras y terminan en las aguas marinas, donde son ingeridas por los animales y pasan a formar parte de la cadena alimentaria (saigu, 2020) El informe de *Environmental Audit Committee* sugiere que la contaminación por plástico podría ser más dañina para el medio ambiente que los trozos de plástico más grandes debido a que su tamaño hace probable que la fauna los ingiera y permite su entrada potencial en la cadena alimentaria, por ejemplo, un plato de seis ostras puede contener hasta 50 partículas de plástico. El informe concluye que “hay pocas pruebas de los impactos potenciales para la salud humana derivados de la contaminación por plástico”. También destaca alternativas a las microesferas, incluido el uso de almendras trituradas, sal marina y harina de avena. (Ocean Sentry, 2022)



Figura 2, tomada desde Ocean Sentry, 2022

La industria de los cosméticos veganos, orgánicos o totalmente libres de maltrato animal, "Cruelty Free" que quiere decir que ni los ingredientes ni el producto final han sido testados en animales en ninguna parte del proceso (Cluster noticias, 2018), está incrementando con

velocidad a causa de los jóvenes que se cansaron de ver el maltrato y el deterioro del planeta en que existimos. Allí entra Dollcely, como una marca de maquillaje de consumo responsable, donde sus productos son naturales y libres de agentes contaminantes para la piel y el ambiente, siendo pues un producto vegano, que es aquel que no contiene ingredientes de origen animal, ni derivados de éste. (alma secret, 2019), de igual forma un emprendiendo eco-sostenible que refiere a una marca para el desarrollo económico a la par que un conjunto de acciones creativas que se direccionan en la búsqueda de mejorar una situación crítica o de construir algo nuevo independientemente de los recursos disponibles en el medio (revista Espacios, 2019) que trabaja con la menor cantidad de implementos dañinos, no sólo en el interior, sino en el exterior, hablando de su empaque, puesto que, no puede quedar atrás la contaminación y daño forestal que genera la tala de árboles, El Diccionario de la lengua española (DLE) define la deforestación como “despojar un terreno de plantas forestales”. De esta manera, se trata de un fenómeno, provocado por el impacto de actividades humanas o por causas naturales, que tiene como consecuencia la pérdida de bosques y selvas. Problemática que sólo va en aumento según últimos estudios como el Informe Frentes de Deforestación del Fondo Mundial para la Naturaleza, en los últimos 13 años, más de 43 millones de hectáreas de bosque han sido devastadas, un terreno que equivale al tamaño del estado de California en Estados Unidos (WWF, 2021).

De modo en que a través del diseño se busca comunicar a las personas lo que es Dollcely, como marca, su identidad, sus ideales y la perspectiva que se tiene respecto a la problemática ambiental y física que genera la industria cosmética actual, ocupando vértices del diseño como llega a serlo: el diseño universal, que a partir de la localización del problema se desarrollan acciones proyectuales con el fin de diseñar productos superadores como estrategia para resolver el problema social concreto. (Diseñar la Inclusión, Incluir al Diseño, 2011) La empresa tiene

como objetivo dar a conocer al consumidor aquellas virtudes que conlleva comprarle, para que se sienta a gusto con el producto, estando seguro de que son totalmente libres de maltrato y contaminación. Tomando referentes de las nuevas modas urbanas, aquellas que siguen los jóvenes y se mantienen en tendencia, un ejemplo de esto es el maquillaje “*aesthetic*” que es un look que está armonía con lo que son ustedes. Por eso, la única norma para que funcione es que encaje con ustedes, con su estilo y con lo que las hace únicas. Esta trend está on fire y nos encanta porque promueve lo más importante: la propia esencia de cada una. (cyzone, 2022), enfocado en mimetizar aquellos maquillajes que aparecen en las series modernas para los grupos adolescentes, como la serie ‘Euphoria’ de HBO es el perfecto ejemplo, su maquilladora es Doniella Davy está detrás de todos esos looks soñadores y osados que nos hacen sentir como la persona más cool a donde quiera que vayamos. (el espectador, 2021) basándose en tonos fuertes y fríos como es la moda en países del occidente e igualmente llegando a manejar una estética más suave y de tonos más nude. En el maquillaje, el color 'nude' muestra un maquillaje con el efecto de cara lavada, basado en la naturalidad y que juega combinando las tonalidades de cada rostro para perfeccionarlas (loreal, 2018), como los maneja el maquillaje coreano, el cual se ha convertido en todo un arte que no deja de acaparar las tendencias de las redes sociales, principalmente en TikTok e Instagram, hogar de las principales influencers de belleza coreanas y donde buena parte de Occidente está recreando sus looks (hola.com, 2021)

La marca Dollcely se ha encargado de generar una marca con un identificador visual fácil de reconocer, generando de igual forma una mascota de la marca (Mochi), un pequeño conejo, elegido con la necesidad de recalcar a una de las principales víctimas del testeo animal en la industria del maquillaje, viéndose este libre y feliz en los entornos de la marca, que es lo que busca demostrar.



Figura 3, ilustración de: Laura Londoño para Dollcely, 2022.



Figura 4, ilustración de: Laura Londoño para Dollcely, 2022.

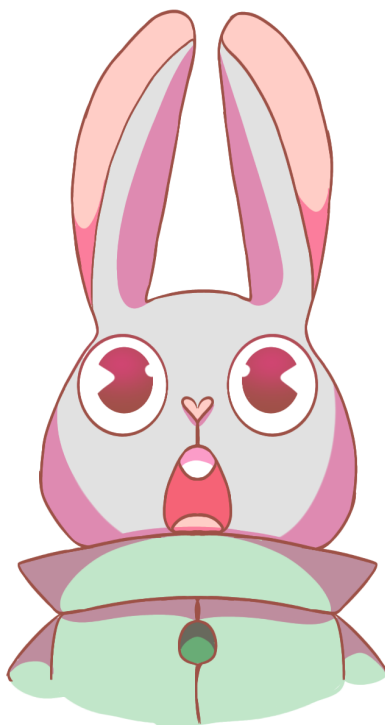


Figura 5, ilustración de: Laura Londoño para Dollcely, 2022.



Figura 6, ilustración de: Laura Londoño para Dollcely, 2022.



Figura 7, ilustración de: Alejandra Martínez para Dollcely, 2022.

CONCLUSIONES

1. Es urgente la presencia del diseño en ámbitos sociales como el cambio climático y la contaminación que generan ciertas fábricas multinacionales, para ayudar a comunicar a las empresas que trabajan para mejorar dicha situación.
2. Los medios de comunicación masiva ayudan a dar voz a las problemáticas de los entornos sociales y generar conciencia entre los jóvenes que usan dichos medios, quienes son los únicos que pueden tomar acción para mejorar su entorno a largo plazo.

REFERENCIAS

1. “¿Qué diferencia hay entre la cosmética vegana y la no testada en animales?” Recuperado el 3/11/2022 de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2018/Diciembre-2018/Que-diferencia-hay-entre-la-cosmetica-vegana-y-la-no-testada-en-animales>
2. Dholakiya, S. L. & Barile, F. A. (2013) “Alternative methods for ocular toxicology testing: validation, applications and troubleshooting”, *Expert Opinion on Drug Metabolism & Toxicology*, 9, pp. 699-712.
3. Abbott, A. (2005) “Animal testing: More than a cosmetic change”, *Nature*, 438, pp. 144-146.

4. El Congreso de Colombia, LEY 2047 DE 2020. Año CLVI No. 51.402 Bogotá, D. C., lunes, 10 de agosto de 2020.
5. El Congreso de Colombia, LEY 1774 DE 2016. DIARIO OFICIAL. AÑO CLI. N. 49747. 6, ENERO, 2016. PÁG. 3.
6. Cesar Tome López, "Experimentación animal" el 14 de julio, 2015 en *Experientia docet*
7. Natalia Andrea Zuluaga G, Tatiana Hernández Salazar, "Perfil técnico ambiental para cosméticos". 26/07/2016.
8. Rice, M. J. (2011) "The institutional review board is an impediment to human research: the result is more animal-based research", *Philosophy, Ethics, and Humanities in Medicine*, 6, p. 12.
9. Ziegler, O. (2013) *EU regulatory decision making and the role of the United States: Transatlantic regulatory cooperation as a gateway for U. S. economic interests?*, Wiesbaden: Springer VS, pp. 177-210.
10. El sol, 10/09/2021, "México prohíbe testeos cosméticos en animales"
<https://www.elsol.com.ar/el-mundo/mexico-prohibe-testeos-cosmeticos-en-animales>
11. "La industria de la cosmética convencional y sus consecuencias en tu piel y la del planeta", recuperado el día 3/11/2022 de
<https://efectocolibri.com/la-industria-de-la-cosmetica-convencional-y-sus-consecuencias-en-tu-piel-y-la-del-planeta/>
12. Speit, G. (2009) "How to assess the mutagenic potential of cosmetic products without animal tests?", *Mutation Research*, 678, pp. 108-112.
13. "Los micro plásticos en los cosméticos deberían prohibirse para salvar los océanos", recuperado el día 24/08/2016 de

<https://www.oceansentry.org/es/los-microplasticos-en-los-cosmeticos-deberian-prohibirse-para-salvar-los-oceanos/>

14. Roguet, R.; Cohen, C.; Robles, C.; Courtellemont, P.; Tolle, M.; Guillot, J. P. & Pouradier Duteil, X. (1998) “An interlaboratory study of the reproducibility and relevance of Episkin, a reconstructed human epidermis, in the assessment of cosmetics irritancy”, *Toxicology in Vitro*, 12, pp. 295-304.

15. “Por qué la industria cosmética es tan contaminante”, recuperado el día 3/11/2022 de <https://saigu.es/blogs/articulos/por-que-la-industria-cosmetica-es-tan-contaminante>

16. “vegano no es sinónimo de “cruelty free”, recuperado el día 4/11/2022 <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2018/Diciembre-2018/Que-diferencia-hay-entre-la-cosmetica-vegana-y-la-no-testada-en-animales#:~:text=En%20cambio%2C%20un%20cosm%C3%A9tico%20catalogado,haber%20sido%20testados%20en%20animales.>

17. “VEGANO O CRUELTY FREE, ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA?”, recuperado el día 4/11/2022 de <https://www.almasecret.com/blog/vegano-o-cruelty-free-cual-es-la-diferencia/#:~:text=Un%20producto%20vegano%20es%20aquel,han%20sido%20testados%20en%20animales>

18. Yamarú del Valle Chirinoz Araque; Víctor Hugo Meriño Cordoba; Carmen Isabel Martínez de Meriño; Claudia milena Pérez Peralta, "Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES", Vol. 39 (N.º 07) Año 2018. Pág. 3

19. Real academia española, 4/11/2022 <https://dle.rae.es/deforestar>

20. Asociación para la defensa de la naturaleza WWF/ADENA,” Informe Frentes de Deforestación 2021” recuperado el día 4/11/2022
<https://www.wwf.es/?55920/Informe-Frentes-de-Deforestacion>
21. Pauwels, M. & Rogiers, V. (2004) “Safety evaluation of cosmetics in the EU: Reality and challenges for the toxicologist”, *Toxicology Letters*, 151, pp. 7-17.
22. Cyblog,” Maquillaje Aesthetic: Qué es y todo lo que necesitas saber” 13 de mayo del 2021
<https://cyzone.cyzone.com/blog/maquillaje-aesthetic/>
23. Redacción Cromos,” ¿Qué es el maquillaje ‘aesthetic’?” 28/07/2022
<https://www.elespectador.com/cromos/moda/maquillaje-aesthetic-claves-para-hacerlo-como-un-profesional/>
24. Loreal,” Todo lo que debes saber sobre el color 'nude'”, recuperado el día 4/11/2022
<https://www.loreal-paris.es/todo-lo-que-debes-saber-sobre-color-nude>
25. Cristina González,” Todas las tendencias coreanas de maquillaje que se han hecho virales”, 23 de noviembre de 2021
<https://www.hola.com/belleza/tendencias/20211123200163/maquillaje-coreanas-tecnicas-virales-cg/>