



## Title: Maquillaje como proceso de desarrollo socioemocional

**Authors:** RAMOS-JAUBERT, Rocío Isabel, MUÑOZ-LÓPEZ, Temístocles, GONZÁLEZ-CEPEDA, María Cristina y NAVARRO-AGUILAR, Verónica Raquel

Editorial label ECORFAN: 607-8695

BECORFAN Control Number: 2020-05

BECORFAN Classification (2020): 111220-0005

Pages: 8

RNA: 03-2010-032610115700-14

### ECORFAN-México, S.C.

143 – 50 Itzopan Street  
La Florida, Ecatepec Municipality  
Mexico State, 55120 Zipcode  
Phone: +52 1 55 6159 2296  
Skype: ecorfan-mexico.s.c.  
E-mail: contacto@ecorfan.org  
Facebook: ECORFAN-México S. C.

Twitter: @EcorfanC

[www.ecorfan.org](http://www.ecorfan.org)

### Holdings

Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

# Maquillaje como proceso de desarrollo socio-emocional

## Makeup as a process of social-emotional development

Ponentes:

RAMOS-JAUBERT, Rocío Isabel†\*,  
MUÑOZ- LÓPEZ, Temístocles,  
GONZÁLEZ- CEPEDA, María Cristina,  
NAVARRO- AGUILAR, Verónica Raquel



# OBJETIVOS

- **Objetivo general:**

Conocer el proceso educativo del desarrollo socioemocional de la personalidad a través del uso de maquillaje.

- **Objetivo específico:**

Conocer elementos del maquillaje que impactan el desarrollo socioemocional.



# JUSTIFICACIÓN

En el mundo se gastaron aproximadamente 74,200 millones de dólares en 2019, en México en el 2019 podría superar los 154,000 millones de pesos.



# FUNDAMENTOS TEÓRICOS

El maquillaje no es algo reciente, sin embargo, su importancia a aumentado a través de los años. El maquillaje es una mascara, una defensa, una maravillosa arma de disuasión contra el factor tiempo acercándose al ideal de belleza de una sociedad determinada, una manera de evadirse de las tristes contingencias de la vida diaria, de superarse y convertirse en otra mujer; demostraba estatus social, la tez morena se relacionaba con jornadas bajo el sol y la tez palida significaba alta realeza (Rojas y Acevedo, 2015).

Utilizado en diferentes culturas, latitudes y altitudes del planeta desde el antiguo Egipto, el Imperio Romano, la Edad Media, el siglo XVII y XVIII, el siglo XIX y el siglo XX escondiendo las imperfecciones; el uso del maquillaje implica la aceptación y adaptación del círculo social al que se pertenece o desea pertenecer. Conocer como se percibía anteriormente el maquillaje es importante para reconocer el significado que le daban y compararlos con la actualidad y el cómo se utilizan. El maquillaje no define a una persona aunque si es un complemento de su personalidad (Silva y Diaz, 2011; Siza, 2014).



# FUNDAMENTOS TEÓRICOS

El origen del maquillaje deriva del griego “kosmetikos” que significa “hábil en la decoración” y estos han tenido un propósito distinto durante los diferentes tiempos de la historia, hasta donde sabemos en el antiguo Egipto se maquillaban para mostrar jerarquía y hoy en día vemos que cada temporada cambia algo, por un producto con mejor calidad para lograr un “look” mas dramático o mas serio.

La personalidad es una organización integrada por todas las características cognitivas, afectivas y evolutivas de un individuo (Warner, Diccionario de Psicología), según Jung la personalidad es la suprema realización de la innata idiosincrasia del ser (Stamateas, 2012). Existen diferentes definiciones para la personalidad según los autores y el enfoque que cada uno maneje, sin embargo, el diccionario de la lengua española lo define como la “diferencia individual que constituye a cada persona y la distingue de otra” .



# MÉTODO

- Este estudio es una investigación cualitativa de tipo etnometodológica, al reflexionar sobre la construcción social, basado en los procesos educativos del desarrollo socioemocional de la personalidad a través del maquillaje
- El muestreo fue no probabilístico al seleccionar de forma intencional a la población de estudio en función de criterios explícitos. Participaron 100 estudiantes de educación superior, hombres y mujeres.
- Criterios de inclusión:
- Personas mayores de 18 años (adultos). Estudiantes de educación superior. Hombres y mujeres.
- Criterios de exclusión:
- Ser menores de 18 años. No ser estudiantes de educación superior.
- Criterios de eliminación:
- Que no deseen participar en el estudio. Fallezcan, se cambien de universidad.
- El instrumento desarrollado es una encuesta/entrevista conformada por 123 preguntas, de ellas 13 de datos signaléticos y 110 preguntas referentes al tema de estudio. Con una escala de razón de tipo intervalar –centesimal– donde el 0 es ausencia del atributo y el 100 el máximo valor que le torga el respondiente. Se aplicó principalmente en instituciones educativas con orientación en humanidades. La encuesta se tardó entre 25 y 45 minutos en responder. Solicitándose permiso para la aplicación del mismo.



# RESULTADOS- CONCLUSIÓN- CONTRIBUCIÓN

- Las mujeres utilizan los productos cosméticos para evidenciar de una forma física el cómo se sienten, ya sea sofisticada, elegante, atrevida o tranquila con un maquillaje natural. Se demostró que la influencia de los productos va hacia el cómo se siente la mujer y cómo quiere presentarse para las diferentes ocasiones de su vida. Esto es un apoyo hasta cierto punto emocional más no cambia la personalidad de una mujer por completo ni afecta su toma de decisiones en perspectiva con o sin el maquillaje. Es una carta de presentación de sí misma que va vinculada con su bienestar emocional.
- Como área de oportunidad se sugiere abrir una línea de investigación sobre el abuso del uso exagerado del maquillaje y su relación con el engaño, la mentira y el control que crea la dependencia de tales productos como las sombras neon, pestañas postizas, iluminadores y contour en todo el cuerpo.
- La relevancia teórica del proyecto es obtener información personalizada del proceso educativo del desarrollo socioemocional de la personalidad a través del uso del maquillaje, lo cual se obtuvo al alcanzar el objetivo de la investigación; la utilidad metodológica pretende el desarrollo de un formato de encuesta/ entrevista, aportando un instrumento para conocer a la población sujeto de estudio sobre la importancia del maquillaje y la personalidad y como el proceso educativo del desarrollo socioemocional impacta; y la relevancia práctica pretende desarrollar formas de obtener información sobre el maquillaje y la personalidad como proceso educativo del desarrollo socioemocional, lo cual se logra alcanzar al especificar cómo los diferentes tipos de maquillaje le favorecen como una carta de presentación.





# REFERENCIAS

- Echenique Jiménez, E. (2020). *Propuesta lúdico recreativa, pedagógica teatral, para potenciar*
- *la atención y la resiliencia en los estudiantes de grado décimo del liceo Guillermo Valencia de*
- *Montería*. Los libertadores. Fundación Universitaria.
- Juscamaita García, J. A., Garrido Barnuevo, Y. I., & De los Ríos Ramírez, L. F. (2020). *El*
- *entorno de aprendizaje favorece la producción de un programa televisivo como logro del taller.*
- *de televisión de los estudiantes del quinto ciclo de la carrera de Comunicación Audiovisual y*
- *Multimedia de un instituto de Lima Metropolitana, durante el periodo académico 2019-I*. Universidad Tecnológica del Perú.
- Mondragón, J. A., Abad Fernández, A., & Rodríguez Castrillón, L. (2020). *Diseño de talleres*
- *para el desarrollo personal y la inclusión social de las personas con DCA*. Repositorio Iberoamericano sobre Discapacidad.
- Moreno Portillo, L. C. (2020). *Infancia, diversidad sensorial y derecho a la ciudad: una propuesta para considerar la danza como poética del habitar*. Universidad Pedagógica Nacional de Colombia.
- Rojas-Castillo, Z. M., & Acevedo-Suárez, A. (2015). El alcance del derecho al libre desarrollo de la personalidad en manuales de convivencia de establecimientos educativos. *Dixi*, 17(21).
- Silva, E. A., & Díaz, D. M. (2011). Redes semánticas naturales: técnica para representar los significados que las jóvenes universitarias tienen del maquillaje. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 7(12), 61-70.
- Siza Flores, J. M. (2014). *Estudio del comportamiento de compra al adquirir ropa y maquillaje del grupo GLBT en la ciudad de Quito* (Bachelor's thesis, UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL. FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS).
- Stamateas, A. (2012). *Mujeres que brillan: Cómo desarrollar una personalidad atractiva*. Grijalbo





**ECORFAN®**

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BECORFAN is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- ([www.ecorfan.org/](http://www.ecorfan.org/) booklets)