

EL PRECIO

UNA PRODUCCIÓN DE
PAULA SORET BONILLA CASTELLANO

TUTORA ACADÉMICA:
DRA. MARÍA SONNIA CHINEA

JULIO 2018

 Universidad
de La Laguna

The price of
beauty

DE LA BELLEZA

Parabenos y microplásticos

Facultad de Ciencias políticas,
sociales y de la comunicación

El precio de la belleza. The price of beauty

Paula Soret Bonilla Castellano, Universidad de La Laguna.

Resumen

“*El precio de la belleza*” pretende ser una ventana abierta a los entresijos que esconde el mundo de los cosméticos. Intenta desvelar cómo está estructurado el mercado y cuáles son los grandes trucos de la publicidad para vender lo que no necesitamos. Entendiendo que la salud y el bienestar es un buen argumento de venta, desvela qué hay de cierto en esta idea que nos repiten constantemente con el fin de conseguir una compra. La información y conciencia de los ciudadanos es determinante para un cambio en el transcurso de estas prácticas, que pueden resultar costosas a largo plazo para la vida humana y para el entorno que nos rodea. Así, pretende responder a tres incógnitas: si es cierto que nos venden cosmética nociva para nuestra salud y el medio ambiente, la implicación de la publicidad en su venta y si existen alternativas económicas y respetuosas con el entorno.

Palabras clave: parabenos, microplásticos, disruptores endocrinos, cáncer de mama, medio ambiente.

Abstract

“*The price of beauty*” aims to be an open window to the ins and outs that the world of cosmetics hides. Try to discover how the market is structured and what are the great tricks of advertising to sell what we do not need. Understanding that health and well-being is a good selling point, reveals what is true in this idea that we constantly repeat to get a purchase. The information and conscience of citizens is crucial for a change during these practices, which can be costly in the long term for human life and the environment that surrounds us. In short, it aims to answer three questions: if it is true that we sell cosmetics harmful to our health and the environment, the implication of advertising in its sale and if there are economic alternatives and respectful of the environment.

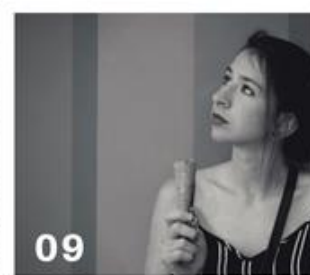
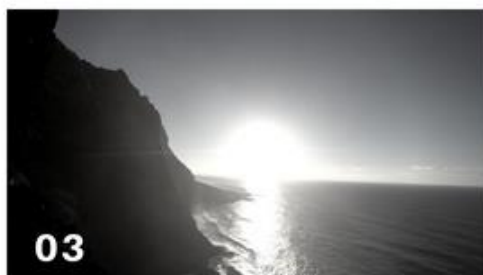
Key words: parabens, microplastics, endocrine disruptors, breast cancer, environment.

ÍNDICE

- 03 Introducción
- 03 Hipótesis
- 04 Metodología
- 05 Estructura
- 06 Narrativa
- 09 Recursos
- 12 Fuentes directas
- 14 Escaleta

- 21 La web
- 24 Bibliografía

- 26 Anexos



The price of beauty

www.elpreciodelabelleza.es



Introducción

Estudios recientes de Stanpa, afirman que el consumo de perfumes y cosméticos creció un 3,25% durante 2016 hasta generar 6.660 millones de euros. Asimismo, el estudio “Consumer insights 2017”, elaborado por *Third-i para Cosmetics Europe*, revela que el 71% de los consumidores europeos que utilizan cosmética consideran que los productos son “importantes o muy importantes en su vida cotidiana, e incluso reconocen que la higiene y el cuidado personal son algunos de los criterios más importantes para determinar su calidad de vida”. La publicidad y otros medios han influido enormemente en difundir su visión sobre los estándares de vida saludable durante muchos años, pero, en contraposición, diversos estudios científicos cuestionan los beneficios que promete la publicidad que proviene de las empresas cosméticas. Los parabenos y los microplásticos son tan sólo dos de la larga lista de componentes químicos que se introducen en los productos y han causado controversias en la comunidad científica.

Hipótesis por verificar

1. Demostrar que se venden químicos nocivos en productos que usamos a diario y que, en su conjunto, pueden aumentar las posibilidades de padecer enfermedades severas.
2. Comprobar la implicación de las empresas de productos y qué cuenta la publicidad.
3. Probar que existen alternativas válidas, económicas, respetuosas con nosotros y el medio ambiente y fáciles aplicar en medio de una vida ajetreada.



Metodología

Fuentes documentales

La búsqueda de documentos científicos se presenta como un elemento muy relevante atendiendo al objeto de estudio, ya que el propósito principal de la pieza audiovisual es desvelar los secretos que esconde todo aquello que gira en torno a la industria cosmética. Al tratarse de una gran manufactura, resulta difícil desmontar las teorías con las que llevan defendiendo sus intereses durante tantos años. No obstante, existe abundante información disponible en la web acerca de los químicos que se utilizan en los productos e investigaciones suficientes para saber sobre su toxicidad.

Fuentes directas, entrevistas a expertos

Una vez escogido el tipo de documental: su estructura, la narrativa y los recursos que se van a usar para transmitir el mensaje, estaban claros los bloques temáticos del documental. Así, se pudieron ordenar las fuentes expertas que se necesitarían para la pieza.



Estructura

La modalidad de representación escogida para la elaboración de esta pieza audiovisual, es la *participativa e interactiva*, de acuerdo a la estructura clásica del documental propuesta por *Bill Nichols*¹. En el vídeo se refleja la implicación de los entrevistados y se muestra un estilo directo.

Además, se incluye al destinatario del mensaje a través de los nuevos métodos de interactividad que ofrece la web y las nuevas plataformas virtuales. Esta presentación pretende incorporar los nuevos métodos de participación de los usuarios, ya sea mediante un chat, foro o con la agregación de botones de compartir. Por tanto, pese a estructurar el documental audiovisual mediante una modalidad clásica, la propuesta quiere ser un reflejo de modernidad a través de la agregación de contenidos propios de un *web doc*².

¹La modalidad participativa muestra la relación entre el realizador y el sujeto filmado. En ella, el director se vuelve partícipe de la historia ejerciendo la función de investigador y adquiere una experiencia directa que refleja a partir del cine. Como teoriza **Bill Nichols**: "El documental no es una representación de la realidad, es una reproducción del mundo". La diferencia radica en la forma de valorarlas. A diferencia de otras modalidades como la observacional, que se limita a filmar lo que acontece en la realidad, la modalidad participativa muestra de forma más evidente la perspectiva del documentalista y permite establecer un discurso más directo.

Narrativa

Introducción

La metáfora será, en todo momento, el hilo conductor del documental. La primera escena muestra un mar en calma a la luz de la luna. La simbología de la escena está en el amanecer que aparece segundos después a través de un *timelapse*, aprovechando estos planos generales para introducir algunos créditos iniciales. El amanecer representa la oportunidad de cambio. Comienza un nuevo día acompañado de una música melodramática que pretende añadir cierta intriga sobre el tema escogido. La música será clásica, aunque tendrá una evolución a lo largo del documental que se reflejará según la intencionalidad de la escena y mediante el ritmo y la melodía escogida.

A priori, parecerá un documental sobre animales y naturaleza, porque se añade una sucesión de planos que tratan de magnificar estos elementos. No obstante, el tema principal, químicos nocivos para la salud en cosméticos, se representa con un corte de música y el fin del acompañamiento de un personaje principal, el ser humano, que se verá de espaldas frente a un establecimiento característico de la industria cosmética.

Esta presentación pretende crear un primer impacto en el espectador, pues se alzan dos mundos que aparentemente son contrapuestos pero que guardan una relación tóxica y, nunca mejor dicho, dado que el entorno natural no requiere de químicos sintéticos pero la industria de la cosmética sí requiere de la materia prima que se halla en la naturaleza.

²Estudiosos como **Sandra Gaudenzi** explican el fenómeno del web doc o documental interactivo. Según Gaudenzi, “son narraciones digitales no lineales que utilizan los nuevos medios para relacionar y describir la realidad”. Se podría hablar de recursos complementarios que aportan un valor añadido al documental tradicional, usando para ello, una página web exclusiva con contenidos adicionales que complementen el filme.

Desarrollo

Una vez establecido el primer impacto, se refleja la historia personal de 'Eva Fernández', un personaje ficticio creado a partir de una historia real que conecta la introducción con las primeras entrevistas. Se muestra el día a día de una persona afectada clínicamente por el efecto de productos cosméticos. En este caso, la protagonista presenta una alergia severa a los parabenos³, uno de los componentes tóxicos que se añaden a los cosméticos.

A través de esta historia se visita a una empresa de cosmética natural para que nos expliquen por qué elegir sus productos. En la entrevista se habla del riesgo de consumir cosmética convencional por toxicidad para el medio ambiente⁴ y productos considerados como cancerígenos.

³Los parabenos son conservantes que se añaden a los cosméticos para que duren más tiempo. Desde que comenzaron a usarse, a mediados de la década de los cincuenta, se estudia su comportamiento en el cuerpo humano por asociarse con alergias como la dermatitis por contacto. No es hasta años más tarde, cuando se investiga su capacidad como alteradores hormonales. Aunque es uno de los conservantes con menos toxicidad demostrada, investigadores como **Philippa Darbre** hablan sobre la presencia de los parabenos en los tumores de mama y su procedencia, que resulta de la aplicación de productos de uso tópico en las zonas cercanas a las axilas.

⁴Un estudio elaborado en el marco de la **Universidad Técnica de Dinamarca** anunció en 2014 los efectos tóxicos sobre el medio ambiente de dos mezclas de entre 14 y 19 componentes tóxicos, en sus cantidades, establecidas por la legislación europea, como inocuas o seguras. Se estudiaron pesticidas, productos farmacéuticos o plastificantes, entre otros. Estudios similares, como el realizado en el **Centro de Toxicología de la Escuela de Farmacia de Londres**, muestran el efecto de la mezcla de 11 xenoestrógenos o disruptores endocrinos como parabenos o Bisfenol A que, a concentraciones inferiores al umbral sin efecto observable o NOEC establecido por la UE, genera, en su conjunto, efectos "dramáticos".

Nudo

Mostrada la situación, la misión es profundizar en el funcionamiento de la publicidad que gestionan la mayoría de las empresas. El experto en Marketing Internacional, Julio Cerviño, cuenta cómo ha ido evolucionando el mercado, cómo han cambiado las relaciones entre las empresas y la sociedad y el papel de la publicidad y su influencia⁵.

Por otro lado, en un segundo bloque informativo se ahonda en las consecuencias a nivel medioambiental para hacer una llamada a la acción de los consumidores⁶. En esta sección juegan un importante papel la ecologista Tania Montoto⁷ y la bióloga Marta Sansón.

Desenlace

Para el final, el planteamiento es similar al de la introducción. Para esta ocasión se añade un plano de la ecologista Tania Montoto que dibuja una línea curva en la arena. Volvemos a donde comenzó todo, volvemos al mar. Esta idea apuesta por una estructura circular. La música en este caso será esperanzadora y acorde al mensaje final que quiere transmitir la pieza audiovisual, “Valorar nuestra vida en el planeta, cuidarnos y cuidarlo”.

⁵En el marco de las empresas resulta atractivo mencionar a **Wally Olins**, considerado por muchos como el padre del branding. “La gente busca autenticidad, sobre todo en mercados saturados”, decía Olins. En relación con sus teorizaciones sobre la invasión de la identidad corporativa y su aplicación a cualquier entidad era imprescindible reflejar cómo esta puede afectar a la percepción de los consumidores sobre los productos que consumen.

⁶A rasgos generales se habla de los principales cambios en el medio ambiente. Algunos estudiosos de España como el doctor **Nicolás Olea**, catedrático en Radiología y Medicina Física en la Universidad de Granada, están empezando a tener una mayor consideración en el panorama científico. Según el experto, “los elementos tóxicos de la cosmética son pseudopersistentes, no se acumulan en el tejido adiposo”. Sin embargo, como las dosis que recibe el ser humano son diarias, estos componentes terminan siendo persistentes en la sangre y en la orina. Ello supone un riesgo para el ser humano y el medio ambiente en donde se liberan los tóxicos.

⁷Un informe elaborado por la asociación de **Ecologistas en Acción** “Basuras marinas: plásticos y microplásticos”, detalla los problemas asociados a este material, entre los que destacan, tal y como confirma la fuente directa en la entrevista, las interferencias en la fauna y la flora de los contaminantes químicos que se desprenden del plástico, así como, la incorporación de las micropartículas a la cadena trófica, llegando a ser consumidos por los humanos a través de la ingesta accidental de organismos más pequeños.

Recursos

Música

Uno de los recursos narrativos significativos en el transcurso del filme es la música. En el comienzo pretende generar intriga y romanticismo. Después de introducir dos melodías de corte clásico y pausado, se pretende aumentar su atractivo incorporando dos canciones con un ritmo más moderno, que ayudan a dotar de significado al documental.

Transiciones

Proponen una visión fresca y moderna. La mayoría son por corte directo, aunque también hay fundidos encadenados cuando se pretende potenciar la función poética del lenguaje.

Motion graphics

Se refiere a las infografías y a los elementos visuales que apoyan información complementaria para el espectador. Son sencillos y minimalistas, con el fin de que el resultado sea vistoso pero profesional.

Tipografía

Para este filme la tipografía debía ser representativa del mundo de la belleza. La idea era que al ver el título del documental se transmitiera de forma inconsciente una conexión con el espectador para que este asociara el significante del título con su significado, generando así una imagen mental previa al desarrollo de la película.

Para ello, se ha escogido la tipografía Morva como fundamental para este fin, ya que recuerda a las usadas en las portadas de las revistas de moda.



Morva

Fuentes comerciales

fonts.com morva

MyFonts morva

1 fuente en DaFont para morva

1

Vista previa Fuentes Tamaño

El precio de la belleza 20 Mostrar variantes Mediano

Morva de Alit Design

EL PRECIO DE LA BELLEZA

Para el resto de los títulos se usa Gravity. Posee rasgos más minimalistas y propios de una tipografía Helvética, que como sabemos es efectiva por su versatilidad y alta legibilidad.

Gravity

Gravity 2.3 Latin & Cyrillic
528 glyphs

License CC-BY 4.0 International License (CC BY 4.0)
This font is a freeware. You can use it freely for personal and commercial work.

Ultralight	Light	Book	Regular	Bold
<i>Ultralight Italic</i>	<i>Light Italic</i>	<i>Book Italic</i>	<i>Italic</i>	<i>Bold Italic</i>

International somewhere over the rainbow
Вѣки жмурить цѣлый вѣкъ by which physical bodies attract each other with
3964 Elm Street and 1370 Rt. 21 **El Niño está sosegado. Quién**
The spirit is willing but the flesh is weak *høvdingens Sær*
плодом ума холодных наблюдений и сердца
Schadenfreude gleichmäßigen gravity is the natural phenomenon that
The left hand does not know what the right hand **здорово / сила тяжести**
0123456789**0123456789** *the quick brown fox jumps over*
Належить до найвизначніших

Iluminación

La iluminación es natural en casi todas las escenas. No obstante, para algunas entrevistas de interior, se ha utilizado un foco led para iluminar el rostro de los entrevistados como apoyo de la luz principal. En diversas ocasiones, se ha jugado también con los contraluces y las luces de relleno.

Planos

Los planos más utilizados son los medios, generales, y primeros planos. Por otro lado, se han incluido diversos planos detalle para potenciar la expresividad de los entrevistados, así como, primeros planos.

Entrevistas

Las entrevistas realizadas para el documental muestran un estilo directo y utilizan diversos recursos expresivos ya mencionados como son: cambios en la escala de planos, variedad de ángulos, planos recurso grabadas especialmente para la ocasión, imágenes de archivo o infografías.

Imagen de archivo

A mitad del filme se muestra una imagen de archivo extraída de la Filmoteca Nacional Española con la finalidad de mostrar los comienzos del desarrollo de la industria cosmética en España. Este recurso es fundamental como separación de bloques temáticos y para aportar una dosis de contexto histórico que contraste con la actualidad⁸.

⁸ **Patricio Guzmán** habla de la importancia de los recursos narrativos para establecer un buen discurso. Según el documentalista, “son elementos que utiliza el guion para contar la historia”. A su vez, establece una clasificación de los más importantes a su juicio, entre los que destacan: los personajes, la acción, la descripción, las entrevistas, las imágenes de archivo, la música o los silencios, todos ellos incorporados de algún modo en *El precio de la belleza*. Una de las funciones de las imágenes de archivo es muy interesante, ya que ayudan a conectar con la emoción de los espectadores, porque permanecen en la memoria popular.

Fuentes directas

Marta Sansón



Es una Investigadora de Biología Marina en Canarias y profesora titulada por la Universidad de La Laguna. Ha tenido un papel relevante en las investigaciones referentes a la flora marina en las Islas. Sus numerosas investigaciones sobre algas la convierten en una fuente interesante para

hablar de la contaminación marina en el archipiélago. Además, nos habla sobre la polémica generada en los medios de comunicación respecto a las microalgas que se produjeron en el verano de 2017, proponiendo una dosis de actualidad al documental.

Julio Cerviño



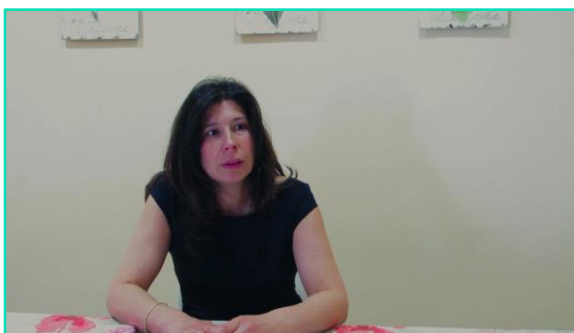
Pertenece al *"Círculo de investigación internacional en marketing y competitividad de las empresas"* de la universidad Carlos III de Madrid y cuenta con numerosas investigaciones a sus espaldas relacionadas con las marcas y su influencia a nivel internacional. Julio Cerviño, es el candidato perfecto para comentar las estrategias de las grandes marcas de cosmética y su evolución en la sociedad a todos los niveles.

Tania Montoto



Titulada por la facultad de Ciencias del Mar de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, la activista de Ecologistas en Acción, Tania Montoto, es la fuente ideal para mostrar la realidad aplicada sobre la contaminación marina de algunas industrias. En concreto, nos aporta información útil sobre el problema de los microplásticos, ya que ha trabajado muy de cerca en el tema.

Susana Jiménez



Susana Jiménez sufría alergias en su piel desde niña. Un día, descubrió los beneficios de la cosmética natural y fundó su empresa para ayudar a otras personas a encontrar una alternativa que mejorase su vida. Desde su tienda, Crea tus cosméticos, organiza talleres y cursos donde aconseja qué productos son beneficiosos según el tipo de piel o los principios activos que se estén buscando. Su intervención es clave para conocer otras opciones del mercado.

Escaleta

TEMA	RECURSOS	TIEMPO APROXIMADO
Cabecera y créditos	Se añaden planos sobre ambientes naturales acompañados de una música clásica y pausada	50 "
Introducción y descripción de una realidad	Comienza la historia de Eva Fernández, afectada clínicamente por el uso de productos cosméticos	2:10"
Alternativas al problema	Comienzo de las entrevistas con la visita a una empresa cosmética. Nos explican por qué elegir productos naturales	2:30"
Las marcas y su influencia en la vida de las personas y el medio ambiente	Conocemos la influencia de la publicidad con la entrevista a Julio Cerviño y la repercusión para los ambientes con la entrevista a Marta Sansón	5:00"
Llamada a la acción y movimientos sostenibles	Entramos en el debate de los microplásticos con la ecologista Tania Montoto y buscamos maneras para evitarlos	4:30"
TOTAL	(sin créditos finales)	15'



Transcripciones de las entrevistas (I)

Marta Sansón, Investigadora de Biología Marina en la ULL.

Pregunta 1

Hemos observado muchísimos cambios en muy poco tiempo, entonces, fundamentalmente los cambios han estado siempre ligados, yo te diría a 3 grandes problemas que existen en la actualidad, que es, por un lado, la destrucción de los hábitats costeros, es decir, pues la construcción de la habitabilidad del ser humano, hemos construido mucho en zonas cercanas a la costa. De hecho, también hemos muchas infraestructuras como son los muelles, los diques, a veces hemos transformado las playas, es decir, que todo ese tipo de cambios en los ambientes han influido en que haya una pérdida de diversidad marina, ¿no? Eso por un lado, pero después estarían también 2 temas muy importantes como la contaminación marina, es decir, nosotros, el ser humano está continuamente contaminando vertiendo gran cantidad de productos al mar que muchas veces no son depurados y no son tratados y eso está causando también problemas en los ecosistemas costeros, y por otro lado también, otro problema que ya va más a nivel mundial, como es todos los temas ligados al cambio climático como es: el aumento de las temperaturas de los océanos o la acidificación de los océanos, es decir, la disminución del PH.

Pregunta 2

Realmente esas microalgas que produjeron esas proliferaciones o lo que se llaman los BLOOM o esas mareas de color marrón o pardo que se produjeron en el verano fueron debidas a un alga de pequeño tamaño, microscópica, que realmente están presentes en las costas de Canarias desde hace tiempo atrás, lo que pasa es que se dieron una serie de condiciones ambientales que lo que ocasionaron fue que estas microalgas se reprodujeran en gran cantidad y formaran esas mareas.

Pregunta 3

Todo es un problema causado por el hombre, es lo que llamamos la antropización de todos los ecosistemas marinos, es decir, el hombre tiene ahí un papel fundamental.



Transcripciones de las entrevistas (II)

Julio Cerviño, Investigador de Marketing Internacional en la UC3M.

Pregunta 1

El consumidor está utilizando, pues la nueva tecnología sobre todo para estar más informado. Lo cual, si estás más informado te pueden influir menos, en teoría. Si bien es verdad que bueno, la publicidad lo que genera es influencia mucho más emotiva, sensorial, se van a las emociones, hoy no se habla de producto..., para nada, vamos. Hoy en los anuncios realmente se habla de emociones, de sensualidad, de muchos temas de sentirse mejor, es un tema mucho más de hedonismo personal, de autoestima, pero no del producto en sí. Hoy es un mundo de marcas, es un mundo de emociones y... es por eso que muchas veces, en cosmética, las cremas... yo creo que el personal, el consumidor medio no sabe realmente. No entiende de ingredientes, no entendemos de químicos, igual que no entendemos de electrónica o de qué es un RAM o un microherzio.

Pregunta 2

El mercado se comunica entre sí, lo que son las redes sociales. ¿En qué te afecta? Hoy tienes que estar vigilante de lo que se dice, qué se habla y qué se comenta de tu marca o de tu empresa lo cual requiere más recursos de estar un buen nutrido, una gestión de esa información. Esa información no se puede controlar, porque es imposible... y esto es lo que le va a influir a una compañía, es decir, tener que estar dando más información en tiempo, en tiempo real, más transparente y rebatir, esto que está tan de moda ahora, si hay fake news no decir que no, sino rebatirlas con información veraz y es más un tema de responsabilidad social, es decir, a partir de ahí, la compañía tiene que comunicarlo a sus públicos.

Pregunta 3

Realmente hoy uno analiza los informes de responsabilidad social y realmente se están haciendo cosas muy interesantes, ¿no? ingredientes utilizados, temas laborales, temas de inmigración, trabajo infantil, temas ecológicos, de medio ambiente, de energías renovables, es decir, poco a poco estamos entrando en esa tendencia. ¿Un poco por detrás de Europa? ¿de los nórdicos? por ejemplo ¿Suecia, Noruega? Pues sí.

Pregunta 4

El consumidor ha entendido que un error lo tiene cualquiera, lo puede tener en fábrica, un error de fabricación con algún operario, lo que sea, y lo que requiere una compañía es que reaccione rápidamente. Si la compañía hace eso, tenemos muchos problemas de este tipo: Coca Cola, Nestlé, etcétera y nunca realmente ha pasado nada, incluso ha salido más fortalecida.

Pregunta 5

El consumidor en estos sectores es una compra totalmente emocional, una compra de marca, una compra de imagen personal, de estilo de vida y yo dudo mucho que mucha gente entienda si es de calidad o no, porque no entendemos los ingredientes. Lo cual la compra viene por la reputación de la marca, la calidad que me da la marca y después la calidad es una experiencia poscompra y ahí sí que hay consumidores o consumidoras que realmente en esa experiencia poscompra pueden ver si el producto les sienta mejor o peor ¿no? si le irrita la piel... ahí sí que es un concepto más de calidad.



Transcripciones de las entrevistas (III)

Tania Montoto, activista en Ecologistas en Acción e investigadora en la ULPGC.

Pregunta 1

Los microplásticos son pequeñas partículas de plástico, ¿vale? y podemos hablar de dos tipos para empezar: los microplásticos primarios, que son los que ya de por sí se fabrican chiquititos, tipo 5 milímetros o menos, y los microplásticos secundarios, que son los que se generan a raíz de plásticos mayores. ¿Por qué? Porque se degradan.

Pregunta 2

Existen numerosos problemas con las interferencias con la fauna y la flora, ¿no? Ya hemos visto varias noticias de animales que aparecen varados porque están con un montón de plástico en los estómagos, las imágenes de las aves son especialmente catastróficas, ¿no? porque no pueden excretar los plásticos que se comen tan fácilmente y luego está la parte de los plásticos que ni siquiera vemos que son los microplásticos, ¿no? y cómo estas pequeñas partículas también se están incorporando en la cadena trófica, los organismos más pequeños, el zooplancton se lo come y luego el pescado se come al zooplancton y luego el pescado más grande, así hasta, lamentablemente, nuestro plato.

Pregunta 3

El problema o la amenaza un poco escondida de los microplásticos tiene que ver con los contaminantes químicos que se pueden absorber sobre esas partículas. Es verdad que estos microplásticos absorben los contaminantes y luego se van bioacumulando en los organismos, ¿no? Todavía es una materia que se está estudiando mucho para ver cómo afecta después al organismo, si pasa a sangre, a tejido ... se habla de algunos efectos endocrinos, como disruptores endocrinos, todavía se está investigando, pero ya hay estudios que afirman que son vectores, digamos, de la contaminación.

Pregunta 4

Con los datos de demanda de plástico europea que son al año unas 50 millones de toneladas, el 40% de esa demanda de plástico va destinada a hacer envases, y muchos son de un solo uso, osea es antinatura totalmente.

Pregunta 5

Hay una fuente muy importante de microplásticos que no tenemos que menospreciar y son las micropartículas o las microperlas llamadas que encontramos en productos de cosmética. Dicen que es un buen exfoliante o que te blanquea los dientes al final por su carácter abrasivo, ¿no? pero, vamos, que es un uso totalmente reemplazable cuando tú ves que está produciendo un daño en el ecosistema donde lo estás vertiendo.

Pregunta 6

Se habla de la economía circular. Quizás en el colegio nos enseñaron las tres erres, pero ahora ya tenemos que añadir “Rechazar” a la hora de rechazar la bolsa o “Reemplazar” a la hora de reemplazar materiales. Hay cosas que se fabrican con plástico que no se pueden reciclar, por la composición, no se puede volver a usar, eso debería repensarse a la hora de rediseñar las cosas para fomentar una economía circular que nos aleje de este desperdicio de recursos.



Transcripciones de las entrevistas (IV)

Susana Jiménez, Fundadora de Crea tus cosméticos

Pregunta 1

La mayoría de los clientes que vienen aquí son bien porque tienen problemas de piel o están enfermas y no pueden usar cosmética convencional, hay muchas personas de cáncer, personas que tienen alteraciones en la piel y luego también hay mucha gente que le gusta por diversión, ¿no? Sobre todo, a las personas que les gusta cocinar, también le gusta cocinar cosméticos y de hecho, yo creo que algún día lo de hacerse la cosmética en casa será como la que se hace la comida en casa.

Pregunta 2

Yo creo que es muy importante que la gente pueda aprender a hacer una cosmética natural sin depender de recetas que están colgadas en internet. Nosotros siempre damos lo que son las fórmulas desde cero para que luego las personas que vengas puedan hacer infinitas combinaciones, ¿no? desarrollar lo que es la creatividad, divertirse haciéndolo y no tener ningún límite.

Pregunta 3

Lo que está en el supermercado desde luego son productos que han fabricado a escalas enormes y una crema por un euro, dos euros pues tampoco puedes esperar que tenga realmente, mucho principio activo. Con la cosmética natural nos encontramos con que es una cosmética al menos saludable. No utilizamos sintéticos, no utilizamos sustancias tóxicas. En la cosmética convencional sí que puedes encontrar ingredientes que están en tela de juicio porque pueden ser a lo mejor cancerígenos o pueden producir toxicidad en feto, en el medio ambiente... Es importante también que la cosmética que se haga no solo sea natural, sino que también sea ecológica, porque la cosmética ecológica te está liberando de todos los fertilizantes que se echan a las cremas, los pesticidas... Si tú te haces una cosmética natural, pero no es ecológica, al final no deja de ser una cosmética convencional.



La web

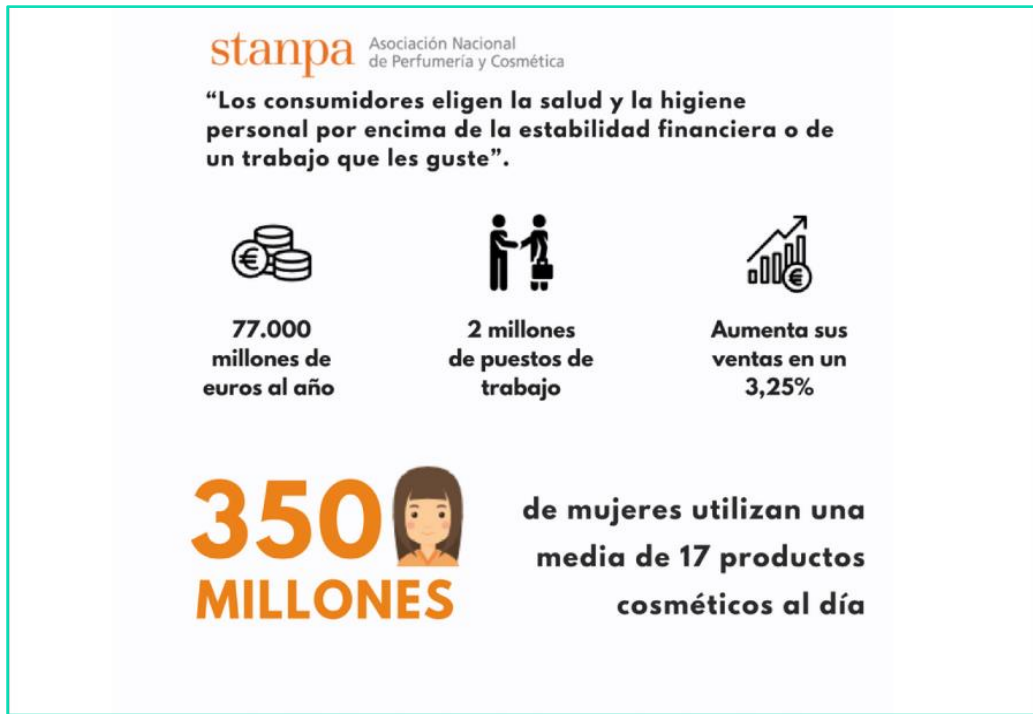
Capturas del diseño



Al principio de la página se ve un vídeo de fondo con escenas propias de un *making off*. Como se puede observar, encima de dicho vídeo se incluyen dos botones: para ver contenido adicional o el documental en sí mismo. A continuación, se añade una descripción breve del proyecto.



En la sección siguiente nos adentramos en la información complementaria a modo de infografía. Se destacan algunos datos significativos que irán animados.





En dosis elevadas pueden interferir en el sistema endocrino actuando como un exceso de la hormona femenina.

3 LA UNIÓN EUROPEA

establece en el reglamento europeo las dosis “segura” que se puede añadir por producto cosmético.



4 NO EXISTEN DOSIS SEGURAS

Muchos estudios corroboran el peligro de los parabenos. Se bioacumulan en el organismo y no se pueden expulsar por la orina.

BANDA SONORA

Javier Luque Palacios es un compositor madrileño con residencia en Alemania, que forma parte de la sinfonía y orquesta del prestigioso Hochschule für Musik und Theater Felix Mendelssohn Bartholdy mientras completa sus estudios en la Universidad. Especializado en viola, también ha dado de piano y violín en el Royal Academy de Londres. El intérprete pone melodía al documental con cuatro piezas inéditas y una de autor con el fin de dinamizar el proyecto.



PRODUCCIÓN

Con un equipo básico de grabación compuesto por dos cámaras réflex, una deportiva, micrófono de solapa y foco led pequeño, me presento. ¡Hola! Soy Paula Soret, directora, diseñadora, periodista y editora de este documental.

Todo concluye con alguna información sobre el compositor de la banda sonora y la documentalista.



Bibliografía

Barr, L. Metaxas, G. Harbach, C. Savoy, L. & Darbre, P. (2012). Measurement of paraben concentrations in human breast tissue at serial locations across the breast from axilla to sternum, *Journal of applied toxicology*. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jat.1786>

Calafat, A. M., Ye, X., Wong, L.-Y., Bishop, A. M., & Needham, L. L. (2010). Urinary Concentrations of Four Parabens in the U.S. Population: NHANES 2005–2006. *Environmental Health Perspectives*, 118(5), 679–685. Recuperado de <http://doi.org/10.1289/ehp.0901560>

Campos, I. (2016). *Riesgo reproductivo por exposición a disruptores endocrinos: identificación de marcadores predictivos de anomalías cromosómicas en embriones y en espermatozoides de parejas sometidas a tratamientos de reproducción asistida*. Tesis doctoral inédita. Universidad de Murcia. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=128399>

Carvalho, R. N., Arukwe, A., Ait-Aissa, S., Bado-Nilles, A., Balzamo, S., Baun, A., Lettieri, T. (2014). Mixtures of chemical pollutants at European legislation safety concentrations: how safe are they? *Toxicological Sciences*, 141(1), 218-233. DOI: 10.1093/toxsci/kfu118. Recuperado de http://orbit.dtu.dk/ws/files/100292016/Toxicol._Sci._2014_Carvalho_218_33.pdf

Comité científico europeo de seguridad de consumidores, (2011). *Parabenos en cosméticos, aclaración sobre el dictamen SCCS/1348/10*, recuperado de https://ec.europa.eu/health/scientific_committees/docs/citizens_parabens_es.pdf

Cordón, A. (2016). *Exposición Medioambiental a Compuestos Químicos Con Actividad Hormonal y Cáncer Dependiente De Las Hormonas Esteroideas*. Universidad de Granada, recuperado de <http://digibug.ugr.es/handle/10481/45402>

Darbre PD, Aljarrah A, Miller WR, Coldham NG, Sauer MJ, Pope GS, (2004). Concentrations of parabens in human breast tumours. *Journal Applied Toxicology*. Jan-Feb;24(1):5-13. Recuperado de <http://www.dr-baumann.ca/science/Concentrations%20of%20Parabens%20in%20Human%20Breast.pdf>

Ecologistas en Acción, (2017). *Basuras en playas: tendencias e influencias en la acumulación de residuos en zonas costeras a partir de experiencias de ciencia ciudadana en muestreos*. Oct, 16. Recuperado de

<https://www.ecologistasenaccion.org/wp-content/uploads/adjuntos-spip/pdf/informe-basuras-playas.pdf>

Ecologistas en Acción, (2017). Basuras marinas: plásticos y microplásticos. Ene; :978-84-946151-9-1. Recuperado de

<https://www.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf/informe-basuras-marinas.pdf>

Ecologistas en Acción. El efecto cóctel, recuperado de <https://libresdecontaminanteshormonales.wordpress.com/tag/efecto-coctel/>

Makino T. (2003). Female Reproductive Tract and Mammary Disorders Caused by Endocrine Disruptors. JMAJ 46(3): 93–96. Recuperado de http://www.med.or.jp/english/pdf/2003_03/093_096.pdf

Oishi, S. (2004). Lack of spermatotoxic effects of methyl and ethyl esters of p-hydroxybenzoic acid in rats. Food and Chemical Toxicology 42,1845-1849. Recuperado de <http://europepmc.org/abstract/MED/15350682>

Okamoto Y, Hayashi T, Matsunami S, Ueda K, Kojima N, (2008). Combined activation of methyl paraben by light irradiation and esterase metabolism toward oxidative DNA damage. Chem Res Toxicol. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18656963>

Organización Mundial de la Salud -World Health Organization, (2012). State of the Science of Endocrine Disrupting Chemicals, 978 92 4 150503 1. Recuperado de <http://www.who.int/ceh/publications/endocrine/en/>

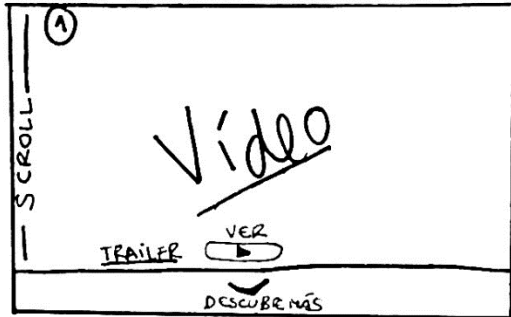
Vela Soria, F. (2014). *Evaluación de la exposición humana a disruptores endocrinos químicos*. Tesis doctoral inédita. Universidad de Granada, recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=58462>



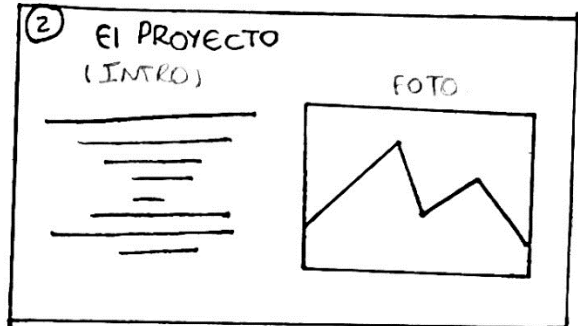
Anexos

Diseño web

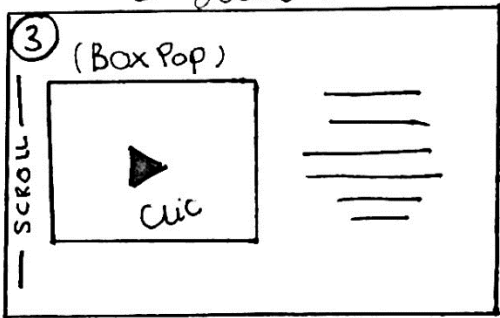
Página Web. → TFG



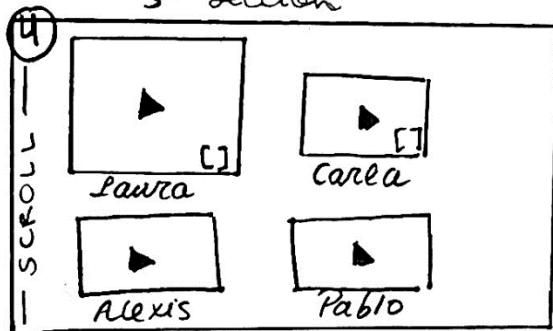
2º Sección



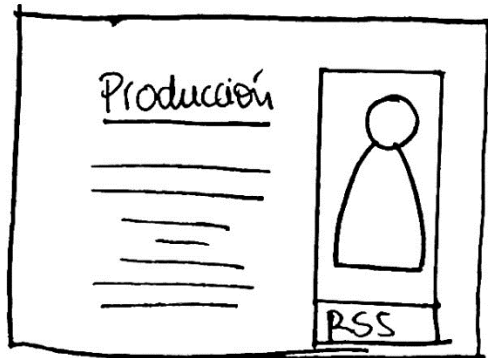
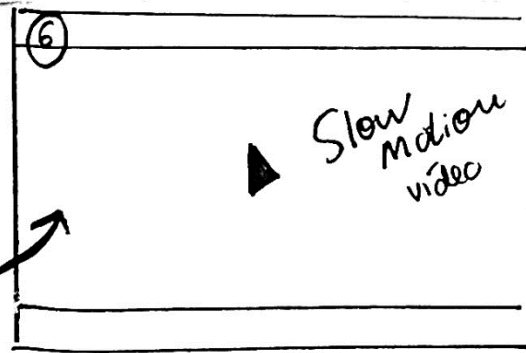
3º Sección



4º Sección



5º Sección

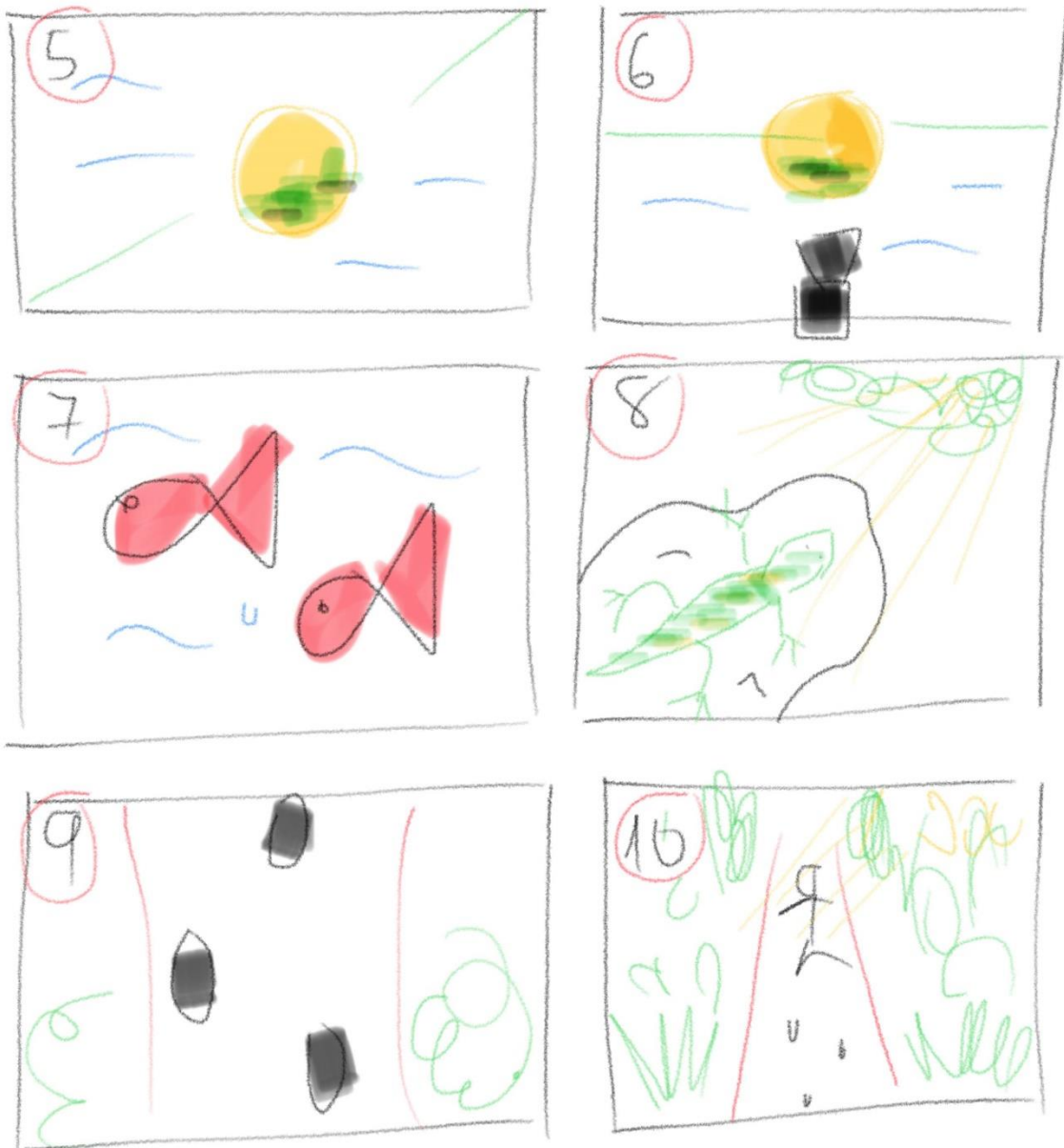


STORYBOARD INTRODUCCIÓN

1. Plano general mar.
2. Plano detalle. Ángulo cenital.

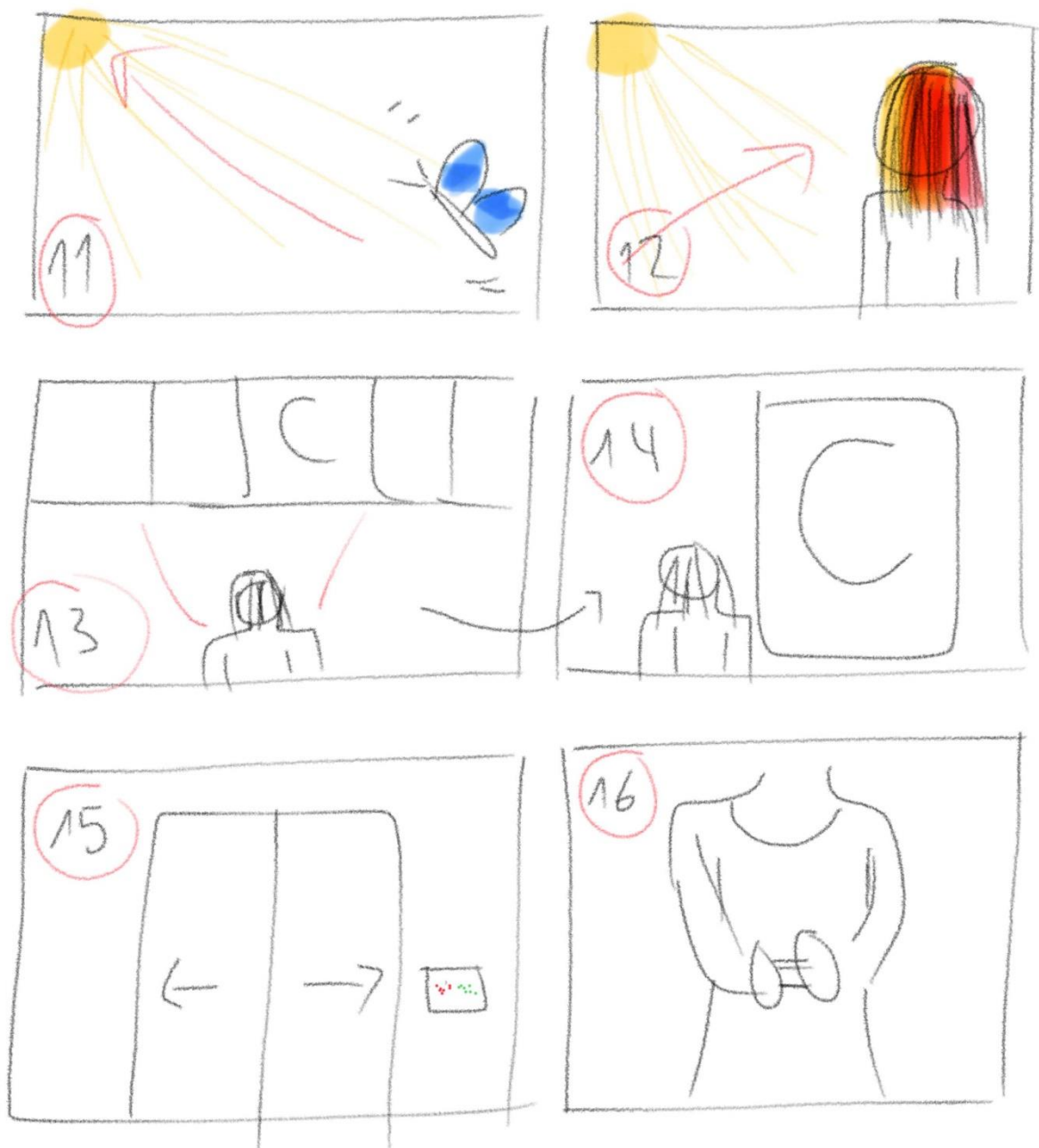


3. Plano detalle en movimiento, con zoom hacia atrás. Se ve el agua entre medio. La cámara en ángulo semicontraponido. El zoom acaba en plano general. Transición por corte directo al plano.
4. Plano general. Timelapse amanecer.



5. Plano detalle boya. 2s.
6. Plano detalle boya en ángulo nadir.
7. Plano detalle peces.
8. Plano detalle lagarto.
9. Plano detalle pasos en el monte.
10. Plano general camino del monte.





11. Plano detalle de una mariposa que vuela desde una esquina del encuadre a la otra. Movimiento de cámara hacia el sol.
12. Transición hacia otra localización. Movimiento de cámara hacia el lado contrario que en el plano anterior. Comienza en el sol y acaba en plano estático.
13. Plano general estética.
14. Plano medio estética.
15. Ascensor con puertas abriéndose.
16. Escena dentro del ascensor simulando espera.

El precio de la belleza . The price of beauty

Banda Sonora Original, Javier Luque Palacios.

TOTAL DE PIEZAS MUSICALES

4

Introducción

-> **Ejemplo del estilo** (Beethoven - Sonata Claro de Luna)

- **Intención de la música:** Generar intriga sobre el tema del documental
- **Ritmo:** Debe ser pausado, pero con un pequeño crescendo y terminar con un final marcado.
- **Duración aproximada:** 40" segundos
- **Contexto en imágenes:** Los planos principales muestran el mar, los animales y el acompañamiento de un personaje principal, "el ser humano". La música para drásticamente cuando el personaje se sitúa en frente de un establecimiento de cosmética, con el fin de crear tensión narrativa.

Desarrollo

-> **Ejemplo estilo** (jazz, moderno, suave y alegre)

- **Intención de la música.** Servir de hilo conductor para conectar con una historia personal. Refleja el día a día de una chica.
- **Ritmo:** Un poco más animado que en la introducción pero suave. No tan dramático. Música plana y que se pueda repetir en bucle.
- **Duración aproximada:** 25" segundos.
- **Contexto en imágenes:** Se muestra el día a día de una chica que tiene problemas de alergia causado por el uso de cosméticos. Paralelamente, visito una empresa de cosmética natural para que me hablen de sus productos.



Nudo

-> **Ejemplo estilo** (Rondo Alla Turca- Mozart)

- **Intención de la música.** Romper con la monotonía del documental. Quiere ridiculizar de forma sutil la conciencia ciudadana sobre los tóxicos de los cosméticos.
- **Ritmo:** Animado, pero sin pasarse. Música en crescendo y que se pueda repetir en bucle.
- **Duración aproximada:** 30" segundos.
- **Contexto en imágenes:** Se hacen entrevistas a personas desconocidas a pie de calle y se muestran sus reacciones (primeros planos de sus expresiones).

Desenlace

-> **Ejemplo estilo 1** (U2 - With Or Without You)

-> **Ejemplo estilo 2** (Robbie Williams - Feel)

- **Intención de la música.** Aportar un toque moderno y una visión positiva-reflexiva.
- **Ritmo:** Animado, pero sin pasarse. Música en crescendo y que se pueda repetir en bucle.
- **Duración aproximada:** 30" segundos.
- **Contexto en imágenes:** Se vuelve al acompañamiento de un personaje y se muestra una metáfora al terminar igual que al principio, solo que esta vez amanece en vez de anochecer. "Comienza un nuevo día".



EL MAYOR MERCADO DE EUROPA

PERFUMERÍA Y COSMÉTICA

stanpa Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética

“Los consumidores eligen la salud y la higiene personal por encima de la estabilidad financiera o de un trabajo que les guste”.



77.000 millones de euros al año



2 millones de puestos de trabajo



Aumenta sus ventas en un 3,25%

350 
MILLONES

de mujeres utilizan una media de 17 productos cosméticos al día

CURIOSIDADES

1 ONU:


"En 2050, la amenaza de poblaciones de peces contaminados con microplásticos y sus toxinas asociadas sería muy grande". 



2 PARABENOS EN EL 90% DE LOS COSMÉTICOS

En dosis elevadas pueden interferir en el sistema endocrino actuando como un exceso de la hormona femenina.

3 LA UNIÓN EUROPEA

establece en el reglamento europeo las dosis "segura" que se puede añadir por producto cosmético. 



4 NO EXISTEN DOSIS SEGURAS

Muchos estudios corroboran el peligro de los parabenos. Se bioacumulan en el organismo y no se pueden expulsar por la orina.