



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Grado en Traducción e Interpretación

Trabajo Fin de Grado

El uso de los anglicismos en el sector del maquillaje y el cuidado de la piel

Autora: Olga Soto Cruz

Tutora: Prof. Ingrid Gil

Madrid, junio de 2024

Índice

1.	Introducción.....	3
1.1.	Finalidad y motivos	3
1.2.	Objetivos y preguntas de investigación	4
1.3.	Estado de la cuestión	5
2.	Marco teórico.....	8
2.1.	Anglicismos: aproximación a una definición	8
2.2.	La clasificación de los anglicismos: revisión de propuestas.....	10
2.3.	Los conceptos de préstamo y calco.....	11
2.4.	Nuevos medios: la influencia lingüística de las redes sociales	14
3.	Marco metodológico.....	18
4.	Análisis de los resultados	21
5.	Conclusiones	33
6.	Referencias.....	35
7.	Anexos.....	39

1. Introducción

1.1. Finalidad y motivos

Los tutoriales de maquillaje y cosmética son una de las prácticas más populares entre los creadores de contenido. De hecho, son precisamente estos influencers los que propician la viralización de los distintos productos de maquillaje y de cuidado de la piel que promocionan. Es difícil estimar el número exacto de influencers que existe en España, pero según un estudio de 2btube (s.f.), se estima que nuestro país cuenta con 9 100 influencers profesionales. Además, Forbes (2023) creó la iniciativa «Best Content Creator» para reconocer el trabajo realizado por estos profesionales en España. Por ejemplo, en el sector del maquillaje y cuidado de la piel, destacó el trabajo de Nuria Adraos y Marta Ratolina (Forbes España, 2023).

Las redes sociales son una consecuencia más de la globalización, un proceso que ha supuesto un gran cambio para la sociedad a nivel económico, tecnológico, ambiental, cultural, etc. El cambio cultural se refleja en la tendencia a la homogeneización de las ideas, costumbres y productos entre las distintas sociedades. Los idiomas tampoco se han quedado exentos de la globalización; los anglicismos han adquirido más relevancia en la forma de expresarse de los individuos pertenecientes a una sociedad determinada. El español también se ha visto afectado por el uso y relevancia que le han otorgado los hablantes a esos términos anglosajones. En los últimos años, ya han sido varios los términos anglosajones que se han incluido en el Diccionario de la lengua española. También cabe destacar que, a pesar de la incorporación de estos anglicismos al español, a menudo suelen sufrir un proceso de adaptación a la grafía española (Domínguez-Mejías, 2001).

Este trabajo se centrará en el uso de anglicismos en el sector del maquillaje y los cosméticos presentes en la red social Instagram. Esta plataforma de origen estadounidense surgió en el año 2010 gracias a sus creadores Kevin Systrom y Mike Krieger (Forbes, 2020). En la actualidad esta red social se alza como una de las plataformas con más relevancia a nivel mundial. De hecho, en el año 2022, Instagram alcanzó la cifra de 2 000 millones de usuarios activos mensuales (DataReportal, 2023).

El sector del maquillaje y cosméticos en España se ha consagrado como uno de los más importantes en España. Su relevancia no solo se limita a nivel nacional, sino también a nivel internacional: España es uno de los mayores exportadores mundiales de perfumes y cosméticos, superando incluso las cifras de otros productos locales como el vino o el aceite de oliva (Stanpa: Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, 2022).

El motivo para escoger el sector del maquillaje y los cosméticos, así como los anglicismos como objeto de estudio se debe a que son áreas de interés de la autora, pues constituyen una afición desde hace varios años. Asimismo, las redes sociales han sido el principal medio no solo de entretenimiento para este sector, sino también de información. Por otro lado, como estudiante de Traducción e Interpretación, ha sido consciente de la influencia y protagonismo que tienen los anglicismos en la lengua española, a pesar de la riqueza léxica que caracteriza este idioma.

1.2. Objetivos y preguntas de investigación

En el momento en el que se plantea la presente investigación, surgen las siguientes preguntas: ¿cómo se emplean los anglicismos en el sector del maquillaje y la cosmética de la piel?; ¿por qué se emplean?; ¿es necesario el uso del anglicismo?; ¿existe algún proceso de adaptación del anglicismo?

1. Dado el protagonismo que tienen los anglicismos en la actualidad en nuestro lenguaje, especialmente en sectores relacionados con la imagen como la moda o la cosmética, el objetivo principal del presente estudio es el de investigar el uso de los anglicismos en el sector específico del maquillaje y del cuidado de la piel.
2. En segundo lugar, y derivado del primer objetivo, esta investigación pretende analizar si existe alguna característica distintiva que permita identificar cuáles son los anglicismos que van a experimentar un proceso de adaptación al español.
3. El último objetivo de este trabajo es el de averiguar si los anglicismos que se manifiestan en este sector se deben a una falta de equivalente en español o más bien, a una preferencia por emplear el término anglosajón.

1.3. Estado de la cuestión

Durante la elaboración de este trabajo, se ha realizado una revisión de la literatura académica de tres áreas: los anglicismos, las redes sociales y, por último, la industria de los cosméticos.

1.3.1. Los anglicismos

Los anglicismos en el español son una cuestión que lleva siendo estudiada desde hace varias décadas a raíz de la influencia que ejerce el inglés sobre nuestro idioma. Esta influencia no se produce meramente en el siglo XIX, sino que comienza muchos siglos atrás. De hecho, ha ido aumentando paulatinamente, pero no ha sido hasta finales del XIX y principios del XX cuando estos anglicismos penetran en ciertos ámbitos de la vida social (González-Ruiz, Olza, & Lamas-Loureda, 2019).

En este sentido, tal y como señala Medina López (2004), existen varias posturas acerca de la incorporación de términos anglosajones al español. De acuerdo con la autora, existe una posición más «purista» que se desarrolla principalmente durante las décadas de los años cuarenta y sesenta. Sin embargo, también existe la postura moderada de varios autores; los cuales rechazan los anglicismos como una contribución negativa y los plantean como una oportunidad para enriquecer y ampliar el idioma.

La aceptación de extranjerismos, calcos y préstamos es en muchas ocasiones inevitable y conveniente, hasta necesario y enriquecedor para nuestro idioma, pero no hemos de abusar de esta práctica sobre todo si es fruto de la pereza mental o de cualquier otra razón negativa, y menos aún, si la consecuencia es un mestizaje entre el inglés y el español en detrimento de este último. (Díaz-Pietro, 1998, pág. 176)

La influencia e incorporación de los anglicismos en el español ha dado lugar a que varios autores hayan estudiado no solo esta cuestión, sino también su clasificación. En este trabajo, destacamos principalmente la aportación de autores como Alfaro (1948); Pratt (1980); Medina López (2004); y Lorenzo (1996). A pesar de que cada autor aporte una

clasificación distinta de los anglicismos, tras una revisión de la literatura académica, se han considerado sus obras como referencia para el posterior estudio y análisis.

1.3.2. Las redes sociales

Las redes sociales también son un material de investigación que ha aumentado en los últimos años debido a su notoriedad en la esfera pública. Aunque las redes sociales son todavía un campo nuevo, es innegable que han tenido una influencia en el lenguaje dadas «sus nuevas formas de expresión propias de este nuevo contexto digital» (Díaz-Cjahua, 2019). No obstante, Instagram tiene un papel menos destacado puesto que la literatura académica ha estado más enfocada en la presencia de las voces extranjeras en otras redes sociales de igual relevancia como Facebook o Twitter.

Instagram, dada su naturaleza, se contempla más bien como un espacio «más propicio para la promoción de marcas a través de las influencers» (Segarra-Saavedra & Hidalgo-Marí, 2018). De hecho, esto ha contribuido a que Instagram se haya consagrado como la red social por excelencia para aquellos usuarios y consumidores que buscan contenido de belleza en Internet (Matellanes-Lazo & Rodríguez-Velasco, 2021). Por tanto, Instagram es la red social que más refleja esta influencia de los anglicismos, en particular en el sector del maquillaje y cuidado de la piel.

1.3.3. Los anglicismos en la industria de los cosméticos

A lo largo de la fase de documentación, se ha observado que existe cierto vacío sobre el anglicismo sobre todo en la industria del maquillaje y el cuidado de la piel. La información que existe acerca de los anglicismos en el sector de la belleza está más enfocada en el uso que hace el sector de la moda de los términos anglosajones. En ese sentido, la presencia de los anglicismos en la industria del maquillaje y el cuidado de la piel ocupa un lugar secundario en la literatura académica.

En este contexto, conviene resaltar el Glosario de la Moda (Fundéu BBVA, 2015), una iniciativa de la Fundación del Español Urgente (Fundéu) que, tal y como se explica en la presentación del glosario, nace de la fuerte presencia de los anglicismos en el sector y la necesidad de ofrecer alternativas lingüísticas en español. Si bien este glosario sirve como

referencia para evitar el uso de anglicismos en la moda, lo cierto es que no existe un equivalente para el sector del maquillaje y el cuidado de la piel que ofrezca alternativas en español a esos anglicismos.

2. Marco teórico

2.1. Anglicismos: aproximación a una definición

Tal y como se explica anteriormente, el anglicismo ha sido una cuestión muy estudiada en la literatura académica en España y como consecuencia, carecemos de una única definición. A continuación, se ofrece una revisión de algunas de las distintas definiciones sobre el concepto del anglicismo. En primer lugar, el Diccionario de la lengua española nos ofrece tres acepciones sobre el concepto de anglicismo: «(1) Giro o modo de hablar propio de la lengua inglesa; (2) Vocablo o giro de la lengua inglesa empleado en otra; (3) Empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas» (Real Academia Española).

Para el presente trabajo, consideraremos como definiciones de anglicismos la segunda y la tercera de estas acepciones. A pesar de que la Real Academia Española (RAE) ofrece varias definiciones sobre qué es el anglicismo, lo cierto es que estas definiciones no son suficientes para concretar este concepto. Por ello, es necesario conocer las definiciones de los distintos autores que han estudiado los anglicismos en el español.

Alfaro (1948) fue uno de los primeros académicos en introducir una definición sobre el anglicismo. Es relevante subrayar que este autor no ofrece una única definición sobre el anglicismo, sino más bien aporta una explicación para cada una de las 11 clasificaciones en las que él categorizó este concepto:

1ª Los barbarismos rudos, vulgares, malsonantes y malnacidos [...]. 2ª Los pochismos [...] que son los vocablos y giros peculiares de los pochos o pochos. [...]. 3ª Los anglicismos consistentes en tomar del inglés y formar por paronimia voces alienígenas al español [...]. 4ª Los anglicismos consistentes en usar [...] parónimos castellanos de dicciones inglesas que tienen significado diferente y a veces opuesto [...]. 5ª Los anglicismos consistentes en palabras que son castellanas per se, pero usadas con acepciones que no tienen en castellano y que son iguales a las de sus homónimos o parónimos en el idioma inglés [...]. 6ª Las dicciones que son de por sí castizas y se usan en su acepción corriente, pero que unidas a

otras palabras producen una locución o giro anglicado [...]. 7ª Los anglicismos consistentes en solecismos puros, o sean los giros, frases, locuciones o construcciones en que se agrupan voces castellanas a la sintaxis inglesa [...]. 8ª Los extranjerismos puros, es decir, las voces inglesas que se usan corrientemente en nuestro idioma [...]. 9ª [...] Los neologismos producidos por la influencia inglesa [...]. 10ª Los anglo-galicismos, o sean los barbarismos derivados de voces francesas puras que se ha apropiado el inglés [...]. 11ª [...] Los pseudo- anglicismos, o sean ciertas dicciones a las cuales se da en castellano uso menos frecuente que el que tienen en inglés sus congéneres o parónimos [...]. (Alfaro, 1948, págs. 115-118)

Las definiciones más delimitadas sobre los anglicismos comienzan a surgir décadas más tarde gracias a los estudios realizados por Huyke Freiría (1973) y Pratt (1980), respectivamente: «1. Palabra cuya forma –ya sea adaptada fonéticamente al español o en su forma original– proviene del inglés. 2. Significado que se le atribuye a una voz debidamente aceptada en el idioma español que proviene de una voz inglesa» (pág. 124); «un anglicismo es un elemento lingüístico, o grupo de los mismos, que se emplea en el castellano peninsular contemporáneo y que tiene como étimo inmediato un modelo inglés» (pág. 115).

Si bien las distintas definiciones que se han expuesto difieren entre sí, todas ellas coinciden en que se debe incluir el español. Para estos autores, un anglicismo no se limita simplemente al uso de palabras inglesas en otros idiomas, sino que destacan el papel del español como principal receptor de influencia lingüística. Del mismo modo, han surgido nuevas definiciones para este concepto, como la que propone Vázquez Amador (2014, pág. 223), quien concibe el anglicismo como «las voces de procedencia inglesa que otras lenguas adoptan, normalmente por necesidad, para expresar un concepto desconocido o nuevo, o por otra serie de razones, entre ellas efectos lingüísticos como el uso de sinónimos, efectos estilísticos, etc.».

A diferencia de otros autores, Vázquez Amador (2014) introduce el concepto de necesidad en la definición de anglicismos. Esta postura retoma la idea explicada en «Estado de la cuestión» de entender los anglicismos como una oportunidad para enriquecer el idioma.

En resumen, como se ha explicado en este apartado, no existe una única definición sobre qué son los anglicismos. No obstante, es necesario conocer las distintas propuestas que sirven para sentar las bases de este concepto y como preparación para una posterior clasificación.

2.2. La clasificación de los anglicismos: revisión de propuestas

Al igual que ocurre con la definición de los anglicismos, la clasificación de este fenómeno también se caracteriza por la variedad de propuestas existentes. Uno de los primeros autores en establecer una clasificación fue Alfaro (1948):

[...] los anglicismos del lenguaje forman dos grupos fundamentales: primero, los superfluos, viciosos e injustificados, que son la gran mayoría; segundo, los extranjerismos y neologismos que pueden y deben adoptarse para enriquecer el idioma, y los compuestos y derivados, que se formen con arreglo a los procesos que reconoce al castellano, aunque la formación tenga por causa determinante la influencia del inglés. (Alfaro, 1948, pág. 118)

En la actualidad, esta clasificación resulta insuficiente para agrupar los distintos anglicismos que se han incorporado al español. Por eso mismo, debemos consultar otros autores para alcanzar una clasificación más completa. Medina López (2004) señala que los anglicismos deben comprenderse desde dos puntos de vista: por un lado, se encuentran los anglicismos léxicos y, por otro lado, los anglicismos sintácticos. Será la primera clasificación —los anglicismos léxicos— sobre la cual desarrollaremos el presente marco teórico.

Entre los anglicismos léxicos, una de las propuestas con mayor aceptación entre los académicos ha sido la de Pratt (1980), quien plantea la clasificación de «étimo último» y «étimo inmediato». La clasificación de étimo último la conforman todas aquellas palabras cuyo origen proviene de lenguas como el latín y el griego. No obstante, cabe destacar que, en cuanto a los anglicismos en español, aunque dichos anglicismos provienen del inglés, estos a su vez provienen de otras lenguas (Medina-López, 2004). En cambio, para Pratt,

los étimos inmediatos aluden a «la lengua intermediaria de la que proviene de manera directa e inmediata un determinado préstamo» (Gómez-Capuz, 1997-1998, pág. 93).

Aunque esta clasificación ha sido aceptada por los académicos, resulta indispensable contar con un criterio más extenso y completo para agrupar los distintos anglicismos. Medina López (en Lorenzo, 1987), señala la siguiente clasificación: anglicismos crudos, anglicismos en periodo de aclimatación, anglicismos totalmente asimilados, calcos y calcos semánticos. A pesar de la existencia de más criterios que han aportado distintos académicos, destacan principalmente los conceptos de préstamo y calco, los cuales se explicarán a continuación.

2.3. Los conceptos de préstamo y calco

2.3.1. El préstamo

Entendemos por préstamo «la incorporación de una palabra o palabras extranjeras adaptándose fonética, ortográfica y morfológicamente a la estructura de la lengua que la acoge» (Díaz-Pietro, 1998, pág. 166). El préstamo ha sido un concepto de significado amplio que ha llevado a diversos autores a realizar una clasificación mucho más precisa. Pratt (1980) diferenció entre dos tipos de anglicismos: los patentes y los no patentes. Por anglicismo patente entendemos «toda forma identificable como inglesa, o bien totalmente sin cambiar (como ranking, hippu, sidecar), o bien adaptada, parcial o totalmente a las pautas ortográficas del español contemporáneo (por ejemplo, boicot, boxear, travelín)». En cambio, consideramos anglicismos no patentes «a todos aquellos anglicismos que se reconocen como formas españolas» (Pratt, 1980, pág. 160).

Por su parte, Gómez Capuz (2009) diferencia entre préstamo integral y préstamo parcial. Por préstamo integral entendemos «aquéllos en los que se toma prestado "todo" el elemento extranjero, significante y significado» (Gómez-Capuz, 2009, pág. párr.8), mientras que el préstamo parcial es aquel «que incluye todo tipo de calcos, en los cuales solo se toma prestado un "modelo" morfemático o semántico» (Gómez-Capuz, 2009, pág. párr.8).

En el estudio de los préstamos, resulta interesante abordar los diferentes significados que se le han otorgado a los extranjerismos:

Por un lado, encontramos la postura de la RAE (2010), quien establece que el extranjerismo es un sinónimo de préstamo. Establece que estos pueden a su vez clasificarse en dos grupos: los extranjerismos o préstamos adaptados y los extranjerismos crudos o no adaptados. Por otro lado, autores como Díaz Prieto (1998) o Gómez Capuz (2009) apuntan que la principal característica del extranjerismo reside en la falta de un proceso de adaptación al español. Conviene destacar que la falta de adaptación de un extranjerismo no guarda relación con el tiempo durante el cual se ha empleado ese anglicismo; un extranjerismo puede emplearse en un idioma durante un tiempo prolongado sin necesidad de sufrir una adaptación (Díaz-Pietro, 1998).

Actualmente conviven extranjerismos de reciente importación con otros muchos que han perdurado a través de los años, e incluso a lo largo de todo este siglo, sin sufrir una alteración alguna para adaptar su estructura gráfica a la del español: zapping, lobby, shock, clip, crack, leasing, holding, marketing, corner, set, kit, bit, byte, chip etc. (Díaz-Pietro, 1998, pág. 170)

Por último, resulta interesante mencionar el motivo por el cual se recurre en español a los préstamos. En muchas ocasiones, este caso se produce cuando en español carecemos de un término equivalente en español (Díaz-Pietro, 1998). No obstante, esto plantea una nueva cuestión: ¿todos los préstamos que han sido aceptados no tenían ningún equivalente en español? Algunos autores, como Navarro (2008), consideran que no siempre es así y que esa falta de equivalente en español es simplemente una excusa:

[..] palabras más bien vulgares y antiquísimas, como blot, clamping, distress, piercing, second look o stress, todas ellas utilizadas ya en inglés desde el siglo XIV. En mi opinión, resulta difícil imaginar que palabras inglesas de lo más común, como las mencionadas, puedan carecer de equivalente en castellano; a menos, claro está, que uno no se moleste en buscarlo. (Navarro, 2008, pág. 225)

2.3.2. El calco

Definiremos el calco o calco semántico como el «vocablo o sintagma que una lengua toma de otra mediante traducción literal de los elementos que lo componen, sin acuñación de nuevas lexías» (Navarro, 2008, pág. 227). Lorenzo (1996) también define este concepto como parónimos. «Coincide la forma y, sin pensarlo más, lo dotamos de «nuestro» significado, que puede ser más fiel al originario, pero no más legítimo, que el término calcado» (Lorenzo, 1996, pág. 483).

En este sentido, es relevante mencionar que determinados autores, además del calco semántico, añaden una segunda clasificación a la que denominan calcos estructurales. Gómez Capuz (2009) los define como la «sustitución de una palabra polimorfemática o compuesto nominal de la lengua modelo (con un significado literal o descriptivo), por medio de morfemas o lexías simples ya existentes por sí solos en la lengua receptora» (s.p. párr.31).

Cada vez es mayor el número de calcos que se han incorporado al español. Algunos, de hecho, están tan integrados en el español que pasan desapercibidos como calcos en sí mismos. Si bien la grafía inglesa que mantienen los préstamos nos permite identificarlos fácilmente, el calco es más complejo de identificar llegando incluso a pasar inadvertido (Navarro, 2008). Este mismo autor menciona que estos calcos pueden servir «como vía de entrada para conceptos, matices y cosmovisiones que únicamente tienen sentido para quienes hablan inglés» (Navarro, 2008, pág. 227).

Ya advertíamos síntomas del calco a partir del ingl. sober, usado como antónimo de drunk, intoxicated. En español, buscando la antonimia, los traductores literales empezaron a usar sobrio con el valor de 'no ebrio', sin darse cuenta de que sobrio, en español, se considera cualidad, buena o mala, permanente y se construye con el verbo ser. (Lorenzo, 1996, pág. 491)

2.4. Nuevos medios: la influencia lingüística de las redes sociales

Las redes sociales han supuesto un cambio en el modo en el que se comunica la sociedad. No obstante, debemos abordar primero el lenguaje, el sistema sobre el cual se construye todo lo demás.

En cuanto a qué se entiende por lenguaje, cabe destacar la variedad de definiciones que existen en la literatura académica. A continuación, presentaremos algunas de ellas. La RAE en su Diccionario de la lengua española concibe el lenguaje como la «facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros sistemas de signos» (Real Academia Española, s.f.) . Otros autores como Chomsky (1957) entienden por lenguaje «a set (finite or infinite) of sentences, each finite in length and constructed out of a finite set of elements» (pág. 13). Igualmente, Luria (1977) describe el lenguaje como «sistema de códigos con ayuda de los cuales se designan los objetos del mundo exterior, sus acciones, cualidades y relaciones entre los mismos» (pág. 108).

Díaz Cjehua (2019) recalca las características en común que presentan estas dos últimas definiciones puesto que ambas ponen en valor ese sistema de signos que facilitan a las personas tanto expresarse como comunicarse entre sí. Si bien la autora solo destaca esas características de las definiciones de Chomsky (1957) y Luria (1977), podemos apreciar que estos atributos también constan en la definición de la RAE. Asimismo, Díaz Cjehua (2019) señala que una de las características principales del lenguaje es que «está permanentemente en un proceso de cambio y evolución, que se produce por transformaciones acumulativas en el habla cotidiana de las personas» (pág. 56).

Para que una lengua conserve su pujanza y su vigor y no se fosilice necesita elementos nuevos. La renovación de una lengua es inherente a sus hablantes, al deseo natural de apropiarse de los progresos materiales y espirituales que día a día se van sumando a los que ya se posee. (Díaz-Pietro, 1998, pág. 163)

No podemos entender el lenguaje como un elemento fijo, sino más bien como un sistema de comunicación que está en constante evolución. Internet y la globalización han

permitido una difusión mucho más rápida de los anglicismos, pero lo cierto es que el inglés no ha sido el único idioma que ha influido en el español. Nuestro idioma se nutre de su historia y de las distintas civilizaciones que con sus idiomas han facilitado el enriquecimiento del español: el latín, el árabe y el francés han sido idiomas de los que el español ha heredado léxico debido a esa importancia y hegemonía que tuvieron cada una de estas lenguas en su momento (Rodríguez-Fernández, 2003) .

Ahora, sin embargo, nos encontramos en un contexto completamente diferente. Por un lado, el inglés se ha posicionado como la lengua internacional en la sociedad actual (Luján-García, 2021); su difusión tiene un largo recorrido histórico, pero se debe principalmente al fenómeno de la globalización y al auge de los nuevos medios de comunicación (Sanou, 2018). También ha contribuido la naturaleza del inglés, es decir, «el dinamismo que presenta esta lengua para crear nuevas palabras» (Bryson, en Luján-García, 2021).

Por otro lado, está la posición que ocupan las redes en la actualidad. Si bien son un movimiento reciente cuyos orígenes se remontan a 2003 con la creación de la red social Friendster (Caldevilla-Domínguez, 2010), lo cierto es que se han consagrado como uno de los medios de comunicación más relevantes. Como se ha explicado, las redes sociales son recientes y es por ello que existe una variedad de definiciones. No obstante, en el presente trabajo, emplearemos la definición que proponen Boyd & Ellison (2008):

web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. (pág. 211)

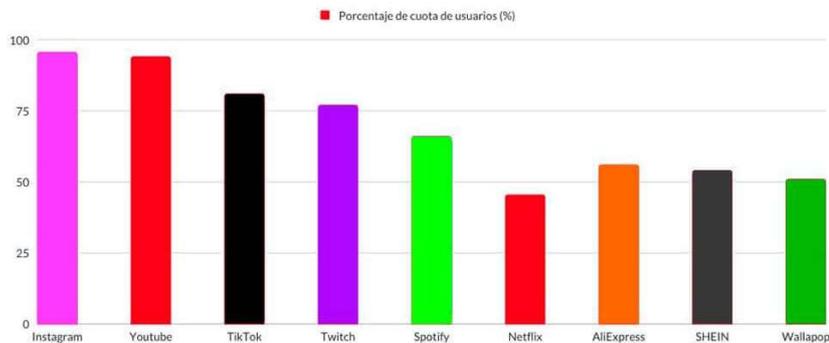
Este sistema, que proponen Boyd & Ellison (2008), da a lugar a una serie de conexiones que han trascendido los límites del entretenimiento. Las redes sociales no solo se caracterizan por ser un espacio donde surgen y se establecen nuevas conexiones, sino también por facilitar el intercambio de información (Díaz-Cjahua, 2019). Por esto mismo, en la sociedad actual, las redes sociales se contemplan como un medio de entretenimiento, pero también de información (Campos-Freire, 2008).

Asimismo, para entender las redes sociales como un medio de información debemos conocer cuáles son sus tributos. Tal y como señala Pantoja Chaves (2012), las redes sociales se caracterizan por la deslocalización, la imprevisión, la inmediatez y la interacción. La inmediatez sea una de las peculiaridades más interesantes de las redes sociales puesto que como señala el autor esta a su vez se nutre de la accesibilidad y la actualización. La accesibilidad que comenta Pantoja Chaves (2012) permite que las distancias se acorten y la información tenga lugar en el espacio digital.

La concepción de las redes sociales como un medio de información se ve incrementado en el sector del maquillaje y el cuidado de la piel. El público de sector concibe a los influencers como personas de referencia puesto que se les percibe como expertos cuya opinión sobre los productos es de gran importancia (Matellanes-Lazo & Rodríguez-Velasco, 2021). En concreto, Matellanes Lazo y Rodríguez Velasco (2021) introducen el concepto de beauty gurú, un término ideado para describir a aquellos influencers que crean contenido en el sector del maquillaje y que, gracias a relaciones con las marcas del sector, tienen una influencia en el usuario.

Por último, debe tenerse en cuenta también la relevancia que tiene el usuario en este contexto. Uno de los públicos que más destaca en las redes sociales es la generación Z, la cual comienza en el año 1995 y finaliza en el año 2008 (Máiz-Bar & Fontenla-Pedreira, 2023). El modo de comunicarse y relacionarse de la generación Z se ha visto marcado por Internet y la digitalización (Cerezo, 2016) y, por eso, no es de extrañar que se presente como la generación que más uso hace de las redes sociales (IAB Spain, 2023). En concreto, Instagram se posiciona como la red social favorita entre los usuarios de la generación Z (Marketing Directo, 2022).

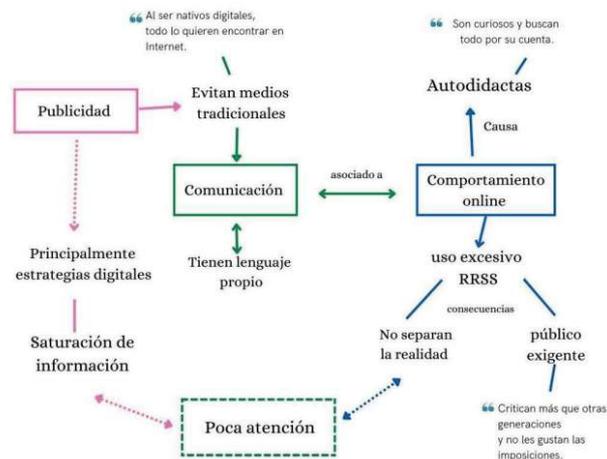
Figura 1. Las redes sociales de la generación Z



Fuente: De Marketing Directo, 2022.

Por otro lado, la figura 2 que se muestra a continuación resume el comportamiento de la generación Z en los medios digitales. De la siguiente figura se destaca principalmente la iniciativa que tiene la generación Z para buscar información de manera independiente (Martínez-Estrella, Samacá-Salamanca, García-Rivero, & Cifuentes-Ambra, 2023).

Figura 2. Comportamiento de la generación Z en los medios digitales



Fuente: Martínez Estrella, et al. (2023: pág. 9)

3. Marco metodológico

Una vez planteadas las preguntas de investigación y definidos los objetivos del trabajo, se diseña un método de estudio del cual nos servimos para responder tales preguntas y cumplir con los objetivos inicialmente descritos. Para ello, creamos un corpus que incluya los anglicismos que se emplean en el sector del maquillaje y el cuidado de la piel. Tras recopilar los anglicismos presentes en el área de estudio, se busca aportar una clasificación de estos anglicismos, es decir, si responden a la taxonomía de préstamo o de calco.

La fuente primaria de este trabajo es la red social Instagram, y el período seleccionado comprende principalmente durante el año 2022 y 2023, aunque también se han utilizado datos del año 2021.

El sector, como se explica previamente, se limita al campo del maquillaje y el cuidado de la piel. Por ello, toda la información seleccionada proviene de perfiles de Instagram que se dedican principalmente a este sector y que tienen relevancia dentro del mismo. A continuación, se detalla la lista completa de los perfiles que se han seleccionado: 3inaspain, ale90cb, aliciarev, alvaro_platon, cintia.makeuupp, cintigar, dermisphere, druni_perfumerias, emeisern, heyratolina, krashkosmetics, leticiasanchez_mcm, lylak_beauty, maquillalia, marikowskaya, miincosmetics, s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a, ssaramgl y sylvia_ruiz.

Cabe mencionar que en este total de 20 cuentas seleccionadas existen tanto perfiles de *influencers* como de empresas del sector del maquillaje y cosméticos. Por un lado, el grupo de los *influencers* lo conforman: ale90cb, aliciarev, alvaro_platon, cintia.makeuupp, cintigar, dermisphere, emeisern, heyratolina, leticiasanchez_mcm, marikowskaya, s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a, ssaramgl y sylvia_ruiz. Por otro, el perfil de empresas lo componen: 3inaspain, druni_perfumerias, krashkosmetics, lylak_beauty, maquillalia y miincosmetics.

Es pertinente resaltar que estas cuentas han sido seleccionadas no solo por su implicación en el sector del maquillaje y el cuidado de la piel, sino también por su número de seguidores y, por ende, la influencia que pueden llegar a tener en sus seguidores y en los

usuarios de Instagram. A continuación, se muestra el cuadro en el que se detallan las cuentas seleccionadas, su categoría y su número total de seguidores.

Tabla 1. *Cuentas de Instagram analizadas*

Cuenta	Empresa/influencer	N.º seguidores
3inaspain	empresa	298000,00
ale90cb	influencer	100000,00
aliciarev	influencer	151000,00
alvaro_platon	influencer	69600,00
cintia.makeuupp	influencer	136000,00
cintigar	influencer	22900,00
dermisphere	influencer	272000,00
druni_perfumerias	empresa	1700000,00
emeisern	influencer	34500,00
heyratolina	influencer	478000,00
krashkosmetics	empresa	265000,00
leticiasanchez_mcm	influencer	222000,00
lylak_beauty	empresa	251000,00
maquillalia	empresa	418000,00
marikowskaya	influencer	242000,00
miincosmetics	empresa	228000,00
s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	influencer	192000,00
<u>saigucosmetics</u>	empresa	152000,00
ssaramgl	influencer	153000,00
sylvia_ruuiz	influencer	552000,00

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Instagram.

Así pues, tras la selección de estas cuentas, se escogieron distintas publicaciones de estos perfiles relativas específicamente al sector del maquillaje y el cuidado de la piel. En concreto, se seleccionaron 112 publicaciones para la elaboración de un corpus completo y detallado sobre los distintos anglicismos que se emplean. Es importante mencionar igualmente los dos tipos de formatos que se han escogido en la recogida de datos: los datos que se encuentran en forma de vídeo (en Instagram, *reel*); las imágenes; y los textos que acompañan a las distintas publicaciones.

Una vez recabado, se procedió a un análisis exhaustivo de estas mismas para la elaboración del corpus comentado. Dentro de este análisis, se distinguen dos fases. La fase 1 comprendió un proceso de anotación de todos los anglicismos de maquillaje y cuidado de la piel que se observaron en las distintas publicaciones seleccionadas. Los anglicismos identificados se anotaron en el glosario tantas veces fueran utilizados por los distintos perfiles de Instagram. Tras un análisis exhaustivo, el glosario, que se puede consultar en Anexo I, contó con un total de 173 anglicismos. La fase 2 consistió en perfeccionar este primer glosario que se había elaborado. Para ello, se redujeron todos aquellos términos que se habían repetido en el glosario inicial con el fin de precisar el contenido de este. El resultado final fue el un glosario de anglicismos propios del sector del maquillaje y el cuidado de la piel con un total de 25 términos

Antes de presentar el glosario final, es importante recalcar que este glosario incluye términos propios exclusivamente del sector del maquillaje y cuidado de la piel, pero también términos que, si bien no se refieren a productos o técnicas de este sector, se emplean a menudo por los usuarios. A continuación, la lista de términos presentes en el glosario final: *bronzer, clon, combo, cruelty-free, cut-crease, eyeliner, favs, flawless, glam makeup, glitter, gloss, glowy, highlighter, juicy, lip balm lip gloss, nude, overlip, primer, shimmer, skincare, skincare routine, smokey eyeliner, swatches, vibes*.

Finalmente, estos términos serán clasificados en función de la información explicada en el marco teórico, es decir, si estos anglicismos se distinguen como préstamos o calcos.

4. Análisis de los resultados

A continuación, se presenta el glosario final. Este consta de cuatro apartados: término en inglés, definición, término en español y clasificación. Cabe mencionar que la definición de cada anglicismo ha sido elaborada por la autora para facilitar su comprensión de algunos de los términos que se refieren a productos, técnicas o tendencias pertenecientes al sector del maquillaje y el cuidado de la piel. A partir del equivalente en español aportado, se clasifica entre préstamo y calco explicada previamente en el marco teórico.

Término	Definición	Español	Clasificación
bronzer	Producto de maquillaje que se emplea para aportar calidez al rostro y definirlo.	bronceador	Calco
clon	Término empleado para referirse a un producto barato que es similar tanto en acabado como en formato a otro producto más caro.	clon	Calco
combo	Proviene de «combinación».	combinación	Ninguno
cut crease	Técnica de maquillaje que consiste en resaltar el pliegue del párpado mediante una línea precisa. De este modo, se logra un contraste entre el párpado móvil y el pliegue.	cut crease	Préstamo
cruelty free	Producto que no ha sido probado en animales durante su etapa de desarrollo.	libre de crueldad animal	Calco
eyeliner	Técnica de maquillaje empleada a lo largo de la línea de las pestañas. También puede referirse al producto con el que se realiza esta técnica.	Delineador	Ninguno

favs	Proviene de «favourites» o «favoritos». El usuario emplea este término para mostrar los productos que utiliza a menudo y que recomienda al espectador.	favoritos	Ninguno
flawless	Término empleado para referirse a un maquillaje o aspecto de la piel que carece de imperfecciones y que tiene un acabado perfecto.	perfecto	Ninguno
glam makeup	Estilo de maquillaje que se caracteriza por dar una imagen de lujoso y sofisticado.	maquillaje glamuroso	Calco
glitter	Partículas brillantes de maquillaje que se emplean para crear un brillo intenso. Estas partículas son más grandes a otras que se pueden emplear en otros productos. Suele estar presente en sombras de ojos o delineadores. <i>Nota:</i> no confundir con «shimmer».	purpurina	Ninguno
gloss	Producto de labios que se conoce por aportar brillo a los labios con un acabado transparente o semitransparente. <i>Nota:</i> también se le puede llamar «lip gloss»	brillo	Calco
glowy	Término empleado para describir un aspecto luminoso de la piel. Este término puede lograrse tanto en	luminoso	Ninguno

	productos de maquillaje como cuidado de la piel.		
highlighter	Producto de maquillaje que se aplica en determinadas zonas del rostro para resaltarlas. Existe en varios formatos: en polvo, crema o líquido.	iluminador	Ninguno
juicy	Término que se utiliza para describir una piel luminosa e hidratada, recordando así a la jugosidad de la fruta.	jugoso	Ninguno
lip balm	Producto de maquillaje cuya finalidad es hidratar el labio, pero aportando un poco de color.	bálsamo de labios	Calco
lip gloss	Producto que se emplea en los labios para aportar brillo. Suele ser transparente o semitransparente. Nota: también se conoce simplemente como «gloss»	brillo de labios	Calco
nude	Tonalidad que se caracteriza por su parecido al color de la piel.	color piel	Ninguno
overlip	Técnica de maquillaje en la cual se delinean los labios por fuera de su línea para que así se vean más grandes.	overlip	Préstamo
primer	Producto de maquillaje que se utiliza para preparar la piel antes de maquilarla.	prebase	Ninguno
shimmer	Tipo de producto que se caracteriza por sus partículas brillantes y finas. Se	brillo	Ninguno

	puede encontrar en sombras de ojos o en otros productos como los iluminadores. <i>Nota:</i> no confundir con glitter.		
skincare	Término referido al cuidado de la piel en general.	cuidado de la piel	Calco
skincare routine	Dicho de la serie de pasos que se siguen para conseguir un buen aspecto de la piel.	rutina de skincare.	Calco
smokey eyeliner	Técnica de maquillaje para los ojos que se caracteriza por difuminar el delineador para así resaltar la mirada.	delineado ahumado	Calco
swatches	Muestra de productos cosméticos. Normalmente el usuario enseña los productos bien en el dorso de la mano o en el antebrazo.	muestra	Ninguno
vibes	Término empleado para describir la sensación que se logra con un maquillaje o determinado producto.	vibras	Ninguno

En total, este glosario está compuesto de 25 términos relacionados con el maquillaje y el cuidado de la piel. Como se puede observar en la Figura 3, la clasificación de estos términos finalmente ha sido de dos préstamos, diez calcos y trece términos que no se ajustaban a la taxonomía propuesta.

Figura 3. Clasificación de los términos del glosario



Fuente: Elaboración propia.

4.1. El préstamo

En primer lugar, debemos aclarar que los 25 anglicismos seleccionados funcionan en el lenguaje oral y escrito de las redes sociales como préstamos. Es fundamental recordar el origen de los préstamos, es decir, el motivo por el cual surgen y se integran en nuestro idioma. Tal y como explicaba Díaz-Prieto (1998), los préstamos tienen lugar cuando el español carece de un término equivalente. Sin embargo, este glosario únicamente consta de dos préstamos: *cut crease* y *overlip*. Esta clasificación pone de manifiesto la gran diferencia que existe entre el lenguaje que crea el usuario en las redes sociales y el propio del idioma español, como se muestra en la Figura 4.

En cuanto a la clasificación de los préstamos identificados en este glosario, se debe recordar los tipos de préstamos que propone Pratt (1980): «préstamos patentes» y los «préstamos no patentes». La diferencia entre ambos préstamos reside en el nivel de adaptación que haya sufrido un anglicismo hacia el español; si no ha sufrido un proceso de adaptación al español o ha sido leve será entonces un «préstamo patente», mientras que si este anglicismo ha sido adaptado al español se clasificará como «préstamo no patente». Los anglicismos *cut crease* y *overlip* se mantienen ambos en su grafía original y es por ello por lo que ambos se clasificarán como «préstamos no patentes».

Asimismo, no debe pasarse por alto el tiempo que llevan presentes estos términos en el sector del maquillaje y el cuidado de la piel. Estos préstamos son términos relativamente recientes en este sector, lo cual explica en cierto modo que se clasifiquen como «préstamos patentes». Tanto *cut crease* como *overlip* se identifican como técnicas de maquillaje que han ganado popularidad en este sector en los últimos años, e incluso meses. Su posible adaptación al español dependerá de la frecuencia con la que los usuarios de este sector empleen estos términos.

Figura 4. Los préstamos



Fuente: Elaboración propia.

4.2. El calco

Se han identificado un total de diez calcos en este glosario. Todos ellos corresponden a calcos semánticos pues, tal y como explicaba Navarro (2008), estos términos son nuevas palabras que se han incorporado al español mediante una traducción literal. En el Marco Teórico también se abordó cómo el fenómeno de los calcos o parónimos daba lugar a que el hablante dotase de nuevos significados a estos términos (Lorenzo, 1996). Este suceso ha sido identificado concretamente en el término *clon* pues, en este caso, el usuario le ha

otorgado un nuevo significado a una palabra ya existente en el español. Según la Real Academia Española, *clon* se refiere a un término procedente del campo de la biología que significa un «conjunto de células u organismos genéticamente idénticos» (Real Academia Española, s.f.). Sin embargo, el usuario del sector del maquillaje y cuidado de la piel ha modificado ligeramente este significado original pues utilizan el término para hacer referencia a dos productos de precios distintos que cumplen la misma función o dejan el mismo acabado.

Tabla 2. Tabla de equivalencias

Anglicismos	Calco
bronzer	bronceador
clon	clon
cruelty free	libre de crueldad animal
glam makeup	maquillaje glamuroso
gloss	brillo
lip balm	bálsamo de labios
lip gloss	brillo de labios
skincare	cuidado de la piel
skincare routine	rutina de cuidado de la piel
smokey eyeliner	delineado ahumado

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la tipología de los calcos, identificamos una mayor presencia de calcos compuestos: 6 calcos son compuestos, mientras que 4 calcos son solo de una palabra. Asimismo, es interesante comentar el origen de algunos de estos calcos compuestos pues algunos surgen a partir de calcos que compuestos solo de una palabra y dan lugar a calcos

compuestos que presentan cierta redundancia en su significado. Por ejemplo, el *gloss* es un término que hace referencia a un productos que se puede utilizar únicamente en los labios. Por eso mismo, se puede considerar innecesario el calco compuesto *lip gloss*. Este suceso ocurre también con los términos *skincare* y *skincare routine*.

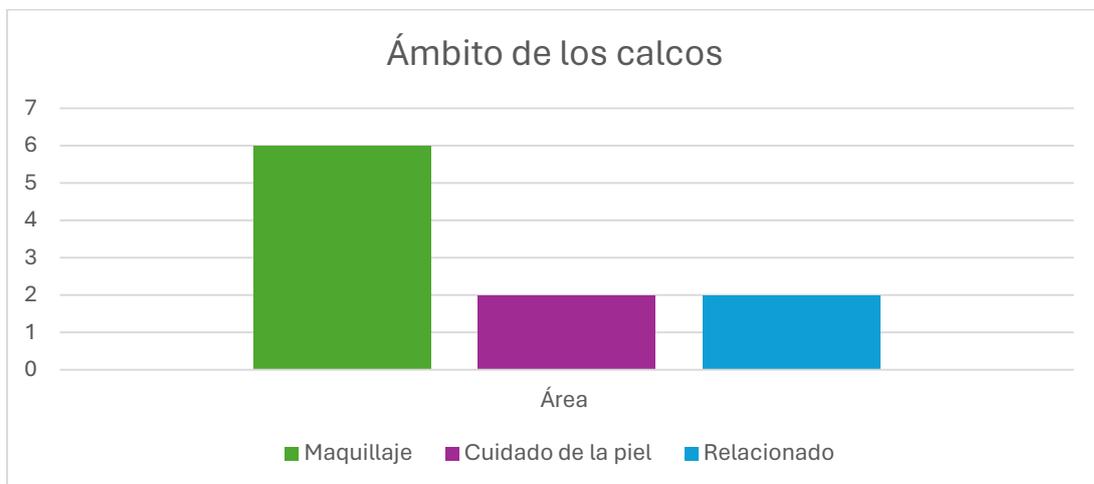
Figura 5. Proceso de los calcos compuestos



Fuente: Elaboración propia.

Se presenta a continuación un gráfico en el que se contabilizan los calcos identificados en función del área a la que pertenecen: maquillaje, cuidado de la piel o relacionado.

Figura 6. Ámbito de los calcos



Fuente: Elaboración propia.

Los calcos que se han contabilizado en cada uno de los ámbitos son los siguientes:

- Ámbito del maquillaje: bronceador, maquillaje glamuroso, brillo, bálsamo de labios, brillo de labios y delineado ahumado.
- Ámbito del cuidado de la piel: cuidado de la piel y rutina de cuidado de la piel.

- Ámbito relacionado con las dos categorías anteriores: clon y libre de crueldad animal.

Como se puede observar, los calcos que se han identificado en el presente estudio se encuentran en su mayoría relacionados con el área del maquillaje. Esta manifestación de los calcos en este sector puede deberse a que el inglés es el idioma dominante en el mercado del maquillaje y que, como consecuencia de esta hegemonía de la lengua inglesa, se aprecien cada vez más calcos en el español sobre términos específicos de maquillaje. Además, esta hegemonía del inglés causa que muchas veces los usuarios opten por emplear directamente los términos ingleses para referirse a los productos o técnicas del maquillaje y cuidado de la piel.

4.3. Términos no correspondientes

Durante la elaboración del glosario se han identificado una serie de anglicismos cuyo equivalente al español no corresponde ni a la clasificación propuesta de préstamos ni de calcos. Seguidamente se exponen estos términos y su equivalente en español:

Tabla 3. Tabla de equivalencias II

Anglicismos	Equivalente español
Combo	Combinación
Eyliner	Delineador
Favs	Favoritos
Flawless	Perfecto
Glitter	Purpurina
Glowy	Luminoso
Highlighter	Iluminador
Juicy	Jugoso

Nude	Color piel
Primer	Prebase
Shimmer	Brillo
Swatches	Muestra
Vibes	Vibras

Fuente: Elaboración propia.

Del total de los 25 términos seleccionados, 13 de ellos no correspondían a la clasificación de préstamo o calco sino más bien a traducciones adecuadas de estos términos en inglés. Seguidamente, se propone un gráfico para presentar de manera visual los resultados:

Figura 7. Clasificación de los términos



Fuente: Elaboración propia.

Los hallazgos de este trabajo reflejan la riqueza lingüística con la que cuenta el español en este sector. En ocasiones, la incorporación de términos ingleses en el español surge para satisfacer una necesidad lingüística concreta; el español carece de un término que describa un concepto o técnica que se origina en un contexto angloparlante y, por tanto, se procede a su incorporación mediante préstamo o calco. Ahora bien, los resultados demuestran que los usuarios hispanohablantes optan por emplear los anglicismos no por

una falta de vocabulario sobre maquillaje y cuidado de la piel, sino más bien por pura preferencia hacia los anglicismos.

Esta riqueza de vocabulario en el español existe incluso entre términos más específicos del sector del maquillaje y cuidado de la piel y que presentan unas características muy concretas. Por ejemplo, esto ocurre con los términos «glitter» y «shimmer»; ambos son productos de maquillaje que contienen partículas para iluminar y su diferencia reside en el grosor de la partícula brillante. La falta de un equivalente en español que refleje esta diferencia entre estos dos términos justificaría su uso en inglés, no obstante, el español cuenta con una traducción adecuada para estos dos conceptos: *purpurina* para referirnos a *glitter* y *brillo* para *shimmer*.

Un posible motivo por el cual los hispanohablantes emplean estos términos en inglés es su forma simplificada, ya que suelen ser términos más cortos en comparación con sus equivalentes en español. No obstante, se puede observar en el presente trabajo que los equivalentes de estos términos en español también son conceptos breves. De los 13 términos que no se correspondían a la clasificación de préstamo o calco, solo un término requería de dos palabras que en este caso era «color piel» para el anglicismo *nude*.

Figura 8. Clasificación de los equivalentes en español



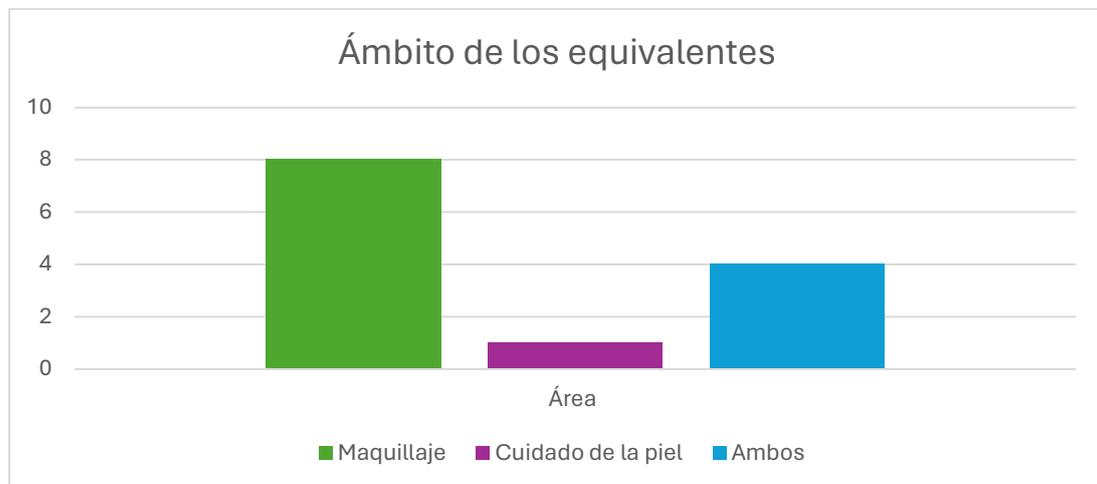
Fuente: Elaboración propia.

En relación con este fenómeno, es interesante cómo en determinados casos los usuarios ignoran la existencia de este equivalente en español y optan por emplear siempre o a menudo los términos en inglés. Destacan los ejemplos anteriormente comentados de

glitter y *shimmer*, pero también se incluyen en esta categoría otros como *swatches* y *flawless*.

En cuanto al ámbito al que pertenecen estos términos, una vez más vuelve a destacar el sector del maquillaje pues cuenta con ocho términos, frente al único término correspondiente al de cuidado de la piel y a los cuatro términos que pueden emplearse para sendos ámbitos.

Figura 9. Ámbito de los equivalentes



Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

Al principio del presente trabajo se establecieron tres objetivos: estudiar el uso de los anglicismos en el sector del maquillaje y cuidado de la piel, investigar qué proceso pueden sufrir estos anglicismos en su incorporación al español y, por último, identificar el porqué de este uso de los anglicismos en el español.

En primer lugar, se ha detectado el uso de distintos anglicismos correspondientes al sector del maquillaje, el cuidado de la piel y áreas relacionadas. Esto pone de manifiesto la influencia que ejerce el inglés en los usuarios hispanohablantes de este sector en Instagram. Así pues, esta red social se posiciona como un espacio virtual de comunicación que facilita la incorporación de los anglicismos en el sector del maquillaje y el cuidado de la piel. Si bien antes eran los medios tradicionales los que ejercían influencia y dictaminaban la comunicación, las redes sociales han supuesto un cambio de 180° a este respecto. Ahora son los propios usuarios quienes dictan las normas y ejercen la influencia.

En segundo lugar, se ha estudiado el proceso que sufren estos anglicismos en su incorporación al español. Por un lado, el sector del maquillaje y del cuidado de la piel cuenta con una cantidad ínfima de préstamos que revelan esa falta de equivalente en español. Los casos de préstamos responden a una necesidad urgente de incorporarlos al español debido a la falta de un equivalente en nuestro idioma. Por otro lado, los calcos se posicionan como traducciones literales. Las redes sociales se caracterizan por ofrecer una comunicación rápida y por eso mismo, la innovación lingüística responde al contexto. Es en este contexto donde se adoptan con frecuencia y rapidez los calcos, pero su proliferación debe ser moderada, pues no puede desembocar en una pérdida lingüística del español.

El tercer objetivo del presente trabajo era determinar si el uso de anglicismos por parte de los usuarios hispanohablantes en la red social Instagram se debía a una falta de riqueza de vocabulario en español. En la sección de Análisis de los resultados, se ha examinado esta cuestión en profundidad, revelando así que la adopción de anglicismos no refleja necesariamente una carencia léxica en español, sino más bien una tendencia por parte del usuario a emplear los términos en inglés.

Los motivos por los cuales los usuarios emplean estos términos en inglés son varios. Primero, ha de tenerse en cuenta la hegemonía e influencia que ejerce el inglés en el sector del maquillaje y el cuidado de la piel. De hecho, muchos de los productos que se comercializan en este sector suelen estar en inglés y son pocos los casos en los que se opta por una traducción en el producto en sí. Como consecuencia, los usuarios optan por referirse a estos productos y técnicas con el término en inglés.

Además, los usuarios desempeñan un papel fundamental en este uso de los anglicismos. Por un lado, como se acaba de explicar, se posicionan como receptores o actores influenciados en el sector mundial del maquillaje y cuidado de la piel. Por otro lado, ejercen el papel de transmisores o influenciadores de los anglicismos en sus comunidades dentro de la red social Instagram. Del mismo modo, es interesante comentar que la percepción que existe con respecto al uso de los anglicismos en el sector pues se los suele asociar a un signo de mayor estatus.

Debido a la naturaleza y alcance del estudio, se han identificado una serie de limitaciones que son importantes valorar para comprender los resultados obtenidos. La limitación notoria es la selección de los términos para la construcción del glosario. Si bien el criterio de selección pretendía reflejar una visión completa del objeto de estudio, lo cierto es que han sido muchos los términos que se han descartado debido a la extensión limitada del presente trabajo. La necesidad de llevar a cabo un trabajo de estudio manejable conllevó el descarte de otros términos relevantes del sector de la belleza; así pues, la selección puede haber limitado la representación total de los anglicismos presentes en dicho sector. Asimismo, el presente trabajo se ha enfocado en un periodo de tiempo concreto por lo que este podría no reflejar anglicismos emergentes tanto de maquillaje como de cuidado de la piel.

Finalmente, se emplearon para este trabajo métodos y criterios que permitiesen una correcta recolección y análisis de datos. Ahora bien, la constante evolución de las redes sociales implica que algunos hallazgos se consideren rápidamente desactualizados. Esto mismo subraya la necesidad de estudios posteriores que aborden la presencia de los anglicismos en el sector de la belleza con más detalle y en un marco de estudio más amplio.

6. Referencias

- 2btube. (s.f.). *Ya hay más de 9.000 influencers profesionales en España*. Obtenido de 2btube: <https://2btube.com/numero-influencers-espana-estudio-2022/#:~:text=Seg%C3%BAn%20nuestro%20%C3%BAltimo%20estudio%2C%20en,alguna%20de%20sus%20redes%20sociales>.
- Alfaro, R. J. (1948). *El anglicismo en el español contemporáneo*. Thesaurus.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210-230.
- Caldevilla-Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Campos-Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277-286.
- Cerezo, P. (2016). Los auténticos nativos digitales: ¿estamos preparados para la Generación Z? *REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD*, 95-109.
- Chomsky, N. (1957). *Syntactic Structures*. Berlin: Mouton, The Hague.
- DataReportal. (26 de enero de 2023). *DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT*. Obtenido de DataReportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Díaz-Cjahuá, C. D. (2019). Las Redes Sociales y su Repercusión en el Lenguaje de la Población Universitaria. *Acta Herediana vol. 62, N° 1*, 1-7.
- Díaz-Pietro, P. (1998). ¿Son los anglicismos el camino del spanglish? *Estudios humanísticos. Filología*, 163-177.
- Domínguez-Mejías, E. (2001). Los anglicismos en el Diccionario de la RAE. *Facultad de Traducción e Interpretación, Universidad Jaume I*, 6.

- Forbes. (5 de Octubre de 2020). *Instagram: a 10 años del origen de una de las redes sociales más utilizadas*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/tecnologia-instagram-red-social-10-anos/>
- Forbes España. (2023). *Lista Forbes | Best Content Creators 2023*. Obtenido de Forbes : <https://forbes.es/lista-forbes-best-influencers-2023/>
- Fundéu BBVA. (2015). *Glosario de la Moda*.
- Gómez-Capuz, J. (1997-1998). La marcación etimológica de los préstamos (exotismos y cultismos transmitidos por el inglés) en la lexicografía española. *Revista de Lexicografía, IV*, 91-106.
- Gómez-Capuz, J. (2009). El tratamiento del préstamo lingüístico y el calco en los libros de texto de Bachillerato y en las obras. *Revista electrónica de estudios filológicos*.
- González-Ruiz, R., Olza, I., & Lamas-Loureda, Ó. (. (2019). *Lengua, Cultura ,Discurso. Estudios ofrecidos al profesor Manuel Casado Velarde*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA).
- Huyke-Freiría, I. (1973). Anglicismos en el vocabulario culto de San Juan: Cuatro campos léxico. *Revistas Filológicas*, 117-139.
- IAB Spain. (10 de mayo de 2023). *IAB SPAIN PRESENTA EL ESTUDIO DE REDES SOCIALES 2023*. Obtenido de IAB SPAIN: <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-redes-sociales-2023/#:~:text=La%20generaci%C3%B3n%20Z%20es%20la,servicio%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente>
- Lorenzo, E. (1996). *Anglicismos hispánicos*. Madrid: Gredos.
- Luján-García, C. (2021). *Anglicismos en los nuevos de comunicación*. Granada: Editorial Comares.
- Luria, A. (1977). *Introducción evolucionista a la psicología*. Barcelona: Martínez Roca.
- Máiz-Bar, C., & Fontenla-Pedreira, J. (2023). Tendencias actuales de uso de redes sociales por parte de la Generación Z: BeReal, Instagram y Tiktok. *Razón y Palabra*, 33-46.

- Marketing Directo. (26 de noviembre de 2022). *Estas son las redes sociales que más usa cada generación (Gen z, Gen x y Millennials)*. Obtenido de Marketing Directo: <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/redes-sociales-que-mas-usa-generacion-z-genz-millennials-genx>
- Martínez-Estrella, E.-C., Samacá-Salamanca, E., García-Rivero, A., & Cifuentes-Ambra, C. (2023). La Generación Z en Chile, Colombia, México y Panamá: intereses y nuevos hábitos de consumo digital. Su uso de Instagram y TikTok. *Profesional de la información*, 1-16.
- Matellanes-Lazo, M., & Rodríguez-Velasco, V. (2021). Conexión de los/las influencers con la Generación Z en la industria del maquillaje. *Revisita Prism a Social N*, 199-220.
- Medina-López, J. (2004). *El anglicismo en el español*. Madrid: Arco Libros, S.L.
- Navarro, F. A. (2008). La anglización del español: mucho más allá de bypass, piercing, test, airbag, container y spa. En L. González, H. P., & L. d. El Español (Ed.), *Traducción: contacto y contagio* (págs. 213-232). España.
- Pantoja-Chaves, A. (2012). Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. *Tejuelo*(12), 218-226.
- Pratt, C. (1980). *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
- Real Academia Española. (2010). *Ortografía de la lengua española*. España. Recuperado el 9 de marzo de 2024, de <https://www.rae.es/ortograf%C3%ADa/el-pr%C3%A9stamo-ling%C3%BC%C3%ADstico>
- Real Academia Española. (s.f.). *Anglicismo* (23 ed.). Recuperado el 08 de marzo de 2024, de <https://dle.rae.es/anglicismo?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.). *Clon*, 23.ª ed. Recuperado el 26 de mayo de 2024, de <https://dle.rae.es/clon?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.). *La institución*. . Obtenido de Real Academia Española: <https://www.rae.es/la-institucion>

- Real Academia Española. (s.f.). *Lenguaje*, [versión 23.7 en línea]. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <<https://dle.rae.es>>
- Rodríguez-Fernández, J. R. (2003). Los anglicismos en el español de nuestro tiempo. *Magister: Revista miscelánea de investigación*(19), 187-198.
- Sanou, R. M. (mayo de 2018). Anglicismos y redes sociales. *Cuadernos de la ALFAL*(10), 176-191.
- Segarra-Saavedra, J., & Hidalgo-Marí, T. (2018). Influencers, moda femenina e Instagram: el poder de prescripción en la era 2.0. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 313-325.
- Stanpa: Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. (2022). Radiografía del sector. *Stanpa (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética)*, 28.
- Vázquez Amador, M. (2014). Los anglicismos en la lengua española a través de la prensa de la primera mitad del siglo XIX. *Revista de Investigación Lingüística*(17), 221-241.

7. Anexos

Anexo 1. Glosario completo

Término	Cuenta	Tipo	Fecha	Link
AGE BLOCK	s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	texto	9/9/23	https://www.instagram.com/p/Cw-6hH2rE3G/?igsh=ZmFvc3lwajU3Ynl7
AGE BLOCK	s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	texto	8-ago	https://www.instagram.com/reel/Cvso_fhJypE/?igsh=Zzc4emwxOTF1OWNw
BB Cream	druni_perfumerias	texto	18/9/23	https://www.instagram.com/p/CxVfKzaNEdC/?igsh=dzM4eXFtaDdybXhk
best seller	miincosmetics	texto	6/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyDrPnBIWiU/?igsh=MWY1eWFrNHB1bnJiYQ==
blush combo	cintia.makeuupp	reel	10/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyONNe_osZN/?igsh=dzMzM2o2OGd3bXV4
bronzer	marikowskaya	reel y texto	4/8/23	https://www.instagram.com/reel/CvhgFxZN1Lr/?igsh=MWF6djkwMGxieDJ1Mg==
bronzer	saigucosmetics	reel y texto	29/3/22	https://www.instagram.com/reel/Cbr4LYCgHAX/?igsh=bzdxN312ZjhnMGp1
bronzer	sylvia_ruuz	audio	16/9/23	https://www.instagram.com/reel/CxQAZctoHA4/?igsh=ODZuMjA1cWt5N3k3

cherry lip combo	sylvia_ruuz	reel y texto	3/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cve7PAao11y/?igsh=MWhnZTh0bTE5ZTUydw==
chocolate glazed donut nails	druni_perfumerias	texto	30/9/23	https://www.instagram.com/p/CyBQwlat7IO/?igsh=MTFzb3djcncxM3U1aA==
clean girl makeup	aliciarev	reel y texto	14/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cv73NWeo5R5/?igsh=MxE2ZWhyZDYzZA5aw==
Clean Make up	druni_perfumerias	texto	21/9/23	https://www.instagram.com/p/CxdNky1N0oX/?igsh=MWxpMzA1M3Q3OwNnNg==
clon	heyratolina	reel, texto y audio	10/3/23	https://www.instagram.com/reel/CpnYUBagy1h/?igsh=MXJqdTJneWR6eHNkbA==
clon	heyratolina	reel, texto y audio	4/8/22	https://www.instagram.com/reel/Cg1457zKkqA/?igsh=MThzazRtc281OXIlag==
clon	heyratolina	texto	27/6/22	https://www.instagram.com/reel/CfTtGJ8qvj9/?igsh=MW52dWZmNTltYm1ydA==
combo	ale90cb	texto	23/5/22	https://www.instagram.com/reel/Cd5eONzlriu/?igsh=dmZ0eTU0cmcxZngw
COMBO	sylvia_ruuz	texto y audio	17/9/23	https://www.instagram.com/reel/CxTYdFelZ9x/?igsh=dDVkeng4M2o2eDR4
combo	sylvia_ruuz	texto y audio	24/8/23	https://www.instagram.com/reel/CwVn9IiIntx/?igsh=N2IxN2g3anVKNnhj

cruelty-free	3inaspain	texto	10/6/22	https://www.instagram.com/reel/Ce nxeobjkuG/?igsh=MXViYjk0cmhlaHl vbA==
cushion	miincosmetics	texto	26/5/23	https://www.instagram.com/p/Cstu Mk9LxLN/?igsh=MWtxNWg1MWY ONHh2eA==
cut crease	lylak_beauty	audio	1/3/23	https://www.instagram.com/p/CpK5 Dqno1lj/?igsh=M W10c2U3bHl2bXF iZg==
dark feminine makeup	krashkosmetics	reel y texto	7/10/23	https://www.instagram.com/p/Cw7 vceDoX5V/?igsh=MWFxbGFxaHEwY jd2Zg==
drop	lylak_beauty	texto	21/2/23	https://www.instagram.com/reel/Co 7AxJVl xp-/?igsh=MWR3c3p vNTBqZTlveA==
efecto lifting	marikowskaya	reel, texto, audio	6/10/23	
efecto plump	emeisern	reel, texto y audio	1/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cv ZVXDSAGqD/?igsh=ZDMxZXcxZW03 N3k1
espresso makeup	aliciarev	reel y texto	16/9/23	https://www.instagram.com/reel/Cx QwaqllIWIV/?igsh=MWw3OW05ZGZ nZDdxZw==
eyeliner	cintia.makeup	texto	26/8/23	https://www.instagram.com/reel/C waRXIvofLY/?igsh=OHI5ZHRtd2ZucD Uy
eyeliner	marikowskaya	reel, texto, audio	15/9/23	https://www.instagram.com/reel/Cx NpVtVNNuU/?igsh=MXQxempqaXk 0cWhpOQ==

eyeliner	krashkosmetics	texto	11/8/23	https://www.instagram.com/p/CvzplYtlaZz/?igsh=MTI3bWNzaHlwYTJnYg==
eyeliner	cintigar	texto y audio	7/9/22	https://www.instagram.com/reel/CiNn6bUtlph/?igsh=MWhrM2FjbzNuemh4dw==
eyeliner	cintia.makeup	texto y audio	9/7/23	https://www.instagram.com/reel/Cuey0LloTVc/?igsh=MWR6NTUyYjhua2p4dg==
eyeliner	sylvia_ruuiz	texto	24/8/23	https://www.instagram.com/reel/CwVn9liIntx/?igsh=N2lxN2g3anVknNhj
eyeliner	3inaspain	texto	20/4/23	https://www.instagram.com/p/CrQkQqlrIFC/?igsh=MWt1NTNqNHA5Ym9pZA==
eyeliner hack	cintia.makeup	texto	26/8/23	https://www.instagram.com/reel/CwaRXIvofLY/?igsh=OHI5ZHRtd2ZucDUy
favs	marikowskaya	reel y texto	8/11/23	https://www.instagram.com/reel/CzZU_FTLeeT/?igsh=Y2Q0MGQ3YW1ueG1h
favs	3inaspain	reel y texto	10/11/23	https://www.instagram.com/reel/Czd2qWVqvF4/?igsh=MWg3aGVoYmJuaDg3dQ==
flawless	heyratolina	reel y texto	28/5/22	https://www.instagram.com/reel/CeGV_8nq3Vv/?igsh=MTIzYzc4bGZ6dGZu
FOXY EYE	cintia.makeup	reel, texto y audio	28/3/23	https://www.instagram.com/reel/CqVZTCDIY2j/?igsh=MXV2ZzByN2JkZmc5Zw==

foxy eye	saigucosmetics	reel y texto	23/3/22	https://www.instagram.com/reel/CbcZnnKAMxS/?igsh=ODBmZ2w5OGRINTh0
glam makeup	sylvia_ruuiz	reel, texto y audio	16/9/23	https://www.instagram.com/reel/CxQAZctoHA4/?igsh=ODZuMjA1cWt5N3k1
glitter	krashkosmetics	texto	8/9/23	https://www.instagram.com/p/Cw7vceDoX5V/?igsh=MWFxbGFxaHEwYjd2Zg==
glitters	lylak_beauty	texto	9/3/23	https://www.instagram.com/reel/CpkNfqwv4Ph/?igsh=eHQxamlwYXJub2cx
gloss	cintia.makeup	reel, texto	18/4/23	https://www.instagram.com/reel/CrGU6qUouav/?igsh=MWV0a3hjOWFjaTR0dg==
gloss	maquillalia	audio	9/12/23	https://www.instagram.com/reel/C0pSgYdrCLy/?igsh=MTNiMzZudG45b29wYw==
glow	heyratolina	texto	4/7/22	https://www.instagram.com/reel/CfmMCJPKBwk/?igsh=MXRmaWNvbWJibWs2cg==
glow	cintigar	texto y audio	6/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyEREx3LZAZ/?igsh=MWZkOW1xZWdz aHNIYQ==
glow	ssaramgl	audio	30/5/23	https://www.instagram.com/reel/Cs3p2nCrCku/?igsh=MWczY2dobmE5NWpoMA==
glow	aliciarev	texto	23/3/23	https://www.instagram.com/reel/CqJInEaoe7_/?igsh=MWp2Nmc3bnVjZTR1NA==

glow	aliciarev	audio	2/8/23	https://www.instagram.com/reel/CvfhLphl0Pe/?igsh=MTJweTYxN3N1cGFpMQ==
glow	ale90cb	texto	23/5/22	https://www.instagram.com/reel/Cd5eONzIriu/?igsh=dmZ0eTU0cmcxZngw
glow	maquillalia	texto	19/11/23	https://www.instagram.com/reel/Cz1IAbio2dd/?igsh=MWc2MGhyY2VxMHYwZA==
glow	3inaspain	texto	11/6/23	https://www.instagram.com/reel/CtWCNWIH_s/?igsh=Z3Fra2MxaW5kNjc0
glow up	saigucosmetics	texto	10/1/22	https://www.instagram.com/p/CYjcbSZM7i4/?igsh=cTZ6dWVkmWRvM2M4
glowing	3inaspain	reel	11/6/23	https://www.instagram.com/reel/CtWCNWIH_s/?igsh=Z3Fra2MxaW5kNjc1
glowy	cintigar	audio	6/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyEREx3LZAZ/?igsh=MWZkOW1xZWdzahNIYQ==
glowy	cintigar	audio	30/8/23	https://www.instagram.com/reel/Ch4o-abOXfX/?igsh=MW85azBhaWs3YXR1MA==
glowy	ssaramgl	texto	28/9/23	https://www.instagram.com/reel/CxvYjXjsyqd/?igsh=ODRxZXhkM3QybjVn
glowy	ssaramgl	reel, texto y audio	30/5/23	https://www.instagram.com/reel/Cs3p2nCrCku/?igsh=MWczY2dobmE5NWpoMA==

glowy	saigucosmetics	reel y texto	8/10/22	https://www.instagram.com/reel/CjdOnzXqcQo/?igsh=MXI5NzQ2OGQ3Z3g5Mg==
glowy	sylvia_ruiz	audio	27/9/23	https://www.instagram.com/reel/Cxtl23fIP1j/?igsh=MTl1cmZrdGIOMThqdA==
glowy	sylvia_ruiz	audio	16/9/23	https://www.instagram.com/reel/CxQAZctoHA4/?igsh=ODZuMjA1cWt5N3k2
GRWM	emeisern	reel	31/8/23	https://www.instagram.com/reel/CwnmVECL3pr/?igsh=Njl1b2k4dWd5ZXFr
GRWM	sylvia_ruiz	reel	22/6/23	https://www.instagram.com/reel/CtzXXJYoY3G/?igsh=MTNzaXBzbnNkdzk0eg==
highlighter	maquillalia	reel	24/7/23	https://www.instagram.com/reel/CvEqUBDIg3L/?igsh=MWw4a2J0azV2NzNvOQ==
juicy	cintigar	audio	6/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyEREx3LZAZ/?igsh=MWZkOW1xZWdz aHNIYQ==
Latte Make Up	druni_perfumerias	texto	21/9/23	https://www.instagram.com/p/CxdNky1N0oX/?igsh=MWxpMzA1M3Q3O W N n N g ==
latte makeup	aliciarev	reel y texto	10/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cv xr1G_oFBt/?igsh=eWl3cTJ1ZWkyb3 Fm
latte makeup	sylvia_ruiz	reel y texto	6/7/23	https://www.instagram.com/reel/Cu W1K-Pov5l/?igsh=bHFo b3RoNG41M2d2

LIP BALM	druni_perfumerias	texto	2/9/23	https://www.instagram.com/p/CwsSeadNRkd/?igsh=MXJuamUycmU5Zmpxdw==
Lip Balm	lylak_beauty	reel y texto	23/2/23	https://www.instagram.com/reel/CpANfkXorEx/?igsh=MTBucmR1dzN3Ymo4cQ==
Lip Balm	lylak_beauty	texto	27/2/23	https://www.instagram.com/p/CpK5Dqno1lj/?igsh=MW10c2U3bHI2bXFizg==
lip combo	ssaramgl	texto y audio	24/4/23	https://www.instagram.com/reel/CrbCBzttXlt/?igsh=MW90bGd4ZnY2bGxraA==
lip combo	aliciarev	reel y texto	22/9/23	https://www.instagram.com/reel/CxfsHiHI2PH/?igsh=NXZmMHg2bWExcWhm
lip combo	maquillalia	texto y audio	9/12/23	https://www.instagram.com/reel/C0pSgYdrCLy/?igsh=MTNiMzZudG45b29wYw==
lip glosses	maquillalia	audio	9/12/23	https://www.instagram.com/reel/C0pSgYdrCLy/?igsh=MTNiMzZudG45b29wYw==
look	krashkosmetics	texto	2/9/23	https://www.instagram.com/reel/Cwr6b1moShj/?igsh=anYxM2x5Ymo4bjB0
look	krashkosmetics	audio	7/10/23	https://www.instagram.com/p/Cw7vceDoX5V/?igsh=MWFxbGFxaHEwYjd2Zg==
look	lylak_beauty	texto	7/10/23	https://www.instagram.com/p/CyGJlq_Nm3x/?igsh=MtJnYXdrOGs4eDV4OQ==

look	lylak_beauty	reel	27/2/23	https://www.instagram.com/reel/CpANfkXorEx/?igsh=MTBucmR1dzN3Ymo4cQ==
look	cintia.makeup	texto	28/2/22	https://www.instagram.com/p/Cahjd-GKbp7/?igsh=aHp xeHY2MDF5ZDVx
look	ssaramgl	texto	11/12/22	https://www.instagram.com/p/CmCeLgOM1f5/?igsh=MTVnd3FueDI1an g4cw==
look	s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	texto y audio	28/5/23	https://www.instagram.com/reel/Cs yau4lIiSi/?igsh=M XdpdDY2ZXQyZnp 5dA==
look	marikowskaya	texto	8/11/23	https://www.instagram.com/reel/Cz ZU_FTLeT/?igsh=Y2Q0MGQ3YW1u eG1h
look	maquillalia	texto	24/7/23	https://www.instagram.com/reel/Cv EqUBDIg3L/?igsh=MWw4a2J0azV2N zNvOQ==
lookazo	lylak_beauty	texto	28/2/23	https://www.instagram.com/reel/Cp ANfkXorEx/?igsh=MTBucmR1dzN3Y mo4cQ==
low cost	cintigar	texto	30/8/23	https://www.instagram.com/reel/Ch 4o-abOXfX/?igsh=M W85azBhaWs3YX R1MA==
low cost	cintia.makeuupp	reel, texto y audio	1/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cv Z9LRZIHud/?igsh=MWF6cDRoNzB6a 2lpOA==
low cost	maquillalia	texto	30/10/23	https://www.instagram.com/p/CzCR zV6rtve/?igsh=MT dmaDdodGhuaWt rMg==

LOWCOST	druni_perfumerias	texto	5/10/23	https://www.instagram.com/p/CyBQwlat7IO/?igsh=MTFzb3djcncxM3U1aA==
lowcost	cintia.makeup	texto y audio	9/7/23	https://www.instagram.com/reel/Cuey0LloTVc/?igsh=MWR6NTUyYjhua2p4dg==
makeup	aliciarev	reel, texto y audio	4/12/22	https://www.instagram.com/reel/Clwc6r2lC2O/?igsh=MTJpa3QzdW5qbm3Ng==
makeup	maquillalia	texto	30/10/23	https://www.instagram.com/p/CzCRzV6rtve/?igsh=MTdmaDdodGhuaWtrMg==
makeup	sylvia_ruiz	reel y texto	27/9/23	https://www.instagram.com/reel/Cxtl23fIP1j/?igsh=MTl1cmZrdGIOMThqdA==
makeup	sylvia_ruiz	texto	22/6/23	https://www.instagram.com/reel/CtzXXJYoY3G/?igsh=MTNzaXBzbnNkdzk0eg==
Makeup latte	emeisern	reel, texto y audio	31/8/23	https://www.instagram.com/reel/CwnmVECL3pr/?igsh=Njl1b2k4dWd5ZXFr
makeups	lylak_beauty	texto	7/10/23	https://www.instagram.com/p/CyGJlq_Nm3x/?igsh=MTJnYXdrOGs4eDV4OQ==
makeups	lylak_beauty	texto	21/2/23	https://www.instagram.com/reel/Co7AxJVlxp-/?igsh=MWR3c3pvNTBqZTlveA==
mood	lylak_beauty	texto	11/3/23	https://www.instagram.com/p/CppW322lJtg/?igsh=MTBmZjdiY3c5ZHI2YQ==

no makeup makeup vibes	sylvia_ruuz	reel y texto	6/4/23	https://www.instagram.com/reel/CqsYoh5Ip-T/?igsh=MWxwNW94ODM2aXdueA==
nude	heyratolina	texto	27/6/22	https://www.instagram.com/reel/CfTtGJ8qvj9/?igsh=MW52dWZmNTltYm1ydA==
nude	lylak_beauty	texto	7/10/23	https://www.instagram.com/p/CyGJlq_Nm3x/?igsh=MJTnYXdrOGs4eDV4OQ==
nude	s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	texto y audio	28/5/23	https://www.instagram.com/reel/CsYau4lIiSi/?igsh=MXdpdDY2ZXQyZnp5dA==
Old Money Make Up	druni_perfumerias	texto	21/9/23	https://www.instagram.com/p/CxdNky1N0oX/?igsh=MWxpMzA1M3Q3OWNnNg==
overlip	maquillalia	audio	9/12/23	https://www.instagram.com/reel/C0pSgYdrCLy/?igsh=MTNiMzZudG45b29wYw==
overlip	3inaspain	texto	11/4/23	https://www.instagram.com/p/Cq5GwSGNFTo/?igsh=a2xpOW1vcTZpdm1x
packaging	3inaspain	texto	10/6/22	https://www.instagram.com/reel/CeNxeobjkuG/?igsh=MXViYjk0cmhlaHlvbA==
peeling	s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	texto	9/9/23	https://www.instagram.com/p/Cw-6hH2rE3G/?igsh=ZmFvc3lwajU3Ynl6
plumpling	druni_perfumerias	texto	2/9/23	https://www.instagram.com/p/CwsSeadNRkd/?igsh=MXJuamUycmU5Zmpxdw==

primer	heyratolina	reel y texto	28/5/22	https://www.instagram.com/reel/CeGV_8nq3Vv/?igsh=MTIzYzc4bGZ6dGZu
primer	lylak_beauty	audio	1/3/23	https://www.instagram.com/p/CpK5Dqno1j/?igsh=MW10c2U3bHI2bXFizg==
Primer	lylak_beauty	texto	11/3/23	https://www.instagram.com/p/CppW322ljtg/?igsh=MTBmZjdiY3c5ZHI2YQ==
primer	ssaramgl	audio	30/5/23	https://www.instagram.com/reel/Cs3p2nCrCku/?igsh=MWczY2dobmE5NWpoMA==
primer	sylvia_ruuz	audio	27/9/23	https://www.instagram.com/reel/CxtI23fIP1j/?igsh=MTI1cmZrdGIOMThqdA==
review	ssaramgl	texto	2/10/23	https://www.instagram.com/reel/Cx6BmqmM8vp/?igsh=MTB6Y3VrOTJnbHpjNA==
round eye	saigucosmetics	texto	24/3/22	https://www.instagram.com/reel/CbcZnnKAMxS/?igsh=ODBmZ2w5OGRINTh1
rutina de skincare	miincosmetics	texto	16/3/23	https://www.instagram.com/p/Cp2mMqCPgUT/?igsh=cWNpdDM1anAOMTN4
rutina de skincare	alvaro_platon	reel, texto y audio	4/7/23	https://www.instagram.com/reel/CuR8gwPg12v/?igsh=MTBnOWF5NTB2OHAxbA==
rutina de skincare	ale90cb	texto y audio	25/5/22	https://www.instagram.com/reel/Cd-kb6kINmv/?igsh=MWYzbWNoYnl3N2hveg==

rutina de skincare	cintia.makeuupp	reel, texto y audio	1/9/23	https://www.instagram.com/reel/CvZ9LRZIHud/?igsh=MWF6cDRoNzB6a2lpOA==
rutina skincare	miincosmetics	texto	3/9/23	https://www.instagram.com/p/CwuwX7lIjdo/?igsh=MWVvOGxyNnk4MHYzOQ==
rutina skincare	miincosmetics	texto	17/8/23	https://www.instagram.com/p/CwC-3V2og_1/?igsh=MWFqZGY5aTZmdjRwZQ==
rutinas de skincare	s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	texto	9/9/23	https://www.instagram.com/p/Cw-6hH2rE3G/?igsh=ZmFvc3lwajU3Ynl5
shimmer	heyratolina	texto y audio	10/3/23	https://www.instagram.com/reel/CpnYUBagy1h/?igsh=MXJqdTJneWR6eHNkbA==
skin cycling	ale90cb	reel, texto y audio	5/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyBupJvoCNw/?igsh=dDIkemVmYmhrenk0
skin glass	cintigar	audio	6/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyEREx3LZAZ/?igsh=MWZkOW1xZWdzahNIYQ==
skincare	dermisphere	reel	31/12/22	https://www.instagram.com/reel/CyGCQ-3NNKU/?igsh=OTN2am8wMmlwZH Vz
skincare	miincosmetics	texto	30/7/23	https://www.instagram.com/p/CvUoi3AoVOX/?igsh=MWJlZGpxeWp1NXEycg==
skincare	cintigar	texto y audio	30/8/23	https://www.instagram.com/reel/Ch4o-abOXfX/?igsh=M

				W85azBhaWs3YXR1MA==
skincare	cintia.makeup	texto y audio	27/7/23	https://www.instagram.com/reel/CvNNOpqoNA6/?igsh=MW9wdG5nZHl3d3VmbQ==
skincare	saigucosmetics	texto	27/9/23	https://www.instagram.com/p/CxsPGxAMNwe/?igsh=MzQwZHMzoyZ3Jl
skincare	emeisern	reel y texto	28/6/23	https://www.instagram.com/reel/CuCr44OgppM/?igsh=czljYjF1azk0dGQz
skincare	alvaro_platon	reel, texto y audio	22/8/22	https://www.instagram.com/reel/ChkGv5wIYMI/?igsh=dDU2dGhybjQzcm5t
skincare	alvaro_platon	reel, texto y audio	9/3/22	https://www.instagram.com/reel/Ca44KqUjgVi/?igsh=czdwbjJkaHhnMjQw
skincare	aliciarev	texto	23/3/23	https://www.instagram.com/reel/CqJlnEaoe7_/?igsh=MWp2Nmc3bnVjZTR1NA==
skincare	aliciarev	reel, texto y audio	2/8/23	https://www.instagram.com/reel/CvfhLphl0Pe/?igsh=MTJweTYxN3N1cGFpMQ==
skincare	ale90cb	reel	24/9/23	https://www.instagram.com/reel/Cxkw3lSIZ57/?igsh=aGxyd2ViM2JpeXNI
skincare	maquillalia	texto	20/11/23	https://www.instagram.com/p/Cz4W0AAonbu/?igsh=MTFmMHo3cDhza2g3aQ==

skincare	3inaspain	texto	8/9/23	https://www.instagram.com/p/Cw7oAjAKF23/?igsh=ZXJOa2R4MGlqMTJ6
skincare routine	cintigar	texto y audio	21/9/23	https://www.instagram.com/reel/Cxd0Qewrhlf/?igsh=dnY3OGtwamUyNzRy
skincare routine	aliciarev	texto	11/12/22	https://www.instagram.com/reel/CmCl_votQK/?igsh=MWltam5ocTRyZHR5Mg==
smokey eyeliner	aliciarev	reel, texto y audio	6/8/23	https://www.instagram.com/reel/CvnbYCTo9Ye/?igsh=NTdma3VoNzB1eWk1
SPF	miincosmetics	texto	18/5/23	https://www.instagram.com/p/CsWHAMHN2r1/?igsh=dXltcWdhZHJrcDY6
SPF	s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	reel, texto y audio	8-ago	https://www.instagram.com/reel/Cvso_fhJypE/?igsh=Zzc4emwxOTF1OWNw
SPF	s.a.n.t.a.m.a.r.i.n.a	reel y texto	22/6/23	https://www.instagram.com/reel/CtzNfnKodNU/?igsh=MWw0MXRiZ242dzhvMg==
stick	miincosmetics	texto	19/5/23	https://www.instagram.com/p/CsWHAMHN2r1/?igsh=dXltcWdhZHJrcDY7
stick	cintia.make	reel, texto y audio	20/4/23	https://www.instagram.com/reel/CrQwxjToXKr/?igsh=MThhMGs2c3J30WNtMw==
strawberry girl makeup	aliciarev	reel y texto	7/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cvxr1G_oFBt/?igsh=eWl3cTJ1ZWkyb3Fm

Strawberry Make Up	druni_perfumerias	texto	21/9/23	https://www.instagram.com/p/CxdNky1N0oX/?igsh=MWxpMzA1M3Q3OWNnNg==
swatches	marikowskaya	reel y texto	23/8/23	https://www.instagram.com/reel/CwS9fa3IGlu/?igsh=bGJlbzBrNTBrdThq
SWATCHES	3inaspain	texto	10/6/22	https://www.instagram.com/reel/CeaxeobjkuG/?igsh=MXViYjk0cmhlaHlvbA==
tip	marikowskaya	reel y texto	4/8/23	https://www.instagram.com/reel/CyhgFxZN1Lr/?igsh=MWF6djkwMGxieDJ1Mg==
tip	marikowskaya	reel, texto, audio	6/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyDuLK7Nm6o/?igsh=OXF6cGY2Mzlr eDlq
tip	druni_perfumerias	texto y audio	7/10/23	https://www.instagram.com/reel/CyFqQ8rNmJh/?igsh=MW8xbmx2N2xr MWptZQ==
tip (dermistip)	dermisphere	texto	29/9/21	https://www.instagram.com/p/CUagnZqoOZ1/?igsh=M TgzNmQybjN3M W9sbQ==
tip (dermistip)	dermisphere	texto	19/9/21	https://www.instagram.com/p/CSu62htC3cG/?igsh=Z3V4OG5ydGI0YnRi
tips	alvaro_platon	reel y texto	27/9/22	https://www.instagram.com/reel/CjApX4Yl_m3/?igsh=MWx1ZG4xMWg2bm5nZA==
tips	alvaro_platon	reel, texto y audio	22/8/22	https://www.instagram.com/reel/ChkGv5wIYMI/?igsh=dDU2dGhybjQzcm5t

tips	maquillalia	texto	20/11/23	https://www.instagram.com/p/Cz4W0AAonbu/?igsh=MTFmMH03cDhza2g3aQ==
tips	3inaspain	reel y texto	10/11/23	https://www.instagram.com/reel/Czd2qWVqvF4/?igsh=MWg3aGVoYmJuaDg3dQ==
Tomate Make Up	druni_perfumerias	texto	21/9/23	https://www.instagram.com/p/CxdNky1N0oX/?igsh=MWxpMzA1M3Q3OwNnNg==
top	miincosmetics	texto	17/5/23	https://www.instagram.com/p/CsWHAMHN2r1/?igsh=dXltcWdhZHJrcDY5
top	druni_perfumerias	texto	5/10/23	https://www.instagram.com/p/CyBQwlat7IO/?igsh=MTFzb3djcncxM3U1aA==
top	leticiasanchez_mcm	texto	23/8/23	https://www.instagram.com/reel/CwSb6xwvilz/?igsh=YjZmcmt0ZGc5YwNo
top	cintia.makeuupp	texto	4/5/23	https://www.instagram.com/reel/Cr0q2ZBotMX/?igsh=YWZjdGlxZXF6c3hh
top (ventas)	maquillalia	texto	5/12/23	https://www.instagram.com/p/C0ddCJEo8gh/?igsh=MxG0d24zbW9oMGdzaQ==
trendy makeups	aliciarev	reel y texto	16/9/23	https://www.instagram.com/reel/CxQwaqllWIV/?igsh=MWw3OW05ZGznZDdxZw==
trendy makeups	aliciarev	reel y texto	14/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cv73NWeo5R5/?igsh=MxE2ZWhyZDYzXA5aw==

trendy makeups	aliciarev	reel y texto	10/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cv_xr1G_oFBt/?igsh=eWl3cTJ1ZWkyb3Fm
trendy makeups	aliciarev	reel y texto	7/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cv_xr1G_oFBt/?igsh=eWl3cTJ1ZWkyb3Fm
tutorial	aliciarev	reel, texto y audio	6/8/23	https://www.instagram.com/reel/Cv_nbYCTo9Ye/?igsh=NTdma3VoNzB1eWk0
unboxing	marikowskaya	reel y texto	23/8/23	https://www.instagram.com/reel/CwS9fa3IGlu/?igsh=bGJlbzBrNTBrdThq
unboxing	krashkosmetics	reel, audio	10/7/23	https://www.instagram.com/reel/Cu_g3isZsEnV/?igsh=MWlnY3cxbDVVeXJwZw==
vibes	krashkosmetics	texto	7/10/23	https://www.instagram.com/p/Cw7vceDoX5V/?igsh=MWFxbGFxaHEwYjd2Zg==