

El 70% de las mujeres no se siente representada por las imágenes publicitarias



consalud.es/estetic/tendencias/70-mujeres-no-se-siente-representada-por-imagenes



Son muchas las mujeres que no se sienten representadas con las imágenes que ven cada día en los medios de comunicación.

Por ello, la marca Dove presenta su nuevo proyecto a nivel mundial "#ShowUs" - #Muéstranos (en español) en colaboración con Getty Images y Girlgaze: la iniciativa más ambiciosa presentada por la marca de cuidado corporal hasta día de hoy.

De esta manera, con más de 5.000 imágenes, el Proyecto #ShowUs se convierte en el banco de imágenes más grande del mundo creado por mujeres, con el objetivo de romper los estereotipos actuales de belleza y ponerlo al servicio de los medios de comunicación y publicidad para que puedan usarlas en sus próximos proyectos o campañas, y así reunir y poner fin a la estrecha definición de belleza que hay en todo el mundo, estableciendo un nuevo modelo para la representación auténtica, diversa e inclusiva de todas las mujeres.

Sin embargo, a pesar del trabajo hecho desde Dove, el 70% de las mujeres sigue sin sentirse representada por las imágenes que ve cada día y, además, en uno de los estudios globales más grandes, el estudio de investigación de Dove muestra que el 67% de las mujeres está pidiendo a las marcas que den un paso adelante y comiencen a asumir la responsabilidad de las imágenes que utilizan.

Son muchas las mujeres que no se sienten representadas con las imágenes que ven cada día en los medios de comunicación

De hecho, en Getty Images, el término de búsqueda "personas reales" ha aumentado un +192% en el último año, "mujeres diversas" un +168%, y "mujeres fuertes" un +187%, lo que proporciona más evidencia de la demanda de una representación más realista de la mujer y la belleza. También hay una gran necesidad para incluir a las mujeres en roles y escenarios más progresivos y de empoderamiento, con un aumento de "mujeres líderes" del +202%.



Asimismo, las mujeres quieren que los medios de comunicación y la publicidad hagan un mejor trabajo a la hora de mostrarlas: el 66% afirma que actualmente siente que se muestran formas y tamaños corporales limitados y un 64% que no ve representadas peculiaridades tales como cicatrices, pecas y enfermedades de la piel.

A su vez, la constante utilización de estereotipos irreales de belleza hace que 7 de cada 10 mujeres se sientan presionadas para alcanzar este estándar de belleza poco realista, siendo una fuente de ansiedad para ellas. Las mujeres se sienten peor consigo mismas como resultado de ver, día tras día, una definición estrecha de la belleza; un 30% se siente insegura, un 49% se siente incómoda al escoger la ropa que quiere y un 37% se siente mal al expresar su verdadera identidad.

"En Dove entendemos el impacto que supone utilizar imágenes de belleza irreal y cómo pueden afectar a la autoestima de las mujeres y habilidad para sacar todo su potencial. Durante 60 años, hemos creído en la libertad de la mujer, en cómo se representan los ideales de belleza y mostrado una belleza diversa en nuestros anuncios. Pero esto no es suficiente y no podemos hacer el cambio real que necesitamos solos", afirma Sophie Galvani, Global Vice President de Dove.

"Es aquí donde nace #ShowUs. A lo largo de un año hemos creado el mayor banco de imágenes del mundo con más de 5.000 imágenes que rompen con los estereotipos de belleza y queremos invitar a los medios de comunicación y publicidad a utilizar estas imágenes y unirse a nosotros para hacer real este movimiento. Las imágenes han sido creadas y hechas por mujeres reales y, además de pedir a los medios de comunicación y a los anunciantes que obtengan las licencias para sus próximos proyectos, también estamos ofreciendo a las mujeres de todo el mundo la oportunidad de participar en el cambio y añadir sus imágenes a la biblioteca", explica Sophie Galvani.