

Siguiendo la búsqueda de la belleza real.

Publicado en: [Perfil del Consumidor](#)

El último comercial de la marca Dove se convirtió rápidamente en un fenómeno viral. Pero así como sumo visitas acumuladas en YouTube también tuvo una buena cantidad de críticas.

Para todos aquellos que todavía no la vieron, la acción muestra a un artista forense que dibuja a una misma mujer, sin verla nunca, desde dos perspectivas distintas: Primero según como ella se describe, y después según cómo la describe alguien que la vió por primera vez hace unos minutos. ¿Cómo resultó la diferencia? Es como si el hombre hubiera dibujado a dos mujeres distintas en cada caso: Ellas mismas al verlo se shockearon un poco y reflexionaron sobre cómo afecta a toda la vida la imagen que uno tiene de sí mismo y de su belleza (generalmente distorsionada).

Más allá de ser considerado como un mensaje trillado, algunos creen que el video realmente refuerza los estereotipos de belleza, considerando que en el participan demasiadas mujeres blancas, delgadas, y jóvenes. Además de mostrar a las mujeres como a sus propios enemigos, más que víctimas de una sociedad machista. Entendiendo que en realidad la imagen que cada uno internaliza de si mismo, es creada por crecer en una sociedad que impone estándares de belleza demasiado exigentes. Convirtiendo a la belleza en un valor aspiracional para la gran mayoría.