



*Dove*®



**URBAN**®  
GRUPO DE COMUNICACIÓN

Proyecto “#Muéstranos”  
-Archivo complementario-  
Postulación Premios Eikon





*Dove*<sup>®</sup>



**URBAN**<sup>®</sup>  
GRUPO DE COMUNICACIÓN

Las chilenas fotografiadas  
para **#Muéstranos**



## Imágenes disponibles en Getty Images

Chilenas en el banco de imágenes #Muéstranos



**Imágenes disponibles en Getty Images**  
Chilenas en el banco de imágenes #Muéstranos



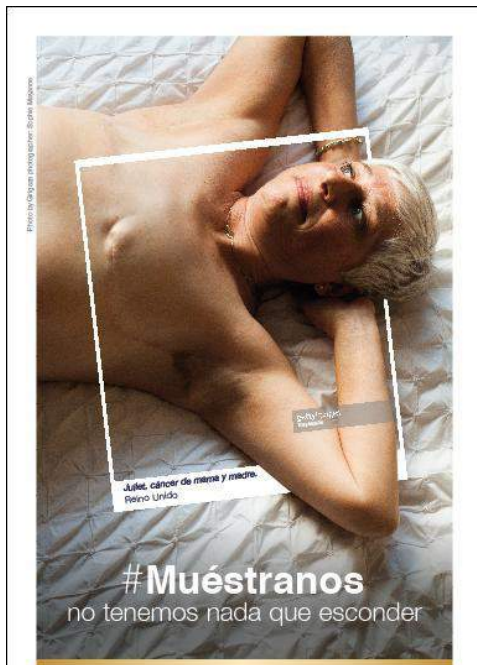
*Dove*®



**URBAN**®  
GRUPO DE COMUNICACIÓN

Publicidad **#Muéstranos**  
-en Vía Pública-

La imagen se instaló en Providencia, generando impacto en RR.SS





*Dove*<sup>®</sup>



**URBAN**<sup>®</sup>  
GRUPO DE COMUNICACIÓN

Las imágenes con las que  
llamamos la atención de los  
medios, la industria publicitaria y  
las usuarias en general.



Estas imágenes fueron reproducidas por medios y en RR.SS por distintas mujeres, bajo el hashtag **#Muéstranos**.





Estas imágenes fueron reproducidas por medios y en RR.SS por distintas mujeres, bajo el hashtag **#Muéstranos**.



Estas imágenes fueron reproducidas por medios y en RR.SS por distintas mujeres, bajo el hashtag **#Muéstranos.**





*Dove*®



**URBAN**®  
GRUPO DE COMUNICACIÓN

Principales publicaciones en  
Medios de comunicación con  
la temática **#Muéstranos.**





# Revista Paula - La Tercera

## Adiós estereotipos

30.06.2019

SOCIEDAD POR LA BUENA VILLAGEO | FOTOGRAFÍA DEPT. HAVANA

# Adiós ESTEREOTIPOS

Las chilenas Constanza Hériva y Lucía Valdés fueron parte de las fotógrafas que participaron del proyecto mundial #MeRetraso, organizado por Dove en alianza con Getty Images y GirlGaze. La campaña busca impulsar un cambio en la industria publicitaria y de medios ofreciendo un banco de más de cinco mil imágenes de mujeres de todo el mundo, sin retocarse ni estereotipos.



Constanza Hériva



Lucía Valdés

EL 70% DE LAS MUJERES DEL MUNDO considera que los imágenes que muestran los medios de comunicación y la publicidad no las representan. Para ellas, los estereotipos de belleza que se siguen usando muestran estándares inalcanzables y poco realistas, según estudios realizados por Dove en el mundo. Y es por eso que el 2018, a través de #MeRetraso, se lanzó una campaña global de más de 200 millones que tiene como misión ayudar a disminuir la presión de imagen que hay en la industria y promover el protagonismo de las mujeres. La idea era crear un banco de imágenes auténticas y diversas que sirvieran para establecer nuevas referencias con una representación más auténtica, diversa e inclusiva de la mujer alrededor del mundo. Seleccionaron a 16 fotógrafas de diferentes continentes y países para formar el banco de 29 fotos, y Constanza Hériva (33) y Lucía Valdés (38) fueron las representantes chilenas.

**¿Cómo fue su experiencia trabajando en esta campaña?**  
Constanza Hériva: Por mucho tiempo me he sentido representada por los medios de comunicación y la publicidad. Se ha creado un ideal muy atractivo de belleza que perpetúa los estereotipos y no refleja ni representa la diversidad de cómo me veo y cómo viven la mayoría de las mujeres. Por eso estoy muy honrada y agradecida

de haber trabajado en este proyecto. Como fotógrafa uno de mis principales objetivos es trabajar en campañas que busquen generar impacto y cambios positivos en la sociedad. Lucía Valdés: Para mí fue un honor haber sido escogida para trabajar en #MeRetraso, porque como fotógrafa femenina siempre he representado a la mujer en los medios y en la publicidad me ha hecho ruido. Los estereotipos que nos imponen, la mujer flaca, blanca, heterosexual, etc., han dirigido a muchas mujeres, su autoestima y la aceptación de sus cuerpos y particularidades. La mayoría de las mujeres en el mundo no están representadas y es importante que a conocer quien ellas son y que ellas mismas se reconozcan. Que ellas sean ellas y sigan de ser representadas.

**¿Cuál creen que es la responsabilidad que tienen hoy los medios, los publicistas y editores, las fotógrafas, para terminar con eso sea?**

Constanza Hériva: Como fotógrafa creo que a las personas tenemos la oportunidad de ver imágenes con las que se sienten identificadas en los medios de comunicación y en la publicidad son desde la fuerza y el poder para aceptarla y amarse por lo que son. Es la responsabilidad que creo que tienen los medios y los publicistas, mostrar una visión más inclusiva y diversa de la belleza. Y para que esto sea posible, y sea visible, es necesario el medio fotográfico. En mi opinión, la fotografía es una de las herramientas más poderosas de comunicación en este tiempo. Nos informa, nos conecta, nos cuenta historias, crea empatía entre la gente y ayuda a generar el cambio tan necesario.

**¿Los fotógrafos como profesionales tenemos una responsabilidad enorme sobre las decisiones que tomamos. Tenemos que ser más conscientes y hacer cambios desde nuestras trincheras para ayudar a que la representación de las mujeres y no bebés sea un más inclusiva y empoderada.**

Lucía Valdés: **¿Cuál es el sello de sus fotos?**  
Constanza Hériva: Como fotógrafa documental, por lo que este proyecto me atrajo mucho. Uno de los principales focos de #MeRetraso fue Fotografiar a las mujeres en su diario vivir, en su entorno común y mostrar sus actividades cotidianas. Mis fotografías reflejan la diversidad, honestidad y autenticidad de las mujeres chilenas, en sus espacios naturales y en su día a día.

Lucía Valdés: Para mí era muy importante elegir a alguien por quien yo siempre me había admirado, que compartiera mis mismas luchas y que fuera un buen referente para mostrar en esta campaña. Por eso elegí a Constanza González, periodista, feminista y activista que tiene un rol bastante activo en su trabajo y comunidad. Estéticamente opté por trabajar retratos que juegan con el color, como lo he hecho siempre en mi trabajo.



Ambas fotógrafas de Constanza Hériva.

Abaco-Fotografía de Lucía Valdés.

País: Chile

País: Chile

EL MUNDO NO SE REPRESENTA como una sola imagen. La diversidad de culturas, idiomas, géneros, profesiones, edades, etnicidades y estilos de vida se reflejan en la forma de ser y actuar de cada persona. Pero en los medios de comunicación, la mayoría de las veces, solo se muestra una versión limitada y estereotipada de la realidad. Es hora de cambiar esto. #MeRetraso es una campaña global que busca promover una representación más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación. Constanza Hériva y Lucía Valdés son algunas de las fotógrafas que participan de este proyecto.



UNA DE LAS FOTÓGRAFAS QUE TOMA PARTE DE LA CAMPAÑA.

## Proyecto mundial busca romper los estereotipos de belleza

La empresa Dove, junto a sus socios Getty Images y GirlGaze crearon #MeRetraso, una iniciativa con más de 200 millones de dólares por mujeres y personas que romper los estereotipos de belleza en la industria de medios de comunicación y la publicidad. El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

El banco de imágenes incluye fotos de mujeres de todas las edades, etnicidades, tipos de cuerpos, estilos de vida, etc. El proyecto busca promover una visión más auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres en los medios de comunicación.

## La Prensa Tocopilla

## Proyecto mundial busca romper los estereotipos de belleza

15.05.2019

## La Estrella del Norte

## Proyecto mundial busca romper los estereotipos de belleza

15.05.2019

## La Estrella del Loa Calama

## Proyecto mundial busca romper los estereotipos de belleza

15.05.2019

TV  
Mucho Gusto / Mega  
09.04.2019



# Facebook

## Mucho Gusto / Mega

09.04.2019

MEGA · Seguir

**Mucho Gusto - ¡Mujeres Power! Antonia Larrain y el llamado a derribar los estereotipos y...**

¡Mujeres Power! Antonia Larrain y el llamado a derribar los estereotipos y mostrarte tal cual eres

La diversidad toma fuerza y cada día son más mujeres las que luchan por terminar con los prejuicios y la presión social. Así quedó demostrado hoy, puesto que nuestros panelistas analizaron las campañas que potencian a la mujer actual. Ver menos



Me gusta Comentar Compartir

27 · 1 comentario

PublicReportaje

## Unilever pone a libre disposición fotos de mujeres reales para derribar estereotipos en medios y publicidad

A través de la marca Dove, junto a Getty Images y a la plataforma Getgaze, Unilever lanzó #Muéstranos, una campaña para destruir los estereotipos de belleza y mostrar a las mujeres tal y como son. Se trata de un banco de fotos abierto, con 5.000 imágenes tomadas por mujeres, que la compañía está compartiendo con la industria, en busca de generar una contribución concreta y hacer la diferencia.

Desde el lanzamiento global de Dove en 1960, las mujeres son el centro de la marca. Desde entonces, el objetivo es que las mujeres se sientan libres y cómodas con su cuerpo tal y como es. Para ello, la marca ha trabajado en campañas que desafían los estereotipos de belleza y muestran a mujeres reales. Este banco de fotos es el resultado de un proyecto que involucra a mujeres de todo el mundo, desde niñas hasta mujeres mayores, y que busca representar la diversidad de las mujeres tal y como son.



El lanzamiento del banco de fotos de mujeres reales, que incluye imágenes de mujeres de todas las edades, etnias y tipos de cuerpos, es un paso importante para derribar los estereotipos de belleza y mostrar a las mujeres tal y como son. Este banco de fotos es el resultado de un proyecto que involucra a mujeres de todo el mundo, desde niñas hasta mujeres mayores, y que busca representar la diversidad de las mujeres tal y como son.

El lanzamiento del banco de fotos de mujeres reales, que incluye imágenes de mujeres de todas las edades, etnias y tipos de cuerpos, es un paso importante para derribar los estereotipos de belleza y mostrar a las mujeres tal y como son. Este banco de fotos es el resultado de un proyecto que involucra a mujeres de todo el mundo, desde niñas hasta mujeres mayores, y que busca representar la diversidad de las mujeres tal y como son.

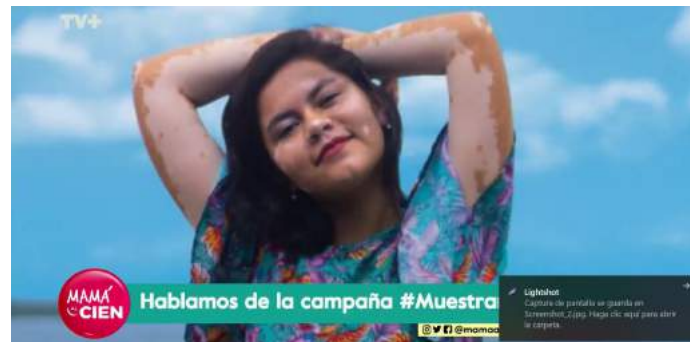
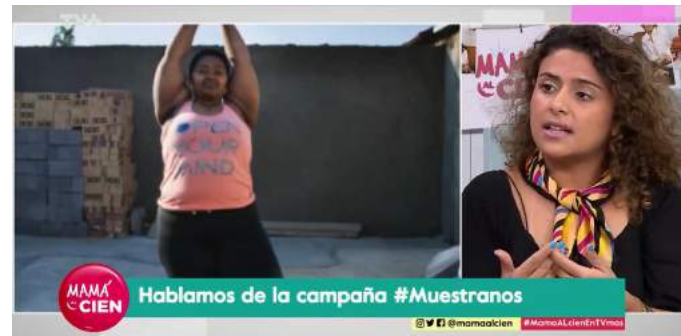


¿Por qué ahora? Como resultado de un estudio de 2018 realizado por la compañía, se descubrió que las mujeres se sienten presionadas por los estándares de belleza que se muestran en los medios y la publicidad. Este banco de fotos es el resultado de un proyecto que involucra a mujeres de todo el mundo, desde niñas hasta mujeres mayores, y que busca representar la diversidad de las mujeres tal y como son.

# UCV TV/ MAMÁ AL CIEN

## Hablamos de la campaña #muéstranos

25.04.2019





# Entrevista Antonia Larraín, rostro de Dove, sobre proyecto #Muéstranos

[Mucho Gusto / Mega](#)

09.05.2019



Facebook  
[Mucho Gusto / Mega](#)  
09.05.2019

# Revista Paula

## Descubriendo la belleza real

28.04.2019

SOCIALES



**NM POWER** Por Rocío Contreras Gómez @111redada

**En memoria de Gabriela Mistral**

Como parte del aniversario 100 años de la escritora chilena, en memoria de la primera poeta chilena laureada con el Premio Nobel de Literatura, el 10 de mayo se celebró un evento en la ciudad de Santiago, Chile, en conmemoración de la escritora chilena Gabriela Mistral. El evento se celebró el sábado 25 y domingo 26 de mayo. En la oportunidad se realizó un taller de escritura y se entregó un premio a la escritora chilena Rocío Contreras Gómez por su obra "La mujer y el poder".

**¡No hay una sola forma de ser mujer!**

El proyecto #MujeresEnRed o #Redadas busca cambiar la forma en que las mujeres son representadas en los medios y la publicidad. Se aboga por un cambio de mirada, para lo cual crearon un taller de escritura con el fin de dar lugar al espacio de todas las mujeres. Esta iniciativa promueve a las mujeres de forma auténtica, diversa e incluyente. Busca los desafíos en redes sociales.

**La píldora del día después cumple 10 años en Chile**

El medicamento "Píldora del día después" cumple 10 años en Chile, por lo que se realizó un taller de escritura en la ciudad de Santiago, Chile, en conmemoración de la escritora chilena Gabriela Mistral. El evento se celebró el sábado 25 y domingo 26 de mayo. En la oportunidad se realizó un taller de escritura y se entregó un premio a la escritora chilena Rocío Contreras Gómez por su obra "La mujer y el poder".

**Nueva Mujer - Publímetro**

¡No hay una sola forma de ser mujer!

22.05.2019

M360.cl

# ¡Nadie nos para! Las mujeres reales son cada vez más tendencia

27.04.2019

¡Nadie nos para! Las mujeres reales son cada vez más tendencia

Por Equipo M360 @m360cl | Jueves, 27 de Junio de 2019

La industria de la moda y la belleza está cambiando para bien. Desde hace algunos años hemos visto como muchas marcas han tratado de desligarse de ciertos estereotipos para dar paso a la que se ha llamado **belleza real**, es decir mujeres diversas en todos los sentidos.

El objetivo no es sólo comprender que existen infinitos tipos de belleza y empoderar a las mujeres, sino también reducir las estadísticas que indican que el 70% no se siente **representada** por las imágenes que muestran los medios y la publicidad.

Las Mujeres: Suscriciones De Invierno  
LEGO FUN FEST  
12 AL 28 DE JULIO  
ESPACIO ABIERTO  
SALE  
HASTA 50% DCTO EN MILLS DE PRODUCTOS  
NOTAS RELACIONADAS  
Daniela Nizalde muestra los síntomas de la enfermedad autoinmune en su piel  
Le comentado a la experiencia de Cami Gullardo en los premios Fulcar  
Así quedó Wilma González luego de operarse la nariz

M  
MULIER DINAMO

BELLEZA ESTILO SABOR FITNESS PANTALLA INVITADOS ESCAPE PANORAMA OUTFIT ABOUT

ENTREVISTA

## Discapacidad y género serán las nuevas fronteras de la mujer

Por Lucy Wilson | @27 FEB, 2019

En su paso por Chile - para realizar un spot para una campaña que une distintas regiones del mundo, conversamos con la vicepresidenta global de Dove, firma pionera en trabajar -y derribar- estereotipos femeninos. La ejecutiva nos habla de los estereotipos que se repiten de país en país y adelanta el 'futuro' en cuanto a los temas-mujer.

f t i e

LO MÁS VISTO ESTA SEMANA

1 Siempre es hoy

A pocas horas de volver a un querido Londres, Sophie Galvani parece aprovechar cada rayo de sol en la terraza de su hotel. Los últimos días estuvo encerrada en un set, mientras grababan las imágenes de las

# Discapacidad y género serán las nuevas fronteras de la mujer

27.02.2019

# La Tercera TV entrevista a Antonia Larraín, rostro de Dove y Bárbara Sáez, vocera de Dove en Chile

[#EntrevistaBiut](#) | La iniciativa que rompe los estereotipos

16.05.2019





**Alessandra Santana:** “Mi mayor miedo era no cumplir con las expectativas, pero me di cuenta que son expectativas autoimpuestas y que las personas que me quieren sólo esperan que sea feliz.”



**La belleza de la vejez**

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
10 ABR 2019 \* CONSUELO LOMAS Y JUAN JOSÉ RICHARDS /  
FOTOS: MILA BELEN



**Jennifer Calderón:** “El amor propio va más allá de los rasgos físicos. Se trata de convertirnos en las personas que queremos ser”.

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
10 ABR 2019 \* CONSUELO LOMAS / FOTOS: MILA BELEN



**Catalina Correa:** “Si me comparo con la mujer que era antes de la operación, me doy cuenta de que no era todo lo feliz que podía ser”.

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
10 ABR 2019 \* POR MANUELA JOBET / FOTOGRAFÍA: MILA BELEN



**Stephanie Truan:** “Para mí el amor propio fue aprender a no atender los prejuicios sexistas y no dejar que otros nos definan por cómo nos vemos”.

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
10 ABR 2019 \* VICTORIA MISITO / FOTOGRAFÍA CONSTANZA MIRANDA



**Ann Peña:** “Quedar en libertad fue un cambio importante y es una decisión que tomo todos los días. Decidi volver a empezar porque me quiero a mí misma”.

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
10 ABR 2019 \* MANUELA JOBET / FOTOGRAFÍA: MILA BELEN



**Ignacia Domínguez:** “Me parece terrible que el prototipo de belleza sea tan acotado, que si uno se aleja de él seas catalogada como alguien que no es linda”

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
05 ABR 2019 \* VICTORIA MISITO / FOTOGRAFÍA MILA BELEN



**María José Moura:** “Pienso que uno está con quien cree que se merece estar, y durante años sentí que una relación clandestina era lo que me merecía”

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
07 ABR 2019 \* VICTORIA MISITO / FOTO: CONSTANZA MIRANDA

## Especial Amor Propio en Paula Digital



**Camila González:**  
“Hago el ejercicio de sentirme regia. Creo que esa es la energía que uno debe trabajar, porque el mundo constantemente te dice que no lo eres lo suficiente”.

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*



**Ximena Shultz:**  
“Leer me ayudó a entender quién era y a pararme en el mundo delante de los otros”

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
06 ABR 2019 \* JUAN JOSÉ  
RICHARDS / FOTO: CONSTANZA  
MIRANDA



**Javiera Vásquez:**  
“Dejé de vivir en función de los otros y me permití ser yo misma”

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
05 ABR 2019 \* ALEJANDRA  
OLGUÍN / FOTO: MILA BELÉN



**Eleonora Aldea:**  
“Primero las pechugas fueron para el placer de los que me gustaban, después para alimentar a mis hijos y ahora que se me cayeron, por fin son mías. Y las amo así.”

## Especial Amor Propio en Paula Digital

# En Especial Amor Propio



**María José Saldes:**  
**“Dejé de escuchar mi cuerpo y eso me llevó al borde de la muerte”**

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
 10 ABR 2019 \* VICTORIA MISITO  
 FOTOGRAFÍA MILA BELÉN



**Pilar Toro:** **“Si apareciera un hada madrina y me dijera que puedo pedir un deseo para cambiar mi apariencia física, jamás sería no tener mi marca”**

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
 10 ABR 2019 \* ALEJANDRA  
 OLGUÍN / FOTOGRAFÍAS  
 CONSTANZA MIRANDA



**Macarena Pino:**  
**“Para una persona con un trastorno alimenticio, quererse implica una tremenda determinación para cumplir con el tratamiento”**

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
 10 ABR 2019 \* CONSUELO  
 LOMAS / FOTOS: CONSTANZA



**Petra Harmat:** **“Creo que la única forma de crecer es a través de desafíos”**

REPORTAJES Y ENTREVISTAS \*  
 10 ABR 2019 \* ALEJANDRA  
 OLGUÍN / FOTOGRAFÍAS  
 CONSTANZA MIRANDA



## Entrevista radial a Marianne Gayet, vocera de Dove en Chile

[Radio Zeta - Autopizta \(1:17:00\)](#)

15.04.2019



Por Súbela Radio > Caseritas

#Caseritas #MartesAmoroso con @lcydoor, @AldeaPardo, Antonia y Valentina de #Muéstranos; 12 de marzo de 2019

16/04/2019 | 1578 | 1 | 0

Hijos y educación



## Entrevista radial a Antonia Larraín, rostro de Dove y Valentina Abuyeres, vocera de Dove en Chile

[Radio Súbela - Caseritas](#)

16.04.2019





Biut.cl

# #Muéstranos: La iniciativa que rompe con los estereotipos de belleza en las industrias de la publicidad y los medios

09.04.2019

**biut**

BELLEZA | SALUD | MODA | SEXUALIDAD | ESPIRITU FEMENINO | HOGAR | MATERNIDAD | DATO BIUT | CONCURSOS

**CRYCenter**

CONTRATA TU PACK DE CRIOSAUNA Y OBTÉN DE REGALO 3 SESIONES DE PRESOTERAPIA \$199.000

10 SESIONES CRIOSAUNA + 10 SESIONES PRESOTERAPIA ANTES \$500.000 AHORA \$380.000

10 SESIONES DE CRIOTERAPIA LOCALIZADA + LIMPIEZA FACIAL DE REGALO \$300.000

**#Muéstranos: La iniciativa que rompe con los estereotipos de belleza en las industrias de la publicidad y los medios**

El proyecto que cuenta con más de cinco mil imágenes, fue creada por mujeres y personas de género no binario e impulsado por una reconocida marca de cuidado personal, Getty Images y Girlgaze.

Por Biut y Agencias

Hace rato que las mujeres no nos sentimos representadas con las imágenes que difunde la publicidad y algunos medios de comunicación.

**Mujeres y más**

INICIO | NOTICIAS | VIDA SANA | BELLEZA | CONCURSOS | OPINIÓN | VIDAS/ESTILO | IMPERDIBLES | TENDENCIAS | CONTACTO

## Dove revela que un 70% de las mujeres del mundo no se siente representada por las imágenes publicitarias o en medios



by Elizabeth | 9 Abril, 2019

Dove, junto a Getty Images y a la plataforma Girlgaze, presenta su Proyecto #ShowUs, un banco de imágenes de gran valor, creado por mujeres y representando a mujeres que buscan destruir los estereotipos de belleza para mostrarse tal y como son, no como otros creen que deberían ser.

TEEZ COSMETICS

teez cosmetics



Todos nuestros productos están fabricados en Francia



Mujeresymas.cl

## Dove revela que un 70% de las mujeres del mundo no se siente representada por las imágenes publicitarias o en medios

09.04.2019

Zanada.com

## Muéstranos, un banco de 5000 fotos con representación femenina más rica y diversa

27.06.2019

### Estudio: 70% de las mujeres en el mundo no se siente representada por las imágenes publicitarias o en medios

La plataforma Girlgaze, Dove y Getty Images presentaron el proyecto #ShowUs, un banco de imágenes creado por mujeres, que buscan destruir los estereotipos de belleza para mostrarse tal y como son, no como otros creen que deberían ser.

Por Consuelo Rehbein  
 © Jueves 04 de abril de 2019, a las 07:00

Facebook | Instagram



MI BOUTIQUE / MILDREDA / GETTY IMAGES

Publímétrico.cl

## Estudio: 70% de las mujeres en el mundo no se siente representada por las imágenes publicitarias o en medios

04.04.2019

Women-talk.com

## 70% de las mujeres NO se siente representada por las imágenes de medios y publicidad

24.04.2019

U women-talk.com | CAMPAÑAS & MARCAS | PUNTOS DE VISTA | MODA & BELLEZA | VIDA & COMIDA | FEMINISMO | ACTUALIDAD & TRABAJO

24 de Abril

### 70% de las mujeres NO se siente representada por las imágenes de medios y publicidad

Dove y Getty acaban de lanzar la campaña #Muestranos, un banco de imágenes de mujeres reales y diversas que destruyen los estereotipos.

Escrito en: Moda & Belleza, Feminismo | Escrito por: Natalia Del Campo



Education

### Estudio: 70% de las mujeres en el mundo no se siente representada por las imágenes publicitarias o en medios

Por R0aleem | 2019-04-04 23:01 | No Hay Comentarios

Via [publmetro.cl](#)

La plataforma Girlgaze, Dove y Getty Images presentaron el proyecto #ShowUs, un banco de imágenes creado por mujeres, que buscan destruir los estereotipos de belleza para mostrarse tal y como son, no como otros creen que deberían ser.



Estudio: 70% de las mujeres en el mundo no se siente representada por las imágenes publicitarias o en medios

Trabajemos.cl

04.04.2019

Polobook.cl

DOVE se une a GettyImages para crear banco de imágenes que resalta la belleza natural

22.04.2019



**DOVE se une a GettyImages para crear banco de imágenes que resalta la belleza natural**



ASESORÍAS TALLERES & WORKSHOPS BLOG GUÍA DE PROFESIONALES CONTACTO PRODUCTOS

#MUÉSTRANOS: CAMPAÑA POR Y PARA MUJERES

POR: Genias

Muchas veces vemos en la publicidad imágenes de mujeres con las que no nos sentimos identificadas, ya sea por el estereotipo que representan, la idealización, o las características físicas. Para romper con esto, Dove, en conjunto con Getty Images y GirlGaze, lanzaron la campaña #Muéstranos.



Genias.cl

#Muéstranos: Campaña por y para mujeres

24.05.2019

## Open Letter

La Tercera : A todos los medios de comunicación y anunciantes,

05.04.2019

## Open Letter

Publimetro: A todos los medios de comunicación y anunciantes,

05.04.2019

## Open Letter

Publimetro - Nueva Mujer: A todos los medios de comunicación y anunciantes,

05.04.2019



## A todos los medios de comunicación y anunciantes,

Nuestra industria ha recorrido un largo camino en la búsqueda de representar a las mujeres de maneras más diversas y auténticas. Pero desde distintas partes del mundo ellas están alzando la voz para recordarnos que estamos lejos de alcanzar este propósito.

El 70% de las mujeres dicen que no se sienten representadas en las imágenes que ven a diario\*. Muchos de nosotros conocemos la frase "no puedes ser lo que no puedes ver", sin embargo, muchas imágenes continúan imponiendo estándares de belleza poco realistas que presentan una mirada reducida de quiénes somos, cómo deberíamos lucir y qué podemos lograr. Cada día la vida de las mujeres se ve afectada por estas limitaciones, exclusiones y estereotipos, tanto a mayor como menor escala. Esto afecta nuestra salud, nuestras relaciones y oportunidades en la vida.

Históricamente, nuestras industrias se han construido en gran medida sobre estos estereotipos y representaciones no inclusivas. Y si todos somos parte del problema, entonces todos debemos ser parte de la solución.

Es por eso que Dove ha tomado medidas con Getty Images y Girlgaze para crear el Proyecto #Muestranos, la colección de fotos de archivo más grande del mundo creada por fotógrafas y personas no binarias, para destruir los estereotipos de belleza al mostrarnos tal como somos y no como otros creen que deberíamos ser.

La colección presenta más de 5 000 fotografías de mujeres y personas no binarias de 39 países y contando. Sin distorsión digital, solo una visión inclusiva de la belleza sin arrepentimiento. Cada imagen es creada por Girlgaze, una comunidad global diversa de fotógrafas y no binarios. Por primera vez, cada persona fotografiada ha definido personalmente sus propias descripciones de búsqueda o etiquetas para sus imágenes, definiendo exactamente cómo quieren que se las vea, en sus propios términos.

Depende de todos nosotros ampliar la forma en que somos retratados. Por favor mira, obtén la licencia y usa las fotos de #Muestranos para tu próximo proyecto o campaña a través de Getty Images, líderes mundiales en la creación y distribución de imágenes. Esto es solo el comienzo. Cada imagen descargada respaldará a fotógrafas y personas no binarias del futuro, y así ayudará al crecimiento de la colección de fotos para que todos los medios y anunciantes puedan reflejar las experiencias auténticas de personas en todo el mundo.

Mostremos al mundo una visión más inclusiva de la belleza, y así poder mostrar lo que es posible.



Conoce más en [Dove.cl](https://Dove.cl) / [\\*Source: EsteeLauder, Impact of Beauty Stereotypes, Quest Diagnostics, Dec 2015 - Feb 2016, with 1,027 women ages 18-34, UK, USA, Canada, France, South Africa, Brazil, Argentina, China, Japan, India, Russia](https://GettyImages.com>ShowUs</a></p></div><div data-bbox=)

Womentalk

[@womentalk\\_cl](#)

Nº de Me Gusta: 221

Nº de Comentarios: 6



womentalk\_cl • Seguir  
Santiago Metropolitan Region

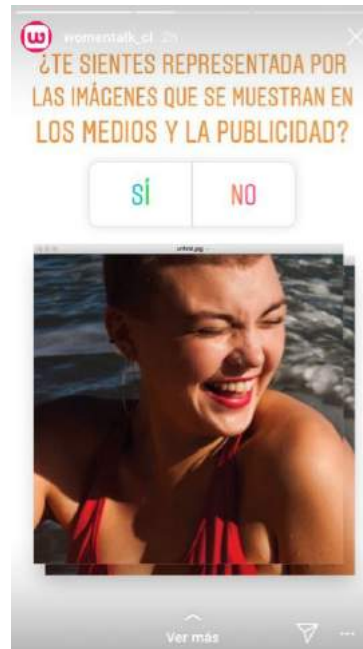
womentalk\_cl ¿Te sientes representada por las imágenes que ves en los medios y la publicidad? #ShowUs es el nuevo proyecto que busca destruir los estereotipos de belleza e impulsar un panorama visual más diverso e inclusivo 🌈. Conoce más de #Muestranos en el link de nuestro perfil. 📄 ¿Qué te parece la iniciativa? 😊

Les gusta a [valemirandar](#) y [220 personas más](#)

25 DE ABRIL

Añade un comentario...

Publicar

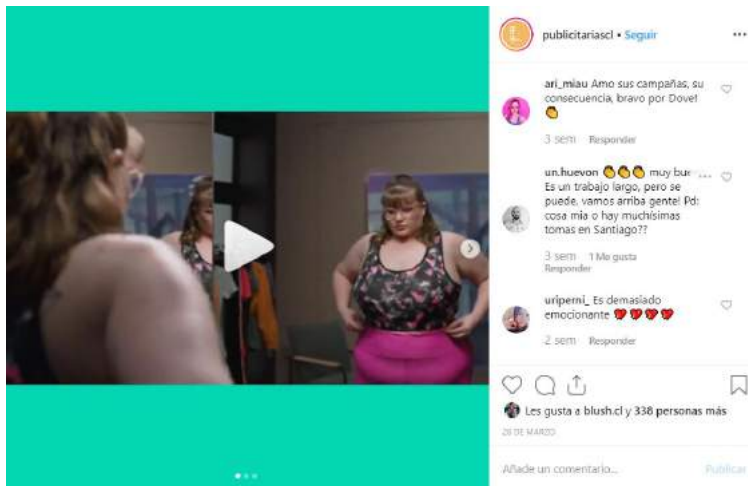


## Publicitarias

[@publicitariascl](#)

Nº de Me Gusta: 339

Nº de Comentarios: 7

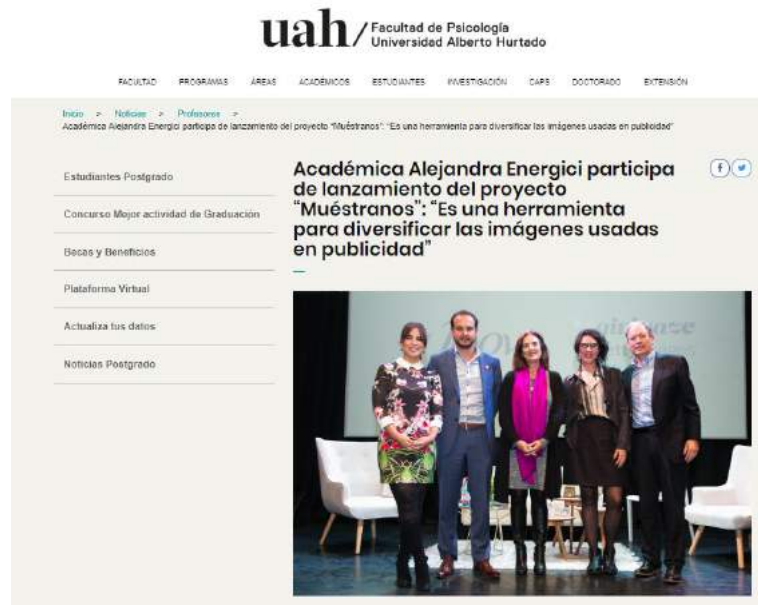
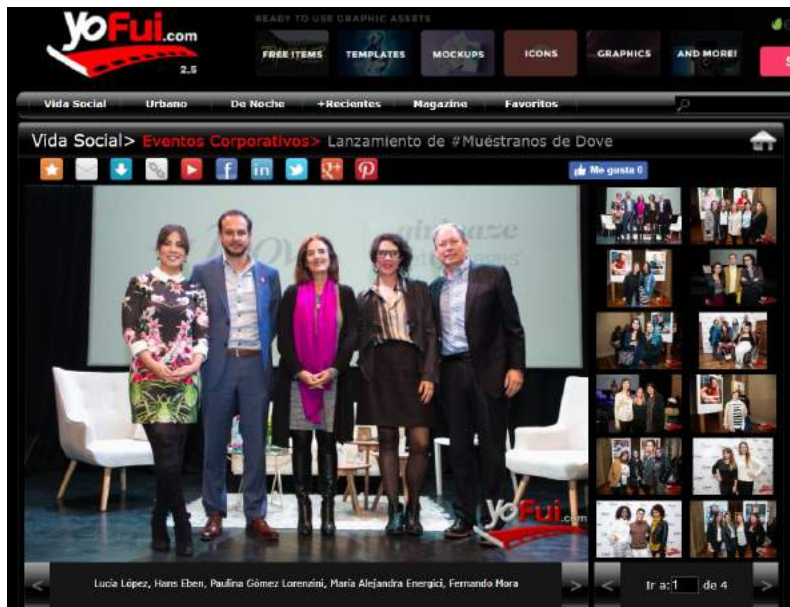


INSTAGRAM STORIES  
@girlgaze

Yofui.com

Lanzamiento de #Muéstranos de Dove

24.04.2019



psicologia.uahurtado.cl

Académica Alejandra Energici participa de lanzamiento del proyecto “Muéstranos”:  
“Es una herramienta para diversificar las imágenes usadas en publicidad”

04.2019



Revistali.com

[#Muéstranos](#) campaña mundial para que en las publicidades aparezcan mujeres “reales”

06.04.2019

HOME | PROTAGONISTAS | EMPRESAS | MERCADOS Y FINANZAS | TECNOLOGÍA | TENDENCIAS | MODA Y ESTÉTICA | SALUD | ARTE | ARQUITECTURA | AÑO | TIPS | LIFE STYLE | f | i | t | w | q

MOTOR | CANAL LI | EDITORIAL

EMPRESAS

# #MUÉSTRANOS CAMPAÑA MUNDIAL PARA QUE EN LAS PUBLICIDADES APAREZCAN MUJERES “REALES”

REVISTA LI — 6 ABRIL, 2019

COMPARTIR EN: f | t | w | s+ | p



## NOSOTROS: REVISTA LI

LI es la primera revista de habla hispana especializada. Dirigida a mujeres activas, ejecutivas, empresarias y profesionales independientes. Llegamos en el año 2010, para enriquecer la vida de las mujeres apasionadas con su actividad profesional, con artículos, que cubren temas como: economía, mercados, finanzas, bienestar, viajes, autoayuda, salud, entretenimiento y entrevistas con líderes inspiradoras de Latinoamérica, España y Estados Unidos. LI es un magazine donde encontraras todo lo que ama encontrar una mujer.

f | i | t | w



Esta campaña anti-estereotipos muestra la belleza de las mujeres reales y nos encanta

LUCÍA VERNETTI  
10 DE ABRIL DE 2019

f | t | w | p



VIX.COM

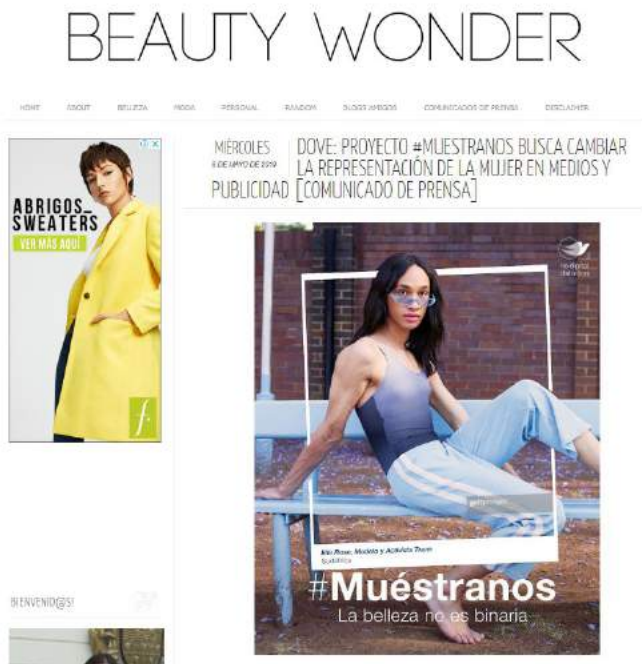
[Esta campaña anti-estereotipos muestra la belleza de las mujeres reales y nos encanta](#)

10.04.2019

Beautywonder.cl

DOVE: Proyecto #Muéstranos busca cambiar la representación de la mujer en medios y publicidad [comunicado de prensa]

08.05.2019



Un 70% de las mujeres no se siente representada por las imágenes de los medios

Tentadas.cl

13.04.2019



Eleconomistaamerica.cl

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

26.04.2019

elEconomista América.com | Chile

Últimas noticias

IPSA	3.506,34	▼	-0,25%
USDCPL	693,9150	▼	-0,00%
Cripto WTI	47,77	▲	+7,23%
Cobre	5.819,00	—	0,00%

Noticias, acciones...

Portada Argentina Chile Colombia México Perú Más países... Indices M.Primas Fichas Divisas Agenda Datos Macro Noticias Negocios Mercados Tecnologías Economía Sociedad Turismo Deportes Cobertura Empresas

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

EL ECONOMISTA AMÉRICA.COM | COLOMBIA - 19:35 - 26/04/2019

0 comentarios

Compartir 0

Dove, junto con sus socios Getty Images y Girlgaze, anuncia la iniciativa más grande y ambiciosa en su trayectoria. #ShowUs, una biblioteca con más de 5.000 fotos creadas por mujeres y personas andróginas para romper los estereotipos de belleza en las industrias de la publicidad y los medios. Este banco de imágenes ya está disponible para alimentar próximos proyectos o campañas.

¿Cuál es su mayor ambición? Generar un consenso para poner fin a la definición limitada de belleza representada en la publicidad y en los medios de comunicación, y así establecer un nuevo estándar para la representación auténtica, diversa e inclusiva de las mujeres alrededor del mundo.

Un 70% de las mujeres dicen que todavía no se sienten representadas por las imágenes que ven todos los días, dando vida a esa frase que dice "no puedes ser lo que no puedes ver", refiriéndose a los estereotipos limitantes de muchas imágenes que siguen imponiendo estándares de belleza poco realistas, que presentan una visión estrecha de quiénes son las mujeres, qué aspecto daban tener y lo

FLASH DE NOTICIAS CHILE

24/05 CET - TURISMO CHILE  
Autoridades llaman a preferir alojamientos registrados en plataforma de Sernatur

24/05 CET - ECONOMIA  
Centro de Innovación Acuicola AquaPacífico aportará 17 nuevas especies a Chile

24/05 CET - EMPRESAS  
Desde productos a luz hasta 70% de descuento traerá Farmacias KNOP este Cyber Day

Síguenos en twitter

Tweets por @eAmerica

América RETAIL

Las Azules de América RETAIL El Directorio de Retailers de Latam

PAÍS SECCIÓN OPINIÓN DIRECTORIO VIDEOTECA RETAIL UNIVERSITY RETAILTOOLS CONGRESSHOP CONTACTO

Chile: Dos nuevas marcas ingresan al Hall of Fame 2019

27 junio 2019

Reciba las últimas noticias de la industria en su cañil: Suscríbete aquí

EL PODER DE LA IMPRESIÓN

Forrester nombra a Aptos como líder en Sistemas Puntos de Venta

Soluciones omnicanal que se traducen en resultados de negocio

America-retail.com

## Chile: Dos nuevas marcas ingresan al Hall of Fame 2019

27.06.2019

Achap.cl

## Hall of Fame 2019 le da la bienvenida a dos nuevas marcas

28.06.2019



INICIO SOMOS ESTUDIOS **EVENTOS** FORMACIÓN NOTICIAS AI MAGAZINE CONTACTO



### Hall of Fame 2019 le da la bienvenida a dos nuevas marcas

En una nueva jornada de reconocimientos del Grupo Valora, se dieron cita representantes de la industria del marketing y directivos de las empresas auspiciadoras para celebrar a las elegidas por su trayectoria, liderazgo y éxito

Publimark.cl

MARKETING

COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD

Está aquí: Inicio / Marcas / Nuevas Grandes Marcas en el Hall of Fame Chile

### Nuevas Grandes Marcas en el Hall of Fame Chile

DESCARGAR

Marzo, 25 Junio 2019 00:00 Escrito por Equipo Publimark.cl | Imprimir | Email



Buscar

Popular Reciente

**MARKETING** Centennials: las tendencias que definen a esta nueva camada de jóvenes  
Marzo 14th, 2018

**MARKETING** Cuando La Familia Crece  
Mayo 9th, 2018

**MARKETING** Influencers: ¿Qué tan efectiva sigue siendo...



Publimark.cl

## Nuevas Grandes Marcas en el Hall of Fame Chile

25.06.2019



*Dove*<sup>®</sup>



**URBAN**<sup>®</sup>  
GRUPO DE COMUNICACIÓN

Lanzamiento Local **#Muéstranos**  
-Evento-



## Panel de conversación



### De izquierda a derecha:

**-Lucía López**, periodista y fundadora del programa Agenda de Género de Radio ADN. Moderadora.

**-Hans Eben**, Gerente General de Unilever y Presidente de Red Pacto Global Chile.

**-María Alejandra Energici Sprovera**, Psicóloga y Doctora en Sociología de la Universidad Alberto Hurtado y académica de la misma casa de estudio.

**-Paulina Gómez Lorenzini**, Vicerrectora de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile y ex Miembro del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).

**-Fernando Mora**, Presidente de la Asociación Nacional de Avisadores de Chile (Anda).

## Algunos asistentes al evento







*Dove*®

¡MUCHAS GRACIAS!



**URBAN**®  
GRUPO DE COMUNICACIÓN