

L'Oréal, porque todos lo valemos (por dentro)

El gigante francés de la cosmética ha presentado su primer estudio sobre la percepción de la belleza para los españoles, elaborado por la empresa de investigación Kuo Experience.

Modaes
4 jul 2017 - 05:00

L'Oréal. Porque todos lo valemos (por dentro)

Image not found or type unknown

L'Oréal, la belleza está en la naturalidad. “Poner la música a todo volumen mientras me paseo por mi casa; el olor del café por la mañana”. El gigante francés de la cosmética ha presentado la primera edición del estudio *Percepción de la Belleza para los Españoles* realizado por la empresa de investigación Kuo Experience.

El informe ha revelado que el concepto de la belleza está actualmente en pleno proceso de transformación y que se encamina hacia pensamientos más holísticos: para más del 70% de los encuestados, la belleza está asociada a la naturalidad.

El estudio ha contado con la participación de más de mil españoles. Tanto hombres como mujeres atribuyen la belleza a la naturalidad, a los momentos alegres y a los aspectos relacionados con la naturaleza, relegando el aspecto físico en el último puesto. Sólo uno de cada tres hombres atribuye la belleza al físico, dando más valor a los aspectos más externos.

Para más del 70% de los encuestados, la belleza está asociada a la naturalidad

“España está dejando atrás la sociedad superficial del *hacia afuera* y comienza a percibir una belleza con alma; es un cambio de paradigma que se ha consolidado en 2017 pero que comenzó en 2008 con la crisis, cuando se comenzaron a transformar todos nuestros valores, incluidos los de la belleza”, señaló **Pilar Parra**, directora del estudio y socióloga de Kuo Experience. “El concepto tradicional de belleza se ha

Modaes

quedado anticuado y ahora se relaciona con algo más integral”, añade Parra.

Entre los españoles encuestados, un 70,8% relaciona la belleza con la naturalidad, al que le sigue un 59,3% asociado con la actitud, la subjetividad con un 58,3%, la multisensorialidad que percibe la belleza a través de todos los sentidos representando un 54,7%, la cultura con un 53,6% y la belleza interior con un 50,5%.

Por género, sólo el 34% de los hombres atribuyó la belleza al físico, mientras que un 52% atribuía la belleza al bienestar individual y a la felicidad, frente al 66% de las encuestadas. El estudio destaca que los hombres, independientemente de su edad, definen la belleza como atracción, al igual que las mujeres de entre 35 y 45 años de edad y las de entre 65 y 75 años. “Es muy interesante ver cómo las mujeres mayores de 65 años asocian cada vez más la belleza a la atracción, algo impensable hace unos años y que dejan de identificar la belleza exclusivamente con su familia (46,1%) y comienzan a valorarse más a sí mismas y a su propio bienestar (34,2%)”, destaca la socióloga.

Por comunidades autónomas, los canarios y los manchegos han sido los que más han relacionado la belleza con el físico

El informe de Kuo Experience refleja que los españoles sitúan la naturaleza en el primer puesto con un 46,3%, la felicidad en segundo lugar por un 31,9%, la familia en tercera posición con un 26,6%, seguida del arte y la cultura con un 26,5%, el bienestar individual y la autoestima con un 26,3%, la música (23,7%), la amistad (22%) y dejando en último lugar los aspectos físicos.

Por comunidades autónomas, los canarios y los manchegos han sido los que más han asociado la belleza con el físico por un 72% y 80% respectivamente, a diferencia de los andaluces, quienes para el 78,1% de los encuestados atribuía la belleza a la naturalidad y espontaneidad. En Cataluña, el 64,2% identificaron la belleza con un aspecto actitudinal, mientras que en Aragón el 63,8% de los encuestados relacionaron el concepto a la tranquilidad y el sosiego, junto con el 68,6% de los vascos que atribuyeron la belleza con un concepto más elaborado que requiere su tiempo. En el caso de Galicia, los encuestados relacionaron la belleza como algo que se percibe a través de todos los sentidos.