

Byoode reedita la icónica canción 'Maquillaje' de Nacho Cano para concienciar socialmente

Este hit de los años 80 ve modificada su letra. ¿El motivo? Byoode, una nueva firma cosmética, quiere concienciar a la sociedad para que cuide más y mejor su piel, alimentándola y evitando el exceso de maquillaje que pueda disfrazar su personalidad

Se lleva viendo meses. Perfiles de Instagram como 'Belleza Falsa' promueven la importancia de mostrar rostros reales, sin enmascararse, aludiendo a que la piel natural de las personas tiene imperfecciones. Este hecho se apoya con las dinámicas promovidas por grandes artistas, como es el caso de Alicia Keys, quien dejó de lado el maquillaje hace años y ahora pisa las alfombras rojas con su piel al desnudo, del mismo modo que hiciera recientemente Sara Sálamo en los Goya. ¿Se está viviendo un cambio de paradigma social? Sí. "La gente ha ganado personalidad y seguridad y sabe encontrar la belleza en la imperfección, sobre todo en aquellas imperfecciones que son comunes a todos los mortales, como pueda ser el hecho de mostrar un granito de vez en cuando o de que se vea esa pequeña arruga al sonreír", comenta Gerardo Peña, director de brand marketing de Byoode, una firma que, precisamente, hace en su lanzamiento una oda a esta naturalidad.

Maquillaje de Mecano, reeditada

Si hay canciones icónicas dentro del pop español de los 80, seguramente el tema 'Maquillaje' de Mecano sea una de las que más listas encabeza. Creada por el genio Nacho Cano, Byoode reedita su letra en pro de la importancia de la naturalidad y del cuidado de la piel, el órgano más grande del cuerpo humano.

Bajo el claim '¿Maquillas o Alimentas?', Byoode pretende resaltar en el vídeo, que se puede ver en su canal de YouTube, la importancia de alimentar la piel, juego de palabras que enlaza con los ingredientes de sus productos de cara a presentar una piel saludable, radiante y luminosa. No es una campaña que pretenda denostar al maquillaje, ya que desde la firma defienden que "les encanta" cuando ven "rostros saludables que aportan una chispa de tendencia con una de color o un blush".

Una campaña sin filtros

'¿Maquillas o Alimentas?' va de la mano de ciertas controversias como la que ha surgido recientemente en TikTok en torno al filtro Bold Glamour: "un maqueo con todas las de la ley". Se trata de un make-over del rostro que, si bien no lo altera en su totalidad, lo modifica lo justo y necesario para que alguien se vea más atractivo. De aquí surge el debate sobre si este tipo de acciones son beneficiosas, ya que pueden llevar a un concepto erróneo sobre la belleza y a pensar que no se es perfecto tal y como a uno le ha hecho la Madre Naturaleza. La campaña 'Maquillas o alimentas' de Byoode justo defiende el hecho alimentar la piel para poder lucirla con orgullo y resplandeciente. Para quien quiera escucharla, la canción también está disponible en Spotify bajo el título 'Maquillaje' y el artista 'Byoode Beauty'.

Datos de contacto:

Gerardo Peña

636524285

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Música](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Belleza](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>