BELLA, ma a modo mio

Un make up che non nasconda, però valorizzi. Trattamenti delicati e mirati. Nuovi modelli da imitare. Le scelte estetiche delle donne sono cambiate via via che è cresciuta la loro voglia di libertà. Ora davanti allo specchio, in pubblico e sui social vince l'immagine che **esalta l'unicità** di ognuna

DI Stefania Bellinazzo FOTO DI Lionel Deluy

Dagli Anni 40 a oggi i canoni della bellezza femminile hanno subìto evoluzioni importanti. Certo, resistono ancora alcuni stereotipi, ma **la strada per l'accettazione e l'inclusività ora è spianata** e si respira aria nuova: dalle formule rispettose dell'ambiente ai profumi senza distinzione di sesso, alla tendenza di mostrare i capelli bianchi senza complessi. Il futuro? Sarà in mano a donne forti e felici della propria età e unicità, difetti compresi.

Cominciamo dal corpo. Le forme morbide, floride, burrose da pin up del dopoguerra sono oggetto del desiderio nel Centro America e in Africa. Dice Stefano Guindani, fotografo di moda e celeb: «**Nei Paesi occidentali, invece, la forma a clessidra ha lasciato spazio a una silhouette più sottile e snella,** come quella delle top model Veruska negli Anni 60 o di Kate Moss negli Anni 80. C'è poi il corpo atletico degli "Angeli" di sfilata di Victoria's Secret - da Gisele Bündchen a Alessandra Ambrosio - che mangiano biologico e si allenano intensamente». Ora, però, **nuove star di copertina sdoganano anche il mito dell'altezza, dimostrando che poco più di un metro e 60 ben proporzionato è sexy**, vedi le top model Lily Rose-Depp e Kaia Gerber. Perché non è più questione di centimetri, ma di personalità.

Riguardo al make up, sono ormai lontani i tempi del look "bambola" per incantare lui. Dal 1968 in poi il bon ton di cipria in polvere, mascara a spazzolino e bocca rosa baby si tramuta in tratto di eyeliner intenso e gloss color corallo. La donna diventa più forte e indipendente, mostrando via via la sua emancipazione anche nel look. Dai vistosi Anni 80, con un tripudio di ombretti fluo, glitter e rossetti rosa, si passa al look perennemente abbronzato degli Anni 90. Dopo l'era dell'effetto "nudo" per azzerare gli eccessi, ora **c'è voglia di colori forti da usare in maniera libera, creativa e volutamente imperfetta**.

L'arte di profumarsi. Negli Anni 50 e 60 le fragranze più amate dalle donne erano quelle cipriate e fiorite, opulenti e persistenti (*L'Air du Temps* di Nina Ricci o *Miss Dior* di Dior). Poi sono arrivati gli orientali "proibiti": *Opium* di Yves Saint Laurent, *Shalimar* di Guerlain. La distinzione tra bouquet maschile e femminile era netta, di fragranza unisex si parla solo nel 1994 con *cK One* dello stilista americano Calvin Klein. A dimostrare l'enorme cambiamento del mondo profumi sono le campagne pubblicitarie: se negli Anni 70 e 80 era tutto un gioco della seduzione, oggi le pubblicità delle fragranze tendono a enfatizzare l'immagine di una donna sicura di sé, insofferente alle costrizioni. Come l'attrice Keira Knightley per *Coco Mademoiselle Eau de Parfum Intense*, che abbandona in albergo l'amante dopo una notte di passione, o la popstar Zendaya, che cavalca come un'amazzone ribelle in mezzo alla città per *Lancôme Idole*.

Medicina estetica sempre più soft. Un tempo in poche avvicinavano medici e chirurghi estetici, lo si faceva di nascosto e quasi vergognandosene. Oggi, invece, si inizia con botox e filler labbra già dai 20 anni. Il medico e chirurgo estetico Sergio Noviello però è ottimista: «In Italia, gli eccessi in chirurgia e medicina estetica si riducono via via: penso alle taglie molto abbondanti richieste per il seno o i glutei fino a qualche anno fa, oggi meno comuni. Anche per il viso, si evita l'aumento volumetrico delle labbra a favore di una maggiore definizione del contorno, eliminando inestetismi e rughette nel segno dell'armonia. Vincono le soluzioni medico-estetiche mini-invasive e veloci da pausa pranzo e con risultati naturali, vedi alla voce "rinofiller" per modellare il naso senza bisturi e "baby botox" per spianare in dolcezza le rughe».

Pianeta mon amour. Fino agli Anni 80 non ci si curava troppo degli eccessi di plastica nel confezionare cosmetici, della quantità di schiuma dello shampoo o degli sprechi d'acqua durante la doccia. Nel 2020, invece, anche la bellezza beneficia dell'effetto Greta Thunberg, con una crescente attenzione da parte delle aziende cosmetiche e delle consumatrici per tutto quello che è ecologico, non testato sugli animali, amico dell'ambiente e rispettoso delle risorse naturali. L'idea ora è di farsi

Foto CONTOUR/GETTY IMAGES

Kat Von D, modella, tatuatrice e creatrice di una linea beauty: anche lei sceglie una bellezza fuori dai canoni.

belle con un approccio etico e sensibile. Le più giovani danno fiducia a marchi di make up vegano come *Kat Von D Beauty* e ad aziende impegnate per l'ambiente quali *Lush*, *Yves Rocher* e *L'Occitane en Provence*.

Viva l'imperfezione. Su Instagram sono tante le persone, famose e non, che si schierano a favore delle imperfezioni, come la top Kendall Jenner, che ha mostrato il viso segnato dall'acne. Questa spinta all'accettazione di inestetismi e presunti difetti va anche a maison di moda illuminate. Per esempio Gucci: il direttore artistico Alessandro Michele ha sfidato l'idea canonica di bellezza facendo fotografare bocche imperfette, a partire dai denti storti, per pubblicizzare un prodotto come il rossetto, tipicamente abbinato a sorrisi hollywoodiani.

Parola chiave: fluidità. Da ora in poi, le donne saranno sempre meno disposte a soffocare in etichette estetiche e vorranno esprimersi nei look come nei gusti sessuali all'insegna della fluidità. L'esempio arriva da molte celeb, come l'attrice Kristen Stewart, uno dei volti di Chanel, la top model Cara Delevingne o la cantante Miley Cyrus che rivendicano la libertà di innamorarsi di chiunque, di pettinarsi o di vestire da maschiaccio. Ora il movimento "gender fluid" si traduce anche in bellezza invitando a condividere spontaneamente trucchi e trattamenti, abbattendo le distinzioni lui/lei in favore di prodotti sempre più versatili. Prendete nota. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA