

GRAZIA BELLEZZA

FASCINO FLUIDO

Le nuove generazioni hanno reinventato i codici beauty **superando le rigide separazioni tra femminile e maschile**. Così il trucco e i prodotti di styling per capelli sono sempre più unisex. Un modo per scoprirsi, sperimentare ed esprimere liberamente la propria personalità

di CARLA TINAGLI e FILIPPO BELLINI Foto di CHRISTINE KREISELMAIER

Basta guardare un gruppo di liceali di spalle. A volte è difficile distinguere i maschi dalle femmine: stesso taglio di capelli, stessi jeans, stessa felpa. «Non è travestimento, quanto una forma di complicità e condivisione», dice Claudia Romani, psicologa e psicoterapeuta a Roma. «Come lo stile di vita è diventato più flessibile, così i tradizionali modelli maschili e femminili sono più aperti e ognuno prende in prestito dall'altro quello che ritiene buono e utile». Per la generazione che va dai 14 ai 24 anni, insomma, la parola d'ordine è fluidità. Che significa affrontare in modo più libero ogni ambito della propria vita. «Sessualità compresa», continua la psicologa. «Perché anche avere una relazione con partner dello stesso sesso o diverso, a seconda dei momenti o delle situazioni, è tendenzialmente vissuto con tranquillità».

Foto TRUNK ARCHIVE

105511



PER LEI E PER LUI, **COPPER** DI **COMME DES GARÇONS**: PROFUMO VERDE-ORIENTALE CHE GIOCA SUL CONTRASTO DI NOTE NATURALI E SINTETICHE.

GRAZIA BELLEZZA

STORIE DI MAKE UP

Naturale, quindi, che questo atteggiamento si rifletta non solo nel modo di vestirsi ma anche in quello di prendersi cura di sé. E se da Selfridges, uno dei grandi magazzini di Londra, l'approccio fluido ha portato ad abolire i tradizionali corner di moda maschile e femminile per offrire un racconto alternativo delle collezioni, il mondo della bellezza si sta muovendo nella stessa direzione anche sul make up, con proposte di stile all'insegna del gusto personale.

Uno dei primi ad aver colto la tendenza "liquida" è stato Alessandro Michele, direttore creativo di Gucci nonché ideatore di una linea trucco manifesto di inclusione: per esprimere la propria personalità senza maschere e trasformare le imperfezioni in segni distintivi da esaltare. Con la collezione trucco *Boy de Chanel*, invece, la maison parigina ha voluto dedicare ai maschi una gamma di prodotti che fanno della bellezza una questione di stile, non di genere: declinata in un fondotinta, un balsamo labbra, una matita per sopracciglia e ora anche in un correttore, una matita occhi e due smalti. Mentre l'italianissima Wycon Cosmetics ha lanciato l'anno scorso una linea basata sulla condivisione. «Si chiama *Genderless* proprio perché annulla il concetto di femminile e maschile per rivolgersi a tutti coloro che desiderano una pelle più luminosa, sopracciglia curate e uno sguardo più intenso», spiega Raffaella Pagano, amministratore delegato e Product manager del marchio. Un messaggio che Eylure London, noto marchio inglese di ciglia finte, ha tradotto in una collezione creata con lo youtuber e make up artist italiano Carmi, scelto anche come testimonial.

SCELTE DI HAIRSTYLING

Lo stesso vale per i capelli: oggi anche i ragazzi li portano lunghi, mentre alle ragazze piace molto il corto-cortissimo. «Fa parte della nuova sensibilità espressiva basata sulla condivisione e sul rifiuto dei limiti imposti dalla differenza di genere», commenta Fabrizio Palmieri, direttore creativo di Toni&Guy Academy. «Non a caso, nelle ultime sfilate si sono utilizzati gli stessi prodotti su modelle e modelli. E tra gli stili più gettonati ora c'è il "wet look" o "look bagnato", realizzato con il gel per tenere indietro i capelli in modo che il viso rimanga scoperto». Icona indiscussa di questo mood androgino è l'attrice Kristin Stewart, musa di Chanel, che sfoggia spesso tagli corti. Mentre Pantene con la sua campagna #Hair Has No Gender ha voluto celebrare la diversità e il potere dei capelli di affermare la propria personalità, al di là di ogni pregiudizio. Anche Great Lengths, marchio specializzato in extension su misura e "invisibili" tanto sono simili alle ciocche naturali, si dichiara trasversale. «Le nostre proposte rispondono a desideri ed esigenze di donne e uomini indistintamente», dice Enrica Arsenio, Head manager dell'azienda. «Perché tutti hanno il diritto di sentirsi a loro agio con il look che preferiscono». Lo sa bene Steven Tyler, storico cantante degli Aerosmith, oggi 72enne, tra i primi clienti del marchio. L'importante è cambiare testa. ■

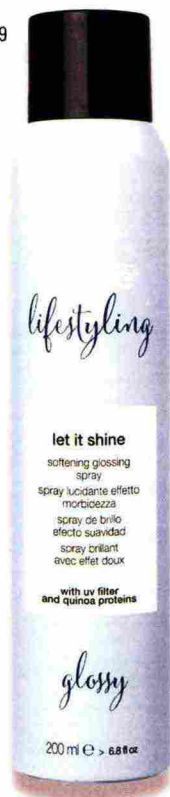
© RIPRODUZIONE RISERVATA



8



9



10



11



12



13



14



15



SCOPRI IL TUO STILE

1. Superaderente, opaco e a effetto *bonne mine*: *Unlimited Blush* in *Brick* di **Kiko** (€ 8,99). 2. Ideale anche per chi fa sport, resiste al sudore, leviga e idrata: il correttore **Clinique** *Even Better All-Over Concealer + Eraser* (€ 33). 3. Dopo la matita, un gel colorato che fissa e riempie le sopracciglia: *Genderless Wo/Men Collection Click Pen Eyebrow n. 01* di **Wycon Cosmetics** (€ 9,90). 4. Opaco, si usa come liner, matita o ombretto. È *Boy de Chanel Le Stylo Yeux 3-en-1*, in *Brown*. **Chanel** (€ 40). 5. Sopracciglia in ordine con la matita *Mister Eyebrow* in *Dark* di **Givenchy** (€ 24,50). 6. Opacizza, leviga e illumina: *Cipria in Polvere Universale* di **Yves Rocher**, con estratto di riso antiossidante, remineralizzante e seborregolatore (€ 19,95). 7. Una palette di ombretti in tinte neutre, in versione opaca e perlata: **essence** *The Nude Edition Eyeshadow Palette* (€ 4,99). 8. Texture flessibile a effetto bagnato per **Alfaparf Style Stories Wet Gel** (€ 15,90, in salone). 9. Su capelli umidi o dopo lo styling per dare lucentezza: *Let it Shine Softening Glossing Spray*, dalla linea *Lifestyling* di **milk_shake**. Con filtri Uv e proteine di quinoa (€ 17,90, in salone). 10. Esalta il colore naturale delle labbra, nutrendole con estratto di melograno, peonia rossa e burro di karité: *Rouge Dior Satin Balm* in *Diornatural*. **Dior** (€ 40,16). 11. Effetto volume e applicazione modulabile per **Gucci Mascara L'Obscur** in nero assoluto (€ 37). 12. Una formula anticrespo che nutre e districa le lunghezze. **Pantene Crema Nutriente Senza Risciacquo** *Disciplina* (€ 3,99, gdo). 13. Trasparente, rimpolpa le labbra con un mix di burri e oli emollienti, esaltando il bianco dei denti: **cliomakeup** *CoccoLove Lip Balm True Love Kiss* (€ 12,50, su cliomakeupshop.com). 14. Con 16 nuance di fondotinta in crema, **nyx palette pro foundation**: a finitura opaca e satinata e coprenza differenziata in leggera, media e totale (€ 21,90, su nyxcosmetics.it). 15. Attenua la visibilità di pori, imperfezioni cutanee e ombra della barba, **jecca blac. Blur & Matte Primer** (€ 18,05, su jeccablac.com).