

HAPPY 80TH BIRTHDAY

settimanale n. 40
20/9/2018
Settembre 2018

GRAZIA

OLGA KURYLENKO

FINALMENTE POSSO
ESSERE CATTIVA

+

FABIO VOLO

ROONEY MARA

KATE BOSWORTH

ALESSANDRO

CATTELAN

VIOLANTE PLACIDO

FRANCESCA FIALDINI

News

Da New York
arriva il
genere X

SPECIALE

Grande moda italiana



OLGA
KURYLENKO
38 ANNI
MODELLA
E ATTRICE

Supplemento al numero odierno
de Il Resto del Carlino, La Nazione,
Il Telegrafo e Il Giorno.
Non vendibile separatamente



La top model americana Kendall Jenner, 22 anni. Il suo modello di bellezza è considerato uno degli esempi da imitare.

Voglio essere bella come su

Instagram

GLI ZIGOMI DA GATTA DI GIGI HADID, LE LABBRA SENSUALI DI KENDALL JENNER, IL LATO B DI BELÉN RODRÍGUEZ. SEMPRE PIÙ SPESSO LE DONNE CHIEDONO AI **CHIRURGI ESTETICI** DI IMITARE LE IMMAGINI DI **MODELLE E INFLUENCER** VISTE SUI SOCIAL. A GRAZIA ESPERTI ITALIANI E AMERICANI RACCONTANO LA SFIDA DI RICREARE QUEI LOOK NATI CON L'AIUTO DELLE **APP DI FOTORITOCOCCO**

DI Maria Teresa Cometto
DA New York

Che cosa significa essere belle nell'era dei social media? È molto più complicato rispetto ai tempi delle nostre madri», spiega Neelam Vashi, direttore dell'Ethnic Skin Center alla scuola di Medicina dell'università di Boston. «E il motivo è che con la diffusione di app che consentono di modificare le immagini del volto e del corpo, il livello di perfezione fisica delle foto condivise sui social media si è alzato a livelli irraggiungibili». «Voglio avere gli zigomi come Gigi Hadid e le labbra sensuali di Kendall Jenner», è il tipo di richiesta che sempre più spesso i chirurghi plastici si sentono fare dalle pazienti che si ispirano ai selfie delle celebrity e delle influencer condivisi su Instagram, Snapchat e Facebook. **Il problema è che quegli scatti sono già frutto di ritocchi, perché modelle e attrici sono le prime utenti delle app che modificano l'aspetto.** In altre parole, i nuovi canoni di bellezza della generazione dei Millennial, i giovani al

di sotto dei 35 anni, non esistono più nella vita reale. Basta dare un'occhiata a FaceTune o alla app preferita da Kim Kardashian, Perfect365: con un tocco sullo schermo dello smartphone queste tecnologie fanno sparire lentiggini e rughe dalla pelle, sbiancano i denti, addolciscono la linea della mascella o del naso, aggiungono il make up applicando rossetto e mascara, cambiano la tinta dei capelli.

La beauty influencer Marianna Hewitt, che ha collaborato anche con marchi come Giorgio Armani, ha recentemente mostrato in un video su YouTube in che modo riesca ad alterare la sua immagine usando queste app. **E così le sue seguaci, e quelle delle altre dive dei social media, possono applicare gli stessi trucchi su loro stesse e poi portare i propri selfie ritoccati dal chirurgo estetico per trasformare in realtà quell'ideale.**

È un fenomeno emergente negli Stati Uniti e la dottoressa Vashi, insieme con due suoi colleghi, l'ha descritto in un articolo appena pubblicato su *JAMA*, il giornale dell'Associazione medica americana, specializzato in chirurgia plastica facciale. «La tendenza è allarmante», sottolinea Vashi, «perché i selfie modificati con filtri fotografici presentano spesso un look impossibile da ottenere e confondono la linea di demarcazione fra realtà e fantasia per le pazienti». **Tanto che una quota di queste ultime sviluppa addirittura una malattia psicologica, la dismorfofobia: il disturbo per cui una persona diventa eccessivamente preoccupata da difetti fisici che crede di vedere nel proprio corpo.**

“Snapchat dismorfofobia”, l'hanno ribattezzata Vashi e colleghi. E dei disturbi indotti nei seguaci dai selfie ritoccati delle influencer e celebrity ha parlato un'altra esperta, Kristen Harrison, psicologa dei media all'università del Michigan. «Anche se si sa che le immagini di attrici e modelle sono ritoccate», spiega Harrison, «vederle ci fa sentire peggio, perché accentua la consapevolezza dei nostri difetti».

Negli Stati Uniti il fenomeno è confermato dalle statistiche. L'anno scorso le operazioni di chirurgia estetica sono aumentate dell'11 per cento e sono costate 6,5 miliardi di dollari ai consumatori, secondo la Società americana di Chirurgia plastica estetica. In 20 anni il numero degli interventi di questo tipo è più che raddoppiato e la maggioranza dei medici che li praticano attribuisce questo incremento proprio ai social media. **Apparire meglio nei selfie su Instagram, Snapchat e Facebook è infatti uno degli scopi dei loro pazienti, ha rivelato un'altra recente inchiesta dell'Accademia**

americana della chirurgia plastica facciale.

In Italia, invece, le donne e in generale le persone che decidono di ricorrere alla chirurgia plastica sembrano più equilibrate, secondo le testimonianze di alcuni esperti. «Non vedo ancora un impatto dei social media sui miei pazienti e sulla loro idea di bellezza», dice il chirurgo estetico **Paolo Santanchè**. «Credo che il pubblico italiano sia più evoluto di quello americano. Sa che il risultato di un intervento chirurgico non è la stessa cosa di un fotoritocco al computer e, comunque, vuole migliorare il proprio aspetto rimanendo se stesso e mantenendo un look naturale. La media dei miei pazienti, oggi, fa richieste ragionevoli».

«I social media hanno amplificato un fenomeno che già esisteva, quello di voler assomigliare alle star», osserva Francesco D'Andrea, componente della Società italiana di Chirurgia plastica ricostruttiva ed estetica. «Però è vero che oggi le influencer e le star di Instagram e degli altri social hanno un maggior potere sui loro fan e hanno cambiato certi canoni estetici». D'Andrea conferma di avere pazienti che arrivano nel suo studio con le foto della showgirl Belén Rodríguez o Kim Kardashian, chiedendo interventi chirurgici per assomigliare a loro. **«Li possiamo accontentare avvicinandoci a quei modelli solo se la struttura fisica dei pazienti è adatta e avvertendoli che, oltretutto, quelle foto sono ritoccate con le app», precisa D'Andrea.** E aggiunge: «In effetti i social hanno accentuato la fragilità psicologica di chi si rivolge a noi e, per questo, è ancora più importante per noi chirurghi estetici avere un approccio etico verso i pazienti».

Instagram e Facebook hanno avuto anche effetti positivi, secondo un altro chirurgo plastico, Fiorella Donati: **«I social hanno sdoganato tipi diversi di bellezza, come quella mediterranea. Oggi non sono più di moda solo le bionde alte e magre, c'è chi ama anche il fondoschiena tondo alla Jennifer Lopez».**

Negli stessi Stati Uniti, comunque, la “Snapchat dismorfofobia” resta per ora una “malattia” molto limitata. «Forse ne soffre il 2 per cento dei pazienti», dice Lara Devgan, la responsabile della piattaforma americana di chirurgia plastica RealSelf. «La grande maggioranza ha invece un'idea sana di come può migliorare il proprio aspetto fisico. La nostra missione, come specialisti, è far capire che la medicina deve rispettare i limiti del mondo reale, che è imperfetto e pieno di ampie zone grigie: non possiamo insomma fare miracoli. Possiamo solo partire dalla struttura di base del volto di una persona e migliorarla, non raggiungere la perfezione». ■

La tendenza

IN AMERICA LA CHIAMANO “SNAPCHAT DISMORFOFOBIA”
E SIGNIFICA CHE LE IMMAGINI RITOCcate DEI SOCIAL ACCENTUANO
LA CONSAPEVOLEZZA DEI PROPRI DIFETTI