

# Polive ri da Sparo

Un boom di colori shock,  
olografici, inusuali.  
Il make-up non ha più regole.  
Meglio, perché sperimentare  
nuovi look e orientare blush o glitter  
su zone finora ignorate  
aumenta l'autostima e i followers.  
Non solo virtuali

*di* VALENTINA DEBERNARDI *foto* DUNCAN KILLICK

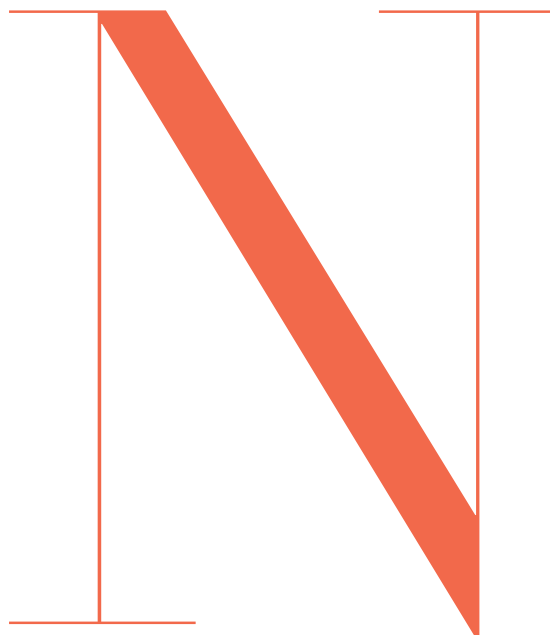


#### ROMPETE LE RIGHE

Il nuovo gioco per  
labbra e guance  
si chiama *Baby Doll*  
*Kiss & Blush n°26*  
*Forbidden Red*  
di YSL Beauté:  
un po' gloss, un po'  
fard, ultramat (€ 43).



«Quando s'incontrano 20 persone insieme, ci si ricorda di chi aveva il rossetto fluo o un neo sul naso. L'inaspettato lascia un segno»



Non c'è zigomo, tempia o arco di cupido che non possa essere coperto con del colore: per il make-up i confini non esistono più. Prima l'abbiamo visto luccicare tipo auto cromata, poi mimetizzarsi in texture *nude* seconda pelle, moltiplicarsi in duemila Pantone, e ora stiamo assistendo al tuffo audace di glitter dagli ombretti alle maschere viso. Il trucco evolve, si muove come un treno e non può certo essere fermato, soprattutto dopo il momento X, il 2015, quando la polvere d'oro di Pat McGrath, guru del maquillage, andò esaurita in appena 6 minuti. La verità è che non ci sono regole, o meglio, «ce n'è una sola: essere audaci», dice Linda Cantello, make-up director Giorgio Armani. Anche le stime di Peclers Paris, Beautystreams e Carlin, principali agenzie di trend al mondo, preannunciano un'altra stagione di eyeliner canarino e cobalto, unghie al neon e palpebre pitturate come avrebbe fatto Cézanne.

In questa follia di proposte, aggiungiamo poi tutorial su tutorial che affollano il web con 240 milioni di post, generando un traffico miliardario e una generazione influenzata nel 55% dei casi dalle vlogger, nel 45% dalle Insta-star, nel 28% dalle modelle e nel 26% dalle celeb. «Quello che un tempo era esclusivamente dominio dei truccatori, oggi si estende a vlogger e consumatori», dice Lan Vu, ceo di Beautystreams. Sì, ma questi look raramente si avvistano per strada perché tutto quel truccarsi, ritruccarsi e ammicciare finisce sui social. Come mai? «Essere "filtrati" da un obiettivo e apparire solo online, non di persona, fa sentire le persone più libere di andar giù pesante con il trucco. Un'altra ragione per spiegare come mai le regole tradizionali non si applicano più», conclude Vu. Automaticamente, però, se ne creano altre: tre contro-regole, per alzare l'audience virtuale e il grado di popolarità. **V**

### 1. Infrangere i vecchi schemi

«Basta con le tecniche da manuale e il rigore nell'applicazione, come l'ombretto a "mezzaluna", dove segui la piega della palpebra», dice Michele Magnani, global senior artist di Mac. «Siate invece eccentriche, umorali, giocate e se avete voglia di vestirvi con eyeliner turchesi o labbra fluo arancio, va bene. È un modo per sdrammatizzare e rendersi interessanti. Basta anche con lo smokey eye classico, fatelo colorato. Il contorno labbra è nero, scuro, oppure nudo, di glitter, o dégradé. Siate coraggiose, osate, sfidate quello che gli altri vi hanno imposto. Ognuno ha il diritto di creare delle tendenze».

### 2. Libere in un battito d'ali

Solitamente, la parola preferita dai truccatori è «perfetto»: può essere uno smokey eye, la pelle o un look. Valter Gazzano, invece, national make-up artist Ysl Beauté, usa spesso «leggero» e «luminoso». Voce fuori dal coro già a fine anni '70, quando usava rossetti rossi e arancio sugli occhi per ottenere effetti punk. Ora, ama molto usare «illuminatori sul contorno occhi tirati poi verso gli zigomi, e coperti con terra o cipria per creare la base giusta», oppure «l'effetto *butterfly*: fard in crema sfumato dal centro del naso ai profili del volto come fosse una farfalla. Dà personalità». Le labbra rosse diventano «blur», il blush migra verso le tempie e l'eyeliner lascia il posto al glow. È un trucco fresco, itinerante e liberatorio: via i pennelli, ci si trucca con le dita.

### 3. Indimenticabili con il glitter

Aprite il beauty-case: sicuro che c'è del glitter, che sia un gloss, un ombretto, un rossetto. Altrimenti, rimediate con le nuove collezioni olografiche di Ysl Beauté, Dior o Giorgio Armani Beauty, che per la prima volta hanno a listino più nuance colorate che grigi, neri o marroni. Tutti vogliono accendere le luci, anche le celeb: Gigi Hadid, Kaia Gerber e sua madre Cindy Crawford usano app come *kirakira+*, che aggiunge sbarlucchi qua e là, e fa brillare ogni foto. «Il trucco reinventa, aiuta a essere quel che si vuole», spiega Magnani. «Fateci caso: quando si incontrano 20 persone insieme, ci si ricorda di chi aveva il rossetto fluo, il neo sul naso o le lentiggini. Di chi non è banale. Le nuove generazioni lo sanno: l'inaspettato lascia un segno».



I nuovi colori hanno una doppia personalità: nuance cangianti che virano dall'oro al rosa, o che sembrano trasparenti e poi rivelano un'anima glitter. **1.** Dieci nuance cremose in quattro finish, dal brillante al mat: **Libera Palette di Collistar** (€ 39). **2.** Uno stick da applicare dove si vuole, con le dita, di un rosso fresco e leggermente shimmer: **Les Beiges Stick Belle Mine di Chanel** (€ 42). **3.** Illuminanti cremosi da sfumare: **Match Stix Shimmer Skinstick di Fenty Beauty** (€ 24, da Sephora). **4.** Pigmenti puri, micro e macro, per viso e corpo in 18 colori: **Glitter Corpo di Inglot** (€ 18, su [inglotitaly.com](http://inglotitaly.com)). **5.** Da affogare in uno smalto trasparente incluso nel kit: **Color Chrome di Sally Hansen** (€ 19,90). **6.** Perlescenti e quasi elettrici per le labbra: **Grand Illusion Liquid Lipcolour di Mac** (€ 24). **7.** Madreperlato con riflessi azzurro, da usare da solo come illuminante o come top coat: **Dior Addict Lipstick White Splash di Dior** (€ 36,25). **8.** Rossetto carico, glossy, che sembra illuminato da led: **Vernis à Lèvres The Holographic di YSL Beauté** (€ 37).

