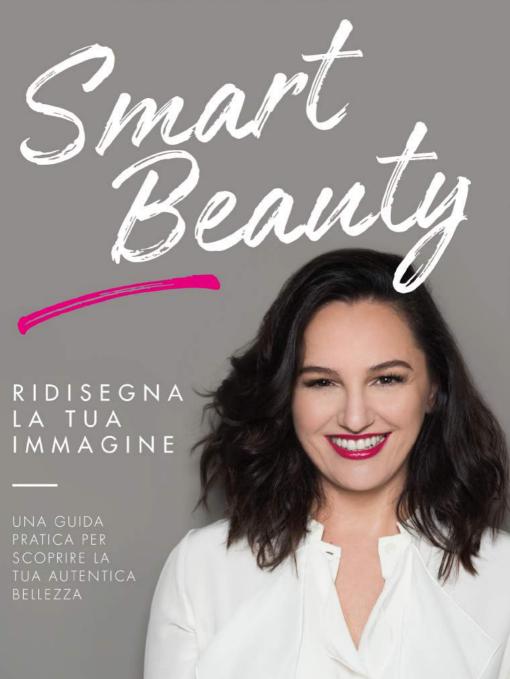
#### ELISA BONANDINI



**EIFIS Editore** 

## collana NATURAL BEAUTY

#### ELISA BONANDINI



#### RIDISEGNA LA TUA IMMAGINE

UNA GUIDA PRATICA PER SCOPRIRE LA TUA AUTENTICA BELLEZZA © Copyright 2018 EIFIS EDITORE srl Smart Beauty - Elisa Bonandini I Edizione

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta in nessuna forma senza il permesso scritto dell'Editore.

Testi: Elisa Bonandini

<sup>-</sup>otografia di copertina: Alice Baronic

Immagini: Shutterstock.com, Pixabay.com, Pinterest.com,

Thetrenddiaries.com Editing: Paola Lorenzi Art Director: Davide Cortesi

Impaginazione: Golden.Brand Communication

Stampa: Bieffe Srl Recanati (MC)

ISBN 978 88 7517 187 2 © 2018 Dicembre – EIFIS EDITORE srl Viale Malva Nord, 28 48015 Cervia (RA) – Italia www.eifis.it - segreteria@eifis.it

L'Editore non si assume alcuna responsabilità per l'utilizzo delle informazioni contenute in questo libro.

Prima di intraprendere un qualsiasi regime alimentare o di esercizio fisico è opportuno rivolgervi al vostro medico curante e sottoporvi a un check-up completo.

FSC® è un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro creata per la promozione di una gestione responsabile delle foreste del mondo. I prodotti con il marchio FSC® sono certificati in modo indipendente per garantire ai consumatori che essi provengono da foreste gestite in modo tale da soddisfare le esigenze sociali, economiche e ambientale delle generazioni presenti e future, e da altre fonti controllate.www.fsc.org



Dedicato a Lidia Dedicato ad Alexander

### **INDICE**

Introduzione	10
1 - IL CONCETTO DI BELLEZZA	
Cos'è la bellezza	18
Quando nasce il concetto di bellezza	19
Come varia la percezione della bellezza	
nel tempo e da popolo a popolo	22
Esiste una bellezza universale?	25
Bellezza occidentale	27
Canoni di bellezza e stereotipi	28
Il viaggio alla ricerca della propria autentica bellezza	30
2 - IL COLORE	0.7
L'Armocromia	36
Cos'è il sottotono di pelle	56
Scoprire il proprio sottotono di pelle	58
Le caratteristiche dei colori	66
Scoprire la propria stagione di riferimento	69

Colori per i sottotoni caldi	/2
Colori per i sottotoni freddi	88
l colori universali e il falso mito del nero	106
l 3 principali abbinamenti di colori	107
Colore dei capelli e colore nel make-up	112
Come introdurre i vostri nuovi colori e abbinarli	114
3 - IL VISO	
Viso e comunicazione	118
La geometria e lo styling del viso	120
Scala e linee del viso	144
Le sopracciglia	151
Irregolarità del viso	155
4 - IL MAKE-UP	
Il triangolo sociale	170
Il make-up correttivo	172
Incarnato	173

Sguardo	186
Labbra	200
Invecchiamento della pelle	203
Come ringiovanire il viso	205
<u>5 - LA SILHOUETTE</u>	
Le tipologie fisiche	208
Androide o ginoide?	213
Il baricentro	215
Le 5 body shapes	216
Il potere delle linee nell'abbigliamento	228
Tecniche di camouflage per riequilibrare	
parti della silhouette	232
Come apparire più snelle in 7 mosse	246
6 - LO STILE	
Cos'è lo stile	250
L'arte del "mix and match"	253

Stili a contronto	255
Come trovare il proprio stile	276
7 - CONSIGLI PRATICI	
Come vestire low cost ma sembrare high-fashion	282
Come apparire più autorevoli	286
Come sembrare più giovani e alla moda	288
Come riorganizzare il guardaroba in 10 mosse	292
Le 15 cose che non si usano (e non torneranno) più!	296
Conclusioni	298
Ringraziamenti	300
Bibliografia	302
Restiamo in contatto	303

#### INTRODUZIONE

Da piccola amavo fare due cose: disegnare e leggere. Disegnavo figure di donne e per ognuna inventavo delle storie, delle vere e proprie identità. In base al loro aspetto immaginavo il lavoro che avrebbero potuto fare, e sceglievo un nome per ognuna, scrivendolo di fianco alla figura. Oppure ricalcavo, appoggiata alla finestra, le foto di moda sulle riviste, e poi mi divertivo a cambiare dei dettagli: il colore dei capelli o dei vestiti, la borsa, le scarpe... perché pensavo che così come le vedevo io fossero più belle.

Di questi disegni ne ho fatti una quantità straordinaria, migliaia credo. Quanto vorrei oggi poterli risfogliare, purtroppo non li ho conservati. Alcuni li ho ancora impressi nella mia mente però! Le mitiche Linda Evangelista, Naomi Campbell e Claudia Schiffer "ritoccate" dalle mie matite e dai miei pastelli.

Il disegno mi appassionava così tanto che nel fine settimana, quando ero a casa da scuola, mi svegliavo all'alba per disegnare nel silenzio di quando tutti dormivano. Finalmente avevo due giorni interi per immergermi nel mio mondo di bellissime donne immaginarie.

Allora non sapevo esistesse il lavoro che faccio oggi, nemmeno lontanamente! In Italia questa professione è arrivata solo una decina di anni fa, molto tempo dopo essersi affermata in paesi come l'Inghilterra e gli Stati Uniti, dove già a inizio anni 90 nascevano i primi "Image Consultants".

Penso sempre con tenerezza a me bambina, e mi chiedo se questi miei disegni di figurine siano stati "premonitori", dei piccoli semi di un qualcosa che stava germogliando in me, e che oggi, dopo circa 30 anni, dalla carta ha preso vita.

Crescendo ho coltivato la mia passione per il disegno, per la creazione di qualunque cosa che avesse a che fare con la bellezza, iscrivendomi al Liceo Artistico. Lì ho disegnato moltissimo e studiato la storia dell'Arte, materia che ho sempre amato, insieme a letteratura italiana. Sono stati anni molto belli e spensierati, dove ho potuto appagare la mia creatività per il puro piacere di farlo, senza pensare a cosa sarebbe venuto dopo.

Dopo il Liceo Artistico ho frequentato la facoltà di Architettura. Ad esser sincera mi piaceva più che altro disegnare elementi di arte figurativa e abiti, ma i miei professori del liceo e i miei genitori dicevano che avrei dovuto frequentare una facoltà che mi avrebbe dato una formazione accademica. E così ho fatto, laureandomi in Architettura al Politecnico di Milano, nel 2004. Dopo la laurea però, percepivo che mi mancava qualcosa. Non sentivo più in me la scintilla della creatività, quella che ho provato per tanti anni da bambina fino ad adolescente, china sui fogli a disegnare quello che desideravo e che mi rendeva felice. L'architettura non mi ha dato lo stimolo a continuare lungo quel percorso, ma ha consolidato il mio amore per il bello, per l'armonia, i colori, le forme e l'immagine. Il mio primo lavoro dopo la laurea è stato in una galleria d'arte milanese.

Da quel mio primo impiego, e fino a oggi, ne è passata di acqua sotto i ponti, e non sempre nei vari lavori che ho svolto sono stata fedele alla mia indole artistica. Ho sperimentato altre cose, ho viaggiato, ho anche divagato, e poi finalmente sono tornata alla mia essenza quando, per pura curiosità e per mia crescita personale e professionale, sono approdata a dei corsi di consulenza di immagine, e allo studio di pubblicazioni, principalmente straniere, in materia. I corsi li ho frequentati con la leggerezza e l'entusiasmo di chi fa una cosa per curiosità e nutrimento intellettivo e non con l'obbligo di guadagnarsi da vivere. A quel tempo infatti avevo alle spalle un lavoro sicuro.

Da interesse personale si è trasformato poi in desiderio di approfondire sempre di più, e l'emozione creativa sopita è riaffiorata, insieme allo

stimolo di trasmettere agli altri quello che stavo imparando per me stessa. Nel giro di un anno dalla specializzazione in consulenza di immagine ho avuto la fortuna (e la tenacia, lasciatemelo dire) di trasformare questa passione riscoperta in un lavoro... e all'improvviso sono tornata bambina!

Le figurine di donne immaginarie che disegnavo da piccola oggi sono donne reali, e il gioco è diventato una missione: aiutare gli altri perché stiano meglio con se stessi, riversando tutto il mio istinto creativo e il mio amore per il bello, nel senso più ampio del termine, in qualcosa che mi emoziona e mi rende felice.

Questo libro, dedicato alla donna, è stato realizzato con lo scopo di divulgare sì l'importanza della cura dell'immagine personale, ma anche le tecniche, il know-how e la mia esperienza personale in questo ambito. Vuole essere una guida dalla quale iniziare per consapevolizzare meglio il proprio "potenziale di immagine" e trarne il massimo beneficio in tutti gli ambiti della propria vita.

L'immagine esteriore non è diversa da altri aspetti della nostra persona. Quando vogliamo imparare a usare un nuovo programma informatico ad esempio, o capire le dinamiche di una disciplina, cosa facciamo? Leggiamo libri, frequentiamo corsi e ci avvaliamo di consulenze con professionisti che ci possono spiegare come raggiungere la conoscenza desiderata. Con l'immagine esteriore è lo stesso: non è solo una questione di puro gusto personale il sapersi abbigliare,

truccare, presentare. Conoscere le tecniche per armonizzare la propria immagine nel suo complesso è come imparare a cucinare una ricetta: una volta che se ne conoscono gli ingredienti e i passaggi corretti basta metterli in pratica, non dimenticando di aggiungere alla fine un pizzico del proprio stile, il famoso "ingrediente segreto"!

L'obiettivo, di questo libro è di consapevolizzare le persone delle proprie caratteristiche fisiche e di conseguenza ricreare un buon livello di armonia generale, dato che la nostra immagine non è percepita a comparti stagni, ma nel suo insieme.

Il raggiungimento di un'immagine piacevole e armonica non è astrazione, estro o casualità, ma metodo. Picasso disse "impara le regole come un professionista, in modo da poterle rompere come un artista". Le immagini possiedono delle regole di composizione, così come una sinfonia musicale, una formula matematica o un composto chimico. Saper padroneggiare queste regole significa conoscersi più a fondo, sapere cosa scegliere per sé senza farsi condizionare da quello che i media e la moda ci propinano indistintamente, ed essere più sicure quando qualcuno critica il nostro aspetto. Le caratteristiche fisiche che ci contraddistinguono sono delle unicità da mettere in luce, e per poterlo fare vanno consapevolizzate.

La struttura di questo libro segue la procedura di una consulenza di immagine fatta dal vivo, in modo che chi lo legge possa portarsi

#### a casa delle informazioni utili e dei consigli estremamente pratici e semplici, da attuare in base alle proprie caratteristiche fisiche.

La consulenza di immagine viene vista come qualcosa che solo V.I.P. e personaggi dello spettacolo possono permettersi, ma io credo che la ricerca dell'armonia e della propria autentica bellezza debba essere a disposizione di tutti: il mio contributo in questo senso è la scrittura di questo libro.

Smart Beauty è uno strumento di partenza grazie al quale iniziare a elaborare la vostra strategia d'immagine, con l'obiettivo di creare quell'armonia estetica personale che vi contraddistingue, che è la vostra firma. Perché non c'è emozione più grande per una donna che quella di sentirsi bella, apprezzata e amata, anche grazie al suo aspetto esteriore e al suo stile.

Elisa Bonandini



01

## IL CONCETTO DI BELLEZZA

Un essere umano è una creatura estetica prima ancora che etica. (Joseph Brodsky)

#### COS'È LA BELLEZZA?

L'idea che ciascuno di noi ha della bellezza è molto personale, ma fino a un certo punto. Abbiamo una sensazione di ciò che è, e appena andiamo in profondità incontriamo difficoltà nel definirla. Cos'è la bellezza? Qual è la sua funzione? Come si può riconoscere, ed eventualmente progettare? Chi ne decide i canoni?

Il concetto di bellezza è profondamente legato a quello di natura: alle sue forme, ai suoi colori, odori, suoni e sensazioni. È legato al concetto di armonia, di simmetria, di ordine, di proporzione in contrapposizione al caos.

L'idea che la natura sia l'opera di un Dio supremo, che l'abbia plasmata creando leggi e regole universali, è antica quanto l'umanità: l'uomo contemplando la natura ne estrapola i segreti e li utilizza a proprio vantaggio.

## La bellezza è legata ai sensi, a ciò che sono in grado di percepire e che li stimola.

I sensi si sono sviluppati per aiutarci a interagire con l'ambiente che ci circonda, per riconoscere potenziali fonti di piacere (opportunità) e di dolore (minacce), in funzione al nostro codice genetico. Nella storia della natura è bello ciò che è forte, vincente, pericoloso, a volte spaventoso, mostruoso e letale. Vige la legge del più forte. Nel tempo l'essere "forte" quasi sempre coincide con l'essere "bello".

Bello è ciò che accende nell'uomo e nell'animale il desiderio di possedere, di unirsi per procreare. Bello è ciò che suscita stupore e brivido.

La parola inglese per stupore atonement, "at-one-ment", ovvero "essere uno con qualcosa", rende meglio l'idea: quella sensazione di perdersi nell'oggetto della contemplazione. Oppure il brivido di entrare in contatto con qualcosa di pericoloso che potrebbe seriamente danneggiarci, addirittura costarci la vita: il fascino del male, il cui potere ipnotico ci paralizza e sottomette.

#### QUANDO NASCE IL CONCETTO DI BELLEZZA

La bellezza nasce agli albori dell'umanità, che usava i sensi per sopravvivere ricercando ciò che rendeva la vita più piacevole e sicura, ed evitando ciò che la rendeva pericolosa e dolorosa.

Bellezza era sinonimo di grande valore e importanza per la sopravvivenza dell'uomo, e non solamente di piacere estetico: una donna in grado di dare al mondo figli sani e forti, un uomo grande cacciatore e guerriero, un animale che poteva nutrire una comunità intera, un predatore in grado di sterminare: essere oggetto del desiderio sia in positivo che negativo. Considerando la vita di decine di migliaia di anni fa, la scala dei valori era molto diversa: nutrirsi, difendersi, curarsi, coprirsi, ripararsi, accoppiarsi, procreare, crescere i figli. I sensi erano programmati per segnalare tutto ciò che poteva essere utile e rilevante. Essendo un animale sociale, per l'uomo la comunicazione tra i vari membri della propria comunità era vitale per la convivenza e la sopravvivenza. Immagini, sculture, simboli, gesti e suoni servivano a comunicare fissando certi modelli e

concetti nel tempo, in quel momento e per i posteri. Ciò che riusciva a comunicare in modo più efficace di altro, diventava il "più bello", e modello di riferimento. Questo modello doveva rappresentare in modo abbastanza preciso la natura con un certo livello di astrazione, o meglio generalizzazione, tralasciando dettagli non caratterizzanti. In un mondo pieno di pericoli la comunicazione doveva essere molto veloce e la rappresentazione della natura molto schematica, quasi simbolica. Come in tutte le culture i più bravi, i maestri, insegnavano la loro arte ai meno bravi, stabilendo certi canoni.

Soggetto e oggetto erano sempre persone o cose sotto gli occhi di tutti i giorni: un bravo cacciatore e guerriero, una donna fertile e formosa, un animale da caccia o da allevamento, un predatore, un fiore che attirava grazie ai suoi colori, alla sua forma o al suo profumo, un albero, un fiume... Nei millenni la rappresentazione della natura e la comprensione delle sue leggi sono diventate man mano più sofisticate ed astratte. Dalla semplice rappresentazione fisica-simbolica si è passati gradualmente alla metafisica e alle leggi fondamentali dell'universo che permettevano di prevedere i fenomeni e pianificare in anticipo. L'uomo non si accontentava più della semplice rappresentazione per immagini, ma indagava, prendendo spunto dai moti degli astri e dai cicli della natura, le leggi che ne erano alla base. Più leggi scopriva, più si convinceva che dovevano valere non solo per stelle e pianeti, ma anche per il corpo umano.

Da Pitagora in poi il mondo non è più stato fatto da immagini, ma da numeri e proporzioni. Al centro non era la mera forma fisica, ma le leggi che la governavano. Dalla fisica alla metafisica. La natura veniva descritta attraverso numeri che esprimevano ordine, grandezza e proporzioni, e l'armonia tra questi. La bellezza manifesta era l'esecuzione di una bellezza ideale racchiusa in numeri, proporzioni ed equazioni, il cosiddetto "canone", dal trattato dello scultore greco del V

secolo a.C., Policleto. Il canone era inteso come insieme di proporzioni matematiche alla base della perfezione estetica e dell'armonia. La perfezione non stava nei materiali e nelle forme, ma nelle proporzioni delle singole parti tra di loro, e tra ciascuna parte e l'intero. Le giuste proporzioni e la simmetria contrapposta all'asimmetria, erano alla base della bellezza. Questo fu il primo trattato che teorizzava il tema della bellezza e dell'armonia del corpo umano.

Sono state provate diverse combinazioni di numeri che potessero essere alla base della bellezza, ma solo una è costantemente presente anche in natura, ed è la sezione aurea, detta anche la "proporzione divina": questa proporzione vuole che 1 stia a 1,618 (Phi). Il Phi è il simbolo della sezione aurea, ed è anche l'iniziale del nome Fidia, l'architetto e scultore che la utilizzò nelle sue opere.

Il rettangolo aureo venne utilizzato poi da architetti, scultori e pittori come base per le loro opere: il Partenone, la Monna Lisa e l'uomo Vitruviano di Leonardo, la venere di Botticelli, per citarne solo alcune. Successivamente al periodo classico in poi infatti, divenne una costante nel mondo artistico, e artisti del Medioevo, del Rinascimento, e fino a Le Corbusier nel XX secolo, la utilizzarono nelle loro opere. La nostra percezione mostra una naturale preferenza per le cose in accordo con la sezione aurea, ancora e sempre.

#### COME VARIA LA PERCEZIONE DELLA BELLEZZA NEL TEMPO E DA POPOLO A POPOLO

In ogni periodo storico la bellezza è figlia del proprio ambiente. Oggetti del piacere e del dolore mutano in funzione di nuove conquiste, invenzioni, movimenti religiosi, guerre, epidemie o altre catastrofi. In funzione di ciò che è importante per una comunità, la bellezza cambia. La società, quando si evolve, usa strumenti sempre più sofisticati per esprimersi, dai graffiti nelle caverne alla fotografia.

Dai bisogni primari dei cacciatori in preda alla natura, a quelli delle dinastie di industriali e banchieri e dei leader politici, essi stessi predatori, il percorso è stato lungo. Dai piaceri materiali da soddisfare in stretta simbiosi con la natura, si è passati a piaceri sempre più immateriali e virtuali quasi del tutto indipendenti da quest'ultima. L'uomo dominatore indiscusso del pianeta è diventato lui stesso architectus mundi risolvendo progressivamente il legame con la natura. Arte e bellezza che fino a poco tempo fa erano figurative, sono diventate non-figurative, astratte. La natura che una volta era espressione massima di armonia e bellezza ha ceduto il passo all'uomo che si è auto-promosso essere supremo, in grado di decidere autonomamente del creato. Dalle leggi della natura si è passati a quelle delle emozioni e dei pensieri dell'uomo, e ai suoi mondi virtuali che rendono tutto possibile. La visione dell'Antica Grecia esprimeva nella Kalokagathia (bello = virtuoso) un certo equilibrio tra aspetto estetico e valori e virtù interiori. Il bello e buono, mens sana in corpore sano, la perfetta armonia tra l'essere e l'apparire nella quale né l'uno né l'altro deve prevalere, era il cardine del concetto di bellezza ancora fino all'Ottocento. Da guando l'uomo ha sottomesso il mondo, diventando onnipotente, solo il suo mondo interiore conta e la natura,

da casa, è diventata miniera da sfruttare.

Il materialismo dell'era dell'industrializzazione ha definitivamente spezzato questa visione che al bello esteriore debba necessariamente corrispondere un bello interiore, che nasce da una profonda comprensione della natura delle cose. Tutto è materia di cui l'uomo può disporre come crede, e la bellezza diventa ostentazione della propria ricchezza, del proprio potere, del proprio intelletto, nella massima soggettività e discrezionalità. Non contano più le leggi della natura, ma solo quelle dell'uomo, cosa pensa e sente. Fino all'avvento del web i canoni di bellezza per osmosi passavano da un'élite economico-culturale al resto della popolazione. Dagli anni ottanta in poi parte una progressiva volgarizzazione e banalizzazione del concetto di bellezza. All'élite si affiancano i capitani d'industria che con i loro esperti di marketing cercano di sfruttare al massimo il mercato globale, grazie al proprio potere economico e ai nuovi media. È l'enorme disponibilità di dati degli utenti, provenienti dal profiling dei social, che rende possibile lo sviluppo di trend e mode usa e getta e nuove icone del fashion. Nascono concetti come il lusso accessibile e il personal branding. Il culto dell'apparire, che grazie ai social media finalmente ha trovato il suo strumento perfetto appagando ogni forma di esibizionismo e voyeurismo. La mancanza di autoconsapevolezza ed equilibrio interiore rende il giudizio degli altri l'unico metro di misura

Ogni etnia ha una propria interpretazione di ciò che è bello. La concezione di bellezza di un popolo è legata a ciò che per quel popolo è stato, ed è rilevante, ai fini della convivenza e sopravvivenza. Solo ciò che è rilevante viene continuamente comunicato e codificato in simboli, forme, colori, gesti, suoni.

Questo dipende in larga misura dall'ambiente in cui vive, e da quanto è esposto all'influenza di altri popoli, l'uomo. Per sopravvivere

nel clima freddo della Norvegia, nei secoli l'uomo si è adattato a un certo modo di vivere che necessariamente è diverso da quello dell'uomo che vive nei deserti del Nord Africa o nelle foreste pluviali dell'Amazzonia. Caratteristiche fisiche, modelli comportamentali, indumenti, utensili che in un ambiente garantiscono la sopravvivenza, nell'altro significherebbero la morte. Sono belle le teste Olmeche, le danzatrici dei templi Hindi, le statue egizie e greco-romane, gli affreschi del Rinascimento Italiano. Ogni popolo ha i propri canoni di bellezza che spesso ad altri popoli non piacciono.

Storicamente, nella maggior parte delle etnie il troppo diverso, lo straniero, veniva sempre percepito con diffidenza, come una minaccia, e veniva emarginato se non perseguitato. Solo dall'inizio della globalizzazione è iniziato un processo di fusione di stili di culture diverse introducendo una maggiore apertura mentale e tolleranza. In un mercato globale aziende globali spingono verso una armonizzazione, se non omogeneizzazione, dei consumi, per creare e affermare dei brand globali.

Lo sviluppo digitale sta accelerando questo processo. Inevitabilmente le nuove generazioni perderanno una buona parte delle tradizioni della loro etnia d'origine, a favore di trend e fenomeni globali scoperti e messi sul mercato da aziende globali.

Nei secoli i canoni di bellezza sono diventati sempre più i canoni dei ricchi e potenti, strumenti di potere per piegare ai propri interessi economici il restante 97% della popolazione. I canoni della bellezza erano quelli dei popoli vittoriosi che dominavano mari e terre. Dall'Antichità ogni superpotenza ha lasciato le proprie tracce: Persiani, Greci, Romani, Spagnoli, Francesi, Inglesi, Tedeschi, Turchi, Arabi, Cinesi, Giapponesi, Americani. Dalla teoria delle razze, alla fisiognomica, all'eugenetica, all'etichetta spesso classista di aristocrazia, militari o corporazioni, fino ai canoni dei life style media e della moda: chi vince scrive la storia e decide dei vinti. Il debole

era brutto e veniva ridicolizzato ed emarginato.

La globalizzazione ha cambiato e sta cambiando questo paradigma. Culture e stili si fondono in un eclettismo che prende da ogni etnia gli elementi che piacciono. Piace il design italiano elegante e comodo, piace il minimalismo giapponese, la funzionalità tedesca e scandinava, il country e il dandy britannico. Ormai i canoni di bellezza dei singoli popoli si fondono in un'unica palette di canoni globali dalla quale attingere a piacere.

## ESISTE UNA BELLEZZA UNIVERSALE?

È la domanda delle domande. L'uomo Vitruviano ne è un esempio.

Non credo esista un modello di bellezza universale valido per tutti e sempre. Continuo a pensare che la bellezza sia mutevole in base al periodo storico e all'etnia di riferimento.

La globalizzazione comunque continua a spingere verso una omogeneizzazione dei canoni proponendo quelli occidentali, di matrice europea. Etnie con una forte identità, forgiatasi nei secoli, mantengono elementi caratterizzanti della loro cultura, ma vengono inesorabilmente pervasi dai canoni occidentali. Soprattutto le nuove generazioni, dai *millennials* in poi, praticano un eclettismo esteticofunzionale slegato dalle tradizioni della loro etnia.

Da una parte l'economia globale spinge verso modelli universali,

dall'altra chi non si identifica con questi modelli, ed è un numero crescente di persone, si crea modelli di nicchia alternativi. Questi modelli, quando toccano un numero sufficiente di consumatori, a volte diventano loro stessi trend globali, a volte invece restano emarginati.

Viviamo in un mondo in cui una parte importante della popolazione non svolge più lavori fisicamente impegnativi. Per cui diventa difficile capire dalla forma esteriore i valori e le virtù interiori di una persona. I canoni di bellezza necessariamente sono meno legati alle professioni come lo erano in passato. L'urbanizzazione globale ha da tempo superato il 50%. La maggioranza delle persone vive in grandi città. La digitalizzazione ha cambiato il nostro modo di vivere informatizzando, automatizzando e dematerializzando una gran parte di attività che fino a qualche decennio fa dovevano essere svolte da persone materialmente. Siamo costantemente connessi con il mondo attraverso strumenti digitali. Questi strumenti delle nuove tecnologie sono diventati delle specie di protesi, parti integranti del nostro corpo. Alla realtà materiale si aggiunge quella virtuale e quella aumentata, che offrono possibilità espressive mai avute. È facile perdersi in questo luna park che è il mondo contemporaneo, passando da attore protagonista a vittima di dogmi altrui. Adesso il mondo intero è a portata di click.

Cos'è la bellezza per me? Avendo una formazione artisticoumanistica sono sostenitrice del concetto greco dell'armonia tra essere ed apparire. Credo che con le dovute eccezioni l'aspetto esteriore in qualche modo debba riflettere la natura interiore di una persona. Credo che la bellezza debba ispirare e stimolare a creare un mondo migliore.

Viviamo invece spesso situazioni in cui il nostro modo di apparire deve conformarsi ai canoni di successo del nostro gruppo sociale di riferimento. Seguiamo le mode dei nostri idoli che incarnano il successo inteso come denaro, potere e fama. Mentre in passato conformarsi era spesso un obbligo fisico (pensiamo alle uniformi e divise nelle scuole, nelle caserme, l'etichetta delle classi dirigenti), adesso è più una necessità psicologica: essere accettati, rispettati e stimati sentendosi parte di un gruppo, condividerne valori e attributi, esprimere la propria posizione all'interno del gruppo con l'ambizione di migliorarla, è da sempre tipico di un animale sociale.

#### BELLEZZA OCCIDENTALE

Nel mondo il modello di bellezza dominante è quello occidentale. Dai tempi di Cristoforo Colombo fino alla prima guerra mondiale, per secoli le potenze europee avevano colonizzato e dominato il mondo imprimendo la loro cultura e i loro canoni. Dall'era dell'industrializzazione in poi, con lo sviluppo dell'industria bellica, questa supremazia si è ulteriormente rafforzata. Le teorie sulla supremazia della razza bianca, o meglio caucasica, sono un triste ricordo di questo periodo. In questo mondo governato dalle potenze militari il fisico marziale ha sempre esercitato un fascino particolare. Questo fisico era in netta contrapposizione a quello più esile artistico e intellettuale. L'altro modello di riferimento per secoli è stato quello dell'aristocrazia che fuggiva attività fisiche pesanti a cielo aperto, alla luce del sole. Fisico atletico ma senza eccessi di muscolatura, pelle bianca come la neve, mani lisce ed eleganti. Erano questi i canoni ai quali aspirava la borghesia e la classe media. Ancora oggi in gran parte dei Paesi non europei il colore di pelle bianco è sinonimo di status sociale. Lo testimoniano gli scaffali pieni di creme sbiancanti nei supermercati asiatici.

Lo stile britannico per secoli ha dettato legge in quello che era il più vasto impero coloniale fino alla seconda guerra mondiale. Da quel momento in poi gli Stati Uniti d'America hanno preso in mano il testimone. Ma partendo dalla stessa matrice culturale il cambiamento è stato contenuto. L'unico continente che è riuscito a dare un'impronta importante è quello asiatico, prima grazie alla potenza economica del Giappone, poi con l'avvento della Cina. Solo nell'ultimo decennio la Cina è sorta a nuova potenza in grado di contrapporsi economicamente, militarmente e culturalmente.

#### CANONI DI BELLEZZA E STEREOTIPI

Nel libro "Survival of the prettiest" scritto dalla psicologa Nancy Etcoff, ricercatrice nel campo della percezione della bellezza, del benessere e i meccanismi del cervello, si evince come la ricerca della bellezza per sé sia un piacere e un bisogno basico dell'umanità: persino in cattive condizioni di salute l'uomo non vuole rinunciare a curare il suo aspetto esteriore e se ne preoccupa. La Etcoff sostiene che la nostra mente non distingue così facilmente l'apparenza dalla sostanza. In fondo sono poche le persone che credono davvero che la relazione tra l'esteriorità e l'interiorità sia arbitraria o accidentale. In nome della bellezza, dai tempi dei tempi, l'umanità ha sofferto per tatuarsi, incidersi, colorarsi, acconciarsi i capelli e adornarsi con ogni genere di accessorio.

Oggigiorno ci si sottopone addirittura a operazioni chirurgiche in nome della conquista di un corpo e un viso più proporzionati, più giovani e attraenti.

## Quando guardiamo una persona, uomo o donna che sia, abbiamo già uno stereotipo in mente. Qualità della pelle, lucentezza dei capelli, forma del corpo, simmetria del viso.

Nella nostra testa abbiamo un modello di riferimento dettato dal corso dell'evoluzione, secondo cui una donna doveva avere il giro vita stretto, il seno florido, i fianchi dolcemente pieni (la tipica forma a clessidra, quella considerata come forma ideale femminile), e un viso dalla pelle liscia, simmetrico, con lineamenti sottili e labbra carnose, per essere considerata in salute e idonea alla riproduzione agli occhi dell'uomo. Un uomo doveva essere alto, muscoloso, con i pettorali ben sviluppati, la vita asciutta (la tipica forma a trapezio, quella considerata come forma ideale maschile) e un viso simmetrico, squadrato (simbolo di dominanza) con mento prominente e occhi intensi, per essere considerato dalla donna un buon compagno che garantisse un futuro sicuro e decoroso.

Queste caratteristiche fisiche, sostiene la Etcoff, erano segno di buon "materiale per la riproduzione" e sono state assimilate dalle persone come riferimento. I nostri occhi registrano dunque tutto ciò che si discosta da questi canoni, ed ecco entrare in gioco il concetto di "difetto". Abbiamo un naso lungo e storto? È considerato un difetto perché non è ritenuto bello quanto un naso affusolato e dritto. Il punto vita non è segnato e sottile, ma pieno con la pancia sporgente? È considerato un difetto perché rende la figura più goffa e appesantita. Purtroppo questi stereotipi, provenienti sì dall'evoluzione ma anche dai media che ci propinano modelli estetici impossibili da raggiungere, sono così radicati in noi che ragioniamo ormai in termini di "difetto" e non di "caratteristica". L'accezione è sempre negativa e mai neutrale!

Se facciamo un discorso prettamente femminile poi, la Etcoff ci ricorda come sia stato provato nella maggioranza delle culture che per l'uomo l'aspetto fisico di una donna è molto importante, molto più importante che l'aspetto fisico di un uomo per la donna. Per questo motivo, e per il retaggio culturale secondo cui l'uomo è cacciatore e la donna è preda e deve farsi continuamente scegliere, la donna ha sviluppato la sua arte nel rendersi più attraente ed appetibile agli occhi dell'uomo. Ancora oggi e sempre di più il make-up, le tinte per i capelli, la cosmesi, la medicina estetica e le diete, sono strumenti quotidiani di cui si avvale la donna con l'unico scopo di rimanere attraente, apparentemente giovane e desiderabile.

# IL VIAGGIO ALLA RICERCA DELLA PROPRIA AUTENTICA BELLEZZA

Quando veniamo percepiti "belli" dunque? Volenti o nolenti ci rifacciamo a quei modelli che abbiamo in testa e a cui ci paragoniamo, e non potendo cancellare qualche millennio di storia, bisogna fare gioco forza e capire come "armonizzare" e rendere più piacevole la nostra immagine con quello che ognuno di noi ha a disposizione. Le informazioni che troverete da qui in poi vogliono essere dei consigli pratici su come ricreare nella vostra immagine una certa armonia e piacevolezza a livello di colori, linee e forme, partendo da una struttura che è inutile voler totalmente alterare: il vostro corpo e il vostro viso con le loro caratteristiche naturali.

I principi della consulenza di immagine lavorano per "ripetizione" o per "contrasto" infatti, con l'intento non di alterare completamente quello di cui la natura ci ha dotato perché non è possibile, ma di consapevolizzarlo

obiettivamente e saperlo gestire nel migliore dei modi.

La naturalezza assoluta, del resto, non è sempre sinonimo di soddisfazione e felicità, e credo fermamente non ci sia nulla di sbagliato nel voler apportare dei miglioramenti alla propria immagine, là dove può aiutare a farla percepire più piacevole e armonica, e dove ci può far sentire più attraenti e sicure.

Siamo "autentiche" nel momento in cui ci avviciniamo di più all'ideale che desideriamo per noi stesse. Il make-up, i capelli, l'uso dei colori, l'abbigliamento, gli accessori, il profumo, sono strumenti preziosi che una donna ha per ricreare la propria autenticità e idea di bellezza: la miglior versione di se stessa!

La percezione della nostra immagine del resto non funziona per compartimenti stagni, bensì nel suo complesso. Chi ci guarda percepisce un insieme, per questo quando si intraprende un cambiamento nella propria immagine è bene non lasciare indietro nulla. A cosa serve una bellissima capigliatura che incornicia il viso se questo non è sapientemente valorizzato anche da un bel make-up e da colori che si sposano bene all'incarnato? Lo scopo (e l'astuzia!) è saper mettere in risalto le proprie caratteristiche naturali, oggettivamente belle, e camuffare quelle oggettivamente meno piacevoli, che interferiscono nella percezione generale dell'immagine.

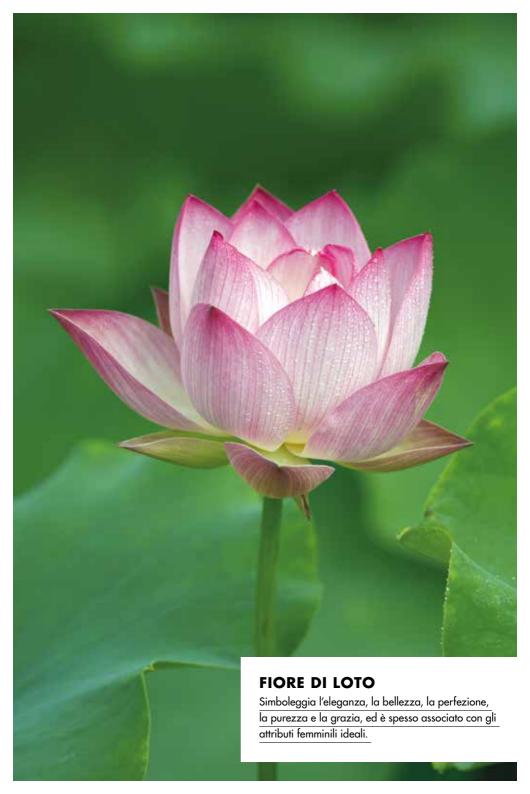
Per esperienza posso dire che spesso non ci si valorizza quanto si potrebbe perché non si consapevolizza mai fino in fondo il proprio potenziale di immagine. Siamo assuefatte dalla nostra personale visione allo specchio, una visione "viziata" per come ci vediamo noi e non per come ci vede il mondo, e tendiamo a compiere gli stessi gesti immutati, per anni. L'aver sempre fatto in quel modo, la pigrizia,

la presunta mancanza di tempo, il disinteresse, la paura di cambiare, ci portano a fare il minimo indispensabile, e a volte neppure quello. Un famoso look maker a livello internazionale, che ebbi il piacere di ascoltare durante un evento, disse: "Truccarsi sempre nello stesso modo è come indossare sempre lo stesso paio di mutande!".

Viso e corpo cambiano col trascorrere degli anni, è importante adeguarsi al cambiamento rinnovando il proprio stile per apparire sempre "fresche" e attuali. Per fare questo è necessario conoscersi e sapere fino a dove ci si può spingere, lì dove c'è più armonia e bellezza in base alle proprie caratteristiche naturali.

Il percorso che farete in questo libro mira a farvi consapevolizzare le vostre potenzialità estetiche, analizzando pezzo per pezzo le varie caratteristiche del corpo, e rispondendo con soluzioni che ricreino armonia ed equilibrio. Ogni suggerimento o consiglio non è solo frutto di studio e aggiornamento continuo, ma è frutto della mia esperienza con centinaja di donne.

Siete pronte? Inizia qui il viaggio alla ricerca della vostra più profonda e autentica bellezza!



#### RINGRAZIAMENTI

Trovo il ringraziamento un atto elegante, che dice molto dello stile di una persona. Ci sono mille modi per ringraziare, e in un libro pare si faccia così, si dedica un paragrafo intero alla fine.

Il primo ringraziamento va a chi ha fatto in modo che io sia qui a scrivere i ringraziamenti, e cioè al mio compagno Alexander. Poco tempo dopo avermi conosciuto mi disse che avrei dovuto scrivere un libro. A quel tempo sorridevo di questa sua idea; oggi a distanza di 1 1 anni ha letteralmente fatto in modo che accadesse.

Ringrazio la mia famiglia e le mie amiche del cuore che mi hanno sostenuto molto in questi 5 anni. Ognuno di loro ha contribuito a fare in modo che io non mollassi, e oggi sono ancora qui. Non solo, ho pure messo la mia faccia sulla copertina di un libro... che ho scritto io!

Una menzione speciale va a Elena e Janina, loro sanno perché.

Ringrazio le mie colleghe e mentori Angela e Rossella, che per prime hanno creduto in me insegnandomi tanto e dandomi opportunità.

Ringrazio tutte le meravigliose persone che in questi anni si sono affidate a me, la loro fiducia è il regalo più bello che potessi mai ricevere. Ringrazio Elena Benvenuti di Eifis Editore, per aver creduto e investito in questo progetto. Avere un editore che crede nel tuo libro e lo realizza è un'opportunità rara e preziosa. Ringrazio Davide Cortesi, Art Director di Eifis Editore, per aver realizzato la bellissima veste grafica di questo libro.

Ringrazio i miei amici Sara e Richard, che per me e la mia "missione" hanno fatto tantissimo, ad esempio creare la connessione per la realizzazione di questo libro.

Ringrazio Alice (fotografa) e Tonia (Make-Up Artist), le artiste che hanno realizzato la foto per la copertina, che adoro (e immaginate quanto possa essere difficile accontentarmi se l'immagine di cui si parla è la mia!).

Ringrazio chi leggerà questo libro e vorrà condividerne il valore, regalando e diffondendo il suo messaggio a quante più donne possibile!

#### CONCLUSIONI

Se sei arrivata fino a qui devo farti i complimenti! Hai scoperto la tua forma di viso e la tua body shape? Hai magari già cambiato taglio e colore di capelli e finalmente ti piaci? Sai a quale famiglia di colori appartieni? E col trucco come sei messa? Spero tu abbia rubato qualche nuova tecnica utile. E che mi dici dello stile? Quanto mi piacerebbe vedere le tua "style mood board", sono sicura che ti sei divertita a realizzarla, come mi sono divertita io qualche tempo fa! Se hai messo in pratica anche solo un quinto di tutti i consigli che sono raccolti in questo libro, e ne hai tratto beneficio e soddisfazione, guardandoti con occhi nuovi, ecco io ho raggiunto il mio scopo. Possiamo dire che sei una donna "nuova", che hai cominciato un percorso di consapevolizzazione della tua immagine, un nuovo modo di vederti e valorizzarti, e da questo momento in poi vorrei che fosse per te tutta una salita. Come diceva Cesare Pavese "L'unica gioia al mondo è cominciare. È bello vivere perché vivere è cominciare, sempre, a ogni istante".

Se ci pensi probabilmente da bambina non ti preoccupava l'aspetto così tanto, come da adolescente o adulta. Quando si è bambine ci si piace, non ci si pone proprio il problema di non piacersi, ci si diverte nell'indossare i colori, si gioisce a portare un fiocco colorato tra i capelli, si gioca a indossare le scarpe col tacco della mamma, e vestirsi è un gioco. Non si mette in dubbio la propria bellezza, minando la propria autostima. Te lo ricordi quanto ti piacevi quando

eri bambina? Crescendo però, invece di portarti su un palmo di mano ed essere orgogliosa di come sei, fai di tutto per trovare quello che non va, concentrandoti su quello che avresti voluto di diverso, quello che prima o poi devi cambiare e quello che ti ha impedito di fare o raggiungere delle cose che desideravi. Incolpi gli altri di non apprezzarti, ma sei la prima a non apprezzare te stessa.

La cura di sé e il piacersi non dovrebbero avere nulla a che fare con il peso, con l'età, con delle caratteristiche del tuo corpo che non ti piacciono, con le disponibilità economiche, con la vita che magari non è stata gentile con te. C'è sempre un modo per valorizzarti, c'è sempre un modo per essere fiera di come sei, e c'è sempre un modo per pensare alla tua bellezza positivamente e serenamente: hai il dovere di tornare a guardarti con gli occhi di quando eri bambina.

Questo percorso che abbiamo fatto insieme è tutto quello che so, fino ad oggi, di come si può migliorare l'aspetto e goderne appieno, ma da qui in poi ti passo il testimone. Ora conosci tutti i segreti di come valorizzare la tua immagine con le sue caratteristiche così come sono, non hai più scuse per non piacerti! So che non renderai tutto questo un lavoro vano, e che da oggi ti porterai su un palmo di mano, dove tu, con la tua riconquistata autentica bellezza, meriti di essere.

Buona vita!

#### **BIBLIOGRAFIA**

Color Analysis. What? Why? How?, Pamela Graham, Amazon Media EU S.a.r.l.

Color your style How to wear your true colors, David Zyla, Ed. Penguin Books

Face Value: the irresistible influence of first impression, Alexander Torodov, Ed. Princeton Univer Pr

Image Matters! First steps on the journey to your best self, Lauren Solomon, Ed. E Squared Publications

Histoire D'Ondes, Mauro Beggi e Monica Cocconi, Ed. Corsiero Editore

Looks: why they matter more than you ever imagined, Gordon L. Patzer, PH.D., Ed. AMACOM

Reinvent yourself with Color me beautiful, Joanne Richmond, Ed. Taylor Trade Publishing

Subliminally exposed, Steven Dayan MD, Ed. Morgan James Publishing Ilc

Survival of the prettiest: The science of beauty, Nancy Etcoff, Ed. Anchor Books

The triumph of individual style, Carla Mason Mathis e Helen Villa Connor, Ed. Timeless Editions

VOGUEABOLARIO - Le parole della moda, Giovanna Errore, Ed. Youcanprint Self-Publishing

You are what you wear: what your clothes reveal about you, Dr. Jennifer Baumgartner, Ed. Da Capo Lifelong Books

## RESTIAMO IN CONTATTO

Questo libro ti è piaciuto e vuoi entrare in contatto con me per approfondimenti, domande, osservazioni o per una consulenza personalizzata?

Scrivimi a info@elisabonandini-imageconsulting.com

Visita il mio sito e leggi il mio blog: www.elisabonandini-imageconsulting.com

Segui la mia pagina Facebook: Elisa Bonandini Image Consulting

"L'obiettivo, leggendo questo libro, è di consapevolizzare cosa funziona in base alle proprie caratteristiche fisiche, e di saper ricreare un buon livello di armonia generale, dato che la nostra immagine non è percepita a comparti stagni, ma nel suo insieme.

Il raggiungimento di un'immagine piacevole e armonica non è astrazione, estro o casualità, ma metodo. Picasso disse: 'impara le regole come un professionista, in modo da poterle rompere come un artista. Le immagini possiedono delle regole di composizione, così come una sinfonia musicale, una formula matematica o un composto chimico.'

Saper padroneggiare queste regole significa conoscersi più a fondo, sapere cosa scegliere per sé senza farsi condizionare da quello che i media e la moda ci propinano indistintamente, ed essere più sicure quando qualcuno critica il nostro aspetto".

Elisa

ART DIRECTOR: DAVIDE CORTESI
PROGETTO GRAFICO: GOLDEN.BRAND COMMUNICATION

