

Ossessione 'glow up': la trappola del 'prima e dopo' nell'era di TikTok

LINK: https://www.lastampa.it/moda-e-beauty/2024/11/13/news/ossessione_glow_up_la_trappola_del_prima_e_dopo_nell_era_di_tiktok-423614997/



D Moda Gioielli Tendenze Beauty Chi siamo Ossessione 'glow up': la trappola del 'prima e dopo' nell'era di TikTok di Martina Manfredi Anne Hathaway in una scena del film "Il diavolo veste Prada" (IPA) Sui social è di moda chiedere consigli per migliorare il proprio aspetto fisico, ma oggi i percorsi di miglioramento sembrano non finire mai: come siamo diventati dipendenti dal makeover di bellezza? 13 Novembre 2024 alle 00:00 2 minuti di lettura Il significato letterale è risplendere, ma la tendenza social del 'glow up' non è priva di ombre. Inteso come percorso per imparare a valorizzarsi al meglio, il 'glow up' su TikTok ha perso il riferimento al lavoro più interiore per diventare una corsa alla trasformazione estetica e a migliorare continuamente il proprio aspetto fisico grazie a trucco, skincare, ginnastica facciale, cambio di hairstyle, dieta, allenamento, nuove

abitudini di vita più sane, eccetera. @theglowupsgal For a private makeover, click link in bio #glowup2024 #glowup #howcanibeprettier #glowuptips #selfcare #girltips #usa ? These Words - Natasha Bedingfield Esiste addirittura un account Instagram e TikTok, The Glowups Gal, che offre un servizio di makeover (da poter fare sia in pubblico che in privato): in risposta a un proprio video a mezzo busto in cui si chiedono consigli 'onesti e brutali' per essere più belle, l'account fornisce una propria immagine con le modifiche (digitali) consigliate, dal trucco su misura al taglio e colore di capelli pensati per esaltare i lineamenti. Se a questi video si sommano anche i Get ready with me for school delle Sephora tweens, che mostrano le proprie routine di bellezza per andare a scuola, e i tutorial al maschile di #looksmaxxing con cui i ragazzi si rimodellano i loro

volti, si capisce che il makeover di bellezza sui social è diventato un tema preponderante, quasi ossessivo. @valeriiaveksler Never too old! Agree? As a registered Nurse who spent over 7 years practicing face fitness, I've finished muscle anatomy courses from Harvard, learned myofascial techniques from the top masters of facia in the world to now help 17000+ people worldwide with my Face Fitness System how to glow-up naturally! Gain access to 100+ face fitness techniques, body practices, meditations, podcasts, live sessions with me while also enjoying marathons for forehead wrinkles, hooded eyes, eye bags, and many more! Never too late to glow up! #transformation #glowup #transformationreels #facefitness #faceyoga ? original sound - Valeriia Veksler Non che sia del tutto nuovo: la trasformazione estetica fa parte della nostra tradizione narrativa da quando siamo

bambine. Molti film, infatti, ci hanno insegnato che il restyling è propedeutico a diversi scopi: a Cenerentola, per esempio, è servito a trovare l'amore, così come anche alla Sandy di Grease, alla Toulou de Il mio grosso grasso matrimonio greco e alla Giada di Come tu mi vuoi. In altri casi, invece, serve a fare carriera, come dimostra il film Il diavolo veste Prada, e in altri ancora a ottenere popolarità, come succede a Mia in Pretty Princess (di cui è in arrivo il terzo capitolo) e a Cady in Mean Girls. Visualizza questo post su Instagram Un post condiviso da Anne Hathaway (@annieehathawayy) Rispetto a questi film, però, oggi il makeover non è più qualcosa che serve come passaggio per arrivare a un'altra meta. 'Mentre a Cenerentola il glow up era funzionale al matrimonio, oggi che non abbiamo più quella finalità, l'abbellimento è qualcosa di replicabile all'infinito perché non si esaurisce con il raggiungimento di un obiettivo', ci dice la psicoterapeuta Loredana Cirillo. 'Ora che non ci facciamo più belle per un fine, il makeover rimane un valore assoluto e questo forse ci sgomenta un po'', continua la psicoterapeuta. Secondo la ricerca The Real

State of Beauty di Dove (fatta su 33.000 donne in 20 paesi, tra cui l'Italia), questa eccessiva importanza data dalla società all'aspetto fisico ha aumentato la pressione a uniformarsi a standard di bellezza predefiniti. Quasi 2 italiane su 3, infatti, ritengono che le donne di oggi debbano essere più fisicamente attraenti rispetto alla generazione delle loro madri. Per il 70% degli intervistati le donne e le ragazze devono apparire in salute, per il 66% devono essere snelle, ed 1 donna su 2 devono avere una vita stretta, pur essendo formose. 'Oggi cura e bellezza sono valori estremizzati, che nascondono un deficit sociale di autenticità: la bellezza autentica è un discorso molto sponsorizzato ma poco attuato e anche a livello emotivo c'è la necessità di fare mostra di sé sempre in termini positivi', ci dice la dottoressa Cirillo, che spiega questa dinamica anche nel suo ultimo libro 'Soffrire di adolescenza' (Raffaello Cortina Editore). 'La tendenza all'assoluta ricerca di bellezza è frutto di un vuoto identitario di valori e di prospettive intorno al futuro che caratterizza il nostro tempo', conclude la psicoterapeuta. 'Il tema del vuoto è quello più

lamentato dai ragazzi di oggi che, per voragini affettive e identitarie, non sanno cosa vogliono diventare'. © Riproduzione riservata