GRAZIA

€ 2,00
settimanale n. 38
3/9/2020
Settembre 2020

UN NUMERO STRAORDINARIO DEDICATO ALLA

LIBERTÀ di espressione

DIRETTORE OSPITE

Instagram

GRUPPO MONDADORI
9 771120 511004 02038

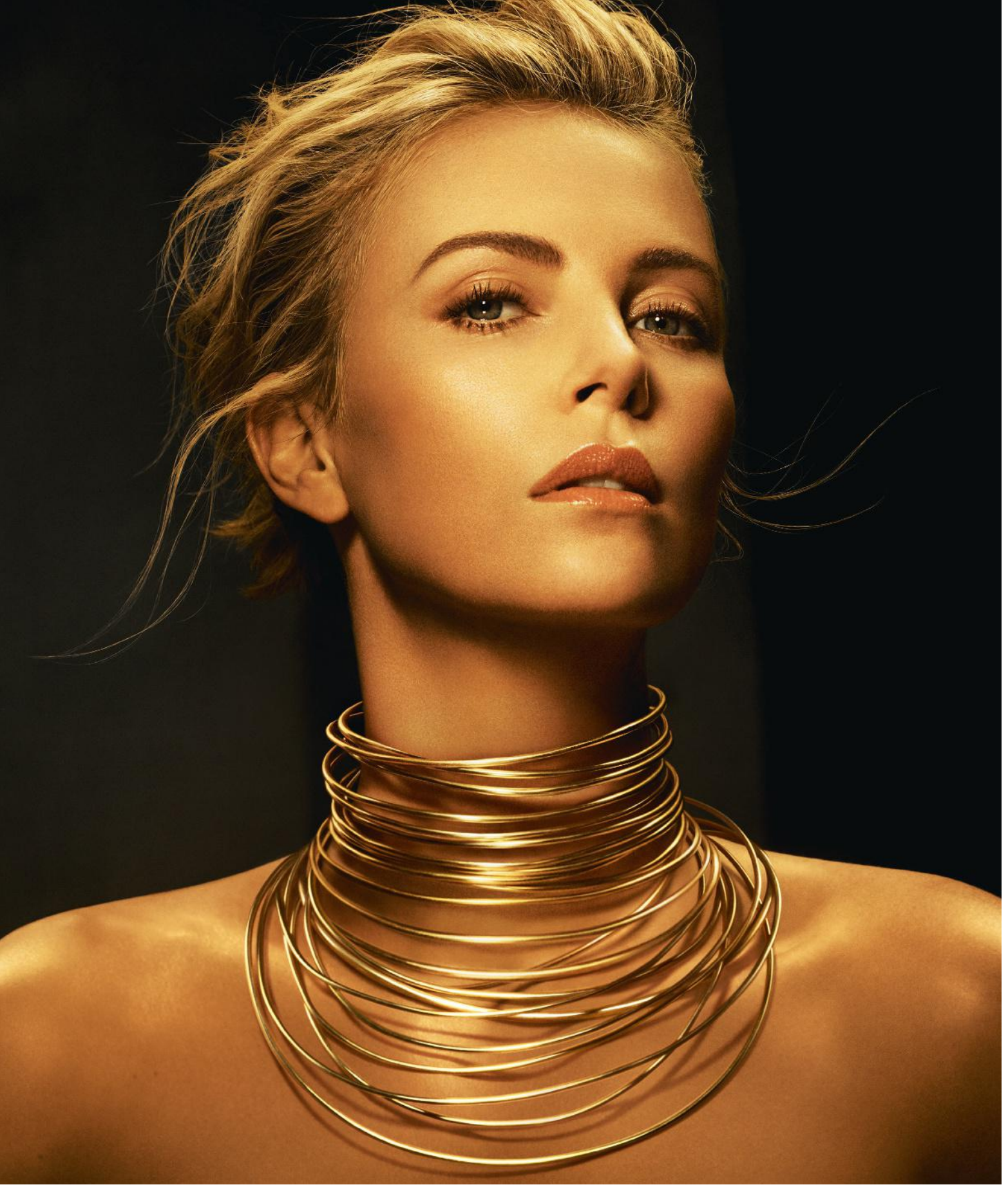
QUESTA COPERTINA CONTIENE SORPRESE ANIMATE.
SCOPRI COME ATTIVARLE

DIOR.COM OnLine 02 38 59 88 88

J'adore

INFINITELY WOMAN

LA NUOVA EAU DE PARFUM
INFINISSIME



DIOR

Tiffany.com | ©2020 T&CO.

TIFFANY & CO.

Introducing Tiffany

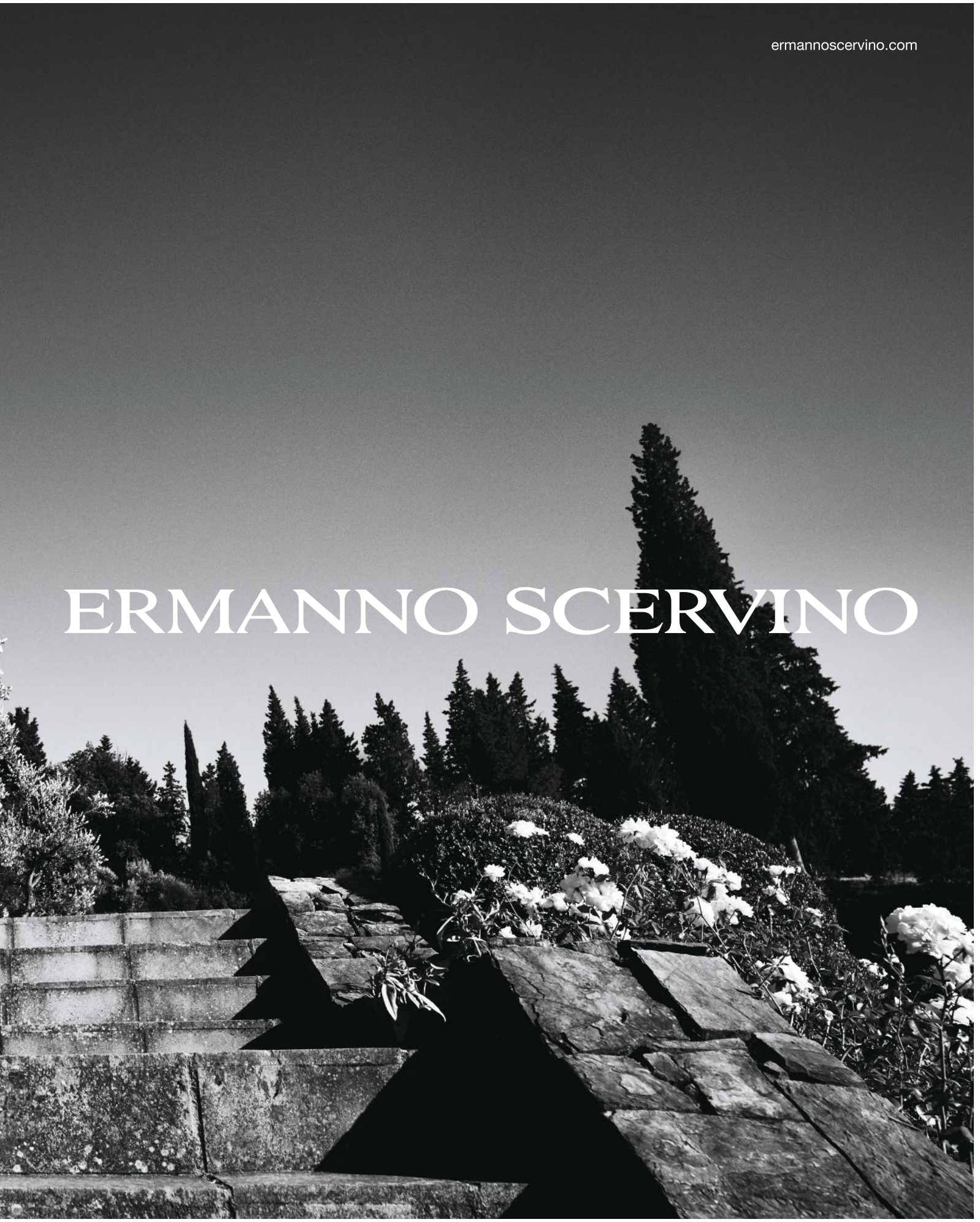
Ti

ZOEY DEUTCH - DISCOVER MORE ON FENDI.COM

FENDI

ermannoscervino.com

ERMANNO SCERVINO



BRUNELLO CUCINELLI

Da qui mi piace riprendere il cammino
verso un Umanesimo Universale

www.brunellocucinelli.com

TVRBI
MACRETI
TARIARIA
CHIORZA
ANIAN
CIRCASIA
NOGAI
CARACORAN
DESERTO
TANGVT
DESERTO
DE
LOP
MARE CASPIO
MARE MAGIORE
MARE
MEDITERRANEO
MISOPOTAMIA
PERSIA
GOLFO
PERSICO
INDIA
CALICVT
MARE ROSSO
ARABIA FELICE
MARE DI INDIA
MARE OCEANO ORIENTALE
OCEANO MERIDIONALE

BETTER FUTURE
IS OUR EVERYDAY CHALLENGE.

FOR OUR MODELS WE ARE INSPIRED BY THE FUTURE. YOURS.

PEUTEREY

LIFE IS AN EVERYDAY CHALLENGE.

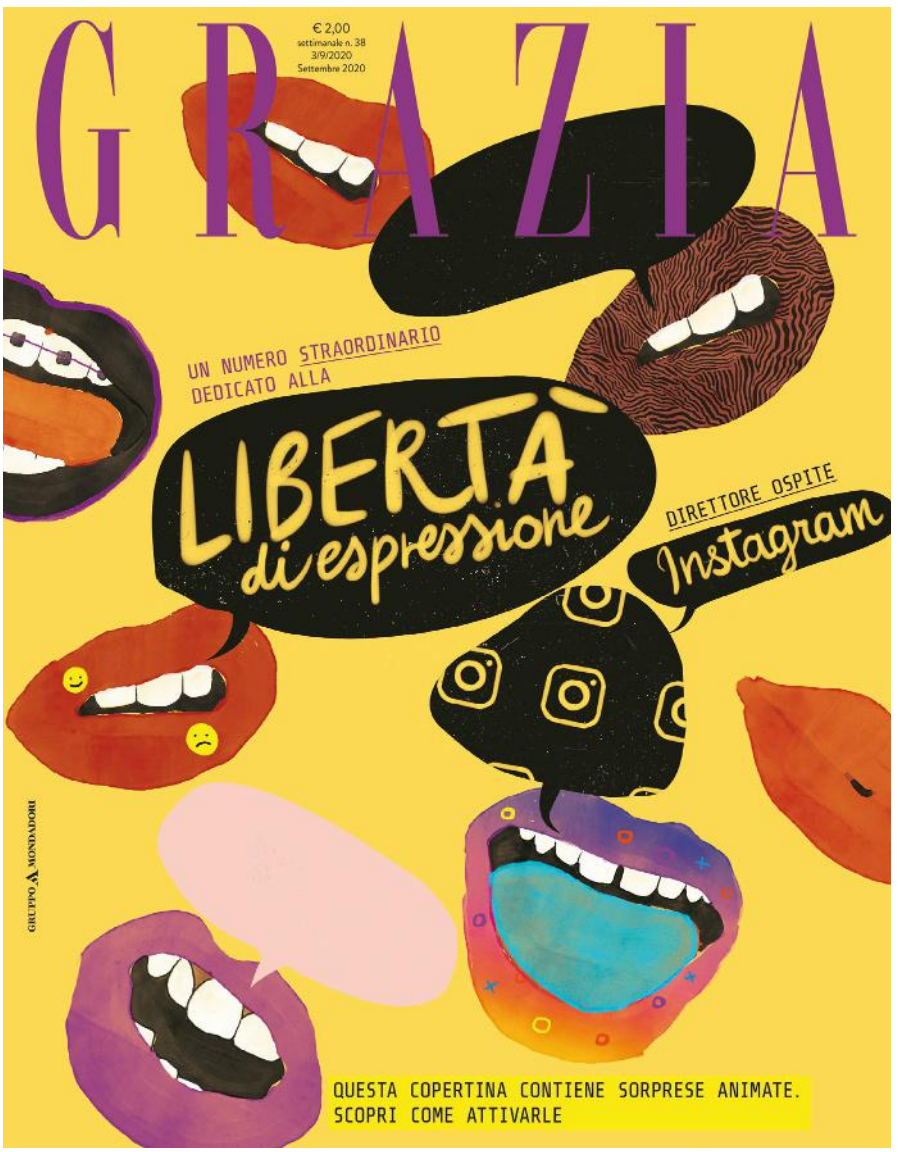
MAISIE WILLIAMS.
MEMBER OF THE PASHA
COMMUNITY ON CARTIER.IT

PASHA DE *Cartier*

+39 02 30 26 548

INQUADRA LA COPERTINA, SCOPRI LE SORPRESE ANIMATE

LA COPERTINA DI QUESTO NUMERO DI *GRAZIA* PRENDE VITA SU INSTAGRAM GRAZIE ALLA TECNOLOGIA DELLA REALTÀ AUMENTATA. LEGGI QUI COME FARE



1
Assicurati di avere la versione aggiornata dell'app di **Instagram** sul tuo smartphone

2
Inquadra il codice QR qui sotto e attiva il filtro **"liberalatuavoce":**

Oppure apri **Instagram** e cerca l'account **@grazia_it**

Clicca sull'**icona dei filtri** sotto le storie in evidenza, poi sul filtro "**liberalatuavoce**", infine su "**Provalo**"

Il filtro ha 2 modalità:
puoi scoprire la cover in realtà aumentata inquadrando la copertina di *Grazia* con la fotocamera frontale, oppure usare la selfie camera per attivare gli effetti sul tuo volto.

REGISTRA UN VIDEO E CONDIVIDILO NELLE TUE STORIE CON L'HASHTAG #LIBERALATUAVOCE TAGGANDO @GRAZIA_IT

128
LA MODA SEI TU

Giacca su dolcevita a motivo *Monogram*, gonna a strati, stivaletti (tutto **Louis Vuitton**). Filtro Instagram: *My Butterflies* (*@silichmasha*). Guarda il nostro servizio realizzato con i filtri più creativi di Instagram e scopri su *Grazia.it* come usarli per condividere con noi le tue storie di stile.

15 SPECIALE
Inquadra la copertina, scopri le sorprese animate

24 EDITORIALI
di Eva Chen e Silvia Grilli

26 LA POSTA DI *GRAZIA*

32 GLI INDISPENSABILI DELLA SETTIMANA

ATTUALITÀ

40 DIRETTRICE OSPITE
Eva Chen: «La rivoluzione di essere se stessi»

47 L'AUTORE DELLA COPERTINA Marino Capitanio: «Rendo più bella la nostra realtà»

52 INCHIESTA Il futuro è già diverso

60 AL DI LÀ DELL'INTEGRAZIONE
Mahmood: «Io sono l'Italia»

66 LA SFIDA DELL'INCLUSIONE
Awkwafina: «Sono l'asiatica che cambierà il mondo»

76 DALLA PARTE DEGLI ESCLUSI Elodie: «Sono la voce di tutte le voci»

83 L'IMPORTANZA DI VOTARE Whoopi Goldberg: «L'America ha bisogno del nostro colore»

88 BENESSERE DEMOCRATICO
Kristen Noel Crawley: «Usiamo il potere della bellezza»

92 PER LA FRATELLANZA
Cynthia Erivo: «Il coraggio di dire no»

96 IL DESIDERIO DI PIACERSI Stefano Guerrera: «C'è bisogno di uomini nuovi»

Foto CHARLIE GRANT

EMPORIO ARMANI
shop online at ARMANI.COM follow @emporioarmani

116
COCO REBECCA EDOGAMHE

Per l'attrice Coco Rebecca Edogamhe, giacca e shorts con inserti di pizzo, calze in cotone, sandali con plateau (tutto **Gucci**).

100 CON I PIÙ DEBOLI
Gugu Mbatha-Raw: «Cureremo le nostre ferite»

104 CONTRO OGNI ETICHETTA
Harper Watters: «Libero di danzare»

111 UNITI DA UNA PASSIONE Loretta Grace: «L'uguaglianza si raggiunge anche con un fondotinta»

116 GIOVANI ICONE
Coco Rebecca Edogamhe: «Siamo la nuova generazione»

MODA

128 LA MODA SEI TU

149 SHOPPING
Belli, senza tempo

157 TENDENZE
Una nuova sensibilità

165 LOVE Nel segno del vintage

167 LOVE Il gioiello ecologico

169 LOVE La forza della natura

170 STREET STYLE

BEAUTY

176 IL MAKE UP CHE FA BENE

184 BEAUTY CONFIDENZE
Il mio trucco per essere unici

188 LOVE Libertà di movimento

LIFESTYLE

192 CULTURA •Italia Social Club •Televisione •Fotografia •Mostre •Miguel Gobbo Diaz •Libri •Lana Del Rey •Festival

209 GLI IRRINUNCIABILI DEL DESIGN

213 CUCINA La natura è servita

216 INDIRIZZI

218 OROSCOPO

Foto FEDERICO BARBIERI

Salvatore Ferragamo
FERRAGAMO.COM

40

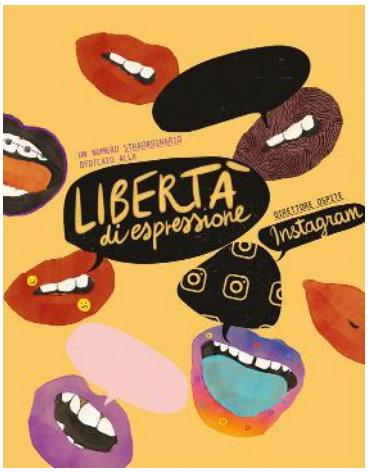
EVA CHEN
In questo numero speciale di *Grazia* realizzato in collaborazione con Instagram, l'icona del web e direttrice ospite spiega la sfida che l'appassiona: raccontare un mondo sempre più inclusivo.

60

MAHMOOD
Ritrovare se stessi e dar voce alle proprie battaglie: questa è la ricetta per ottenere la libertà. Lo dice il rapper intervistato da *Grazia*.

GRAZIA
GRUPPO MONDADORI

IN COPERTINA



La cover di questo numero speciale di *Grazia* in collaborazione con Instagram è stata realizzata dall'artista visuale Marino Capitanio. Si anima grazie alla realtà aumentata. Vai a pagina 15 e scopri come fare.

IL MAKE UP CHE FA BENE
Vegani, naturali, a basso impatto ambientale. Un cosmetico su due ha un cuore ecologico e una missione etica. Su *Grazia* vi raccontiamo i più efficaci.

176

76

ELODIE
La cantante racconta a *Grazia* la sua ricerca della libertà e la missione che si è data: essere la voce di chi non ha voce.

116

COCO REBECCA EDOGAMHE
L'attrice rivelazione della serie *Summertime* vuole diventare il volto degli italiani di seconda generazione.

128

LA MODA SEI TU
Gli abiti e gli accessori del momento sono inclusivi e sostenibili. *Grazia* li ha fotografati con i filtri più creativi di Instagram che ora puoi usare anche tu.

104

HARPER WATTERS
Il ballerino e attivista per i diritti civili parla del suo impegno perché tutti possano trovare la felicità superando i loro limiti.

NEL PROSSIMO NUMERO
SPECIALE MODA

Per iniziare la stagione con l'energia giusta tutti i look vincenti d'autunno

ALBERTAFERRETTI.COM
ALBERTA FERRETTI

GRAZIA

GRUPPO MONDADORI

DIRETTRICE RESPONSABILE_**SILVIA GRILLI**
grazia.direttrice@mondadori.it

DIRETTRICE OSPITE_**EVA CHEN**
instagram.com/evachen212

VICEDIRETTORE_**PIERO MACCHIONI** piero.macchioni@mondadori.it
ART DIRECTOR_**DANIELE COSTA** daniele.costa@mondadori.it
CAPOREDATTRICE CENTRALE_**LAURA INCARDONA**
laura.incardona@mondadori.it
FASHION CONSULTANT_**MARNE SCHWARTZ**

UFFICIO CENTRALE
caposervizio **Paola Sara Battistioli**
paola.battistioli@mondadori.it
caposervizio **Anna Santini**
anna.santini@mondadori.it
vicecaposervizio **Maurizio Dalla Palma**
maurizio.dallapalma@mondadori.it

ATTUALITÀ
Monica Agostini
monica.agostini@mondadori.it
Monica Bogliardi
monica.bogliardi@mondadori.it
Alessia Ercolini
alessia.ercolini@mondadori.it
redattrice esperta **Marina Speich**
marina.speich@mondadori.it
Lucia Valerio
lucia.valerio@mondadori.it
Annalia Venezia
annalia.venezia@mondadori.it
(collaboratrice)

MODA
caporedattrice **Carlotta Marioni**
carlotta.marioni@mondadori.it
Antonella Bigotto
antonella.bigotto@mondadori.it

BELLEZZA
caporedattrice **Stefania Bellinazzo**
stefania.bellinazzo@mondadori.it
vicecaposervizio **Paola Spezi**
paola.spezi@mondadori.it

GRAFICI
caposervizio **Laura Cavezzana**
laura.cavezzana@mondadori.it
caposervizio **Myriam De Poli**
miriam.depoli@mondadori.it
vicecaposervizio **Graziella Brambilla**
graziella.brambilla@mondadori.it
Giuliana Gilioli
giuliana.gilioli@mondadori.it
(*vicecaposervizio ad personam*)
vicecaposervizio **Federica Pensieri**
federica.pensieri@mondadori.it
Chiara Broggi
chiara.broggi@mondadori.it
Lucia Tirabassi
lucia.tirabassi@mondadori.it

PHOTO EDITOR
caposervizio **Chiara Spat**
chiara.spat@mondadori.it
Valentina Di Bernardo
valentina.dibernardo@mondadori.it
(ricerca iconografica)
Daniela Paris
daniela.paris@mondadori.it
(ricerca iconografica)

SEGRETERIA
segretaria della direttrice
Simona Salvatori
grazia.direttrice@mondadori.it
simona.salvatori@mondadori.it
segreteria.grazia@mondadori.it
ufficio amministrativo
Barbara Meledandri
grazia.bordero@mondadori.it

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO
Federico Barbieri, Emma Isabella Bassill, Elsa Bonfiglio, Enrica Brocardo, Selin Bursalioglu, Franco Capacchione, Elisabetta Colangelo, Martina D'Amico, Valentina Debernardi, Francesca De Sanctis, Armando Gallo, Charlie Grant, Paola Jacobbi, Fritz Kok, James Macari, Marzia Nicolini, Daniele Ossini, Valeria Parrella, Kim Payne, Diego Perugini, Fiamma Sanò, Paolo Stella, Dane Stojanovic, Enzo Truoccolo, Porus Vimadalal, Angela Vitaliano.

Fashion contributor **Nike Antignani**
People contributor **Ildo Damiano**
Production contributor **Flavia Neviani**
Photo consultant **Federico Melegaro**
graziaphoto@mondadori.it

GRAZIA

Grazia è un marchio registrato e di proprietà di Mondadori Media S.p.A., gestito internazionalmente da Mondadori International Business

MONDADORI INTERNATIONAL BUSINESS
Chairman & CEO **Carlo Mandelli**; Managing Director **Daniela Sola**; International Marketing Manager Fashion&Design **Francesca Brambilla**; International Advertising Manager **Daniella Angheben**; Photos & Rights Manager **Melania Landini**

GRAZIA INTERNATIONAL NETWORK
Vice President & Artistic Director **Carla Vanni**
Art Director **Giacomo Pasqualini**

Per informazioni: graziainternational@mondadori.com

LES INFUSIONS DE
PRADA
MILANO
DAL 1913
IRIS
PRADA
MILANO
DAL 1913

VOI SIETE IL CAMBIAMENTO

Non si può negare che questo sia stato un anno di sfide senza precedenti per il mondo intero. Dall'emergenza sanitaria, che ha raggiunto tutti gli angoli della terra, a quella più insidiosa e sistematica del razzismo, questo 2020 ci ha presentato il conto ed è stato un banco di prova per le nostre comunità ma anche per noi stessi. Eppure, e forse a parlare è l'ottimista che è in me... riesco ancora a intravedere la speranza. La vedo nella libera espressione di migliaia di persone che marciano e fanno sentire la propria voce su temi quali giustizia sociale e razziale. Vedo speranza nei legami tra famiglie e amici che sono diventati ancora più forti durante la quarantena. E vedo speranza quando riconosciamo quanto ancora dobbiamo fare per progredire come persone.

Voglio dedicare questo numero a tutti coloro che su Instagram, grazie al proprio coraggio e alla propria audacia, si battono per il cambiamento, chiedendo alle persone di prendersi le proprie responsabilità ma soprattutto non avendo paura di esprimersi liberamente.
Questa edizione speciale di *Grazia* celebra l'autenticità, non la perfezione. È un inno alle unicità, non alle minoranze. Al senso di comunità e alla gentilezza. Vuole sfidare lo status quo su ciò che è considerato bello, standard o normale. **Stiamo entrando in una nuova era di inclusività, attivismo ed espressione e sono orgogliosa che Instagram sia al centro di questi movimenti.**
Noi non crediamo nella parola "minoranza". Siamo tutti parte di una grande e speciale maggioranza e ciò che ci fa andare avanti, che ci motiva, è la celebrazione della diversità, l'entusiasmo verso la novità e la volontà di contribuire al cambiamento.
Al mondo intero, Instagram offre una piattaforma per sentirsi più vicini alle persone e alle cose che si amano.

EVA CHEN, DIRETTRICE DELLE COLLABORAZIONI MODA DI INSTAGRAM E DIRETTRICE OSPITE DI QUESTO NUMERO DI *GRAZIA*.

Non esiste una persona che da sola possa rappresentare un concetto universale come la libertà d'espressione ed è per questo che, grazie a un po' di magia di Instagram, questa copertina mette ciascuna delle incredibili voci riportate nel numero in primo piano. È la prima copertina di questo tipo per *Grazia Italia.*
Rimaniamo sempre meravigliati dal modo in cui le persone contribuiscono al progresso culturale e si mettono in gioco per discutere di temi complessi.
E siamo sempre grati a coloro che, trovando il coraggio di esprimersi liberamente, condividono le proprie storie per ispirarci.
Grazie di essere parte di questo cambiamento. ■

EVA CHEN

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Foto PORUS VIMADALAL

PARTIAMO CON VOI IN UN VIAGGIO DI LIBERTÀ

L'idea di un numero straordinario con direttore ospite Instagram mi è venuta durante il lockdown. Ogni settimana *Grazia* continuava a uscire diffondendo il suo messaggio di libertà. Il nostro giornale dava a voi lettrici e lettori un'àncora di sicurezza e una solida continuazione della normalità. Abbiamo diffuso il nostro pensiero libero da pregiudizi, tenuto in contatto le persone. C'eravamo, eravamo insieme, non potevamo avere paura.

LA DIRETTRICE DI *GRAZIA*, SILVIA GRILLI.

Lo stesso contemporaneamente facevano i social network. In mezzo alle restrizioni sanitarie e al panico da contagio, delle voci straordinarie in Italia e nel mondo utilizzavano le piattaforme di condivisione online per diffondere pensieri, emozioni, prospettive di nuovi orizzonti.
La creatività esaltata dai divieti prendeva forme nuove, la gente cercava dentro se stessa, esplorava le proprie sensazioni, trovava il coraggio di esprimere idee fino ad allora taciute. Ogni settimana ricevevo centinaia di lettere di donne e uomini che avevano cominciato a leggersi dentro e scoperto parti di sé che non avevano fino ad allora conosciuto.

Eva Chen, la direttrice delle collaborazioni moda di Instagram, aveva subito accettato la sfida con entusiasmo e concretezza. **Sì, per la prima volta in Italia il social network sarebbe diventato partner della stampa in un viaggio di libertà.**
Poi il 25 maggio, a Minneapolis, negli Stati Uniti, l'afroamericano George Floyd viene ucciso dalla polizia durante un fermo. Le immagini della sua cattura, filmate da testimoni, fanno il giro dei social media. Mentre un agente gli spinge un ginocchio sul collo, un secondo poliziotto sul busto e un terzo sulle gambe, Floyd ripete: «Non riesco a respirare», «Per favore, amico».

L'omicidio innesca un'ondata di proteste per gli abusi della polizia contro la popolazione nera e riapre in tutto il mondo il dibattito sul razzismo. Eva e io decidiamo che non possiamo prescindere da un tema così importante. La discussione sul rispetto delle differenze diventa così centrale in questo numero di *Grazia*. **Contro il razzismo, il sessismo, contro tutti i pregiudizi che inquinano le nostre società, un giornale di carta e una piattaforma di condivisione online si uniscono in un viaggio di libertà per connettere le persone, superare muri, nutrire l'inclusione, colorare il mondo di speranza.**
Vi invitiamo a fare parte di questo nostro viaggio, ad animare la copertina come vi spieghiamo a pagina 15, a entrare nella nostra moda con i filtri, e soprattutto a contribuire con un vostro messaggio alla celebrazione della libertà di espressione.
Scriveteci a *grazia.direttrice@mondadori.it* o su Instagram all'indirizzo *@grazia_it*. Il vostro pensiero è importante. ■

SILVIA GRILLI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

#IO LEGGO GRAZIA

LETTERE ALLA DIRETTRICE

Email di Manuela Portesi Lauri

Cara Silvia, sono nera, grassa, sovrappeso. Gli anni della preadolescenza li ho passati intristendomi perché non rientravo nei canoni della bellezza occidentale, cercando di non farmi notare, di passare inosservata, di non essere vittima di bulli e/o razzisti. Tuttavia, crescendo, ho iniziato ad accettarmi, a passare dal guardarmi con rammarico per ciò che non ero alla serenità di capire, sentire e affermare ciò che sono. Oggi ho 37 anni, non sono famosa come Lizzo (che ammiro tantissimo), ma posso affermare che amo il mio corpo imperfetto per i più. Esso mi ha permesso questo grande viaggio che è stata finora la mia vita e mi ha donato una percezione dell'alterità positiva e una buona dose di empatia per chi si sente a disagio nel proprio fisico e per chi non è come la gente vorrebbe che fosse.

«Cara Manuela, questo numero di *Grazia* è anche per te, per amare quello che sei, per la tua libertà».

Email di Silvia Olindo

Gentile direttrice, un titolo che mi ha colpito subito è stato quello relativo all'inchiesta su come evitare che le donne paghino il prezzo più alto della crisi. Perché sempre noi? La pandemia non deve annullare i traguardi raggiunti, non dobbiamo permetterlo. Oggi la rivoluzione è donna poiché finalmente possiamo dire la nostra e nessuno può metterci a tacere, serve solo buon senso e rispetto da parte di tutti per superare questa crisi. Credo che quand'anche una sola donna lotta lo faccia per tutte le altre. Grazie perché il suo giornale continua a occuparsi dei nostri meriti.

«Cara Silvia, è importante che anche gli uomini capiscano quanto sia fondamentale il lavoro delle donne per la crescita e il miglioramento del nostro Paese. Un abbraccio».

Email di Marta Zatti

Mi fa molto male pensare che si siano fatti passi avanti solo per la salvaguardia dell'ambiente: evidentemente l'essere umano conta molto meno e stiamo parlando di persone che lavorano anche 15 ore al giorno in condizioni pessime, compresi i bambini. Di recente ho fatto acquisti per mio figlio, 16 anni. Lui non è interessato a capi firmati ma, per curiosità, abbiamo controllato le etichette in vari negozi. Se un paio di pantaloni sportivi costa 60 euro ed è stato cucito in Bangladesh, quanto sarà costato al produttore? Peggio: la maglietta da 4 euro, il vestito in cotone "etico" da 20 euro, la camicia da 9 euro cuciti in Bangladesh o Turchia? Tante catene di negozi che si fanno belle con pubblicità di "moda sostenibile" farebbero bene a non parlare: come essere umano mi sento presa in giro e il mio pensiero corre ai milioni di povere persone costrette a lavorare come bestie per la parte minore del mondo.

«Cara Marta, il suo pensiero è condiviso da molti nel mondo della moda e vari marchi stanno cercando di riformarsi per garantire condizioni di lavoro eque. È un tema a cui siamo sensibili e di cui continueremo a scrivere su *Grazia*».

Email di Diana Reydych

Cara Silvia, leggo ora il tuo editoriale dove affermi che i giovani sono fluidi. Nelle grandi città, forse. Qui in provincia si è etichettati: le cose sono "da maschio" o "da femmina". Ho figli ancora piccoli, nella scuola primaria. Uno di loro ha gusti vari, tra cui rientrano articoli o attività comunemente considerati "da bambine". Volevo il via libera della psicologa di famiglia non perché ritenga questa cosa un problema, ma per sapere come comportarmi col mondo. So già che dovrò discutere per queste libertà "femminili" che noi gli concederemo, come espressione di sé e del suo gusto. Purtroppo neanche i ragazzi più grandi sono esenti da chiusura mentale. Ci sono adolescenti pronti a puntare il dito anche contro le ragazze. Questa fluidità e questa accettazione le vedo ancora lontane purtroppo. Riguardo all'attore Johnny Depp, la questione è spinosa. Io stessa non riesco a leggere libri di autori che disapprovo. Per esempio Silvana De Mari, che considera l'omosessualità una malattia. A livello di filmografia sono meno rigida, anche se tendo nella stessa direzione. Se si tratta di una nuova saga piratesca bene, ma Jack Sparrow sarà inseparabile da Depp, nel bene e nel male, anche perché l'attore ha personalizzato molto il personaggio.

«Cara Diana, è vero ciò che scrive su fluidità e pregiudizi. Su Depp mi sono espressa ampiamente e la pensiamo allo stesso modo. Un saluto affettuoso».

Email di Claudia Giorgi

Mentre alcuni uomini giocano ai soldatini e cercano di delimitare il loro territorio, ci sono due donne, le scienziate Stefania Di Marco e Sarah Gilbert, che stanno lavorando sodo per salvare l'umanità.
Non siamo uguali, uomini e donne, perché noi donne sentiamo il bisogno di aiutare gli altri. Non avremmo potuto essere diverse da così. Non saremmo state in

Segue a pagina 28

ETRO

grado di accudire naturalmente degli altri esseri che abbiamo messo al mondo.
Quindi adesso, mentre c'è chi sta elaborando un vaccino che possa darci modo di vivere nel modo che conosciamo, ci vediamo costretti ad assistere alle meschinità di pochi eletti, che si litigano i territori quasi come in un gioco da tavolo. È un gioco che pilota l'attenzione di chi è spaventato, alimentando razzismo, intolleranza, rabbia, delusione di lamentosi e disfattisti. È un gioco che si oppone alla buona volontà di molti, puntando alla pochezza di chi si barcamena cercando di arrivare a sera vivendo alle spalle di chi si applica.
Ringrazio Dio di avermi fatta nascere donna e ringrazio tutti gli uomini meravigliosi che, insieme con noi, si battono per fare vivere tutti come esseri umani, a prescindere dal sesso. Gentile direttrice, lei è una di quelle rare persone che fanno la differenza.

«Grazie, cara Claudia. La lotta per potere e sopravvivenza è atavica, mitigata nei secoli dalla civiltà. Ma io credo che si possano costruire generazioni di uomini più generosi e attenti al bene comune».

Email di Vanessa Pullo

Viaggiare è l'attività più formativa che io conosca. Vivendo accanto ad altre culture capisci anche il comportamento diverso delle persone. Quest'anno non siamo riusciti ad andare molto lontano, siamo rimasti in Liguria e mi sono resa conto di quanto sia fortunata a vivere in questa regione. Abbiamo visitato le Cinque Terre, ci siamo permessi un bagno in ognuna di queste meraviglie italiane. Da Riomaggiore, dove mia figlia ha visto una stella marina nel piccolo porticciolo,
a Manarola, che ha delle scogliere super affascinanti a picco sul mare da cui i ragazzi si tuffano. E Corniglia, dove, per arrivare alla spiaggia, devi scendere da una galleria con l'aiuto di una scaletta. Poi la bellissima Vernazza, con la chiesa di Santa Margherita in stile romanico, da cui puoi scorgere il mare dalle vetrate. Infine Monterosso, con la sua spiaggia di sassolini bianchi. Prima avevamo preso il traghetto che ci ha portato a San Fruttuoso e a Portofino. Il mare cristallino e il promontorio non lasciano spazio a parole. Il nostro Paese è magnifico. Viva l'Italia.

«Cara Vanessa, in questa estate in cui la maggioranza di noi è rimasta in Italia abbiamo ancora di più apprezzato la bellezza del nostro meraviglioso Paese».

Email di Ileana Colombo

Cara Silvia, l'inaugurazione del ponte San Giorgio di Genova, tra "orgoglio e cordoglio", come ha ben commentato il suo architetto Renzo Piano, mi ha portata a riflettere. E ho pensato a quel progetto, sospeso tra cielo e mare, con un arcobaleno per tetto, come a un progetto di vita. Anche il percorso di una coppia è un po' come un ponte che si getta verso il futuro. All'inizio è tutta una festa fra musica, sorrisi, orgoglio e felicità, promesse molto impegnative e tante illusioni. Poi, con il passare del tempo, tra abitudini e affanni quotidiani, ci si rende conto che quel progetto sta nel lavoro lungo e costante di manutenzione giornaliera, paziente e continua, così silenzioso e poco eclatante se paragonato alla prima breve impetuosa eccitazione. Il sogno e l'idea progettuale, piena di speranza, sono necessari, tuttavia la vita è quella della quotidianità, assai meno emozionante, ma molto più costruttiva e funzionale alla prosecuzione.

«Concordo, cara Ileana. E l'abbraccio».

CARE LETTRICI, dalle vostre lettere può nascere l'idea di un'inchiesta o di nuove storie da raccontare. Firmate con nome e cognome: sarà più facile contattarvi. E... scriveteci!
Con l'invio del vostro contributo dichiarate di accettare le condizioni del servizio consultabili nelle ultime pagine della rivista.
A cura di Lucia Valerio

INSTAGRAM TWITTER

Emma sorride su *Grazia*

Graziella @graziella_t_forever_81_
Bellissima intervista fatta alla Brown sul giornale *Grazia*. Il suo meraviglioso sorriso #leonessa

Real_Emmabrown @real_emmabrown25
Di una bellezza disarmante #emma #emmamarrone #graziamagazine

Fan di @real_brown @lavocedella_brown_
"Era il mio medico. Ho pensato: ci risiamo. Invece mi diceva che sono uscita definitivamente dalla malattia. In quell'istante sono morta e risorta".

Tiziana @tizyfashion
Questa settimana @grazia_it è davvero fantastico! Mi emoziona vedere le sfilate, vedere i nuovi modelli della prossima stagione, la moda ha bisogno di certezze e anche di emozioni!

BAO BAO

ISSEY MIYAKE

© 2020 ISSEY MIYAKE INC.

baobaoisseymiyake.com

WWW.LUISASPAGNOLI.COM

GIULIA M.
FOR LUISA SPAGNOLI
MILAN

2020/2021
FALL WINTER

Luisa Spagnoli

10 MUST

CAPI E ACCESSORI SONO ECOLOGICI, SOSTENIBILI, ARTIGIANALI

DI_Elsa Bonfiglio

1
LA VITA È GIOIA

Il maglione leggero, in ecocashmere color avorio, ha la frase *Life Is Joy*, "la vita è gioia" intarsiata sul davanti. Fa parte della collezione *Life Is...* in cashmere rigenerato ed ecosostenibile dedicata alle passioni della vita (**Alberta Ferretti**, € 475).

2
SOLO PER TE

La borsa, personalizzabile con le proprie iniziali, fa parte della capsule *My Pliage Signature* in tela di poliestere 100 per cento riciclato. Questo tessuto di qualità ed eco è stato realizzato riutilizzando prodotti derivati dalla plastica, soprattutto bottiglie (**Longchamp**).

3
MISTICISMO URBANO

Gli orecchini a cerchio con motivi di anemoni, in oro giallo a 14 carati su ottone, sono in materiali riciclati e riciclabili. La designer è Pamela Love, newyorkese, che s'ispira all'astronomia, all'astrologia, all'alchimia e alle antiche lavorazioni dell'argento americane e messicane (**Pamela Love**).

4
VEGANI

I bermuda in pelle vegana sono realizzati dal marchio Nanushka della designer ungherese Sandra Sandor. La sostenibilità è il pilastro, per lei, insieme con l'artigianalità, la sperimentazione e il desiderio di creare capi che abbiamo sempre una nuova vita (**Nanushka**, € 360).

5
FATTI A MANO

Gli stivali in pelle con un piccolo oblò che scopre la caviglia sono di Kalda, marchio fautore di una moda sostenibile ed etica fondato dalla designer islandese Kata Alda. Ogni modello di scarpe è prodotto a mano in una fabbrica a conduzione familiare in Portogallo (**Kalda**, € 426).

FURLA
SINCE 1927 ITALY

FURLA.COM

6

RÉTRO

La borsa è in vimini con patta e manico ricurvo in pelle e tracolla staccabile, tutti in materiali sostenibili. È la scelta del marchio inglese Wicker Wings: i suoi modelli sono infatti realizzati a mano con pelle italiana conciata al vegetale e rattan naturale (**Wicker Wings**).

7

GRAFICO

Il gilet in lana *Argo* fa parte della nuova collezione di Labo.Art, marchio italiano fondato da Ludovica Diligu con sede creativa a Berlino. La qualità che dura, le lavorazioni nel nostro Paese, l'utilizzo di fibre e colori naturali con processi di lavorazione artigianali sono le sue caratteristiche (**Labo.Art**, € 364).

8

ESSENZIALI

I sandali in pelle con cinturino incrociato alla caviglia e punta squadrata sono del marchio Neous, che ha un'estetica minimal e funzionale. Ogni modello è creato con pratiche sostenibili, acquistando materiali naturali di lunga durata e utilizzando imballaggi riciclati. Tutti i pezzi sono disegnati nello studio di Londra e realizzati in Italia artigianalmente (**Neous**).

9

ARTISTICA

La minigonna a portafoglio, con una fantasia a fulmini e dettagli in lurex, fa parte della capsule collection *Electric Feel*. Creata in collaborazione con Spiros Halaris, illustratore di origini greche che vive e lavora a Londra, è caratterizzata da stampe coloratissime (**Pennyblack**).

10

PENDENTI

Gli orecchini sono in ottone placcato oro e decorati con perle. Li crea la designer colombiana Paula Mendoza che trae ispirazione dalla sua terra natia e lavora a stretto contatto con gli artigiani locali (**Paula Mendoza**).

ART DIR: PAUL MARCIANO PH: NIMA BENATI © GUESS?, INC. 2020

CRIVELLI
ora più che mai
ABBRACCIO
MILANO · VIA DELLA SPIGA, 1 CRIVELLIGIOIELLI.COM

CRIVELLI presenta "Ora più che mai"
la storia di un incontro diretta da Fabrizio Ferri

crivelligioielli.com/orapiuchemai

Rimadesio

Zen porta.

Design Giuseppe Bavuso

GRAZIA DIRETTRICE OSPITE

EVA CHEN

LA RIVOLUZIONE DI ESSERE SE STESSI

Ha iniziato come influencer di stile ed è stata tra i primi a capire che i social possono dare voce a ognuno. Poi **Eva Chen** è diventata la direttrice delle collaborazioni moda di Instagram e ha trasformato la piattaforma in un luogo che celebra la diversità. Ora che **Instagram** cura con ***Grazia*** questo numero speciale, l'icona del web spiega la sfida che l'appassiona: raccontare un mondo sempre più inclusivo

di_MARINA SPEICH foto di_PORUS VIMADALAL

EVA CHEN,
40 ANNI,
DIRETTRICE
DELLE
COLLABORAZIONI
MODA DI
INSTAGRAM.

EVA CHEN HA GENITORI ORIGINARI DI SHANGHAI E TAIPEI. È ANCHE AUTRICE DI LIBRI PER BAMBINI.

Cinque anni fa era celebre per le foto delle sue scarpe, scattate spesso a bordo di un taxi, con le gambe distese, e poi postate sui social: lavorava nell'editoria e amava la moda. Oggi è diventata una donna potente, tutti l'ammirano e oltre a essere un'indiscussa icona del mondo fashion è una delle protagoniste della rivoluzione digitale che abbiamo sotto gli occhi. Direttrice delle collaborazioni Moda di Instagram, è stata una delle prime a capire che grazie ai social i marchi potevano comunicare con gli utenti in modo diverso. Risultato: il mondo della moda è cambiato radicalmente, diventando più democratico e inclusivo.
E pensare che Eva Chen, genitori originari di Shanghai e Taipei ma immigrati negli Stati Uniti nel 1975, aveva iniziato a studiare Medicina prima di fare uno stage al mensile americano *Harper's Bazaar*: da allora ha cambiato rotta. Cresciuta a New York nel Greenwich Village, che non era allora il quartiere residenziale di oggi ma un rifugio amato da artisti, punk ed emarginati, è diventata in pochi anni una manager visionaria, una mamma orgogliosa di due figli, Ren, 5 anni, e Tao, 3, e anche un'autrice di libri bestseller per bambini.
Incontro Eva negli uffici di Facebook a Milano per parlare di come Instagram sta cambiando il mondo. Non è più solo una piattaforma per comunicare, ma sta diventando sempre di più lo strumento per sensibilizzare l'opinione pubblica sui diritti delle minoranze, dal movimento afroamericano Black Lives Matter alla comunità LGBT+. Una piazza virtuale e globale dove parlare di identità e di ogni forma di disagio. «Per questo sono convinta che Instagram possa essere un motore di cambiamento», mi dice Chen. «Ho molta fiducia nelle prossime generazioni. Alzeranno con coraggio le loro voci per superare i pregiudizi e le ingiustizie che hanno radici profonde nella nostra storia e tradizione».

La libertà di espressione fa parte del Dna di Instagram?

«Sì. Ricorda la canzone *Freedom* di George Michael? Instagram esiste da dieci anni e ha permesso alle persone di far sentire la propria voce, mostrare le proprie passioni, esprimere un punto di vista. Ci aiuta a trovare la nostra identità più autentica. A me è successo così: ho potuto mostrare le mie diverse anime, il mio amore per il cibo, la lettura, la moda, i viaggi, ma anche la mia vita di mamma e il mio lavoro».

Esprimere se stessi: negli ultimi mesi ha condiviso spesso post degli esponenti del movimento Black Lives Matter.

«Instagram è una comunità di più di un miliardo di persone nel mondo: un miliardo di opinioni che possono essere condivise in tempo reale. Alcune sfidano la visione tradizionale di ciò che consideriamo bello o normale, perché gli utenti sanno di poter far sentire la propria voce senza timore. Il movimento *#BlackLivesMatter*, diffuso attraverso i social, è diventato il più ampio movimento a favore dei diritti civili di sempre. Se tutti alzassimo la nostra voce su questi temi, potremmo avere un impatto ampio e duraturo sulla società».

In questi ultimi anni diverse persone che si sentivano ai margini hanno trovato su Instagram una tribù, una famiglia dove sentirsi a casa?

«Sì, siamo orgogliosi di aver dato voce a diverse comunità. *#ShareBlackStories* unisce per esempio le voci di uomini e donne di colore che descrivono luoghi, personaggi ed esperienze che rendono la loro comunità unica. Il movimento "Body positivity" mette in contatto chi vuole crescere e imparare condividendo la propria storia di resilienza legata al corpo (corpo che per molto tempo non si è accettato, *ndr*). Instagram è il luogo dove la comunità LGBT+ è cresciuta. E attraverso la piattaforma ognuno può plasmare il proprio ideale di moda e bellezza, trovando una comunità in cui riconoscersi».

Oggi è più difficile definire il concetto di bellezza?

«Quando ero piccola tutto ruotava intorno alle super modelle: bisognava assomigliare a tutti i costi a Claudia Schiffer o Cindy Crawford, standard di bellezza assolutamente irraggiungibili. Ma oggi, grazie a Instagram, ognuno può trovare ed esprimere un tipo di bellezza più personale. Come la modella Adwoa Aboah, meravigliosa (ha fondato Gurls Talk, piattaforma dove le donne discutono apertamente di problemi mentali, *ndr*), o modelle curvy come Paloma Elsesser, che ha una grande personalità, o Ashley Graham, modella e presentatrice tv, che continua la sua battaglia all'insegna del movimento body positive e contro i tabù legati alla maternità e ai normali cambiamenti del corpo. O, ancora, la modella Jillian Mercado in sedia a rotelle (a causa della distrofia muscolare, *ndr*). Oggi la bellezza non riguarda solo le modelle, ma i ballerini, i coreografi, gli scrittori che riescono a esprimerla in tanti modi. In cinque anni Instagram è riuscito a cambiare la definizione di bellezza».

È più inclusiva oggi?

«Sì. È interessante l'esempio di Sinéad Burke, un'esperta di processi di inclusione che vive in Irlanda (è ricercatrice al Trinity College di Dublino, attivista della fondazione Inclusive Fashion and Design Collective e una delle sue battaglie riguarda l'adaptive fashion, che valorizza chi appartiene a minoranze fisiche, come lei, affetta da nanismo, *ndr*). Nella settimana della moda a Londra ha collaborato con la stilista Victoria Beckham. È

una donna con una voce potente, che rappresenta tanti ventenni e trentenni vissuti ai margini».

Ma non sempre Instagram è inclusiva e tollerante, basta vedere come sono frequenti i commenti degli hater.

«Sono d'accordo: ci sono persone che invece di essere tolleranti seminano discordia. Per questo la nostra priorità è rendere Instagram un luogo sicuro. Abbiamo un team che ci lavora: abbiamo per esempio sviluppato strumenti che permettono di controllare i commenti, bloccando o censurando persone o risposte che contengono parole offensive. Ma si può fare ancora di più. Prendiamo molto seriamente il rischio di molestie e bullismo».

Ha detto recentemente: «Non hai bisogno di vivere come gli altri: quello che ti rende diverso è la tua forza». È davvero così?

«È il segreto della vita. Chi lavora nella moda è particolarmente portato a fare confronti. Ma solo quando smetti di paragonare te stesso agli altri ti rendi conto che sei sulla strada giusta e sei più felice. Lo stesso vale per Instagram: devi smettere di pensare che la tua migliore amica ha più follower di te o che, se la tua collega ha postato una foto dal Vietnam, devi andarci per forza. Ognuno ha il proprio mondo: non bisogna imitare nessuno. E più si mostrano le proprie passioni autentiche, più crescono i follower. Bisogna fregarsene dei giudizi degli altri: solo condividendo ciò che ci rende unici la gente ci amerà. Te ne rendi conto quando guardi i profili che crescono più velocemente».

Qualche esempio?

«Caroline Daur: mi piace perché è sempre se stessa. Mostra tutte le sue diverse anime: si chiede se può vivere ancora con i genitori e se è triste non lo nasconde. Oppure Donté Colley, ballerino canadese molto divertente: la gente lo ama per la sua energia, ride sempre. Ma ogni tanto è malinconico: fa vedere gli alti e bassi della vita, ciò che ci rende umani».

Rivelare ai follower le proprie fragilità rafforza il legame con loro?

«Assolutamente sì. Mio figlio più piccolo, Tao, nel primo anno di vita non dormiva mai. Si svegliava ogni due, tre ore e la gente mi scriveva perché voleva vedere una nostra foto felice ma io ero distrutta, vicina all'esaurimento nervoso. Allora sono stata onesta e dal mio profilo Instagram ho lanciato l'allarme: "Ho bisogno del vostro aiuto". E i miei follower hanno iniziato a darmi consigli, libri da leggere, sostegno psicologico. Emotivamente ero molto colpita e mi è venuto da piangere. Questo ha rafforzato molto il mio legame con loro».

Ci sono molti modi per parlare di sé. Perché Instagram dovrebbe essere il posto migliore per farlo?

«Perché non sempre gli amici che abbiamo nella vita reale sono le persone migliori con cui parlare di alcuni temi. Instagram è invece una comunità gigantesca di un miliardo di persone. Io per esempio voglio vivere in modo sostenibile: seguendo l'hashtag *#zerowaste* (zero rifiuti, *ndr*) ho incontrato persone interessanti, di Copenhagen, di Sydney e da loro ho imparato molto. Un'altra mia passione? La calligrafia: seguo tutti i possibili hashtag che ne parlano. E scrivo sempre su un'agenda con la stilografica (e mi mostra la sua preferita: giapponese e trasparente, *ndr*). Qualsiasi cosa ci interessi, su Instagram possiamo trovare la nostra tribù. Perfino mio marito, inglese e molto riservato, che ama cucinare ha iniziato a postare dei piatti. Ognuno trova la sua strada».

Da Instagram si prende anche ispirazione.

«Certo. C'è chi segue solo marchi o amici o scrittori o chef. E conosco un direttore creativo, di cui non dico il nome, che ha diversi profili Instagram, uno per la moda, uno per gli amici, uno per il design, uno per il gossip. Segue moltissimi profili, un giorno vuole vedere solo moda, un altro celebrity. È lui a plasmare la sua esperienza, curando i contenuti e divertendosi: questo è il segreto di Instagram».

Non abbiamo parlato ancora di moda: quali sono le sue icone di stile?

«Sicuramente mia madre. Ogni tanto vedo qualche sua foto degli Anni 80 e 90: indossa un grande cappotto Max Mara. "Dov'è questo capo vintage?», le chiedo. E lei risponde triste: "Non ce l'ho più". E poi Rihanna perché lei se ne frega dei giudizi degli altri. Amo la sua sincerità. Ricordo che in un'intervista le avevano fatto notare che era un po' sovrappeso e lei ha risposto: "Sono fortunata di avere un corpo sano che cambia". E poi mi piace chiunque prenda una posizione coraggiosa, come il ballerino Harper Watters (vedi pagina 104, *ndr*), che vive in uno Stato, il Texas, molto conservatore, ma su Instagram non teme di essere se stesso».

E le domande che le fanno più spesso i suoi follower?

«Vogliono sapere quante paia di scarpe ho. Ma non lo so: sono tutte in un ripostiglio. Mi chiedono poi quante volte postare su Instagram. Dipende, ma di solito suggerisco ogni giorno. E poi sono curiosi di sapere che cosa mangia a pranzo mia figlia: lei mangia davvero poco, vorrebbe solo cioccolato». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Più si mostrano le proprie passioni autentiche, più crescono i follower. Solo condividendo ciò che ci rende unici, la gente ci amerà»

AWAY
NESSUNA MISSIONE È IMPOSSIBILE PER UNA DONNA
DAL 4 SETTEMBRE | NETFLIX

LOOK 2/49
GREY WOOLEN ENSAMBLE
SPORTMAX
SPORTMAX FW 2020
READY TO WEAR COLLECTION
SPORTMAX.COM

MARINO CAPITANIO

L'ARTISTA VISUALE MARINO CAPITANIO, 37 ANNI, A DESTRA UN SUO RITRATTO RIELABORATO.

RENDO PIÙ BELLA LA NOSTRA REALTÀ

Marino Capitanio è un artista visuale che ha collaborato con Jovanotti e i Subsonica. Per noi ha realizzato la cover di questo numero speciale di *Grazia*: un'immagine che dalla carta prende vita attraverso Instagram sullo schermo dei nostri smartphone. «La tecnologia», dice, «ti fa sentire come un esploratore di luoghi che non esistono»

di_LUCIA VALERIO

Marino Capitanio è il designer, art director e visual artist, che ha firmato la copertina di *Grazia* di questo numero. 37 anni, di Milano, vive da quasi sei ad Amsterdam, nei Paesi Bassi. «L'ho scelta per amore, ma poi è diventata il mio luogo di elezione. È una città piccola in cui regna una convivialità spontanea che ricorda l'atmosfera di certe piazze del Sud Italia, ma con una comunità internazionale».

Come visual artist Marino ha collaborato con diversi musicisti: i Deproducer per *Botanica*, performance multimediale con oltre 30 video sul mondo delle piante, il *Lorenzo Jovanotti Cherubini Tour* e con i Subsonica, di cui è direttore artistico. Si definisce un esploratore di mondi sconosciuti dove spesso trascorre molto tempo, non senza qualche brivido di paura.

Come è nata la sua collaborazione con* Grazia*?

«Stavo sperimentando i filtri AR di Instagram (per la realtà aumentata, *ndr*) e ho subito immaginato di animare una pagina bidimensionale che risucchiasse il lettore dentro la copertina: quando inquadri le bocche con lo smartphone, con Instagram aperto sul filtro di *Grazia*, appaiono le frasi più significative delle interviste pubblicate in questo numero, un richiamo ai valori di autenticità, unicità, inclusività, attivismo e libertà di espressione di cui il settimanale è portavoce».

Le sue opere sembrano nascere in uno spazio non definito, una sorta di universo tecnologico virtuale.

«Ho la fortuna di fare un lavoro bellissimo in cui mi sento come un esploratore di luoghi che non esistono. Quando inizio un progetto, parto per un viaggio che non so dove mi porterà. È una condizione che mi piace molto, quasi più del risultato finale».

Lo spazio, la rete, i luoghi abitati dai sogni: sta tutto insieme nelle sue opere. Allo stesso tempo ci sono simmetrie che indicano i confini. La sua formazione sembra un mix di scienza e arte.

«Da piccolo amavo disegnare al computer, poi ho studiato da programmatore, imparando a suddividere i problemi in sottocategorie per renderli più accessibili e da grande ho studiato design al Politecnico. Oggi mi è rimasto il rigore da informatico che mi consente di avere una certa sicurezza quando parto per un viaggio creativo, un ignoto che mi dà sempre un po' di brividi».

Che cosa nutre la sua creatività?

«La creatività è come un esercizio fisico, va allenata. Io medito tutti i giorni e faccio sport, mi reputo quasi un atleta della creatività. Di recente ho passato sei mesi in un co-working dove c'erano ragazzi che sperimentavano la realtà aumentata e utilizzavano solo strumenti interattivi. Un'esperienza feconda».

Come ci trasformerà la realtà virtuale?

«Un marchio di abbigliamento sportivo mi ha chiesto di lavorare alla virtualizzazione dell'esperienza, un modo per toccare e vedere da vicino le cose, per comunicare le nuove collezioni. Queste richieste, che sono sempre più frequenti da parte della moda, consentono di sviluppare linguaggi svincolati dai limiti fisici dello spazio e di offrire un'esperienza unica anche a chi non può muoversi. Inoltre hanno molte potenzialità per il settore scolastico-educativo, penso all'insegnamento meno astratto della matematica. A noi designer spetta il compito di trovare la migliore esperienza per l'utente».

Ci sono esperienze che non potremo mai sostituire?

«Vedere le persone che indossano il visore per la realtà virtuale mi fa sempre un po' sorridere. Però poi penso: andare a Venezia è un'esperienza unica, ma se mentre sei lì io ti faccio volare sopra i canali potrebbe essere ancora più interessante no?». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Oggi possiamo sviluppare linguaggi svincolati dai limiti fisici dello spazio e offrire un'esperienza unica anche a chi non ha la possibilità di muoversi»

MARINA RINALDI
SHOP AT MARINARINALDI.COM

NARCISO
THE NEW EAU DE PARFUM
AMBRÉE
narciso rodriguez
NARCISORODRIGUEZ.COM

IL FUTURO È GIÀ DIVERSO

Influencer 90enni o dalle forme morbide che stanno riscrivendo le regole della bellezza. Italiane di origine africana che lottano contro l'odio o ragazze disabili capaci di creare fortissime community. Instagram ha dato la **libertà di esprimersi** a chi prima non era rappresentato e che ora ha un potere enorme: quello di cambiare il mondo

di_ENRICA BROCARDO

Oltre un miliardo e mezzo di utenti su Facebook, un miliardo su Instagram e 800 milioni su TikTok che, però, sta crescendo rapidamente: l'applicazione è stata scaricata già due miliardi di volte. Bastano questi numeri per intuire che i social sono una platea e un palcoscenico capaci, potenzialmente, di dare spazio a chiunque, minoranze comprese, con i loro problemi e le loro rivendicazioni. E se la pandemia ha messo a nudo le disuguaglianze sociali e il rischio di marginalizzazione per milioni di persone, ha dato anche una spinta a forme di attivismo globale che, proprio sui social, viaggiano e si diffondono.

Un potere enorme, come ha messo in evidenza l'hashtag *#iorestoacasa*, che ha reso condivisibile persino l'isolamento. E ancora: *#BlackLivesMatter*, per sostenere la comunità degli afro-discendenti, esploso dopo l'uccisione a Minneapolis (nello Stato americano del Minnesota) di George Floyd, *#AmoIlMioCorpo* per celebrare tutte le taglie e forme della bellezza, *#UsoLaMiaVoce*, a sostegno del movimento di Lesbiche, Gay, Bisessuali e Transgender, e tanti altri ancora.

«**I social, da tempo, svolgono un ruolo fondamentale non solo nel dare visibilità globale a movimenti e gruppi d'opinione, ma anche nell'organizzare le proteste nella vita reale**», spiega Vincenzo Romania, sociologo dell'Università di Padova. «La galassia omosessuale, per esempio, ha saputo coinvolgere moltissimi, non solo la propria comunità. Black Lives Matter, un movimento nato dal basso già nel 2013, è esploso grazie agli hashtag. Su TikTok, la temuta influenza del governo cinese viene aggirata con messaggi implicitamente critici nei confronti delle autorità».

Francesca Vecchioni, fondatrice di Diversity, organizzazione no-profit impegnata nel promuovere la diversità e nel monitorarne la rappresentazione nei media, sostiene che, per il solo fatto di metterci in contatto con la vita di più persone e con realtà diverse, i social favoriscono l'inclusione: «**In Rete non ci sono confini geografici, scopri che di famiglie ce ne sono di tanti tipi, che esistono stili di vita differenti** e così via. Stampa e tv non offrono la stessa varietà di modelli».

Foto AUGUST/CONTRASTO, JULIAN HARGREAVES, INSTAGRAM

SOPRA, DA SINISTRA: UNA FOTO DELLA TOP MODEL BELLA HADID, 23 ANNI, E LA PARODIA DELLA CREATRICE DIGITALE AUSTRALIANA CELESTE BARBER, 38; LA MODELLA AMERICANA TARA LYNN, 38. SOTTO, DA SINISTRA: L'INFLUENCER LICIA FERTZ, 90. L'IMPRENDITRICE AIDA AICHA BODIAN, 34.

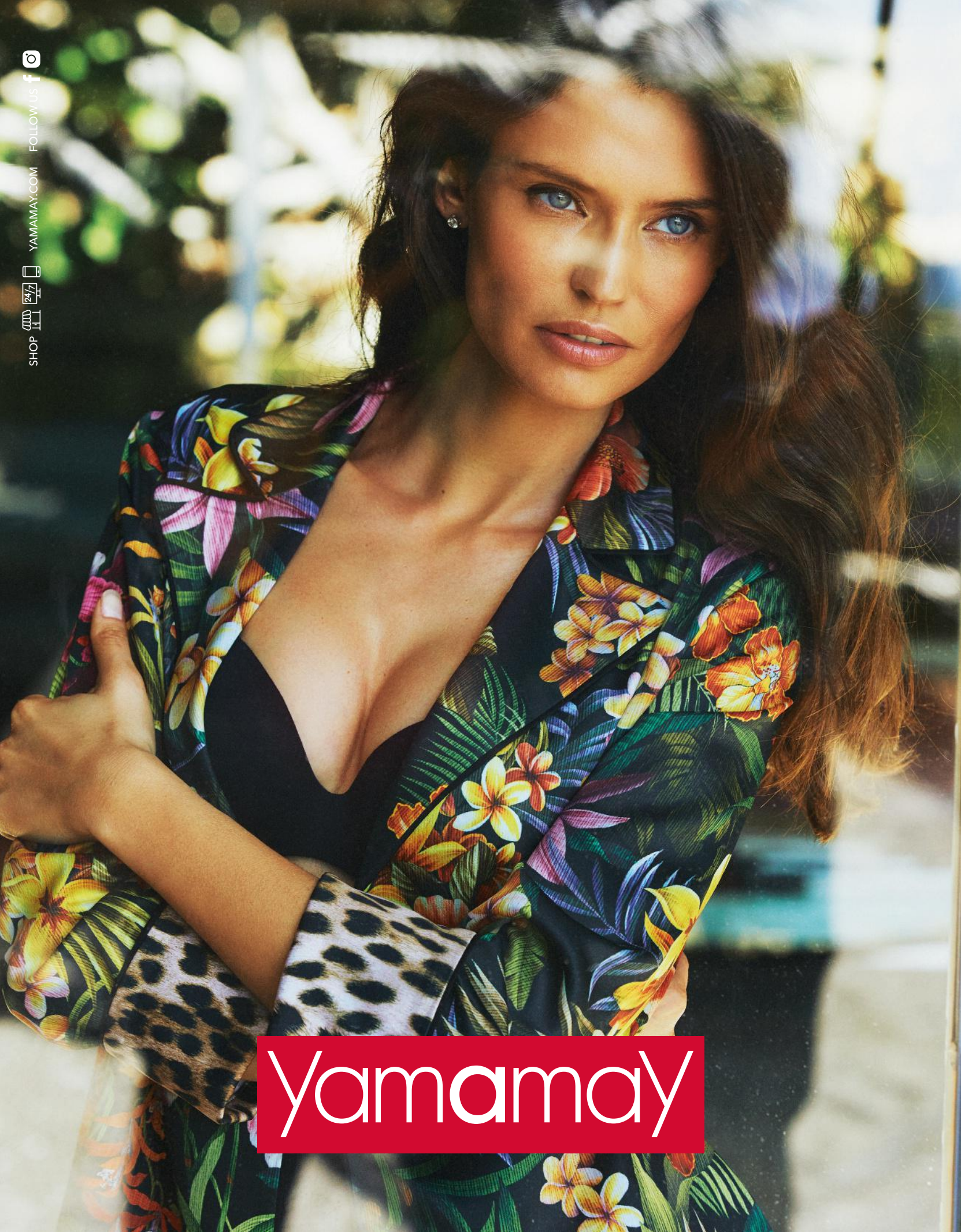
UNA MODELLA MANIFESTA A NEW YORK CON LA SCRITTA "L'AMORE È AMORE" DURANTE UN EVENTO DEL MOVIMENTO ANTIRAZZISTA BLACK LIVES MATTER.

Sui social, invece, è sotto gli occhi di tutti. Grazie a campagne, ma, anche, a influencer come la modella curvy Ashley Graham, all'attivista Adwoa Aboah, sostenitrice dell'empowerment femminile a 360 gradi, alla drag Stephanie Glitter. E sono solo pochi esempi. Vecchioni, però, vede anche alcuni rischi: «Su queste piattaforme siamo tutti utenti e protagonisti al tempo stesso, per questo è fondamentale sapere come utilizzarle».
Un'arma a doppio taglio sono gli stessi hashtag. Sfruttati correttamente, sono uno strumento per entrare in contatto immediato con temi e account che ci interessano: «Ma c'è il rischio che, senza accorgertene, invece di muoverti liberamente, ti lasci indirizzare, permetti che gli algoritmi scelgano per te, proponendoti ciò che ti somiglia. Inoltre, i social possono essere utilizzati per diffondere messaggi sia positivi sia negativi», spiega Vecchioni. E aggiunge: «È vero anche che i ragazzi li usano in modo più consapevole degli adulti. Ne conoscono meglio le potenzialità e i pericoli e capiscono se chi si esprime lo sta facendo in maniera autentica oppure no».
Ogni anno, Diversity premia coloro che hanno contribuito a rappresentare meglio le diversità: di genere, orientamento sessuale, etnia, età e le disabilità. Tra loro c'è **Valentina Tomirotti**, giornalista e influencer disabile. Nel 2015, ha aperto il suo profilo, *Pepitosa*, e l'anno scorso ha fondato un'associazione, Pepitosa in carrozza, che si occupa di turismo accessibile. «**In questo momento, la piattaforma che funziona meglio è Instagram: sta diventando il luogo virtuale in cui la gente si lascia andare e dove a fare la differenza è il contenuto, il messaggio**». La sua cifra è l'ironia: «Il mio obiettivo non è far sì che le persone pensino: "Povera Valentina". Voglio far capire che ci sono problemi, discriminazioni e che è possibile migliorare. Lo faccio mostrando la mia vita di ogni giorno». Spiega che la contattano «molte donne che hanno difficoltà ad accettare il loro corpo: mi domandano come riesca a vivere in modo così solare e libero la mia diversità».
Le immagini perfette da cartolina hanno stancato, sostengono gli esperti del settore. Come James Nord, amministratore delegato di Fohr, società che opera nel campo dell'influencer marketing: «**Fino a qualche tempo fa, un'immagine che evocava lusso e bellezza faceva un mucchio di "like", oggi l'effetto è che la gente smette di seguirti**».
L'australiana Celeste Barber è diventata popolare (la seguono in oltre 7 milioni) alle spalle di quelle celebrity del web che un tempo erano modelli da seguire per le loro vite e i loro corpi irrealisticamente perfetti. **Tutto cominciò con la sua parodia della regina dei reality Kim Kardashian, nel 2015: stessa posa sensuale, ma con pancetta e cellulite**. Da allora, ha continuato a produrre altre immagini-fotocopia, divertendoci ma anche facendoci sentire meno sole con i nostri difetti. Lei stessa ha raccontato di aver cominciato perché voleva far ridere: «Solo dopo mi sono resa conto che potevo diffondere un messaggio di autoaccettazione», dice.
Elisa D'Ospina è stata la prima a utilizzare la de-

E DI QUESTO TEMA DISCUTEREMO AL FESTIVAL DI *GRAZIA*

TUTTI I TEMI DELL'INCHIESTA DI QUESTE PAGINE, E ALTRI ANCORA, VERRANNO TRATTATI AL ***CROSS GENERATIONAL FESTIVAL*** DI ***GRAZIA***. TANTI PROTAGONISTI DEL NOSTRO TEMPO SI CONFRONTERANNO SUI GRANDI TEMI DI ATTUALITÀ INSIEME CON LA DIRETTRICE DI *GRAZIA*, SILVIA GRILLI. L'EVENTO, ALLA SECONDA EDIZIONE, SI TERRÀ **A MILANO VENERDÌ 23 E SABATO 24 OTTOBRE**. SARÀ LIVE, MA SARÀ POSSIBILE SEGUIRLO ANCHE ATTRAVERSO I SOCIAL E SU TUTTI I CANALI DI *GRAZIA*. IL *CROSS GENERATIONAL FESTIVAL* È STATO CREATO PER UNIRE GENERAZIONI DIVERSE: *GRAZIA* È STATA LETTA PRIMA DALLE NOSTRE NONNE, POI DALLE NOSTRE MADRI, QUINDI DALLE NOSTRE FIGLIE. PERCHÉ NON È PIÙ L'ETÀ AD ACCOMUNARE LE DONNE, MA LE LORO PASSIONI, CHE ALIMENTANO IL CONFRONTO E CI ARRICCHISCONO.

Foto GETTY IMAGES


SHOP
YAMAMAY.COM
FOLLOW US
Yamamay

finizione "curvy" in Italia, nel 2008. E una delle prime a pubblicare foto non ritoccate. «Le donne mi contattavano per ringraziarmi. Mi fa piacere che da qualche tempo influencer e attrici abbiano cominciato a postare foto della loro cellulite, che mostrino le smagliature. Basta non diventi una forma di esibizionismo anche quella». Un problema, racconta, «è che oggi sui social la definizione "curvy" viene usata per chi veste dalla taglia 42 alla 64. E il "body shaming", la critica basata sull'aspetto fisico, imperversa: ho visto una campagna social con una modella taglia 44-46. Tra i commenti c'era chi la definiva una balena».

Nel frattempo gli stessi marchi di moda si stanno adeguando. Di diplomazia di brand che, talvolta, sfocia in attivismo vero e proprio, si occupa il sociologo Andrea Fontana che, all'argomento, ha dedicato il libro *Corporate Diplomacy*, pubblicato lo scorso anno da Egea. «Con la loro attenzione a temi come l'ambiente, l'inclusione, il sociale, anche nella pratica aziendale, **molte imprese stanno assumendo un ruolo politico, portando avanti istanze di cui i partiti e le istituzioni non si curano e sopperendo alle loro mancanze con campagne e iniziative**», dice. C'era una volta la pubblicità progresso, oggi sono i marchi a promuovere la diversità. **Come Gucci, che ha affidato una delle sue ultime campagne a Ellie Goldstein, una modella con la sindrome di Down**. La ragione di questa svolta, secondo Fiammetta Ciabattini, project manager dell'agenzia di comunicazione digitale Open Box, «sta nel fatto che è la gente a volere messaggi pro inclusione, in particolare i giovani. Da una ricerca condotta da The Female Quotient in collaborazione con Google, è emerso che il 64 per cento degli intervistati ha fatto un acquisto o ha mostrato interesse verso un marchio proprio dopo aver visto un contenuto inclusivo».

Per **Sabrina Barbante**, responsabile social di Movidabilia, l'associazione che ha lanciato la campagna *#accessibilityiscool* (ovvero "L'accessibilità è di tendenza"), chiedendo di postare selfie in locali, luoghi d'arte e così via accessibili ai disabili, si tratta, ora, di fare un passo oltre. «Il 30 per cento della popolazione è diversamente abile, magari solo temporaneamente: anziani, donne incinte, chi ha subito un intervento o un infortunio. Alcuni marchi di moda hanno cominciato a includere nelle loro collezioni capi di abbigliamento belli e semplici da indossare, magari con piccoli magneti al posto di bottoncini complicatissimi. Stesso discorso per l'universal design, la progettazione di spazi più facili da vivere: con meno angoli, con pannelli fonoassorbenti, un'illuminazione adeguata. E dietro questa evoluzione c'è la massa critica che si crea sui social».

Lotta contro un'altra forma di discriminazione, l'ageismo, **Licia Fertz**, 90 anni, che, con l'aiuto del nipote Emanuele, è diventata influencer su Instagram. «L'idea», racconta lui, «mi è venuta quando nonna, dopo la morte del marito, era entrata in depressione». Licia non ci ha messo molto ad adeguarsi al suo nuovo ruolo, accettando, senza battere ciglio, di posare nuda per un marchio di gioielli. «Mi contattano tante figlie», racconta. «Le loro madri si lasciano andare e loro non sanno come spingerle a reagire. Ho scoperto che posso aiutare il prossimo, per questo continuo».

Macoura Fofana, Macy Fancy su Instagram, è una delle italiane di seconda generazione che, sempre più spesso, utilizzano i social per promuovere l'integrazione degli afro-discendenti nel nostro Paese. Lei lo fa, lavorando come influencer nel campo della moda e del lifestyle: «**La Rete ha permesso a me per prima di entrare in contatto con persone che nella vita reale non avrei mai incontrato. Cerco di aprire gli occhi alla gente sulla situazione in cui viviamo e di aiutare le donne come me. Rispetto ad altre nazioni, in Italia la diversità è ancora sottorappresentata**». Si commuove ripensando alla protesta, a Milano, dopo l'uccisione di George Floyd. «Mi ha colpito vedere tante persone, giovani e non. Senza l'indignazione resa virale dalla Rete, molti di loro non sarebbero scesi in piazza». Ha ragione allora Aida Aicha Bodian, senegalese cresciuta in Italia che si occupa di moda e inclusione. Ha appena pubblicato il libro *Le parole dell'umanità*: una di queste è proprio "condivisione". ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FAR BENE GRAZIE AI SOCIAL

NON SOLO A PAROLE. SUI SOCIAL GIÀ DA TEMPO SI PUÒ DARE IL PROPRIO CONTRIBUTO ECONOMICO A CAMPAGNE, ASSOCIAZIONI, PERSONE IN MODO SEMPLICE E IMMEDIATO. MA ANCHE CREARE UNA PROPRIA RACCOLTA FONDI IN MANIERA ALTRETTANTO FACILE. SU FACEBOOK E INSTAGRAM, SOLTANTO PER L'EMERGENZA COVID-19, GLI UTENTI HANNO CONTRIBUITO CON OLTRE 100 MILIONI DI DOLLARI E, DALLO SCORSO LUGLIO, È STATA ESTESA ANCHE A INSTAGRAM LA FUNZIONE PERSONAL FUNDRAISING. IN SOSTANZA CHIUNQUE PUÒ AVVIARE UNA RACCOLTA DI DENARO PER MOTIVAZIONI PERSONALI: DIFFICOLTÀ ECONOMICHE, PROGETTI E COSÌ VIA. UN'ALTRA POSSIBILITÀ È IL LIVE BENEFICO, FUNZIONALITÀ NATA IN TEMPO DI PANDEMIA. IN QUESTO CASO SI PUÒ AVVIARE UNA DIRETTA DA SOLI O CON UN'ALTRA PERSONA, SPIEGARE LA CAUSA CHE SI CHIEDE DI SOSTENERE E UNO STIKER CONFERMERÀ L'AVVENUTA DONAZIONE DA PARTE DEI FOLLOWER.

NEW
UNEXPECTED
PARADISE
COLLECTION
Summer make-up without limits
KIKO
MILANO

GIOVANNI RASPINI
giovanniraspini.com

GRAZIA AL DI LÀ DELL'INTEGRAZIONE

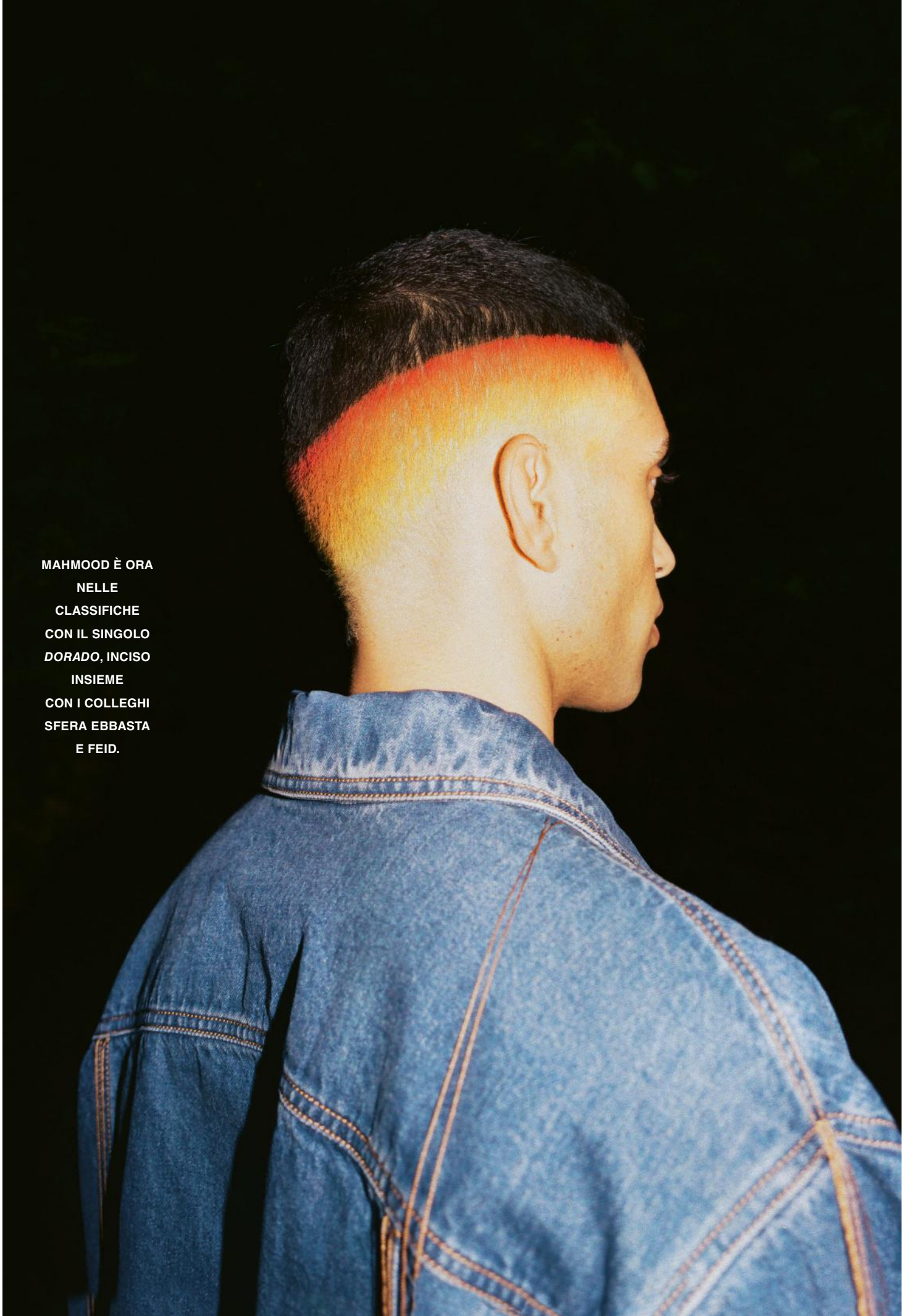
MAHMOOD

IO SONO L'ITALIA

Il padre egiziano e la madre italiana. La vita di periferia raccontata nelle canzoni. Le provocazioni estreme che fanno parte del rap. In questa intervista **Mahmood** parla a *Grazia* di come la libertà si ottenga ritrovando se stessi e impegnandosi nel dar voce alle proprie battaglie: «Un Paese multietnico non è il futuro», dice, «per me e per tanti ragazzi è già il presente»

di_PAOLA JACOBBI

IL CANTAUTORE E RAPPER ITALIANO ALESSANDRO MAHMOUD, ALIAS MAHMOOD, 27 ANNI.



MAHMOOD È ORA NELLE CLASSIFICHE CON IL SINGOLO *DORADO*, INCISO INSIEME CON I COLLEGHI SFERA EBBASTA E FEID.

Un giorno prima del lockdown, quando Milano si stava svuotando di persone e riempiendo d'angoscia, Alessandro è passato da piazza del Duomo e ha pensato che quello spazio così insolitamente deserto, un frammento di lindore tra cielo e terra, fosse a suo modo bellissimo, poetico.
Da quel giorno, nulla è stato come prima. E non perché i concerti previsti per l'estate sono stati rimandati all'autunno e all'anno prossimo o perché, come tutti, Alessandro Mahmoud, più noto come Mahmood, 28 anni da compiere il 12 settembre, si è adattato alla vita casalinga in tempo di pandemia. È successo qualcosa di più profondo, mi dice nel nostro incontro su Zoom: «La percezione di tante cose è cambiata, ho riassestato le idee».
Cantante e autore di enorme successo nonostante, finora, abbia pubblicato un solo album - *Gioventù bruciata*, che contiene *Soldi*, con cui ha vinto il Festival di Sanremo 2019 e che detiene il primato di canzone italiana più ascoltata di sempre su Spotify e Apple Music - Mahmood è una delle voci più forti della musica italiana.
Di più, è anche uno dei simboli degli italiani di nuova generazione, avendo padre egiziano e madre italiana, anzi sarda, come tiene spesso a precisare, ed essendo cresciuto a Milano, nel quartiere Gratosoglio, scenario di molte sue canzoni, tra cui la celebre *Barrio*, che sembra raccontare una storia complicata di amore e odio con la propria realtà: "Dicevi sempre/Vattene via/Che non mi importa più di te/Che te la scrivo a fare una poesia/Se brucerai le pagine".
Mahmood ha gusti raffinati e un po' all'antica, ascolta Ray Charles e Stevie Wonder, ha anche fatto una bellissima cover di *Redemption Song* di Bob Marley, morto quasi 40 anni fa.
Parlandoci, si capisce che ha un animo malinconico e consapevole, ma questo non gli impedisce di fare anche musica solo per divertire e divertirsi: quest'estate, insieme con Sfera Ebbasta e Feid, ha lanciato il pezzo *Dorado* dove c'è un po' di reggaeton per ballare, qualche citazione egizia autoironica (le piramidi, Nefertiti, la Sfinge) e persino Bugs Bunny.
Insomma, durante il lockdown, Mahmood non si è fermato. «Il mio è stato un blocco riflessivo», dice. Infatti ha scritto la canzone *Eternantena* che definisce «un flusso di coscienza generato da tutte quelle ore di solitudine in casa». Il pezzo fa così: "Ah, ho dato un calcio alla porta della cucina/Da un mese e mezzo che non vedo più un'anima, ma/Fuori sembra caldo, dentro forse mollo/Guardo il sole e il mondo pregando Apollo".
Non si sa ancora se questi nuovi singoli entreranno nel prossimo disco di Mahmood, tutto è ancora in via di definizione, l'unica cosa sicura è che l'album sarà il frutto di un'evoluzione, forse addirittura una metamorfosi.

Solitudine, riflessioni. È cambiato tutto dopo questi mesi?
«Per me sì. Siamo stati a fare i conti con le nostre paure e i nostri pensieri. Magari mi sbaglio, io percepisco che la gente è diventata più aggressiva, per esempio sui social, dove ultimamente sento delle vibrazioni negative».
Però non si può negare che i social siano territorio di libertà di espressione.
«Eh, ma la libertà va usata in maniera giusta. Essere liberi davvero significa essere se stessi, ma non si può non tenere conto del pensiero altrui. Per quanto io cerchi di uscire dagli schemi perché questo è il mio modo di esprimermi, se voglio comunicare non posso ignorare il diritto di rispondermi degli altri, di quelli a cui mi rivolgo».
Il politicamente corretto, però, non rischia di trasformarci tutti in tante Miss Universo che stolidamente dichiarano di volere la pace nel mondo? Di smorzare idee più complesse?
«Un po' è vero, infatti appena esci dai binari, corri dei rischi. Pare che non si possa più dire niente, c'è sempre qualcuno che si offende. Se ti esprimi male sei immediatamente frainteso, se ti esprimi con chiarezza, è sempre troppa. E c'è la suscettibilità di qualcuno che viene urtata. Bisogna pesare le parole, per noi artisti questo

«Mi fa rabbia dover ancora lottare per l'affermazione di principi così "normali": io e te siamo uguali e non importa il colore della pelle. Eppure è necessario»

oggi è più complicato che mai. Inoltre, con il Covid, come dicevo, mi pare che la situazione sia molto peggiorata».

Covid o no, ci sono polemiche periodiche sul linguaggio, sul look, su tutto quello che fanno i rapper, anche all'interno del mondo della musica.

«Ma i rapper si sono sempre esposti, adesso sembra che non si possa fare più, c'è sempre qualcuno con il dito alzato. Però, se togli la libertà di provocazione estrema al rap, lo fai morire».

Dov'è il confine?

«Non sta a me dirlo. Però la gente si sente in diritto di esprimere la propria opinione sempre. E, francamente, non è necessario ogni volta. Io, ormai, quando non sono d'accordo su qualcosa che leggo sui social, non commento, non critico, non giudico».

Per paura di scontrarsi?

«No. Perché il fatto che io non sia d'accordo con qualcosa o qualcuno non significa necessariamente che io abbia ragione».

Lei ha usato parole e sound arabi in* Soldi. *Se lo facesse un cantante italiano di nascita e per parte di padre e madre, la vivrebbe come appropriazione culturale, come si dice oggi?

«Dipende da perché lo fa e con quale spirito. Se hai fatto un viaggio, hai conosciuto quella musica, la ami, la rispetti, la senti tua, mi pare normale e anche bello che tu scelga di usarla. Se invece lo fai per pura moda, non mi interessi come artista. Se un domani ci fosse il boom delle canzoni russe, io mica mi metterei a rappare in russo, così per sfizio, mi sembrerebbe da stupidi. Poi, se uno lo vuol fare, faccia, io non censuro».

Lei è sceso in piazza, ha partecipato al presidio contro il razzismo a Milano, una delle iniziative internazionali a sostegno del movimento Black Lives Matter, in seguito alla morte di George Floyd, l'afroamericano strangolato da un poliziotto a Minneapolis.

«Quando mi hanno detto che ci sarebbe stata questa manifestazione, non ho esitato un attimo. Il razzismo purtroppo c'è, eccome. Mi fa rabbia dover ancora lottare per l'affermazione di principi così "normali": io e te siamo uguali e non importa il colore della pelle. Eppure è ancora necessario. Mi viene da ridere quando si fanno grandi discorsi sull'Italia multietnica che sarebbe il futuro del Paese, perché per me è il presente da quando andavo a scuola: i miei compagni di classe erano figli di marocchini, cinesi, ecuadoregni ed erano nati in Italia come me. Siamo tanti».

Che cosa la innervosisce di più su questo tema?

«Quelli che dicono: "Io non sono razzista, infatti ho tanti amici di colore". Di solito, è ipocrisia».

Milano è stata una delle città più colpite, in una delle regioni più colpite dalla pandemia. A un certo punto è circolato un sentimento antimilanese, il cui succo era: "Ve la tiravate tanto e siete stati puniti". Le ha dato fastidio?

«A parte che secondo me Milano non se l'è mai tirata, è una città viva, che lavora, che non si spaventa e che è sempre stata la prima nel rialzarsi dopo una caduta. Io mi sono paragonato a Milano durante il lockdown, sa? Ero abituato a scrivere in giro, viaggiando e, a casa, non mi venivano idee. Poi, a un certo punto, ho capito di dover reagire, mi sono riattivato, ho parlato con altri musicisti, mi sono rimesso in piedi e mi sento meglio di prima».

Questo periodo di interruzione è arrivato al culmine del suo momento d'oro, un po' una beffa del destino.

«Sì, è arrivato dopo mesi di adrenalina a mille. Non avevo mai fatto un tour prima dell'anno scorso, non avevo mai viaggiato così tanto, conosciuto gente nuova, non avevo mai pensato di ottenere certi risultati: Sanremo, l'Eurovision. È stato surreale, mi pareva di stare in un film».

Se immagina il prossimo concerto, come lo vede?

«Piuttosto ritardo di un mese, ma non voglio fare concerti in posti piccoli. Il concerto per me è stare insieme, fare bordello. Il mood del mio prossimo disco sarà pieno di energia e voglio che questo si possa rivivere anche nei live».

Tutti abbiamo un "concerto della vita" a cui siamo stati. Il suo qual è?

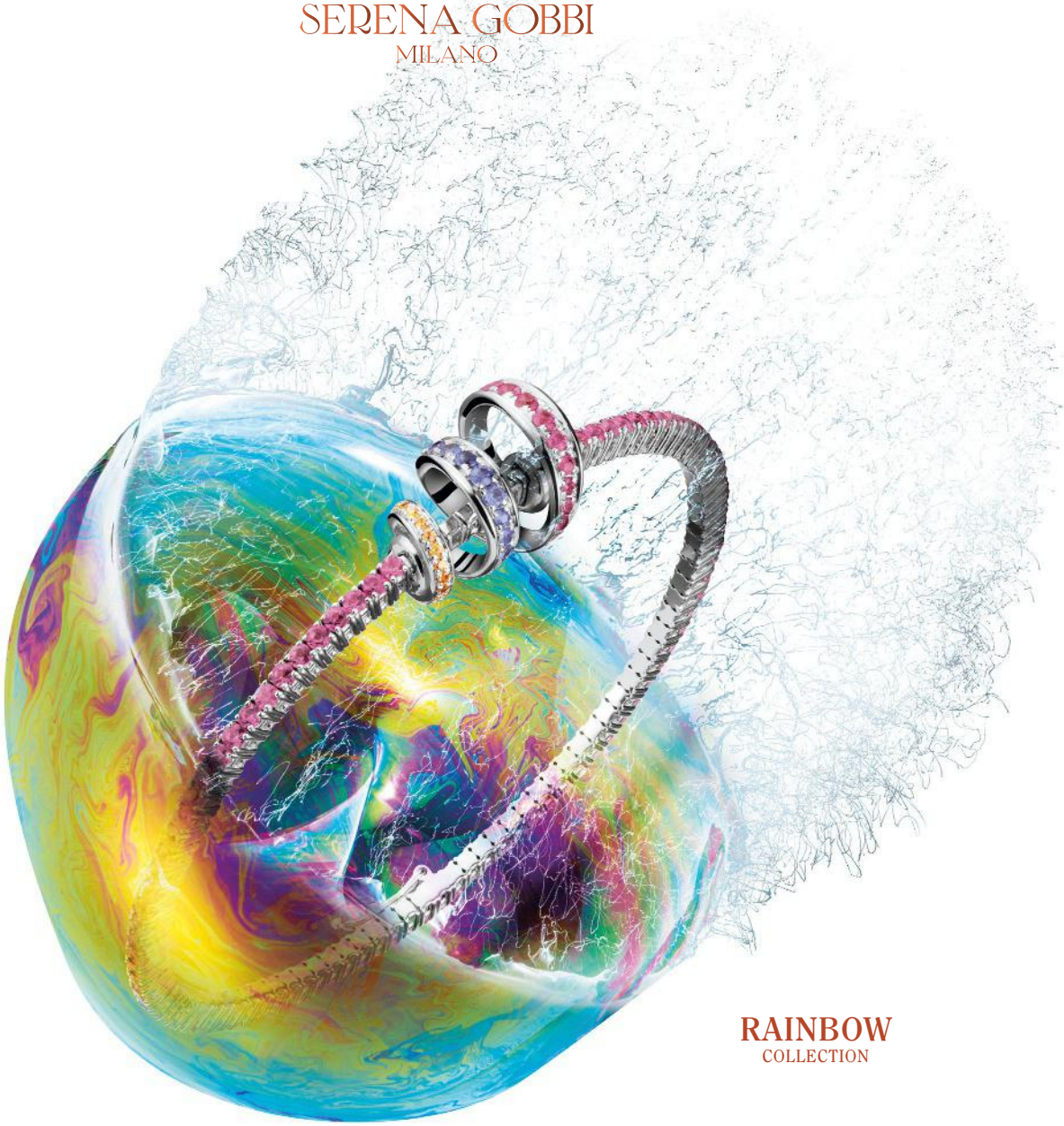
«L'anno scorso, in Puglia, al Locus Festival, ho avuto l'onore di aprire il concerto di Lauryn Hill. Finito di cantare, sono sceso tra il pubblico per ascoltarla. Il primo disco che ho comprato in vita mia è stato *The Score* dei Fugees (il gruppo di cui Lauryn Hill era frontwoman, *ndr*). È stata bravissima e poi le ho stretto la mano, mi sono fatto una foto con lei... Mamma mia, stavo svenendo!»

Nel 2012 lei partecipò a* X Factor *e venne eliminato alla terza puntata. Ci pensa mai?

«No, non ci penso. So esattamente perché sono stato eliminato: non ero pronto. Tutto arriva al momento giusto. Il treno, per salirci, lo devi vedere». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SERENA GOBBI
MILANO



RAINBOW
COLLECTION

Bracciale tennis in oro bianco 18k con pavé di zaffiri multicolor

GOBBI 1842

CORSO V.EMANUELE II, 15 - MILAN - ITALY - TEL. +39.02.76020536 - info@gobbi1842.com - www.gobbi1842.com

Rivenditore Autorizzato

PATEK PHILIPPE GENEVE

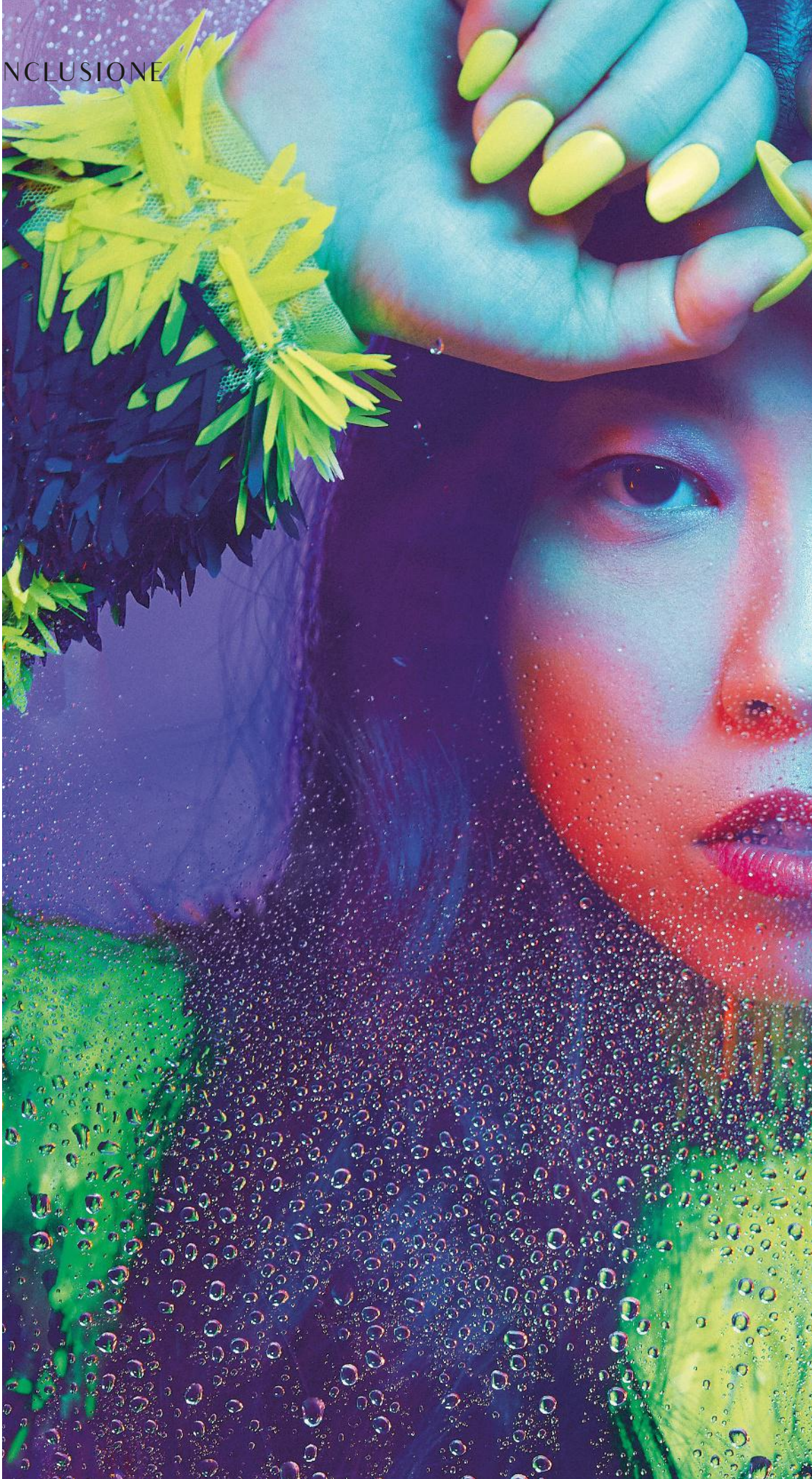
ROLEX

TUDOR

SERENA GOBBI MILANO è un marchio distribuito da GOBBI 1842 s.r.l.

PARKING.MI.IT

AWKWAFINA



AWKWAFINA, 32 ANNI, È RAPPER, ATTRICE E COMICA STATUNITENSE DI ORIGINI CINESI E COREANE.

SONO L'ASIATICA CHE CAMBIERÀ IL MONDO

È la nuova star totale che ha successo perché ha smascherato i pregiudizi che accompagnano gli artisti con le sue stesse origini

di_ARMANDO GALLO da_LOS ANGELES foto di_JAMES MACARI

Forse non la conoscete come rapper, perché la musica trap asiatica non è la vostra passione. Ma probabilmente avete visto l'irresistibile forza comica di Awkwafina in due film che hanno sbancato al botteghino: *Ocean's 8* e *Crazy & Rich.* Nel primo era un'abile ladra assoldata da Sandra Bullock e Cate Blanchett; nel secondo era la ragazza un po' sgraziata che girava per Singapore in una coupé da 180 mila euro portando sempre nel bagagliaio tre abiti da cocktail per essere pronta a un invito dell'ultimo minuto.
Nora Lum, 32 anni, nata a New York da padre sinoamericano e madre coreana, oggi conosciuta come Awkwafina, è forse l'artista asiatica che più ha ribaltato i pregiudizi dell'America conservatrice. Ha debuttato da sconosciuta nel mondo della musica postando le sue prime cose in Rete. Poi ha smascherato i pregiudizi che accompagnano gli artisti di origine asiatica nel documentario *Bad Rap* (su Netflix), ha preso in giro il machismo dell'hip-hop con la canzone *My V@g* e ha commosso e convinto i giurati del Golden Globe interpretando un'asiatica americana che torna al capezzale della nonna morente in *The Farewell - Una bugia buona*. La sua ascesa è diventata così simbolica da farle guadagnare anche una serie tv ispirata alla sua vita di 20enne nella periferia di New York, *Awkwafina Is Nora from Queens*.
In questo momento l'America sta facendo un esame di coscienza riguardo agli effetti del razzismo e della non accettazione delle minoranza. Lei vede cambiamenti nel modo in cui le persone di origini asiatiche vengono raccontate al cinema e in tv?
«Al di là della percezione della cultura asiatica, penso che stiamo diventando molto più consapevoli e non vogliamo che certi meccanismi di esclusione vadano avanti come succedeva prima. Quando siamo raccontati attraverso luoghi comuni, quando siamo derisi, o messi su un piedistallo, in qualche modo questo si riflette sul modo di pensare delle persone. Quindi la prima cosa è far sì che le storie che riguardano una comunità vengano scritte da chi ne fa parte e raccontate da chi le conosce».

Foto AUGUST/CONTRASTO

EXPRESS YOUR WORLDS
GEOX
RESPIRA
Shop online at GEOX.COM

Lei è nata da un padre di origini cinesi e da una madre sudcoreana. Quanto è stato difficile essere accettata come americana?
«Ogni bambino vuole essere accettato dagli amici, dalla scuola, e per me non era diverso. Ho sempre avuto tante persone intorno, ma ho sempre fatto fatica a inserirmi. Mio padre era americano fino al midollo, suonava Neil Young alla chitarra. Ho perso, invece, mia madre a 4 anni, e passavo il tempo con una nonna che in casa parlava solo cinese. Vivevo tra i loro due appartamenti e, se devo dire la verità, mi sentivo diversa da tutti: dai bambini americani e anche da quelli orientali, che avevano strutture familiari più tradizionali. Guardavo in tv la serie *Hai paura del buio?* come loro, facevo merenda con gli stessi snack che mangiavano loro, eppure mi facevano sentire diversa. Quella sensazione la porti dentro per tutta la vita».
Poi, verso i 14 anni ha scelto il nome d'arte Awkwafina. Che cos'era? Un alter ego per poter uscire dai luoghi comuni ed essere finalmente libera?
«In realtà dietro a quel nome c'è un gioco di parole con la parola inglese "awkward", che vuol dire imbarazzante. Spesso a quell'età me ne uscivo con frasi spiazzanti o mi trovavo in situazioni un po' buffe. Non pensavo davvero che la gente mi avrebbe chiamato così, né che avrei visto più avanti quel nome dall'ortografia folle sulla copertina di un album o sul copione di un film».
La gente la chiama Nora o Awkwafina?
«Nora, per tutte le persone che mi sono veramente vicine io sono solo Nora. Mio padre all'inizio mi prendeva in giro: "Che cosa vuol dire Awkwafina?". Poi ha capito che era come se fosse il nome della parte di me più forte e spregiudicata. E ora l'ha accettata».
A inizio anno, sul network Comedy Central è iniziato il suo nuovo show biografico,* Awkwafina Is Nora from Queens*, in cui lei rivive i suoi 20 anni nel distretto più grande e popoloso di New York. Com'è stato questo salto indietro nel tempo?
«Quella è un'età molto importante per una ragazza: è la fase in cui vivi ancora con i tuoi genitori, vorresti essere indipendente, ma ancora non sai che cosa vuoi veramente. Ho riso molto a ripercorrere i miei passi e a usare come set il vecchio parco dove mi incontravo con gli amici dopo la scuola».
A quel tempo suonava ancora la tromba?
«Sì, l'avevo scelta perché pensavo che fosse uno strumento dal timbro curioso e dirompente quanto la mia personalità. In realtà poi il maestro mi spiegò che è l'opposto: lo strumento ha sempre la voce di chi lo suona».
***È allora che ha cominciato a non aver paura di niente? Qualche anno dopo ha presentato una canzone che parlava della sua vagina,* My V@g...**
«L'avevo scritta quando ero ancora un'adolescente. Non ho mai avuto problemi a mettermi in imbarazzo dicendo qualcosa di strano, ma, quando fai come me, l'importante è che tu dopo non ti senta vulnerabile, perché provocherai sempre una qualche reazione».
Quindi si sente invincibile?
«No, ho deciso che non m'importa: vado fuori, dico cose folli e se c'è un muro contro cui schiantarsi non mi fermo».
I suoi primi video li caricava su YouTube. Essere passata per il mondo dei social e per lo scrutinio dei commentatori del web l'ha rafforzata?
«A quel tempo per me la musica era il vero amore: pubblicavo online perché sentivo il bisogno di esprimermi, non avevo pianificato di vendere o di finire a Los Angeles. Quella ero solo io nella mia camera da letto. E YouTube, a quel tempo, veniva definita la Hollywood degli asiatici, perché poteva darti un pubblico senza dover passare dalle case di produzione. In un certo senso i social sono diventati la libertà che la società non ti dava».
***Ha esordito nel rap, sfidando il predominio degli afroamericani e dei bianchi. Poi ha provato la strada del cinema, recitato nel film campione d'incassi* Crazy & Rich *e ha vinto un Golden Globe per il film* The Farewell - Una bugia buona.**
«Sì, è stato un momento incredibile della mia vita perché ho trovato, oltre a un riconoscimento inaspettato, anche tante nuove famiglie: quella di *Crazy & Rich,* ma anche quella di *Ocean's 8* con Sandra Bullock e Cate Blanchett, due dive che sono diventate due amiche. Una sera sono rientrata in hotel e ho pensato che questo è davvero il momento migliore della mia vita».
Forse il meglio deve ancora venire. È stata scelta per far parte di* Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings*, il primo film con cast a prevalenza asiatica dell'universo cinematografico dei supereroi Marvel che uscirà il prossimo anno. Ha detto sì a occhi chiusi?
«In questo caso l'importante non era tanto rispondere velocemente, ma capire che ruolo il regista Destin Daniel Cretton avesse pensato per me (il protagonista maschile sarà l'attore sinocanadese Simu Liu, *ndr*). Mi è bastato parlarci per concludere che non potevo dire di no. Peccato che in quella stessa chiacchierata mi abbia vietato di dire anche il più piccolo dettaglio sulla trama». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Mi sentivo diversa da tutti: dai bambini americani e da quelli orientali. Quella sensazione la porti dentro per tutta la vita»

NUOVA
Ypsilon
HYBRID ECOCHIC
L'ELEGANZA È NELLA SUA NATURA.
ecochic
È arrivata la Nuova Ypsilon Hybrid Ecochic con nuovo motore 3 cilindri supportato dalla tecnologia Mild Hybrid da 12V che permette una guida semplice e sostenibile. Nuovo colore Blu Maryne e sedili con SEAQUAL® YARN, che utilizza la plastica riciclata dai mari. Vetri privacy, cruise control, sensori pioggia e crepuscolari. E in più, nuovi dettagli di stile con finiture in Dark Grey.
La sua natura è ibrida. Il suo stile è puro.
SEAQUAL INITIATIVE
LANCIA
Lancia.it
Consumo di carburante Lancia Ypsilon Hybrid Euro 6d (l/100 km): 4,1 – 4,0; emissioni CO_2 (g/km): 92 – 90. Valori omologati in base al metodo di misurazione/correlazione nel ciclo misto NEDC, aggiornati al 31/08/2020 e indicati a fini comparativi.

r o b e r t o r i c c i d e s i g n s

RRD

zalando

Real life luxury

Petra, fotografa, Paese Bassi

L'arte è la mia ispirazione più grande. Quando fotografo mi concentro tanto sullo stile, quanto sulla composizione fotografica. Ci vuole equilibrio: moda e personalità devono essere tutt'uno.

ELODIE

SONO LA VOCE DI TUTTE LE VOCI

I look decisi e la scelta di non apparire mai una ragazza rassicurante. L'impegno a favore dell'omosessualità. Il rapporto con i fan e il desiderio di restare la paladina di chi vive ai margini. La cantante Elodie racconta a *Grazia* della libertà che cerca sempre e della missione che si è data: «Parlare per chi non può esprimersi»

di_PAOLA JACOBBI

ELODIE, 30 ANNI, È NELLE CLASSIFICHE DELL'ESTATE CON LE CANZONI *GUARANÀ* E *CICLONE*.

La voce di Elodie arriva prima di lei. È intensa, profonda o, come la definisce lei stessa, "impegnativa". Dice anche che si vorrebbe più leggera, almeno ogni tanto, ed ecco perché i suoi ultimi successi sono stati canzoni estive, deliziosi come bibite fresche: *Guaranà* e *Ciclone*.

Ha appena compiuto 30 anni e la sua storia sembra già un romanzo a lieto fine. Padre artista di strada, madre originaria della Guadalupa, giovinezza in borgata, la musica come passaporto per la libertà, in poco tempo le bella ed esotica Elodie Di Patrizi ha accantonato il cognome e guadagnato la fama, conquistandosi con giudizio ogni gradino, dai talent show al Festival di Sanremo, dal vertice delle classifiche dello streaming al fidanzamento ad alto tasso di notorietà con il rapper Marracash. Ora su Instagram è vicina ai due milioni di fan, che vanno dalla bambina che l'ha abbracciata regalandole fiori di campo dopo un concerto a Gressoney al meccanico che le scrive nei commenti: "Ricordati sempre che prima di essere famosa eri come noi".

Articolata, grintosa, sceglie le parole con attenzione, ogni tanto si diverte a infilare nel discorso un'espressione in romanesco, un segno di irresistibile spontaneità. Cambia pettinatura spesso, Elodie. Lo facciamo in tante e dietro ogni nuovo look c'è sempre un motivo. Quali siano stati i suoi è la prima cosa che ho voglia di chiederle.

Riesce a farmi una sua autobiografia attraverso le pettinature?

«A me piace giocare, cambiare personaggio, però è vero che alcune scelte in merito ai capelli sono legate a traumi, a momenti anche difficili. A 23 anni mi sono rasata a zero. Era un brutto periodo, non mi riconoscevo più. Quel taglio radicale era un segno di protesta contro me stessa, contro certe scelte che avevo fatto. Poi ho iniziato a colorarli. Ero rasata verde prato e la gente mi guardava male, intanto io manifestavo il mio malessere e, consapevolmente, provocavo le reazioni altrui. Andando a fare il provino per *Amici*, li avevo grigi. Infine, quando sono entrata nel programma, mi sono fatta rosa, un colore pop. L'avevo scelto più per gli altri che per me, mi sembrava giusto per piacere al pubblico».

Per il video di* Guaranà *ha invece le treccine.

«Quelle sono la mia comfort zone, mi ricordano la mia mamma che mi faceva le trecce d'estate. Una coccola».

E per* Ciclone*, chiome lunghe, lisce e vaporose, da pubblicità di shampoo.

«È una parrucca. Volevo interpretare una parte, la donna mediterranea sensuale. Non sempre tutto quello che faccio corrisponde a quello che sono ma, ripeto, mi piace giocare come un'attrice. Non mi prendo mai troppo sul serio, sto alle regole dello spettacolo».

Però, al di là dei travestimenti, ci deve essere qualcosa in cui crede, anche come interprete di pezzi scritti da altri, no?

«Mi sento molto libera di provare, di cimentarmi in cose non mie, ho un approccio molto diretto, sono entusiasta come una 15enne, ma con la consapevolezza di essere ormai una donna. Il tempo passa, alcune cose non si potranno fare più perché cambierò. Ma non voglio avere rimpianti, io mi sento sempre libera, libera anche di sbagliare».

Chi rappresenta Elodie?

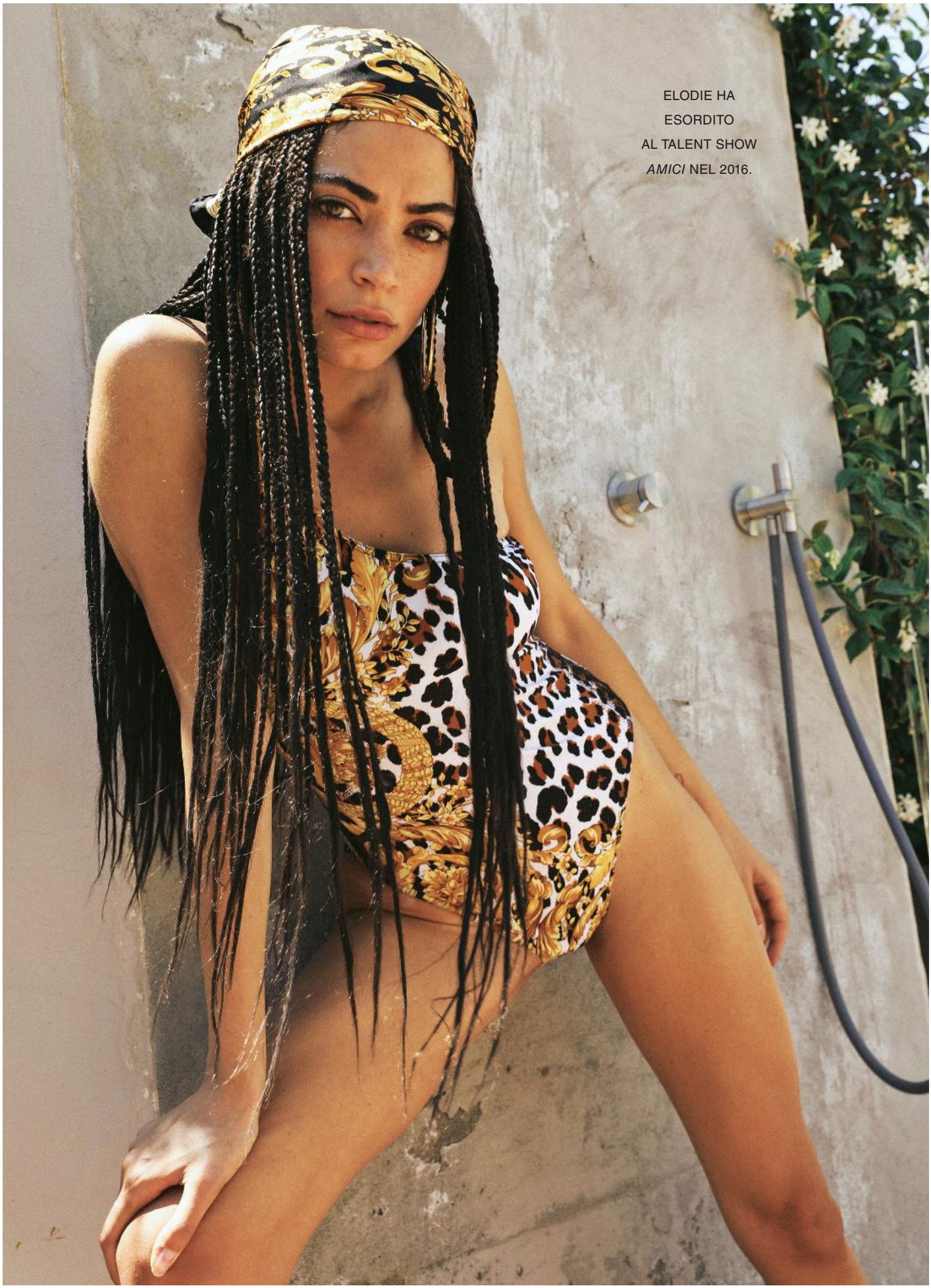
«Il popolo, perché sono nata in un quartiere popolare, do voce a una maggioranza che non sempre è libera di esprimersi. Spero che la gente veda in me la ragazza che viene dalla borgata, ma anche la ragazza che ha fatto un lavoro su se stessa per far emergere la sua unicità. A tutte le persone che sono cresciute in situazioni difficili come la mia, io dico che bisogna credere in se stessi, fare introspezione perché solo dentro di te trovi le risposte e le energie per andare avanti, solo così individui la tua vera voce».

Sua sorella Fey è omosessuale. È stata accettata facilmente in famiglia?

«Sì, i miei sono sempre stati molto aperti, non si è mai parlato di genere, ma solo di amore. Mio padre

«Spero che la gente veda in me la ragazza che viene dalla borgata, ma anche quella che ha fatto un lavoro su se stessa per far emergere la sua unicità»

Foto RAFFAELE MARONE. STYLING: RAMONA TABITA



ELODIE HA
ESORDITO
AL TALENT SHOW
AMICI NEL 2016.

non domandava: "Hai il ragazzo?", ma: "Sei innamorata di qualcuno?". La società non è solo la famiglia, mia sorella ha vissuto un po' male all'esterno, almeno all'inizio. Mi fa arrabbiare molto che ancora si parli di omosessualità in termini di "accettazione". Che cosa ci sarebbe da accettare? È un aspetto che riguarda la sfera emotiva e intima di una persona, non abbiamo il diritto di giudicare, è un dato di fatto e basta. Mi arrabbio anche quando, per definire qualcuno si dice: "Sai, quello gay". Dimmi che è biondo o bruno, allegro o malinconico, simpatico o antipatico, ma non usare la parola gay per definirlo».

Che rapporto ha con i social, terra delle definizioni spicce per eccellenza?

«Li ho sempre trattati con molta cautela perché sento di avere una responsabilità, sono un personaggio pubblico. Al contrario, vedo persone con una certa notorietà e rilevanza sociale che si comportano con troppa incoscienza, scrivono senza pensare alle conseguenze e nei casi peggiori addirittura incitano all'odio. Prima osservavo, mi indignavo e stavo zitta, adesso se leggo qualcosa che non mi piace, dico la mia. Chi ha un seguito deve dare messaggi positivi. Non dico che dobbiamo diventare tutti dei santoni, però ci sono valori come la tolleranza, il rispetto, il confronto civile, da cui non si può prescindere».

Tempo fa, in un'intervista, lei ha detto che nel mondo della musica le cantanti vengono sempre presentate come principesse e che lei voleva essere altro. C'è riuscita?

«Spero di sì. Non voglio essere una figura rassicurante, voglio poter scegliere, non mi va di essere incastrata in un ruolo come è appunto quello assegnato alle belle donne che cantano. Si pensa che le donne siano determinate dall'orologio biologico: a 20 anni ti sposi, a 30 devi fare i figli, a 50 non ti fila più nessuno... Non siamo macchine, siamo esseri liberi. Va detto che, a volte, le prime sceme siamo noi che ci adeguiamo al sistema, che accettiamo il giochino della competizione e della rivalità tra donne. Al mio primo Sanremo, mi dissero di fare non so più che cosa alle sopracciglia perché "se sei troppo bella, poi dai fastidio alle altre". Non so chi fossero queste altre che si sarebbero potute infastidire, ma immagino che una cosa del genere a un maschio non l'avrebbero mai detta».

Quanto è difficile essere libere nell'industria della musica?

«Ho sempre avuto chiaro in testa quello che volevo. Però non è che mi abbiano dato retta subito. Ci ho messo quasi due anni a mettere in piedi il team giusto, un gruppo di persone la cui opinione per me è indispensabile. Non prendo decisioni da sola, questo è un lavoro di squadra, non c'è mai chi ha ragione e chi ha torto, ai risultati si arriva insieme».

Si considera una persona disciplinata?

«Non molto...».

Vorrebbe esserlo?

«Magari. Sono affidabile, ma poco costante, però provo a migliorarmi. Non so se ce la farò, ma ci provo».

Che cos'è stata la musica per lei?

«La mia grande valvola di sfogo, il posto dove nascondermi che ho scelto fin da adolescente, quando imparavo a memoria le canzoni di Mina e di Lucio Battisti. Ho sempre cantato, ho ricordi di me che canto già a 7, 8 anni. A casa nostra la musica c'era sempre».

***Una volta ha detto che la prima volta che si è sentita compresa è stato ad* Amici.**

«Davvero? Forse intendevo che è stata la prima volta che mi sono sentita orgogliosa di me, ero arrivata lì con poca autostima e finalmente stavo facendo qualcosa di costruttivo».

La cantante straniera con cui fare un "featuring" da sogno?

«Rihanna!».

Ha la possibilità di invitare a cena tutti i suoi idoli musicali femminili, viventi e scomparsi. Chi c'è a tavola?

«Billie Holiday, Etta James, Carmen McRae. Metterei Edith Piaf accanto a Rihanna. Inviterei anche Beyoncé. Ah, e poi, ovviamente, ci vorrebbe anche Madonna».

Forse Beyoncé e Rihanna non vanno d'accordo.

«Ma in una serata così, a casa mia, diventerebbero amiche».

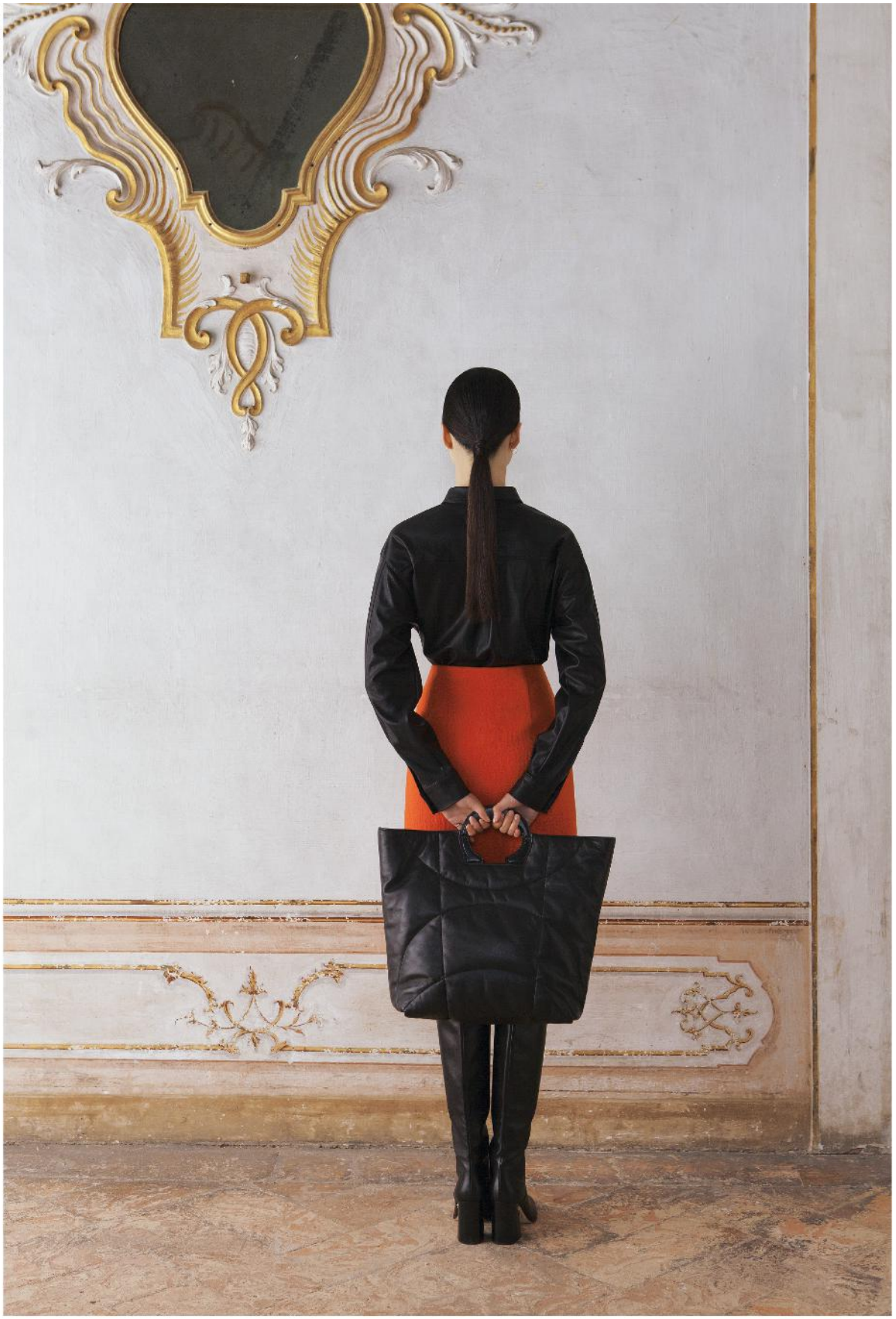
Che cosa darebbe da mangiare a queste signore?

«Una bella cena italiana, rustica, con grandi antipasti, la pizza fritta napoletana e tanto vino. Alla fine, ci metteremmo a cantare, stonate. Tutte alticce, tranne Beyoncé, che non mi sembra il tipo». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Voglio poter scegliere, non mi va di essere incastrata nel ruolo assegnato alle belle donne che cantano»

calicantoluxurybags.it



CALICANTO

luxury bags

borbonese.com

BORBONESE

WHOOPI GOLDBERG

L'ATTRICE PREMIO OSCAR WHOOPI GOLDBERG, 64 ANNI.

L'AMERICA HA BISOGNO DEL NOSTRO COLORE

Whoopi Goldberg è un simbolo dell'antirazzismo da quando è diventata una star con il film *Il colore viola*. Oggi, negli Stati Uniti piegati dalla pandemia, utilizza sul web la sua popolarità per portare gli afroamericani al voto con l'hashtag #takeblackthevote. «Alle prossime elezioni», dice a *Grazia*, «la loro deve essere una voce forte»

di_ARMANDO GALLO da_LOS ANGELES

Foto GETTY IMAGES

Come molti di noi, in questo 2020 Whoopi Goldberg, 64 anni, ha un'agenda piena di appuntamenti cancellati. Qualche giorno prima del nostro incontro doveva essere a Londra, per presenziare alla nuova stagione di *Sister Act*, il musical che ha portato al cinema con successo nel 1992. Invece è dovuta restare in quarantena in casa sua, a leggere del numero di casi record di contagiati da Coronavirus negli Stati Uniti mentre la sua pronipote Charlie, davanti alle immagini delle manifestazioni antirazziste, le chiedeva perché tanta gente in America ce l'avesse con i neri.

È incredibile parlare di razzismo con Whoopi nei giorni in cui negli Stati Uniti le marce seguite alla morte dell'afroamericano George Floyd e gli scontri in Wisconsin sembrano segnare una nuova consapevolezza nel segno dei diritti. È incredibile perché Whoopi quasi 40 anni fa fu la protagonista di un film potentissimo che vinse tutto agli Oscar: *Il colore viola*, di Steven Spielberg, una storia di violenza domestica, razzismo e abusi sessuali. «Quel film ci ha aiutate a essere donne e nere, mai vittime», dice Goldberg, che però oggi riconosce che quei mali raccontati in modo così doloroso sul grande schermo l'America non ha mai saputo guarirli davvero.

Ora Whoopi, attraverso il suo profilo Instagram, è impegnata nella campagna per portare gli americani a votare: si chiama #takeblackthevote (un gioco di parole che suona come "Riprenditi il tuo voto" indirizzato agli afroamericani). Con lei ci sono la popstar Beyoncé e attrici come Viola Davis, Octavia Spencer e Halle Berry. «Chiediamo», spiega, «l'approvazione di una legge che assicuri a ogni americano non bianco il rispetto della sua scelta elettorale il 3 novembre». Afroamericani, ispanici e immigrati sono i più penalizzati dal sistema di registrazione e dalle difficoltà logistiche che accompagnano questa elezione, dove sarà cruciale il voto per posta. E con la questione razziale così preponderante in questo momento, Whoopi è scesa in campo.

Come ha spiegato il razzismo alla sua pronipote?

«Lei ha 6 anni e dopo l'assassinio di George Floyd (avvenuto il 25 maggio 2020 a Minneapolis, *ndr*) mi ha chiesto: "Nonna, perché dobbiamo spiegare alle persone che la vita dei neri ha importanza? Non lo sanno già?". Mi parla spesso, vuole che io la aiuti a capire, a volte pensa che io abbia tutte le risposte».

La pandemia ha colpito soprattutto i più deboli e nel frattempo la comunità afroamericana, attraverso il movimento Black Lives Matter, ha fatto sentire forte la sua voce. Lei che cosa pensa di queste "rivoluzioni"?

«Come la mia piccola anche io ho sempre saputo che le vite dei neri hanno un valore, ma moltissima gente non sa bene che cosa voglia dire essere afroamericano. Sono bastati otto minuti, quelli del video straziante in cui George Floyd veniva ucciso dalla polizia, per capire: quelli che mostrano un uomo che sta per morire e che usa le sue ultime parole per invocare sua madre. Tutti improvvisamente hanno visto in lui loro stessi e hanno avuto l'istinto di dire basta e marciare, perché vogliono il cambiamento».

Che cosa c'è di diverso in questo momento rispetto alle mobilitazioni del passato?

«Le lotte degli Anni 60 e le manifestazioni antirazziste di oggi insegnano una cosa: i cambiamenti nella società avvengono lentamente, ma poi tutto si trasforma di colpo in meglio. Adesso è troppo facile condannare a morte un nero, spararagli mentre è in macchina, lasciarlo indietro ogni volta che se ne ha l'occasione. Per questo dobbiamo ripetere: "Black Lives Matter", le vite dei neri contano, e io sono disposta a marciare ogni giorno finché questo messaggio non verrà compreso. L'America non dovrebbe aver paura di prendere una boccata d'aria fresca».

La pandemia, però, ha portato il Paese in una crisi economica profonda.

«È vero, ma io cerco di vedere quello che c'è di buono in questa situazione. Forse avevamo bisogno del virus per capire quanto amiamo le nostre famiglie e quanto tempo vogliamo trascorrere con loro. Molti di noi avevano dimenticato come sia pranzare e cenare con i propri figli, o attendere una loro chiamata la sera».

Lei conduce da anni un talk show chiamato* The View. *Come fa ad affrontare tante questioni controverse senza perdere la calma o senza far arrabbiare il pubblico?

«Non possiamo tutti perdere la testa nello stesso momento. A volte mi mordo la lingua, perché mi verrebbe da urlare, ma in tv devo comportarmi da adulta. Poi, a telecamere spente, posso tornare a essere me stessa con i miei eccessi».

Il titolo del suo programma significa "Punto di vista". Ora la maggior parte delle persone può esprimere il proprio attraverso i social: questo porta tante possibilità, ma genera anche tanta disinformazione.

«Io la vedo così: ognuno è responsabile di quello che fa e dice. Ma, di fronte alle informazioni che arrivano dagli altri, bisogna usare la testa e fare lo sforzo di

«La mia pronipote mi ha chiesto: "Nonna, perché dobbiamo spiegare alle persone che la vita dei neri ha importanza? Non lo sanno già?"»

driade

driade.com driade_it

LOVE

Fabio Novembre

L'ATTRICE WHOOPI GOLDBERG SARÀ TRA I PROTAGONISTI DELLA SERIE *THE STAND*.

verificare e approfondire. Il problema è che molte persone non vogliono fare fatica, vogliono solo un posto dove sfogare la propria rabbia, spesso contro qualcun altro».

Quali persone ammira di più in questo momento?

«Tutti gli agenti di polizia che fanno la cosa giusta e non compiono abusi. Tutti i dottori e gli infermieri che curano ogni americano, anche se c'è qualcuno che dice assurdità come: "Non c'è nessun virus da temere". Tutti i ragazzi e le ragazze che portano cibo a chi ne ha bisogno e tutte le persone che stanno facendo cose che io non faccio, e così mi stanno permettendo di stare a casa al riparo dalla pandemia».

Hollywood e il cinema torneranno quelli di prima?

«La situazione è in evoluzione. L'unica certezza è che qualunque passo avanti, a emergenza finita, si farà se lavoreremo tutti nella stessa direzione. Troveremo nuovi modi per fare le cose, come la cantante Taylor Swift che ha finito un album mentre era in quarantena. Noi esseri umani non siamo molto pazienti, ma dobbiamo riuscire a darci tempo, a riscoprire la nostra umanità. Ci arriveremo, vorrei solo che succeda il prima possibile».

Lei è nel cast della serie tv* The Stand*, tratto dal romanzo di Stephen King* L'ombra dello scorpione*, che parla proprio di un'epidemia. Non è strano?

«Quando abbiamo iniziato le riprese pensavamo stessimo sul set di un film di fantascienza, non credevamo che la realtà ci avrebbe superati».

Alla fine dell'anno compirà 65 anni. Che cosa desidera solo per se stessa?

«Mi piacerebbe tornare a lavorare sul palco, questa è la mia speranza. Vorrei tornare ad avere una parvenza della vita che conoscevamo prima del Coronavirus, anche se so che non sarà possibile. Mi piacerebbe tornare al cinema senza dover indossare una mascherina. Magari non avrò tutto questo per il mio compleanno, ma l'importante, in fondo, è che tutti superiamo questo momento. Insieme». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Foto CONTRASTO

PENNYBLACK.COM

KRISTEN NOEL CRAWLEY

USIAMO IL POTERE DELLA BELLEZZA

Kristen Noel Crawley era un'influencer beauty. Poi, grazie al passaparola sui social, ha creato un marchio che porta il suo nome. Ora ha dato vita a una scuola digitale per trasformare tante ragazze nere con la sua passione in imprenditrici di successo

di_DANIELE OSSINI foto di_ EMMA ISABELLA BASSILL

Kristen Noel Crawley, 450 mila follower su Instagram, non è solo una beauty influencer nera. Ha creato dal nulla il marchio KNC Beauty, divenuto in poco tempo famoso per le sue maschere da applicare sulle labbra: belle, piacevoli e profumate. Sembra che l'attrice Emma Stone non ne possa fare a meno e che la regina dei reality Kim Kardashian ne applichi una prima di ogni evento («Le mie labbra sono subito morbide e idratate», ha detto).

La bellezza per Kristen va cercata in ogni dove. Ha iniziato scrivendone, commentando come molte influencer trucchi e creme, ha fatto poi un'incursione nel mondo dei gioielli, disegnandoli, è tornata alla bellezza con un prodotto innovativo ed è arrivato subito il successo.

Crawley non si tira indietro su nulla: sostiene le donne, appoggia la comunità nera di cui fa parte e per ultimo ha inaugurato una scuola di beauty, KNC School of Beauty, a partecipazione gratuita (cosa ben strana per l'istruzione americana), dove ha radunato attorno a sé esperti del settore per aiutare a fare imprenditoria e favorire l'empowerment femminile.

Che funzione sociale pensa di avere come imprenditrice nel mondo del beauty?

«Voglio che le persone attorno a me abbiano fiducia in loro stesse e trovino la propria bellezza. Penso che sia importante educare a scovare ciò che ci fa sentire sicuri di noi stessi».

In che modo la pandemia ha influenzato il nostro rapporto con la cura di sé?

«Siamo stati tutti bloccati a casa ed è stato un momento perfetto per esprimerci e sperimentare senza fretta o stress».

L'IMPRENDITRICE DIGITALE DEL BEAUTY, KRISTEN NOEL CRAWLEY, 28 ANNI.

KRISTEN NOEL CRAWLEY CINQUE ANNI FA HA FONDATO IL SUO MARCHIO, KNC BEAUTY.

Anche lei ha iniziato la sua carriera facendo delle prove, vero?
«Sì, da adolescente sono passata dalla sperimentazione con i cosmetici alla scrittura sulla bellezza. Fino a sviluppare poi il mio marchio, KNC Beauty».
La maschera per le labbra* All Natural Infused Lip Mask *è diventata il suo prodotto di maggior successo. Se lo aspettava?
«No, è stato emozionante. I miei follower mi hanno sostenuta fin dal principio e hanno contribuito attivamente a promuoverla in tanti modi diversi. Ho potuto vedere letteralmente crescere da zero il mio marchio».
Dietro a questo però c'è una filosofia molto democratica.
«Volevo sviluppare una linea che parlasse a tutti i tipi di pelle e facesse sentire bene le donne, tutte le donne. Che il packaging fosse accattivante e divertente era una mia richiesta, ma al contempo KNC Beauty vuole creare un maggiore senso di inclusione e di accoglienza delle diversità. Visti i tempi, ritengo sia fondamentale essere in prima linea, diventando un esempio per altri giovani imprenditrici e imprenditori neri».
Il suo ultimo progetto è la scuola virtuale KNC School of Beauty: da dove ha preso ispirazione?
«Voglio sostenere le giovani donne di colore che hanno la passione e il desiderio di costruire il proprio marchio di bellezza. Voglio entrare in contatto con persone come me e dare loro il giusto spazio per sviluppare il business. Per me è stato molto importante collaborare con uno sponsor come il marchio Revlon. Sono felicissima della loro donazione al NAACP Legal Defence and Educational Fund (l'organizzazione che dagli Anni 30 lotta contro le ingiustizie razziali in America, *ndr*)».
In che modo Instagram l'ha aiutata a crescere e ad amplificare non tanto il suo marchio quanto il messaggio di inclusività?
«L'interazione mi ha aiutata a dialogare con gente di tutto il mondo. È come se mi permettesse, ogni giorno, di comprendere meglio la mia comunità e i bisogni che nascono al suo interno. È importante per me ascoltare i suggerimenti dei follower e Instagram ha reso possibile tutto questo».
Come interagisce con la community?
«Ogni giorno voglio sentire la voce autentica di quelli che mi seguono. Mi piace sperimentare diverse piattaforme multimediali per entrare in contatto con la mia comunità, aiuta a incoraggiare le relazioni personali. Ora uso molto i podcast».
Come vede il futuro dei social media e di Instagram in particolare?
«Penso che Instagram, se utilizzato in modo positivo, possa aiutarci a connetterci l'un l'altro in un senso più profondo. È stato uno strumento di divulgazione enorme nel promuovere il movimento antirazzista Black Lives Matter e ci mostra che i social media, in un certo senso, possono riunirci per uno scopo superiore».
Come sta vivendo questo momento di cambiamento?
«Sono una donna nera, sposata con un uomo nero, abbiamo figli neri: per noi Black Lives Matter è un movimento che sostiene il bene contro il male. Ma il resto del mondo non deve stare a guardare: tutti possono contribuire facendosi sentire, sostenendo le aziende di proprietà delle persone di colore».
In questo contesto, abbiamo sentito molto la parola "alleato": che cosa significa per lei?
«Un alleato è qualcuno che non ha paura di schierarsi per ciò che è giusto, specialmente per conto di chi è stato emarginato. Un alleato non ha paura di sostenere una causa importante. Nel settore della bellezza non è facile, ma ora è fondamentale mettere da parte il proprio ego e difendere i nostri simili».
Crede che questo momento porterà anche cambiamenti nella routine quotidiana di ogni donna?
«Non lo so. Penso che di sicuro le persone inizieranno a scegliere prodotti che aiutino a eliminare passaggi e preferiranno i marchi etici: condividere valori sarà il nuovo obiettivo della bellezza». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CORAGGIO DI DIRE NO

Per tutta la carriera **Cynthia Erivo** ha interpretato le donne simbolo della riscossa dei neri: dalla prima a lottare per l'abolizione della schiavitù in America alla cantante Aretha Franklin. Ora dice a *Grazia*: «Rivendicherò sempre il diritto di esprimermi alla mia maniera». Come quando, durante una premiazione, ha rifiutato di esibirsi perché non erano candidati attori di colore

di_ARMANDO GALLO da LOS ANGELES

«Da quando mi sono trasferita negli Stati Uniti ho imparato a essere completamente me stessa, con tutti i pregi e i difetti che sono parte di me. Ho imparato a esprimere ciò che ho dentro in modi diversi: con le scelte di moda, le sperimentazioni con i colori dei capelli, con l'arte e con tutte le altre cose che fanno di me la donna che sono». Cynthia Erivo, dal suo debutto a Broadway, nel 2015, nei panni di Celie Harris, nel revival del film *Il colore viola*, l'America l'ha conquistata rapidamente: con l'assegnazione di un Tony Award, un Grammy e aggiudicandosi due candidature agli Oscar; con il film *Harriet*, come miglior attrice per la sua interpretazione di Harriet Tubman, l'icona afroamericana che ha combattuto per l'abolizione della schiavitù e per il suffragio femminile; e anche per la miglior canzone da lei cantata, *Stand Up*.

«Vivere in questo Paese mi ha insegnato a essere più forte e determinata, che il mio lavoro non è una "follia" e che io sono felice dei sacrifici che faccio perché hanno un senso», dice. L'attrice e cantante, nata a Londra da genitori nigeriani, non ama le feste, non beve alcolici, mangia solo cibo sano e trascorre diverse ore al giorno ad allenarsi, passione che condivide con i suoi oltre 500 mila follower di Instagram. I social, per lei, sono anche un modo per far sentire la propria voce, per sostenere le cause che le stanno a cuore; quella voce che, in occasione dei BAFTA (l'equivalente britannico dei premi Oscar) dello scorso anno, dove non era stato candidato nessun attore o attrice di colore, fece restare silenziosa, rifiutandosi di interpretare proprio *Stand Up*, perché, come spiegò in maniera chiara, «mi sembrava che mi fosse stato chiesto di cantare per "intrattenere" il pubblico e non perché fossi parte integrante del mondo del cinema, un po' come quando vieni invitata a una festa, ma con un trabocchetto». E, passando da un'icona all'altra, Cynthia Erivo ha interpretato Aretha Franklin nella terza stagione della miniserie *Genius*, realizzata dal canale National Geographic, la cui messa in onda, inizialmente prevista per lo scorso maggio, è stata rimandata a quest'autunno, a causa della pandemia.

Ci racconti un po' della sua Aretha: una sfida non semplice per una cantante.

«La miniserie è focalizzata su un periodo di circa 30 anni della sua vita, quello fra i 12 e i 40, più o meno, e

Foto RAMONA ROSALES/AUGUST/CONTRASTO

CYNTHIA ERIVO, 33 ANNI, CANTANTE, CANTAUTRICE E ATTRICE.

aiuta soprattutto a riscoprirla come persona, oltre che, naturalmente, per la sua musica. Per me è stato un privilegio poter imparare tante cose sul suo carattere, sul suo modo di muoversi, su quello di approcciarsi alle persone; soprattutto, è stato meraviglioso scoprire dettagli che non conoscevo perché lei era molto discreta. Forse affrontare le sue canzoni è stata la parte più semplice (sorride, *ndr*) perché le canto da anni; per questa serie ho allenato molto le corde vocali a imitare alcuni suoni nella maniera migliore».

Quando è stata scelta per il ruolo di Harriet Tubman ci sono state diverse polemiche perché lei è inglese. Questa volta, però, tutto è filato liscio...

«Harriet è un'icona della cultura americana, ma è anche un simbolo per tutto il mondo; io ho sentito parlare di lei, per la prima volta, quando ero alla scuola elementare e mi è rimasta sempre impressa nella mente. Mostrare la sua storia, ciò che è stata in grado di fare, è importantissimo perché così, anche chi non la conosce, può finalmente "incontrarla". Lei è una vera ispirazione, in particolare per le donne, ovunque nel mondo, e la sua storia mostra che, in pratica, possiamo ottenere tutto ciò che vogliamo».

Lei sostiene il movimento attivista Black Lives Matter e fa sentire spesso la sua voce quando si parla di razzismo. La situazione americana le appare molto diversa da quella britannica?

«Non direi. Quando vivi nel Regno Unito e sei una ragazza nera, vai incontro così spesso a episodi di razzismo che finisci per avere la pelle dura. A un certo punto, ti senti costretta a scoprire chi sei per davvero e impari ad acquistare fiducia in te stessa, perché, se non ci riesci, tutto può diventare molto doloroso».

I suoi genitori sono nigeriani, lei è cresciuta a Londra e ora vive fra New York e Los Angeles: dove si sente a casa?

«In realtà, mi circondo sempre di persone care e, per questa ragione, non mi sento mai davvero sola. Sono legatissima a mia madre e a mia sorella, ma, quando sono lontana, frequento amici con i quali sono molto in sintonia e questo mi aiuta a sentirmi parte del posto in cui mi trovo. E, sebbene io sia anche molto indipendente, ho tante persone che mi stanno a cuore: sento quasi ogni giorno, con FaceTime, il mio migliore amico, che ho conosciuto quando avevo 15 anni, così come faccio con mia sorella. E poi ho il mio cane, Caleb, che ovviamente adoro».

A proposito della sua infanzia, quando ha cominciato a cantare?

«Mia madre mi ha raccontato che, quando avevo solo 18 mesi, mi ha comprato un libro, e mentre lei lo leggeva io canticchiavo. Ovviamente io non ho memoria di questo episodio (ride, *ndr*). Il mio primo ricordo rispetto al canto risale a una recita natalizia, in cui io ero un pastore: avevo 5 anni e la canzone che mi fu assegnata era *Silent Night*».

E quando ha pensato che quella passione avrebbe potuto diventare una professione?

«Intorno ai 16 anni: ho cominciato a realizzare che potevo vivere grazie alla musica, perché avevo iniziato a fare piccole esibizioni. Contemporaneamente studiavo e mi sentivo davvero felice. Poi le piccole esibizioni sono diventate un percorso in cui ogni traguardo mi ha condotto a quello successivo, fino alla produzione londinese de *Il colore viola* che mi ha aperto le porte di Broadway e da lì tutto il resto».

E quali sono state le figure che l'hanno ispirata durante la sua crescita e la sua carriera?

«Sicuramente Barbra Streisand, dalla quale ho preso anche la passione per la manicure. Ricordo che una volta la vidi nel film *Yentl*, in cui interpretava la parte di un uomo, ma aveva delle unghie così belle che mi dissi: "Voglio essere come lei". Ovviamente, Aretha Franklin che ho visto cantare dal vivo e che è venuta anche a vedere *Il colore viola*: quella è stata la prima volta che ci siamo incontrate, la seconda è stata in occasione dei Kennedy Center Honors (premi statunitensi in ambito artistico e culturale, *ndr*), nel 2016. Un altro mio idolo è Patti LaBelle che conserva, immutata, la stessa voce negli anni, in una maniera incredibile e, naturalmente, Whitney Houston, la regina della melodia».

Ha detto che in America ha imparato a sentirsi se stessa. Riesce a esserlo anche quando torna in Inghilterra?

«Credo che allontanarmi dal mio Paese mi abbia consentito di crescere e ora, anche quando torno, mi sento più libera».

Nel suo futuro ci sono più film o più musica?

«Perché scegliere? Sento di voler continuare a fare tutte le cose che mi permettono di essere creativa: recitare, cantare e scrivere testi». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Se sei una ragazza nera nel Regno Unito vai incontro così spesso a episodi di razzismo che finisci per avere la pelle dura»

Foto WARWICK SAINT/AUGUST/CONTRASTO

CYNTHIA ERIVO È ARETHA FRANKLIN NELLA SERIE TV *GENIUS*, SUL CANALE NATIONAL GEOGRAPHIC.

STEFANO GUERRERA

C'È BISOGNO DI UOMINI NUOVI

È diventato famoso in Rete postando le immagini di opere d'arte accompagnate da frasi ironiche. Ha aiutato il ministero della Salute a spiegare ai ragazzi come evitare il contagio da Covid. Ora **Stefano Guerrera** parla a *Grazia* della prossima missione: spingere i maschi a essere davvero autentici

di_ENRICA BROCARDO
foto di_PAOLO STELLA

L'IMPRENDITORE DIGITALE STEFANO GUERRERA, 32 ANNI.

Nel suo profilo Instagram dichiara: «Ho le occhiaie e mi trucco». Nelle Storie, poi, che rilascia copiose, c'è di tutto: dalle foto divertenti e basta, alle dichiarazioni politiche. «Mi piace dire la mia, non ho paura a espormi», ammette l'influencer Stefano Guerrera, grande amico dello scrittore e art director Paolo Stella, che è l'autore delle foto di queste pagine. Eppure cercare in Rete notizie su Stefano è faticosissimo. È così riservato che non si trova neppure l'età. Quello che si sa è che, inizialmente, si è fatto conoscere con una pagina su Facebook, si intitolava *Se i quadri potessero parlare*, dove aggiungeva didascalie divertenti, scritte in romanesco, a dipinti famosi. Solo qualche tempo dopo, ha cominciato a metterci la sua, di faccia, in Rete e a raccontarsi, su Snapchat e poi su Instagram, diventando il paladino di molte campagne social. Come la diretta *Quattro ore contro il Covid*, lo scorso maggio, per raccogliere fondi a favore di Oxfam, l'organizzazione no profit impegnata contro la fame nel mondo. O, ancora prima, un video realizzato in collaborazione con il ministero della Salute, nel quale mostrava il modo corretto di lavarsi le mani. Ma la battaglia che lo impegna di più è quella a favore del make up maschile: chi ha stabilito che le donne possono truccarsi e gli uomini no?

Cominciamo dall'inizio?

«In Rete ci sono sbarcato circa sette anni fa, quando Instagram era solo un'applicazione per appassionati di fotografia e non esistevano gli influencer. Dal mio progetto *Se i quadri potessero parlare* è anche nata una serie di libri. Ho venduto 160 mila copie e li hanno tradotti pure in tedesco».

Quando è diventato ufficialmente influencer?

«Con la promozione dei libri. Ho fatto molte presentazioni, ospitate in tv. Quello che avviene sui social influenza la realtà fuori da internet. Per esempio del movimento Black Lives Matter, nato dopo l'uccisione dell'afroamericano George Floyd, se n'è parlato prima sui social e, poi, sui media tradizionali».

Come si concilia un mondo come quello di Instagram, che premia il bello, il patinato, con l'inclusione e la promozione della diversità?

«Cerco da sempre di evitare il perfezionismo. Non mi va che su Instagram ci debba finire solo ciò che rispecchia certi canoni estetici. Io punto sull'ironia, mi faccio vedere sia truccato, sia struccato».

Da dove nasce l'idea di promuovere il make up maschile?

«Avendo lavorato anche come autore televisivo so che tutti gli uomini, prima di farsi fotografare o riprendere da una telecamera, si truccano. Nessuno lo dice, per non mettere a rischio la propria identità di maschio. Ho pensato che fosse l'ora di smetterla con questa ipocrisia. Anche se mi rendo conto che non sono la persona più adatta. Non ho mai fatto "coming out", ma sono gay».

Insomma, ha scelto di non dichiararlo ufficialmente: una presa di posizione anche questa?

«Il "coming out" in sé è utile, ma spesso viene utilizzato per autopromozione: lo fai se hai un libro o un programma in uscita. Un meccanismo che trovo orribile. Se lo facesse un calciatore famoso, sarebbe invece rivoluzionario».

Tornando al make up: può sembrare un tema frivolo.

«E, invece, ha a che fare con il fatto di sentirsi a proprio agio con se stessi. Quando mi trucco, mi vedo e mi sento meglio, più sicuro di me».

I suoi follower sono in maggioranza uomini o donne?

«Donne. Il mondo dei social, in generale, è a prevalenza femminile. Ma ci sono anche parecchi uomini eterosessuali che mi seguono e che arrivano a me tramite le loro ragazze. Alcuni di loro si truccano e sono felici di farlo».

Rispetto ai temi dell'omosessualità e dell'identità di genere, i social aiutano l'inclusione?

«Hanno dato voce a chi era più emarginato, come i transessuali. E, quest'anno, le campagne online, le parate virtuali sono state ancora più importanti visto che, a causa della pandemia, il Pride non si è potuto celebrare nelle strade. Quanto a me, non metto in primo piano il mio orientamento sessuale perché voglio far capire che siamo tutti uguali e tutti diversi: se ti interesso, che cosa conta quello che faccio in camera da letto?».

Che cosa pensano i suoi genitori del suo lavoro di influencer?

«Mia madre all'inizio era preoccupata. Ho creato la mia pagina Facebook dopo la fine del mio sussidio di disoccupazione. Il negozio a Roma dove lavoravo come addetto alle vendite aveva dichiarato bancarotta. La cosa assurda è che, vista da fuori, la mia vita sembrava una favola: mi invitavano agli eventi, ai party, mi intervistavano. Ma quando tornavo a casa, mi veniva da piangere: avevo un solo abito nero per tutte le occasioni e neanche un soldo in tasca. In ogni caso devo ringraziare i miei genitori che a 6 anni mi hanno dato il primo computer: mi ha cambiato la vita».

Non ho trovato da nessuna parte la sua data di nascita.

«Lo ammetto, cerco di non diffondere volutamente l'informazione. Sono del 1988, ho 32 anni».

Come sono state la sua infanzia e adolescenza?

«Difficili. Ero il classico nerd: appassionato di computer, con i brufoli e gli occhiali con le lenti spesse. Se aggiungiamo il fatto che sono gay, può immaginare. Ma gli insulti mi hanno temprato e, alla fine, sono stati d'aiuto».

Che cosa vorrebbe fare da grande?

«Bella domanda. Magari creare una mia linea di prodotti beauty». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Il make up non è una frivolezza: ha a che fare con il sentirsi a proprio agio. Quando mi trucco, mi vedo e mi sento meglio, più sicuro di me»

Rebecca
Made in Italy
Moscow Collection

GUGU MBATHA-RAW

CUREREMO LE NOSTRE FERITE

Gugu Mbatha-Raw ha portato in tv il dramma degli abusi sessuali sui luoghi di lavoro, ha raccontato l'amore tra due donne e ha interpretato per il cinema la prima Miss Mondo nera. Ma per lei l'impegno va oltre il set. I suoi ritratti degli afroamericani uccisi dalla polizia sono diventati virali. E sui social l'attrice ha chiamato i follower a mobilitarsi contro il razzismo: «Riconoscere le ingiustizie», dice, «è il passo da compiere per eliminarle»

di_ARMANDO GALLO da LOS ANGELES

La quarantena di Gugu Mbatha-Raw era cominciata come quella di tanti altri attori di Los Angeles. Tante chiamate via Zoom con amici e colleghi, troppi progetti cinematografici rimandati, qualche iniziativa virale improvvisata, come la partecipazione al monologo collettivo tratto da *Come vi piace* di William Shakespeare, progetto nato nel 2016 per commemorare i 400 anni dalla scomparsa del Bardo e riproposto durante la pandemia.

Poi, dopo l'uccisione dell'afroamericano George Floyd da parte della polizia di Minneapolis, per l'attrice britannica di origini africane è iniziato il momento dell'attivismo. Sui social Gugu ha appoggiato la battaglia dei movimento per i diritti civili Black Lives Matter, ha dipinto il ritratto di Floyd e di Breonna Taylor (un'altra donna nera uccisa in America durante un controllo), ha marciato mostrando queste immagini e poi ha messo all'asta le opere per finanziare Black Lives Matter e altre organizzazioni.

D'altronde il motto di Mbatha-Raw è, per usare le esatte parole di Shakespeare nell'*Amleto*, "to thine own self be true", sii leale verso te stesso. E lei, britannica di passaporto, cresciuta a Oxford, figlia di un dottore sudafricano e di un'infermiera inglese, il suo essere figlia d'Africa lo porta anche nel nome: "Gugu" è il diminutivo di Gugulethu, a sua volta contrazione di "igugu lethu", che significa "il nostro orgoglio" in lingua zulu.

«Penso che quello che stiamo vivendo sia un momento storico unico. Ci stiamo rendendo conto che negli Stati Uniti e nel mondo ci sono ferite molto, molto profonde legate al razzismo e ai privilegi, ed è venuto il momento di riconoscerle e curarle», dice, insistendo sul fatto che per lei il lavoro di questi giorni vale tanto quanto, se non di più, il titolo di Membro dell'Ordine dell'Impero Britannico ricevuto tre anni fa.

Se per noi è soprattutto Hannah Shoenfeld, la giovane in carriera che subisce un abuso sessuale nella serie di Apple TV+ *The Morning Show*, Mbatha-Raw è diventata famosa negli anni per i ruoli di donne nere determinate che ha interpretato. Ha fatto parte del film fantastico *Nelle pieghe del tempo* di Ava DuVernay, prima pellicola da 100 milioni di dollari diretta da una donna afroamericana, e ora è

Foto TRUNK ARCHIVE

L'ATTRICE GUGU
MBATHA-RAW, 37 ANNI.

la protagonista di una storia di amore tra due donne nel film *Summerland*.

Lei abita in America e si è trovata a vivere qui due momenti straordinari: l'esplosione della pandemia e le rivolte dei movimenti contro il razzismo. Che cosa ne pensa?

«Sicuramente è un periodo senza precedenti e osservo che sia l'emergenza Coronavirus sia le marce seguite all'uccisione di George Floyd ci hanno dato l'opportunità di essere ancora più uniti. Perché è uniti che si vincono queste battaglie. Inoltre fenomeni come la pandemia ci hanno confermato che la natura non discrimina: ci possiamo ammalare tutti a prescindere dal colore della nostra pelle e tutti, senza distinzioni, dobbiamo affrontare questa sfida».

Negli Stati Uniti le rivolte hanno portato all'abbattimento delle statue di personaggi storici che con gli occhi del presente risultano controversi. Lei che cosa ne pensa?

«Capisco la rabbia, ma credo che dobbiamo conoscere le ferite del passato se vogliamo imparare qualcosa per il futuro. Mi spiego: capire chi siamo e da dove veniamo è l'unico modo di guardare avanti e cambiare le cose che non ci piacciono. Spero che raggiungeremo presto questo risultato».

Lei è scesa in piazza, si è mossa attraverso i social. Che cosa pensa di chi, invece, non ha preso parte alla battaglia contro il razzismo?

«Ci sono molti modi di fare attivismo, non c'è solo il partecipare a una marcia con un cartellone in mano. Si può scrivere qualcosa in un post, accettare un ruolo, sostenere lo sforzo di altri. Se non sbaglio è stato il regista Martin Scorsese a dire che, a volte, per far passare il tuo messaggio devi contrabbandarlo, agendo a livello subliminale».

Altre volte bisogna essere più espliciti.

«Sì, per fare un esempio: non basta che offrano più parti di prima alle attrici nere, devono essere offerti anche ruoli migliori».

L'attrice Thandie Newton, di recente, ha raccontato di aver rinunciato a un ruolo nel film* Charlie's Angels *perché avrebbe dovuto partecipare a scene sessiste e offensive per le donne nere.

«Thandie merita un applauso per aver raccontato quell'episodio sicuramente umiliante della sua carriera. Oggi esistono movimenti come quello antimolestie #MeToo e Black Lives Matter contro il razzismo, ma allora un'attrice era sola di fronte a questi soprusi, poteva solo dire no e rinunciare a un lavoro. Credo sia un vero trauma, per fortuna non ho mai dovuto affrontare colloqui di questo genere».

Nel documentario* They've Gotta Have Us*, disponibile su Netflix, alcuni attori britannici neri spiegano che per loro fare carriera negli Stati Uniti è stato più facile che in patria. In America, sostengono, il razzismo si ferma al tuo volto; in Gran Bretagna si cela sotto la superficie. Lei è d'accordo?

«Non è così facile rispondere perché non riesco a immaginare che carriera parallela avrei potuto avere in Inghilterra. Non sono scappata in America perché non riuscivo a lavorare a Londra, ma perché mi fu offerta una parte a Broadway. Tornando alla domanda, credo che sia vero: il razzismo si manifesta a differenti livelli, pervade la cultura di ogni popolo e poi attecchisce nelle persone in modi diversi. Per questo è così difficile da estirpare».

Lei nel film* Misbehaviour *ha interpretato la prima Miss Mondo nera. I pregiudizi si superano anche conquistando i concorsi di bellezza?

«Oggi abbiamo le nostre idee su questo tipo di competizioni, ma quello che raccontiamo nel film è il mondo del 1970, quando le femministe cercano di boicottare la gara, considerandola troppo sessista, e il Sudafrica dell'Apartheid fa partecipare due donne, una bianca e una nera, per non scontentare nessuno».

Nel suo curriculum mancherebbe solo un film di supereroi, ma sta per ottenere anche quello.

«Sì, la serie di Disney+ *Loki*, con Tom Hiddleston, che uscirà il prossimo anno. Abbiamo rallentato le riprese a causa del Covid».

È vero che siete amici da lungo tempo?

«Abbiamo studiato nella stessa scuola, in Gran Bretagna, e ci conosciamo da allora. Lui interpreta Loki, appunto, il dio degli inganni, fratellastro di Thor. Purtroppo non posso dire molto sulla storia e sul mio ruolo, ma ho accettato volentieri anche perché era come se il cerchio della vita mi riportasse alle origini. Per me avere a che fare con una storia magica sarà una novità».

Il film* Summerland *invece è ambientato durante la Seconda guerra mondiale. C'è chi dice che l'esperienza del Covid–19 sia come quella di una guerra: lei che impressione ha?

«Prima di tutto, stavolta combattiamo tutti contro lo stesso nemico, quindi spero che ci siano meno divisioni, più umanità e fratellanza. Ho studiato la guerra a scuola e all'università, mi sono ritrovata nei luoghi protagonisti di tanti libri e ho capito ancora di più che la storia non è una cosa lontana da noi, ma qualcosa che resta intorno per sempre. Per questo è tanto importante quello che facciamo ogni giorno». ■

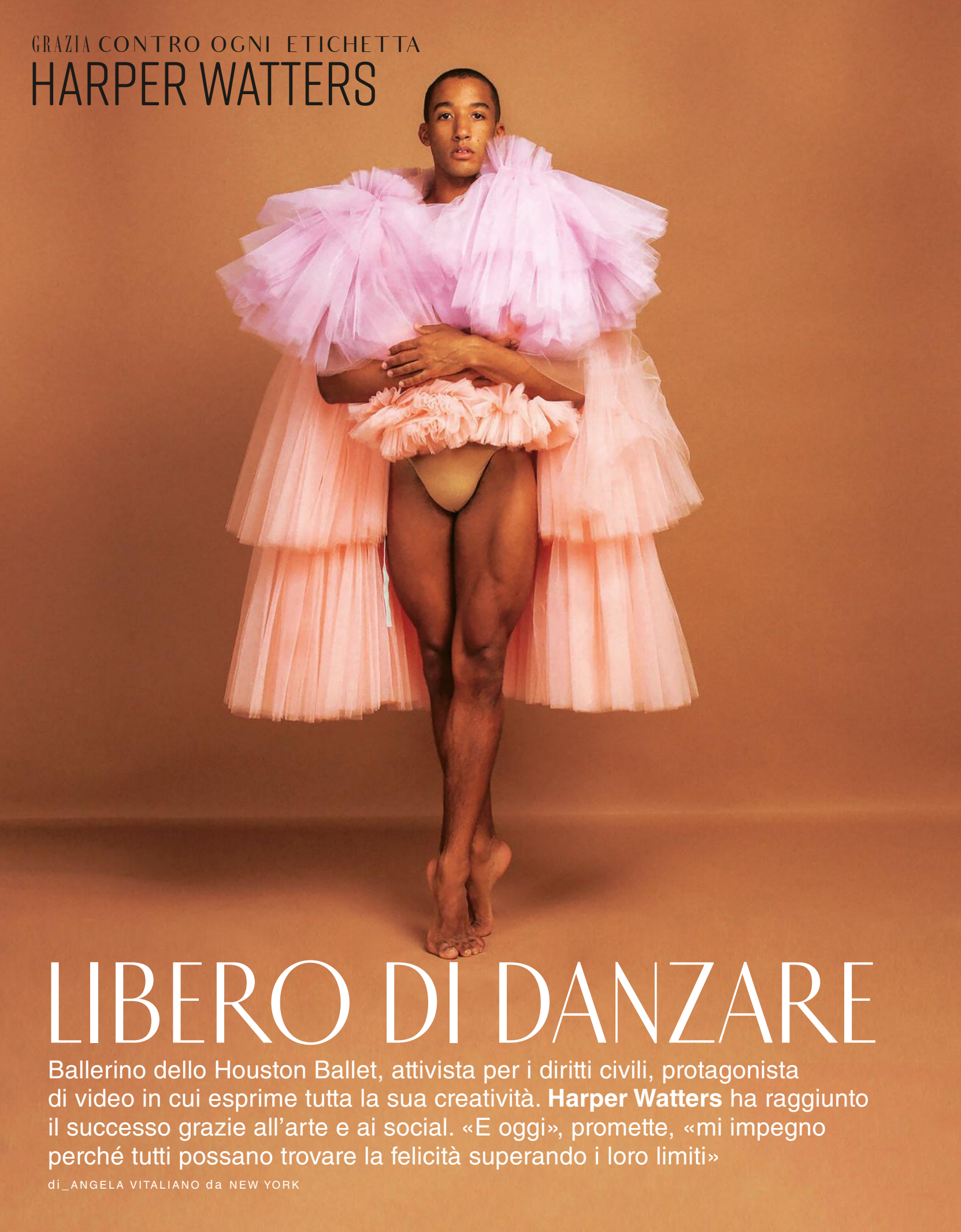
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Foto TRUNK ARCHIVE

«Non basta che si offrano più parti alle attrici nere, devono essere offerti ruoli migliori»

GUGU MBATHA-RAW È NEL CAST DELLA SERIE TV *LOKI*, IN USCITA NEL 2021.

HARPER WATTERS



LIBERO DI DANZARE

Ballerino dello Houston Ballet, attivista per i diritti civili, protagonista di video in cui esprime tutta la sua creatività. **Harper Watters** ha raggiunto il successo grazie all'arte e ai social. «E oggi», promette, «mi impegno perché tutti possano trovare la felicità superando i loro limiti»

di_ANGELA VITALIANO da NEW YORK

IL BALLERINO HARPER WATTERS, 28 ANNI.

Ballare, per Harper Watters, è stato lo strumento per restare se stesso, senza farsi condizionare dal bullismo, senza cedere a un contesto che poteva rendere dolente quel modo di essere, criticamente definito "femminile", che, invece, lui ha reso parte integrante della sua persona. In quell'arte che è diventata vita, Harper ha trovato la sua voce e non esita mai a farla sentire. Il suo primo viaggio risale a sole due settimane dalla nascita: da Atlanta, in Georgia, a Dover, in New Hampshire, dove cresce, adorato dai suoi genitori adottivi, David e Jan, che lo sostengono in ogni scelta, inclusa quella di trasferirsi, a soli 14 anni, in Massachusetts, alla Walnut Hill School for the Arts, lasciandosi alle spalle gli studi che aveva intrapreso. Appena 18enne è già parte dello Houston Ballet, di cui diventa solista nel 2017, esibendosi in produzioni importanti, da *Lo schiaccianoci* a *Romeo e Giulietta*. Attivista, appassionato di moda e molto attivo su YouTube e Instagram, dove ha oltre 200 mila followers, sogna di ballare con Beyoncé, magari indossando quelle scarpe con il tacco alto che gli permettono di cancellare ogni paura.

Quando ha iniziato a ballare, lei era davvero piccolo. Ci racconta il perché di questa scelta?

«Niente di particolarmente romantico. Il fatto è che da bambino avevo tantissima energia e, essendo figlio unico, anche un bisogno costante di attenzione. Le due cose, insieme, erano abbastanza impegnative da gestire. Per fortuna i miei genitori, entrambi ex insegnanti di inglese, avevano una consapevolezza profonda dell'importanza delle arti e degli effetti positivi che possono avere, in particolare, sui più giovani. La danza, dunque, che unisce musica e movimento, si rivelò la scelta migliore per veicolare tutta la mia vivacità».

La danza, però, prevede anche una rigida disciplina.

«Quella classica sicuramente, ma mi ci sono avvicinato solo in un secondo momento. Il desiderio di ballare, almeno nei primi anni, derivava esclusivamente dalla voglia di imitare i miei cantanti preferiti, muovendomi sulla loro musica; non avevo nemmeno idea che questa potesse diventare una professione. Solo in età più adulta, quando ho iniziato a studiare danza classica, le cose sono cambiate».

Considera ancora il balletto classico una forma d'arte antiquata?

«C'è stato un momento, quando ho cominciato a realizzare che la danza poteva essere una professione alla quale dedicarmi completamente, in cui ho temuto che, per riuscirci, avrei dovuto cambiare il mio modo di essere. I personaggi maschili, nelle opere classiche, corrispondono, in genere, a una figura di macho che deve conquistare una donna: tutto molto distante dal mio modo di pensare. Con il tempo, però, ho capito che era esattamente il contrario e che proprio essere un bravo ballerino mi avrebbe consentito di restare me stesso».

Ritiene possibile che la danza, come sta avvenendo per la moda, diventi più inclusiva?

«Sono certo che per una serie di ragioni il cambiamento, più che in altre arti, non potrà avvenire dall'oggi al domani: sicuramente, bisogna lavorare per favorire l'ingresso in questo ambiente di persone diverse, per razza, genere e anche struttura corporale. Affinché ciò accada, però, è necessario creare nuovi ruoli e far sì che ogni tipo di persona possa studiare in modo professionale per interpretarli. Senza questa varietà in cui identificarsi è difficile puntare all'inclusività».

Quando ha scelto di dedicarsi alla danza, non ha pensato che il bullismo nei suoi confronti sarebbe potuto peggiorare?

«Crescendo ho gradualmente preso coscienza del fatto che fossi nero e gay e, dunque sì, ero terrorizzato; allo stesso tempo, però, ero sempre più determinato a non lasciarmi condizionare dalle mie paure. Guardare avidamente programmi televisivi come il talent show *American Idol* mi ha aiutato a capire che c'erano ambienti in cui essere me stesso sarebbe stato più facile. Sono diventato consapevole che l'arte mi avrebbe sostenuto nell'affermare la mia identità».

HARPER
WATTERS
È SOLISTA
ALLO HOUSTON
BALLET
DAL 2017.

«Quando indosso i tacchi a spillo, sento la sicurezza di poter fare tutto, come se fossero il mantello magico che ti rende un supereroe»

Se non erro,* American Idol *era la trasmissione che stava guardando quando ha deciso di fare "coming out" con i suoi genitori...

«La verità è che c'è un momento preciso in cui senti che è giusto toglierti quel peso enorme dalle spalle: devo riconoscere un grande merito ai miei genitori per aver creato un certo tipo di ambiente per me, estremamente accogliente. La loro reazione, infatti, fu meravigliosa e piena d'amore».

Lei usa moltissimo i social media per sostenere diverse cause. Non la preoccupano gli haters?

«Certamente, ma vedo un profondo parallelismo fra la mia presenza sui social e la mia carriera di ballerino».

In che modo?

«Quando sono diventato parte della compagnia di danza di Houston, questi strumenti non erano così popolari. Era più complesso "tradurre" il proprio sentire, raggiungendo molte persone. La prima piattaforma, per me, è stata YouTube e mi sono reso da subito conto che l'immagine che comunicavo, ballando sui tacchi e mostrandomi spiritoso e vivace, attirava molte persone e, contemporaneamente, rafforzava proprio la mia sicurezza nella danza. Quindi, nel 2012, durante la campagna elettorale per le elezioni presidenziali, quando Barack Obama era candidato, mi è sembrato naturale intervenire a proposito delle varie discussioni sui diritti degli LGBTQA (acromino per Lesbiche, Gay, Bisessuali, Transgender, Queer, Asessuali, *ndr*), perché la questione mi riguardava da vicino».

Questo esporsi l'ha fatta diventare il bersaglio di qualche odiatore?

«Sono stato oggetto di odio per aver espresso la mia opinione? Ma certo, però è troppo importante cogliere l'opportunità di esprimere se stessi con onestà. E questo discorso vale ancora di più oggi con il movimento antirazziale Black Lives Matter, cruciale per affrontare, finalmente, una questione troppo a lungo ignorata».

Suo padre, che è un senatore dello Stato del New Hampshire, le ha mai dato consigli sull'essere un attivista?

«Mi rivolgo spesso a lui per confrontarmi e ascoltare il suo parere. Il suggerimento più importante che mi ha dato è stato "partire dal contesto locale". Condivido pienamente il suo approccio. Sono certo, infatti, che la mia voce, anche se urlassi, non arriverebbe, per esempio, a Donald Trump; può, però, arrivare ai miei follower, ai quali posso spiegare come molte scelte di quest'amministrazione colpiscano me e quelli come me».

Come si può diventare alleati in queste battaglie?

«L'elemento che può dare la spinta al cambiamento è la cultura. Essere un attivista, oggi, è una scelta quasi obbligata, perché decidere di non prendere posizione significa favorire molte delle cose negative che accadono. Conoscere la storia, prendere atto dei propri privilegi e del fatto che questi siano mantenuti a discapito dei diritti di altri gruppi di persone non è semplice, ma è l'unica via possibile. Sia chiaro, anche io ho dovuto ammettere i miei privilegi: sono cresciuto in una famiglia agiata, in un quartiere residenziale, ho frequentato scuole private e raggiungere questa consapevolezza non è stato del tutto indolore. La conoscenza della realtà, però, è l'unico elemento che può dar vita a una vera forma di empatia».

Ballare sui tacchi, guardandola nei suoi video, sembra la cosa più semplice e spontanea. Perché questa scelta dello "stiletto"?

«La mia passione per i tacchi nasce, prima di tutto, dalla voglia di sentirmi libero e sexy, al di là di etichette ormai stantie come "femminile" e "maschile". Quelle scarpe per me sono come lo scudo di Capitan America o il mantello magico che ti rende un supereroe: quando li indosso, sento la sicurezza necessaria per poter fare tutto e, quando li tolgo, dentro di me, resta intatta la sensazione di piena fiducia nelle mie capacità e potenzialità. Lo so che, per chi mi segue sui social, quello appare solo un modo per provare a essere spiritoso, ma per me è molto di più: è la prova che sono riuscito a restare me stesso».

Fra circa due mesi ci saranno le elezioni presidenziali negli Stati Uniti. È pronto a far sentire la sua voce?

«Assolutamente sì». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Levi's
SAVE WATER.
WEAR HEMP.
Jeans in morbidissima canapa cotonizzata.
→ Scopri di più @ levi.com/sustainability
©2020 LEVI STRAUSS & CO.

Barbour®

THE BEST BRITISH CLOTHING FOR THE WORST BRITISH WEATHER
SINCE 1894

1

2

3

4

5

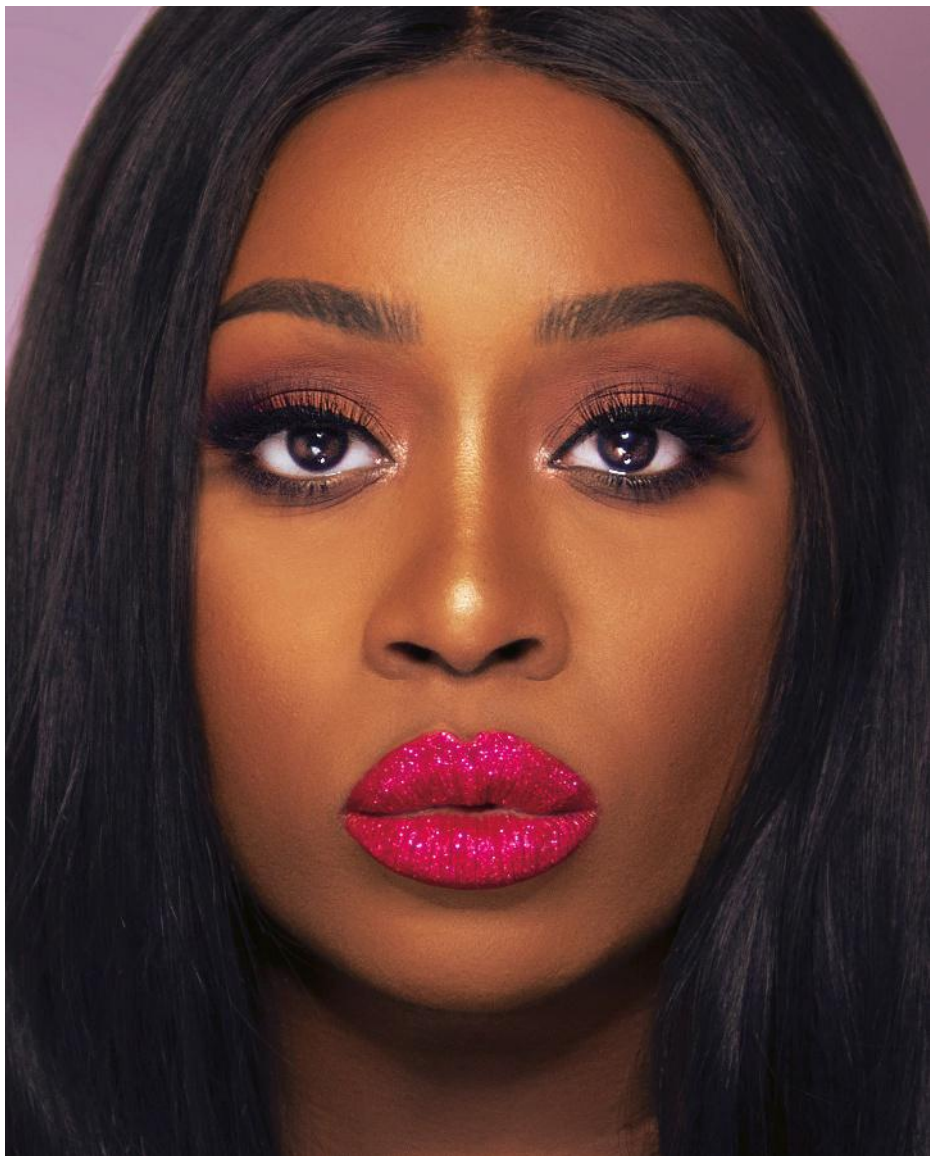
6

7

1 EIICHETTA D'ARCHIVIO BARBOUR SOUTH SHIELD **2** BARBOUR DOGS / LINEA DI ACCESSORI PER GLI AMICI A QUATTRO ZAMPE **3** BEACON OILSKINS / PRIMA FABBRICA DI BARBOUR, SOUTH SHIELDS
4 BARBOUR VANTA TRE ROYAL WARRANT DAL DUCA DI EDIMBURGO, DALLA REGINA D'INGHILTERRA E DAL PRINCIPE DI GALLES **5** WAX THORNPROOF DRESSING / LA CERA ORIGINALE DI BARBOUR PER PRENDERSI CURA DELLA PROPRIA GIACCA **6** JOHN BARBOUR 1° FONDATORE DEL CELEBRE BRAND INGLESE **7** BARBOUR STORE DI MILANO / CORSO GENOVA 1

RICERCATO E DISTRIBUITO DA WP LAVORI IN CORSO
→VIA DELL'ARCOVEGGIO 59/5 BOLOGNA
WPLAVORI.COM

LORETTA GRACE



LORETTA GRACE, 26 ANNI, È CANTANTE, ATTRICE E INFLUENCER.

L'UGUAGLIANZA SI RAGGIUNGE ANCHE CON UN

FONDOTINTA

Cantante, attrice e beauty blogger che racconta l'inclusione parlando di trucco. Con il suo attivismo **Loretta Grace** ha denunciato sui social gli episodi contro le persone di discendenza africana nel nostro Paese

di_ENRICA BROCARDO

Cambiare il mondo si può, anche partendo da un fondotinta. Loretta Grace ha conquistato la notorietà come protagonista della versione italiana del musical *Sister Act*, nel 2011, al quale sono seguiti, negli anni successivi, concerti, tour e altri spettacoli teatrali. Poi, grazie ai suoi due profili Instagram, uno dedicato alla musica, l'altro, Grace on Your Dash, più focalizzato sul beauty, è diventata testimonial dell'Italia multietnica, un punto di riferimento per i giovani italiani di seconda generazione.

Quando ha cominciato a pensare di utilizzare il make up per promuovere l'inclusione e la diversità?

«Dopo che, in teatro e in tv, mi ero ritrovata spesso in situazioni imbarazzanti: mancavano i prodotti giusti, i truccatori erano del tutto impreparati. Ma non parliamo solo di fondotinta. Ho sempre fatto una grande fatica a trovare anche le ciprie. Lo stesso per i bronzer, le terre che danno colore: forse molti non lo sanno, ma anche i neri si abbronzano. Un altro problema è che la maggior parte dei marchi inclusivi sono costosi. Una ragazzina di 13 o 14 anni non se li può permettere».

Da adolescente quali erano i suoi modelli di riferimento?

«In Italia non ce n'erano. Ero una fan delle Destiny's Child. Ma già prima conoscevo Diana Ross, Donna Summer, Whitney Houston. Il mondo della musica black americana mi ha aiutato a trovare figure femminili in cui identificarmi».

Il suo impegno va oltre l'ambito del beauty.

«Grazie ai social media sono riuscita a far emergere molti altri problemi. Ho parlato di episodi di discriminazione avvenuti a scuola: ragazze e ragazzi italiani di seconda generazione trattati in modo differente non solo dai loro compagni, ma anche dai professori».

È successo anche a lei?

«Ero l'unica nera, ovvio che mi vedessero diversa. Quasi tutte le persone afrodiscendenti si ricordano la primissima volta in cui qualcuno ha fatto loro notare che avevano un colore della pelle differente».

La sua, di primissima volta?

«Ero alla materna e un bambino mi ha chiamato con una parola offensiva, sono tornata a casa in lacrime. Il razzismo è un reato, eppure, ancora oggi, ogni volta che vengono denunciati episodi di questo tipo, si tende a minimizzare. C'è tanta omertà».

Mi dice qualcosa sulla sua famiglia?

«Mio padre e mia madre, entrambi afrodiscendenti, erano venuti in Italia per motivi di studio e si erano trasferiti insieme nelle Marche negli Anni 90. Purtroppo la mia mamma non ha avuto una vita facile. Ma non mi va di parlare troppo della mia famiglia».

Perché?

«Mi sento come se dovessi giustificare la mia presenza. Mi chiedono sempre: "Da dove vieni?". E se rispondo: "Dalle Marche", che è la verità, insistono: "Sì, ma di dove sei veramente?". Un'altra domanda ricorrente è: "Come sei arrivata?". Dando per scontato che tutti i neri debbano essere sbarcati da un barcone. Oppure mi fanno i complimenti perché parlo bene la lingua. A questi ho imparato a ribattere: "Anche tu". Sono tutte microaggressioni con le quali ti confronti ogni giorno».

È cambiato qualcosa dopo la morte di George Floyd, l'afroamericano ucciso da un agente di polizia a Minneapolis lo scorso maggio? Questo evento ha colpito nel profondo l'opinione pubblica.

«Vero. Ma trovo assurdo che occorra filmare questi episodi per consentire a un'intera comunità di legittimare la propria esistenza. Viviamo in una società dove il razzismo è sistemico. Un account Instagram americano, Pull up for Change, ha verificato il numero di neri in posizioni ai vertici delle grandi aziende internazionali. Sono pochissimi e, nella maggioranza dei casi, sono compagnie di proprietà di altri neri. Le faccio un altro esempio: nonostante io sia nata qui, ho dovuto fronteggiare un iter burocratico faticosissimo per ottenere la cittadinanza. Con conseguenze psicologiche pesanti».

Mi spieghi meglio.

«Noi che veniamo da due culture abbiamo già i nostri problemi di identità. Qui non mi considerano italiana perché sono nera, ma anche gli africani non mi riconoscono come una di loro. Cosa che, in effetti, non sono, visto che in Nigeria non ci sono stata neppure una volta. Quando parlo con mia zia mi chiede spesso: "Perché non conosci l'igbo, la tua lingua?". Non l'ho mai imparata perché mia madre lavorava tutto il giorno e non aveva tempo di insegnarmela. Quando parlo al telefono con qualcuno della pubblica amministrazione, a nessuno viene in mente di chiedermi da dove vengo ma, quando mi presento di persona, cominciano: "Ce l'ha il permesso di soggiorno?"». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NARACAMICIE.COM - INFO@NARACAMICIE.COM - 02 314107

NARACAMICIE
Siamo noi

AI20-21

LOVESTUDIO.IT

GRAZIA GIOVANI ICONE

COCO REBECCA EDOGAMHE

SIAMO LA NUOVA GENERAZIONE

Coco Rebecca Edogamhe è l'attrice rivelazione della serie *Summertime*. Ed è anche un'emiliana dalla pelle scura che dice: «Sono cresciuta senza avere modelli di riferimento per persone come me». Ma ora, anche grazie a lei, tutto può cambiare

di_FIAMMA SANÒ
foto di_FEDERICO BARBIERI
styling di_SELIN BURSALIOGLU

PER L'ATTRICE COCO REBECCA EDOGAMHE, 19 ANNI IL 5 SETTEMBRE, ABITO IN SETA E LANA CON SCOLLO A CUORE; ORECCHINI CON CRISTALLI (TUTTO **GUCCI**). **PAGINA ACCANTO**: SOPRABITO IN TWEED "GG" IMPERMEABILE SU CAMICIA E PANTALONI; BRACCIALE, BORSA *HORSEBIT 1955*, STIVALI CON PLATEAU (TUTTO **GUCCI**).

MINIABITO CON PAILLETTES E PERLINE; GIROCOLLO, BORSA CON MANICO TORCHON E FIBBIA, CALZE TRAFORATE (TUTTO **GUCCI**). **PAGINA ACCANTO**: ABITO LUNGO RICOPERTO DI PAILLETTES CON COLLETTO GIOIELLO; OCCHIALI, STIVALI CON CRISTALLI (TUTTO **GUCCI**).

ABITO A STRATI DI ORGANZA CON INCROSTAZIONI DI CRISTALLI SUL COLLETTO; MAXIOCCHIALI, BRACCIALE (TUTTO GUCCI). PAGINA ACCANTO: GIACCA CORTA E ABITO IN SETA FANTASIA; ORECCHINI E COLLANA, GUANTI LUNGHI IN LATEX, STIVALI CON CRISTALLI (TUTTO GUCCI).

ABITO CON RICAMI, PAILLETTES E COLLETTO IN VERNICE; CALZE IN COTONE OPERATO
E DÉCOLLETÉES CON DECORI (TUTTO **GUCCI**). **PAGINA ACCANTO**: AMPIO CAPPOTTO A QUADRI SU CAMICIA;
CAPPELLO IN JACQUARD LAMINATO (TUTTO **GUCCI**).

Coco Rebecca Edogamhe l'estate della sua Maturità - si è diplomata con 75 al liceo linguistico - l'ha passata tutta tra Marina di Ravenna e Cesenatico. Che sarebbe abbastanza normale per una ragazza della sua età - compie 19 anni il 5 settembre - per di più di Bologna.

Ma definire Coco "normale" sarebbe farle un torto: è un'attrice per caso che ha dimostrato subito di avere talento, carisma e determinazione. Beniamina dei social network, amatissima dalla moda, è il volto degli italiani di seconda generazione, figlia di mamma salentina e papà nigeriano. E poi al mare non era in vacanza: ha girato la seconda stagione di *Summertime*, la serie Netflix di cui è protagonista.

Ma che cos'è la normalità secondo lei?

«Secondo me non esiste. È un concetto al quale ci aggrappiamo per descrivere certe situazioni. Nessuno può definire che cosa sia normale e che cosa no».

Mi dice qualcosa che secondo lei lo è, per una ragazza della sua età?

«La curiosità: non avere paura di conoscere cose nuove e se stessi. Non avere paura di entrare in contatto con le proprie emozioni, non giudicarsi. È normale essere fragili e ritrovarsi un po' vulnerabili».

Quali fragilità ha affrontato?

«Quando ero più piccola, al primo impatto, ero molto timida, preferivo nascondermi dietro le chat sul telefonino invece di affrontare una persona dal vivo e fissarla negli occhi. Crescendo ho imparato che capisci molto di più di qualcuno guardandolo in faccia».

Eppure si dice che i ragazzi di oggi non escano mai: è vero?

«Siamo nati con i social già a disposizione, con i telefoni e i computer. Però fare amicizia, conoscere persone è veramente importante per noi. Forse siamo una generazione un po' persa: ci troviamo in una sorta di limbo, non sappiamo come muoverci, non abbiamo molte figure di riferimento».

Il web è pieno di opinioni.

«È complicato da spiegare: attraverso i social un sacco di persone influiscono sulla nostra vita, ci dicono quello che dobbiamo fare e comprare; ma alla fine ti ritrovi sperso».

Perché?

«È come se ci avessero abituato a non pensare più di tanto. Molti miei coetanei non si pongono domande sul mondo che li circonda, si accontentano della prima superficiale impressione. E questo dipende anche dai social».

Lei quali domande si pone più spesso?

«Cerco di immaginarmi come potremmo essere tra 20 anni, mi chiedo come sarebbe stato nascere 40 o 50 anni fa: si stava meglio senza tutta questa tecnologia e questa fretta di vivere?».

E come si risponde?

«Non lo so. A volte penso semplicemente che rimpiangere il passato non vissuto sia una caratteristica di tutti i giovani, da sempre».

Di sicuro 40 anni fa gli italiani di seconda generazione erano molti meno di oggi...

«Oggi invece sono tanti, ed è normale. Ma bisogna comunque che si trovi il modo di rappresentare questa realtà al cinema e in tv. Mi spiego: io sono cresciuta senza un modello di riferimento di ragazzi italiani esteticamente simili a me. Quando mi sono arrivati messaggi di ragazze felici di vedere sullo schermo un'attrice con la quale si potevano immedesimare, mi sono sentita davvero felice, appagata, utile».

Secondo lei la mancanza di rappresentazione della diversità nel mondo dello spettacolo dipende dal fatto che chi decide sia "vecchio"?

«Sicuramente questo ha rilevanza. Insieme con la paura generale di portare sullo schermo qualcuno leggermente diverso dagli schemi: tendiamo a pensare che la gente non lo accetti, eppure non è così».

Perché* Summertime *è uscito e...

«Avevo paura di ricevere commenti razzisti, invece non ce ne sono stati. Forse partiamo tutti sempre un po' prevenuti».

L'Italia è un Paese razzista?

«Purtroppo sì, ancora. Ma se si inizierà a rappresentare quella parte della popolazione che oggi non lo è, le persone cominceranno a non avere pregiudizi. Il razzismo è ignoranza e all'ignoranza si può rimediare».

Alla sua età di solito si vuole cambiare il mondo: lei come pensa di farlo?

«C'è la paura di portare al cinema o in tv persone fuori dagli schemi. Ma la gente è più avanti di quello che pensiamo»

GIACCA E GONNA IN TWEED DI LANA, LINGERIE IN TULLE "GG" RICAMATO; ORECCHINI, GUANTI IN LATEX (TUTTO GUCCI). TRUCCO E PETTINATURE: DEBORAH SASSO @TWA.

«Confrontandomi con più persone possibili e cercando di abbattere ostacoli come il razzismo e la poca rappresentazione di ragazzi e ragazze che non sono mai stati presi in considerazione nel mondo dello spettacolo».

Con la notorietà, arriva la responsabilità: ora che ha voce in capitolo, come pensa di usarla?

«È uno strumento in più per trasmettere il mio messaggio: il mio lavoro non è solo un piacere, è anche una missione».

Quanto le interessa diventare ricca?

«È inutile che ci giriamo intorno: i soldi sono importanti. Non comprano la felicità, però aiutano a raggiungere la libertà. Chi dice il contrario, secondo me, è perché non ne ha mai avuto bisogno. Io spero di riuscire a guadagnare abbastanza da essere totalmente indipendente e per riuscire a dare questa serenità anche a mia sorella e a mia madre: vorrei che la mia mamma potesse tornare a casa dopo il lavoro pensando: "Adesso posso rilassarmi"».

Qual è l'insegnamento più grande che le ha dato la sua mamma?

«Eh, sono tanti! Lei è una donna molto, molto forte. Però ogni tanto se lo dimentica, perché allo stesso tempo è sensibile e timida. Ma ho capito che la vulnerabilità è anche maturità».

E la libertà che cos'è?

«È conoscenza. Se hai sempre voglia di conoscere, capire, cercare, provare non fai altro che arricchirti. Crescendo non voglio diventare una di quelle persone che si fa raggirare e sottomettere: voglio essere capace di ragionare con la mia testa».

Lei è felice?

«Ci sto lavorando. Non voglio la felicità superficiale, voglio quella che ti permette di essere triste, di piangere, e che tutto sommato fa sì che tu possa anche andare avanti senza troppi pensieri».

La prima cosa che ha fatto appena è diventata maggiorenne?

«Mi sono gasata tantissimo per la possibilità di andare a votare».

Ha già votato?

«Sì in ottobre, alle Regionali. Ma il voto non si dice».

Scommetto che non ha votato a destra...

«Per i miei princìpi non potrei».

Politica la farebbe?

«Noi facciamo politica tutti i giorni. Comunque non lo so, ci dovrei pensare molto a fondo. Magari mi piacerebbe diventare un'attivista».

Qual è il diritto che manca alle donne oggi?

«Quello di essere prese sul serio, di non essere date per scontate. Di non subire il fatto che la femminilità sia vista come una minaccia».

Coco non parla mai d'amore: perché?

«Quando domandi a un mio coetaneo che cosa sia l'amore, tutti pensano ai fidanzati. Ma io credo che sia un concetto più grande e complicato. Non bisognerebbe mai limitarlo a una relazione tra due persone. È amore quello nei confronti dei propri genitori, di sorelle e fratelli, è amore il rapporto che hai con amici e amiche, è quello che ti piace fare: cantare, ballare, lo sport, la pittura, il disegno, la fotografia...».

L'amore più grande della sua vita oggi?

«Mia sorella».

Anche la moda è uno dei suoi amori?

«Sì, da piccola facevo le sfilate in cameretta, giocavo con mia sorella a fare le stylist. Sentire la moda è un modo stupendo di esprimere la personalità».

La sua com'è?

«Un po' complicata: sono estroversa, ma a volte anche riflessiva; vivace, solare e a volte un po' timida. Sono difficile da descrivere». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BACKSTAGE

A SINISTRA, COCO REBECCA EDOGAMHE DURANTE IL TRUCCO, PRIMA DI ANDARE SUL SET. A DESTRA, IN POSA PER IL FOTOGRAFO FEDERICO BARBIERI.

FALIS 2014 - group@falis2014.com

ellesse®
for the win

ellesseitalia.it

LA MODA SEI TU

GLI ABITI E GLI ACCESSORI DEL MOMENTO SONO INCLUSIVI E SOSTENIBILI. *GRAZIA* LI HA FOTOGRAFATI CON I FILTRI PIÙ CREATIVI DI INSTAGRAM CHE ANCHE TU PUOI USARE CONDIVIDENDO CON NOI LE TUE STORIE DI STILE. VAI SU *GRAZIA.IT* E SCOPRI COME FARE

foto di_CHARLIE GRANT styling di_KIM PAYNE

ABITO IN TAFFETÀ CON GONNA A RUOTA; BASCO, ORECCHINO CON PERLE, COLLANA CON CRISTALLI COLORATI, BRACCIALE *MONTAIGNE*, BORSA *LADY D-LITE* CON RICAMO *CANNAGE*, CINTURA RICAMATA, CALZINI A RETE, DÉCOLLETÉES *BOY-D* (TUTTO **DIOR**).

CHRISTIAN DIOR

GIACCA IN TWEED DI LANA CON GONNA E SHORTS; TRA I CAPELLI SPILLA DI RESINA, CALZE IN COTONE E STIVALI (TUTTO CHANEL).

GIACCA DA SCI SU DOLCEVITA A MOTIVO *MONOGRAM*, GONNA A STRATI, STIVALETTI (TUTTO **LOUIS VUITTON**).

BODY IN VISCOSA STAMPATA E GONNA IN SETA, SANDALI CON PLATEAU (TUTTO **VERSACE**).

ABITO
CON SCOLLO
SQUADRATO SU
MAXIGONNA
PLISSÉ (TUTTO
STELLA
MCCARTNEY).
SCARPE
(BALLY).

MAGLIA IN CASHMERE MULTICOLORE E PANTALONI A VITA ALTA IN COTONE (TUTTO HERMÈS). SANDALI *BV LIDO* (BOTTEGA VENETA). PAGINA ACCANTO: POCHETTE CON LOGO (VALENTINO GARAVANI).

GILET RICAMATO SU CAMICIA IN SETA, PANTALONI GESSATI; BASCO, BORSA E STIVALI (TUTTO **SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO**).

GIACCA IN DENIM SU TOP IN CHIFFON E PANTALONI SVASATI; BORSA DA CINTURA *BAGUETTE MINI* IN NYLON A STAMPA "FF", TRACOLLA *BAGUETTE* IN TULLE PLISSÉ E SANDALI (TUTTO FENDI).

DALLA COLLEZIONE *JOSÉPHINE AIGRETTE IMPÉRIALE*, TIARA IN ORO BIANCO CON RUBINI A TAGLIO PERA E DIAMANTI PIÙ PENDENTE CON DIAMANTI TAGLIO BRILLANTE (**CHAUMET**).

ABITO DI PELLE (**SALVATORE FERRAGAMO**). BRACCIALI *BEE MY LOVE* IN ORO CON DIAMANTI (TUTTI **CHAUMET**).

TOP DI SETA CON LUNGHE FRANGE SU SHORTS DI PELLE, BORSA *BV SNAP* IN PELLE A INTRECCIO E SANDALI *CRUNCH LUX* IN PELLE (TUTTO BOTTEGA VENETA).

MAXIABITO
IN SETA
EFFETTO DENIM
SCOLORITO
CON TASCHINI
(BALENCIAGA).

PARKA IN TESSUTO TECNICO CON OCCHIELLI METALLICI E COULISSE PIÙ GILET CON INSERTI IN TECNOPOLIESTERE, SNEAKERS (TUTTO **MONCLER**).

CAPPOTTO *TEDDY BEAR* IN CAMMELLO E SETA SU CANOTTIERA E GONNA IN SETA E VELLUTO, DÉCOLLETÉES CON CINTURINI E PLATEAU (TUTTO **MAX MARA**).

CAPPOTTO DOPPIOPETTO IN MONTONE SU CAMICIA STAMPATA E GONNA IN PELLE A PIEGHE, BORSA E DÉCOLLETÉES (TUTTO **BALLY**).

ABITO IN LANA FANTASIA (**SPORTMAX**). TRUCCO: MAX MAY. PETTINATURE: ANTHONY NADER.

ABITO IN JERSEY CON SPALLINE A FRANGE E RICAMI (**GIORGIO ARMANI**). SET DESIGNER: DANE STOJANOVIC.

THE BRIDGE

FIRENZE 1969

BELLI SENZA TEMPO

È il momento degli accessori cult che vengono dal passato, in versione originale o rieditati STYLING DI_Nike Antignani

DALL'ALTO: LA MONTATURA RÉTRO A FARFALLA DIVENTA CONTEMPORANEA GRAZIE ALLE LENTI A SPECCHIO (**CELINE**, € 290); IL MODELLO *LEMTOSH SUN* NELLA VARIANTE EFFETTO TARTARUGA PROPONE UNA LINEA CLASSICA MOLTO AMATA DA INTELLETTUALI E ARTISTI (**MOSCOT**, € 285); IL MODELLO *WAYFARER CLASSIC* IN ACETATO NERO CON LENTI POLARIZZATE È STATO CREATO NEL 1952 E TUTTORA È DI TENDENZA (**RAY-BAN**, € 145); *STEVE MCQUEEN* SONO OCCHIALI A GOCCIA IN ACETATO CON LENTI SFUMATE, INDOSSATI ANCHE DALL'ATTORE DA CUI PRENDONO IL NOME (**PERSOL**, € 350).

DALL'ALTO: LO STILE ESSENZIALE DELLA MAISON RIVIVE NELLE CIABATTINE *ORAN* IN CUOIO INTAGLIATO (**HERMÈS**); LE CLASSICHE DÉCOLLETÉES BICOLORI CON TALLONE APERTO NEL MODELLO *SLING* IN PELLE DI CAPRETTO E GROS GRAIN (**CHANEL**, € 750); UNA SPILLA DI CRISTALLI IMPREZIOSISCE LE *HANGISI* IN RASO CON TACCO A STILETTO (**MANOLO BLAHNIK**, € 935); L'INCONFONDIBILE SUOLA ROSSA CARATTERIZZA LE DÉCOLLETÉES *PIGALLE FOLLIES* IN VITELLO (**CHRISTIAN LOUBOUTIN**, € 575); I SANDALI *ROCKSTUD* SONO IN VITELLO CON LISTINI DECORATI DA BORCHIE DORATE (**VALENTINO GARAVANI**); BALLERINE *VIVA* IN PELLE LAMIINATA CON FIOCCO (**SALVATORE FERRAGAMO**).

FILA
FILA
FILA
FILA
FILA.COM

DA SINISTRA, SOPRA: IL DESIGN INCONFONDIBILE DI QUESTO OROLOGIO TORNA NEL *REVERSO CLASSIC MEDIUM THIN* IN ORO ROSA, CON MOVIMENTO A CARICA MANUALE (**JAEGER-LECOULTRE**); IL PRIMO *DATEJUST* È STATO PRESENTATO NEL 1945 E RESTA SEMPRE ATTUALE, QUI IL MODELLO *LADY* IN ACCIAIO E ORO ROSA (**ROLEX**); SOTTO: *SERPENTI TUBOGAS* UNISCE DUE SIMBOLI DELL'ESTETICA DELLA MAISON, LA SINUOSITÀ DEL SERPENTE E IL DESIGN DEL BRACCIALE A SPIRALE. QUESTA VERSIONE HA LA LUNETTA CON DIAMANTI (**BVLGARI**); IL DESIGN DELL'OROLOGIO *PANTHÈRE* È SEMPRE ATTUALE, QUI LA VERSIONE IN ORO ROSA CON DIAMANTI (**CARTIER**).

MARTINO MIDALI

martinomidali.com

DA SINISTRA, SOPRA: LA NUOVA VERSIONE DELL'INTRAMONTABILE *BAGUETTE* È IN TESSUTO CON LOGO E RICAMI, CON PATTINA E CHIUSURA "*FF*" (**FENDI**); LA BORSA *CAPUCINE MINI* IN PELLE TAURILLON CON CHIUSURA-LOGO DORATA E TRACOLLA RIMOVIBILE (**LOUIS VUITTON**). SOTTO: IL CLASSICO RICAMO *CANNAGE* È REALIZZATO SU VELLUTO PER LA BORSA A MANO *LADY-D LITE* DI STAGIONE (**DIOR**); *JACKIE 1961* È UN MODELLO STORICO RIEDITATO IN TESSUTO *GG SUPREME* A RIDOTTO IMPATTO AMBIENTALE, CON NASTRO *WEB* BICOLORE (**GUCCI**).

LA BELLEZZA SEI TU

B-SELFIE, il beauty brand che ha rivoluzionato il mondo della **bellezza fai-da-te** con i patch self beauty filler con microaghi di acido ialuronico per contorno occhi e labbra, presenta l'innovativo **Skincare Filler System**: sieri a effetto ultra-filler, crema viso anti-age, acqua micellare, maschere di bellezza e tante altre novità come B-SELFIE Deep, la prima biorivitalizzazione mesoterapica fai-da-te!

www.bselfie.it @BSelfieBeautyFiller | @b_selfie_

ghd
good hair day
GHD RISE
RADDOPPIA IL VOLUME
DEI TUOI CAPELLI*
La prima spazzola volumizzante e intelligente di ghd
per un volume due volte più grande dalla base alle punte.*
Dotata di ultra-zone technology per garantire risultati senza
sforzo**, a lunga durata* utilizzando la temperatura ottimale di 185°.
#ghdrise @ghditalia
Disponibile presso i migliori saloni parrucchieri e su ghdhair.com
*vs. capelli asciugati naturalmente.
**su un test di 111 consumatrici realizzato a giugno 2019.

UNA NUOVA SENSIBILITÀ

I look vincenti dell'autunno sono in materiali sostenibili perché lo stile di oggi ha un'anima "eco"

a cura di_NIKE ANTIGNANI

JEANS CASUAL

TINTURE VEGETALI PER LA TELA INDIGO, TESSUTI RICICLATI E ACCESSORI SENZA PELLE SONO GLI ULTIMI PASSEPARTOUT

DALL'ALTO, A SINISTRA: GIUBBINO *WEELTHREAD TRUCKER* (**LEVI'S,** € 130 CA.); JEANS EFFETTO USATO CON BRETELLE (**RE/DONE+HIKARI MORI**, € 515); A DESTRA: MAGLIA IN COTONE RIGENERATO (**RIFÒ**, € 39); MINIGONNA IN COTONE SOSTENIBILE (**OVS**, € 24,95); JEANS DRITTI IN COTONE ELASTICO (**UNIQLO**, € 39,90); DÉCOLLETÉES IN TESSUTO MOIRÉ (**IINDACO**, € 360).

GUCCI

Foto SHOWBIT/MONDADORI PORTFOLIO

ABITI SCIVOLATI

MATERIALI PREZIOSI, PROGETTATI NEL RISPETTO DELLA NATURA, DANNO VITA A VESTITI SEXY E A GIACCHE AMPIE

DALL'ALTO, A SINISTRA: ABITO ASIMMETRICO A CAMPI DI COLORE (**MOTHER OF PEARL**, € 545); BORSA A MANO IN POLIESTERE RICICLATO (**MONKI**, € 18). A DESTRA: ABITO *BEBA* IN MISTO COTONE BIOLOGICO CON BOTTONI (**AMUR**, € 300 CA.); ABITO SCIVOLATO IN RASO (**NANUSHKA**, € 580); GIACCA DOPPIOPETTO IN LANA ITALIANA CON TASCHE A PATTINA (**ENVELOPE 1976**, € 428,29).

GABRIELA HEARST

Foto SHOWBIT/MONDADORI PORTFOLIO

VERY ITALIAN, VERY FRANCIACORTA

franciacorta.net @franciacorta

Un luogo straordinario a ridosso delle Alpi, ricco di tesori d'arte e naturalistici. Un desiderio di dar vita a una viticoltura in equilibrio con l'ambiente, nel rispetto dei principi naturali e di sostenibilità. Una cultura antica dalla quale nascono vini pregiati, la cui vivacità accompagna da sempre brindisi e degustazioni, dona piacere, leggerezza e gioia di vivere. Uno stile di vita inimitabile, riconosciuto in tutto il mondo, un prodotto unico, capace di illuminare ogni attimo.

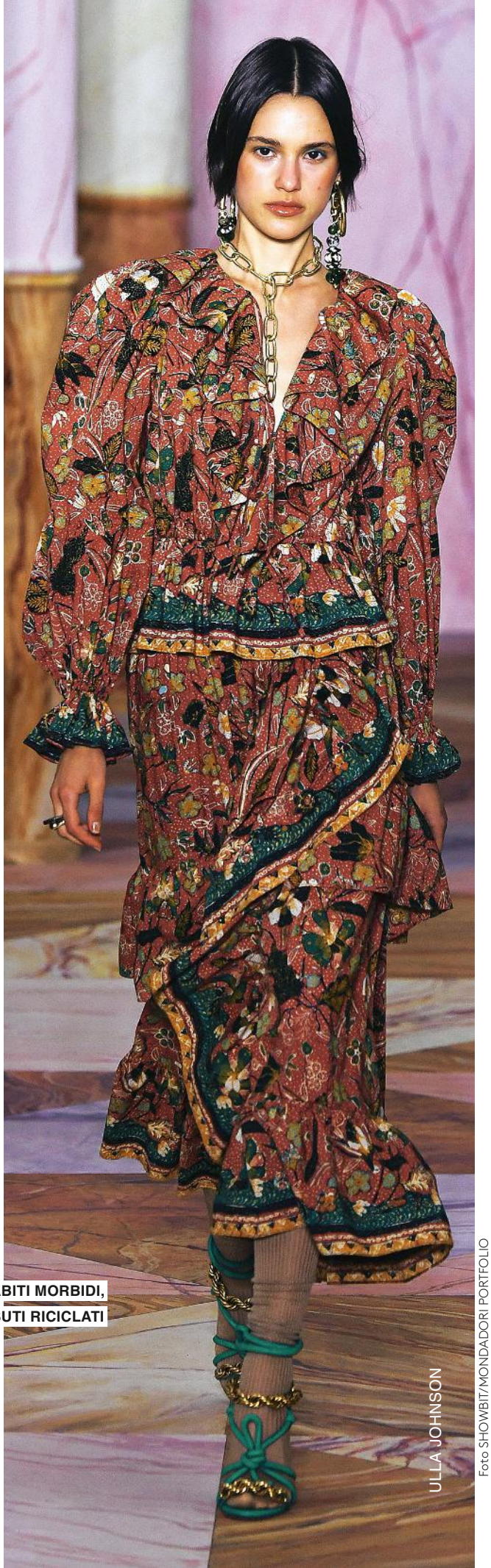
Benvenuti in Franciacorta.

Franciacorta

STAMPE RÉTRO

FIORI ANNI 70 O D'EVOCAZIONE ROMANTICA SONO I PROTAGONISTI DI ABITI MORBIDI, GONNE A TUBO E CAMICIE: TUTTE IN TESSUTI RICICLATI

DA SINISTRA, SOPRA: ABITO IN STAMPA FLOREALE (**FAITHFULL THE BRAND**, € 160); ABITO IN SETA JACQUARD VINTAGE (**VERNISSE**, € 735); ABITO IN VISCOSA "ECOVERO" SOSTENIBILE, A STAMPA FLOREALE (**SAMSØE SAMSØE**, € 149). SOTTO: ABITO IN TESSUTO FANTASIA REALIZZATO IN MATERIALI SOSTENIBILI (**H&M STUDIO**); BLOUSON IN POLIESTERE RICICLATO (**STINE GOYA**, € 150); GONNA MIDI IN LINO STAMPATO (**REFORMATION** € 185).



ULLA JOHNSON

Foto SHOWBIT/MONDADORI PORTFOLIO

PERSONAL BIOPOINT

Curly Elastic TECHNOLOGY

SCEGLI I RICCI CHE VUOI

Con **Biopoint Control Curly** puoi decidere ogni giorno come disciplinare i tuoi ricci. **Gel** Anti-crespo per un effetto definito ed elastico. **Cera Mousse** Anti-crespo per un riccio brillante e disciplinato. **Crema Attivaricci** Anti-crespo per un risultato morbido e naturale. Sfoggia ogni giorno ricci che incantano.

Biopoint. Mi piace piacermi.

STELLA MCCARTNEY

GIACCHE
MASCHILI

SONO MAXI O AVVITATE. E SEMPRE IN MATERIALI NATURALI O COLORATI CON TINTURE ECOLOGICHE

A SINISTRA: GIACCA E PANTALONI IN MISTO LANA (**THEORY**). AL CENTRO, DALL'ALTO: CAMICIA IN SETA NATURALE CON TINTURA ECOLOGICA (**ETICLÒ**); BLAZER CON BOTTONI IN CORNO NATURALE (**CASASOLA**, € 1.645); COVER PER SMARTPHONE CON INTARSI DI LEGNO (**WOOD'D**,€ 39,90). A DESTRA: DALLA LINEA SOSTENIBILE *COMMIT TED*, GIACCA E PANTALONI IN MISTO LINO (**MANGO**, € 79,99 E € 49,99); CLUTCH CON INSERTO IN RATTAN NATURALE (**STUDIO SARTA**, € 169).

Foto SHOWBIT/MONDADORI PORTFOLIO

LUCIANO BARACHINI

lucianobarachini.com

lucianobarachini luciano_barachini lucianobarachini

ACIDO IALURONICO

Luce&Volume per i tuoi Capelli

con il 97% di ingredienti di origine naturale*

A. D. Angelo Sganzerla

*La restante percentuale di ingredienti garantisce stabilità e gradevolezza del prodotto.

Capelli lucenti, pieni e voluminosi grazie agli straordinari ingredienti di origine naturale di queste innovative formulazioni: l'**Acido Ialuronico**, che idrata i capelli e ne aumenta il volume; la **Cheratina Vegetale**, dalle proprietà rinforzanti ed elasticizzanti; il **Cocco**, in forma di distillato di polpa o di olio, dall'azione restitutiva. Fin dal primo utilizzo anche le capigliature più deboli e stanche appariranno più corpose, luminose, morbide e facili da pettinare!

SENZA SILICONI, PARABENI, TENSIOATTIVI SOLFATI E PETROLATI.

Nel tuo Punto Vendita di fiducia e online su erbolario.com.

L'ERBOLARIO

NATURA, FORMULA DI BELLEZZA.

Classifica stilata dall'Istituto tedesco Qualità e Finanza, leader delle indagini e dei sigilli di qualità in Europa.

LOVE

DI_Carlotta Marioni

NEL SEGNO DEL VINTAGE

L'ESTETICA DEL BRACCIALE *BONE*, CREATO NEGLI ANNI 70 DALLA DESIGNER ELSA PERETTI, È ANCORA ATTUALISSIMA: MORBIDO E SENSUALE CIRCONDA IL POLSO E NE VALORIZZA LA FORMA. PER FESTEGGIARE I 50 ANNI DI QUESTO GIOIELLO INTRAMONTABILE, LA MAISON NE LANCIA UN'EDIZIONE AGGIORNATA, IMPREZIOSITA DA PIETRE DURE, IN DIVERSE VARIANTI: IN ARGENTO CON GIADA NERA O CON TURCHESE E IN ORO GIALLO CON GIADA VERDE (**TIFFANY & CO.**).

BUDAPEST
SPICE OF EUROPE

Budapest è una capitale europea dalla lunga storia, ma ha anche un'anima innovativa e vivace che la rende una città versatile e cosmopolita. Il carattere originale e frizzante di Budapest emerge dalle bellezze naturali e da quelle realizzate dall'uomo, dalla grandiosa architettura e dalle terme storiche. Senza dimenticare la gastronomia varia e ricca di gusto, il settore della moda e del design in continua crescita e una vita culturale sempre dinamica e in evoluzione.

spiceofeurope

spiceofeurope

spiceofeurope.com

LOVE

DI_Carlotta Marioni

IL GIOIELLO ECOLOGISTA

IL LEGNO È PROTAGONISTA DI UN GIOIELLO SPECIALE, CHE SI RIFÀ ALLA NATURA. SI TRATTA DELLA REINTEPRETAZIONE IN CHIAVE ECOLOGISTA DI UN MODELLO CLASSICO, IL BRACCIALE A SERPENTE, CHE QUI HA IL CORPO RICOPERTO DI SCAGLIE IN ESSENZE PREGIATE APPLICATE SU UNA BASE A SPIRALE. LA TESTA E LA CODA SONO IN ORO TEMPESTATO DA UN PAVÉ DI DIAMANTI E PIETRE PREZIOSE. IL GIOIELLO È REALIZZATO IN DUE VARIANTI DI LEGNO: PADOUK (NELLA FOTO) ED EBANO (**CRIVELLI**).

Sempre insieme.
L'indistruttibile
con spallacci imbottiti
Eastpak euro 29,99

Righe incrociate.
Si porta da solo
o con i leggings l'abito
sportivo e femminile
Zadig et Voltaire
euro 42,99

Ma sei un boss!
È scritto anche sulla camicia
Hugo Boss euro 33,99

Parole arcobaleno.
Quante idee diverse
con 10 penne colorate
Carioca euro 1,99

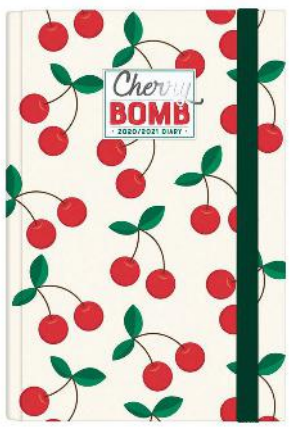
Passi avanti.
Ballerine in pelle con cinturino e fiocco
alla caviglia *Twin Set euro 29,99*

Un anno a scrivere.
8 penne nei colori
classici, 8 divertenti
e 4 fluorescenti
Bic euro 7,99

RICOMINCIA L'ANNO SCOLASTICO CON ENERGIA

Quest'anno l'inizio va festeggiato con qualcosa di nuovo e di utile

Si ricomincia e siamo tutti più felici del solito. Per ripartire all'insegna della positività, puntiamo su colori e allegria anche negli acquisti per loro. Su **Veepee**, e-commerce leader delle vendite temporanee online, scegli tutto ciò che li accompagnerà nella loro esperienza: zaini, astucci, quaderni, matite per affrontare il nuovo anno con la giusta carica di energia e positività. E capi di abbigliamento per muoversi comodi, con un certo stile. 72 milioni di iscritti in Europa, di cui più di 12 milioni in Italia, scelgono con fiducia Veepee per acquistare Moda, Casa e Arredamento, Accessori, Sport, Kidswear e Beauty. Scarica l'app o lasciati ispirare da **veepee.it**



**Per idee e cose
da ricordare!**
Agenda Cherry Bomb
18 mesi Settimanale
Legami Milano euro 7,99

LOVE

DI_Carlotta Marioni

LA FORZA DELLA NATURA

LA COLLANA *BAMBÙ,* UN CLASSICO DEL MARCHIO TOSCANO, SI ISPIRA ALLA NATURA PIÙ SENSUALE. QUESTO GIROCOLLO RAPPRESENTA UN RAMO CHE SOTTOLINEA MORBIDAMENTE IL COLLO E ALLO STESSO TEMPO SUGGERISCE FORZA E RESISTENZA. IL GIOIELLO È IN ARGENTO, FATTO A MANO IN ITALIA, SECONDO LA TRADIZIONE ARTIGIANALE. LA COLLEZIONE *BAMBÙ* SI COMPLETA CON ORECCHINI, ANELLI E BRACCIALI (**GIOVANNI RASPINI**, € 570).

STREET STYLE

NATALIE WALL

MINI
L'influencer britannica indossa una T-shirt in jersey di poliestere dal taglio aderente e dai bordi a contrasto, una mini in cotone stampato dalla linea svasata con abbottonatura frontale, tutto vintage, come gli zoccoli in pelle con tacco e plateau in legno. **Le calze in cotone elasticizzato sono di Burlington**.

ANN-MARIE HOANG

CYBER
La stylist statunitense porta un lungo abito aderente a motivi optical e tribali con sovrastampa metallizzata e inserti in colori a contrasto della collezione primavera-estate 1996 di Jean Paul Gaultier. **Gli occhiali da sole sono *Incognito* di Maison Margiela primavera-estate 2008**, gli stivali in vernice sono di Helmut Lang.

LAUREN LEPIRE

LUNGO
La proprietaria della boutique vintage di Los Angeles *Timeless Vixen* abbina **una camicia in chiffon di seta stampato dal taglio aderente con collo a punta di Ossie Clark, del 1971**, a una gonna lunga Anni 30 in gabardine di seta con grandi pieghe e cintura in vita con fibbia in metallo.

JENNA SIMONCELLI

COSTUME
La modella statunitense punta su **un costume intero in lycra con stampa, profonda scollatura ovale e bretelle larghe, di Versus Versace di metà Anni 90**. Il cappello in paglia a tesa larga e le décolletées a punta sono vintage.

LOUISA MENG

CONTRASTI
Per l'influencer e art director statunitense **T-shirt in jersey di seta con dettagli bustier e inserti a contrasto di Jean Paul Gaultier primavera-estate 1990**, gonna vintage a portafoglio in jersey con allacciatura laterale e spacco, come i sandali infradito con fasce in pelle imbottita.

Foto INSTAGRAM

Le stampe Anni 60, i fiori ispirazione hippie, i miniabiti del mondo della disco.
Dieci regine di Instagram reinterpretano a loro modo la ritrovata passione per il vintage

DI_RICCARDO SLAVIK

IL LOOK DELLA SETTIMANA

KENDALL JENNER

FARFALLE
La top model indossa **un top aderente con allacciatura a stringhe di Jean Paul Gaultier del 2003**. Della stessa collezione è la gonna lunga con lacci laterali e orlo asimmetrico. Gli stivali in vernice a punta squadrata sono di Prada.

MERMAID

SPAZIALE
L'influencer e commerciante di vintage punta su un abito corto vintage dalla linea aderente con stampa, scollo e spalline sottili, di Jean Paul Gaultier Soleil. **La borsa in pelle metallizzata con tracolla rigida è di Prada primavera-estate 2003**, gli stivali con punta squadrata e applicazioni di pelle imbottita metallizzata sono di Grape.

BELLA HADID

ANIMALIER
La top model sceglie **un abito in jersey con stampa e inserti in pizzo a motivi floreali dalle spalline sottili decorate con iniziali in metallo e balza asimmetrica di Dior by John Galliano** della collezione autunno-inverno 2000/2001. Della stessa maison sono i sandali in pelle metallizzata con dettagli in Swarovski.

GITTA BANKO

DIAGONALE
L'influencer tedesca indossa **un abito a vita alta in seta stampata e ricamata con paillettes dal taglio svasato, con maniche ampie, profondo scollo a "V" e balza di Dries Van Noten, del 2005**. La borsa in pelle con dettagli in metallo è il modello *Saddle* di Dior, i sandali infradito sono di Coperni.

JASMIN RODRIGUEZ

PIN UP
La fondatrice del negozio online *Vintage Vandalizm* abbina un top in tessuto elasticizzato con scollo a cuore e drappeggi a una gonna a ruota in raso con stampe, tasche sagomate e orlo a contrasto, entrambi vintage. **La borsa a mano in pelle è Kate Spade, i sandali in vernice sono vintage**.

YES·ZEE

yeszee.it

BORSCI
Bevi responsabilmente

publione.it

Il segreto di mille sapori.

BORSCI 1840 180TH 2020 ANNIVERSARY

SIP AWARDS 2019 DOUBLE GOLD MEDAL

IL MAKE UP CHE FA BENE

VEGANI O NATURALI E A BASSO IMPATTO AMBIENTALE: OGGI UN COSMETICO SU DUE HA UN CUORE ECOLOGICO E UNA MISSIONE ETICA. SCOPRITE CON NOI I PIÙ EFFICACI

di_VALENTINA DEBERNARDI foto di_FRITZ KOK

Foto TRUNK ARCHIVE

PER DONNE AUDACI: LA SCIA FRUTTATA E FIORITA DI *ANGEL NOVA*, PROFUMO CREATO CON IL RICICLO CREATIVO DEI PETALI DI ROSA (MUGLER).

Se dovessimo raccontarci attraverso gli acquisti beauty, i prodotti make up rivelerebbero le nostre inclinazioni più di un quadro astrale. Sul podio dei preferiti, al terzo posto, c'è l'illuminante, perché niente come la luce riesce a farti sentire più bella regalandoti un'aria sana. Al secondo, i trucchi a lunga durata, che semplificano non poco la vita quando esci di casa al mattino e rientri la sera. Il primo posto, invece, se lo aggiudica il make up vegano e cruelty-free, secondo una tendenza che sembra inarrestabile e oggi registra una crescita del 50 per cento.

STAR E PREMI OSCAR AMBIENTALISTI Le collezioni lanciate dalle star ne sono la riprova. Da Victoria Beckham a Lady Gaga e Jessica Alba, la scelta di non ricorrere a ingredienti di origine animale o testati su animali è diventata un imperativo etico. Come l'attenzione a tutto ciò che sta intorno al prodotto, a cominciare dal pack. Vedi l'Oscar dell'Imballaggio che ha istituito una speciale sezione "ambiente" per premiare l'ecosostenibilità delle confezioni. Dalla Lumson, che ha creato per Kiko Milano una carta ecologica con avanzi di caffè, kiwi e arance al progetto di economia circolare avviato da L'Oréal con Icma, per riutilizzare carte riciclate e trasformarle in eleganti scatole, astucci e cofanetti.

IL RICHIAMO DELLA NATURA Con la pandemia poi, che ha cambiato la percezione e le modalità d'uso di molti cosmetici, la svolta ambientalista ha preso la rincorsa. Se Gucci ci ha convinte, grazie alla sua *Poudre De Beauté* ricaricabile, che un astucciogioiello merita sempre una seconda, terza e magari quarta vita, Chantecaille ha mobilitato le sue fan a favore dell'associazione WildAid, per sostenere con l'acquisto di un blush illuminante programmi di tutela della fauna marina. Mentre marchi dal Dna verde come Yves Rocher e Clarins propongono nuove interpretazioni del colore. Il primo, in punta di dita, con la linea di smalti vegani *Go Green*. Il secondo a fior di labbra con un'eco-rivisitazione di *Joli Rouge*, tra i rossetti più amati della casa: nella formula, arricchita di ingredienti bio, e nel pack a basso impatto ambientale.

SCELTE ETICHE E DIVERTENTI Insomma, l'importante oggi è conquistare la fiducia delle "eticaliste". Il termine, coniato dall'agenzia di tendenze Beautystreams, identifica il numero crescente di consumatrici che scelgono i cosmetici anche in base alla loro valenza etica, cioè all'impegno nella salvaguardia della salute, dell'ambiente, degli animali o in campo sociale. E, secondo uno studio dell'agenzia di marketing Mintel, circa il 72 per cento delle ventenni è disposta a spendere di più pur di avere un trucco etico. Senza ovviamente rinunciare a una pelle super luminosa, sopracciglia folte e piene, ciglia da cerbiatta e pennellate di colore ad alto impatto.
«Rispetto ai mesi di lockdown, in cui ci si focalizzava su sicurezza e affidabilità del marchio, ora si tende a dare più spazio al piacere e all'evasione che il make up regala. Soprattutto quello a tinte forti, dalle componenti ludiche e divertenti», afferma Laura Ziv, Executive editor di Beautystreams.
Un altro studio Mintel rivela invece che due sono le ragioni principali che portano a scegliere i trucchi "etici": una personale e riguarda l'idea che siano più salutari per la pelle, la seconda altruista nel rispetto dell'ambiente e della collettività. «Ogni volta che compiamo una scelta per il bene del pianeta, la facciamo non solo per noi stesse, ma anche per le generazioni future», aggiunge Elena Rossi, esperta di bellezza green e fondatrice di *Vanity Space Blog*. «E poi, a differenza di qualche anno fa il make up eco-concepito assicura gli stessi risultati e prestazioni».

DENTRO LA FORMULA Anche in Italia sono nate molte linee vegane che il cosmetologo Umberto Borellini spiega così: «Si tratta di prodotti senza derivati animali, come lanolina, proteine della seta, cera d'api, miele e tutto ciò che si ricava dal latte, generalmente sostituiti con sostanze vegetali o minerali. La loro assenza viene certificata da enti particolari, per esempio il Vegan Ok, e per esserne sicure basta leggere l'inci, cioè l'elenco degli ingredienti sulla confezione. Inoltre, va ricordato che nel nostro Paese il simbolo del coniglietto usato per indicare un prodotto cruelty-free non è necessario perché da regolamento europeo i test sugli animali sono vietati». Sperando che in un futuro non tanto lontano l'eticità dei nostri trucchi diventi una qualità che potremo dare per scontata. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUOVI LUSSI? ASTUCCI GIOIELLO RICARICABILI ED ECO-CONFEZIONI

YVES ROCHER

Bretagne, France

EFFETTO ANTI-CRESPO 48H*

NATURALMENTE DISCIPLINATI
LIBERI COME L'ARIA

FLUIDO LISCIANTE

Un trattamento senza siliconi in grado di disciplinare i capelli senza appesantirli. Arricchito con **Peptidi di Riso**, liscia la fibra del capello e permette una stiratura naturale.

- ▶ Effetto lisciante e **anti-crespo 48h***
- ▶ Termo-protettore **fino a 230°C***

Applicare sulle lunghezze dei capelli asciutti o umidi. Non risciacquare.

INGREDIENTI DI ORIGINE NATURALE 97%

PRINCIPIO ATTIVO 100% VEGETALE

*Test strumentali

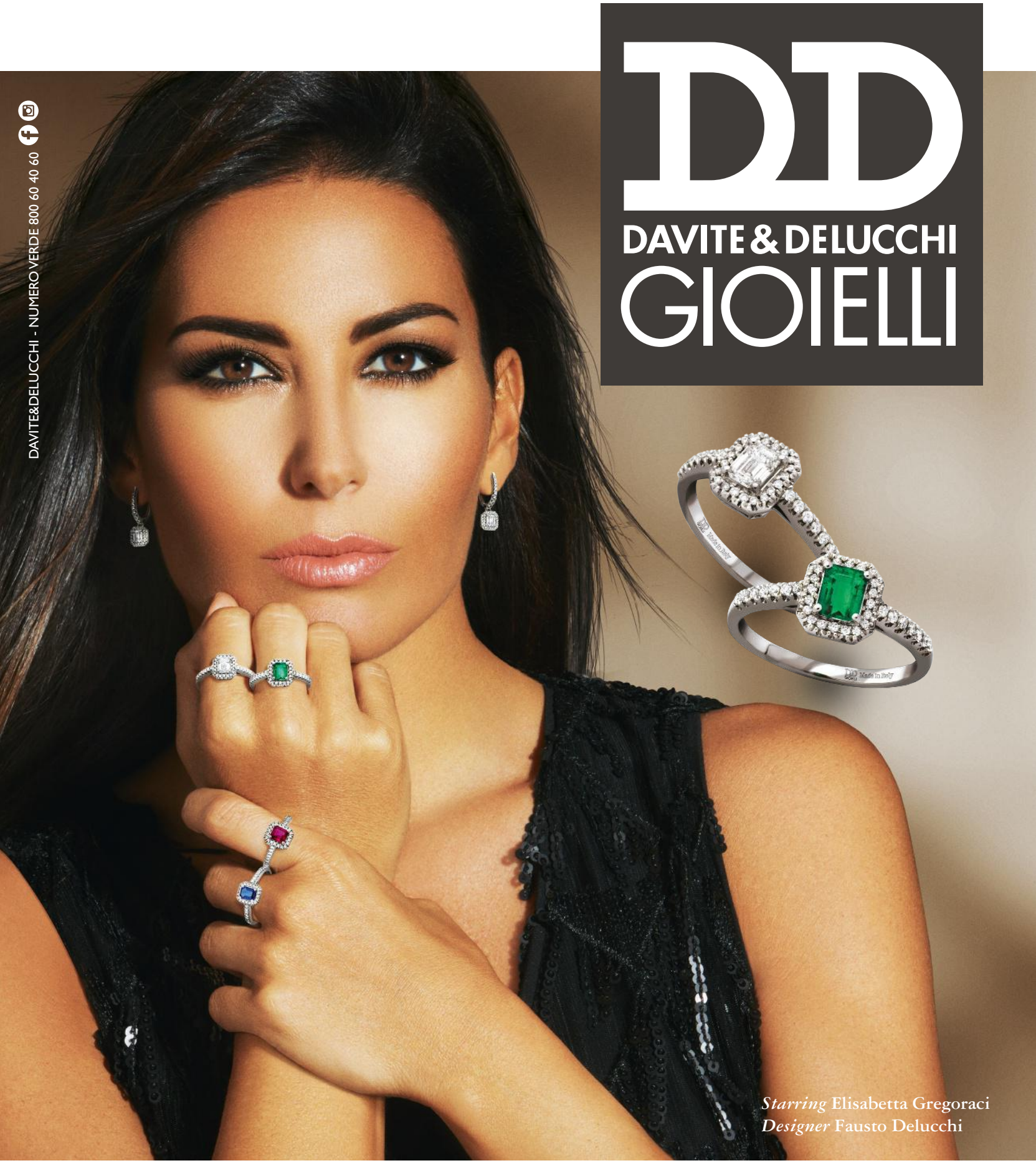
Scopri la linea completa presso i Punti Vendita e Consulenti di Bellezza Yves Rocher.

#tuttoliscioper48H

FORMULE DALLA NATURA

IN ALTO: *L'ESSENTIEL BASE PORE AFFINÉS CONTRÔLE DE BRILLANCE* È UN PRIMER CON IL 97 PER CENTO DI INGREDIENTI DI ORIGINE NATURALE, CHE SI PRENDE CURA DELLA PELLE CON UN MIX DI PROBIOTICI E PREBIOTICI (**GUERLAIN**, € 48,90).

SOPRA, DA SINISTRA: *RADIANCE CHIC CHEEK AND HIGHLIGHTER DUO* SOSTIENE I PROGRAMMI DELL'ORGANIZZAZIONE AMBIENTALISTA *WILDAID* PER LA PROTEZIONE DEGLI SQUALI (**CHANTECAILLE**, € 90, ED. LIMITATA, SU *SACCANI.COM*). UNA FORMULA VEGANA A BASE DI OLI DI ROSE, MANDORLE E GIRASOLI: PER UNGHIE E CUTICOLE, *GREEN ME NAIL OIL* (**KIKO MILANO**, € 5,99). CON PIANTE OFFICINALI, *EYESHADOW TRIO*: PALETTE DI OMBRETTI 100 PER CENTO BIO (**DR. HAUSCHKA**, € 29). AD ALTA TENUTA, IL FONDOTINTA CRUELTY-FREE *STAY NAKED WEIGHTLESS LIQUID FOUNDATION* (**URBAN DECAY**, € 41).



MADE IN ITALY, CON PASSIONE DAL 1973

SOPRA, DA SINISTRA: LO SMALTO *GO GREEN*, IN 32 NUANCE, HA SOLO SOLVENTI BIODERIVATI DA BARBABIETOLA E CANNA DA ZUCCHERO (**YVES ROCHER**, € 4,95). ECO-PACK, COLORI AD ALTA PERFORMANCE E SOSTEGNO CONTRO IL CYBERBULLISMO PER LA PALETTE *TARTELETTE TEASE CLAY* (**TARTE**, € 21 DA SEPHORA). DA 25 ANNI, LA COLLEZIONE DI ROSSETTI *VIVA GLAM* RACCOGLIE FONDI PER LA RICERCA CONTRO L'AIDS E VANTA DONAZIONI PER 500 MILIONI DI DOLLARI (**MAC COSMETIC**, € 20). TUBETTO REALIZZATO CON RESIDUI DELLA CANNA DA ZUCCHERO E TANTA VITAMINA C PER IL FONDOTINTA *CARE* (**SEPHORA**, € 14,90). *PARADISE DREAM VELVET LIP MOUSSE* È UN ROSSETTO LIQUIDO OPACO CRUELTY-FREE, RICCO DI ANTIOSSIDANTI E SENZA PARABENI (**DEAR DAHLIA**, € 30). IN BASSO, DA SINISTRA: VEGANO E DISPONIBILE IN SETTE COLORI, *LIQUID LIPSTICK*, CON OLIO DI AVOCADO (**HONEST BEAUTY**, € 15,95). ULTRAPIGMENTATO E VEGANO: *TATTOO LINER* (**KVD**, € 21,90 DA SEPHORA). COFFRET GIOIELLO RICARICABILE PER LA *POUDRE DE BEAUTÉ ECLAT SOLEIL* (**GUCCI**, € 55).

ZUCCHERO, AVOCADO E VITAMINE

MASTERLINE
PROFESSIONAL

NUTRI FILLER
CON ACIDO IALURONICO

4 PRODOTTI DEDICATI A
CAPELLI SECCHI E INARIDITI

PROGRAMMA
NUTRIENTE

RITROVA LA TUA NATURALE
BELLEZZA

SCOPRI IL MONDO MASTERLINE

masterline.info

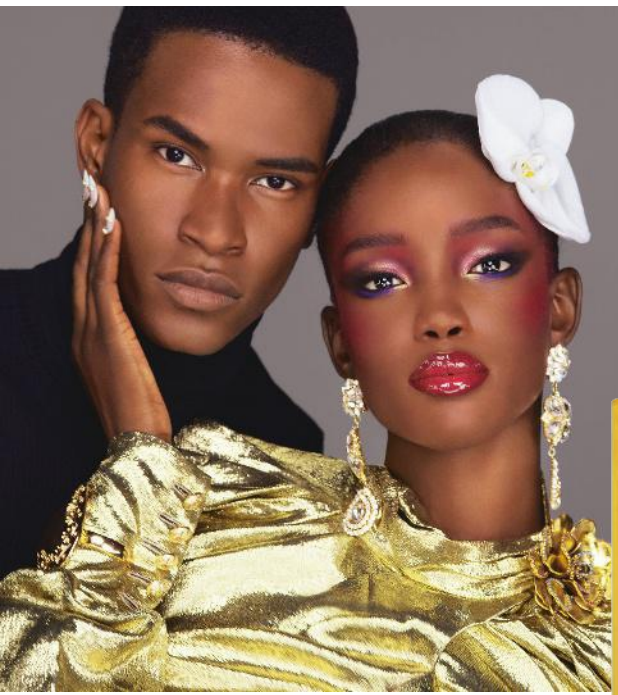
IL MIO TRUCCO PER ESSERE UNICI

GRAZIA HA INCONTRATO **PAT MCGRATH**, LA MAKE UP ARTIST PIÙ INFLUENTE AL MONDO CHE HA CREATO UNA SUA LINEA NEL SEGNO DELL'INCLUSIVITÀ. «UNA PERSONALITÀ FORTE», DICE, «OGGI CONTA PIÙ DEL SESSO, DELL'ETÀ E DEL COLORE DELLA PELLE»

di_MARZIA NICOLINI

Foto BEN HASSETT - STEVEN MEISEL DALLA CAMPAGNA *DARK STAR MASCARA*, COURTESY OF PAT MCGRATH LABS

NELLA PAGINA ACCANTO, LA MAKE UP ARTIST INGLESE PAT MCGRATH. IN QUESTA PAGINA, ALCUNI SCATTI DALLA CAMPAGNA DEL NUOVO *DARK STAR MASCARA* DI **PAT MCGRATH LABS**, FIRMATA DAL FOTOGRAFO STEVEN MEISEL (33 EURO, IN VENDITA DAL 25 SETTEMBRE DA SEPHORA).



Per le appassionate di make up è un mito che non ha bisogno di presentazioni. Soprannominata "The Beauty Boss" e decorata dalla regina Elisabetta II con l'onorificenza di Membro dell'Ordine dell'Impero Britannico, Pat McGrath è tra i make up artist più influenti al mondo.

Nata a Northampton, a un centinaio di chilometri da Londra, 50 anni, segno zodiacale Gemelli, da tre decenni collabora con gli stilisti più importanti non solo creando look per sfilate, servizi fotografici e campagne pubblicitarie, ma anche sviluppando le loro linee make up. Nel 2015 ne ha lanciata una tutta sua, Pat McGrath Labs, diventata subito un cult.

Come sarà sicuramente un prodotto di culto il nuovo mascara *Dark Star*, in uscita il 25 di settembre da Sephora (ma già disponibile su *patmcgrath.com*). Usato in anteprima da Pat sulle modelle di Versace e Louis Vuitton alle sfilate del prossimo autunno-inverno, promette ciglia "surreali" (la definizione è sua) grazie a un'esclusiva tecnologia volumizzante a effetto multidimensionale. Inoltre, per la campagna, McGrath ha riunito una costellazione di personaggi, famosi e non, che rappresentano la sua visione inclusiva della bellezza. Dal fotografo Steven Meisel, amico e collaboratore storico che firma le immagini, a Naomi Campbell, altra storica amica e musa dell'intera linea (in alto, a destra). Dalla modella curvy Tess McMillan, in coppia con il collega tedesco Leon Dame (a sinistra), al duo di modelli formato dal colombiano Salomon Diaz e dall'italo-senegalese Maty Fall Diba (in alto, a destra). Tra i volti del mascara, anche la top model russa Irina Shayk con Damian Hurley (figlio dell'attrice Elizabeth) e Marisa Berenson, l'attrice ed ex modella americana, oggi 73enne, che oltre a posare per Meisel presta la voce ai cinque video girati.

IN ALTO: LA PALETTE DI OMBRETTI *MTHRSHP ROSE DECADENCE* (67 EURO). IN BASSO: IL BALSAMO LABBRA *LIP FETISH DIVINYL LIP SHINE*, IN SEI NUOVI COLORI (QUI, *LOVE INTEREST*, 38 EURO). ENTRAMBI I PRODOTTI HANNO DEBUTTATO DURANTE LE SFILATE D'ALTA MODA DEL PROSSIMO INVERNO SULLE PASSERELLE DI MAISON MARGIELA E VALENTINO. A FINE SETTEMBRE DA SEPHORA.

Che cosa l'ha spinta a lanciare un suo marchio e come descriverebbe Pat McGrath Labs?
«Per crearlo ci ho messo 30 anni, che è un tempo lunghissimo, ma mi è servito per sviluppare i prodotti che volevo io: capaci cioè di riflettere la mia visione della bellezza e del make up. Partendo dal presupposto che considero il trucco un'arte e che quest'ultima riflette sempre la società, ho voluto enfatizzare gli elementi che più mi stanno a cuore, cioè la personalità e l'individualità, al di là del sesso, dell'età e del colore della pelle».
Negli Anni 90, quando ha iniziato, non c'erano così tante linee make up che offrissero un'ampia scelta di prodotti per le donne di colore.
«È vero. Per decenni la stragrande maggioranza dei marchi cosmetici si è concentrata su una fascia di consumatrici che a livello globale rappresentava una piccola fetta di mercato, tagliandone fuori milioni. Che senso aveva? Non lo so. Ma mi entusiasma sapere che oggi chiunque può trovare il suo fondotinta ideale. E vado molto fiera del mio *Skin Fetish Sublime Perfection Foundation*, in 36 tonalità, nato facendo tesoro dell'esperienza nei backstage».
Quali sviluppi prevede nel make up del futuro?
«Moda e bellezza vivono evoluzioni spesso imprevedibili. Se c'è una cosa però che questi ultimi tempi ci hanno insegnato è quanto sia importante sentirsi connessi e vicini. Quanto conti far sentire la propria voce e usare il proprio talento per cercare di cambiare in meglio la realtà. Sul futuro del mio marchio posso dire che sicuramente resterà fedele all'idea da cui sono partita, cioè mantenere alta l'attenzione su inclusività e body positivity».
Ha sempre sognato f in da piccola di diventare una make up artist?
«In realtà, da ragazza, il mio sogno era di sfondare come cantante lirica».
E la passione per il make up da dove arriva?
«Da mia madre Jean che è stata anche la mia prima musa. Era emigrata dalla Giamaica e aveva l'abitudine di truccarsi sempre, sette giorni su sette. È lei che mi ha trasmesso l'idea del make up come piacere personale ed espressione della propria creatività. Aveva la mania della pelle luminosa, cosa che mi ha ispirato lo stick illuminante *Skin Fetish L0 Highlighter* + *Balm Duo*».
Instagram, dove conta più di tre milioni di follower, è un'altra sua grande passione.
«Sì, sono innamorata della tecnologia e adoro questo social: è una fonte d'ispirazione continua. Per non parlare dell'opportunità che offre di condividere online il mio lavoro: spunti, dietro le quinte, processi creativi. E poi grazie a Instagram posso comunicare con i miei follower e ricevere in tempo reale le loro impressioni. Molti prodotti nascono anche da questo dialogo».
Che pagine segue invece?
«Di tutto un po': non solo profili dedicati al make up, ovviamente, ma anche al cinema, alla musica, all'animazione 3D, alla fotografia, all'arte. Molto dipende dall'ossessione del momento».
Non le è mai capitato di pensare: "Ora volto pagina e mi occupo d'altro"?
«No. Quello per il trucco è un amore di lunga data e non ci sono mai stati cali d'interesse. Anzi, con il passare del tempo continua a crescere. Sono famosa per andare in giro con 87 valigie piene solo di trucchi e questo significherà pure qualcosa. D'altra parte, la scelta di lanciarmi nell'avventura di una mia linea ha a che fare con il bisogno, che è poi anche una sfida, di creare sempre prodotti innovativi a livello di prestazioni e tenuta per venire incontro a ogni esigenza».
Ci fa qualche esempio?
«Il rossetto *Mattetrance*, con cui siamo riusciti a eliminare sette passaggi per regalare alle labbra un'inedita finitura opaca. Mentre il nuovo *Dark Star Mascara* sfrutta una tecnologia che, in una sola passata, è in grado di fissare "magneticamente" i pigmenti sulle ciglia, volumizzandole e allungandole in modo surreale».
La sua visione artistica contempla inf inite opzioni di look: dal no-make up a quelli più esuberanti e creativi. Che cosa suggerisce per questo autunno?
«Assisteremo a un boom di effetti cromatici ad alto impatto, soprattutto per lo sguardo. Lo smokey eye più contemporaneo sarà in versione metallizzata con iridescenze simil-lava. La pelle, invece, sarà meno legata al concetto "glow" ("luminosità diffusa", *ndr*) rispetto alle passate stagioni. Il nuovo termine da memorizzare è "plush" ("morbido, felpato", *ndr*) e indica una finitura più vellutata per il viso».
E le idee per i make up di sf ilata come nascono?
«È sempre un lavoro in tandem con lo stilista e ascoltare la sua visione dello show è fondamentale per tradurla in trucco. Una volta compresa, l'ispirazione può arrivarmi dai social, come dalla natura, da sogni che faccio, da libri e film. Per esempio, il tema della sfilata autunno-inverno 2020 di Prada era "Femminilità uguale forza". Ho immaginato perciò un look da cyber principesse, focalizzato sugli occhi con effetti olografici in nero-rosa».
Qual è il suo motto?
«Per la verità, ne ho tre. Il primo dice: "Evita di prendere le cose sul personale". Il secondo: "Non permettere mai a nessuno di infrangere i tuoi sogni", mentre il terzo si riferisce al make up e recita: "Usalo senza cautela". Perché il trucco dovrebbe sempre essere libero e non sottostare mai a diktat estetici. Invitare a divertirsi e a sperimentare. Funziona anche da antidoto alla paura e fa volare l'immaginazione». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DANNI ESTREMI, ADDIO
Styling e brushing continui possono portare alla rottura dei fusti. Corri ai ripari con le **Ampolle SOS Shots**, la maschera istantanea più intensiva di Pantene, da usare almeno una volta alla settimana per rivitalizzare la cuticola danneggiata e donare morbidezza e idratazione.

OGGI MI SENTO AL MASSIMO

QUANDO INDOSSI I CAPELLI CHE DESIDERI, TUTTO SEMBRA PIÙ SEMPLICE

Stare bene con se stesse è una sensazione positiva che nasce da molteplici fattori, tra cui anche i capelli. Discorsi frivoli? Tutt'altro, uno studio di Pantene in collaborazione con l'Università di Yale ha scoperto che i capelli sono un elemento chiave per l'autostima e la determinazione. In questa estate particolare vale la pena indossare capelli forti per sentirsi davvero più decise e pronte a partire. Al tuo fianco **la squadra dei Balsami Oro Pantene, che rendono i capelli 100% più forti* e rigenerati.** La formula Pro-V di Pantene è racchiusa nelle texture che preferisci, per seguirti nella tua hair care routine e aiutare a riparare i danni** che si intensificano con sole, salsedine, cloro e umidità. I capelli morbidi e luminosi saranno un potere in più che che sentirai in testa.

**forza contro i danni da styling rispetto all'utilizzo di solo shampoo senza agenti condizionanti*

***Danni da styling alla superficie dei capelli*

PROTEZIONE CHERATINA
Se cerchi forza e morbidezza, adorerai la **nuova Maschera Protezione Cheratina** con nutrienti che aiutano a riparare la cheratina e agenti micro-condizionanti che levigano la superficie dei capelli. Per aiutare a riparare i danni** in 1 applicazione e rendere i capelli più forti* e disciplinati.

QUEST'ESTATE PROVA LA TRASFORMAZIONE PANTENE

PANTENE #EstatePantene • #IndossalTuoiCapelli • www.pantene.it • @capellipantene

LOVE

DI_Paola Spezi

LIBERTÀ DI MOVIMENTO

MENTRE SUL WEB LA PAROLA "VOLUME" È LA SECONDA PIÙ CLICCATA IN RELAZIONE AI CAPELLI, **GHD** LANCIA UNA SPAZZOLA INTELLIGENTE PENSATA PER VOLUMIZZARE QUALUNQUE LOOK: SOLLEVANDO LE RADICI O MOVIMENTANDO A PIACERE ORA LE LUNGHEZZE, ORA LA FRANGIA O LE PUNTE SOLTANTO. SI CHIAMA *RISE* E, GRAZIE ALLA TECNOLOGIA *SMART ULTRA-ZONE*, RILEVA LE ESIGENZE DI OGNI TIPO DI CAPELLO DURANTE LO STYLING. IN PIÙ, LE SETOLE IN NYLON SCIVOLANO SENZA CREARE NODI. E LA FUNZIONE "SLEEP" EVITA SPRECHI ENERGETICI CON LO SPEGNIMENTO AUTOMATICO DOPO 30 MINUTI DI NON UTILIZZO (186 EURO, IN SALONE E SU *GHDHAIR.COM/IT*).

Foto ENZO TRUOCCOLO

Belle Color

LIBERA IL TUO COLORE NATURALE

CON OLIO DI GERME DI GRANO

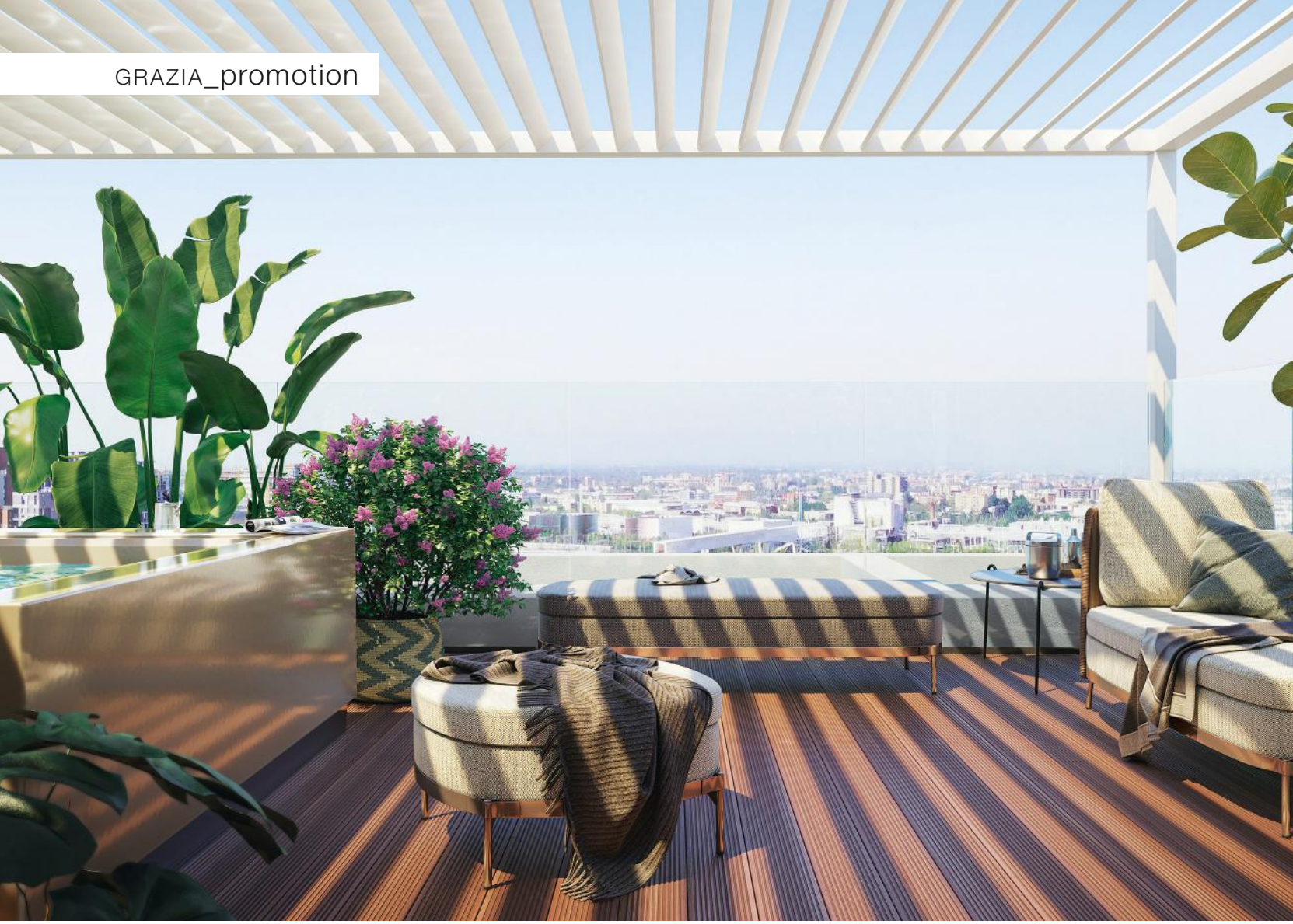
PROTEGGE durante la colorazione
NUTRE intensamente i capelli
ILLUMINA a lungo il colore

60 Anniversario

ACQUISTA 2 CONFEZIONI
E TI RIMBORSIAMO IL 50%
DELLA CONFEZIONE MENO CARA[1][2]

(1) Il rimborso sarà calcolato sul prezzo al pubblico liberamente determinato dal distributore - (2) Acquista dal 14 giugno 2020 al 27 dicembre 2020 -con un unico scontrino- n. 2 confezioni di colorazioni Belle Color -nei punti di vendita dove presente la comunicazione- potrai chiedere entro 5 giorni dall'acquisto il rimborso del 50% sulla confezione con il prezzo più basso acquistata e presente sullo scontrino tramite WhatsApp al numero 3346551168 oppure e-mail colorazioni@slangcomunicazione.it inviando la fotografia dello scontrino e indicando la sigla dei prodotti acquistati (BC), la data (ggmm), l'ora (hhmm), l'importo totale della spesa senza virgola (€€cc) ed il numero dello scontrino senza spazi e separati da un asterisco: BC*1406*0945*1035*123. Potrai ottenere al massimo 1 rimborso. Termini e condizioni "CASHBACK BELLE COLOR " richiedibile a L'Oréal Italia S.p.A. - Direzione Fiscale - via Primaticcio n. 155 - Milano oppure consultabile sul sito www.garnier.it In caso di dubbi oppure ulteriori informazioni invia una e-mail a bellecolor@slangcomunicazione.it

da GARNIER, Naturalmente!



Feel UpTown,
a Milano il distretto del benessere

Il primo progetto residenziale che mette al centro la **qualità della vita**

Era il 2017 quando è stato avviato il progetto UpTown. A distanza di tre anni, con le prime residenze già consegnate, il nuovo step Feel UpTown fa il focus sulla qualità della vita. I vettori di benessere partono dai servizi esclusivi dedicati ai residenti, come la piscina e il cinema condominiale, e si ampliano ad asset strategici come il parco da 300mila mq con una vera cascina al suo interno. Non si tratta solo di un'isola felice: per la prima volta in Italia, il progetto comprende infrastrutture che ne fanno un centro pulsante della città.
Due esempi? La costruzione di un nuovo polo scolastico, il più grande a Milano negli ultimi 30 anni, e il collegamento con la nuova sede delle facoltà scientifiche dell'Università degli Studi di Milano che aprirà nel 2024. Feel UpTown è un progetto EuroMilano spa.

© Wolf-VA - www.wolf-va.com

LA MIA CASA
È DOVE POSSO STARE BENE OGNI GIORNO

Mai come quest'anno abbiamo compreso l'importanza di vivere bene a casa.
Avere piscina, palestra, area wellness esclusive in condominio significa riuscire a dedicarsi momenti di benessere anche nelle giornate impegnative. Disporre di spazi ampi e attrezzati per i bambini vuol dire poter passare del tempo di qualità insieme in qualsiasi momento.
Feel UpTown si distingue per l'ecosistema di servizi riservato ai residenti, come lo spazio smart working, il car sharing esclusivo, il campo da squash e la *conciergerie* evoluta.
Tra i tagli abitativi, bilo, trilo e quadrilocali, ville urbane con giardino privato, attici con patio e vasca idromassaggio riscaldata, appartamenti con logge o terrazze.

UPTOWN
the place to be

Firmato EuroMilano, Feel UpTown è un progetto residenziale composto da quattro edifici che coniugano le caratteristiche dei cortili interni milanesi con quelle delle terrazze romane. La corte interna infatti è un vero e proprio cuore verde di 3000mq progettata in sinergia e continuità con il grande parco urbano di 30 ettari attrezzato con aree giochi bimbi, aree cani e percorsi ciclopedonali che rendono UpTown il primo distretto del benessere in Italia.

www.uptown-milano.it

LA FIRMA DI
ANDREA CASTRIGNANO

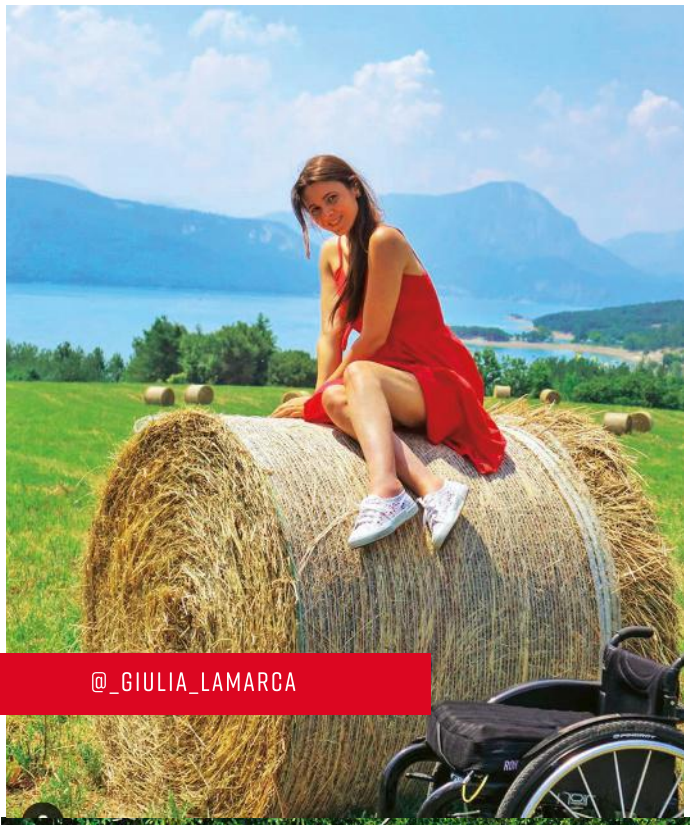
© Armando Moneta

Feel UpTown realizza un servizio di personalizzazione dedicato fin dal progetto. Per mostrare le potenzialità degli interni, l'appartamento campione è arredato dall'interior designer Andrea Castrignano con i partner made in Italy di Feel UpTown e gli arredi Molteni.

Cultura

GRAZIA

UNA VISTA DEL LAGO DI COMO DAL CASTELLO DI VEZIO.



@_GIULIA_LAMARCA

@SARACAULFIELD

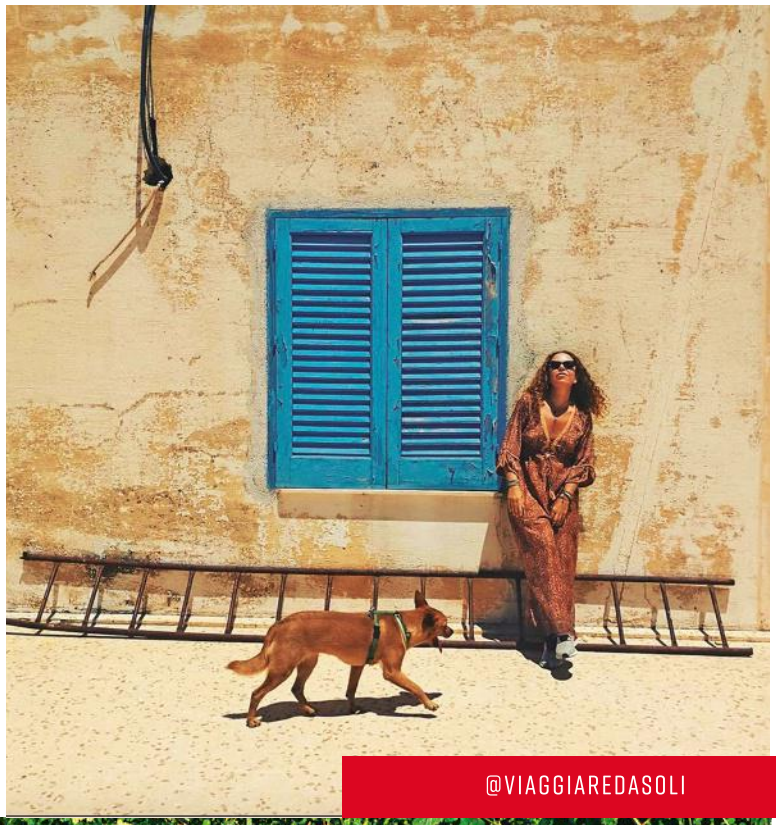
Foto IPA INSTAGRAM

ITALIA SOCIAL CLUB

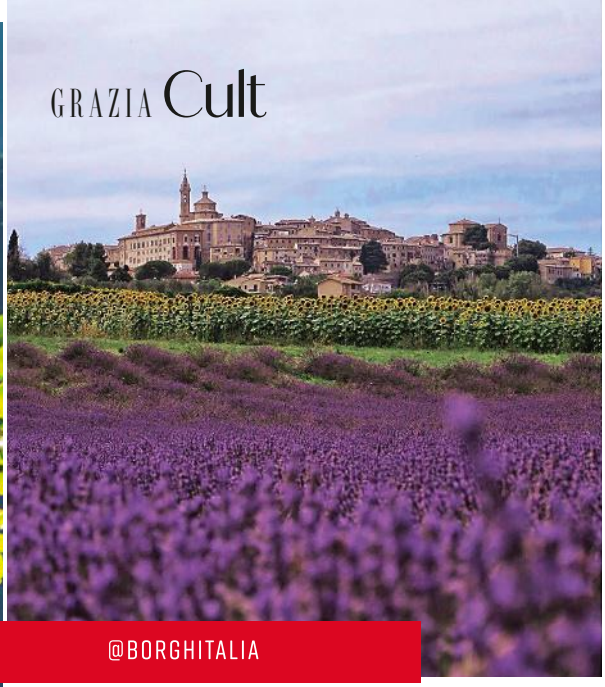
I LUOGHI PIÙ CONDIVISI, I TRAVEL INFLUENCER DA SEGUIRE, GLI HASHTAG PER CHI HA VOGLIA DI METE UNICHE. AL TEMPO DI INSTAGRAM VIAGGIARE È DIVENTATA UN'ESPERIENZA TUTTA DA POSTARE. QUI VI DICIAMO DA DOVE PARTIRE PER LA VOSTRA PROSSIMA FUGA

di_ELSA BONFIGLIO

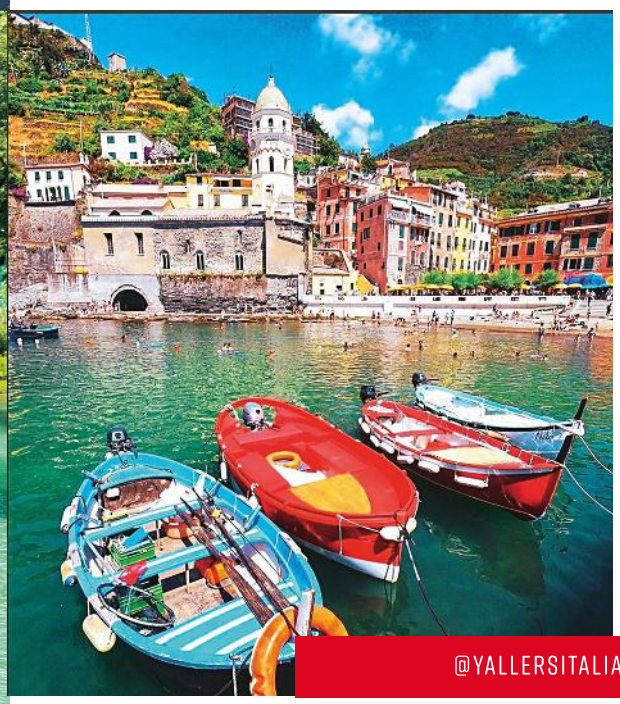
@MIPRENDOEMIPORTOVIA



@VIAGGIAREDASOLI



@BORGHITALIA



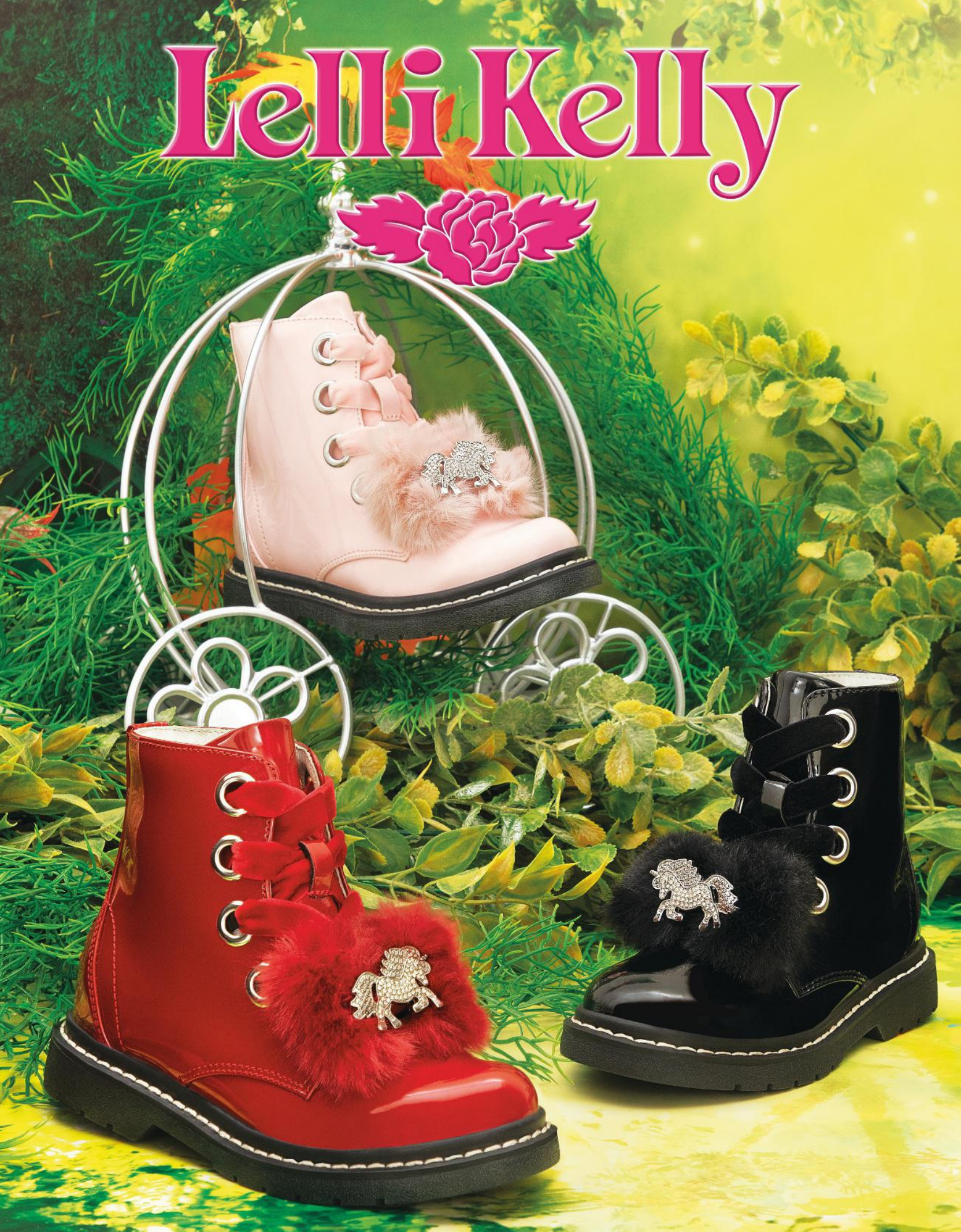
@YALLERSITALIA

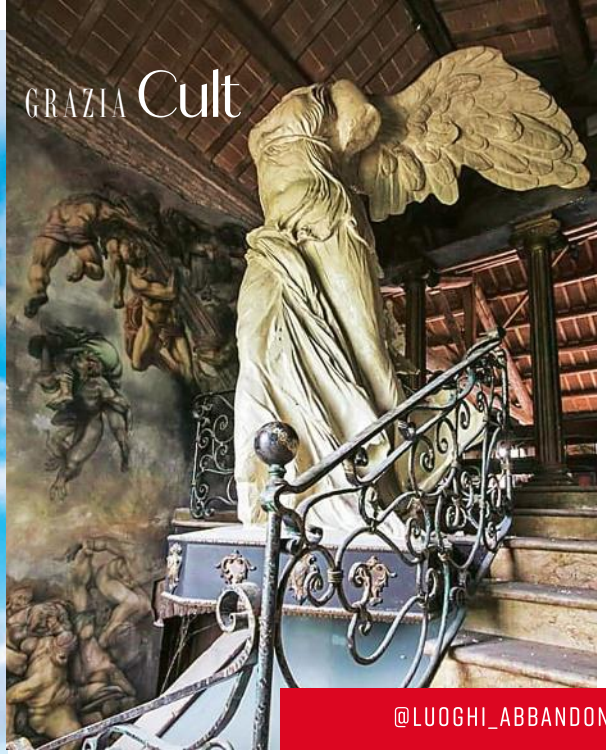
#CASAMASSIMA

Se fino a qualche tempo fa per scoprire una meta poco battuta, ma estremamente affascinante, bisognava basarsi sul passaparola o sulla fortuna, oggi basta seguire il travel influencer più affine a noi. O usare un hashtag chiaro, affidarsi ai profili dedicati al turismo o entrare a far parte delle giuste community di viaggiatori che popolano il web. Tutto questo perché Instagram ha cambiato il nostro modo di viaggiare, trasformando ogni trasferta in una scoperta social e rendendo noi esploratori di ultimissima generazione, che **scattiamo foto con lo smartphone, le condividiamo sul nostro profilo con hashtag, tag e localizzazione**. Moltiplicato per i circa 30 milioni di utenti attivi in Italia, la possibilità di scoprire nuovi luoghi è veramente alta. **E che sia un prato di girasoli, un campo di lavanda o un tuffo da una scogliera, la scelta delle nostre mete di viaggio è sempre di più ispirata da foto viste proprio sui social e dalla volontà di replicarle in maniera del tutto personale.**

I primi a trasformare una normale foto delle vacanze in un'immagine unica e originale sono stati senza dubbio i travel influencer. Se cercate ispirazione per il prossimo viaggio o la prossima foto, vi suggeriamo il profilo di *@_giulia_lamarca*, una ragazza di 28 anni torinese, psicologa ed ex pallavolista, che, dopo un incidente che l'ha costretta sulla sedia a rotelle, non ha più smesso di viaggiare e ora ha oltre 50 mila follower. Da non perdere nemmeno *@i_weekendieri*, community di 42 mila follower dedicata ai viaggiatori del fine settimana: dietro a questa sigla c'è Laura Zampetti, passata da bancaria a travel blogger, come si descrive sul suo profilo. *@miprendoemiportovia* è invece il canale di Elisa e Luca, coppia di viaggiatori a tempo pieno, con un cuore rock'n'roll e un'anima gitana, come amano definirsi ai loro 69 mila seguaci; *@saracaulfield* è la viaggiatrice da zaino in spalla che non dimentica mai il tappetino per fare yoga mentre *@viaggiaredasoli* è il canale della romana Francesca Di Pietro, che insegna ai quasi 57 mila follower quanto possa essere stimolante e divertente una vacanza in

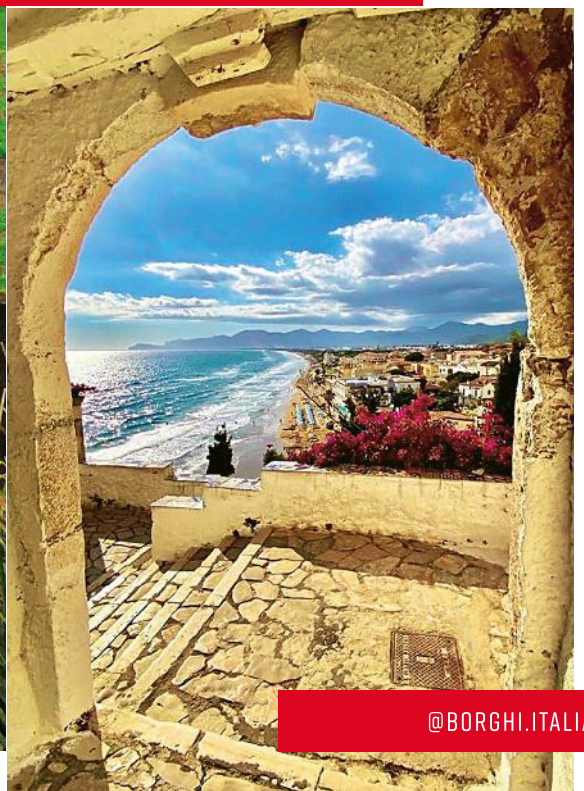
Foto FINSTAGRAM


Lelli Kelly



@LUOGHI_ABBANDONATI_

@RICOMINCIODALLITALIA



@BORGHI.ITALIANI

solitaria. Ma seguire i viaggiatori più esperti non è l'unica scelta che si può fare, usando Instagram come strumento. **La sezione dei commenti può rivelare un luogo interessante. Taggando geograficamente ogni post si trovano angoli che altri hanno visitato: Instagram permette di condividere le proprie esperienze e scoprire quelle degli altri.** Il profilo *@yallersitalia* (178 mila seguaci) è un collettore di foto altrui, che sceglie le immagini più belle di luoghi italiani cui è stato aggiunto il tag *#yallersitalia*, appunto. E condividere mete speciali è l'obiettivo di *@italianascosta*, il travel blog dedicato alla promozione del nostro Paese, scritto e realizzato da Francesco e Veronica Leone: «Con il pubblico abbiamo da sempre un filo diretto, ogni persona che ci segue è un vero e proprio compagno di viaggio con il quale consultarci e scambiarci consigli ed opinioni», spiegano. C'è poi *@luoghi_abbandonati_*, nato dall'amore per la fotografia di quattro amici che hanno scelto di far conoscere per immagini posti nascosti, dal fascino decadente. Ma non è finita: alla scoperta dell'Italia ci sono profili come *@ricominciodallitalia* gestito dalla travel influencer Anna Pernice, *@borghitalia* (492 mila follower) e *@borghi.italiani* (237 mila follower), dove ogni post è una chicca, che sia il piccolo e quasi sconosciuto borgo ligure o il selvaggio angolo di Calabria affacciato sul mare.

E infine, siete curiosi di sapere quali sono i luoghi più fotografati su Instagram?

Il *#lagoditenno*, in provincia di Trento, ha oltre 44 mila tag e mostra a tutti le sue bellissime acque color verde smeraldo tra le montagne del Trentino-Alto Adige; *#casamassima* con oltre 28 mila post è la città blu che si trova in provincia di Bari; per chi ama il mistero, *#lascarzuola* in Umbria (provincia di Terni) è l'opera d'arte onirica dell'architetto Tommaso Buzzi, ricca di echi mistici e psicoanalitici, con circa 6.000 tag, mentre il *#castellodivezio* domina il lago di Como, e con i suoi 10 mila tag porta subito indietro nel tempo.

Seguendone gli hashtag si possono scoprire infinite mete nuove, in questa bellissima Italia. ■

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Foto INSTAGRAM

QUESTA BOTTIGLIA, RACCOLTA E RICICLATA, CONSERVA VALORE

ANCHE DOPO L'ULTIMA GOCCIA.

NON ABBANDONARLA.

PUBBLICITÀ PROGRESSO
FONDAZIONE PER LA COMUNICAZIONE SOCIALE

CON COREPLA PUOI DAR FORMA A UN'ESTATE DIFFERENTE, FAVORENDO UN'ECONOMIA CIRCOLARE E SOSTENIBILE.

Raccogliere e riciclare gli imballaggi in plastica significa tutelare il territorio, salvaguardare il mare e diminuire l'utilizzo di risorse naturali. Aiutaci a trasformarli in nuovi oggetti utili, belli e sostenibili contribuendo così a creare un'industria d'eccellenza e nuovi posti di lavoro. **Insieme a COREPLA puoi fare la differenza, per te e per l'ambiente.**

corepla.it

LA PLASTICA. TROPPO PREZIOSA PER DIVENTARE UN RIFIUTO.

COREPLA

Corepla è il consorzio senza scopo di lucro per il riciclo e il recupero degli imballaggi in plastica

#TV

SARAH PAULSON, 45 ANNI, È L'INFERMIERA PROTAGONISTA DI *RATCHED*, SU NETFLIX.

NELLE CLINICHE DELLA VERGOGNA

SARAH PAULSON È L'INQUIETANTE INFERMIERA DI *RATCHED*, LA SERIE CHE NEGLI STATI UNITI FA GIÀ DISCUTERE PER COME RACCONTA LA DIVERSITÀ E IL DISAGIO NEGLI OSPEDALI PSICHIATRICI NEGLI ANNI 70

di_ELISABETTA COLANGELO

Pochi film sono stati capaci di esplorare il tema della "diversità" come *Qualcuno volò sul nido del cuculo*, capolavoro di Milos Forman, prodotto da Kirk Douglas che nel 1976 fece incetta di Oscar e Golden Globe. Ambientato nel 1963, vedeva Jack Nicholson nei panni di un disadattato rinchiuso in un ospedale psichiatrico, che si ribella alla disumanità dei trattamenti e finisce lobotomizzato. Nicholson vinse l'Oscar come miglior attore, mentre quello per la miglior attrice fu assegnato a Louise Fletcher, interprete della spietata capoinfermiera Mildred Ratched. **Ed è a quel personaggio e alla sua crudele mancanza di empatia, che si ispira la nuova serie firmata da Ryan Murphy per Netflix, intitolata *Ratched*: per i temi trattati ha già spaccato negli Stati Uniti i critici che l'hanno vista in anteprima. Gli episodi in arrivo il 18 settembre anticipano gli eventi del famoso film immaginando la donna agli inizi della carriera.** Siamo nel 1947 e Mildred, interpretata da Sarah Paulson, riesce a farsi assumere in una struttura psichiatrica grazie a una serie di stratagemmi che mettono a rischio la vita dei pazienti. A guidarla è una logica folle e quando nell'ospedale verrà rinchiuso un celebre assassino, capiremo anche il perché. Va detto tuttavia che se il film denunciava la condizione dei manicomi, la serie, esteticamente bellissima, si concentra piuttosto sull'immagine dell'infermiera "angelo della morte", avvicinandosi più ai racconti di *American Horror Story* che non all'originale di Forman. Nel cast figurano anche due dive come Cynthia Nixon e Sharon Stone. ■

RATCHED, SU NETFLIX IL 18 SETTEMBRE.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

#FOTOGRAFIA

La libertà delle donne

Negli Anni 70 femminismo e diritti civili presero il centro della scena e Milano divenne un laboratorio vivace di libertà di espressione. Lo ricorda la collettiva *Gesti di rivolta - Arte, fotografia e femminismo a Milano 1975/1980* alla Nuova Galleria Morone, dal 9 settembre al 31 ottobre con opere, tra le altre, di **Carla Cerati, Libera Mazzoleni e Gabriella Benedini**. Presenti anche lavori del Collettivo Donne Fotoreporter del quale fecero parte **Giovanna Calvenzi** e **Liliana Barchiesi**: è sua la foto, qui a fianco, della manifestazione del 1976 per spingere l'approvazione di una legge speciale sull'aborto. *(F.C.)*

GRANDI SUCCESSI IN Blu-ray Disc™ A UN PREZZO IMBATTIBILE

Peter Parker (Tom Holland) torna in Spider-Man: Far From Home. Il nostro supereroe si trova in gita scolastica in Europa. Tuttavia, acconsente di aiutare **Nick Fury** (Samuel L. Jackson) a scoprire chi si cela dietro gli attacchi sferrati da creature elementali. Si allea con **Mysterio** (Jake Gyllenhaal) per fronteggiare il caos, ma non è tutto come sembra.

MARVEL STUDIOS

SPIDER-MAN Far From Home

© 2019 Columbia Pictures Industries, Inc. Tutti i diritti riservati.
MARVEL e tutti i relativi nomi dei personaggi: © & ™ 2019 MARVEL.
© 2019 Layout and Design Sony Pictures Home Entertainment S.r.l. Tutti i diritti riservati.

Dall' **8 settembre**

€ 9,90*

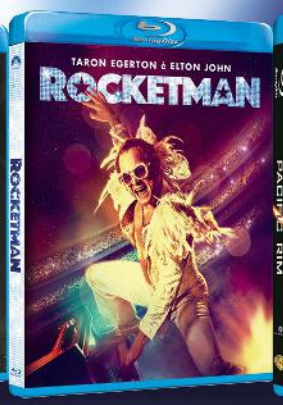
PREZZO SPECIALE!

OGNI BLU-RAY™

Scopri lo shop on line su **mondadoriperte.it!**

BLADE RUNNER 2049
Dal **15 settembre**

IT
Dal **22 settembre**



ROCKETMAN
Dal **29 settembre**

PACIFIC RIM
Dal **6 ottobre**

IN **EDICOLA** CON

* Prezzo rivista esclusa.

DA SINISTRA, *THE KITCHEN* DI MARINA ABRAMOVIĆ IN MOSTRA A NAPOLI E *THAT'S ROME* DI STANLEY WHITNEY.

#MOSTRE

NOI LIBERIAMO L'ARTE

DALLE DENUNCE SOCIAL DELL'ARTISTA DI STRADA **BANKSY** ALLE RIFLESSIONI DI **MARINA ABRAMOVIĆ** SUL RUOLO FEMMINILE NELLA CHIESA. I PROTAGONISTI DELLE ESPOSIZIONI PIÙ ATTESE DELL'AUTUNNO

di_FRANCO CAPACCHIONE

Aprono i battenti quattro mostre dedicate alle star dell'arte contemporanea diventate vere protagoniste anche sui social e interpreti di temi come parità di genere, questioni ambientali, rispetto delle diversità. Si comincia il 7 settembre con la Fondazione Merz di Torino *(fondazionemerz.org)* che presenta fino al 31 gennaio *Push the Limits*, collettiva con 17 protagoniste. Come da titolo, le opere presenti hanno in comune la ricerca di un linguaggio che sappia sfidare i limiti espressivi della realtà che ci circonda. Una accanto all'altra, donne che hanno saputo esprimere tematiche di genere con forza e poesia: tra le altre, l'italiana **Rosa Barba**, la francese **Sophie Calle**, **Mona Hatoum**, nata a Beirut, e l'indiana **Shilpa Gupta**.

Una narrazione ironica e poetica della realtà e una sfida al potere nel nome della libertà e della giustizia hanno reso una personalità di culto l'uomo senza volto che si fa chiamare **Banksy**. Novanta sue opere sono ospitate dal Chiostro del Bramante a Roma *(chiostrodelbramante.it)* dall'8 settembre all'11 aprile. *Banksy. A Visual Protest* riunisce i classici del grande street artist impegnato nella sostenibilità ambientale e nel rispetto dei più fragili.

Sempre a Roma, la Gagosian *(gagosian.com)* propone dal 10 settembre al 17 ottobre la personale dedicata all'arte astratta dell'afroamericano **Stanley Whitney** e alla sua fascinazione per il pittore Piet Mondrian, il free jazz e le ceramiche dei nativi d'America.

L'ultima fermata è a Napoli per **Marina Abramović/Estasi**. La Sala delle Carceri di Castel dell'Ovo *(vanitasclub.org)* accoglie dal 18 settembre al 17 gennaio il ciclo di tre video intitolato *The Kitchen. Homage to Saint Therese*. È la testimonianza di altrettante performance che l'artista ha tenuto nel 2009 nell'ex convento di La Laboral a Gijón, in Spagna, omaggio a Santa Teresa d'Avila. Due donne, la santa e l'artista, unite nei secoli nel nome della sorellanza. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DA SINISTRA, *THERE IS NO BORDER HERE*, DI SHILPA GUPTA E LA SERIGRAFIA *JAKE&JILL* DI BANKSY.

Foto COURTESY GALLERIA LIA RUMMA MILANO/NAPOLI, ROB MCKEEVER/COURTESY GAGOSIAN, FONDAZIONE MERZ AND GALLERIA CONTINUA SAN GIMIGNANO/BEIJING/LES MOULINS/HABAN

lamialiguria.it

InLiguriapuoi.

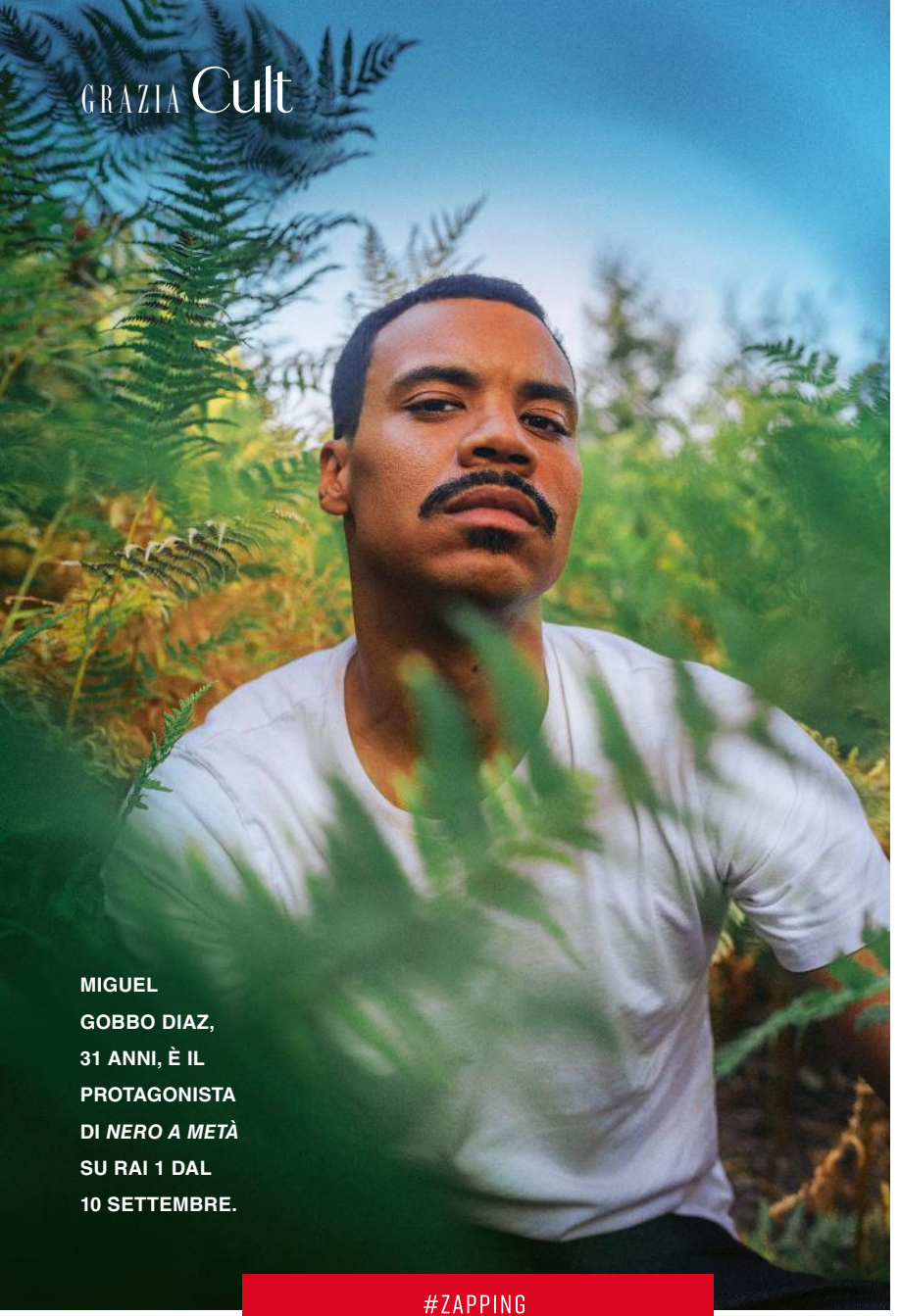
Respirare, camminare, pedalare, nuotare, gustare.

La Liguria è uno spicchio di terra baciato dal sole. Un luogo dove convivono quiete e bellezza. Una meta dalle infinite possibilità. Nuotare in acque cristalline, gustare il vero pesto, fare *trekking* oltre i 2.000 metri, pedalare lungo le piste ciclabili, surfare col *kite* o - semplicemente - stare sulla sdraio, con un libro in una mano e un calice di vino ligure nell'altra. In Liguria puoi.

inLiguria

REGIONE LIGURIA

Scarica la nuova App la mia liguria



MIGUEL GOBBO DIAZ, 31 ANNI, È IL PROTAGONISTA DI *NERO A METÀ* SU RAI 1 DAL 10 SETTEMBRE.

#ZAPPING

IL POLIZIOTTO DEL FUTURO

MADRE DOMINICANA, PADRE ITALIANO, MIGUEL GOBBO DIAZ È IL PRIMO AGENTE DALLA PELLE SCURA DI UNA SERIE TV ITALIANA. E LA SUA STORIA, DICE, È QUELLA DI UN PAESE MIGLIORE

di_ELISABETTA COLANGELO

Ha la pelle scura e un accento vicentino, perché Miguel Gobbo Diaz è arrivato in Italia quando era piccolissimo. Oggi ha 31 anni, è un attore e sta per riprendere il ruolo del primo poliziotto di colore della serialità nostrana in *Nero a metà*, in partenza il 10 settembre su Rai 1 per la seconda stagione. Un ruolo che racconta nelle sue evoluzioni anche su Instagram ai suoi 13 mila follower. Intanto sta girando la nuova serie Netflix *Zero*, ambientata nei quartieri "melting pot" di Milano, che vedremo l'anno prossimo.

Nero a metà *è un titolo che sente vicino a lei?*

«Mia madre è di Santo Domingo, si innamorò di un italiano che era lì in vacanza e lo ha seguito in provincia di Vicenza, dove viviamo tutt'ora. Io avevo 3 anni e lui mi ha adottato: lo considero mio padre a tutti gli effetti. E infatti mi sento mezzo italiano, proprio come il mio protagonista».

Posso chiederle del suo padre biologico?

«Non l'ho mai conosciuto, tuttavia un giorno troverò il modo di incontrarlo. Non mi sento ancora pronto».

È stato difficile crescere in Italia?

«Tutt'altro, non ho mai avuto alcun problema di discriminazione, anche se a scuola ero l'unico bambino nero e me ne stupivo io stesso. Mio padre è un uomo buono e generoso, lui e mia madre sono molto rispettati dalla comunità e forse questo mi ha aiutato. L'unica cosa che da ragazzino mi indispettiva era il mio nome: per intero è Miguel Angel, e tutti mi chiamavano Michelangelo. Insopportabile».

La voglia di recitare come le è venuta?

«Da adolescente ero piuttosto turbolento e tra le materie delle superiori scelsi un corso di teatro. Pensavo che così avrei studiato un po' meno, e invece ne rimasi risucchiato: diventai l'"attore" della scuola. Alla Maturità praticamente feci scena muta, ma annunciai alla commissione che non mi importava, perché sarei andato a Roma al Centro Sperimentale di Cinematografia. E così ho fatto».

Nero a metà *è la sua prima produzione importante. Si è ispirato a qualche poliziotto del cinema?*

«Denzel Washington in *Training Day*, il film che gli ha fatto vincere l'Oscar. Ma soprattutto ho osservato i veri poliziotti italiani in strada».

E in che cos'altro si sente vicino al suo protagonista?

«Nell'ossessione per il lavoro, che vuole fare al meglio. Anch'io sono un perfezionista, voglio restituire qualcosa a questo Paese. E credo che in fondo tutti noi italiani dovremmo farlo».

Nella serie il suo partner è Claudio Amendola. Come vi siete trovati a lavorare insieme?

«Mi ha aiutato moltissimo, perché io sul set sento la pressione. Ho avuto un problema con le automobili, mentre giravamo si spegnevano continuamente. E lui una volta si è spazientito in romanesco: (prova a imitarlo, *ndr*): "Miche', ma che non sai più guida"?». ■

NERO A METÀ 2, SU RAI 1 IL 10 SETTEMBRE.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Foto FRANCESCO ORMANDO. STYLIST: DELIA TERRANOVA. HAIR & MAKE-UP: LUCIA GOBBO DIAZ.

LEGAMBIENTE

Puliamo il Mondo

CI SONO ESERCIZI PER GLI ADDOMINALI CHE SALVANO DAVVERO LE TARTARUGHE.

Cerchi un'attività fisica da fare dopo le vacanze? Riparti con Puliamo il Mondo, il classico esercizio di settembre che fa bene a te e al pianeta.

TI ASPETTIAMO IL 25, 26 E 27 SETTEMBRE PER PULIRE INSIEME I PARCHI, LE STRADE E LE SPIAGGE D'ITALIA.

Vai su puliamoilmondo.it

#LIBRI

IL PENSIERO VOLA

IL POTERE SOVVERSIVO DELLA GENTILEZZA, I DISCORSI INCENDIARI DI CAMUS, LA POLITICA FATTA CON LA MATEMATICA, LA RICERCA DI SE STESSI E QUELLA DI DIO. CINQUE TITOLI PER SUPERARE OGNI BARRIERA

di_VALERIA PARRELLA

Coraggioso

❤❤❤

Gianrico Carofiglio attinge a ciò che conosce direttamente per essere stato senatore della Repubblica, ma anche appassionato di arti marziali. E descrive così **quello che fa sì che ciascuno sia cittadino e non suddito: il pensiero critico, la capacità, cioè, di porsi domande**. Questa attitudine, insieme con quella della gentilezza e con il coraggio, come veicolo del cambiamento, sono i pilastri del breviario.

DELLA GENTILEZZA E DEL CORAGGIO
Gianrico Carofiglio, Feltrinelli, pag. 128, € 14

Logico

❤❤❤❤

C'è un episodio molto bello che racconta Chiara Valerio, riferito al suo professore di Analisi all'università, ed è quando le fa capire che **conoscere la matematica significa anche sapere quando qualcosa non si può risolvere**. In questo senso la matematica è politica, e la scuola il fondamento della politica: l'insegnamento, l'uscir dalla torre magnifica ma chiusa dello studio per confrontarsi ogni giorno con l'altro e offrirsi all'altro in ciò che meglio si sa.

LA MATEMATICA È POLITICA
Chiara Valerio, Einaudi, pag. 112, € 12

Evolutivo

❤❤❤

Il sottotitolo di questo libro è il suo programma: come cresce una ragazza diventando se stessa. È **un bellissimo viaggio attraverso le testimonianze di donne dai 10 agli 80 anni**, citando e raccontando numerose scrittrici, da Louisa May Alcott a Goliarda Sapienza, da Dacia Maraini ad Annie Ernaux. Il passaggio cruciale avviene attraverso il corpo, e pare quasi iniziatico se si considera che peso assuma il "dolore". Ha un esergo di Simone de Beauvoir.

QUANDO NASCE UNA DONNA
Sofia Bignamini, Solferino, pag. 240, € 16

Liturgico

❤❤❤❤

Bello, divertente, serio, profondo. Un romanzo consigliatissimo, che ci aiuta a tornare sui nostri passi: aprirci alle domande nuove perché potrebbero sgorgarne risposte che non ci aspettavamo. È la storia di Elisa, che ha 37 anni e un amante che un giorno le chiede, per gioco, di sposarla. In quel momento Elisa capisce di non essere battezzata e si chiede che cosa serva per farlo. Da qui il romanzo diventa una liturgia, **uno specchio in cui ciascuno può vedere se stesso oppure la divinità**.

AMA E FAI QUELLO CHE VUOI
Elisa Fuksas, Marsilio, pag. 176, € 19

Inclusivo

❤❤❤❤❤

Nella bellissima traduzione di Yasmina Mélaouah, Bompiani propone ai lettori italiani un caposaldo teorico di inclusività, solidarietà e ragionamento sulla libertà di espressione: sono i 34 discorsi pubblici pronunciati da Albert Camus dal 1937 al 1958. Di intervento in intervento lo scrittore premio Nobel per la Letteratura si sforza di **restituire voce e dignità a coloro che ne sono stati privati** da "mezzo secolo di rumore e rabbia".

CONFERENZE E DISCORSI (1937-1958)
Albert Camus, Bompiani, pag. 352, € 22. Dal 16 settembre

❤ **trascurabile** ❤❤ **passabile** ❤❤❤ **amabile** ❤❤❤❤ **formidabile** ❤❤❤❤❤ **irrinunciabile**

SFILA CON BARBIE E COLLEZIONA GLI ABITI PIÙ BELLI DI TUTTI I TEMPI!

Lasciati incantare da un guardaroba meraviglioso! Una raccolta di stupendi vestiti ispirati a diverse epoche, abbinati a raffinati accessori: tanti modelli incredibili per vestire con classe la tua Barbie. E in più con la 3ª uscita l'appendiabiti indispensabile per tenere in ordine tutta la collezione. Puoi trovarlo anche su mondadoriperte.it.

DECIMA USCITA
SOLO
EURO 7,99*

* Prezzo rivista esclusa.

Abito Greco

Con una raffinata tunica lunga sino alle caviglie, Barbie interpreta la Grecia Antica. L'abito è ornato da stupendi fregi classici, e oltre alla gruccia, il modello prevede accessori dorati: un'acconciatura con bellissime foglie e due preziosi bracciali.

Scopri e acquista gli abiti della collezione su mondadoriperte.it

Questa settimana in edicola con

La bambola non è inclusa nell'offerta.

Barbie and associated trademarks are owned by and used under license from Mattel - 2020 © MATTEL
Da vendersi esclusivamente in abbinamento a Sorrisi e Canzoni Tv e Donna Moderna, in edicola questa settimana. La collezione è composta da 20 uscite. *Prezzo prima uscita "Barbie gioca con la moda" €2,99 + Sorrisi €1,50 = €4,49; *Barbie gioca con la moda" €2,99 + Donna Moderna €1,50 = €4,49. Prezzo uscite successive: €7,99* (salvo variazioni dell'aliquota fiscale). L'Editore potrebbe essere obbligato per ragioni tecniche a cambiare l'ordine delle uscite. L'Editore si riserva anche il diritto di proporre alcune uscite aggiuntive rispetto al piano iniziale dell'opera, al solo scopo di arricchirne la qualità e il pregio. Qualsiasi variazione sarà comunicata nel rispetto delle norme vigenti previste dal Codice del Consumo (D.lgs. 206/2005).
AVVERTENZE: Non adatto ai bambini di età inferiore ai 36 mesi. Piccole parti possono essere ingerite o inalate causando il soffocamento.

#MUSICA

ASCOLTATE LE MIE PAROLE

UN ALBUM NEL SEGNO DEL FEMMINISMO E UN LIBRO DI POESIE PER SOSTENERE I NATIVI AMERICANI: LA POPSTAR **LANA DEL REY** TORNA PER SCUOTERE LE NOSTRE CERTEZZE

di_DIEGO PERUGINI

LA CANTAUTRICE E MODELLA STATUNITENSE ELIZABETH WOOLRIDGE GRANT, IN ARTE LANA DEL REY, 35 ANNI.

È un'artista di culto, originalissima, che ha saputo unire un look unico (ispirato agli Anni 50 e 60) a canzoni di grande spessore. Anche perciò Lana Del Rey, appena uscita con il nuovo album *Chemtrails Over The Country Club*, si è guadagnata la stima di big come il rocker Bruce Springsteen, che l'ha definita "una delle migliori cantautrici americane".

Il mondo di Lana, che ha venduto circa 20 milioni di dischi, è un po' oscuro e conturbante, e racconta di relazioni difficili, spesso autobiografiche. Perciò è stata accusata sui social di dare un'immagine troppo passiva delle donne: lei ha reagito con un lungo sfogo virale su Twitter (1,7 milioni di like) in cui citava colleghe come Beyoncé e Ariana Grande rivendicando il suo essere femminista. Ma in modo diverso. Sempre su Twitter ha condiviso un video in cui legge *Salamander*, suggestiva poesia contenuta nella raccolta-audiolibro *Violet Bent Backwards over the Grass*, in uscita il 29 settembre. «Sono poesie autentiche, ne sono orgogliosa», ha dichiarato Lana, che devolverà parte delle vendite ai nativi americani. Perché Del Rey è anche una donna che non ha paura di esporsi, come scrive in *Paradise Is Very Fragile*, che critica il presidente Donald Trump e le sue politiche sul cambiamento climatico.

VIOLET BENT BACKWARDS OVER THE GRASS DI LANA DEL REY, DAL 29 SETTEMBRE.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LO SPETTACOLO *THE MAKING OF ANASTASIA*. SOTTO, *BABAE*.

#TEATRO

Un palco per dire chi siamo

Dalla parità di genere alla sostenibilità ambientale: saranno questi, ma non solo, alcuni dei temi attorno ai quali ruoteranno gli spettacoli di teatro, danza, musica del **Romaeuropa Festival *(romaeuropa.net)*, diretto da Fabrizio Grifasi e in programma nella Capitale dal 18 settembre al 15 novembre.** Per molti artisti, tutti fra i 30 e i 40 anni, sarà la prima volta sul palco del Ref2020, dal regista palestinese Bashar Murkus alla danzatrice Joy Alpuerto Ritter, che con *Babae* renderà omaggio alla donna mescolando la danza popolare e classica filippina con l'hip hop. L'inaugurazione sarà affidata alla coreografa tedesca Sasha Waltz, che presenterà in prima assoluta il suo nuovo lavoro, *Dialogue/Roma 2020.*

Sono artisti giovanissimi, e in molti casi donne, che parlano di diritti, parità, meritocrazia i protagonisti del Festival internazionale del Teatro diretto da Antonio Latella, in programma a Venezia dal 14 al 25 settembre. Con i suoi 28 titoli la Biennale Teatro presenterà tutte novità assolute sul tema della censura. Martina Badiluzzi (vincitrice della terza edizione di Biennale College registi under 30) porterà in scena *The making of Anastasia*, spettacolo sul potere e sul ruolo della donna nella società di oggi, con un cast tutto al femminile, tra cui Barbara Chichiarelli, Nastro d'argento per il film *Favolacce*. *(F.D.S.)*

Foto GETTY IMAGES, JULIEN MARTINEZ LECLERC

insal'arte

OrtoRomi®

MADE IN ITALY

100%

FRUTTA E VERDURA ESTRATTE A FREDDO

≈

SENZA ACQUA, CONSERVANTI NÉ ZUCCHERI AGGIUNTI

www.ortoromi.it - www.insalarte.it

deofficina.com

CURARE FA RIMA CON FARE

L'abilità da vent'anni insegna ai bambini con disabilità a crescere attraverso le piccole azioni di ogni giorno.

Anche per te curare può far rima con fare, basta una firma.
Dona il tuo 5x1000 a L'abilità Onlus.
Codice fiscale
97228140154

l'abilità
Associazione Onlus

5x1000.labilita.org

DESIGN

GLI OGGETTI CHE PIACCIONO SU INSTAGRAM

di_MONICA AGOSTINI

1 UN ECO-SURF SU MISURA

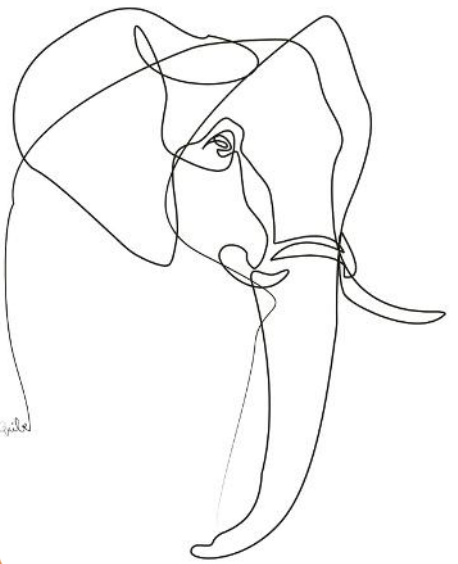
Le tavole da surf di **Alterego** sono fatte in Italia, realizzate con resine bio, legno e materiali riciclabili. Qui c'è il modello per lo "skimboard", il surf che si pratica a riva, il più fotografabile (*instagram.com/alterego.factory*, € 295).

2 RICORDI SU CARTONE

Tonki elabora fotografie stampandole su fogli di cartone riciclato, da montare, appendere o appoggiare. Si fa tutto online, prendendo le immagini direttamente da Instagram (*instagram.com/tonki_design*, da € 7,99).

3 DISEGNI VIRALI

Il suo nome d'arte è **Quibe** e realizza disegni dal tratto pulito così noti su Instagram che sono diventati virali, trasformandosi in quadri e persino in tatuaggi (*instagram.com/quibe*, € 28,79).



4 PIATTI CHE PARLANO

Lei si chiama Ilaria Innocenti e "sigla" le sue collezioni di accessori per la tavola firmati **Ilaria.i** con parole che sembrano tag. Qui *Mood - Sunny Day* (*instagram.com/ilaria.i_official*, € 22).

5 LA POLTRONA-PARACADUTE

Lo studio di design **Layer** ha realizzato per il marchio sostenibile **Ræburn** la collezione di sedute *Canopy* ricavate dai paracadute (*instagram.com/layer_design*, ed. limitata).

7 STORIE DA MANGIARE

Tramite **Boomf** le immagini di Instagram dei momenti più divertenti dell'estate si stampano su dolci marshmallow, da mangiare in compagnia (*instagram.com/boomf*, € 16 circa la scatola con nove foto).

6 UN POST CHE È UN'OPERA D'ARTE

Il motto di **Canvaspop** è: "Tu crei i tuoi ricordi, noi li facciamo durare per sempre". I post e le immagini si trasformano con un click in quadri su tela (*instagram.com/canvaspop*, da € 60).

8 VASI PIENI DI LIKE

Sono pezzi unici realizzati a mano i vasi di **Ceramicah** creati da Sarah Richiuso. Si vedono e si ordinano solo tramite Instagram (*instagram.com/ceramicah*, € 30).

9 NEON IN LIBERTÀ

I neon di **Neon Beach** sono slogan o simboli dall'impatto immediato, perfetti anche come sfondo per selfie speciali. Realizzabili con frasi su misura, a richiesta (*instagram.com/neonbeachco*, £ 120).

10 BISCOTTI DA CONDIVIDERE

Se cucinare è stata un'attività tipica del periodo di lockdown, il designer **Luca Nichetto** ha creato *A Cookie for All*: si stampa in 3D la formina di questi biscotti, li si cucina e si condivide il risultato su Instagram con il tag #nichettostudiocookies (*instagram.com/nichettostudio*, gratis).

BWild
FEED THE INSTINCT

GRAIN FREE

MADE IN ITALY

Monge®
Natural Superpremium

OLTRE IL **65% INGREDIENTI DI ORIGINE ANIMALE**

FORMULA SENZA CEREALI - GRAIN FREE

FONTI DI CARBOIDRATI ALTERNATIVE
PISELLI, PATATE, TAPIOCA

NO CRUELTY TEST

SOLO NEI PET SHOP E NEGOZI SPECIALIZZATI

MONGE
La famiglia italiana del pet food

IL TUO 5X1000 A DYNAMO CAMP FA LA FELICITÀ DI TANTI BAMBINI CON MALATTIE GRAVI E CRONICHE E DELLE LORO FAMIGLIE

Sono più di 10.000 i bambini in Italia che conducono una vita segnata dalla malattia e che sono costretti a continue terapie a casa o a lunghi periodi di degenza in ospedale. Tutti i bambini hanno diritto di giocare, divertirsi ed essere felici. Con il tuo 5x1000 sostieni Dynamo Camp, la Onlus che offre gratuitamente programmi di Terapia Ricreativa a bambini con patologie e alle loro famiglie, al Camp, negli ospedali e raggiungendoli online nelle loro case.
La felicità di un bambino malato non ha prezzo. Come il tuo 5x1000 a Dynamo Camp Onlus.

Dynamo Camp
Right to happiness

Dynamo Camp Onlus
Via Ximenes, 716 loc. Limestre
51028 San Marcello Piteglio (PT)

Numero Verde
800-526272

Codice Fiscale **Fondazione Dynamo Camp Onlus**
900 402 404 76

www.dynamocamp.org

DA SINISTRA: LA FORAGER CHRISTINA RASMUSSEN MENTRE RACCOGLIE FIORI DI SAMBUCO; CAVOLO FERMENTATO IN FOGLIE DI MOSTARDA, UNA PREPARAZIONE DEL NATURALISTA PASCAL BAUDAR.

LA NATURA È SERVITA

Su Instagram postano foto di fiori, erbe, bacche e radici che poi cucinano e conservano. Anche gli chef più famosi si ispirano a loro. Sono i **"forager"**, le persone che vanno in cerca dei frutti spontanei della Terra e hanno fatto riscoprire i benefici di un'alimentazione più sostenibile

di_MARINA SPEICH

Un mazzo di fiori di bosco in un vaso: sembra la decorazione minimalista di una tavola in stile nordico. Quando lo chef René Redzepi mi dice: «Può mangiarli: è la prima portata del menù», capisco che sono davanti a una rivoluzione. Era il 2010 e il Noma di Copenaghen era il ristorante numero uno al mondo. Allora pochi sapevano che cosa fosse il "foraging", l'arte di raccogliere piante, radici, tuberi, cortecce, alghe, frutti selvatici per poi trasformarli in ingredienti preziosi.
Oggi la filosofia dello chef danese non è più solo per pochi appassionati: grazie a Instagram il "foraging" è punto di riferimento di una grande comunità che condivide esperienze e uno stile di vita con un legame più rispettoso con la natura. E la rivendicazione di una libertà quasi primitiva: la spesa si può fare anche passeggiando in un campo.
I "raccoglitori" di professione sono personaggi un po' magici.

Foto INSTAGRAM

SOPRA, VALERIA MOSCA DI WOOD*ING.
SOTTO, LO CHEF NURDIN TOPHAM
E L'ESPERTO DI FERMENTAZIONE DAVID ZILBER.

Christina Rasmussen, forager per il Noma, somiglia a una fata: «Nei primi tre mesi di lavoro al Noma ognuno deve passare due settimane accanto al forager, per capire da dove vengono gli ingredienti: è un modo per rispettarli quando li cucini, perché sai che ci hai messo ore per raccoglierli», mi dice questa ragazza 24enne. «Per me è stata un'esperienza illuminante: ora è la mia professione. Nel periodo della raccolta, da maggio a fine estate, faccio anche 300 chilometri al giorno per trovare ingredienti e in agosto, il martedì, vado in un'isola tra Polonia e Svezia per trovare un solo frutto. La cultura del foraging trasmette valori: è importante diffonderla. Dovrebbe essere insegnata ai bambini a scuola: sapere da dove viene il cibo ci rende persone migliori, più consapevoli dell'ambiente». Il ristorante danese dovrebbe lanciare un suo account proprio dedicato al foraging in gennaio. Ma qual è l'ingrediente più difficile da raccogliere in Danimarca? «Fisicamente le pigne dei pini: crescono a oltre dieci metri di altezza e per tirarle giù, stando attenti a non esserne colpiti, si sale su una scala. I fiori di sambuco incontrano un'altra difficoltà: hai solo due settimane per raccoglierli e bisogna trovarne 200 chili», dice. «Il mio è anche un lavoro creativo: cerco nuovi ingredienti, ma non basta che siano interessanti, devo sapere se riuscirò a trovarne abbastanza per utilizzarli poi in inverno non freschi, ma conservati in forme diverse».

La conservazione è l'altra faccia del lavoro del forager. Il guru di questa tecnica è un ex collega di Rasmussen, **David Zilber**, per tre anni direttore del Noma Fermentation Lab, cuore sperimentale da dove nascono tutti i piatti più innovativi e autore del manuale di culto *Noma. Guida alla fermentazione* (Giunti). Anche in Italia abbiamo i nostri campioni del genere. **Valeria Mosca**, 41 anni, è la fondatrice di Wood*ing (*wood-ing.org*), laboratorio che ha già catalogato 15 mila vegetali commestibili nel mondo. «Una risorsa per quei due terzi del Pianeta che deve affrontare l'emergenza alimentare», dice lei. «Ho imparato a raccogliere cibo selvatico da mia nonna, che abitava in Alta Valtellina: per lei era un'abitudine che garantiva la sussistenza. Oggi non ci si improvvisa forager: si devono conoscere l'etnobotanica, la geografia, l'ecosistema, per non danneggiare, ma cooperare con il territorio. Grazie a Instagram raggiungo un pubblico più ampio: posso far riflettere sulla sostenibilità alimentare e sulla cooperazione ambientale non solo gli appassionati di cucina, ma i giovani che amano ambiente, sport all'aria aperta, alimentazione sana».

Pascal Baudar, cresciuto in Belgio, ma trapiantato in California, è invece un visionario del gusto: partendo da radici, germogli, semi, foglie che raccoglie lui stesso ottiene sapori sorprendenti. «Qualche settimana fa ho fatto un ketchup dal fungo orecchione», dice. Su Instagram racconta la sua ultima avventura: lavorare la terracotta creando le ciotole dove cucinare il cibo raccolto. «Un cerchio che si chiude», dice. «Plasmare l'argilla è ripercorrere la strada che ho sempre seguito: lavorare con la natura salvaguardando l'ambiente».

Ma c'è chi si spinge ancora più in là, come lo chef stellato **Nurdin Topham** che da Londra ha lanciato l'idea del foraging urbano. Perché anche negli angoli abbandonati della metropoli, dove crescono fiori spontanei ed erbe, c'è un regno di tesori commestibili. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Foto EYEVINE

IMPARARE LA STORIA D'ITALIA NON È MAI STATO COSÌ DIVERTENTE

STORIA D'ITALIA

zampediverse

COLLANA INEDITA

UNA COLLANA DI LIBRI ILLUSTRATI PER CONOSCERE LE STORIE E I PERSONAGGI CHE HANNO RESO GRANDE IL NOSTRO PAESE.

Unisciti al simpatico nonnino di Giulia e Marco e rivivi insieme a loro le avventure più emozionanti della storia del nostro Paese, dall'**Impero Romano** al **Rinascimento**, dai **primi insediamenti preistorici** alla **spedizione dei mille!**

DAL 1° SETTEMBRE IN EDICOLA IL SECONDO LIBRO

"LA FONDAZIONE DI ROMA"

A SOLI €7,90*

Per saperne di più o se desideri abbonarti alla collana vai su **mondadoriperte.it**

sorrisi e canzoni TV

*Prezzo rivista esclusa. Opera composta da 40 uscite settimanali. Prima uscita in omaggio con TV Sorrisi e Canzoni n° 34 ~~(€9,99)~~. Prezzo uscite successive € 7,90 (rivista esclusa). L'editore si riserva la facoltà di variare il numero delle uscite periodiche complessive, nonché di modificare l'ordine, la sequenza e/o i prodotti allegati alle singole uscite, comunicando con adeguato anticipo i cambiamenti che saranno apportati al piano dell'opera.

INDIRIZZI GRAZIA

Balenciaga: 02/760841
Bally: +4191/6129111
Bottega Veneta: 02/70060611
Bvlgari: 06/94801941
Cartier: 02/30261
Celine: 02/77885911
Chanel: 840/000210
Chaumet: +331/44772400
Christian Louboutin: +800/10191919
Crivelli: 0131/945296
Dior: 02/38595959
Envelope 1976: +47461/70870
Eticlò: 347/4936536
Faithfull the Brand: 0575/370649
Fendi: 06/334501
Gabriela Hearst: +1212/9662484
Giorgio Armani: 02/723181
Giovanni Raspini: 0575/410330
Gucci: 055/75923333
Hermès: 02/76398517
H&M: 800/599155
Jaeger-LeCoultre: 02/30261
Levi's: +800/53847501
Louis Vuitton: 800/308980
Mango: 02/76025654
Manolo Blahnik: +44203/7936788
Max Mara: 0522/3581
Moncler: 02/422041
Monki: +44343/4878781
Moscot: **02/25062538**
Mother of Pearl: +44207/4886986
Nanushka: +3670/9405298
OVS: 800/069892
Persol: 02/863341
Ray-Ban: **02/863341**
Rifò: 344/1851272
Rolex: 02/8800001
Saint Laurent: 02/76000573
Salvatore Ferragamo: 02/7711141
Samsøe Samsøe: +4535/285000
Sportmax: 0522/3991
Stella McCartney: 800/985525
Stine Goya: +4533/931002
Theory: **+877242/3317**
Tiffany & Co.: 02/76022321
Uniqlo: 02/00624832
Valentino, Valentino Garavani: 02/624921
Vernisse: 339/2190897
Versace: 02/760931
Wood'd: 366/8219955

I FILTRI INSTAGRAM USATI NEL SERVIZIO MODA DI PAGINA 128 SONO STATI REALIZZATI DAI CREATIVI DIGITALI: @MASHALOVAA, @LENATEMNIKOVAOFFICIAL, @NSTSH, @SINTARESPATI, @SUARAGEMURUHLANGIT, @SILICHMASHA, @AESTHETIC_FILTERSS, @JUANGONZALEZZ768, @MUTHIAASAVIRAA, @AMBERARCADIA, @WONDERMILK.ME, @GABBYKARINA, @ABRILALCANIZ, @SVET_AMIKHEEVA, @FAWKEK, @_GGRAPEGG_, @JANMAHAVAN, @AIMESKINCARE. SCOPRI SU *GRAZIA.IT* COME UTILIZZARLI ANCHE TU.

GRAZIA
ABBONATI SUBITO!
SCONTO 85%
LEGGI LA TUA RIVISTA PREFERITA DOVE VUOI, COME VUOI E QUANDO VUOI IN DIGITAL EDITION
OPPURE SE PREFERISCI ABBONATI ALL'EDIZIONE CARTACEA
WWW.ABBONAMENTI.IT/GRAZIA
Lo sconto è computato sul prezzo di copertina al lordo di offerte promozionali edicola.

REGOLAMENTO PER L'INVIO SPONTANEO DI LETTERE E FOTOGRAFIE

Con l'invio spontaneo di lettere o fotografie (nel seguito il "Contributo") al direttore e/o alle redazioni di una o più riviste edite da Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., con sede legale in Via Bianca di Savoia 12, 20122 Milano (MI) (nel seguito l'"Editore"), l'autore del Contributo dichiara (i) di essere maggiorenne ed esclusivo e legittimo titolare di tutti i diritti d'autore e di sfruttamento, anche economico, del Contributo, (ii) di essere l'esclusivo responsabile del Contributo manlevando e tenendo indenne l'Editore da qualsiasi pretesa e/o azione di terzi connessa al Contributo, (iii) di cedere all'Editore i diritti di sfruttamento del Contributo autorizzandone espressamente la pubblicazione, congiuntamente ai dati personali dell'autore stesso, all'interno della rivista per la quale è stato inviato il Contributo. L'autore del Contributo dichiara altresì di essere pienamente consapevole che l'Editore potrà, a proprio insindacabile giudizio, decidere di pubblicare o meno il Contributo valutando anche eventuali modifiche e/o adattamenti nel caso di pubblicazione. Il Contributo e i dati personali conferiti spontaneamente dall'autore saranno trattati nel rispetto della normativa applicabile in materia di protezione dei dati personali e, in particolare, del Regolamento UE 2016/679 (nel seguito il "Regolamento Privacy"). Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento Privacy, i dati personali conferiti all'Editore, titolare del trattamento, saranno trattati al fine di valutare il Contributo ricevuto e, eventualmente, la sua pubblicazione all'interno della rivista nell'apposita sezione congiuntamente al nome e cognome dell'autore. Il trattamento si baserà giuridicamente sul rapporto contrattuale che verrà a crearsi tra l'autore del Contributo e l'Editore con l'accettazione delle presenti condizioni e la conseguente cessione del Contributo allo stesso e sarà condotto per l'intera durata prevista dalla normativa applicabile. Il Data Protection Officer dell'Editore è contattabile all'indirizzo e-mail: dpo@mondadori.it. L'autore del Contributo potrà sempre contattare l'Editore all'indirizzo e-mail privacy@mondadori.it e reperire, all'interno della sezione Privacy del sito www.mondadori.it, tutte le informazioni sull'utilizzo dei dati personali, i canali di contatto del titolare del trattamento nonché tutte le ulteriori informazioni previste dal Regolamento Privacy ivi inclusi i propri diritti, il tempo di conservazione dei dati e le modalità per l'esercizio dei diritti.

GRAZIA

GRUPPO MONDADORI

Pubblicità: Sede centrale: Mediamond S.p.A., Palazzo Cellini, Milano Due, 20090 Segrate, tel. 02 21025259 - sito internet www.mediamond.it, contatti@mediamond.it. **Distribuzione:** a cura di Press-Di srl, via Mondadori 1, 20090 Segrate (Milano). **Numeri arretrati: tel. 045.8884400**, **fax 045.8884378**, al costo del triplo del prezzo di copertina attuale al momento dell'ordine. Modalità di pagamento: c/c postale n. 77270387 intestato a Press-Di Distribuzione Stampa e Multimedia srl "Collezionisti", specificando sul bollettino il proprio indirizzo e i numeri richiesti; carta di credito (CartaSi, American Express, Visa, MasterCard e Diners) inviare l'ordine via fax (02 95103250) o via email (arretrati@mondadori.it, collez@mondadori.it) indicando il proprio indirizzo, numero e scadenza della carta. Per spedizioni all'estero, maggiorare l'importo di un contributo fisso di € 2,06 per spese postali. Non si effettuano spedizioni in contrassegno. Per gli ordini via internet: servizioarretrati.mondadori.it

Abbonamenti: è possibile avere informazioni o sottoscrivere un abbonamento tramite: sito web: www.abbonamenti.it/mondadori; e-mail: abbonamenti@mondadori.it; telefono: dall'Italia 02 75429001; dall'estero tel.: +39 041.509.90.49. Il servizio abbonati è in funzione dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 19:00; posta: scrivere all'indirizzo: posta: scrivere all'indirizzo: Direct Channel SpA – Casella 97 - Via Dalmazia 13, 25126 Brescia (BS). L'abbonamento può avere inizio in qualsiasi periodo dell'anno. L'eventuale cambio di indirizzo è gratuito: informare il Servizio Abbonati almeno 20 giorni prima del trasferimento, allegando l'etichetta con la quale arriva la rivista..

Grazia è regolarmente distribuita nei seguenti Paesi: Arabia Saudita (via aerea) - Argentina (via aerea) - Australia (via aerea) - Austria - Belgio - Brasile - Cipro (via aerea) - Danimarca - Egitto (via aerea) - Finlandia - Francia - Germania - Gran Bretagna - Grecia (via aerea) - Israele - Kenya (via aerea) - Lussemburgo - Malta (via aerea) - Monaco - Olanda - Portogallo (via aerea) - Somalia (via aerea) - Spagna - Sud Africa - Svezia - Svizzera - Svizzera Ticino - Tunisia (via aerea) - Turchia (via aerea) - U.S.A. (via aerea) - Canada (via aerea) - Uruguay - Venezuela (via aerea) - Zimbabwe.

2013 Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. - Milano

Tutti i diritti di proprietà letteraria e artistica riservati.

Questo periodico è iscritto alla FIEG, Federazione Italiana Editore Giornali. Stampa: ELCOGRAF S.p.A. - via Mondadori, 15 – Verona. Stabilimento di Melzo: centro Stampa Amedeo Massari - via Marco Polo 2, Melzo (MI). Pubblicazione registrata Trib. di Milano n. 3667 del 5.3.1955. Grazia è pubblicata settimanalmente da Arnoldo Mondadori Editore, 20090 Segrate (Milano), Italia.

ISSN 1120-5113

Certificato n° 8674 del 25 maggio 2020

GRUPPO MONDADORI

Grazia 3 settembre 2020

brand news

FIELMANN

FIELMANN ARRIVA A LIVORNO

L'azienda leader nel retail eyewear apre il secondo store in Toscana.

Fielmann, azienda tedesca specializzata nel settore ottico e nella vendita di occhiali al dettaglio, ha inaugurato il suo secondo store in Toscana, a Livorno, nel cuore pulsante della città, in Via Grande 132. La nuova apertura, prevista il 23 luglio, vedrà nascere un negozio moderno di 220 mq, con oltre 1.000 montature di design e grandi marchi internazionali.

Fielmann è oggi presente in Toscana con due store, il primo aperto nel 2019 a Lucca. Con Livorno, il numero di store italiani sale a 28. Entro la fine del 2020 sono previste almeno altre due aperture. Dal 2015, Fielmann è già sbarcata in 7 regioni, ed è presente in Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Toscana, Trentino-Alto Adige e Veneto. Dall'arrivo in Italia, Fielmann ha venduto oltre 300mila paia di occhiali. «Fielmann è designer, produttore, distributore e ottico. Copriamo ogni fase della catena del valore. Eliminando gli intermediari garantiamo il miglior prezzo ai nostri clienti. Questo perché ci riconosciamo in loro. Li assistiamo come noi vorremmo essere assistiti, seguendo la nostra filosofia "Il cliente sei tu", afferma Ivo Andreatta, Country manager Fielmann Italia. Con oltre 25 milioni di clienti in Europa, Fielmann ha democratizzato il settore ottico, offrendo i grandi marchi al miglior prezzo garantito e occhiali di design con lenti graduate di alta qualità incluse. L'esame della vista è solo uno dei numerosi servizi gratuiti presenti negli store Fielmann. Senza prenotare un appuntamento, un team di ottici specializzati è a disposizione per un controllo della vista approfondito, eseguito con le tecnologie più avanzate. La strategia di espansione in Italia punta a rafforzare la presenza sul territorio, raggiungendo una quota di 80 negozi nel lungo periodo, con un obiettivo di vendita di 700.000 paia di occhiali all'anno per un fatturato di 140 milioni di euro. Fielmann sostiene che gli investimenti nella comunità siano investimenti nel futuro.

Per questo la responsabilità sociale d'impresa è per noi di fondamentale importanza. Questo concetto si traduce in una vera e propria filosofia a sostegno del territorio e nella costante volontà di investire in progetti locali e nazionali, a supporto e beneficio del tessuto sociale e della collettività. Per questo motivo, nelle città coinvolte nelle aperture, e per la prima volta proprio a Livorno, Fielmann ha lanciato il progetto "Pianta un Albero". L'iniziativa consente agli abitanti di suggerire all'azienda, da sempre impegnata in progetti di adozione del verde cittadino, dove piantare un albero nella loro città scrivendo a piantaunalbero@fielmann.com.

Con l'apertura dello store di Livorno, l'azienda leader del mercato europeo, continua l'espansione nel centro Italia, aumentando il numero di collaboratori assunti. Nello specifico, lo store livornese impiegherà 6 collaboratori, tutti ottici specializzati.

LA VERITÀ SUI SEGNI ZODIACALI

L'OROSCOPO DI QUESTO NUMERO SPECIALE DI *GRAZIA* È REALIZZATO DA *SANCTUARY*, L'APP CHE METTE IN CONTATTO GLI UTENTI CON ESPERTI DI ASTROLOGIA DI TUTTO IL MONDO. QUI TROVATE LE FRASI DETTE PIÙ SPESSO DA OGNI SEGNO E IL LORO VERO SIGNIFICATO

di_SANCTUARY*

Ariete

QUANDO TI DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
TI ASCOLTO, PARLA PURE.	È INUTILE CHE TU PARLI, HO GIÀ CAPITO TUTTO.

Toro

QUANDO TI DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
RACCONTAMI PURE IL TUO PUNTO DI VISTA.	NON TI ASCOLTO, NON MI INTERESSA QUELLO CHE DICI, STO SOLO CERCANDO DI ESSERE CARINO CON TE.

Gemelli

QUANDO TI DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
OK, METTIAMOCI COMODI, MI INTERESSA LA TUA OPINIONE.	HAI DUE MINUTI PER RACCONTARMI TUTTO.

Cancro

QUANDO TI DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
VA BENE, CI VEDIAMO QUANDO VUOI TU.	TI PREGO VIENI SUBITO, NON POSSO STARE UN MINUTO SENZA DI TE.

Leone

QUANDO DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
HO FATTO UNA COSETTA DA NIENTE.	HO REALIZZATO UN'OPERA MONUMENTALE.

Vergine

QUANDO TI DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
HAI RAGIONE TU, MEGLIO AZZERARE TUTTO E RICOMINCIARE IL LAVORO DA CAPO.	IL MIO LAVORO ERA PERFETTO E ORA DEVO DISTRUGGERLO PER UN CAPRICCIO.

Bilancia

QUANDO TI DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
NON C'È UNA RISPOSTA GIUSTA A QUESTA DOMANDA.	CERTO CHE C'È UNA RISPOSTA GIUSTA ED È MEGLIO CHE TU LA INDOVINI AL PIÙ PRESTO.

Scorpione

QUANDO TI DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
CHI TI CRITICA HA RAGIONE, POTEVI FARE DI MEGLIO.	SE QUELLA PERSONA SI DOVESSE AZZARDARE ANCORA UNA VOLTA A CRITICARTI, DOVRÀ VEDERSELA CON ME.

Sagittario

QUANDO DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
È UN BEL PROBLEMA, MA SO COME AFFRONTARLO.	AIUTO, NON ERO ASSOLUTAMENTE PREPARATO A UNA SITUAZIONE IMPREVEDIBILE COME QUESTA.

Capricorno

QUANDO TI DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
HAI PROVATO A CONSIDERARE UN ALTRO PUNTO DI VISTA?	STAI FACENDO IL SOLITO CASINO.

Acquario

QUANDO DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
SONO UNA PERSONA DI LARGHE VEDUTE.	COMUNQUE, HO SEMPRE RAGIONE IO.

Pesci

QUANDO DICE...	*IN REALTÀ INTENDE...*
VADO A FARE UNA PASSEGGIATA.	MEGLIO CHE ME NE VADA PRIMA CHE SPACCHI TUTTO DALLA RABBIA.

***SANCTUARY** È UN'APP CHE METTE IN CONTATTO GLI UTENTI CON ESPERTI DI ASTROLOGIA VIA CHAT. IL PROFILO INSTAGRAM DI *SANCTUARY* CONTA QUASI UN MILIONE DI FOLLOWER E TRA QUESTI CI SONO LA POPSTAR ARIANA GRANDE, IL PRODUTTORE MUSICALE DIPLO E L'ATTRICE ROSARIO DAWSON. IN SEGUITO ALLE MANIFESTAZIONI SEGUITE ALLA MORTE DELL'AFROAMERICANO GEORGE FLOYD LA SOCIETÀ HA DONATO I PROVENTI DEL MESE DI GIUGNO A TRE ORGANIZZAZIONI CHE PROMUOVONO L'INCLUSIONE E I DIRITTI CIVILI.

EMPORIO TOV
DRINK-À-PORTER
SCOPRI LE STEEL BOTTLE DI IZMEE NEI MIGLIORI FASHION STORE.
IZMEE.COM
IZ
MEE

MAXMARA.COM
MaxMara