

In primo
piano

Verso l'estate

Il sole per amico

Un'abbronzatura su misura



di Rossella Burattino

Sono i pentiti dell'abbronzatura, coloro che hanno sofferto di *tanoressia*, cioè l'ansia da tintarella perfetta conquistata con un'overdose di sole preso senza protezione, a qualunque ora e a suon di lampade.

Ma questa è una patologia che colpisce 6 italiani su 10, soprattutto donne (i primi dati sull'argomento si trovano su www.tanoressia.it, a cura del dermatologo Matteo Cagnoni) e oggi «i malati da bisogno compulsivo di sole» fanno i conti con rughe precoci, macchie o peggio, con melanomi. Ma non c'è bisogno di arrivare a tanto. Si può ottenere una bella abbronzatura in tranquillità, assorbendo soltanto il meglio della luce. Basta seguire la giusta strategia protettiva.

«La melanina è la prima difesa dell'epidermide — spiega Luigi Mazzi, chirurgo plastico (www.medilight.it) —, ne determina il colore in base alla quantità e al tipo: la pheomelanina corrisponde al giallo-rosso, e alla eumelanina è dovuto il colorito marrone-nero, più efficace contro le radiazioni e a evitare scottature e interferenze nei processi cellulari».

Conoscere il proprio fototipo è necessario per scegliere il prodotto solare giusto. Dallo scorso anno, la direttiva europea Colipa obbliga a indicare sulle etichette sia la protezione dai raggi Uvb, sia dagli Uva (responsabili dell'invecchiamento) e ha diviso le protezioni in bassa, media, alta e molto alta, eliminando diciture in-

gannevoli come *sun block* e *water-proof*. I consigli: «Buttare i solari aperti l'anno prima. Non esporsi tra le 12 e le 16, applicare la crema ogni ora e mezza, proteggersi anche all'ombra, di più in mare (sabbia e acqua riflettono la luce), assumere bioflavonoidi e antiossidanti un mese prima come scudo protettivo. Idratare generosamente e massima attenzione ai nei». Buon senso e prodotti di ultima generazione diventano una squadra imbattibile. «Lancaster lavora da anni per consentire un'abbronzatura dorata e protetta — racconta Olivier Doucet, vicepresidente dei laboratori di Ricerca e sviluppo —. La texture della crema è importante perché influenza le performance dei prodotti. Li rinforziamo con complessi antiossidanti per neutralizzare i radicali liberi, lavoriamo sulla riparazione del dna attaccato dalle radiazioni solari e cerchiamo di renderli sensorialmente accattivanti per invogliarne all'uso». Solari su misura? «Sì, facili da spalmare per i bambini, traspiranti e resistenti per gli sportivi, nutrienti e antiage per le pelli mature».

La parola chiave è ricerca per contrastare disidratazione, invecchiamento e alterazioni cellulari. «Shiseido

— rivela il cosmetologo Carlo Introini — punta a proteggere i melanociti: l'esposizione eccessiva e sbagliata ne fa morire una parte e quelli residui, nel tentativo di compensazione, producono un'eccessiva quantità di melanina che genera macchie. Per prevenire le scottature, poi, sono presenti sostanze antinfiammatorie e i filtri chimici dei solari (come il biossido di titanio) sono anallergici e non creano l'effetto bianco perché micronizzati».

Gli scienziati francesi di Clarins hanno inserito la Multi-Protezione Cellulare con Phyto Sunactyl 2 (concentrato di estratti vegetali) che protegge le cellule e le strutture dell'epidermide. Inoltre, ottimizza la comunicazione intercellulare e rallenta il degrado delle fibre di collagene che si crea con l'esposizione ai raggi solari. E anche Collistar ha formulato una sinergia di protezione ad ampio spettro, contro i raggi Uv-a, Uv-b, infrarossi e ozono, approvato dalla Food and drug administration. I nuovi prodotti idratano con l'acido ialuronico e l'olio di cartamo e proteggono le cellule con la luteina, antiossidante e filtro naturale contenuto nella retina degli occhi, la vitamina E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PROGETTO

In difesa della pelle, confine dell'anima

Testimonial d'eccezione per la campagna di prevenzione contro il melanoma

«**P**elle Confine dell'Anima. Difendila perché vale». È il titolo del progetto per la prevenzione del melanoma cutaneo voluto dalla Fondazione Umberto Veronesi e L'Oréal Paris per sensibilizzare alla prevenzione, sostenendo la diagnosi precoce dei tumori della pelle: ogni anno in Italia se ne registrano oltre 6mila, mentre visite specialistiche regolari con l'analisi di tutta la superficie corporea e la mappatura dei nevi, consentono di identificare numero, caratteristiche ed eventuali variazioni nel tempo.

Testimonial di eccezione, ritratti dal fotografo Giovanni Gastel, il cantante Tiziano Ferro, Afef Jnifen e l'ex modella Benedetta Barzini.

Perché rappresentano l'emozione, quello che la pelle racchiude, avvolge e permette di esprimere: «A lei chiedo di far trasparire ciò che sento. Per lei sono attenta a tutto ciò che può mantenerla in salute», cita la campagna. Per sostenere il progetto e la ricerca della Fondazione, per ogni suo prodotto acquistato alla Coop, (dal 5 al 19 maggio negli Ipermercati e dal 27 maggio al 9 giugno nei supermercati), L'Oréal Paris devolverà 50 centesimi alla FUV.

«Tra i protagonisti della lotta al cancro ci sono i cittadini — commenta Veronesi —. Devono seguire comportamenti e stili di vita corretti, sottoponendosi ai controlli di diagnosi precoce. La pelle

non è un accessorio estetico ma un organo da preservare, anche se più silenzioso del cuore o del cervello». Specie d'estate, quando il sole, da alleato dell'organismo, può diventare un nemico. Secondo l'Istituto di ricerca FUV «è indubbio che i raggi solari siano essenziali per il benessere psicofisico: una modica esposizione è fondamentale per la prevenzione del rachitismo nei bambini e dell'osteoporosi negli adulti (specie le donne in menopausa). Il sole stimola il metabolismo della vitamina D e, insieme a una dieta completa e ricca di latte e derivati, è necessario per una corretta mineralizzazione delle ossa e dei denti». D'altra parte rappresenta

«il principale fattore di rischio ambientale per il melanoma, che negli ultimi 50 anni è aumentato del 3-7% all'anno in tutto il mondo. Si origina nel 90% dei casi dall'epidermide: nell'uomo le zone del corpo più colpite sono il tronco e le braccia, nella donna le gambe». **Le raccomandazioni:** «Esporsi al sole con moderazione e gradualmente, evitando la parte centrale della giornata (11-16). Usare filtri solari alti, in grado di ridurre l'esposizione ai raggi Uvb. Aiutano a prevenire il melanoma e costituiscono un approccio razionale e fondamentale alla prevenzione».

Ro. Bur.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una buona causa Tiziano Ferro, Afef Jnifen e Benedetta Barzini, testimonial della FUV, hanno posato per il fotografo Giovanni Gastel



Simone Falchetti per Anna

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LOOK GOTICO

Ma il partito dei visi pallidi rapisce le star di Hollywood

L'effetto collaterale della tintarella spaventa le dive del cinema

di Maria Teresa Veneziani

In controtendenza con le patite dell'abbronzatura, cresce il partito dei visi pallidi guidato dalle star di Hollywood. Così integraliste nel voler mantenere il loro candore in perfetto stile ottocentesco che per combattere l'ultimo raggio di sole sono disposte a tutto. Chi potrebbe definire sex symbol Madonna immersa nell'acqua fino al collo sotto all'ombrellino nero? O la top model Eva Herzigova che per restare candida come nella foto che l'ha resa immortale a seno nudo con il grembiule sul calendario Pirelli resta in barca con l'asciugamano sulle spalle, come una nonna.

Madame Ciccone è così rigida nella lotta al sole che ha condizionato anche il suo staff. È candida la truccatrice Gina Brooke e ancor più la *facialist* Michelle Peck che fa affari anche in Italia con il trattamento all'ossigeno iperbarico sperimentato sulla pelle della popstar. Michelle dice che abbronzata sta benissimo ma «con tutta la fatica che

facciamo a curare la pelle non ha senso rovinare tutto per la tintarella».

Da quando il sole viene additato come il maggior fattore di invecchiamento della pelle (raggi Uv-a), la battaglia si combatte a colpi di Spf (fattore di protezione) che oggi si trova non solo nei solari, ma anche nelle creme e nei trucchi, dal rossetto al fondotinta perché, come spiega la dermatologa Magda Belmontesi, «con il nostro clima continentale il foto-danneggiamento c'è anche in città e le creme protettive schermano il 96 per cento dei raggi ultravioletti ma solo il 55% dei radicali liberi prodotti dai raggi Uv». Nessuno ha mai visto con il segno del costume Nicole Kidman, Cate Blanchett, Kate Moss, Liv Tyler, modelli di bellezza incontaminata sull'onda delle fatali Marlene Dietrich e Greta Garbo. Candide come Carla Bruni e Linda Evangelista o Eva Riccobono. Modelle di ieri e di oggi ma con gli stessi precetti: «Preservare l'incarnato chiaro per

esaltare il trucco e i vestiti in passerella». Partita da Stati Uniti e Gran Bretagna la «white mania», coinvolge le donne dai 40 ai 50 che in gioventù si sono esposte senza protezione e oggi fanno i conti con macchie e allergie, ma anche giovani attratte dal nuovo look gotico. Già in epoca greco romana più che di abbronzarsi le donne si preoccupavano di proteggere la pelle dai raggi del sole e per sbiancarla utilizzavano mezzi radicali come l'arsenico. Un volto candido, sottolineato da labbra rosse e ciglia e sopracciglia nere è l'ideale di bellezza rimasto intatto fino al Rinascimento, quando il candore eleva l'anima femminile.

Fu un'altra pelle di luna, Coco Chanel, negli Anni 20 a lanciare la moda della tintarella. Così, per caso, in vacanza nella costa Azzurra si prese una bella scottatura e il suo nuovo colorito conquistò le fan: per imitarla cominciarono a sdraiarsi al sole. E pazienza se in spiaggia portò sempre i guanti filet: il cando-

re delle mani era il segno della lontananza dai lavori manuali. Madame Coco si fece paladina del cambiamento radicale, peraltro già nell'aria. L'esposizione volontaria al sole era cominciata con una scoperta medica: nel 1903 Neils Fils vinse il Nobel per aver dimostrato gli effetti terapeutici del sole sul rachitismo. «La storia della tintarella è proseguita tra incoscienza e allarmismo fino all'ultimo dietrofront», spiega il dermatologo Antonino Di Pietro.

Proprio perché tutti si riparano eccessivamente dalle radiazioni, negli Stati Uniti è scattato l'allarme da carenza di vitamina D, che viene attivata dall'organismo con il sole. I medici dopo aver capito che gli americani vanno incontro a rachitismo, osteoporosi, indebolimento muscolare, negli ultimi mesi hanno messo in discussione anche le creme protettive usate ogni giorno. La morale? «Vale il giusto mezzo, il sole preso con moderazione fa bene. Siamo animali diurni, abbiamo bisogno di luce».

© DIBONDINI/STAMPAC DISSEMINATA

A

All'ombra della depressione? Le italiane dicono no



di Momi Giancolombo



Momi
Giancolombo
beauty editor
«A»

Il mondo dello show bitz si divide in pallide e finte abbronzate. La prima squadra, capitanata da Dita Von Teese, predica un sofisticato pallore da «Twilight». Le paladine della pelle tostata, dette tanorexic, Victoria Beckham in testa, non fanno mistero di spalmarsi da capo a piedi di self tan, senza esporre un centimetro di pelle. Ma il sole vero ormai non lo prende più nessuno? In America sono in pochi. Anni di allarme hanno allertato la coscienza e il portafoglio: il botulino costa e quattro ore in spiaggia vanificano ogni sforzo anti rughe. Le italiane invece al sole non rinunciano del tutto. Farà anche venire le rughe, ma mette di buon umore. E non è un modo di dire: fa star bene perché favorisce la produzione molecole antidepressive, endorfine e serotonina. Un altro ottimo motivo per non restare all'ombra, spiega il professor Cascinelli, medico chirurgo, è che dai raggi Uv

(anche quelli emessi dalle lampade) dipende il 90% della produzione di vitamina D presente e necessaria a tutti i tessuti del corpo umano. Alza il livello di testosterone e stimola la libido e la fertilità maschile, regola i ritmi fisiologici influenzando sulla produzione degli ormoni, protegge le ossa perché favorisce l'assorbimento del calcio. E ancora, rinforza il sistema immunitario, come conferma un recente studio danese, pubblicato dalla rivista Nature Immunology, che ha dimostrato il ruolo della vitamina D nell'attivare le difese dell'organismo dalle infezioni. Dunque, se i raggi Uv possono essere pericolosi per chi ha la pelle chiarissima, con efelidi, che si scotta sempre e non si abbronzano mai, per tutti gli altri il consiglio è: al sole sì, con buon senso e protezioni Uv. Per prendere solo il meglio dell'estate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



“ Bisogna preservare l'incarnato chiaro per esaltare il trucco ed evitare l'invecchiamento prematuro della pelle

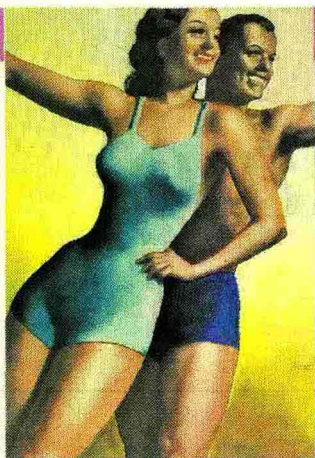


Pallide Nella foto grande la modella Eva Riccobono. Sopra, da sinistra, l'artista del burlesque Dita Von Teese, Madonna in acqua con l'ombrello e la top model Eva Herzigova in barca, protetta anche da un asciugamano

NELLA STORIA

Anche il padre di Sarkozy nella pubblicità «solare»

Una storia che si è evoluta lungo binari paralleli, quella delle creme solari e della pubblicità. Ne sono una prova le immagini di questa piccola galleria, comparse sui periodici specializzati o su muri e cartelloni delle località di vacanza, che dagli anni Trenta ai giorni nostri disegnano l'evoluzione del costume insieme a quello della grafica pubblicitaria. Con qualche sorpresa, come il contributo del padre dell'attuale presidente francese Sarkozy



Deborah

Anni 30

È la celebre firma di Gino Boccasile, il principe degli illustratori italiani dell'epoca, a siglare con il suo stile inconfondibile i manifesti dei solari Deborah (Archivio fotografico Deborah)



Nivea

1938

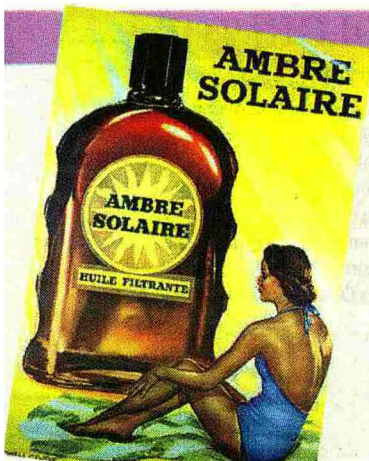
«Niente bagni di sole senza Nivea», suggerisce questa pubblicità francese. Il marchio tedesco (il latino *nivea* richiamava il bianco della crema), nato nel 1911, lanciò la linea di solari proprio negli Anni 30



Elizabeth Arden

Anni Quaranta

Abbronzatura leggera o più approfondita? Elizabeth Arden offre alle sue clienti due prodotti per esigenze diverse. E in questo caso il cappello della signora ha una funzione puramente estetica



Ambre Solaire

1946

Stanco di bruciarsi al sole, fu Eugène Schueller, fondatore di L'Oréal, a mettere a punto la prima crema solare. Fu così che Ambre Solaire fu lanciata in Costa Azzurra nel 1935 (foto ©Archives L'Oréal /All rights reserved)

TAN... dont burn... use COPPERTONE

Get a faster, deeper tan plus GUARANTEED sunburn protection!



Coppertone

1953

Nel 1944 il farmacista Benjamin Green inventò una lozione in grado di aumentare l'effetto dell'abbronzatura. Ma la Coppertone «sfondò» davvero solo nel '53 grazie a una celebre ed efficace campagna pubblicitaria



Biotherm
1972
Biotherm lancia la prima protezione solare antirughe al mondo. La pubblicità viene realizzata da Pal Sarkozy de Nagy Bocsca, padre dell'attuale presidente francese



Clarins
1997
Più abbronzatura, meno esposizione: conciliare la tintarella con un sole pericoloso se preso in eccesso è il tema di questa campagna di Clarins dei tardi anni Novanta

A ogni fototipo la sua protezione

Fototipo 1 capelli rossi, pelle lattescente
La protezione deve essere **50+**

Fototipo 6 capelli scuri, pelle olivastra
La protezione deve essere tra **10 e 15**

Fototipo 2 capelli dorati, pelle chiara
La protezione deve essere **50+**

Fototipo 3 capelli biondi, pelle chiara
La protezione deve essere tra **25 e 30**

Fototipo 4 capelli castani, pelle chiara
La protezione deve essere tra **25 e 30**

Fototipo 5 capelli castani, pelle scura
La protezione deve essere tra **10 e 15**

CORRIERE DELLA SERA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.