

ATTUALITÀ

L'AI ha rappresentato una svolta nel settore cosmetico.

Tool, app e piattaforme hanno semplificato la beauty routine. Ma non bisogna mai perdere il contatto con la realtà (quella fisica). Nemmeno in questo ambito

bellezza intelligente

(MA NON TROPPO)

L'evoluzione del settore cosmetico passa anche dall'intelligenza artificiale. Del resto, l'AI sta permanendo diversi aspetti della nostra quotidianità. E, spesso, nemmeno ce ne accorgiamo. Da tempo i beauty brand stanno lanciando prodotti nati **sfruttando proprio l'intelligenza artificiale** ma anche app e piattaforme che mirano a offrire beauty tips ed **experience** sempre più personalizzate.

cosa c'è SUL MERCATO

Una prima avvisaglia di questa evoluzione nel nostro Paese è arrivata qualche anno fa, nel 2022, quando YSL Beauty ha reso disponibile sul mercato nazionale il dispositivo Rouge Sur Mesure che, attraverso una serie di prove digitali, **consente di creare il proprio rossetto personalizzato, addirittura in base all'outfit che si sta indossando.** E il tutto in pochi secondi.

DALLA TESTA AI PIEDI

Poi sono arrivati gli epilatori a luce pulsata con analizzatore di skin selfie che legge la tonalità di pelle e peli, le piastre intelligenti che monitorano il calore per non rovinare i capelli, **gli skin scanner per un'analisi cutanea rapida e gli shade finder che suggeriscono la nuance del make up** identificando, grazie a speciali algoritmi, migliaia di carnagioni diverse.

dal selfie al prodotto

«Grazie a questi dispositivi supportati dall'intelligenza artificiale, abbiamo la possibilità di ricevere supporto nella ricerca, nella selezione, nell'acquisto e nell'utilizzo del cosmetico o del beauty tool» spiega la dottoressa Alessandra Vasselli, cosmetologa AIDECO (Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia). «Basti pensare che tramite domande a risposta multipla, o ancora più semplicemente richiedendo un selfie, le app finiscono per consigliare quale sia il "miglior" prodotto cosmetico da acquistare».



L'importanza del *real touch*

Tra non molto il primo settore a cambiare per sempre potrebbe essere quello della colorazione permanente dei capelli. I ricercatori dell'Università del New Mexico stanno, infatti, collaudando una piastra capace di tingere la chioma con un solo passaggio grazie a speciali raggi ionici in grado di incidere sui fusti una serie di micro pattern che riflettono la luce. Il tutto con il supporto, ça va sans dire, dell'intelligenza artificiale. Roba da fantascienza, verrebbe da pensare! Eppure c'è chi auspica persino l'avvento di tablet e smartphone in grado di farci percepire texture e profumi. Perché attualmente il limite dell'intelligenza

artificiale è proprio quello di non riuscire a coinvolgere tutti e cinque i nostri sensi.

A DOMICILIO

«È importante infatti sentire la texture e il profumo di un prodotto, provarlo sulla propria pelle» sottolinea Vasselli che aggiunge: «Per questo molte aziende cosmetiche attualmente consentono di ricevere un campione direttamente al proprio domicilio per poterlo provare prima dell'acquisto. Questa modalità, figlia della rivoluzione digitale, ha per ora solo in parte sostituito la prova in store e il relativo consiglio cosmetologico professionale».

Ivan Pestillo

IL LATO NEGATIVO

Il rischio è che i canoni estetici valutati dall'intelligenza artificiale diventino troppo surreali e questo perché ancora basati sull'analisi di selfie e scatti social spesso (realmente o artificialmente) ritoccati. L'allarme è stato lanciato da *The Bulimia Project* che, analizzando proprio attraverso l'AI i corpi degli uomini e delle donne più apprezzati sui social media, avrebbe dimostrato come l'uomo e la donna ideali, nella realtà, non esistano. «L'AI ha proposto rappresentazioni irrealistiche e tutte snelle del corpo femminile» ha scritto in un post il gruppo di lavoro di *The Bulimia Project*. Con capelli foltissimi, il nasino alla francese, gli zigomi pieni e le labbra ultra-carnose. «Lo stesso si può dire per i fisici maschili generati, che sembrano versioni photoshoppate di culturisti».

Con muscoli impressionanti e mascelloni esagerati. Così, se è vero che a volte la realtà supera l'immaginazione, c'è da augurarsi che quella virtuale resti quanto più fedele possibile a quella fisica.



Un'immagine trasognata e idealizzata e una più realistica e viva a confronto nella campagna *The Code* di Dove. Quanti danni può fare l'AI in fatto di autostima?