



[Leggi l'articolo su beautynews](#)

Beauty Cyberbullismo: criticati per il proprio corpo

Influencer, modelle bellissime, ma prima di tutto persone normali: 55 milioni di donne nel mondo sono state vittime di **beauty cyberbullismo**. Criticate per il loro aspetto fisico sui social, vittime di commenti negativi per la loro forma del corpo, e costrette a cancellare le foto che avevano postato in preda alla vergogna e a una paralizzante ansia sociale.

La rete sta facendo la sua parte con una nuova forma di femminismo che fa sentire la sua voce con l'hashtag **#bodypositive** a favore dell'inclusività verso tutto ciò che è diverso e dell'accettazione dei propri difetti come qualcosa di bello da mostrare. Dalla fitness influencer **Anna Victoria** che fa vedere come sarebbero i suoi rotolini di ciccia sulla pancia se scattasse la foto in una posa rilassata normale, alla campagna [#kulolibero](#) lanciata la scorsa estate dall'Estetista Cinica che ha chiamato a raccolta le donne spronandole a postare foto dei loro sederi del tutto normali e imperfetti, perché anche la normalità sa essere bellissima.

Mentre Sia Cooper, mamma e body positive influencer che potete seguire all'account [@diaryofafitmommyofficial](#), con le sue foto dimostra come gli IG Booty (i sederi di Instagram) siano un fake, perché basta un paio di mutande per cambiare le sorti del lato b. Sì, perché tra un paio di culotte per niente sgambate e una brasiliana c'è una bella differenza. Tutti i sederi perfetti che si vedono sui social network sono senza ombra di dubbio fotografati con la tipologia di slip numero 2: ovvero basta alzare la vita delle mutande e sgambarle a brasiliana, così la vita sembrerà più stretta e i glutei più rotondi e sodi. E se la modella plus size **Ashley Graham** ha fatto della sua cellulite il proprio marchio di fabbrica, nel fashion system anche le magre sono colpite dal body shaming. Come la modella danese [Nina Agdal](#), che ha raccontato che un editore ha deciso di non pubblicare uno shooting concordato perché non in linea ai canoni estetici del magazine.

I dati del **#bodyshaming** sono allarmanti e minano l'autostima della generazione Z e dei Millennials.

Secondo una ricerca effettuata dal brand cosmetico Rimmel (condotta nel 2017 in 10 paesi coinvolgendo più di 11.000 donne di età compresa tra i 16 e i 25 anni), 115 milioni di immagini vengono cancellate dai social ogni anno a causa del beauty cyberbullismo; 1 donna su 4 al mondo ha sperimentato sulla propria pelle episodi di cyberbullismo; il 57% delle vittime non racconta a nessuno la propria esperienza e il 51% afferma che il cyberbullismo ha fermato la loro voglia di sperimentare attraverso il look.

Rimmel oltre a celebrare l'unicità di ognuno, ha messo a disposizione un altro hashtag con cui raccontare le proprie storie: **#IWillNotBeDeleted** (non mi cancellerete) perché l'espressione di sé e di come si è non merita alcuna censura. Condividere le proprie esperienze negative è la prima forma per trovare il benessere mentale.

L'articolo [Beauty Cyberbullismo: criticati per il proprio corpo](#) sembra essere il primo su [Glamour.it](#).