

Annamaria è anche una veterana di campagne politiche – ne ha curata una per i Ds e una per i Verdi, ma disse no al Psi di Craxi – e sa come si costruisce un messaggio sociale. «Ci vuole un *call for action*, un invito ad agire. Occorre descrivere la situazione sbagliata, quella giusta, e gli step A, B e C per andare da una all'altra. Proporre comportamenti.» Solo così, mi assicura, si mobilita la gente, e non con discorsi astratti. Quindi per migliorare l'immagine disastrosa delle donne in televisione non resta che impossessarsi, come avrebbe detto Marx, dei mezzi di produzione. «Sai cosa dovremmo fare? Cominciare prendendoci Rai Due.»

Mi immagino un esercito di donne che prende d'assalto il secondo canale di Stato come se fosse il Palazzo d'Inverno, instaura la dittatura femminista e si mette a produrre finalmente programmi senza veline. Serie televisive con donne in carriera che non debbano per forza essere acide, malvagie e sole. Pubblicità con maschi che si preoccupano del bianco più bianco. Storie d'amore che vanno a finir bene anche se lei si è dimenticata di comprare la crema rassodante per il collo. È un pensiero quasi esaltante. Per il momento, seduta nel suo luminoso studio da cui un po' si fa e un po' si subisce l'immaginario collettivo della nazione, Annamaria Testa si offre di occuparsi della prossima pubblicità-progresso per la promozione delle donne. Forse allora ci ritroveremo a fare zapping per cercare gli spot, invece che per evitarli.

Il bombardamento di modelli femminili praticamente perfetti produce un gigantesco giro d'affari. Prodotti per dimagrire, cosmetici di ogni genere, abiti e accessori, parrucchieri, beauty farm, terme, l'industria della bellezza non sembra conoscere crisi. E poi c'è l'ultimo gradino nella ricerca della perfezione: il bisturi. In Italia la chirurgia estetica non ha ancora raggiunto, se mai lo raggiungerà, il suo momento d'oro. Ma negli Stati Uniti sta vivendo un boom senza eguali. Non posso quindi non interpellare il mio vecchio amico Renato Calabria, chirurgo plastico che ha co-

struito la sua fortuna – e la felicità coniugale – in California. Renato, che ho ritrovato in occasione del mio viaggio in America, è un esempio lampante di italiano emigrato con successo. È l'inventore del *vertical face lift* e la sua lista di pazienti include molte celebrità di Hollywood. Il suo punto di vista su pregi e difetti del corpo femminile è proprio quello che mi serve. Un'idea di cos'è quella caratteristica sfuggente che chiamiamo «bellezza», che noi donne inseguiamo continuamente e troppo spesso ci condiziona.

«Il concetto occidentale di avvenenza si è ormai globalizzato e con quello, anche il desiderio della donna di avvicinarsi alla chirurgia plastica» dice Renato, sicuro. «Ma in Italia c'è meno la cultura della bellezza.»

Un'affermazione un po' forte, parlando della terra del Rinascimento. Ma lui si riferisce solo al diverso approccio che hanno le abitanti dei suoi due Paesi, quello d'origine e quello d'adozione. «Per la donna americana migliorarsi attraverso il bisturi è un diritto ottenuto grazie a decenni di battaglie: ha un atteggiamento positivo, sente meno il bisogno di nascondere ed è molto informata. L'italiana è arrivata a questa conquista più tardi, lo sente come un piegarsi alle esigenze maschili, ha un profondo senso di colpa nel farlo, tende a celarlo anche con le amiche più strette e spesso non conosce le varie opzioni.»

Naturalmente anche lui sottolinea che tante copertine patinate hanno una responsabilità. Quella di convincere le donne che devono assomigliare a una foto ritoccata. Gli interventi più richiesti: rinoplastica, aumento delle labbra, liposuzione. E tra le giovanissime l'aumento del seno, che ormai è diventato un regalo per la maturità. Sarà che non ho una cultura della bellezza, ma questo spostamento all'indietro dell'età per gli interventi mi sembra un po' preoccupante. Tutto in famiglia comunque: lei vuole il naso e le labbra di Angelina Jolie, lui il naso e la mascella di Brad Pitt. Su che tipo di faccia, non importa. Anche gli uomini infatti finiscono sotto i ferri, sempre più spesso. Di molte perfette «tartarughe» addominali è responsabile la liposuzione, non solo lunghe ore di allenamento in palestra. Anche lui fa molto esercizio: alto, in forma, non un

filo di pancia né un capello grigio, per Renato un corpo curato è in fondo uno strumento di lavoro.

La nostra società ancora maschilista, mi dice, lancia degli ultimatum alle donne: o sei bella e giovane o non sei considerata. «Purtroppo dobbiamo ammettere che la bellezza in genere è un vantaggio» aggiunge pragmatico. «E quindi è una scelta, ma non molto libera, quella della chirurgia estetica.» Una tra le tante: diete, massaggi, trucchi, ginnastica. Fino a un certo punto, mantenersi in forma fa bene all'autostima e alla salute. Oltre, diventa ossessione. Perché il modello rimane irraggiungibile: nemmeno un mago del bisturi potrà mai renderti simile alle foto di copertina di «Vanity Fair». «In studio arrivano donne con meno di trent'anni che vogliono fare sparire anche la più piccola imperfezione» racconta Renato. «Si dovrebbe lavorare insieme per creare un'immagine più realistica. Si sta facendo qualcosa con le modelle cercando di combattere l'anoressia ma è ancora troppo poco. Non sarebbe male se le celebrità ammettessero i loro piccoli difetti, rivelando che il loro look sempre giovane non è solo il frutto di creme di bellezza o di vitamine. Ma credo che questo non avverrà mai.» Di recente, perlomeno, alcune attrici, tra cui Keira Knightley, hanno detto basta al fotoritocco con cui le riviste eliminano al computer ogni difetto rendendo del tutto inaccessibile, e irreali, l'immagine di donne già bellissime.

Alla domanda sul perché abbia scelto questo mestiere, Renato dà una risposta molto ironica: «Ogni tanto mi sento un po' Jesse James, che quando gli chiedevano perché svaligiava le banche rispondeva: "Perché è lì che ci sono i soldi. Ma non è per soldi"». Poi ritorna serio e puntualizza: «Un bravo chirurgo dice spesso di no». E una donna intelligente, è sottinteso, deve capire quando è ora di smettere di chiedere.

«S'un medesimo ardor, s'un disir pare
inchina e sforza l'uno e l'altro sesso
a quel soave fin d'amor, che pare
all'ignorante vulgo un grave eccesso;