

**Tasse**

Le promesse di Berlusconi e lo stop di Ciampi p.50

**Iraq**

Abr Mussa, segretario della Lega Araba: "Usa via entro un anno" p.38

**Seduzione**

Ora la pubblicità scopre il bello delle brutte p.220

L'espresso

Settimanale di politica cultura economia - www.espressonline.it

N.48 anno L 2 dicembre 2004

Distribuzione in a.a.
 - 10% - art. 2
 numero 2015 legge
 632/98 Falck
 di Roma
 Austria € 4,10
 Belgio € 4,20
 Francia € 4,40
 Germania € 4,50
 Grecia € 3,80
 Lussemburgo € 4,20
 Portogallo
 di Monaco € 4,00
 Peroglio € 4,20
 Spagna € 3,90
 Svizzera Sfr. 3,30
 In Italia € 3,50

**ESCLUSIVO**

CANTIERI SELVAGGI

Dall'alta velocità alle autostrade. Dalle grandi opere alle ristrutturazioni private. Viaggio nell'Italia del lavoro nero e delle morti bianche

Mutazioni

Il bello delle brutte



Ripensare i canoni estetici. Perché oltre veline e letterine esistono le donne. Con curve e lentiggini. Gli spot si adeguano. E la chirurgia ora mima "l'effetto natura"

di Sabina Minardi

Dai soliloqui della vagina alle allusioni dell'ombelico. Ha lasciato il teatro di stucco, la settimana scorsa, Eva Ensler, autrice dei "Monologhi della vagina", salendo sul palcoscenico di San Francisco all'inizio del suo spettacolo. Ha ricevuto l'applauso, ha guardato dritto negli occhi il pubblico, e ha sollevato di colpo la t-shirt, svelando la sua pancia. Tanto per mettere in chiaro il tema della pìcche, tratta dal suo ultimo libro "The Good body" (William Heinemann): la vera bellezza non passa da un corpo perfetto.

«Vedo le donne costantemente impegnate a mimetizzarsi, a mutilarsi e a violentarsi con diete scellerate per raggiungere la perfezione», ha detto: «Eccola la mia pancia: il centro delle mie inquietudini e delle mie contraddizioni. L'origine di quello che sono e che voglio continuare a essere».

Se la provocazione della drammaturga sarà raccolta, le beauty victim potrebbero prendersi la rivincita: la sfida è capovolgere l'idea tradizionale di bellezza. Rispedendo al mittente (l'industria delle diete e l'estetica da passerella) l'as-

salto frontale della perfezione a tutti i costi. Un ammutinamento senza precedenti, contro un'aggressione esasperata dalla chirurgia estetica: seni nuovi da 3 mila euro, nasi perfetti e bocche al collagene, rinoplastiche e liposuzioni.

«È vero: i canoni della bellezza stanno cambiando. E la tendenza è verso un look definitivamente più naturale», conferma il chirurgo plastico Renato Calabria, studio a Roma e a Beverly Hills, "firma" (anche se non conferma-

ta) del viso radioso di Sharon Stone e indicato, insieme con Bryant Toth, come l'autore del lifting di Silvio Berlusconi: «Certo, il concetto di bellezza è ancora legato alla perfezione fisica, ma non ci sono più gli eccessi di una volta. C'è una forte richiesta di

rinnovare il volume del viso senza tirare troppo la cute, in modo da ottenere quello che chiamiamo "wind-tunnel look", effetto galleria del vento. Qui a Hollywood, dove per lavorare non si deve assolutamente far notare alcun segno di invecchiamento, il trend è di intervenire preventivamente, intorno ai 40 anni», dice uno dei più grandi esperti di "vertical facelift", lifting facciale che ripositiona tridimensionalmente i tessuti profondi del viso in direzione verticale, anziché laterale, come il lifting tradizionale: «Si fa ricorso, cioè, a interventi per modificare leggermente più che per stravolgere le caratteristiche del viso».

Scemate le geremiadi estive sulle misure nelle quali le donne vere non entrano più: taglie 46 che somigliano a 42 e sagome che paiono modellate su adolescenti anoressiche; svaniti con le Olimpiadi i fisici scattanti delle atlete consacrate cover girl da "Playboy", la prima risposta a "cos'è più la bellezza" arriva dalla pubblicità.

L'attrice inglese Kate Winslet, protagonista del film "Finding Neverland" con Johnny Depp. A sinistra: la campagna Dove