

Bisturi on demand
Il Photoshop dei corpi non ha età

di Deborah Ameri
artwork di Zuzana Pustaiová



In Brasile, Corea e Giappone è quasi un dovere. Tra i più giovani una nuova abitudine. Così la chirurgia estetica esce dai social e diventa realtà

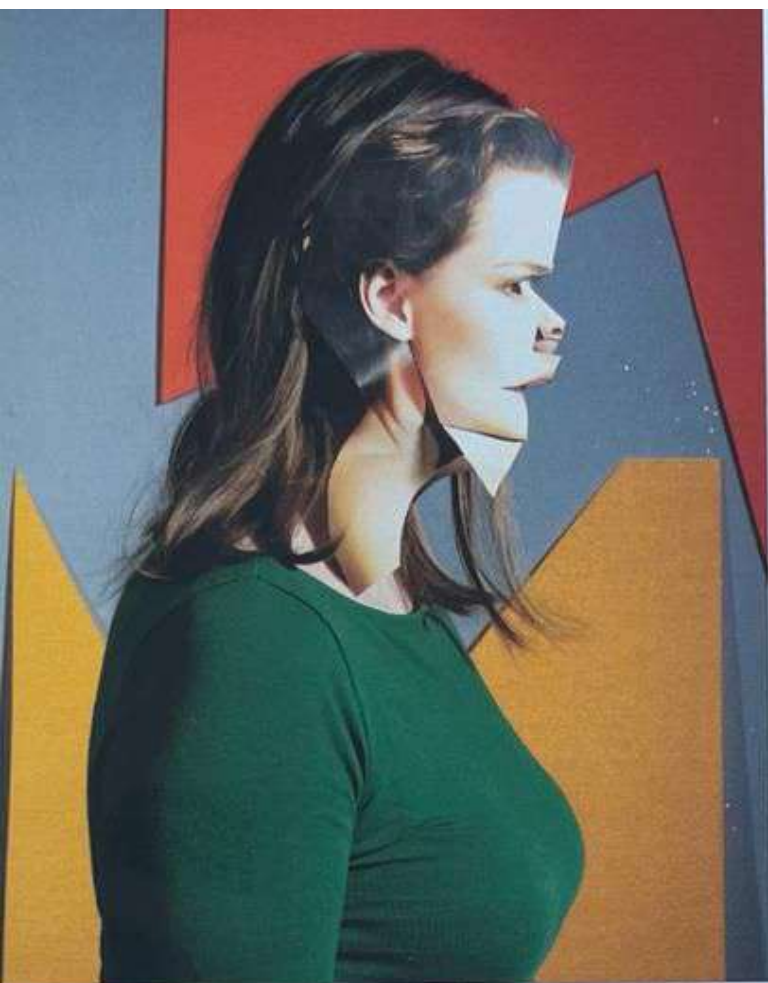
In Brasile il lifting dei glutei è considerato ormai una liturgia. In Giappone l'addominoplastica è un rito, come la liposuzione in Turchia e il botox in Corea. In Italia le protesi al seno sono il caposaldo di questa fede molto laica, ma divorante, nella chirurgia estetica. Che accomuna diverse parti del mondo e diversi ideali di bellezza. Un "photoshop dei corpi" e della vita reale, per diventare la migliore versione di se stessi anche fuori dagli schermi e dai social.

Il culto del bisturi è iniziato proprio con il consolidarsi del ruolo delle piattaforme digitali. Rispetto al 2019, il 2022 ha visto un aumento del 41% degli interventi di chirurgia estetica e del 58% dei ritocchi non chirurgici, come botox e filler (detti *tweakments*), che oggi vengono considerati parte della skincare come una crema idratante o un siero antirughe. Secondo i dati di Isaps (Società internazionale di chirurgia plastica ed estetica) l'anno scorso c'è stato un aumento globale dell'11% di interventi rispetto al 2021 e le proiezioni sono ancora più rosee per il settore in questo 2023. Primo Paese al mondo sono gli Stati Uniti, con quasi sette milioni e mezzo di interventi. Seguono il Brasile e il Giappone, mentre in ottava posizione troviamo l'Italia con circa 750mila ritocchi chirurgici e non. Le procedure più richieste? La liposuzione e l'aumento

del seno. Botulino e acido ialuronico vincono invece tra le "punturine".

«La devozione nei confronti del ritocco è un fenomeno sociologico nato dall'utilizzo dei social media e dalla necessità di essere online e di usare la propria immagine», spiega a *d* Stefania de Fazio, chirurgo plastico e presidente Sicpre (Società italiana di chirurgia plastica ricostruttiva ed estetica). Ma non è solo questione di perfezione esteriore. «Chi ricorre al bisturi è convinto che otterrà conquiste sociali e professionali. Non sono seno finto o naso dritto che eliminano un possibile disagio, ma l'effetto che l'intervento ha sulla percezione di se stessi e l'autostima. È questa la ragione della popolarità della chirurgia estetica», aggiunge Gianluca Campiglio, specialista e membro della commissione Isaps che compila il rapporto internazionale sui numeri del settore. Secondo de Fazio la chirurgia della bellezza è così mainstream che si assiste a un fai-da-te selvaggio sul web, dove si acquistano ingredienti come l'acido ialuronico e si trovano tutorial di influencer senza qualifiche che si iniettano i filler, mettendo in pericolo chi li emula.

In nazioni come Brasile, Giappone e Corea la bellezza è un dovere. Il cittadino modello deve essere esteticamente conforme, mettere impegno nella cura della persona, ne va della posizione sociale. Perfino ▶



delle aspettative professionali. Anche in Italia è così? «Ci sono delle differenze culturali, non abbiamo la stessa ossessione di questi Paesi e da noi non c'è la ricerca del risultato estremo, le preferenze cadono su un look più naturale», prosegue Campiglio. Ma la bellezza è ormai un diritto sancito, non solo dall'Oms (che ha definito la salute come un insieme di benessere psicologico, fisico e sociale). L'intenzione del Governo di togliere l'Iva per gli interventi di chirurgia estetica va in questa direzione, con l'obiettivo di «essere belli come diritto democratico». E l'allargamento della platea di chi si affida al chirurgo estetico lo dimostra. Il target tradizionale delle donne tra i 20 e i 50 anni si apre a uomini over 70 e addirittura under 15. In tutto il mondo, infatti, il boom del ritocco è sostenuto proprio dalla Gen Z. Sono «nativi estetici» per cui la chirurgia è la norma, come un filtro Instagram. «Arrivano in studio bambini, dalla terza media», ammette de Fazio. «I giovani nella loro fragilità trovano sicurezza nell'imitare un idolo. Noi specialisti siamo in grado di riconoscere chi ha davvero bisogno di una correzione, che può giovare ad autostima e benessere, da chi tratta il chirurgo come una boutique di pezzi di ricambio. In genere indirizzo 6 adolescenti su 10 verso un percorso psicologico».

Se i Millennials sono curiosi e fanno molta ricerca prima di andare dal chirurgo, i giovanissimi sono più propensi alla sperimentazione e al rischio. Seguono i trend di TikTok e le celebrità come un vangelo: il *buccal fat removal* per scavare le guance, il *Barbie botox* per slanciare il collo, il *pacchetto Kylie Jenner* ovvero filler per labbra, mento, mascella, guance. E sono ossessionati dal nasino sottilissimo

e all'insù. La rinoplastica è l'intervento più richiesto dai teenagers.

«La loro estetica è fluida, i filler sono una forma di selfcare, il botox è parte della loro routine e non è stigmatizzato come tra gli adulti. Il termine *antiaging* non fa parte del loro vocabolario, si parla di *prejuvenation*, piccoli ma costanti interventi non per fermare l'invecchiamento ma per modularlo», dice Lara Devgan, noto chirurgo plastico di New York che ne ha tracciato un identikit. «Ma spesso, per colpa dei social, hanno aspettative irrealistiche, non riescono a capire che i contenuti online sono finti, frutto di filtri». Come ha scritto la giornalista e podcaster britannica Louise Perry sullo *Spectator*: «È una generazione che si sente giudicata dall'estetica più di qualunque altra. Sembra la chiave di tutto: status sociale, amicizie, valore personale».

Poi c'è il seme di una piccola controrivoluzione, quella delle penitenti del ritocco (Courteney Cox, Jamie Lee Curtis, Melanie Griffith), di chi mette in guardia contro devastanti effetti collaterali (Linda Evangelista) e chi teme un'omologazione di massa. «Se nello studio del chirurgo estetico ci fosse uno psicologo si eviterebbe il 90% degli interventi», commenta Giuseppe Polipo, psicoterapeuta, presidente dell'Associazione italiana psicologia estetica. Che lancia una proposta: «Nelle scuole superiori servirebbe un'educazione alla bellezza, che non è una ma sono tante. E che è possibile solo se accompagnata da un vero benessere interiore». ■

In queste pagine il lavoro dell'artista slovacca Zuzana Pustaiová, che crea attraverso foto, collage e manipolazione personaggi che potrebbero esistere o essere un riflesso dei nuovi canoni estetici.