

**C**

**CORRIERE DELLA SERA**

TEMPI MODERNI

---

# Torniamo a guardarci in faccia

di Micol Sarfatti

**di Micol Sarfatti**

Schermo, servo delle mie brame, chi è la più bella – o il più bello – del reame? Da un anno ormai, anche se il processo era iniziato da tempo, vediamo la nostra immagine continuamente riflessa in uno specchio sì di cristalli, ma liquidi. **Il lockdown e la sospensione delle relazioni sociali ci hanno costretto a interrogare continuamente i monitor dei nostri computer, smartphone e tablet: l'unica finestra sul mondo.** Tutti siamo diventati mezzi busti, conduttori, concorrenti di reality show, influencer. Siamo stati costretti a esporci. Il volto, di cui ci siamo trovati ad analizzare ogni angolo, piega o poro, è diventato il biglietto da visita più importante. Irrompe nelle riunioni di lavoro, in cui prima ci si destreggiava con tono della voce e postura, nel dialogo con gli affetti, di cui, fino alla scorsa primavera, ci sembrava di conoscere ogni minima espressione. Finché non ci siamo ritrovati nei riquadri di qualche app di video chiamate a dire: come sei diverso! Lo stesso pensiero lo abbiamo rivolto ai personaggi famosi che si sono lanciati in dirette social per intrattenere i follower nei mesi di confinamento, non sempre con luci e inquadrature premianti. Per anni abbiamo battagliato sul corpo. Lo abbiamo piegato a modelli irraggiungibili, le super modelle anni 90, il fascino etereo della bellezza androgina, le curve disegnate dalla chirurgia. Ci siamo fatti del male e abbiamo provato a liberarlo, con un lungo percorso di accettazione tutt'ora in corso. Mostrando con orgoglio, o almeno senza vergogna, imperfezioni, volumi e cicatrici. Addio misure che riducono le persone in numeri, benvenuta unicità. **All'improvviso la pandemia ci ha costretti a guardarci in faccia e siamo tornati a concentrarci su quella che nel saggio dello storico dell'arte tedesco Hans Belting *Facce. Una storia del volto (Carrocci)* viene definita «la nostra parte sociale, mentre il corpo è quella naturale».** Il volto è di nuovo al centro, anche se il suo primato ha origini ancestrali.



Esempi di bellezza nel passato. Un busto di Nefertiti - Getty Images

Sin dall'età della pietra, quando ancora non esisteva la scrittura, le maschere sono state testimonianza delle facce del tempo. Nascondevano, conferivano ruoli, ridavano un viso ai morti, lasciandoli, almeno simbolicamente, tra i vivi. Perché senza volto non si può esistere, né essere ricordati. Poi sono venuti i busti e le statue, le icone bidimensionali e ieratiche, appannaggio solo di Santi e Sacra Famiglia. Infine i ritratti, che, nelle varie epoche, si sono fatti cronaca della società, dei suoi conflitti e degli ideali di bellezza. Le Madonne perfette di Perugino e Raffaello, la Venere di Botticelli. I nobili di Piero della Francesca, le creature goffe di Bruegel, le allucinazioni di Francis Bacon. «Il volto è il software della nostra anima», commenta il critico d'arte Francesco Bonami. **«I corpi, in fondo, sono tutti uguali. I visi no. È naturale che la storia dell'Arte si sia espressa con loro. Diamo tanta attenzione a questa parte perché ci rende unici e in questo tempo di relazioni virtuali ha ancora più valore».** Bonami nota come l'arte, nel tempo, si sia evoluta concentrandosi più sul brutto e sul "particolare" che sul bello. «Il ritratto gradevole è opera da artigiano», spiega, «l'artista è colui che sa restituire l'identità e lo spirito di un'epoca attraverso il viso, come El Greco o Gustave Courbet con Uomo disperato. Cindy Sherman, tra gli artisti contemporanei, ha portato avanti uno dei lavori più interessanti sul volto, raccontandone tutte le variazioni: dalla finzione del cinema, alle mutazioni causate da chirurgia plastica, all'invecchiamento». Le facce più belle dell'arte oltre la tela? «Frida Kahlo, anche se vira al folklore, e Pablo Picasso, che mostra nei tratti tutta la sua genialità». Il critico sottolinea come i social, soprattutto Instagram, influenzino il racconto artistico dei nostri tempi e la percezione della bellezza. «La pandemia ha annullato la nostra fisicità e accelerato il processo di attenzione facciale».



La Top Model Cindy Crawford negli  
Anni 90 -Getty Images

L'ossessione per il volto, come accaduto per il corpo, tende ad essere soprattutto femminile. Figlia di costrutti sociali duri a morire. Nel saggio *Trick Mirror* (Nr Edizioni) la giornalista americana Jia Tolentino dedica un capitolo all'ottimizzazione che si infliggono le donne: il viso è uno dei passaggi cruciali per spesa e percezione di sé. «La donna ottimizzante sfrutta la tecnologia nel modo in cui diffonde la sua immagine. Il suo taglio di capelli appare costoso», scrive Tolentino. «Spende molti soldi per prendersi cura della sua pelle, un processo che ha assunto l'aspetto sacro di un rituale spirituale unito alla banale regolarità di quando imposti la sveglia al mattino. Il lavoro che prima spettava al trucco è incorporato nel viso: zigomi e labbra rimpolpate. Ciglia allungate ogni quattro settimane da un professionista». L'attenzione crescente al primo piano ha modificato l'offerta dell'industria della bellezza. **I marchi di cosmetica puntano su maschere, sieri e creme. Nelle città si moltiplicano i facial bar:** centri per massaggi al viso che in 30 minuti, con una spesa che va dai 30 ai 150 euro, allenano i muscoli facciali e scolpiscono i contorni dell'ovale. Laura Basile, responsabile di Face Up, salone milanese, conferma la tendenza. «Fino a pochi anni fa c'era maggiore interesse e spesa per il corpo. Oggi, soprattutto dopo il lockdown, la prospettiva si è quasi ribaltata», spiega. «Le clienti, dai 20 ai 60 anni, sono informate e consapevoli. Hanno le idee chiare, conoscono tecniche e i principi attivi. Si iscrivono ai nostri corsi online per continuare a prendersi cura del viso a casa». All'inizio della pandemia molti hanno tirato un sospiro di sollievo, liberi di vivere presentabili dalla vita in su. Poi l'ansia da performance per le imperfezioni amplificate e la noia della perenne inquadratura di sé hanno avuto la meglio ed è arrivato lo *Zoom Boom*, l'ascesa della chirurgia ad hoc per migliorare la video genia. Nella sola Gran Bretagna, secondo il *Financial Times*, nell'ultimo anno le richieste di "ritocchini" da parte di donne e uomini si sono quintuplicate. In Italia non ci sono ancora numeri ufficiali, ma Marco Iera, chirurgo plastico, riferisce un aumento di interventi sul profilo e sullo sguardo, rispetto alle labbra e alla pelle più gettonate prima del Covid. «Le donne in carriera stanno ore in video call», racconta Iera, «vogliono apparire al meglio e usare

poco trucco, che risulta fuori contesto. Puntano su trattamenti poco invasivi, come i filler». Facce nuove Se da un lato i social e le piattaforme di video chiamate hanno tirato la volata al ritocco, dall'altro sono stati amplificatori di una nuova *face positivity*, liberazione delle imperfezioni del viso e rifiuto di un unico canone estetico irraggiungibile. Le celebrities, in Italia Aurora Ramazzotti e l'attrice Matilda De Angelis, mostrano senza timori profili mangiati dall'acne. Le case di moda non scelgono più solo testimonial stratosferiche come Bella Hadid, il cui volto è stato definito il più bello del mondo considerando le proporzioni della sezione aurea. Ingaggiano anche modelle che sfidano lo standard. Un esempio? Armine Harutyunyan, la 23enne armena dai tratti marcati lanciata da Gucci e ritrovatasi per 48 ore nell'occhio del ciclone social tra insulti e apprezzamenti. «Dietro scelte come queste c'è ovviamente una strategia marketing», commenta la filosofa e scrittrice Maura Gancitano. «Ma i creativi di oggi, dagli stilisti agli showrunner delle serie tv, sono consapevoli di quanto la loro opera influenzi la rappresentazione. Quindi ben vengano le scelte "di rottura", che permettono a milioni di persone di identificarsi in spazi preclusi fino a pochi anni fa». **«La vera rivoluzione sarebbe però rendere cool l'equilibrio»**, prosegue Gancitano. **«Dobbiamo cercare una giusta misura**. Prenderci cura di noi se vogliamo farlo e se serve, senza ossessionarci e senza nemmeno condannare chi sceglie di lavorare sulla propria bellezza. Per anni abbiamo praticato il body monitoring, il controllo ossessivo del corpo e dei suoi difetti. Ora stiamo passando questa abitudine nociva alla faccia». Intanto, mentre scrutiamo il viso, alleviamo una serpe in seno. **«È importante prevenire il digital aging, l'invecchiamento precoce causato dalla luce blu di computer e smartphone»**, avverte Iera, «è la patologia estetica dei millennial, già segnati in giovane età da rughe dovute a monitor e postura scorretta». Lo specchio in pixel in cui cerchiamo conferme potrebbe non solo non dirci più quello che vogliamo sentire, ma diventare causa del nostro malessere. La strega di Biancaneve lo aveva capito già molti anni fa.



Un dettaglio de “Gli antenati di Tehamana” di Paul Gauguin -Getty Images



