

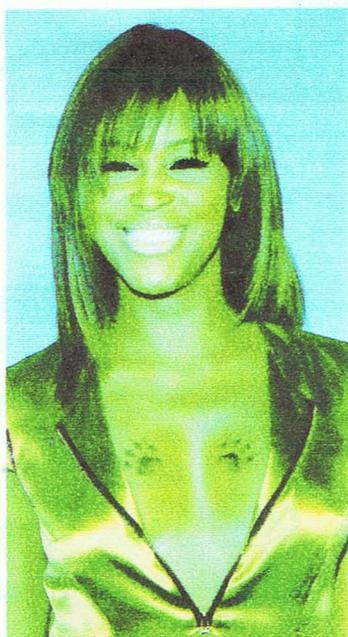
tuaggi "forever", per sempre, che prende spunto da antichi disegni maori, polinesiani, giapponesi, e che ha un vero borsino delle star (Maurizio Fercioni, decano dei tatuatori, studio milanese a Brera, per disegni e tessiture complesse ha una parcella da 450 euro l'ora). Dall'altra, studi estetici e saloni di coiffeur, che praticano tatuaggi temporanei, trucchi, ritocchi e disegni sulla pelle, dalla farfallina al serpentello, spesso ispirati a quelli delle star del pop o della tv, e che durano lo spazio di una notte in discoteca. I due mondi, in comune una cosa ce l'hanno: il business in crescita. Tatuarsi, per poco o per sempre, è pratica in netto aumento. «Alla Tattoo Convention del 2008, a Milano, c'erano 11 mila visitatori, contro i 9.000 di un paio d'anni fa, e i 3.500 di sei anni fa», dice Miki Vialetto, direttore delle due riviste di settore più importanti, *Tattoo Life* e *Tattoo Energy*, pubblicati in cinque lingue. «Dopo la passione per i disegni tribali, per gli ideogrammi giapponesi e per le scritte gotiche, ora protagonista è il tatuaggio cholo, ispirato alla cultura da strada messicana e già adottato da rapper come 50 Cent ed Eminem. Non solo. La gente è sempre più cosciente della funzionalità estetica del tatuaggio, e chiede disegni e forme che slancino caviglie e fianchi.

#### C'È CHI LI VUOLE BENE IN VISTA

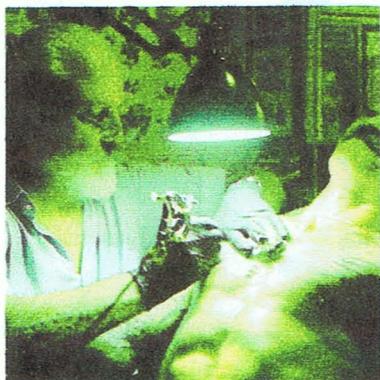
Le nuove parti del corpo che si desidera istoriare? Collo e mani, anche se i tatuatori tendono a sconsigliare le zone esposte: è più facile pentirsi. I tatuaggi sui denti? «In Italia non ci sono ancora e comunque non li considero neanche. Incidono il corpo come il piercing e le altre pratiche di "body-modification"». Ma non è finita con mani e denti. «Aumentano le richieste, soprattutto da parte delle donne, di disegni permanenti sui piedi e nelle parti intime, con funzione erotico-seduttiva. Dal pube, con la testa di rettile o la tela di ragno, ai genitali, con scritte ironiche o citazioniste, come il "Robinet d'amour" amato dai legionari francesi qualche decennio fa», dice Maurizio Fercioni, 61 anni, tatuatore da 40 (ha griffato Eros Ramazzotti, Bobo Vieri, Gabriele Salvatores, Diego Abatantuono, Andy Luotto). «Su dieci miei clienti, otto sono spinti da reale convinzione, vogliono far affiorare sulla pelle i loro desideri, sogni, deliri, perché questo è il tatuaggio; due lo fanno per moda. Chiedono la corona che Simona Ventura ha sulla schiena o la scritta nera che Michelle Hunziker si è fatta sul braccio. I ragazzi, invece, chiedono di clonare i disegni dei calciatori. I "famosi" hanno tolto al tatuaggio la sua patina maledetta, ma il rischio è di sconfinare nell'opposto, chiamando i tatuatori "operatori del tatuaggio": sa troppo di normalizzazione, non parliamo di punturine di botox, ma di pratiche trasgressive e poetiche. Veri codici sotterranei all'aperto». Che realizzano quasi un dialogo del tatuato con se stesso. E infatti: «I miei disegni sono qualcosa di personale, per questo non mi farei tatuare mai sulle parti del corpo che non vedo, come la schiena», spiega Orsola Branzi in arte La Pina, speaker di Radio DeeJay, tatuata su braccia e gambe. «Nei tuoi tatuaggi ti ci ritrovi, sono davvero i tuoi segreti».

Certo, con questi segreti si può giocare. Per poi sostituirli con altri segreti. Cosa che fa inorridire l'ortodossia tattoo. Eppure il

segue



Sopra, Simona Ventura. La corona sulla sua schiena è molto richiesta. In alto, a sinistra, Amy Winehouse, che si è fatta tatuare entrambe le braccia. A lato, la cantante rapper Eve e le orme che si è fatta fare sul décolletée.



Sopra, il decano dei tatuatori Maurizio Fercioni, 61 anni, al lavoro, e il suo studio milanese. Suoi sono i tatuaggi di Christian Vieri e Gabriele Salvatores.



GRAND OSPEDAL  
 UROLOGIA & NEFROLOGIA  
 INFETTIVOLOGIA

L. DCB Verona A. MONDADORI

# Panorama

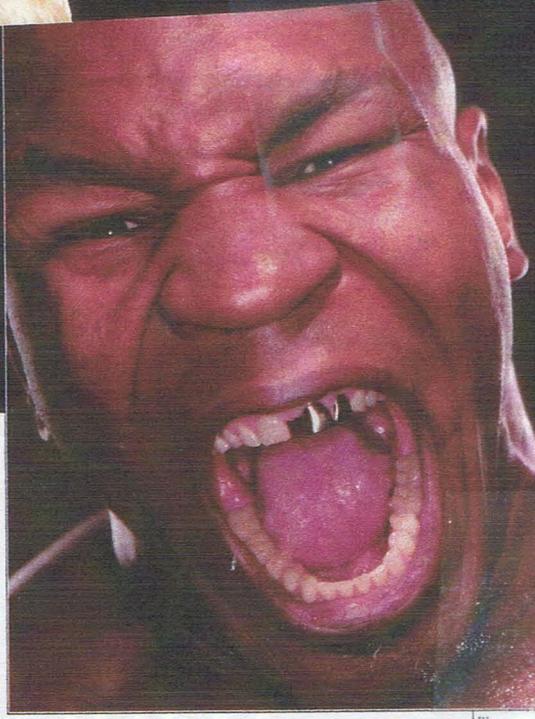
2,80 EURO (in Italia)  
 + LIBRO "IL PUNTO": 5,70 EURO

www.panorama.it  
 27 OTTOBRE 2005 ANNO XLIII N. 43 (2061)

- 27 OTTOBRE 2005



**CAPSULE MULTIETNICHE**  
 Da sinistra: la copertina di «Interview» (firmata da Karl Lagerfeld) e Madonna. A destra, Mike Tyson, con decorazioni dentali in oro massiccio.



## LINGUAGGI DEL CORPO LA DECORAZIONE DENTALE

# Vorrei un sorriso più incisivo

Protesi d'acciaio negli spot, canini d'oro e brillanti nelle bocche dei rapper. Per comunicare una nuova voglia di sedurre.

■ di LUCIA SCAJOLA

**G**rigi e ferrosi, in un irriverente spot televisivo, tentano di aprire bottiglie di birra. Sfaciatamente kitsch, placcati d'oro, con diamanti incastonati, scintillano sulla copertina del patinato *Interview* fotografati da Karl Lagerfeld. E in video, soprattutto negli spot, godono di sempre maggiore visibilità, inquadrati anche più spesso di altre parti del corpo, tradizionalmente più gettonate. Sembra che i denti siano oggi al centro di una crescente attenzione mediatica, estetica e perfino erotica.

«La concentrazione sulla bocca, magari con l'applicazione di brillantini e decorazioni, è in realtà un fatto tribale» spiega Stefano Zecchi, ordinario di estetica all'Università di Milano, «alla base c'è il desiderio di ritrovare forme di linguaggio antioccidentali, legate al corpo, a cui viene restituita la sua funzione comunicativa ed erotica».

Erotica o no, la nuova mania dentale in voga tra i rapper d'Oltreoceano comunica sicuramente una certa audacia oltre che una consistente solidità

economica. Rudi omaccioni come Master P, Nelly, C Murder e Nigo si stanno facendo iniziatori di una tendenza bizzarra. Grazie all'aiuto di medici specializzati, come il californiano dottor Ronald Cunning, o Rapper Dentist Daddy, come si fa chiamare sul suo sito (<http://hiphopdentistry.com>), «i cantanti del ghetto» sfoggiano oggi vistose dentiere dorate (permanenti o removibili, secondo la loro audacia) impreziosite da veri diamanti. A un prezzo di 1.500 dollari per dente, 30 mila per tutta la bocca.

**Un bel business, nel quale anche un venticinquenne texano, Paul Wall, aspirante rapper, da qualche mese ha deciso di buttarsi organizzando, negli Stati Uniti, una fitta rete di distribuzione di «gold teeth with diamonds» per cultori del nuovo gioiello. Impresa che oltre ad arricchirlo gli ha consentito di**



promuoversi come cantante con i suoi più famosi clienti. I testimonial eccellenti non mancano, da Mike Tyson a Madonna che dopo il primo «oro in bocca» di una decina di anni fa, ora si starebbe invaghendo del brillantino, meno invasivo e più glamour. A dimostrazione che la tendenza non attecchisce soltanto nella cultura black.

Anche se non tutti osano il gioiello o la pietra preziosa, c'è da registrare nel jet set hollywoodiano un crescente feticcio dentale di cui Jennifer Lopez e Tom Cruise sono accaniti cultori. Non disdegnano interviste sul tema e confessano la fissazione per lo smalto bianco dichiarando lotta dura al caffè.

E in Italia? I dentisti metropolitani sono già attrezzati per l'applicazione del gioiello (con una speciale colla semipermanente). Da tempo hanno intuito il trend: «I nostri dati confermano un'ossessione per il sorriso» spiega Gianfranco Ajello, presidente dell'Accademia di estetica dentale italiana, «se dieci anni fa l'80 per cento dei trattamenti erano curativi, oggi il 90 per cento sono estetici». Si parte con l'ormai richiestissimo sbiancamento e si arriva a richiedere i vezzi delle star. Tra cui spicca il brillante, che però da noi per ora è un semplice cristallino griffato Swarovski.



**ACCIAIO**  
 Due frame dello spot Tuborg: il protagonista è un cameriere dalla dentiera d'acciaio inox con cui stappa le bottiglie di birra

MICHAEL O'NEILL/CORBIS OUTLINE