



**ACCADEMIA
DI BELLE ARTI
VENEZIA**

Accademia di Belle Arti di Venezia

Diploma Triennale di Primo Livello
Nuove Tecnologie per le Arti
Progettazione Grafica e Comunicazione Visiva
a.a. 2015/2016

La verità è che siamo colorati:
Il significato dei colori nella vita dell'uomo.

Adele Rossi
Matricola 7888/T

Relatore: Andrea Franceschini

Ai Rossi
e al loro amore colorato

A mio Padre
e al nostro affetto innato

LA VERITÀ È CHE SIAMO COLORATI

Il significato dei colori nella vita dell'uomo.

Adele Rossi

Accademia di Belle Arti di Venezia

Diploma Triennale di Primo Livello
Nuove Tecnologie per le Arti
Progettazione Grafica e Comunicazione Visiva
a.a. 2015/2016

INDICE

INTRODUZIONE

1. IL SIMBOLISMO DEI COLORI:

Il significato dei colori e la sua evoluzione nella storia.

- 1.1 Blu
- 1.2. Nero
- 1.3 Rosso
- 1.4 Verde
- 1.5 Bianco
- 1.6 Giallo

2. L'ESPRESSIONE DEL COLORE

Come i colori influiscono sulle nostre emozioni e azioni.

- 2.1 Gli effetti del colore.
- 2.2 Il contesto e le associazioni.

3. L'USO DEL COLORE

L'applicazione del colore e la comunicazione visiva.

- 3.1 Comunicare attraverso il colore.
- 3.2 Esempi di utilizzo del colore nel passato.
- 3.3 Discorsi sul colore: intervista alla Color Designer Francesca Valan.

4. PROGETTO PERSONALE

"Nel colore"

CONCLUSIONE

Bibliografia

Sitografia



INTRODUZIONE

**“Colore è vita, poiché un mondo senza colori
sarebbe un mondo senza vita”.**

Johannes Itten, Arte del colore

**“Un colore è una categoria dello spirito, un
insieme di simboli”.**

Pastoureau, Il piccolo libro dei colori

Ogni cosa, e non ne esiste una che non lo faccia, coinvolge sentimenti ed emozioni dell'ambito umano. Se così non fosse, nulla avrebbe senso: nessun gesto, nessuna azione, nessuna creazione, nessuna realtà, nessuna esperienza.

Anche la sensibilità al colore, il tema della mia ricerca personale, universitaria e artistica, scaturisce dalle emozioni.

Perché il colore? Perché la verità è che 'siamo colorati'!

Esso fa parte della nostra vita ed è essenziale per la nostra esistenza e armonia con il mondo.

La realtà visibile, in tutto ciò che ci circonda, è colorata e, poiché i colori sono per noi delle emozioni e delle vibrazioni, l'uomo come individuo e come essere umano che fa parte della società, può assaporare giorno per giorno le emozioni che il colore evoca con la sua storia, la sua evoluzione e le sue proprietà.

Il colore è un mistero quotidiano che fa parte della vita di ognuno.

È possibile che non gli diamo attenzione cosciente, poiché è presente in ogni luogo e in ogni dove, ma non è neutrale.

Esso ha una realtà propria e un significato. Qual è?

Il colore rappresenta un soggetto di dialogo e di ricerca molto più complesso di ciò che comunemente si creda. Esso costituisce un campo d'indagine interdisciplinare per eccellenza: artisti, storici, architetti, stilisti, neurologi, chimici, psicologi, fisici e altri esperti del sapere, stanno ormai indagando da anni su di un tema che è parte integrante della nostra vita.

Partendo dalla personale esperienza e dalla mia sensibilità, mi sono posta alcune domande. Nell'estetica, la valutazione di un colore è puramente soggettiva?

Conoscendo le leggi e i principi cromatici, quanto siamo condizionati dal simbolismo del colore? Da dove vengono queste associazioni?

Che sensazione trasmette e cosa suscita un determinato colore?

Quale stato d'animo è evocato da determinate tonalità?

Questi sono i quesiti che ritengo fondamentali per me come per coloro che utilizzano, anzi, lavorano con il colore poiché l'uso ha un determinato scopo e una determinata motivazione.

I colori veicolano tabù, pregiudizi e superstizioni: con il loro significato nascosto influenzano non solo il nostro immagi-

nario, ma anche i nostri comportamenti e il nostro ambiente.

La comprensione della storia cromatica, che intreccia usi, arte, religione, psicologia e politica, nella sua diffusione socio-culturale, può rappresentare un sapere a nostro favore per utilizzare il colore in modo più meticoloso e centrato. Se siamo a conoscenza della proprietà e della psicologia dei colori, abbiamo un potente strumento a portata di mano; nel suo utilizzo e nella sua comprensione, abbiamo una marcia sensibile e strategica in più rispetto a chi non ne ha consapevolezza apprezzando il colore in maniera differente poiché la nostra mente è più ricettiva.

In questa ricerca, propongo una visione dei colori e del loro simbolismo rivelando alcuni significati dei colori che vediamo ogni giorno. Ognuno degli aneddoti, degli eventi e degli esempi che riporto, attira la mia attenzione ampliando o cambiando permanentemente la mia concezione del colore.

Attraverso alcuni esempi quotidiani o di eventi nel corso del tempo, spero di riuscire a trasmettere le storie e le riflessioni, a far scaturire l'attenzione e lo stupore che mi accompagnano nella ricerca, così che si possa osservare qualcosa di familiare - il colore - in modo nuovo o più ampio. Questa sensibilità è un veicolo per l'utilizzo del colore in differenti campi artistici.

Lo studio del colore fa parte di un percorso conoscitivo e uno sviluppo complesso: ritengo necessario analizzare il passato per comprendere l'utilizzo del colore nella società odierna poiché le conoscenze moderne sul colore stesso, sono frutto di una storia nonché della sua evoluzione. Fin dall'antichità, il colore comunica e continua a farlo anche oggi poiché è parte dell'immaginario, spesso senza che il pubblico ne sia consapevole.

La mia ricerca ritrova la continuità storica con delle epoche passate: per scoprire il significato e comprendere l'utilizzo attuale dei colori, è necessario guardare indietro nel tempo poiché il colore è sempre stato associato a un significato. Per comprenderlo fino in fondo e utilizzarlo nella maniera più opportuna, è necessario sapere cosa l'ha creato, poiché nei secoli i significati si sono radicati nella nostra psiche e ne portiamo ancora traccia.

Nel primo capitolo, attraverso le ricerche di psicologi e storici, descrivo il simbolismo, la storia e l'evoluzione dei sei colori di base: blu, giallo, rosso, verde, bianco e nero. Per la cultura europea esistono questi colori principali e sono quelli che evochiamo in maniera spontanea.

Nell'utilizzo di un colore, oltre al suo significato, è importante considerare le proprietà oggettive e fisiologiche che evocano nel nostro organismo poiché quest'ultimo risponde con una reazione ben chiara, con un effetto che può cambiare secondo il contesto in cui il colore è inserito, l'esperienza di chi lo osserva e le conseguenti associazioni evocate che possono essere innate nell'uomo o il risultato dell'influenza dell'ambiente circostante.

Nel secondo capitolo analizzo questi ultimi aspetti più approfonditamente. Secondo il contesto culturale e personale in cui è inserito un colore, esso è indicativo di un permesso o un pericolo, di erotismo o malvagità, di rivoluzione o morte, di romanticismo o sottomissione.

L'ambiente in cui un colore è inserito è sempre quello storico.

Per questo motivo, riporto nel terzo capitolo alcune dimostrazioni dell'utilizzo del colore nel periodo storico dagli anni Cinquanta agli anni Ottanta. Esempifico l'uso del colore da parte di esperti per trasmettere emozioni specifiche e ben pensate con riferimento al momento socio-culturale, all'epoca e agli eventi. Ciò è la prova di come i fatti siano rappresentati, di come siano elaborati dalla nostra psiche e di come il significato moderno del colore, derivi dai significati profondi radicati nella storia dell'uomo di cui fanno parte.

Siamo di fronte a un fenomeno sociale in cui l'esperienza percettiva è una funzione psichica lontana dalla natura fisica del colore ma diventa esperienza soggettiva e psichica.

Nella comunicazione visuale sostengo sia importante una conoscenza di questi aspetti poiché essi condizionano il nostro pensiero: ciò porta a sfruttare al meglio l'enorme potenziale dei colori e a sviluppare in modo originale una sensibilità artistica individuale.

Per me è altrettanto importante e necessario che, ogni tanto o spesso, si guardino i colori con spontaneità e un po' d'innocenza, la stessa che hanno i bambini, poiché il loro significato è radicato nel nostro inconscio e lo possiamo intuire.

Nella mia ricerca, ho la fortuna di beneficiare delle conoscenze e dei consigli di persone e figure professionali che hanno fatto nel tempo e fanno a oggi, del colore il loro studio possedendo una grande conoscenza al riguardo. Gli scambi diretti con la Color Designer Francesca Valan, di cui riporto le preziose parole alla fine del terzo capitolo, mi hanno guidata in questo percorso colorato.

Il risultato di questa mia ricerca si materializza in un poetico progetto di videorte in cui, dopo una lunga analisi e studio, sperimento direttamente il colore stesso, basandomi sugli studi acquisiti e su una percezione del colore sia personale sia collettiva. L'obiettivo principale è inequivocabile: trasmettere sensazioni ed emozioni attraverso il colore inserito in un determinato ambiente sensibilizzando l'osservatore alle sollecitazioni emotive delle immagini cromatiche come approccio per la comprensione del colore e del suo simbolismo.

Vediamo il colore con tutti noi stessi. Quello che inizia come un segnale inviato lungo il nervo ottico, si trasforma rapidamente in un fenomeno emotivo, sociale e spirituale che racchiude significati plurimi e complessi. ¹

L. Eiseman, K. Recker, Pantone. Storia del XX secolo a colori, Rizzoli Libri, 2011, p. 6

CAPITOLO

n.1

IL SIMBOLISMO DEI COLORI:
Il significato dei colori e la sua
evoluzione nella storia.

BLU

**“Che cos’è l’azzurro?
È l’invisibile diventato visibile... Non ha
dimensioni.
È ‘oltre’ le dimensioni di cui sono partecipi gli
altri colori”
*Yves Klein***

La parola ‘colore’ deriva dal latino ‘color’, che letteralmente significa ‘celare’, nascondere, oscurare. In greco antico, la parola ‘khroma’ proviene da ‘khros’, ‘pelle’.

L’etimologia di questa parola narra di come nell’antichità il colore fosse considerato una realtà a sé stante: una materia che nasconde, avvolge e macchia una seconda superficie, così come la pelle può avvolgere l’anima.

I pigmenti, cioè l’essenza stessa della materia del colore, prima di essere riprodotti attraverso una formula chimica, erano qualcosa di poco comune e molto costoso, perciò considerati estremamente preziosi.

Essi erano estratti solamente da elementi naturali: terre, pietre, piante, insetti, molluschi e altri animali mediante un processo laborioso e alquanto costoso. Per questo motivo, l’utilizzo di ogni colore era determinato principalmente dalle disponibilità delle materie prime in una data area geografica e, in seguito, dalle disponibilità economiche dell’acquirente. La difficoltà di estrazione di ogni pigmento ne determinava dunque il valore: più il pigmento stesso era raro, più diventava prezioso, si potrebbe dire fino ad assumere valore magico.

L’utilizzo di determinati pigmenti a scopo personale, rifletteva anche la disponibilità economica e la classe sociale di appartenenza della persona. Un esempio di questa divisione cromatica come riferimento alle classi sociali, era rappresentato dall’utilizzo di colori sgargianti da parte della nobiltà, mentre al popolo erano riservati colori meno intensi, sbiaditi, perché più semplici da ricavare e dunque meno costosi.

Non solo il colore era simbolo di differenze di classe, ma quando iniziò a essere usato in modo più ricercato e ricco nell’arte, esso prese anche una valenza simbolica più profonda, mistica e morale che era dettata dalla società e dal preciso momento socio-culturale.

L’evoluzione della produzione e dell’uso del colore fu un processo molto lungo, che con il tempo si raffinò e perfezionò, fino ad arrivare a oggi per cui basta un semplice ‘click’ per acquistare online i colori più particolari ed eccentrici.

Verso la fine del Seicento, con concetti estremamente rivoluzionari ed esperimenti fondamentali per la storia, il colore diventa luce.

Ciò accadde precisamente nel 1676, a seguito delle ricerche condotte lungo tutto il decennio precedente da parte di uno dei più grandi scienziati di tutti i tempi: Isaac Newton.

Il colore divenne manipolabile e riproducibile grazie ai suoi esperimenti, un oggetto di studi e uno schema da considerare per ragionare. Non era più qualcosa di misterioso né soltanto qualcosa che si comprasse: esso si usava e si vedeva, divenne una realtà con regole che la governavano. Da questo periodo si svilupparono diverse teorie del colore stesso.

Troviamo un esempio nella storia del blu oltremare.

In principio, esso era estratto dal lapislazzuli, una pietra difficile da trovare e la cui estrazione richiedeva un lungo processo per via della durezza della pietra stessa: era perciò un colore molto costoso. In natura, il lapislazzuli era misciato con altri minerali; era necessario separarlo dalle impurità prima di essere macinato, in seguito, era misciato con altri prodotti e, infine, impastato più volte. Il risultato era una polvere blu di una brillantezza eccezionale.

Questo particolare tipo di blu fu battezzato 'oltremare' nel Rinascimento per via della sua importazione da paesi lontani e al tempo misteriosi. Principalmente il lapislazzuli era trovato in Afghanistan, Siberia, Cina, Tibet e Iran e da lì, importato in Europa dove divenne il materiale più costoso dopo l'oro.

Il termine 'oltremare' era dunque riferito alla sua importazione da paesi lontani che solo l'attraversamento del Mediterraneo permetteva di raggiungere.

Gli artisti non spendevano una somma tanto alta e più comunemente utilizzavano un altro minerale blu: l'azzurrite.

Il colore così prodotto, era più economico ma molto meno stabile: con l'umidità tendeva a sgretolarsi e a diventare verdastro, ma soprattutto era di una bellezza e luminosità assai inferiore. Il blu oltremare era un colore tendente al violetto, invece con la lavorazione dell'azzurrite si otteneva un blu che si avvicinava al verde.

Ai primordi, il blu era completamente assente nell'arte del culto cristiano. Esso aveva un ruolo secondario sia per la difficoltà nella produzione che influiva nel suo inutilizzo, sia per l'effetto tendente al verde.

Inoltre, nel Medioevo, inizialmente era addirittura disdegnato e perfino disprezzato. Il connotato negativo era dovuto all'associazione con le popolazioni barbare e germaniche che usavano dipingere il proprio corpo di questo colore per spaventare gli avversari in guerra.

Si pensi che all'epoca, anche una donna dagli occhi azzurri sarebbe stata considerata una donna dai facili costumi e un uomo dagli occhi azzurri sarebbe stato valutato come buffo e ridicolo.

Nell'Ottocento, inoltre, nasceva in molti studiosi persino il dubbio che i greci non vedessero il blu così come oggi lo vediamo, per via della difficoltà di assegnargli un nome: il termine kauneon indicava sia il nero sia il blu nelle sue gradazioni più scure che si differenziavano a fatica dal nero.

In sintesi, il blu era considerato un colore non benvenuto fino al XII secolo, quando cambiarono le idee religiose.

La scoperta dello spettro dei colori grazie a Isaac Newton, portò numerose conseguenze.

Per i Cristiani, Dio era luce: se il colore era una conseguenza della luce stessa, anche il colore blu prima disdegnato come barbaro, divenne divino.

Il Blu assunse di conseguenza una dimensione elevata e immateriale e fu utilizzato per rendere la connessione tra figura e cielo. Infatti, non si tratta certo di una scelta casuale, quella di utilizzare l'azzurro per il mantello della Madonna poiché prima dell'Anno Mille, Lei era vestita di nero e di bruno in segno di lutto per il Figlio morto crocefisso.

Attraverso quest'atto di simbolizzazione, il blu oltremare, già da qualche tempo considerato prezioso, arrivò ad assumere un'importanza teologica fondamentale diffondendosi nelle chiese e nelle opere d'arte.

Gli artisti utilizzarono l'azzurrite per dipingere la profondità del mare e i lapislazzuli per rendere l'elevazione spirituale verso il cielo.

Alla fine del Medioevo, il colore blu ricoprì un nuovo valore nella società: divenne il colore dei nobili, dei re e dell'aristocrazia assumendo dignità profonda per il suo rinnovato significato. Se la Vergine era vestita di blu, anche i principi di conseguenza, dovevano vestirsi dello stesso colore.

Questo colore distingueva perciò anche il rango e ogni investitura derivata dalla sovranità. Comune tra gli imperatori medievali, si ritrova il blu anche nel mantello di Carlo Magno per rappresentare la sua origine sovra terrena.

Esso si qualificò come colore celeste in senso sia cromatico sia simbolico e, nella simbologia medievale, esso fu indicato per la meditazione.

Essendo colore evocativo del cielo e tipico dei luoghi dove dimora il Divino, il blu assunse inoltre un legame con la fedeltà, la sapienza, le potenze benevoli e protettrici.

Nella nostra tradizione, ancor oggi, l'immagine più diffusa in cui si manifestano i temi simbolici del blu, è la rappresentazione della Madonna. Essa è anche il simbolo della buona madre e questo stereotipo si riflette anche nelle favole come ad esempio, nella rappresentazione della fata buona dai capelli turchini di Pinocchio. Tradizionalmente, l'azzurro è simbolo del femminile poiché è un colore passivo e introverso.

Questi attributi sono gli stetti di una relazione affettiva, non a caso il partner scelto dalla donna come ideale viene chiamato principe azzurro. È il colore del legame e dell'unione.

Durante il Romanticismo, il significato del colore blu mutò nuovamente grazie all'influenza del romanzo "Enrico di Ofterdingen" di Novalis: l'Autore descrisse la percezione estremamente intensa di questo colore da parte del protagonista, un cantore medievale accompagnato dall'amante.

Egli, per esempio, nella ricerca di un fiore blu, simbolicamente sembra cercare di comprendere la realtà e l'animo nobile. Scrisse: "Il cielo era di un blu intenso e purissimo. Ciò che lo attraeva era un alto fiore di colore azzurro luminoso che sorgeva accanto alla sorgente e lo toccava con i suoi grandi petali splendenti. Non vide altro, se non il fiore blu e lo osservò a lungo, con indicibile tenerezza". (Novalis, Heinrich von Ofterdingen, 1978, p. 27). Il fiore azzurro diventa simbolo emblematico della letteratura romantica.

Il blu divenne rappresentativo della malinconia, del sogno, dell'amore, di dolce nostalgia di qualcosa che si trova lontano e di dissoluzione.

Nell'Ottocento, l'uso del blu e il suo significato simbolico, sembrano un modo di concepire la vita. Si pensi al Periodo Blu di Picasso: l'artista pare faccia di questo colore una dimensione sacra e sentimentale usandolo in tutte le sue sfumature possibili.

Questo colore assume carattere spirituale e diventa emblema del soprannaturale e del trascendentale.

È colore del legame e della relazione, ma non solo del legame affettivo: riconduce al legame con il passato e con la tradizione, proprio per questo che si definisce il colore della nostalgia.

Ora è il colore preferito dagli Occidentali, amato da tutti e onnipresente nella nostra cultura grazie alla sua storia: il blu è ora percepito come un colore "discreto".

"Il colore preferito.

Il colore della simpatia, dell'armonia e della fedeltà, nonostante il suo essere freddo e distante.

Il colore femminile e il colore delle virtù spirituali."

¹ L. Eiseman, K. Recker, Pantone. Storia del XX secolo a colori, Rizzoli Libri, 2011, p. 6



BLU





NERO

““Il colore del potere, della violenza e della morte.

Il colore preferito dai disegnatori e della gioventù.

Il colore della negazione e della eleganza.””

E. Heller

La parola 'colore' deriva dal latino 'color', che letteralmente significa 'celare', nascondere, oscurare. In greco antico, la parola 'khroma' proviene da 'khros', 'pelle'.

L'etimologia di questa parola narra di come nell'antichità il colore fosse considerato una realtà a sé stante: una materia che nasconde, avvolge e macchia una seconda superficie, così come la pelle può avvolgere l'anima.

I pigmenti, cioè l'essenza stessa della materia del colore, prima di essere riprodotti attraverso una formula chimica, erano qualcosa di poco comune e molto costoso, perciò considerati estremamente preziosi.

Essi erano estratti solamente da elementi naturali: terre, pietre, piante, insetti, molluschi e altri animali mediante un processo laborioso e alquanto costoso. Per questo motivo, l'utilizzo di ogni colore era determinato principalmente dalle disponibilità delle materie prime in una data area geografica e, in seguito, dalle disponibilità economiche dell'acquirente. La difficoltà di estrazione di ogni pigmento ne determinava dunque il valore: più il pigmento stesso era raro, più diventava prezioso, si potrebbe dire fino ad assumere valore magico.

L'utilizzo di determinati pigmenti a scopo personale, rifletteva anche la disponibilità economica e la classe sociale di appartenenza della persona. Un esempio di questa divisione cromatica come riferimento alle classi sociali, era rappresentato dall'utilizzo di colori sgargianti da parte della nobiltà, mentre al popolo erano riservati colori meno intensi, sbiaditi, perché più semplici da ricavare e dunque meno costosi.

Non solo il colore era simbolo di differenze di classe, ma quando iniziò a essere usato in modo più ricercato e ricco nell'arte, esso prese anche una valenza simbolica più profonda, mistica e morale che era dettata dalla società e dal preciso momento socio-culturale.

L'evoluzione della produzione e dell'uso del colore fu un processo molto lungo, che con il tempo si raffinò e perfezionò, fino ad arrivare a oggi per cui basta un semplice 'click' per acquistare online i colori più particolari ed eccentrici.

Verso la fine del Seicento, con concetti estremamente rivoluzionari ed esperimenti fondamentali per la storia, il colore diventa luce.

La Chiesa ebbe un'influenza fondamentale sulla simbologia del colore, influenza che si protrae ancora oggi nell'utilizzo moderno della simbologia stessa. Altresì, l'utilizzo dei diversi colori poteva rappresentare anche una determinata classe sociale. Si può di conseguenza cogliere un'ambivalenza simbolica legata al colore: esso mostrava come potesse avere un determinato significato a livello artistico e liturgico, e averne un altro a livello socio-culturale.

Un chiaro esempio può essere trovato nella fiaba popolare di Cappuccetto Rosso. La versione più antica risale all'Anno Mille, ma le versioni più conosciute sono di Charles Perrault e dei Fratelli Grimm.

Cappuccetto è una bambina vestita con un mantello rosso, quando cerca di portare un cestino bianco alla nonna malata. Nel bosco incontra però un lupo dalla pelliccia nera.

Mentre il rosso, già ai primordi, era considerato un colore dal grande significato simbolico, in principio, la Teologia Cristiana considerava il bianco e il nero come due colori opposti: l'uno rappresentante il bene e l'altro, il male.

Nella fiaba, ecco che il lupo, simbolo del male, era nero. La stessa idea emerge in altre favole, come quella di Biancaneve, fanciulla dalla carnagione candida che riceve una mela rossa da una strega vestita di nero.

Neri contro bianchi, scuro contro chiaro, oscurità che si contrappone alla luce: la storica dualità è una coppia odierna nell'Occidente. Ciò è dovuto all'usanza nel Medioevo di associare i colori per rappresentare i quattro elementi: il rosso al fuoco, il verde all'acqua, il bianco all'aria, il nero alla terra.

Il nero, prima di essere un colore maligno e il colore del lutto, come lo conosciamo tutt'oggi, era considerato un colore fecondo e fertile nelle molte mitologie europee che descrivevano come uscendo dalla notte e dalle tenebre, la vita poteva prendere forma.

Era il colore del vuoto che precede la creazione; era all'origine di tutto ciò che sarebbe venuto alla luce e avrebbe acquistato esistenza, così come si trova nel Vangelo di San Giovanni: "In principio era il nero e il nero era presso Dio e il nero era Dio". La prima creazione di Dio fu la luce. Il cosmo nacque dall'oscurità, poiché il nero primordiale, immaginato dagli antichi come il caos, era madre della luce.

In molte leggende, gli Dei più potenti e gli eroi, nascevano dall'oscurità o in luoghi dove la luce mancava, come ad esempio dalle caverne o dalle grotte.

Nonostante questa visione positiva del buio, in molti racconti di luoghi oscuri, oltre ad essere rappresentati come luoghi di nascita, essi erano anche abitati da mostri ed evocavano i più svariati pericoli. Questo immaginario rispecchiava la paura primordiale del buio e dell'incoscienza di ciò che l'oscurità nasconde.

Il mistero di ciò che si cela nel buio, era simbolo di ciò che non si poteva conoscere e dell'occulto. La maggior parte delle volte, rappresentava una minaccia maligna: oggi sappiamo che nella religione cristiana, il male è sinonimo di peccato.

Il colore nero divenne nella storia addirittura simbolo di Satana.

Esso rappresentava il perfido e il crudele, per esempio nel colore del piumaggio del corvo che si nutre dei corpi morti o nel colore nero del pelo del gatto, considerato furbo e astuto, che vive di notte, o nel colore del manto del cinghiale, bestia creduta selvaggia per eccellenza, conosciuta per la sua violenza distruttrice e cieca e quindi vissuta come un nemico dell'uomo.

Questi erano alcuni degli animali in cui si credeva che Satana amasse incarnarsi.

Si può cogliere l'ambivalenza simbolica del colore nero: da un lato, qualificato come colore fecondo e dall'altro, come infernale.

Ne conseguì che gli animali neri erano temuti a causa della paura che portassero sciagura; ancora oggi se un gatto nero attraversa la strada, qualcuno potrebbe affermarci di andare da un'altra parte per evitare la sfortuna.

La leggenda dell'uomo nero, demone dall'aspetto di uomo, ma senza gambe perché dalla vita in poi sfumava in una punta, era narrata per spaventare i bambini che non volevano dormire. Le leggende non raccontano cosa lui facesse ai poveri bimbi, ma semplicemente la paura del non-noto, di ciò che non si conosceva e si supponeva, era bastante.

Nelle scritture della Bibbia, questo colore fu legato ai funerali e ai defunti; era associato alla Terra, in cui il defunto ritornava al suo luogo d'origine ritornando cenere. L'usanza era già presente nei Romani, che si vestivano di grigio per simboleggiare le spoglie.

Essendo il colore del vestiario nei giorni di lutto, esso era collegato alla morte e di conseguenza alla tristezza ed era il colore della sofferenza interiore.

L'iconografia della morte stessa fu, infatti, una donna vecchia e scheletrica con una falce nella mano, vestita con un mantello nero. Per questo motivo, anche la bandiera dei pirati in passato era nera: significava, appunto, morte.

Con il tempo si definì come colore distruttivo ed emblema della contrapposizione anarchica.

La contrapposizione fra chiaro-scuro, luce-ombra, giorno-notte, si fece ancora più forte nelle ricerche di Newton: quando scoprì lo spettro e stabilì i colori, egli escluse il bianco e il nero.

Se il colore era definito una conseguenza della luce, si pensava che il nero non fosse un colore, ma l'assenza della luce stessa e l'annullamento di tutti gli altri colori.

Si potrebbe affermare che tutto ciò che è colorato nel nero, si dissolve; ma è proprio nella sua negazione che risiederebbe la sua massima potenza espressiva.

Se la luce era simbolo della coscienza, il nero era simbolo dell'inconscio poiché connesso con il buio. E se il bianco, cioè la luce, era considerato ciò che permetteva di vedere i colori, il nero ne era la fine.

Si ritrova questo doppio significato anche in ambito cattolico: vestirsi di nero era ritenuto un segno di penitenza, perciò questo colore divenne una sorta di rituale distintivo per essere un buon fedele. Fu imposto come unico colore delle vesti liturgiche perché rappresentante della mortificazione dei piaceri carnali e della vocazione al lavoro.

Il nero già simbolo di serietà e dell'essere puritani, divenne colore dell'austerità, dell'umiltà e della temperanza, perciò indossato anche dall'autorità e dai giudici.

Nel rinascimento divenne anche un colore principesco. Questa pratica nacque dall'antichità, dove gli abiti neri erano assegnati alle classi più umili o ai lavori più sporchi poiché il colore era ottenuto attraverso la combustione di legno, corteccia e radici. Nonostante l'umiltà di questa tradizione, tingere di nero era una pratica complicata che spesso dava risultati lontani da quelli sperati: il nero solitamente tendeva al bruno o prendeva un colore sbiadito perché non era facile disciogliere i pigmenti neri nell'acqua. Ottenere il nero era dunque molto costoso e perciò notevole.

Da questa caratteristica, nacque il nostro uso attuale del nero per gli abiti da festa. Diventò il colore più elegante e rappresentante del potere ed è utilizzato, ad esempio, nelle auto dei Capi di Stato.

Il significato del nero continuò a cambiare nel corso della storia. Le leggende e i miti sono intuizioni antiche dell'uomo che si sviluppano nel suo immaginario e permangono fino ai giorni d'oggi sotto forma di tradizioni. Per questo oggi è considerato il colore dell'eleganza, è usato per le uniformi più alte in carica, soprattutto è un segno di classe e di elevazione sociale, rappresenta la morale civica assieme a una raffinata sobrietà e pacatezza. Per via del suo carattere assoluto ottenuto nel tempo, il colore nero emana tutt'oggi un grande fascino.

“Il colore del potere, della violenza e della morte.

Il colore preferito dai disegnatori e della gioventù.

Il colore della negazione e della eleganza.”

2 E. Heller, *Psicología del color*, Barcellona, Gustavo Gili, 2007, p. 57 traduzione mia.

3 C. Widmann, *Il simbolismo dei colori*, Roma, Magi Edizioni, 2017 p.4



NERO





ROSSO

“Il calore del rosso si avvicina all’intensità del fuoco”

Johannes Itten

La simbologia di un colore e il suo utilizzo nella storia sono il frutto di un insieme di saperi, conoscenze, nozioni e intrecci di culture cui partecipa l'intera società.

Al contrario del blu, Pastoreau e Simonnet scrivono: “Il rosso è un colore orgoglioso, pieno d’ambizione e assettato di potere, un colore che vuol essere visto e che è ben deciso a imporsi su tutti gli altri”.

Dagli albori dell’antichità, come d’altronde accade tutt’oggi, il rosso è da sempre un colore che richiama lo sguardo.

Si tratta di un colore poco presente in natura; esso si allontana dall’ambiente quotidiano dell’uomo e per questo motivo, egli l’ha contemplato e ammirato per secoli assegnandoli simboli negativi e positivi che persistono ancora oggi.

Il rosso, insieme al nero, nell’antichità fu uno dei primi colori adoperati dall’uomo poiché i pigmenti furono sempre stati a sua disposizione, sia per il loro uso in pittura sia per l'utilizzo tintorio.

Nel Paleolitico fu adoperata la terra ocre rossa che poteva essere procurata abbastanza facilmente; nel Neolitico ci si serviva della robbia, una pianta dalle radici tintorie.

Nel corso del tempo, il rosso venne anche creato con alcuni metalli, per esempio l’ossido di ferro. Il colore rosso fu ricavato anche dal mondo animale, come nel caso del rosso carminio: una delle tinte più accese prodotte dal mondo naturale, che per secoli fu una delle tinture più utilizzate.

Il rosso carminio fu ricavato dal sangue delle cocciniglie, insetti dalla forma ovale la cui taglia è comparabile a un’unghia del mignolo del nostro corpo, con le gambe ondulate e un grande corpo che racchiude questo suo potenziale. Oggi, questo tipo di rosso, è molto economico, ma al principio fu un colorante molto costoso, una delle più importanti sostanze chimiche.

Nonostante la chimica di questo colore si sviluppò velocemente favorendo il suo uso e i molteplici significati a esso attribuiti, il rosso continua a rimandare ancora tutt’oggi a due elementi da sempre presenti nella storia: al fuoco e al sangue.

Già nell’antichità il fuoco fu strettamente associato al rosso e la fiamma fu considerata come “scintilla vitale”, collegata alla creazione della vita. Molti miti narravano di come nel buio delle tenebre, associate al nero, fosse custodito il segreto della vita, rappresentato da un fuoco rosso.

Anche nel Cristianesimo e in molte religioni si trova un'idea simile: il fuoco era simbolo dello Spirito Santo, in altre parole della vita. Lo Spirito Santo scendeva sugli apostoli sotto forma di lingue di fuoco. Le Divinità, nel loro aspetto di spirito, erano quindi associate e raffigurate sotto forma di fuoco, il cui colore era il rosso.

Di conseguenza, era anche il colore anche di chi ne volgeva le veci, di chi era pronto a versare il proprio sangue per il Cristo o di chi assumeva la funzione di guida nel cammino spirituale. Il rosso era anche il colore liturgico dei martiri che, attraverso lo spargimento del proprio sangue, ebbero sacrificato la vita terrena per quella eterna.

Inoltre, sul piano tintorio, ottenere un rosso acceso richiedeva molta fatica poiché la raccolta e la lavorazione delle cocciniglie erano particolarmente laboriose; tutt'oggi, le piantagioni di cocciniglia sono causa di un lavoro alquanto intenso.

A quel tempo, si aggiunse la caratteristica d'instabilità del colore quando era usato su tessuti: senza l'aggiunta di additivi, la brillantezza si sarebbe affievolita al primo lavaggio.

Il rosso meno brillante fu il colore dei tessuti indossati quindi dai contadini, mentre il rosso così come noi lo conosciamo oggi, si affermò nel passato come un colore di lusso e regale, come un segno di potenza. Ancora oggi, nei cartoni animati per bambini, chi comanda è vestito di rosso; ad esempio, il Grande Puffo della serie televisiva I puffi, che iniziò ad andare in onda nel 1981, porta il cappello rosso.

Proprio come segno di potere, il rosso fu adottato principalmente dagli uomini, mentre il blu, colore più discreto e associato alla Vergine, tingeva i vestiti delle donne.

Il rosso era un colore così ricco che fu addirittura usato per gli abiti da sposa fino al XIX secolo.

“Il rosso è simbolo dell'essenza della vita”, scrive M.L Von Franz nel 1980. Il rosso fu il colore del sangue che ci permette di vivere, del parto, dei riti di passaggio e del rinnovamento dell'esistenza.

Conserviamo questo simbolismo ancora nelle tradizioni dei nostri giorni: i luoghi di lusso, come i teatri, sono rossi. Il rosso è il colore del Natale in cui si festeggia l'eterno rigenerarsi della vita.

Oltre ad essere simbolo dell'energia, della vita, e, di conseguenza, della potenza, il rosso fu nel tempo anche il colore della guerra, della caccia e della violenza.

Nei secoli si affermò anche come colore dell'interdetto: nel Medioevo, ad esempio, il boia, indossava guanti e cappuccio rosso quando gli era affidato il compito di eseguire la sentenza di condanna a morte.

Questo colore divenne anche il simbolo della lotta e della rivoluzione, come nelle camicie rosse dei Garibaldini o nelle bandiere della rivoluzione proletaria che adottò il rosso quale colore del comunismo.

Fin dagli albori, tra tutti i colori, il rosso fu sempre stato identificato quale colore più vitale e acceso. Poiché colore dell'energia, simbolizzava anche l'energia più immediata, come quella che animava gli istinti aggressivi. Divenne emblema del terrorismo, della violenza e del combattimento.

Il rosso è un colore dal duplice simbolismo e quindi era contemporaneamente anche così affascinante da essere altresì immorale e diabolico, simbolo del peccato, delle impurità e dei tabù.

Anche il diavolo cristiano, con le sue corna e il piede caprino, era di colore rosso.

Nell'Antico Testamento ebbe una doppia identità: fu il colore associato sia all'interdetto e al peccato, sia all'amore e alla potenza. Nella Grecia pre-ellenistica, il rosso era il colore del grande Dio Eros, il dio dell'amore fisico e del desiderio, simbolo della passione d'amore.

Nell'Italia medievale, questo colore assunse il carattere di simbolo dedicato alle prostitute che dovevano quindi indossare un dettaglio rosso. C. Widmann. scrive del rosso: "È il colore del diavolo che fa avvampare i sensi e gli istinti e dei vizi".

Molte donne oggi si dipingono le unghie o le labbra di rosso, ignare che questa pratica era utilizzata in varie culture per porre in rilievo la vigoria sessuale; il rossetto ne prende addirittura il nome.

Ritroviamo un esempio anche nel vestito di Cappuccetto Rosso: il colore rappresenta il desiderio sessuale risvegliato nel lupo, mentre la bimba innocente va incontro a pericoli di seduzione. Si rileva però che molti studiosi mettano in dubbio questa ipotesi sostenendo che i bambini all'epoca erano vestiti di rosso perché era più facile tenerli d'occhio e perché il rosso era l'emblema dei giorni di festa.

Il rosso ha sempre avuto una duplice valenza: spirito e potenza, pulsione amorosa e sessuale; amore divino e amore carnale. V. Finlay lo descrisse in questo modo: "E' rabbia, è fuoco, è la tempesta di sentimenti del cuore, è amore, è guerra ed è potere: nello stesso tempo, morte e vita, un bellissimo e terribile paradosso."

"Il colore di tutte le passioni, dell'amore e dell'odio.

Il colore degli dei e del comunismo,
dell'allegria e del pericolo."

4 M. Pastoureau e D. Simonnet, Il piccolo libro dei colori, Ponte alle grazie, 2006, p.17

5 C. Widmann, Il simbolismo dei colori, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 74

6 C. Widmann, Il simbolismo dei colori, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 86

7 C. Widmann, Il simbolismo dei colori, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 94

8 V. Finlay, Color. A naturally History of the Palette, Random House Trade Paperbacks, New York, 2004 p.142.

9 E. Heller, Psicología del color, Barcellona, Gustavo Gili, 2007, p. 26 traduzione mia.



ROSSO





VERDE

**“Il colore della fertilità e della speranza.
Verde sacro e verde velenoso.
Il colore intermedio.”**

E. Heller

Secondo al colore blu, il verde è tra i colori preferiti in Europa Occidentale: esso è nell'immaginario comune il colore non solo della vegetazione, ma anche della libertà e della speranza.

Il termine verde deriva dal latino viridis che si ricollega alla famiglia di vocaboli che richiamano la crescita e la vita. Questa testimonianza deriva anche da molte mitologie antiche in cui è colore archetipo della vita vegetativa: il verde, difatti, è colore non solo della clorofilla e di ciò che è vegetale, ma più in generale, della nascita della vita organica.

Si tratta di un tema variamente sviluppato in differenti mitologie: nella narrazione biblica della creazione dell'uomo, ad esempio, il corpo di Adamo fu creato con la terra verde raccolta dai quattro angoli del mondo.

Nella cultura occidentale, il colore verde è vissuto come simbolo dell'amore vivificante e del principio vitale che si manifesta nelle dimensioni vegetative del nostro pianeta.

Evoca quindi natura, boschi, giardini; esprime l'idea di tutto ciò che è sereno e benefico per l'uomo. Il verde aiuta a rilassare lo sguardo.

La sua simbologia si è sviluppata sino ai giorni d'oggi diventando emblema dell'ecologia, della pulizia, della freschezza e della naturalità, della salute e delle attività all'aperto.

Ciononostante, Pastoureau scrisse: "Il simbolo è troppo bello per esser vero, e faremmo meglio a diffidarne, perché, contrariamente alle apparenze, il verde non è un colore onesto. E' un volpone che, da che mondo è mondo, ha sempre nascosto il proprio gioco, un furfante responsabile di molti brutti tiri, un ipocrita che ama le acque torbide, un colore pericoloso la cui vera natura è l'instabilità!"

Con questa ironica affermazione, l'Autore rilevava che il verde, al principio, era un colore mediocre e poco amato e le diverse simbologie che ha acquisito nel tempo lo dimostrano.

Innanzitutto, l'uomo ha padroneggiato tardi e con difficoltà questo colore per via della sua instabilità.

In origine fu prodotto dalle terre verdi, dalle foglie e dalle radici, ma fu considerato per molto tempo un colore secondario a causa della sua difficile riproduzione e del tipo di risultato: era denso, spento e quasi incolore.

La sua fissità era difficile da ottenere: i materiali vegetali con l'effetto della luce si gualcivano, mentre le materie artificiali (come, ad esempio, il verderame, creato attraverso l'ossidazione del rame con aceto o urina), benché all'apparenza

rivelassero un verde intenso e luminoso, erano corrosive e nocive per l'uomo.

A volte instabile, a volte pericoloso: per questa ragione, in epoca romana, il verde era quasi assente sia nell'oggettistica sia nel vestiario.

Di conseguenza, la sua forza simbolica in origine fu troppo debole e limitata perché il verde facesse parte di una gerarchia di colori suscitando emozioni e organizzando classificazioni come per gli altri colori. Pertanto, oltre a non avere ruolo materiale, a questo colore non fu assegnato nemmeno un ruolo ideologico.

Sappiamo che ciò che non è comune ed è poco presente nell'immaginario abituale e quotidiano dell'uomo, può essere vissuto come eccentrico: il verde, una tinta poco usata, assunse di conseguenza anche carattere trasgressivo e svalutante.

Troviamo testimonianza in una lettera di un protestante francese, riportata dagli autori Pastoureau e Simonnet ne "Il piccolo libro dei colori", che esprimeva la sua opinione riguardo la Fiera del Libro di Francoforte del 1500. Egli raccontava di vedere molte persone vestite di verde e fu alquanto stupito perché, nella sua cultura, era segno di una mente un po' "scapestrata"

In Germania, viceversa, il verde era accettato dalla società.

Tingere di verde era ancora un'operazione complessa.

Sotto l'Impero Romano, il verde fu più presente nella vita quotidiana, ma, in conseguenza della sua natura instabile, la sua simbologia si sviluppò poco a poco nel mondo feudale attorno a queste immagini e idee: il colore verde divenne simbolo di tutto ciò che evoca l'idea di altalenante, mutevole e incerto.

Col tempo divenne, e lo è tutt'oggi, addirittura colore del caso, dei giochi d'azzardo, della fortuna e della sfortuna, della sorte e della malasorte, in altre parole di tutto ciò che può variare.

Non è un caso, se le prime banconote, impresse tra la fine del Settecento e metà Ottocento, furono di colore verde. Essendo associato ai giochi d'azzardo, a sua volta divenne il colore della finanza, quindi quello delle banche e dei soldi. Ciò spiega perché nelle tradizioni popolari, il simbolo della fortuna sia un quadrifoglio verde.

Il verde era pensato come un "colore falso, indegno di un buon cittadino o di un cristiano virtuoso", come riportato da Pastoureau e Simonnet.

Nel Medioevo fu associato all'amor profano e, parallelamente, all'amor nascete, per via della sua connessione con la primavera che è, senza dubbio, stagione verde che riporta con sé il calore e la ricomparsa della vegetazione.

Il verde, essendo colore della natura e quindi dell'eterna rifioritura, divenne così il colore che rappresentava la speranza della continuità della vita e, per estensione, della speranza in generale assumendo un significato importante che modificò il precedente pensiero su questo colore.

Ciò accadde anche grazie a Papa Innocenzo: nella sua opera giovanile del 1195, "De sacro altaris mysterio", egli assegnò al verde il ruolo di speranza e di fede nella vita eterna, mentre prima il riferimento al colore era, quasi del tutto, assente dal testo biblico.

L'uomo ha da sempre desiderato sfuggire al carattere definitivo della morte credendo nella possibilità di una sua continuità anche dopo la fine della vita: questo colore, con le sue associazioni, assunse il ruolo di rappresentante non solo della vita, ma anche dell'immortalità. e della speranza. Difatti l'Eden, originario paradiso terrestre che segna l'avvio della vita umana ed è concepito come il luogo della vita eterna, era rappresentato da un paese ricco di vegetazione.

Tra il XII e il XIII secolo, nella storia del significato del verde, troviamo dunque un progresso: esso divenne uno dei colori più utilizzati durante l'anno liturgico.

Inoltre, nel Medioevo, i prati e i giardini curati dall'uomo, furono l'allegoria del paradiso terrestre poiché la natura comprende l'intero Creato e, essendo opera di Dio, coinvolge tutti gli esseri viventi.

Tuttavia, il verde della primavera è anche colore dei principi, di ciò che non è ancora completo (per questo il frutto acerbo si definisce ancora verde) e quindi, come descritto in precedenza, è un colore mutabile come le fasi iniziali e giovanili della vita, come gli amori incerti che ne derivano di conseguenza.

Con la letteratura cortese il verde divenne il colore emblematico della gioventù e dell'amore, poiché con il risveglio della vegetazione, tutto era pensato allegro e nuovo.

L'età medievale dedicò questi attributi a tutto ciò che alla primavera era associato: la gioia, la festa e, appunto, l'amore. D'usanza, i giovani s'incontravano nel frutteto, un meraviglioso giardino luogo di riposo e di appuntamenti celati. Stiamo parlando, però, dell'amor profano perché non dobbiamo dimenticare che questa parte dell'anno era vissuta come stagione dei piaceri, della cortesia e della galanteria, stagione in cui rinascevano altresì gli slanci del cuore, per cui ogni cosa si anima, cambia e varia.

Il simbolismo legato al verde si sviluppò ben oltre la rappresentazione della superficialità tipica della gioventù: dall'essere associato a tutto ciò che era considerato mutevole e bizzoso, come appunto la giovinezza, questo colore acquistò inoltre un connotato più negativo diventando il simbolo delle streghe, del veleno e delle creature del diavolo, dei serpenti, dei draghi e di bestie che s'intese vivessero nell'acqua e considerate velenose, come le rane.

Questo simbolismo si perpetuò così lungamente nel tempo che nell'immaginario collettivo odierno, inconsciamente, questi personaggi folcloristici sono rappresentati in verde.

Le sirene, ad esempio, con la loro coda da pesce, ipocrite e maligne, attiravano i marinai con il loro canto per poi trascinarli negli abissi; le streghe, altresì, furono raffigurate mentre utilizzavano per le loro stregonerie parti del corpo della rana. A tutto questo immaginario, contribuì il fatto che nel Medioevo l'acqua era concepita e raffigurata con questo colore verde.

Anche gli occhi verdi avevano una reputazione sinistra e spesso malvagia: a chi capitava questa sorte, era visto come una persona falsa e astuta.

In conseguenza della difficoltà nel creare un verde stabile nella tintoria e nella pittura, nacque quindi una sottile dif-

ferenza tra verde e verdastro: l'uno, associato alla speranza, ai colori freschi di una stagione primaverile, e l'altro, alla carne in putrefazione, agli animali d'acqua, al veleno e alla falsità. L'aspetto chimicamente nocivo che caratterizzava la produzione di questo colore, sicuramente contribuì all'attribuzione di queste caratteristiche negative.

Nella seconda metà del XVIII secolo, con il sentimento romantico, assunse questo nuovo valore: gli animi avrebbero trovato pace nel verde della vegetazione.

Grazie agli studi sul colore svolti nei secoli, il verde, essendo il colore complementare al rosso, considerato il colore del divieto e dell'interdetto, divenne quindi il suo contrario, cioè un colore permissivo e della libertà.

“Il colore della fertilità e della speranza.

Verde sacro e verde velenoso.

Il colore intermedio.”

10 E. Heller, *Psicología del color*, Barcellona, Gustavo Gili, 2007, p. 42 traduzione mia.

11 M. Pastoureau e D. Simonnet, *Il piccolo libro dei colori*, Ponte alle grazie, 2006 p. 31

12 M. Pastoureau e D. Simonnet, *Il piccolo libro dei colori*, Ponte alle grazie, 2006 p. 32

13 M. Pastoureau e D. Simonnet, *Il piccolo libro dei colori*, Ponte alle grazie, 2006 p. 12



VERDE





BIANCO

**“Il colore della femminilità e della innocenza.
Il colore del bene e dello spirito.
Il colore più importante.”**

E. Heller

Nell'immaginario collettivo odierno, il bianco è associato in maniera alquanto istintiva all'idea della purezza, dell'innocenza e alla luce divina.

Questi attributi sono divenuti simboli e risalgono all'antichità. Ancor oggi, inconsapevolmente, la società occidentale conserva un legame con le sue origini simboliche.

Da sempre il bianco è il simbolo della purezza e del candore dell'ingenuità, altresì l'innocenza.

Secondo Pastoreau, “questo colore è da sempre il più antico, il più fidato, quello che da sempre è investito dei simboli più forti, più universali, che ci parla dell'essenziale: la vita, la morte e forse [...] anche un po' della nostra innocenza perduta.”

In primo luogo, è necessario ricordare come la coppia dei colori bianco-nero svolga un ruolo fondamentale nell'evoluzione della storia dei colori e della loro simbologia.

Come prima descritto, in passato, alle diverse divinità, era assegnato un colore differente, per esempio, il rosso per designarne la potenza o il nero per significarne l'impenetrabilità.

Il bianco, proprio come il nero, è un colore assoluto e totale ed è attribuito a ciò che detiene queste caratteristiche.

Il simbolismo di questo colore fu influenzato dalle ricerche di Newton: egli sperimentò che il bianco di una superficie fosse il risultato della riflessione di tutte le radiazioni cromatiche.

Poiché si tratta della somma di tutti gli altri colori, fu visto come un colore totale e, sempre per questo motivo, fu identificato quale colore del divino, di ogni Dio universale e totale. Conseguentemente, fu anche il colore attribuito a tutto ciò che è riservato alla divinità e ne ha a che fare.

Il Cristianesimo elogia questo colore facendone l'ente supremo dell'essenza divina; esso “esprime il divino in sé”. Il bianco divenne così simbolo delle divinità assolute. La Trinità dei Cristiani fu così ritratta: Dio, il Padre dei Cristiani, come un vecchio dalla bianca barba che dimora su una moltitudine di nuvole altrettanto bianche, il Cristo indossa una tunica bianca, la rappresentazione dello Spirito Santo è una candida colomba.

Come la Vergine è associata al blu, nella religione cristiana, Dio è percepito attraverso il colore bianco. Per di più, il nero è il simbolo del male e il bianco, al contrario, è personificazione del bene. Questo colore fu l'emblema del rappor-

to che l'essere umano ebbe con il divino stesso, inteso nel suo aspetto assoluto e di potenza.

Inoltre, essendo legato alla trascendenza, il bianco fu utilizzato anche per rappresentare la luce primordiale che dette origini al tutto: il bianco dell'esplosione nella teoria del Big-Bang.

Il nero fu il colore della notte, delle tenebre, e allo stesso modo il bianco fu il colore del giorno e della luce che illumina il diurno. La luce fu il simbolo universale della coscienza, perciò la nascita della luce coincise con la nascita stessa della coscienza umana.

Complessivamente è possibile affermare che questo colore rappresenta, oltre alla conoscenza, la verità, la sapienza e la moralità.

Etereo, puro e luminoso, il bianco si qualifica chiaramente per esprimere il carattere della perfezione.

Nella nostra contemporaneità, purtroppo, siamo alla costante ricerca di "un bianco ideale di purezza assimilata alla perfezione". Molte pubblicità offrono un bianco estremamente luminoso, colore imposto dalla società nei bucati, nella biancheria e anche nei denti.

È altresì il colore sinonimo d'incorruttibilità e di ciò che deve essere perfetto o classico: "E' il colore degli showroom di Armani, degli ultimi computer Apple, delle classiche copertine di Einaudi e dei muri delle gallerie d'arte".

Anche il marmo delle statue antiche fu bianco e perfetto, influenzando l'associazione del bianco al pulito e, nel suo contrario, del nero, allo sporco.

Essendo colore di una morale limpida, è anche il colore della pulizia materiale.

Nel nostro linguaggio associamo questo colore alle qualità interiore dell'essere umano, all'essere privo di colpe o più in generale all'assenza di malizia in un individuo. Per questo, l'abito da sposa è bianco durante il Sacramento del Matrimonio, per dimostrare il dominio delle pulsioni corporee. Infatti, secondo il codice cromatico del Medioevo, il Cristianesimo, attraverso l'abito bianco, indicava l'innocenza alludendo in maniera allegorica all'Angelo della Resurrezione e alle qualità della Madonna, per l'appunto Vergine e Immacolata. Nell'epoca vittoriana, per i puritani, le donne europee dovevano rispondere esattamente a questi requisiti.

Tramite il matrimonio cristiano, nel XIII secolo divenne indispensabile sapere, per un tema legato all'ereditarietà, se la futura prole fosse costituita dai veritieri figli del padre. Si conferì, di conseguenza, a questo colore il simbolo dell'innocenza, del puro, del candido e del vergine.

Come testimoniato nella pittura antica, questo colore verginale fu associato alle immagini di donne o di bambini prima della pubertà, poiché erano i portavoce di queste caratteristiche: gli uomini erano ritratti con un colore in prossimità del rosso, mentre la carnagione delle donne e dei fanciulli era tendente al bianco.

Tale utilizzo del bianco fu influenzato anche dalla pratica nata nel XVII di truccarsi il volto di questo colore per distinguere la propria razza (quella bianca, considerata superiore) dalle altre e da chi svolgeva un lavoro umile e considerato poco degno di rispetto come quello dei contadini che esibivano carnagione piuttosto abbronzata a causa dei lavori all'aperto e sotto il sole.

La verità sembra essere che, così come scrive Faccinelli, nella storia non si sceglie una tinta perché si accorda a un'altra. "Quel pigmento deve avere proprietà ulteriori che ne giustificano l'impiego. Anche per questo, tra le materie esiste una gerarchia, che sia mistica, morale o puramente economica".

In sintesi, avere la pelle pallida era più che altro una sorta di riconoscimento, nonostante le donne con il viso cosparso di questo colore apparissero quasi angeliche.

Il bianco non era solo colore angelico e della pura innocenza: essendo legato al trascendente, ebbe anche il ruolo di rappresentare i fantasmi, gli spettri e l'apparizione degli spiriti. Essi furono immaginati di colore bianco, come per esempio, l'immagine della morte che sotto il mantello cupo nasconde uno scheletro bianco.

Anche i vampiri furono rappresentati con la carnagione bianca. Il colore bianco fu usato per rappresentare l'evento assoluto, esattamente come il nero poiché entrambi sono, come scrive Widmann, i due volti dell'assoluto e assieme rappresentano sempre la totalità.

"Il colore della femminilità e della innocenza.

Il colore del bene e dello spirito.

Il colore più importante."

- 14 E. Heller, *Psicología del color*, Barcellona, Gustavo Gili, 2007, p. 42 traduzione mia.
- 15 M. Pastoreau e D. Simonnet, *Il piccolo libro dei colori*, Ponte alle grazie, 2006 p. 24
- 16 C. Widmann, *Il simbolismo dei colori*, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 257
- 17 C. Widmann, *Il simbolismo dei colori*, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 254
- 18 C. Widmann, *Il simbolismo dei colori*, Roma, Magi Edizioni, 2017, p.271
- 19 R. Facinelli, *Cromorama*, Einaudi, Torino, 201, p. 303



BIANCO





GIALLO

“Quel giallo è frutto di complesse dinamiche sociali”

Riccardo Falcinelli

Il giallo è il colore meno amato dagli occidentali: “Nell'ordine delle preferenze, viene citato all'ultimo posto dopo il blu, il verde, il rosso, il bianco e il nero”. Non è sempre stato così, anzi nell'antichità fu un colore dal grande significato simbolico e fu molto apprezzato.

“E' il più prossimo alla luce. Nasce da una sua attenuazione lievissima, avvenga essa a opera di mezzi torbidi o in seguito a una debole riflessione di superfici bianche”.

Si tratta, in ogni caso, dell'associazione del giallo con la luce allegorica degli stati d'illuminazione e del sole.

Un esempio si trova nei cartoni animati e nei fumetti. Essi si esprimono attraverso un linguaggio stereotipato che conserva molti codici che gli spettatori e i lettori intendono istintivamente e incoscientemente, come i fantasmi rappresentati di bianco e, in questo caso, “la comprensione improvvisa è rappresentata da una lampadina gialla che si accende in testa”

Il giallo è la traduzione cromatica del potere illuminante e chiarificatore della coscienza, simbolo dell'intelligenza.

Questo colore è differente della luce bianca dal carattere assoluto poiché è il colore relativo della luce stessa lievemente attenuata e che allude al carattere divino.

Nella Grecia antica il Dio Elios fu associato al giallo, ossia il dio solare; nel Cristianesimo, Gesù Cristo fu rappresentato con barba e capelli biondi. Il giallo era quindi un colore attribuito delle divinità, usato per rappresentare le loro caratteristiche solari e illuminanti e la connessione della divinità stessa con la luce.

L'ostilità verso questo colore nacque nel Medioevo poiché il giallo aveva un alleato: l'oro, simbolo del sole, della vita e del calore e, dunque, il suo luccichio fu associato alla presenza divina.

Un esempio del suo impiego si trova nelle icone bizantine, nell'arte gotica e in quella barocca nella quale il suo uso all'interno delle chiese potrebbe essere quasi eccessivo.

Poiché l'oro era semplice sia da estrarre sia da lavorare, dal II millennio a.C., in Egitto e in Mesopotamia, fu conservato in forme differenti, quali: polvere, gioielli, lingotti e molti altri oggetti preziosi.

L'oro era considerato, non solo materia e colore, simbolo del divino e associato al sacro, ma era anche merce che si

scambia e si compra.

Nonostante la sua mercificazione, ancora oggi l'oro ha un valore simbolico ben preciso, basti pensare a come atleti e sportivi ricercano vittoria e riconoscimento, bramino la tanto sognata medaglia d'oro. Anche nell'antichità, essendo così prezioso, l'oro divenne anche colore regale segnalando anche la supremazia e l'eccellenza di questo colore. In molte fiabe il re era riconosciuto dall'immagine della corona d'oro,

Nei secoli ottenne tutti i simboli positivi che prima erano dedicati al giallo e quest'ultimo fu "privato della sua parte positiva".

Se l'oro fu splendente e illuminante, il giallo divenne un colore debole, spento, triste come l'autunno, non gradito come la malattia.

Se la maggior parte dei colori nella loro evoluzione storica ebbero un duplice simbolismo, uno positivo e l'altro negativo, al giallo furono dedicate simbologie negative come quella del tradimento, della menzogna e della falsità. Non a caso, la veste di Giuda fu dipinta di giallo e solo quello era il colore che l'apostolo che tradì Gesù doveva indossare.

In Occidente, già a metà del Medioevo divenne colore dell'ostracismo, utilizzato per chi si vuole dichiarare colpevole. Anche durante il nazismo, l'ebraismo fu rappresentato da una stella gialla.

Tale costruzione culturale medievale fu dovuta all'imporsi del Cristianesimo per l'intolleranza verso i non cristiani. Tra il XVI e il XVII secolo, questo colore fu anche poco usato dai pittori occidentali. Rappresentava la viltà, ed era quindi vissuto come molto lontano dalla regalità e dalla dignità stata conferita all'oro. Era percepito come "una degenerazione delle qualità luminose e morali dell'oro".

Il giallo opaco, nella sua connotazione negativa ricorda l'autunno e le malattie.

I colori mutano con il cambiare delle idee religiose e con l'avanzamento della scienza e della tecnica, perciò con la scoperta di Newton, il giallo fu rivalutato, apparve di nuovo nella tavolozza degli artisti e trovò largo utilizzo nei dipinti degli impressionisti. Di conseguenza assunse un nuovo significato. Un esempio si rileva nei dipinti di V. Van Gogh, il quale utilizza il giallo in tutta la sua forza espressiva, in tutte le sue sfumature, per la sua sensazione di liberazione e di bisogno di sfogo, rompendo l'archetipo di questo colore.

La realtà di un colore quindi cambia e il suo aspetto è influenzato dal materiale, dalla tecnica, dalla tecnologia. È per questo importante sapere, cambiano non solo il suo simbolismo e il suo significato, ma anche i motivi per cui il colore stesso assume un determinato simbolo o connotato.

Un colore ha a che fare con le limitazioni tecniche, le dinamiche sociali, le regole del sistema artistico e le prescrizioni teologiche. Questo potrebbe spiegare il motivo per cui Giotto nei suoi dipinti non utilizzò questo colore poiché attorno ad esso ruotavano sistemi di codici che lui dovette assolutamente rispettare, a differenza di Van Gogh, che usò il giallo

perché era di suo gradimento.

In definitiva, ogni momento della storia ha un proprio “regime percettivo, ossia il modo in cui guarda ciò che la circonda”.

“Il colore più contraddittorio.

Ottimismo e invidia.”

20 R. Facinelli, Cromorama, Einaudi, Torino, 2017, p. 68

21 C. Widmann, Il simbolismo dei colori, Roma, Magi Edizioni, 2014, p. 279

22 M. Pastoureau e D. Simonnet, Il piccolo libro dei colori, Ponte alle grazie, 2006, p. 38

23 J.W. Goethe, La teoria dei colori, Milano, Il saggiatore, 1979, p. 190

24 C. Widmann, Il simbolismo dei colori, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 134

25 M. Pastoureau e D. Simonnet, Il piccolo libro dei colori, Ponte alle grazie, 2006, p. 38

27 R. Facinelli, Cromorama, Einaudi, Torino, 2017, p. 405

28 E. Heller, Psicología del color, Barcellona, Gustavo Gili, 2007, p. 32, traduzione mia.



GIALLO





CAPITOLO

n.2

L'ESPRESSIONE DEL COLORE

Come i colori influiscono sulle nostre emozioni e azioni.

GLI EFFETTI DEL COLORE

“Il punto di partenza è lo studio del colore e dei suoi effetti sugli uomini. ”

Vasilij Kandinsky

“Un industriale invitò a cena un gruppo di dame e signori. Gli ospiti furono accolti da gradevolissimi odori di cucina, che facevano pregustare un pasto da buongustai. Ma quando la gaia brigata si riunì intorno alla tavola imbandita di raffinatissimi cibi, il padrone di casa accese una luce rossa. La carne sui piatti si colorò di un bel rosso, apparendo freschissima, ma gli spinaci apparvero neri, le patate di un rosso brillante. La sorpresa fu generale, ma la luce si mutò subito in una blu, e l'arrosto sembrò stantio, le patate marce. Gli ospiti persero del tutto l'appetito. Poi si accese una luce gialla, il vino rosso prese l'aspetto di un olio scuro e i commensali divennero giallastri come cadaveri; alcune signore particolarmente sensibili si alzarono e lasciarono precipitosamente la sala da pranzo. Nessuno fu capace di mangiare, benché tutti capissero che le strane sensazioni erano soltanto provocate da luci colorate. Ridendo l'anfitrione riaccese la luce bianca e subito a mensa tornò il buonumore.” (J. Itten).

Se un dottore è interessato alla storia della medicina o un avvocato è attento all'origine delle leggi, per chi lavora con il colore, sarà necessario interessarsi alla storia del colore, al suo simbolismo, alla grande influenza nella nostra vita e all'interno della quotidianità.

Si tratta della cosiddetta 'psicologia dei colori', i cui studi aprono a un campo molto vasto e ancora in gran parte da esplorare.

Gli studiosi dibattono nei loro trattati dell'influenza e della suggestione dei colori in relazione alla nostra mente, ai nostri sentimenti e in connessione al nostro corpo. In conformità a queste ricerche, si può affermare come il colore sia dotato di una grande capacità: ha il potere di produrre in noi delle sensazioni.

Nessuno ci educa ai colori, ma essi sono una costante perenne all'interno della nostra vita; ne siamo a conoscenza, ma nello stesso tempo sono qualcosa di misterioso e sfuggente.

Il colore è una parte essenziale della psiche umana. L'esperienza percettiva di un colore è un'esperienza soggettiva che condiziona profondamente il nostro stato d'animo, l'umore, i comportamenti e la percezione del mondo reale, come rivela l'esperimento di J. Itten.

Quando si parla quindi di espressione del colore, stiamo trattando del modo in cui si manifesta in riferimento alle

emozioni, ai sentimenti, agli atteggiamenti, al carattere. Si tratta di una reazione immediata che coinvolge le relazioni umane.

Essere consapevoli delle esperienze psichiche e fisiche che il colore riflette, è indispensabile per l'utilizzo stesso del colore. È possibile paragonare questa percezione del colore alla vista di un volto umano: ne percepiamo lo stato cioè se esso è triste o contento, ma ciò avviene in maniera naturale e incosciente, come se stessi leggendo dei 'segni'.

Tutti noi, senza alcuna esclusione, siamo sensibili al colore perché evoca un sentimento inconscio. Nella maggior parte dei casi, non siamo consapevoli dei suoi effetti o ne siamo coscienti in maniera molto parziale; anche se non si conoscono o addirittura s'ignorano le conseguenze che i colori hanno all'interno della nostra vita, essi agiscono in ogni caso, che lo vogliamo o no.

Nell'uso di un colore, è importante ricordare le sue qualità oggettive caratterizzanti, sia relative alla fisiologia sia al significato allegorico, poiché influiscono sulle nostre scelte e sui nostri comportamenti.

I colori caldi sollecitano aree del cervello diverse dai colori freddi e, di conseguenza, noi agiamo inconsapevolmente in maniera differente. I colori freddi hanno capacità calmanti: il ritmo respiratorio diminuisce e si ha un rallentamento della pressione sanguigna. I colori caldi, al contrario, stimolano un aumento della circolazione sanguigna e delle attività vitali.

I colori più scuri, come il nero che rappresenta l'oscurità, pongono l'uomo in condizione di quiete e i colori più chiari, come il bianco che rappresenta la luce, in uno stato più attivo.

Lo stesso colore può far scaturire reazioni ed emozioni differenti anche con riferimento alle sue gradazioni.

Il colore blu ha un effetto fisiologico di sedazione. "Riduce il battito cardiaco, la pressione sanguigna e le pulsazioni. È un colore tranquillizzante che intacca la vostra energia e riduce l'aggressività".

Questo colore suscita un senso di calma, quiete, pienezza, pace e benessere: siamo portati a trascorrere molto più tempo in sua presenza rispetto ad altri colori perché è anestetizzante e piacevole stare dove c'è il blu. Dinanzi a esso, si prova una sensazione di serenità: pensiamo, ad esempio, a ciò che percepiamo di fronte a un mare calmo o a un cielo limpido.

Queste sensazioni riportano anche a uno stato malinconico, contemplativo e nostalgico cui contribuisce l'effetto di lontananza e infinito che questo colore, con le sue gradazioni, crea.

Trasmette, inoltre, una sensazione di freddo, soprattutto se il blu è tendente al verde, mentre se è più scuro, ne scaturlisce un'impressione di profondità a livello fisiologico e psichico.

Così ne parla Kandinsky: "Quanto più il buio è profondo, tanto più fortemente richiama l'uomo verso l'infinito, suscita in lui la nostalgia della purezza e, in ultima analisi, del sovrasensibile."

È un colore statico che evoca il sentimento di affidamento, devozione e fiducia. Ha il potere di farci sentire bene con noi stessi; è il colore della pace interiore con se stessi e con il mondo che ci circonda.

Nella quotidianità, il colore blu è utilizzato per ottenere un'atmosfera di sogno, domestica e familiare, morbida e di tenerezza; stimola la creatività poiché fa scaturire nell'uomo le stesse sensazioni provate durante una relazione affettiva, come ad esempio nel legame materno caratterizzato da unione e armonia. Ricorda perciò la tenerezza fisica e mentale. Gli spazi, se dipinti di questo colore, sembrano più grandi.

Il colore verde, come il blu, rilassa e placa. Quando osserviamo questo colore o siamo a contatto con esso, è possibile notare un rallentamento delle funzioni vegetative. Dinanzi al verde, le persone sono a proprio agio, meno stressate.

Si tratta, indubbiamente, del colore della calma e dell'equilibrio e crea un senso di "stabilità, solidità, perseveranza e costanza". Esso permette al nostro occhio di trovare un appagamento, un senso di benessere e conforto seguito dal sentimento di fiducia e incoraggiamento, esattamente come avviene se siamo a contatto con la natura.

Possiamo definire il verde come un colore che non voglia imporsi e non attiri l'attenzione su di sé: esso è, anzi, fittizio e formale. È utilizzato generalmente dall'uomo nella produzione di un prodotto, nel marketing o nell'uso quotidiano, per connettere l'artificiale con il naturale e avere una lettura della realtà più meditata.

Goethe lo descrisse come un colore bilanciato perché "se ambedue i colori-madre (blu e giallo) si equilibrano perfettamente nel composto di modo che l'uno non si noti prima dell'altro, occhio e animo riposano su questo composto come se si trattasse di qualcosa di semplice." Egli raccomandò l'uso all'interno della casa e soprattutto nelle pareti della stanza da letto.

Si descrive il verde come un colore equilibrato, calmante e passivo, che non risalta all'occhio in maniera immediata e, come la natura vegetale, rilassa lo sguardo. Come il blu, anche il verde ha un influsso positivo sulla creatività.

Gli effetti psicologici del verde variano secondo i diversi toni e il verde più scuro crea un senso di malessere.

Kandinsky afferma che il verde assoluto non si muove in alcuna direzione e non possiede alcuna nota di gioia, tristezza, passione; non desidera nulla e non aspira a nulla. Per l'Autore, questo colore è un elemento immobile, soddisfatto di sé. Le dimensioni di disordine e divenire, vengono a mancare a favore dell'armonia e della tranquillità.

Contrariamente agli effetti del colore blu e del verde, il rosso e il giallo danno luogo a stati d'animo attivi, vivaci e tendenti all'azione.

A livello fisiologico, il rosso è il colore caldo che accelera la pressione sanguigna, stimola un incremento delle attività vitali e trasmette una sensazione di calore. Pertanto è generalmente utilizzato per segnalare un pericolo e per stimolare in particolare le emozioni derivate dalle associazioni con un comportamento da evitare: alla vista di questo colore si determina in noi un senso di prontezza.

Esso è utilizzato per attirare l'attenzione, accendere in noi il desiderio sessuale, ma anche incitare all'aggressività e all'azione o solamente per rappresentarle.

Sembra essere il più potente tra i colori, il più forte, il più bello e con le caratteristiche dominanti: per esempio, una persona collocata su uno sfondo rosso, appare più affascinante e seducente che in uno sfondo bianco.

Il rosso è il colore più stimolante ed energico poiché induce a un'eccitazione: suscita, in tutti i sensi, gli appetiti ed ha la capacità di destare i nostri sensi.

Con il rosso si usa sollecitare l'attenzione e la brama poiché l'uomo ne percepisce inconsapevolmente gli effetti appassionanti e agisce di conseguenza con timore, desiderio o aggressività perché è il colore delle azioni impulsive.

Questo colore crea anche la sensazione di prosperità, potenza e dinamicità.

Nonostante le sue qualità energetiche, il rosso ha anche carattere d'intimidazione e il corpo è predisposto ad allontanarsi da esso. Più esso è intenso, più trasmette una sensazione di violenza.

Gli oggetti dipinti di rosso sembrano essere pesanti e il tempo, in una stanza rossa, dà la sensazione di passare molto lentamente.

Kandinsky, nel suo trattato *Lo spirituale nell'arte*, afferma che il rosso suscita una sensazione di forza, energia, tensione, decisione, gioia, trionfo, ecc. Per l'Autore, in campo musicale, questo colore ricorda anche il suono delle fanfare.

Non di meno, ma in maniera differente, anche il giallo è un colore eccitante: produce un senso di allegria e vivacità, risveglia e stimola le funzioni psichiche e attiva le energie del corpo e della mente: per questo è utilizzato per attirare l'attenzione.

È il colore del buon umore.

Anche se è un colore caldo, non è vivace come il rosso: si potrebbe definire un colore più frivolo, quasi superficiale ed effimero, senza alcun carattere di profondità come se con la realtà avesse poco a che fare. Esso conferisce una sensazione di fuga dalla realtà stessa e crea anche un effetto di magnanimità.

Con il giallo "l'occhio è allietato, il cuore si allarga, l'animo si rasserenava: un immediato calore ci prende." Questo colore crea la piacevole sensazione di un sole, di luminosità e calore.

Essendo il colore più luminoso, si associa al simbolo dell'intelligenza; ma esso suscita anche l'idea del dubbio se è offuscato e tendente al nero.

"Grazie a queste caratteristiche di leggerezza, espansione, ampiezza e luminosità, il giallo chiaro è impiegato nel design per alleggerire percettivamente."

Kandinsky osserva nel giallo un moto d'irraggiamento, come se volesse irradiare in tutte le direzioni oltre ad abbagliare lo spettatore: il colore "riceve un movimento dal centro verso l'esterno e sembra quasi avvicinarsi all'osservatore".

Per questo motivo, forse, ai giorni nostri, è utilizzato ad esempio per avvisare della presenza di radiazioni nei cantieri e negli ospedali o appare in alcuni titoli di quotidiani e periodici, cosicché lo sguardo è attratto catturando per un attimo la curiosità dell'osservatore.

"Tutto il mondo sa che il giallo, l'arancione e il rosso infondono e rappresentano un'idea di allegria e di ricchezza", descrive il pittore Eugène Delacroix.

Il bianco crea una sensazione di igiene e limpido, richiama tutto ciò che è nuovo e sterilizzato. Trasmette una sensazio-

ne di luminosità e di ampliamento degli spazi.

A livello fisiologico è descritto come il colore della liberazione e sul piano psichico, della libertà.

“È il colore della disinibizione, dell’apertura, della sincerità.”

Kandinsky scrive che il bianco risuona “sulla nostra psiche come un silenzio tanto grande che per noi è assoluto [...], un silenzio che non è morto, bensì ricco di possibilità; è un nulla giovane o, più esattamente, un nulla anteriore al principio, alla nascita.”

Nella nostra cultura, questo colore si esprime nell’igiene e negli ambienti sanitari; è simbolo della scienza, del progresso dell’umanità; è il colore della biancheria, di tutto ciò che deve essere pulito e puro.

Il nero emana un effetto cupo: prescrive rispetto ed è per questo utilizzato per l’eleganza e il lusso, ma, nello stesso tempo, rattrista e alimenta l’individualismo lontano dai rapporti affettivi diventando il colore del nichilismo, della ribellione e della solitudine.

Max commenta questo colore come “l’antitesi di tutto ciò che è positivo”

Anche Kandinsky, con la sua sensibilità d’artista, comprende questa dimensione del nero nominandolo un “nulla dopo lo spegnimento dei sensi”.

Matisse lo descrive non solo come un colore, ma come una “forza”.

Un esempio della sua potenza espressiva si nota nel suo utilizzo in pittura poiché qualsiasi colore accanto al nero, risulta più accentuato: grazie alla vicinanza ad esso, sono potenziati visivamente gli effetti di altri dettagli colorati. Esso, se usato in una composizione, accentua inoltre la visione della profondità. Ciò che è nero, appare forte e con una certa importanza.

1 J. Itten, *Arte del colore*, Milano, Il saggiatore, 1965, p. 130

2 A. Argenton, *Arte e espressione*, Padova, Il Polografo, 2008, p. 39

3 J. Causse, *Lo stupefacente potere dei colori*, Ponte delle grazie, Milano, 2015, p. 55

4 V. Kandinskij, *Dello spirituale nell’arte*, Milano, Feltrinelli, 1974, p. 110.

5 M. Luscher, *La diagnostica Lüscher*, Roma, Astrolabio, Roma, 1995, p.154

6 J. W. Goethe, *La teoria dei colori*, Milano, Il saggiatore, 1979, p.196

7 V. Kandinsky, *Dello spirituale nell’arte*, Milano, Feltrinelli, 1974, p.110

8 V. Kandinsky, *Dello spirituale nell’arte*, Milano, Feltrinelli, 1974, p.113

9 J. W. Goethe, *La teoria dei colori*, Milano, Il saggiatore, 1979, p. 191

10 C. Widmann, *Il simbolismo dei colori*, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 131

11 V. Kandinsky, *Dello spirituale nell’arte*, Milano, Feltrinelli, 1974, p. 107

12 E. Heller, *Psicología del color*, Barcellona, Gustavo Gili, 2007, p. 34, traduzione mia.

13 C. Widmann, *Il simbolismo dei colori*, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 269

14 V. Kandinsky, *Dello spirituale nell’arte*, Milano, Feltrinelli, 1974, p. 275

IL CONTESTO E LE ASSOCIAZIONI

**“I colori ti conquistano sempre più. Un certo
azzurro entra nell’anima.
Un certo rosso ha un effetto sulla pressione
sanguigna. Un certo colore tonifica.
È la concentrazione di timbri.
Si sta aprendo una nuova era.”**

Henri Matisse

Le origini del comportamento di fronte a uno stimolo, sono oggetto di uno studio scientifico di massa e di alcune fra le ricerche principali della psicologia del colore.

Un colore può eccitare o stimolare una persona e calmarne un'altra e lo stesso colore può avere un effetto attivo o passivo sul pubblico. La reazione di fronte a un colore non è invariabile.

Quando utilizziamo i colori, stiamo maneggiando la sensibilità di un individuo e non è detto che l'esperienza di una persona sia uguale a quella di un'altra perché possono esserci altri fattori a influenzare una reazione dinanzi a quel determinato colore.

Tuttavia la risposta agli stimoli può essere anche innata nel nostro corpo. Stiamo qui parlando delle risposte fisiologiche e irrazionali agli stimoli stessi.

Alcuni esperimenti, svolti attraverso la visione di differenti colori e controllando come il corpo risponde dinanzi ad essi, registrano sensazioni simili per tutti.

È possibile affermare che i colori, oltre a portare sensazioni che coinvolgono la psiche, abbiano conseguenze su tutto il nostro organismo.

Nell'infanzia, ad esempio, i colori sono utilizzati in maniera più irrazionale rispetto all'età adulta e la preferenza di un bambino per un colore deriva dalle emozioni provate dinanzi ad esso. Le sensazioni che le provocano, non sono influenzate dall'ambiente esterno poiché la sua esperienza di vita è piuttosto limitata, dato che egli non è ancora a conoscenza o probabilmente lo è in piccola parte, di ciò che lo circonda.

Nei bambini di età inferiore a un anno, il rosso, sulla base delle proprietà dei colori, suscita paura, mentre il verde è scelto come colore per rilassarsi. Ciò non ha nulla a che vedere con la cultura ma con una risposta puramente emozionale. Molti studi paragonano gli influssi di un colore e le reazioni provate sia nell'età adulta sia nell'infanzia. Ad esempio, dimostrano come l'influenza positiva e l'influsso allegro che i colori caldi emanano, siano innati nell'essere umano e siano collegati a un aumento della produttività: infanti e adulti dopo aver passato un certo tempo in ambienti così colorati, mostrano risultati uguali.

Lo stesso meccanismo reattivo lo ritroviamo negli animali: numerosi esperimenti hanno mostrato un atteggiamento

aggressivo alla presenza del colore rosso.

Come afferma il color designer J. Causse, “non siamo più in presenza di un’intelligenza fondata sul ragionamento, bensì di un’intelligenza primitiva”: rispondiamo a degli stimoli innati nel nostro corpo come se stessi “ascoltando” il colore. Per questo motivo, ad esempio, dinanzi al rosso siamo più timidi. Numerosi studi affermano che il nostro corpo è predisposto ad allontanarsi da questo colore.

La percezione di un oggetto o di uno spazio cambia in base al suo colore: per esempio, un oggetto verde, turchese o giallo sembra più leggero, mentre un oggetto rosso, blu o viola, sembra più pesante.

Inoltre, per via della fisiologia dell’occhio, il colore rosso appare più vicino all’osservatore, a differenza del blu che è percepito meno vicino e dunque più lontano.

Tutti i colori scuri appaiono in generale più vicini mentre i colori chiari si distinguono anche nelle forme più lontane.

Si chiama teoria dell’innatismo, il bagaglio di conoscenze innate ed ereditarie che si uniscono nella coscienza individuale: si tratta di reazioni di fronte a uno stimolo, derivanti da meccanismi neurali innati che si attivano quando si è esposti a delle situazioni emotive spiacevoli o piacevoli. Sono esperienze visive e fisiologiche che tutti abbiamo fin dalla nascita e il colore ha la capacità di evocarle.

La risposta agli stimoli può anche essere una conseguenza dell’intrinseca combinazione tra natura e cultura dell’osservatore, cioè del momento socio-culturale.

A questo proposito, il linguista John Lyons, afferma che i colori “sono il prodotto del linguaggio sotto l’influenza della cultura.” Il loro significato e le nostre reazioni ed emozioni, sono quindi qualcosa di acquisito e appreso dall’ambiente esterno: le sensazioni di un colore vengono percepite in maniera distinta a seconda dei ricordi di un individuo, delle sue associazioni, del suo umore, della sua esperienza.

Si può quindi affermare, in questo caso, che la risposta dinanzi a un colore dipende fortemente dal suo contesto.

Per contesto si intende l’insieme dei significati e la loro connessione nell’ambiente in cui percepiamo il colore: è attraverso il contesto stesso che possiamo determinare se un colore risulta al nostro occhio piacevole o meno.

Il colore di un abbigliamento, ad esempio, si valuta in maniera differente da quello di una stanza, un alimento o un oggetto.

Per questo motivo l’utilizzo di un colore deve variare secondo il suo scopo e utilizzo.

Alla domanda: “Qual è il tuo colore preferito?”, è difficile che la risposta sia il nero, ma contrariamente alle preferenze, è il colore più utilizzato nel vestiario e nell’oggettistica.

Secondo gli studi della psicologa E. Heller, i colori e i sentimenti non si accordano in maniera accidentale: le associazioni non sono questioni di gusto, bensì esperienze universali profondamente radicate nel nostro linguaggio e nel nostro pensiero sin dall’infanzia.

Il significato dei colori, inoltre, gioca un ruolo fondamentale negli stimoli e nelle reazioni vissute dall'uomo e per questo è necessario essere a conoscenza del loro simbolismo.

La relazione tra concetto e colore, è molto forte; l'associazione di un colore a un elemento crea una connotazione negativa o positiva di quest'ultimo e influisce profondamente sull'effetto del colore stesso.

Per esempio, Hemphill (1996) ipotizza che il colore preferito dagli occidentali sia il blu perché probabilmente ricorda la profondità dell'oceano o la bellezza del cielo in una giornata soleggiata, mentre il grigio, tra gli ultimi nella scala occidentale delle preferenze, ottiene reazioni negative perché sembra essere associato ai giorni di pioggia e quindi a un cielo cupo.

La stima per il colore blu e il ripudio per il colore grigio, nascono dalle associazioni con gli elementi naturali cioè da qualcosa che noi abbiamo appreso dall'ambiente circostante nonostante sia una reazione chiaramente soggettiva.

Se la preferenza per il colore blu è acquisita dalla natura, la teoria di Hemphill offre un chiarimento sul perché a infanti e bambini non piace questo colore tanto quanto agli adulti.

Altri esempi del forte legame tra concetto e colore sono dati dall'associazione del bianco con l'abito da sposa o dall'uso del rosso per correggere gli errori.

È dimostrato come il colore rosso influisca sul nostro ragionamento se visibile durante un momento in cui è necessario ragionare: crea, alla sola vista, una condizione di stress e un'alterazione dei nostri risultati.

Altri studiosi affermano che la paura del rosso sia anche dovuta all'associazione con il sangue.

Altri studi dimostrano anche come l'influenza di un'associazione di un colore con un elemento, abbia effetti sulla performance sportiva, sull'attenzione, sui desideri e su molti altri aspetti.

Il colore rosa, identificato come colore femminile e il blu, utilizzato come colore maschile, non esprimono una preferenza innata nei bambini, ma qualcosa che è trasmesso con l'educazione e quindi deriva dalla cultura.

Si può dire che "la sensazione di un colore muta in base alle associazioni".

Associamo spesso e involontariamente un colore a qualcosa, e ci risulta difficile immaginarlo altrimenti. I colori meno amati sono associati alle dimensioni per noi più spiacevoli; le cose che più ci piacciono sono associate ai colori primari.

Si tratta di associazioni implicite in cui l'osservatore associa i colori con specifiche emozioni o stati mentali.

Il verde è associato al salato, il giallo all'acido, il rosa a ciò che è dolce, l'arancione ai sapori piccanti e mai mangeremo qualcosa di blu perché non esiste in natura un alimento blu.

La maggior parte delle associazioni, nascono dall'esperienza dell'osservatore e dipendono dalla sua cultura.

Prendiamo in considerazione le quattro stagioni: esse sono rappresentate con colori e toni che corrispondono alla nostra visione della realtà dovuta all'ambiente dove viviamo. Nel loro insieme, determinati colori, esprimono una stagione senza possibilità di confonderci. In autunno, dove la vegetazione muore, i colori giallo e arancio predominano; in primavera, dove i colori si esprimono in tutta la loro vitalità; in estate, dove i colori caldi sono intensi, e infine l'inverno, dove i colori sono freddi e trasparenti. "Il colore non è affidato al caso".

Si possono produrre sensazioni fredde quando fuori è molto caldo o viceversa; si può creare un effetto cromatico basandosi sulle percezioni di un individuo.

“Se volete sapere quali possono essere le influenze culturali di un colore sulla vostra persona, vi consiglio di provare a visualizzarlo chiudendo gli occhi e a elencare gli oggetti e gli aggettivi che vi vengono in mente in associazione a esso”.

Non è possibile rappresentare qualcosa con un colore che non gli appartiene. “Se ci chiedessero che cosa significano le parole ‘rosso’, ‘blu’, ‘nero’, ‘bianco’, potremmo di certo indicare immediatamente certe cose che hanno quei colori, ma la nostra capacità di spiegare i significati di queste parole non va più oltre!” (Ludwing Wittgenstein, Osservazione dei colori, p. 19).

Ciò rivela la nostra tendenza a concettualizzare la realtà e i nostri tentativi di elaborare le forme attraverso una connessione con altri elementi. Così facendo, facilitiamo la lettura della realtà stessa poiché “la tendenza alla semplificazione è un fattore innato nell’uomo.”

“Il colore è il mezzo più relativo in campo artistico.”

L’uomo riconosce un prodotto, un oggetto o un concetto prima di tutto per il suo colore e spesso ha un’importanza maggiore del soggetto o oggetto stesso. Sarebbe impossibile, ad esempio, riconoscere un estintore se quest’ultimo fosse dipinto di viola, di giallo o di verde, perché quel rosso fa parte della nostra conoscenza. L’osservatore analizza ciò che vede in base al colore che percepisce. La scelta di un colore o di un altro, è determinante e più forte della forma stessa del materiale ottico in questione.

J. Albers, nel saggio “Interazione del colore”, afferma: all’ascolto del nome di un colore, le differenti associazioni e “le reazioni in rapporto al colore e al nome”, saranno distinte per ogni persona poiché la nostra memoria visiva è differente a causa dell’esperienza diversa da individuo a individuo. La psicologia associazionistica studia questi aspetti.

Infatti, secondo il designer M. Hachen, “qualunque sia l’artefatto progettato dall’uomo, il primo contatto che esso ha con il suo fruitore avviene quasi sempre attraverso la vista”; è possibile affermare che dei cinque sensi che ci appartengono, quest’ultimo è certamente il più forte. Quando osserviamo qualcosa, sono prodotte in noi delle tracce mnemoniche - i cosiddetti endogrammi - ovvero i ricordi creati a seguito di un processo fisiologico.

“Il mondo dei sentimenti ci porta a osservare, riosservare e ricordare; la traccia mnemonica diventa sempre più stabile. Aggiungendone una all’altra noi formiamo la nostra personalità: ci umanizziamo. Ogni individuo diventa tale non solo perché sono diversi i suoi lineamenti e le sue fattezze, ma, soprattutto, per la differenza del suo patrimonio mnemonico. Il mondo in cui si vive è, quindi, quello creato e plasmato dai suoi ricordi.”

In altre parole, ciò che un individuo vede, pensa e vive è dovuto alla sua memoria visiva. Crea, infatti, cose differenti secondo il posto in cui si trova, il suo stato d’animo e la sua esperienza.

La memoria è utilizzata in un contesto dotato di significato. Grazie ad essa è possibile immagazzinare informazioni attraverso l’esperienza quotidiana ed rievocarle ogni tal volta che vogliamo. La percezione del materiale visivo giunto all’esperienza passata, favorisce la formazione di materiale con cui già abbiamo avuto a che fare, che ci sono familiari e che conosciamo. Percepriamo il mondo come secondo noi dovrebbe apparire, influenzato da concetti.

La mente umana cerca un equilibrio, un'omogeneità, una semplicità: essa organizza psicologicamente le informazioni secondo leggi d'informazioni e "l'esperienza ha una fondamentale importanza per determinare il contesto in cui è inserito un materiale ottico e [...] il contesto stesso può avere un'influenza su ciò che viene percepito".

La tendenza a semplificare ciò che percepiamo con ordine e regolarità, è nominata pregnanza e deriva dal tedesco "prägnanz".

Se ciò che osserviamo è per noi poco semplice o non familiare, nasce un senso di tensione. L'uomo necessita contrapporsi al caos della natura con un'esigenza psichica di riconoscimento e ordine. L'osservatore interpreta ciò che vede: "si tratta di un'attività inconscia del cervello che controlla le informazioni visive comparandoli con elementi nella memoria legati all'esperienza, alla realtà storica e culturale." È un "comportamento di adattamento all'ambiente che sta alla base della sopravvivenza umana".

Secondo l'architetto I. Romanello, il simbolo ha due tipi di significati, uno legato al nostro essere e alla nostra interiorità, valido di là della storia, l'altro condizionato dal momento storico e dalla realtà esterna. Inoltre, il simbolo che si ricollega a situazioni quotidiane individuali è molto più sfuggente poiché è irrazionale.

I simboli connessi a situazioni individuali possono essere infiniti, perché si basano sugli innumerevoli ricordi, spesso anche legati all'infanzia. Questo fenomeno si chiama sinestesia, in altre parole, è il collegamento di un colore a un elemento secondo l'esperienza ed esso varia da individuo a individuo.

Una "chiara lettura" del colore "dipende quindi dal riconoscimento del contesto."

È necessario tenere ben a mente l'obiettivo e lo scopo nell'utilizzo di un colore. Non è possibile basarsi sulle preferenze personali, ma su una percezione collettiva del colore, che comprende la società, il momento storico, le proprietà e caratteristiche di ogni colore.

Nella scelta di un colore è fondamentale lo stato d'animo dell'osservatore. Un colore è scelto perché in qualche modo rappresenta qualcosa, ed è necessario seguire queste emozioni. È necessario ampliare il paesaggio visivo uscendo dalle vaghe conoscenze o ipotesi del colore che abbiamo, per utilizzare quel determinato colore che rappresenti ciò che si vuole esprimere.

Per fare ciò, è importante ricordare:

- Quali sono i colori ionici originati da motivazioni funzionali, ad esempio il rosso dell'estintore riconosciuto da tutti da vicino e da lontano;
- Quali sono i colori storici, cioè i colori che si sono affermati nel tempo diventando un'icona e che al giorno d'oggi sarebbe impossibile cambiare, come il colore del velo della Vergine;
- Quali sono i colori sintattici, cioè attribuiti a oggetti o materiali che non hanno un colore ionico e proprio di riferimento, dove non esiste una connessione tra un concetto e un colore e l'oggetto o il soggetto può continua-

mente cambiare colore ed è riconosciuto dall'osservatore ugualmente senza problemi.

Essi sono colori interpretabili allo stesso modo da ogni individuo della stessa specie, perché c'è una sorta di costante vettoriale per la lettura del colore.

Per esaminare un colore nella sua specifica dimensione psicologica, è necessario esaminarlo solo, come se stesso "ascoltando" il colore stesso attraverso la sua storia e il suo simbolismo; per utilizzarlo è necessario conoscere quale sia il suo carattere al fine di sperimentare stati d'animo differenti.

È necessario quindi "affacciarsi alle regioni più profonde dell'inconscio per sperimentare l'armonia dei colori singoli o associati, non avente più un legame di necessità con gli oggetti".

Una mente senza preconcetti è il mondo per una nuova visione del mondo che consenta di avvicinarsi ai fenomeni senza farli rientrare in schemi organizzativi.

- 15 M. Lüscher, La diagnostica Lüscher, Ed. it, Roma, Astrolabio, 1995, p.23
- 16 V. Kandinsky, Dello spirituale nell'arte, Milano, Feltrinelli, 1974, p.111
- 17 C. Widmann, Il simbolismo dei colori, Roma, Magi Edizioni, 2017, p. 50
- 18 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p.1
- 19 J. Causse, Lo stupefacente potere dei colori, Ponte delle grazie, Milano, 2015, p. 50
- 20 P. Ball, Colore. Una biografia, BUR Saggi, Milano, 2010, p. 28
- 21 M. Hachen, Scienza della visione, Santarcangelo di Romagna, Maggioli S.p.a, 2013, p. 28
- 22 P. Ball, Colore. Una biografia, BUR Saggi, Milano, 2010, p. 20
- 23 E. Heller, Psicologia del color, Barcellona, Gustavo Gili, 2007, p. 6
- 24 Rose Rider, Color psychology, Liberty University, 2009, p. 4
- 25 Jean-Gabriel Causse, Lo stupefacente potere dei colori, Ponte delle grazie, Milano, 2015, p. 8
- 26 Jean-Gabriel Causse, Lo stupefacente potere dei colori, Ponte delle grazie, Milano, 2015, p. 26
- 27 J. Causse, Lo stupefacente potere dei colori, Ponte delle grazie, Milano, 2015, p. 87
- 28 J. Causse, Lo stupefacente potere dei colori, Ponte delle grazie, Milano, 2015, p. 124
- 29 M. Hachen, Scienza della visione, Santarcangelo di Romagna, Maggioli S.p.a, 2013, p. 3
- 30 J. Albers, Interazione del colore, Il saggiatore, Milano, 2013, p. 103
- 31 J. Albers, Interazione del colore, Il saggiatore, Milano, 2013, p. 23
- 32 M. Hachen, Scienza della visione, Santarcangelo di Romagna, Maggioli S.p.a, 2013, p. 11
- 33 M. Hachen, Scienza della visione, Santarcangelo di Romagna, Maggioli S.p.a, 2013, p. 35
- 34 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p.1
- 35 A. Argenton, Arte e espressione, Padova, Il Polografo, 2008, p. 47
- 36 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p. 14
- 37 J. Albers, Interazione del colore, Il saggiatore, Milano, 2013, p. 26
- 38 P. Ball, Colore. Una biografia. p. 28

Questa tabella è creata attraverso l'elaborazione delle informazioni estrapolate dai testi consultati.

Per associazione mentale s'intende il collegamento di un colore con altri elementi.

Per associazione diretta s'intende l'associazione determinata da circostanze esterne, di un colore a un concetto.

Le impressioni descrivono l'esperienza, sia emotiva sia soggettiva, di un individuo di fronte ad un colore.

Colore	Associazione mentale	Associazione diretta	Impressioni
Rosso	Calore, fuoco, sangue.	Pericolo, Natale, guerra, amore, comunismo, proibito, divieto, Pentecoste.	Passione, eccitamento, desiderio, energia, intensità, rabbia, lussuria, ferocia, dinamismo, felicità, trionfo.
Giallo	Luce del sole.	Attenzione, conoscenza, intelletto.	Allegria, vitalità, stimolo, ispirazione, salute, spiritualità, follia, sapere, chiarezza, tradimento, dubbio, radiosità.
Verde	Natura, acqua, bellezza, vita.	Pulizia, ecologia, fortuna - sfortuna, permesso.	Rinascita, tranquillità, pace, freschezza, benessere, equilibrio, fertilità, speranza, riposo.
Blu	Cielo, acqua, ghiaccio, freddo.	Divino, Vergine Maria.	Contemplazione, malinconia, sottomissione, sobrietà, unione, eternità, perdono, fedeltà, tranquillità, nostalgia, lontananza.
Bianco	Neve, pulito, bene.	Purezza, innocenza, nobiltà d'animo, gioventù, matrimonio.	Sincerità, onestà, luminosità, moralità, pace, eternità, resurrezione, nascita.
Nero	Neutralità, notte, vuoto, male.	Lutto, ignoto, eleganza.	Depressione, inquietudine, Morte, negazione dello spirito, solitudine, lusso.

CAPITOLO

n.3

L'USO DEL COLORE

**L'applicazione del colore e la
comunicazione visiva.**

COMUNICARE ATTRAVERSO IL COLORE

“Alla fin fine, il linguaggio del colore consiste nell’imparare a vedere”

Philip Ball

La connessione con le emozioni che il colore fa scaturire e con il suo simbolismo, è sottile ma profondamente influente nel suo uso all’interno della comunicazione visiva.

È necessario domandarsi qual è lo specifico colore che provoca un determinato sentimento e quale emozione nella storia vi è stata associata.

Si ricordi, ad esempio, che il rosso è rabbia, ma è anche gelosia, irritazione e orgoglio; il verde, usato in maniera differente, può essere salutare o velenoso; il giallo, dubbio o felicità secondo la sua applicazione; ecc. L’uomo è a conoscenza di una moltitudine di sentimenti, molti di più rispetto al numero di colori che oggi conosciamo.

“Attraverso il colore si parla allegoricamente e quando scegliamo un colore [...] inconsciamente esprimiamo un nostro bisogno e lanciamo un messaggio anche agli altri.”

Il significato del colore è quindi un’indicazione per il suo uso e per esprimere le sensazioni di un individuo o una società. Come afferma Romanello I., il colore è il rappresentate dell’interiorità di un individuo, dei suoi desideri e dei suoi bisogni, in uno specifico momento della sua vita.

Il colore è un elemento delicato ma di estrema importanza nella comunicazione e nella creazione di un progetto creativo poiché ogni nostra scelta è da esso condizionata.

Un esempio è dato da un prodotto colorato con tinte scure che grazie al suo simbolismo culturale, appare più serio, più forte e con una certa importanza.

Il colore sa come raggiungere le nostre sensazioni e impressioni. L’Arte e la Chiesa all’epoca medievale ne erano coscienti: per anni hanno utilizzato il colore rilevando il suo aspetto simbolico. Oggi ne devono essere consapevoli anche l’artista, il designer e il pittore poiché l’uso del colore ha la sua psicologia e, se usato abilmente, suscita una risposta emozionale ben chiara.

Nella comunicazione moderna, i colori sono soggetti a codici che li regolano: si forma così un linguaggio e un simbolismo che ritroviamo ogni qualvolta esso venga utilizzato.

Se nell’estetica i colori sono utilizzati con intelligenza e attenzione, la scelta del colore giusto può influenzare le perso-

ne in maniera positiva o negativa al tal punto da incrementare la vendita di un oggetto o l'interesse verso la creazione. "Il designer" o l'artista "deve essere creativo, ma la sua deve essere una creatività cosciente di tutti gli aspetti e i valori coinvolti".

Essere a conoscenza della psicologia del colore è fondamentale per un approccio emotivo sapiente verso il colore stesso, senza affidarsi solamente al proprio buon gusto e a sensazioni puramente soggettive.

È quindi necessario sapere i meccanismi fisiologici, psicologici e biologici che la percezione di un colore evoca nella mente umana, per poterli inserire nella dovuta situazione usando consapevolmente le proprietà dei colori per realizzare un progetto nella maniera più opportuna. Significa non perdere di vista i valori oggettivi del colore e il corrispondente simbolismo pensando all'effetto che essi producono e agli influssi specifici che condizionano la percezione del colore stesso.

La produzione e l'uso dei colori, sono una creazione dell'uomo. Il linguaggio dei colori è qualcosa che gli appartiene fin dall'antichità, è un fenomeno sociale che non esisterebbe se l'essere umano non gli concedesse una voce e un significato, non gli desse vita e forma.

Anche se il linguaggio dei colori è un territorio ancora in gran parte da esplorare, quando l'uomo osserva il mondo esterno, subentra un meccanismo inconscio d'interpretazione di ciò che egli sta osservando e vivendo in quel momento. Per questo motivo è necessario unire la creatività alla visione sensibile dell'uomo e della sua natura psicologica, intendendolo come individuo singolo o che fa parte di una società per considerare tutte le sue caratteristiche, la sua età e personalità. Facendo un appello alle emozioni, i risultati di una creazione saranno più evidenti ed esaurienti.

Le associazioni psicologiche tra un colore e un concetto, giungono dall'antichità fino a noi in maniera duratura e creando codici che formano un linguaggio. Com'è avvenuto in passato, esso cambierà nel tempo, secondo le mode, i nuovi stili di vita e le nuove esperienze. È, in ogni caso, un linguaggio che ci appartiene da anni e che sentiamo nostro; perciò lo riconosciamo subito e che l'arte, il design e la comunicazione utilizzano un linguaggio semplice, comprensibile velocemente, ben pensato e non solo con finalità puramente estetiche, ma con scopi precisi.

Con questo sapere è così possibile utilizzare i colori al meglio per creare qualcosa d'innovativo.

Nell'identità visiva di un prodotto, il colore è un elemento fondamentale; la psicologa H. Heller, afferma che "la creatività è composta: un terzo di talento, un altro terzo di influenze esterne che incrementano certe doti ed un altro terzo di conoscenze acquisiti sul campo. Chi non conosce gli effetti universali e il simbolismo dei colori ma si fida solo della propria intuizione, sarà sempre sorpassato da coloro che hanno acquisito conoscenze addizionali. Se impariamo a utilizzare bene i colori, risparmieremo molto tempo e sforzo".

Quando adoperiamo con dimestichezza il colore, la scelta del colore stesso è quasi secondaria alla sua applicazione. Decidere come applicarlo, è la parte oggettiva più complicata in cui non sono ammessi sbagli: la conseguenza è il mancato risultato della creazione finale desiderata. Il colore è un elemento attivo in grado di attrarre l'osservatore sia sul

piano emotivo sia su quello intellettuale. L'utilizzo del colore nella comunicazione visiva si riferisce a una disciplina che si basa sulla psicologia del colore: la comprensione di questa dimensione, della sua influenza sull'osservatore e del suo utilizzo in maniera accurata, è un potenziale che favorisce il comunicatore visuale.

L'esperienza soggettiva o oggettiva del colore è sempre una e, indipendentemente dall'ambiente in cui si realizza, essa presenterà caratteristiche analoghe: il suo uso simbolico e allegorico legato all'esperienza umana, è indirizzato al tentativo di trasmettere un messaggio.

È inoltre importante essere a conoscenza del linguaggio base del colore, poiché anche la saturazione e la luminosità influiscono sull'emozione suscitata attraverso differenti gradi del colore: alcuni studi dimostrano come lo stimolo verso un colore stesso aumenti con la sua saturazione.

Il prodotto artistico, inoltre, "deve saper comunicare, saper trasmettere cioè dei messaggi che possano venire interpretati univocamente da tutti i possibili fruitori, ma al tempo stesso deve catturare l'attenzione." Di conseguenza, il colore utilizzato dovrebbe evocare qualcosa di amichevole, familiare e riconoscibile, che corrisponda a ciò che l'individuo o l'osservatore necessitano così che la sola vista possa produrre piacere e benessere o, al contrario, emozioni negative. Il colore dovrebbe coinvolgere la persona in ogni istante in cui essa ne sia a contatto o lo osservi oppure lo utilizzi. L'uomo è desideroso di sapere, ma nell'osservazione di fenomeni che attirano la sua attenzione, è necessaria una confidenza con l'oggetto osservato, un qualcosa che lo rende familiare. Non esiste un'unica soluzione per l'applicazione del colore, ma l'artista consapevole della sensibilità del pubblico cui la creazione è destinata, può realizzare qualcosa che si avvicina a un'intima naturalezza.

Il colore andrebbe utilizzato nel design, nell'arte, nell'estetica, nel marketing e in molti altri settori, in base al suo simbolismo e agli effetti che scaturlisce nell'uomo ricordando le proprietà del colore stesso, percepite a livello universale e fisiologico, prendendo in considerazione altresì le norme culturali e le sue connotazioni.

In conclusione, se applicato abilmente, il colore è un potente strumento di comunicazione: esso è un alleato, un'entità, un potere.

Architetti, designers, color designers e molti altri studiosi hanno sperimentato attraverso svariate ricerche come applicare i colori secondo ciò che si vuole ottenere per il pubblico prescelto.

Il colore è addirittura decisivo per la riuscita del prodotto o della creazione poiché colpisce le emozioni dell'osservatore che richiamano quelle vissute in passato, radicate nell'inconscio.

La ricerca cromatica è utilizzata come strategia comunicativa. Quando si tratta di pubblicità o di un prodotto pubblicitario dedicato alla vendita e al mercato, è necessario ricordare che l'attenzione e il ricordo del consumatore sono rivolti prima al colore, poi alla grafica del prodotto e in seguito ai numeri e alle parole. Un annuncio colorato attira maggiormente l'attenzione rispetto a un annuncio privo di colori o in bianco e nero. La pubblicità serve per accompagnare l'osservatore in un acquisto sentendosi libero di osservare e scegliere di comprare ciò che vuole o che magari non sappia nemmeno lui. Essa offre così una possibilità, costruisce il suo stesso pubblico utilizzando il colore come uno dei mezzi per influenzarlo. La scelta del colore è strettamente connessa a influenze esterne (tra le quali il paese di provenienza,

il sesso, la cultura, l'età...) e "con i nuovi metodi è possibile evidenziare gli orientamenti che, uniti all'analisi dei valori sociali, estetici, ottici, psicologici [...] possono dare un quadro di riferimento abbastanza preciso".

Un packaging deve saper comunicare senza parole catturando l'attenzione del cliente prima ancora che quest'ultimo possa rendersi conto di cosa tratta il prodotto: esso deve illustrare che cos'è il prodotto stesso. Ad esempio, l'utilizzo del rosso che è un colore impulsivo, scaturlisce la voglia di comprare ciò che si osserva. Attraverso il colore, l'imballaggio attira l'attenzione in modo rapido, istintivo e comunicativo, ma senza intrattenere troppo l'osservatore, esattamente come un cartellone pubblicitario: esso deve essere semplice, giocare sulle associazioni di idee, fare leva sulle esperienze che ritornano alla mente dello spettatore nel momento in cui lo osserva, avere l'opportuno simbolismo perché esso gioca un ruolo preponderante. Il colore definisce, inoltre, la personalità di un logo. Loghi ben riusciti, sono creati da un disegno e dal colore e sono preferiti a una rappresentazione creata con un solo testo.

L'architetto I. Romanello afferma che nello spazio architettonico il colore deve recare un senso di benessere e di armonia; soprattutto ora, l'utilizzo di colori emotivi corretti in uno spazio interno, è utile per allontanare l'uomo "dalla calma ieratica e della purezza del pensiero razionale", accompagnandolo "nel mondo delle sensazioni, dei sentimenti, dei simboli che toccano le corde più profonde del nostro essere e che, in fondo, teniamo ancora." L'uomo ha una parte irrazionale che deve essere presa in considerazione: il colore e l'arte sono un buon modo per esprimerla. Uno spazio può essere addirittura reinventato attraverso il colore: esso può ad esempio creare volumi, ampliare o restringere percettivamente gli spazi. È necessario ricordare che la sopportazione di un colore che non si addice a un determinato luogo o che è disprezzato dall'osservatore, potrebbe essere a lui nocivo. Il colore può essere invece un contributo di benessere se utilizzato correttamente per il soggiorno, per il posto di lavoro, per la stanza da letto ecc., condizionando l'uomo in maniera positiva così che nei colori possa trovare simboli utili alla sua salute (il giallo del sole, l'azzurro del cielo, il verde della vegetazione...). L'utilizzo di un colore nella maniera più opportuna può aumentare la creatività in uno spazio lavorativo, l'appetito in un ristorante e la giovialità in una sala d'attesa.

Nella creazione di ambienti esterni, non si prende in considerazione il solo individuo ma tutta la società facendo riferimento alla cultura del posto: si confronta la situazione analizzandola riguardo alla preesistente, poiché ogni luogo possiede un colore ed esso diventa l'icona del luogo stesso. Si tratta di un bene collettivo e l'opera deve essere pensata e realizzata come uno spazio che tutti possano vivere. Investire a favore di un'architettura colorata anziché razionale, può aiutare la creazione di un'apertura mentale da parte dell'individuo che la abita perché "agisce sulla ricettività spontanea della mente, mentre la struttura costruttiva (tipica della forma) interessa l'attività organizzatrice mentale."

La comunicazione visuale promuove un processo mentale nello spettatore. Se la forma è qualche cosa che la mente umana può apprezzare o no perché il cervello che osserva è stato istruito e può quindi sostenere se una cosa è piacevole o sgradevole, la risposta a un colore è un fatto puramente emotivo. Il colore è più come la religione, una parte psichica essenziale che fa appartenere al "make-up" di un individuo. La reazione dinanzi a esso non è invariabile, ma plasma l'atteggiamento delle persone nel decidere di spendere i loro soldi o di fermarsi a guardare una cosa più a lungo o meno. È importante capire ciò, quindi sapere che il colore è una sensibilità e che la mente può essere influenzata e convertita

all'uso di un determinato colore.

Essendo un aspetto così personale, l'artista può preferire, con rispettosa attenzione, determinati colori, accostamenti e proprietà poiché spesso gli acquirenti o gli spettatori non sono inclini ad accettare o comprare un colore che non è loro gradito.

- 1 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p. 10
- 2 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p. 75
- 3 M. Hachen, Scienza della visione, Santarcangelo di Romagna, Maggioli S.p.a, 2013, p. 28
- 4 E. Heller, Psicologia del color, Barcellona, Gustavo Gili, 2007, p. 3
- 5 J.W. Goethe, La teoria dei colori, Milano, Il sagggiatore, 1979, p. 118
- 6 M. Hachen, Scienza della visione, Santarcangelo di Romagna, Maggioli S.p.a, 2013, p. 16
- 7 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p.108
- 8 Rose Rider, Color psychology, Liberty University, 2009, p. 10
- 9 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p.110
- 10 Rose Rider, Color psychology, Liberty University, 2009, p. 10
- 11 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p.114
- 12 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p. 1
- 13 I. Romanello, Il colore: espressione e funzione, Milano, Hoepli Editore, 2002, p. 91

ESEMPI DI UTILIZZO DEL COLORE NEL PASSATO

“Il Novecento è stato un secolo all’insegna dei colori”

Leatrice Eiseman e Keith Recker, Pantone

La storia e gli avvenimenti vissuti, hanno portato l'uomo all'acquisizione dei simboli che formano il linguaggio del colore. Quando parliamo di esperienza del colore, stiamo analizzando l'esperienza umana in se stessa, poiché il colore è frutto della storia dell'uomo e della sua evoluzione.

I colori veicolano tabù, pregiudizi e superstizioni e il loro significato nascosto influenza non solo il nostro immaginario, ma anche i nostri comportamenti e il nostro ambiente. Fin dall'antichità, il colore comunica con gli esseri umani, spesso senza che il suo pubblico ne sia consapevole; continua a farlo anche oggi, poiché è diventato parte dell'immaginario.

La comprensione della storia cromatica che intreccia usi, arte, religione, psicologia e politica, e della sua diffusione socio-culturale, può rappresentare un vantaggio a nostro favore per utilizzare il colore in modo più meticoloso e centrato, per comunicare sulla base del suo passato cromatico qualunque sia il fine e l'obiettivo. Ogni decennio è caratterizzato da differenti colori, tanti quanti sono le tendenze sociali, le influenze creative e culturali.

I colori raccontano le storie e le emozioni di chi li utilizza, illustrano le tendenze dell'epoca e del momento socio-culturale vissuto poiché il contesto in cui il colore si esprime, è sempre storico. Attraverso una comprensione accurata del passato e dell'uso fatto del colore negli anni precedenti all'epoca attuale, è possibile sapere o prevedere con riferimento alle statistiche, quali colori potranno piacere in un futuro prossimo, le tendenze nell'uso del colore sulla base del cambiamento delle necessità umane o si può trarne ispirazione.

Secondo F. Birren, un colore ha un successo nel gradimento e nella scelta per circa tre anni seguendo il cambiamento degli eventi e della cultura popolare, le influenze e i movimenti sociali. Un colore diventa anche il simbolo stesso di un evento sociale, come ad esempio il rosso lo è stato per la rivoluzione comunista.

A volte i colori scelti possono essere una risposta a un capriccio o a un desiderio di cambiamento che si esprime con l'allontanamento da un colore che è divenuto un'icona di un particolare aspetto cui reagire. Ad esempio, l'uso negli anni 90 di una tavolozza di colori più ampia, rappresenta una nascosta ribellione per l'uso estremo del blu (blues).

È importante sapere storicamente i colori che sono stati usati, come sono stati impiegati e il perché, per poi ripensarli e proporli tenendo a mente tutte le loro proprietà e componenti.

Molti colori hanno una durata visiva breve, come afferma la Color Design F. Valan nella conferenza Evoluzione e tenden-

ze del colore, ed è una componente dell'analisi di cui è necessario tenere a mente. In Italia, ad esempio, la nostra fretta di cambiamento porta alla continua proposta di nuovi colori sul mercato. Perciò con il passare del tempo, alcune associazioni potranno essere sostituite con altre di diverso tipo e in un differente contesto, comprendendo che la relazione tra creazione e colore è complessa, ben oltre il solo soffermarsi sulla semplice scelta di un colore.

Si possono indicare alcuni esempi dell'utilizzo del colore in Europa, divulgati in seguito alle ricerche storiche della Color Designer F. Valan e basati inoltre sulla ricerca degli artisti e consulenti di Pantone, quali L. Eiseman e K. Recker, che nel loro trattato riportano l'evoluzione per diversi decenni del colore nella storia europea e specialmente in quella degli Stati Uniti. Si riferiscono all'uso del colore all'interno della comunicazione visuale, nella produzione di oggetti, nel design e nell'arte e descrivono le cause concatenanti che hanno contribuito alla diffusione di determinati colori in quel preciso periodo.

Anni Cinquanta: colori pastelli, colori primari

Gli anni Cinquanta si presentano con grande ottimismo. Dopo l'umore cupo, la depressione e il senso del dovere che hanno caratterizzato gli anni della guerra, l'uomo, prima fragile e perso, inizia a trovare soddisfazione e riscontro nella quotidianità che sembra essere tornata alla normalità. Nonostante le ripercussioni globali della Seconda Guerra Mondiale, si assiste a una ripresa economica e, con essa, all'introduzione continua di nuovi prodotti che danno vita alla cultura del consumismo come oggi la conosciamo.

La rinascita del dopo guerra deve portare il buon umore cosicché il panorama visivo si esprime soprattutto nelle tonalità pastello e nei colori primari, cioè con l'uso di colori allegri che infondono una certa sicurezza nell'uomo.

Il rosa pallido, il turchese, la verde foglia, il bianco, il giallo limone: i colori pastello in quest'epoca sono belli e innovativi, svolgono un ruolo specifico e sono meno urtanti dei colori decisi o troppo forti che potrebbero generare tensione.

Ora che la nostra visione cromatica è cresciuta, i colori pastello possono sembrare tristi e spenti poiché l'esperienza e la situazione attuale cambiano il nostro sguardo sul colore.

In quel periodo contribuiscono anche i progressi della tecnologia a creare nuove sfumature. Si tratta di tonalità familiari, che infondono serenità e conferiscono sicurezza nell'uomo. Inizialmente, sono utilizzati per i neonati per stimolare la loro creatività e l'accettazione di un oggetto all'interno del loro ambiente di vita e di gioco.

I nuovi oggetti nati dalla produzione industriale, devono infondere un senso di fiducia perché l'uomo permetta alle nuove mode prima sconosciute, la loro entrata nella quotidianità: nessuno avrebbe accolto un oggetto nuovo dapprima anonimo, se presentato con un colore bellico. Questi beni di consumo si adattano a una visione della società idealizzata: della famiglia perfetta in cui la moglie può avere cura della casa ispirandosi alle dive del cinema mentre il marito torna dall'esercito a una modernità ormai prossima, del concetto di teenegers che emerse negli anni '50 poiché oramai i giovani possono tornare finalmente a studiare.

Tutti desiderano questi colori che regalavano ottimismo. C'è un clima d'innocenza, da sogno e favola. Le tinte improntate al senso del dovere degli anni Quaranta sono quindi sostituite da colori composti, sicuri di sé e con un senso di esuberanza.

Palette di colori vivaci iniziano a diffondersi.

Le donne si dipingono le labbra e le unghie di un color scarlatto con nuovo carattere e nuova sensualità che spicca sul candore della pelle.

Gli architetti e i designers, sotto influenza della scuola di architettura, arte e design Bauhaus, studiano schemi più umanistici, caratterizzati da un contrasto tra i colori che attira non poco l'attenzione rendendo invitanti le nuove creazioni.

Anche la gioventù è più sicura, quindi anche le automobili e i vestiti si tingono di colori eccitanti.

Ciò che sembra un paesaggio rose e fiori, è però traviato dall'irrequietezza dell'olocausto nucleare.

Questa inquietudine è espressa con colori cupi dagli Espressionisti astratti che percepiscono ancora i dolori della guerra.

Anni Sessanta: il multicolore

“Se ricordi qualcosa degli anni Sessanta, vuol dire che non gli hai vissuti davvero”, afferma il cantante dei Jefferson Airplane, Paul Kantner. Ebbene sì. Negli anni Sessanta la popolazione si divide, chi sostenendo l'ottimismo degli anni Cinquanta, chi invece ricercando la realizzazione personale.

È anche l'anno dell'inizio della diffusione della cultura hippie, i famosi figli dei fiori, che nasce negli Stati Uniti e si diffonde in breve tempo in tutto il mondo: con essa si espandono i colori vivaci, vibranti, psichedelici, tie-dye e la creazione di nuovi stili grafici: Compagno collage, scritte ondulate e colori allucinogeni con riferimenti impliciti alla droga che all'epoca più piace, l'LSD. Gli effetti visivi di questa droga sono carichi di colore puro: melanzana, fucsia, indaco, blu, arancione. Perfino i colori naturali, come il giallo del sole, appaiono in quest'epoca, innaturali.

Ciò è reso possibile grazie ai nuovi coloranti chimici che permettono l'utilizzo di colori di forte contrasto e alte saturazioni.

In Italia, in questi anni, come afferma F. Valan, i colori primari sono i più importanti, come il rosso, il verde e poi il blu.

Il rosso nei prodotti è il colore più utilizzato, accostato al bianco e al nero.

Il design è monomaterico e monocromatico (e ciò è una grande novità all'epoca) ed è ampiamente utilizzata la plastica tinta con colori saturi. Le forme sono geometriche e i colori sono ad alto contrasto. La plastica rossa è la tecnologia del momento, ma iniziano a diffondersi anche oggetti in nero. Ciò è dovuto alla diffusione in tutto il mondo delle nuove leggi sui diritti civili che eliminano (o almeno ci provano) la discriminazione razziale. Il nero diventa così potente e fiero, come la bellezza fisica africana. L'utilizzo del nero nel design è cool e moderno. Diventa presto una moda e anche gli abiti sobri si tingono di un nero sofisticato e sensuale.

Si creano le decorazioni optical in bianco e nero.

L'industria della stampa è rivoluzionata con il Pantone e ogni sfumatura può essere ricreata dando così un grande vantaggio ai creativi di molti settori.

A metà degli anni Sessanta diventa un sistema di standardizzazione e un linguaggio del colore universale. Il primo campionario riporta i colori accesi tipici del decennio, richiesti da ogni cliente.

Nei manifesti e nella comunicazione visiva si utilizza il nuovo font Helvetica che facilita la lettura.

Anni Settanta: il naturale

Negli anni Settanta, il colore brillante degli anni psichedelici, è sostituito dai colori naturali: si usano le terre, i bruni, i marroni, il verde, l'arancio, il color panna e i materiali naturali quali il legno, il cuoio, le piume, il sughero, secondo le tendenze naturalistiche.

Il verde avocado è il colore più diffuso nell'arredamento poiché reca benessere e tranquillità assieme al blu che richiama il colore dei laghi e dei ruscelli.

Questo tentativo di riprodurre i colori della natura, è dovuto al desiderio dell'uomo di riposo, di pace e d'integrità, di una scappatoia e di un rifugio dal mondo in cui si trova, ora alquanto innaturale.

Se gli anni Sessanta si presentano come una festa in cui i figli dei fiori che si sono impegnati nell'attivismo contro l'inquinamento con proteste a favore dell'ecologia e con movimenti ambientalisti, ciò che troviamo negli anni Settanta, è la rivoluzione sociale. Nel design la plastica, elemento nocivo per l'ambiente, è eliminata. La Terra è vista come una creatura preziosa da proteggere.

L'ipocrisia e le ambiguità non sono più accettate, soprattutto dal movimento Punk che mostra un vestiario nero e strappato dove risaltavano facilmente altri dettagli fosforescenti e piuttosto alternativi, e producono musica ribelle contro le convinzioni.

Ogni colore, nei decenni, rispecchia quel determinato stile di vita che si cerca o si vuole condurre.

Il design nelle abitazioni, si preoccupa di creare un posto accogliente con colori riposanti e materiali artigianali.

La diffusione di questi materiali è altresì dovuta alla crisi economica per cui le persone richiedono cose di maggior durata e che trasmettano sicurezza.

Lo spazio è considerato un valore e i mobili e gli oggetti d'arredamento lasciano fluire questo spazio cosicché nelle zone comuni si possa passare le ore in compagnia. Le forme degli oggetti sono importanti e si esaltano con schemi monocromatici.

Negli anni Settanta il colore inizia a essere oggetto di studio scientifico di enorme interesse: da ciò la nascita di varie teorie del colore. Il testo *Arte del colore* di J. Itten, risalente al 1961 e poi pubblicato negli anni Settanta in edizione economica e più accessibile, unisce studi di psicologia, sociologia e psichiatria ed è ancora oggi un'importante guida per universitari, artisti, designer.

Nasce l'esigenza di un rapporto più strutturato nei confronti della vita.

Anni Ottanta: vigore

La televisione inizia a trasmettere a colori. Ed ecco che il colore inizia a essere un valore!

Ogni cosa può essere illustrata attraverso il colore stesso. Iniziano a essere utilizzati nuovi colori, come il viola o il rosa anche se in una trasmissione in bianco e nero, non si sarebbe ben distinto. Sono utilizzati i colori tonali e le tinte intermedie a bassa saturazione.

Nasce il blu elettrico che diventa la nuova icona cromatica dei prodotti hi-tech. Si potrebbero definire il blu e il rosso come il classico abbinamento anni Ottanta.

Oggi giorno il colore ha una funzione più mirata e con l'avanzarsi dei colori digitali, iniziano a diffondersi oggetti policromatici: più colori presenta un oggetto, più è grande il suo valore.

Si usa il laminato e le decorazioni riprendono i colori dei pixel.

Ciò è dovuto alla fine della guerra fredda e una ripresa globale dell'economia.

Si diffondono i blu jeans.

Le donne in questi anni iniziano a investire nuovi ruoli sociali e con essi appare l'uso di nuovi colori. Se al principio esibiscono colori tenui, progressivamente si utilizzano quelli personalizzati che possano esprimere a pieno il carattere e la personalità.

I nuovi colori interessanti e personalizzati diventano l'emblema dell'auto-miglioramento.

Il colore, nell'arte come nel design, deve comunicare gioia e ottimismo.

- 14 Faber Birren, *Selling with color*, McGraw-Hill Book Company, New York, 1945, p. 5
- 15 Faber Birren, *Selling with color*, McGraw-Hill Book Company, New York, 1945, p. 8
- 16 Video conferenza di Francesca Valan, "Evoluzione e tendenze del colore", Porto Gruaro (VE), 11/11/2016
- 17 I. Romanello, *Il colore: espressione e funzione*, Milano, Hoepli Editore, 2002, p. 84
- 18 L. Eiseman, K. Recker, Pantone. *Storia del XX secolo a colori*, Rizzoli Libri, 2011, p.99
- 19 L. Eiseman, K. Recker, Pantone. *Storia del XX secolo a colori*, Rizzoli Libri, 2011, p. 126

DISCORSI SUL COLORE
intervista alla color designer Francesca Valan

CAPITOLO

n. 4

PROGETTO PERSONALE

“Nel colore”

PROGETTO PERSONALE: “Nel colore”

**“...un linguaggio
che esprime i nostri sentimenti,
al punto che si può dire che i colori sono
sentimenti visualizzati”**

Isabella Romello

A seguito di un'attenta analisi di studio, ho sviluppato una ricerca sul significato e il simbolismo del colore all'interno della nostra vita, con il fine di fornire, soprattutto a me stessa, una piccola guida e delle conoscenze per poter sfruttare al meglio il potere del colore, tanto forte e utile quanto misterioso, discreto e ambiguo.

La mia ricerca procede con un'attenzione verso la psicologia del colore, della mente umana e della memoria visiva connessa ai ricordi e alle associazioni.

Il mio interesse non è una sola conoscenza del significato del colore, del suo simbolismo e della sua psicologia, indubbiamente utile per il mio campo di studi, ma una visione connessa all'immaginazione e ai sentimenti.

Attraverso il mio progetto personale intitolato Nel colore, ho voluto sperimentare e fare esperienza diretta con il colore stesso. Si tratta di una sperimentazione dell'effetto del colore, la azione che svolge attraverso il suo simbolismo e la sua connessione con l'uomo.

Le risonanze emotive del colore trovano la migliore amplificazione nell'immaginario. Il simbolismo dei colori è, necessariamente, anche un discorso figurativo.

Il mio progetto non vuole soltanto esemplificare documentazioni astratte, ovvero mettere in pratica ciò che ho analizzato, ma anche stimolare il vissuto emotivo che dinanzi ad un determinato colore proviamo.

Il mio obiettivo è utilizzare il colore per evocare dei sentimenti, sfruttare il suo influsso sui pensieri e il suo simbolismo.

Il colore è uno strumento a portata di tutti che provoca delle emozioni, qualunque esse siano: un mezzo accessibile a chiunque e a cui tutti gli esseri umani, nessuno escluso, sono sensibili.

Il mio approccio con il colore è basato su un tentativo di coinvolgimento dell'osservatore. Attraverso il video e le performance ho catturato frammenti di realtà, creando successivamente una narrativa visuale che trasmettesse ciò che ho analizzato, non che una percezione del colore collettiva assieme a una interpretazione visuale personale delle sensazioni che un colore trasmette.

L'osservatore può quindi immedesimarsi nel progetto, essere in accordo o in disaccordo e, cosa più importante, provare delle sensazioni dinanzi ai colori. Inoltre, basando la ricerca su una percezione non personale del colore, l'osservatore è in grado di cogliere lo spessore simbolico dei diversi colori attraverso le evocazioni emozionali immediate che essi suscitano.

Ho voluto creare una familiarità tra il materiale artistico e l'osservatore, così che il pubblico riconosca determinate emozioni, senza alcun tipo di tensione o dubbio, ma creando in loro una chiarezza e nuove informazioni riguardo al colore e al suo simbolismo. Come spiegato nella mia ricerca, la mente umana ha bisogno di semplicità, se questa viene a mancare, il materiale osservato potrebbe turbarci, o farci fuggire dinanzi ad essa.

In questo modo voglio anche sottolineare come il colore sia qualcosa di estremamente conosciuto all'uomo, ma nello stesso tempo così sfuggente, creando attraverso questo contrasto qualcosa che lo intrattenga, scaturisca la sua curiosità e le sue perplessità.

Ho utilizzato associazioni istantanee tra il colore e il suo significato, tratte soprattutto dal trattato di Claudio Widman, Il simbolismo dei colori e nel saggio Psicologia del colore di Eva Heller, dove illustrano le associazioni più immediate tra un oggetto, un sentimento e un'azione nella cultura europea. Nel mio progetto personale riporto quindi ciò con cui l'uomo ha già fatto esperienza e di cui è già a conoscenza.

Il mio progetto è un video narrativo che presenta attributi, oggetti, azioni e gesti, che il pubblico già conosce, anche se non ne è consapevole o solamente non ne è a conoscenza, poiché il simbolismo del colore è radicato nel profondo dell'uomo dai tempi antichi e noi ne siamo condizionati e lo utilizziamo costantemente, anche se non ne siamo a conoscenza.

Per questo motivo ho voluto sviluppare una visione poetica del colore differente attraverso delle performance, ma nello stesso tempo estremamente familiare per chi la osserva, così che lo spettatore possa sentirsi partecipe di un fenomeno che gli riguarda e che non può ignorare.

Ogni gesto, oggetto, materiale che si vede nel video non è dato al caso: è studiato e realizzato per scaturire un'emozione, e quell'emozione è esattamente ciò che quel colore, secondo studi scientifici, psicologici, storici e artistici, trasmette. Infatti ogni cosa presente nel mio progetto svolge un solo scopo: suscitare le emozioni proprie di un determinato colore.

Ho cercato il più possibile che la mia visione del colore personale e la mia esperienza non influenzi la visione percettiva del colore che ho analizzato e concretizzato attraverso l'immaginario. Ho cercato di dare un'interpretazione e, attraverso le associazioni, creare delle sensazioni, tenendo ben a mente il mondo in cui viviamo e ci circonda e il modo in cui lo conosciamo. Per fare ciò ho unito la mia ricerca alla mia creatività, utilizzando le componenti oggettive e fisiologiche del colore e gli effetti sulla psiche ottenendo l'effetto cromatico e psicologico desiderato.

Sostengo importante vedere ed essere accorti di cosa accade utilizzando il colore e cosa viene scaturito nell'uomo (in questo caso, il pubblico del mio progetto).

Il mio scopo è sviluppare una sensibilità attraverso il loro uso e la loro relazione con l'uomo e la sua quotidianità, poiché il colore viene apprezzato maggiormente se siamo a conoscenza delle sue proprietà e che il nostro sguardo e la nostra mente diventa più ricettiva.

La ragazza nel video è una costante, svolge delle azioni o al contrario si presenta come una figura estremamente passiva. Ho scelto di inserire una figura umana all'interno del video poiché è l'uomo che subisce, o domina gli effetti del colore, perché è proprio l'essere umano che l'ha creato. Esso è un suo frutto, un suo linguaggio: è qualcosa che gli appartiene e fa parte della sua vita, lo utilizza a suo piacimento e attraverso gli eventi gli ha attribuito un significato. È solo l'uomo, intenso sia come individuo, sia come parte della società, il creatore stesso del significato del colore, del suo simbolismo, del suo linguaggio, del suo nominativo, del suo utilizzo.

Le performance del video avvengono su sfondi differenti dipinti dei colori che, con giudizio, ho voluto analizzare e con essi sperimentare delle sensazioni.

Nel Rosso, è presente la rosa, le labbra scarlatte di una ragazza giovane e dalla pelle candida, la sicurezza e dinamicità nella persona, il sangue e le ferite.

Voglio con essi indicare l'eccitazione, l'accelerazione del battito che si prova dinanzi ad esso, l'odio e il potere, l'amore e la passione, la guerra e l'energia. Nel video si presenta come primo tra i colori, poiché esso è il più forte, il più bello, dal simbolismo più accentuato.

Il Giallo rappresenta il sole e l'estate, la follia di libertà, l'ottimismo e il buon umore. Si tratta di un colore superficiale, leggero e effimero, che ha poco a che fare con la realtà, è anzi fuga dinanzi ad essa con l'eccitazione che essa comporta. La ragazza, infatti, sorride, lieta di essere senza pensieri. Si dondola sull'altalena, gioca con fiori e ne strappa i petali con noncuranza di ciò che fa. Importante è il contrasto tra i fiori appesi a una parete e i fiori gettati in aria, esso vuole evidenziare il suo carattere la sensazione di liberazione.

Il verde esprime l'equilibrio, la calma, l'appagamento e il benessere. La ragazza tiene in mano una pianta che indica l'associazione del verde con la natura.

La prima immagine del blu è la ragazza con una corona di fiori tra i capelli. Essa vuole essere una citazione della Vergine, il quale colore è il blu, e dell'elevazione spirituale e della fede che questo colore rappresenta. Si tratta di un colore passivo, malinconico e introverso, infatti al principio la ragazza non svolge alcuna azione, ma un'altra mano invece la accarezza, sporcandola di polvere blu. Dopodiché è lei stessa che si accarezza il corpo, poiché il blu è simbolo di legame, unione e affetto. Anche il suo vestito è di velluto per rendere la morbidezza di questo colore.

Il bianco indica la purezza d'animo, l'innocenza un po' infantile, il bene e la moralità, la sincerità e tutto ciò che è immacolato e vergine. La ragazza porta la spallina del body al suo posto, incosciente dell'effetto che può procurare la visione

di una spalla scoperta, tiene in mano un mazzo di tulipano con preziosa cura, come se stesse cullando un bambino, gioca con un nastro come nell'infanzia si usa fare.

Il viso dipinto di bianco è una citazione della donna vittoriana, la quale si dipingeva il viso di bianco per distinguere il suo rango sociale e in questo modo appariva estremamente angelica.

Il nero mostra l'assenza di luce, la paura, la solitudine, il nichilismo, la tristezza, ma nello stesso tempo l'eleganza e il rispetto che questo colore trasmette. La griglia funge da gabbia, che intrappola gli essere umani e nega la loro essenza. Essi sono ciechi, vivono nell'oscurità con la paura della minaccia e della morte.

Il nero non sempre ha un significato negativo: la ragazza che tenta di uscire da un tulle nero che la ricopre è una citazione dell'aspetto antico e fecondo del nero, poiché nell'antichità si credeva il nero fosse la madre delle cose, da esso nasceva la vita, ed è collegato alla terra. Il tutto è accompagnato da una voce narrante:

“Rosso

Amante passionale

Il colore intimo del corpo

Lotta senza fine tra amore e odio

Sole,

il cuore si apre

L'anima si allietta.

Verde,

pace dell'anima

Una cosa sola con la natura

Il blu non possiede alcuna dimensione.

Il blu è un'influenza costante nel mondo, che calma.

Purezza d'animo,

L'abisso bianco, infinito, si stende davanti a te.

Così come la solitudine

il nero si alimenta dell'assenza di luce

Nulla rispettoso.

Il colore è un'essenza onnipresente nella nostra vita,

così radicato nella nostra cultura da diventare evidenza impercettibile del nostro simbolismo”

Ho voluto stimolare una lettura del colore diversa da quella a cui siamo abituati, sollecitare le nostre reazioni e associazioni dinanzi ad un colore, stimolare la capacità di osservare e interpretare il colore per il suo significato.

Il mio progetto incita anche a un'osservazione che va oltre ciò che sappiamo e pensiamo di sapere, a un'educazione al colore stesso e ai suoi effetti psichici e al vederlo in maniera ingenua, ascoltando le emozioni che ci trasmette perché sono date da nostro istinto e quest'ultimo non sbaglia, soprattutto ora dove abbiamo bisogno di razionalizzare ogni cosa.

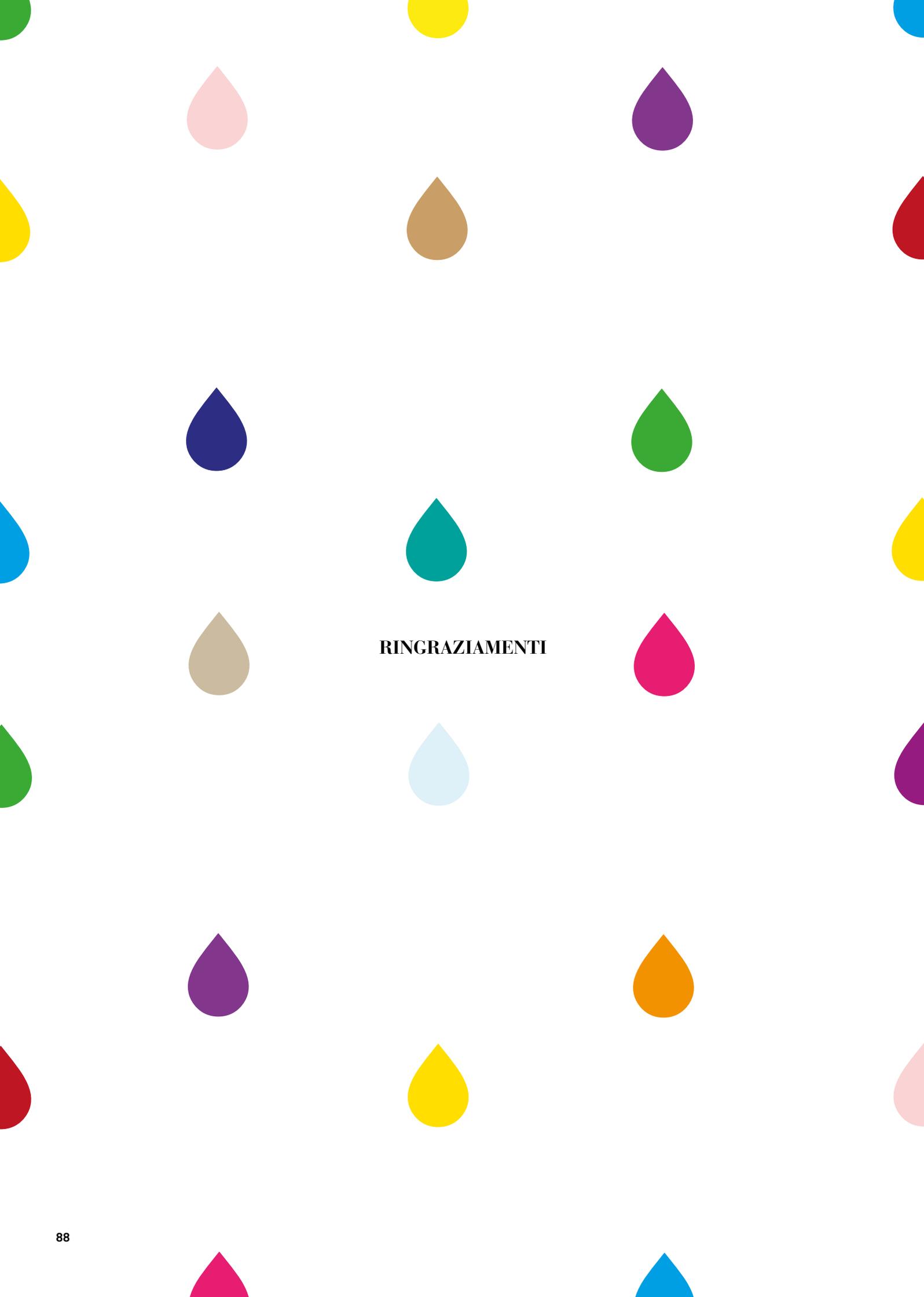
Bibliografia

- Josef Albers, *Interazione del colore*, Il saggiatore, Milano, 2013.
- Vasilij Kandinsky, *Dello spirituale nell'arte*, Milano, Feltrinelli, 1974.
- Max Lüscher, *Il test clinico dei colori*, Ed. it, Abano Terme (PD), Piovani, 1993.
- Max Lüscher, *La diagnostica Lüscher*, Ed. it, Roma, Astrolabio, 1995.
- Johann Wolfgang Goethe, *La teoria dei colori*, Milano, Il saggiatore, 1979.
- Johannes Itten, *Arte del colore*, Milano, Il saggiatore, 1965
- Michel Pastoureau, *I colori dei nostri ricordi*, Ponte alle grazie, Milano, 2011
- Michel Pastoureau, *Blu. Storia di un colore*, Ponte alle grazie, Milano, 2008
- Michel Pastoureau, *Nero. Storia di un colore*, Ponte alle grazie, Milano, 2008
- Michel Pastoureau, *Verde. Storia di un colore*, Ponte alle grazie, Milano, 2013
- Michel Pastoureau e Dominique Simonnet, *Il piccolo libro dei colori*, Ponte alle grazie, Milano, 2006
- Riccardo Falcinelli, *Cromorama. Come il colore ha cambiato il nostro sguardo*, Einaudi, Torino, 2017
- Claudio Widmann, *Il simbolismo dei colori*, Roma, Magi Edizioni, 2014.
- Victoria Finlay, *Color. A naturally History of the Palette*, Random House Trade Paperbacks, New York, 2004
- Faber Birren, *Selling with color*, McGraw-Hill Book Company, New York, 1945
- Jean-Gabriel Causse, *Lo stupefacente potere dei colori*, Ponte delle grazie, Milano, 2015
- Eva Heller, *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, Barcellona, Gustavo Gili, 2007
- Philip Ball, *Colore. Una biografia*. BUR Saggi, edizione digitale, Milano, 2010.
- Massimo Hachen, *Scienza della visione. Spazio e Gestalt, design e comunicazione*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli S.p.a, 2013
- Alberto Argenton, *Arte e espressione. Studi e ricerche di psicologia dell'arte*, Padova, Il Polografo, 2008.
- Isabella Romanello, *Il colore: espressione e funzione*, Milano, Hoepli Editore, 2002
- Leatrice Eiseman, Keith Recker, Pantone. *Storia del XX secolo a colori*, Rizzoli Libri, 2011

Sitografia

www.oikos.it Video conferenza di Francesca Valan, "Evoluzione e tendenze del colore", Porto Gruaro (VE), 11/11/2016

www.sciencedirect.com Articolo di Rose Rider "Color Psychology and Graphic Design Applications", Liberty University, Spring 2009



RINGRAZIAMENTI

Ringrazio
i miei genitori, Fabi e Paolo, che mi hanno permesso di completare gli studi,
hanno supportato le mie scelte, creduto nella mia creatività e sostenuta nella
mia crescita personale e formativa.

Mio fratello Elia, che con i suoi consigli e il suo umorismo
è sempre riuscito
a farmi trovare la motivazione giusta.

I miei Amici,
vicini e lontani, italiani e spagnoli, francesi e tedeschi,
che hanno vissuto con me questi anni e hanno tifato per me.

Un grazie particolare alle mie compagne di vita,
Marta, Anna, Ilaria, Elena e Cristina,
che mi sono sempre state accanto incondizionatamente
e hanno condiviso ogni tappa importante della mia vita.

Ringrazio Eleonora e Giulia e il nostro meraviglioso amore fraterno.

Alice e Sofia;
con le quali sono cresciuta e, nonostante le nostre scelte di vita differenti
e la lontananza, abbiamo deciso di stare insieme.
Un ringraziamento speciale ad Alice,
che riesce sempre a trovare le parole giuste.

Un grazie alle mie coinquiline,
Monia, Antonella, Marta e Gioia,
ai miei compagni di corso,
in particolar modo alle mie amiche Reyna e Giulia,
che ogni giorno mi hanno supportato (e sopportato) per anni
e con i quali ho creato legami forti e meravigliosi.

Un grazie ad Annalisa, che ha saputo ascoltarmi e capirmi in ogni istante.

Ringrazio
tutte le persone che hanno creduto in me e che hanno vissuto con me questi anni.

Infine, ringrazio la professoressa Francesca Valan,
che mi ha aiutato nel mio percorso di tesi che senza la quale
non avrei mai sperimentato questo argomento complicato.

Ringrazio i professori dell'Accademia,
che mi hanno fornito un'istruzione eccellente;
e il mio relatore, Andrea Franceschini, e i suoi consigli e la sua disponibilità.

