

è stata molto apprezzata. Ogni anno il pubblico richiedeva nuovi colori ma anche informazioni su come accostare le diverse tinte.

Perché si dice che un colore è di moda?

Vorrei rispondere con un esempio, raccontando l'incredibile ascesa del colore viola. Il viola, anche per questioni scaramantiche, è stato sempre poco presente nell'abbigliamento. Da qualche anno, invece, lo si trova spesso nelle collezioni. Se si vuole capire il perché, si deve partire dal Duemila, quando il Papa ha aperto l'anno giubilare con la diaria viola, facendolo diventare un colore condiviso da tutti. Semplice e verissimo.

In questo caso, si vede bene come la moda non viva affatto in un mondo a parte ma, anzi, sia molto sensibile allo spirito del tempo.

Certo. Nel 1991, per fare un altro esempio, la guerra del Golfo scatenò la moda dei colori militari. Così come il nero, adoperato a piene mani negli anni Ottanta, era figlio del movimento punk, ma bisogna considerare che si veniva anche dai cosiddetti «anni di piombo». Non c'era certo da stare allegri. Così, per quasi vent'anni, ha dominato quella che si può definire «cultura acromatica».

In quegli anni il colore è stato messo in castigo?

Direi di sì. Si è avuto un triumvirato di bianco, nero e grigio che ha dominato il gusto collettivo. Case tutte bianche, abiti tutti neri e città tutte grigie. Il che, a mio avviso, ha creato più di un equivoco. Il nero, per esempio, è stato funzionale a un canone estetico, (è effettivamente uno dei colori più eleganti e prestigiosi), ma ha anche costretto a vivere per troppo tempo in tinta unita; e la tinta unita è

pericolosa, perché la monocromia non esiste in natura.

Insomma, l'ultimo grazie da dire a Papa Giovanni Paolo II è per il suo viola...

Si può dire che il viola abbia aperto davvero una nuova strada: da lì si è passati facilmente al fucsia, al rosa, seguendo in modo irregolare le gradazioni di colore. Questo perché c'è, comunque, una componente incontrollabile in ogni evoluzione.

Il blu sarà il colore del 2006. Questo come si spiega?

Per gli americani il blu equivale a «trust», ovvero fiducia e sicurezza. Viene infatti usato per quasi tutte le confezioni di beni primari che troviamo al supermercato, come la pasta o il latte. Ed è anche il conciliatore di tutti i colori. L'attuale bisogno di sicurezza, la nostra ricerca di serenità, non può che portare verso questo colore. Non mi è difficile associare il blu alla delicata situazione politica internazionale di questo momento.

Come si procede per decidere gli accostamenti?

Ci sono delle regole non solo percettive, per esempio i colori complementari funzionano bene l'uno accanto all'altro. Per il prossimo anno, il blu come colore di base sarà accostato all'arancione, che è il suo complementare. Mi viene da pensare l'esterno blu e l'interno arancione. È importante diluire e associare.

In futuro il colore continuerà a vincere sulle tinte unite?

Mi auguro di sì. Oramai è stato smascherato il gioco retorico fatto in questi anni. Penso che la gente si stia ribellando all'inganno delle monocromie vendibili ovunque. Il blu, quello scuro, tendente verso il violetto, si sostituirà gradualmente al nero. Anche se per la sera il nero non conoscerà mai il tramonto. ●

FFM.



Jean Paul Gaultier



John Richmond



La Perla



Marni



Roberta di Camerino



Trussardi

Sarzana capitale dei creativi

Il workshop sul colore di Massimo Caiazzo, alle 10 di domenica 4 settembre è uno dei 31 appuntamenti del Festival della Mente in programma a Sarzana, in provincia di La Spezia, dal 2 al 4 settembre (www.festivaldellamente.it). Forte delle oltre 12mila presenze registrate lo scorso anno, la kermesse punta a fare luce in modo trasversale sulla nascita dei processi creativi e sulle dinamiche della percezione attraverso presenze prestigiose come quelle di Chuck Palahniuk («Where do you get your inspiration?»), Germano Celant («Il museo globale»), Paolo Sylos Labini («La creatività in economia»), Eugenio Borgna («La follia può essere sorgente di creatività?»). Non ultimo, questa nuova edizione del festival, che si terrà sempre nelle piazze e nella fortezza della cittadina ligure, inaugura una speciale sezione dedicata alla creatività di bambini e ragazzi.

è stata molto apprezzata. Ogni anno il pubblico richiedeva nuovi colori ma anche informazioni su come accostare le diverse tinte.

Perché si dice che un colore è di moda?

Vorrei rispondere con un esempio, raccontando l'incredibile ascesa del colore viola. Il viola, anche per questioni scaramantiche, è stato sempre poco presente nell'abbigliamento. Da qualche anno, invece, lo si trova spesso nelle collezioni. Se si vuole capire il perché, si deve partire dal Duemila, quando il Papa ha aperto l'anno giubilare con la diaria viola, facendolo diventare un colore condiviso da tutti. Semplice e verissimo.

In questo caso, si vede bene come la moda non viva affatto in un mondo a parte ma, anzi, sia molto sensibile allo spirito del tempo.

Certo. Nel 1991, per fare un altro esempio, la guerra del Golfo scatenò la moda dei colori militari. Così come il nero, adoperato a piene mani negli anni Ottanta, era figlio del movimento punk, ma bisogna considerare che si veniva anche dai cosiddetti «anni di piombo». Non c'era certo da stare allegri. Così, per quasi vent'anni, ha dominato quella che si può definire «cultura acromatica».

In quegli anni il colore è stato messo in castigo?

Direi di sì. Si è avuto un triumvirato di bianco, nero e grigio che ha dominato il gusto collettivo. Case tutte bianche, abiti tutti neri e città tutte grigie. Il che, a mio avviso, ha creato più di un equivoco. Il nero, per esempio, è stato funzionale a un canone estetico, (è effettivamente uno dei colori più eleganti e prestigiosi), ma ha anche costretto a vivere per troppo tempo in tinta unita; e la tinta unita è

pericolosa, perché la monocromia non esiste in natura.

Insomma, l'ultimo grazie da dire a Papa Giovanni Paolo II è per il suo viola...

Si può dire che il viola abbia aperto davvero una nuova strada: da lì si è passati facilmente al fucsia, al rosa, seguendo in modo irregolare le gradazioni di colore. Questo perché c'è, comunque, una componente incontrollabile in ogni evoluzione.

Il blu sarà il colore del 2006. Questo come si spiega?

Per gli americani il blu equivale a «trust», ovvero fiducia e sicurezza. Viene infatti usato per quasi tutte le confezioni di beni primari che troviamo al supermercato, come la pasta o il latte. Ed è anche il conciliatore di tutti i colori. L'attuale bisogno di sicurezza, la nostra ricerca di serenità, non può che portare verso questo colore. Non mi è difficile associare il blu alla delicata situazione politica internazionale di questo momento.

Come si procede per decidere gli accostamenti?

Ci sono delle regole non solo percettive, per esempio i colori complementari funzionano bene l'uno accanto all'altro. Per il prossimo anno, il blu come colore di base sarà accostato all'arancione, che è il suo complementare. Mi viene da pensare l'esterno blu e l'interno arancione. È importante diluire e associare.

In futuro il colore continuerà a vincere sulle tinte unite?

Mi auguro di sì. Oramai è stato smascherato il gioco retorico fatto in questi anni. Penso che la gente si stia ribellando all'inganno delle monocromie vendibili ovunque. Il blu, quello scuro, tendente verso il violetto, si sostituirà gradualmente al nero. Anche se per la sera il nero non conoscerà mai il tramonto. ●

FFM.



Jean Paul Gaultier



John Richmond



La Perla



Marni



Roberta di Camerino



Trussardi

Sarzana capitale dei creativi

Il workshop sul colore di Massimo Caiazzo, alle 10 di domenica 4 settembre è uno dei 31 appuntamenti del Festival della Mente in programma a Sarzana, in provincia di La Spezia, dal 2 al 4 settembre (www.festivaldellamente.it). Forte delle oltre 12mila presenze registrate lo scorso anno, la kermesse punta a fare luce in modo trasversale sulla nascita dei processi creativi e sulle dinamiche della percezione attraverso presenze prestigiose come quelle di Chuck Palahniuk («Where do you get your inspiration?»), Germano Celant («Il museo globale»), Paolo Sylos Labini («La creatività in economia»), Eugenio Borgna («La follia può essere sorgente di creatività?»). Non ultimo, questa nuova edizione del festival, che si terrà sempre nelle piazze e nella fortezza della cittadina ligure, inaugura una speciale sezione dedicata alla creatività di bambini e ragazzi.