

**NIPPONICA.** UN ESPERTO SPIEGA PERCHÉ LA SCELTA DELL'ARCHITETTA È STATA UN AZZARDO ■ DI FRANCESCO GALDIERI

## Provaci ancora Aulenti, il rosso accelera il battito cardiaco

**Due mila firme** a Tokyo contro il colore dell'istituto italiano di cultura. Per Caiazzo, docente di cromatologia, «crea uno stato di tensione. Basti pensare che in molte aziende giapponesi le toilette sono rosse col preciso scopo di ridurre i tempi di seduta»

■ Vista dall'Italia la "rivolta" contro il rosso scelto da Gae Aulenti per il nuovo edificio dell'istituto italiano di cultura a Tokyo, è roba dell'altro mondo. Una disputa popolar-istituzionale-diplomatica innescata dal rosso-lacca di (una) facciata? Una quisquilia, una bazzecola estetico-cromatica, un'eccentricità dal Sol Levante, stile Tamagochi & company.

Eppure, le due mila firme in calce alla petizione pro restyling cromatico fanno vacillare le approvazioni inerenti (la forma e) il colore dell'edificio, rilasciate dalle autorità competenti, controvertendo giudizi lusinghieri, come quello del direttore del Museo di arte occidentale di Tokyo, Masanori Aoyagi: «L'edificio è bello, e, poi, il rosso gli dona». Ma stando alle motivazioni addotte dai residenti - capeggiati da tal Kensuke Hashimoto, ultrasettantenne proprietario di una società immobiliare, irritato dal riflesso porporino sul marmorino degli esterni della sua abitazione, prospiciente i dodici piani oggetto del contenzioso cromatico - il rosso lacca dell'edificio «turba psicologicamente la vita quotidiana». La tonalità costituirebbe una sintonia grossolana con l'ambiente urbanistico-naturale di Chiyoda, uno dei quartieri più suggestivi di Tokyo; da qui dunque la richiesta perentoria di un viraggio cromatico al color crema. Mettici la cassa di risonanza

mediatica del quotidiano conservatore *Yomiuri* (14 milioni di copie); e, strada facendo, agguinci come supporter il governatore di Tokyo, Shintaro Ishihara, nazionalista dichiarato, a fomentare i sensibili e irritati animi tonal-popolari con dichiarazioni del tipo: «Il colore di quell'edificio è incompatibile con la sensibilità del popolo giapponese», ed è presto fatto. Dalla contesa urbanistica si sconfinò nell'incidente diplomatico.

E pensare che, per la scelta, Gae Aulenti si è ispirata alla tradizione nipponica, «il lacca - ha spiegato l'architetta - è il colore dei palazzi imperiali e dei templi». Invece, quella facciata rossa s'ha da rifare: è percettivamente indigesta, sostengono i red-dissident nipponici. Dal dissenso cromatico al paventato affare di Stato, il passo sembra breve, almeno stando al made for Japan.

Una levata di scudi era, in qualche modo, prevedibile, almeno secondo chi di colori se ne intende, e meglio di tutti gli altri. «Dal profilo percettivo il rosso è un colore difficile, spiega Massimo Caiazzo - molto difficile, perché non si fissa sulla retina, ma richiede un ulteriore sforzo dell'occhio che, così, chiama in causa il cristallino». Massimo Caiazzo è docente ordinario di cromatologia e tecniche grafiche speciali presso l'Accademia "Cignaroli" di Verona. In Italia è uno dei pochi colour con-

sultant, figura creativo-professionale che a livello internazionale vanta un'associazione di categoria, l'Iacc (International Colour Consultant Association) fondata nel 1957 a Hilversum nei Paesi Bassi, che si occupa della formazione e dell'aggiornamento dei progettisti del colore. Cioè «gli specialisti in grado di utilizzare le potenzialità espressive del colore e della luce artificiale in maniera accurata e cosciente».

«Il rosso in Giappone è co-

lore tradizionale, a cominciare dalla bandiera, un punto rosso su fondo bianco e, con i suoi rimandi simbolici, al sangue, alla guerra, alla bandiera cinese, costituisce un colore ingombrante, problematico, impegnativo; e sottolinea che il legame con il territorio non può tradursi in una pedissequa imitazione dei colori della città antica, ma deve saperne reinterpretare in chiave contemporanea i valori di vivibilità e immediata riconoscibilità». Non solo. «Il rosso - continua Caiazzo - accelera il battito cardiaco e il respiro, creando uno stato di tensione. Basti pensare che proprio in molte aziende giapponesi le toilette dei dipendenti sono di

colore rosso con il preciso scopo di ridurre i tempi di seduta». E a proposito dello scontro politico innescatosi a Tokyo? «Non posso fare altro che esprimere la mia solidarietà all'architetto Gae Aulenti sotto il profilo culturale. Mentre come colour consultant non posso affermare che sia stata una scelta felice, poiché il rosso lacca utilizzato su grandi superfici crea un effetto distonico, sottovalutando la valenza "sinestetica" del colore, la sua vocazione all'eteropercezione, che investe non solo la vista ma anche anche l'udito, il tatto, il gusto, l'olfatto, connessi tra loro da un sesto senso, quello psicologico».

## SEGUE DALLA PRIMA. ARTOM E IL BOOMERANG FISCALE

■ «Così, ad esempio, in tema di tassa di successione, si galleggia tra la proposta di Bertinotti di tassare i patrimoni sopra i 180mila euro, che in un paese in cui l'82% dei cittadini è proprietario sarebbe francamente assurdo, a quella di Bersani, che fissa l'asticella a 500mila euro, a quella di Prodi, che dice di voler tassare solo le grandi fortune, ossia poche centinaia di persone».

Insomma una ridda di voci, un balletto di cifre deleterio per l'Unione. Per questo Artom propone una cosa molto semplice: «tirare subito una riga netta. I segretari di partito si chiudano in una stanza per un giorno intero e ne escano sabato con una proposta forte e condivisa sull'intero pacchetto fiscale: Bot nuovi e già emessi, rendite finanziarie, tassa di successione, cuneo fiscale, Irpef e via elencando. Occorre fare chiarezza fino all'ultimo dettaglio, una volta per tutte». Utilizzando lo scivolone mediatico di questi giorni per attaccare, trasformandolo in punto di forza. «Voglio dire: si stabilisca una volta per tutte cosa si intende per ricco, sopra quale patrimonio si è considerati tale, 800 mila, 1 milione di euro... Ma poi la cifra oltre la quale tassare sia quella. E si dica chiaramente, con nettezza, che sotto quella soglia le tasse diminuiranno».

Proprio così dice Artom: diminuiranno. «E parlo di taglio dell'Irpef sul ceto medio - aggiunge.

«Ben oltre i 7 punti percentuali sui depositi bancari proposti finora. Sarebbe un claim efficacissimo e coraggioso. Una proposta se vogliamo rivoluzionaria, per l'Italia, ma che permetterebbe di dimenticare il balletto di voci di questi giorni». E di passare ad altri temi nell'ultima settimana di campagna. «Perché, vedete, l'Italia non è un paese povero, è un paese che cresce poco, che è cosa diversa». A macchia di leopardo: «a fronte di aziende che chiudono, ce ne sono altre che funzionano benissimo, fanno profitti e innovazione, e stanno alla grande sui mercati internazionali. Ecco, bisogna ripartire da qui, basta retorica sul declino, tra l'altro un po' di ripresa economica comincia a vedersi - ragiona Artom - Torniamo ai messaggi positivi, di speranza, di fiducia, come in fondo Prodi ha già fatto nel primo duello tv con Berlusconi. Aiutiamo le forze produttive, che sono numerose nel paese. Scommettiamo sul "ritorno alla crescita", è questo il messaggio da veicolare nell'ultima settimana di campagna». Altrimenti succede come in questi giorni in cui, qui al nord, ha preso a montare una pericolosa incertezza davanti alla ridda di voci sulle tasse. «Non sono un sondaggista - conclude Artom - Ma a naso è un (brutto) segnale che solo tre settimane fa non riscontravo proprio».

MARCO ALFIERI

## review

### Un argine yankee alla cultura low cost

DI MASSIMILIANO PANARAFI

C'era una volta il mondo del capitalismo sociale. Oggi, invece, impazza il capitalismo flessibile. Ovvero, il modello General Motors (perdente) contro quello Wal-Mart (vittorioso e dilagante). A raccontare le più recenti metamorfosi dell'economia e delle società di mercato in un libro intitolato, per l'appunto, *La cultura del nuovo capitalismo* (edito dal Mulino) è uno dei più noti e acuti sociologi odierni, Richard Sennett. L'intellettuale molto global (che si divide tra il Mit di Boston e la London School of Economics) e abbastanza radicale che ci ha spiegato gli stati d'animo e i problemi esistenziali dell'«uomo flessibile» immerso nella postmodernità e nel postindustrialismo. Nelle quattro conferenze tenute presso la Yale University e raccolte nel volume, il sociologo tratteggia il mutamento epocale intervenuto nell'organizzazione del lavoro e dell'economia, con le sue impressionanti ricadute sul nostro modo di vivere e vedere le cose.

Il tramonto dello Stato weberiano, quello novecentesco delle «gabbie d'acciaio» e delle gigantesche burocrazie, comporta pure l'inesorabile fine dell'età dei Carnegie e dei Rockefeller, quella della grande impresa e del paradigma produttivo fordista, gerarchico e disciplinato secondo la catena di montaggio, ma nel quale il posto risultava sostanzialmente garantito a vita e il «compromesso socialdemocratico» dispensava ai lavoratori tutta una serie di garanzie e protezioni sociali. Poi, la globalizzazione ha sparigliato le carte, e la prevalenza nei rapporti di forza del Big Business ha fatto sì che nulla fosse più come prima. Il capitalismo globalizzato e flessibile ha spazzato via ogni certezza ed è arrivata l'epoca della «modernità liquida» (come dice Bauman): velocità, instabilità, profitto rapido e di natura finanziaria, ansia e precarietà. L'età del potenziale e, come tale, di tutto ciò che difficilmente diventa reale (a parte orari lavorativi prolungati e repentini cambi di occupazione). Sembra, per la nemesi che a volte governa la storia, la bizzarra vittoria di alcune delle teorie della New Left - esperienza dalla quale proviene lo stesso autore - ferocemente avversa a tutti i dinosauri burocratici (del capitalismo come del socialismo di Stato) e fiera sostenitrice dei desideri e delle aspirazioni degli individui. La Nuova sinistra anni Sessanta e Settanta dalla cui fervida fantasia (non arrivata al potere...) è stata partorita quella left multiculturalista che fa saltare la mosca al naso a liberal a 24 carati come Bob Reich e Richard Rorty e che ha indotto in Sennett più di una riflessione autocritica.

La politica progressista versa dunque, secondo l'autore, in gravissime difficoltà, tra predominio del marketing (ecco dov'è finita la retorica dell'individuo «macchina desiderante») e «dorature» alla New Labour. Il sociologo prova a delineare qualche possibile argine alla neocultura del low cost e della «corrosione del carattere», invocando la restituzione agli individui della «continuità biografica» (e della correlata capacità di accumulare esperienza e produrre senso, negata dalla precarietà lavorativa) ed esaltando l'utilità e l'abilità artigianale contenute all'interno di ciascun lavoro.

La soluzione è molto a stelle e strisce. Singoli, associazioni, mutualismo, i nodi e i terminali della società civile (o, come diciamo dopo Castells, i network). Zero sindacati e partiti. Che piaccia o meno, a noi nostalgici figli del Vecchio continente: è l'America, bellezza! E Sennett, difatti, è un appassionato e appassionante intellettuale molto radicaleggiante e, soprattutto, molto yankee.

■ Richard Sennett, *La cultura del nuovo capitalismo*, Il Mulino, 150 pagine, 11 euro.