

Il mondo dell'immagine e la pubblicità hanno provocato grandi mutamenti nel nostro modo di percepire i colori e nei loro valori simbolici

Se gli euroamericani preferiscono il blu ecco gli spagnoli catturati dal rosso ma quasi tutti fanno fatica a cogliere le sfumature di una stessa tinta

Principe giallo cercasi

C'è una cosa nella quale siamo costantemente immersi e di cui non potremmo mai fare a meno, anche se non lo sappiamo: il colore. La civiltà dell'immagine ha provocato anche dei cambiamenti sostanziali nel valore simbolico dei colori. Sentiamo da alcuni esperti (un docente di cro-

matologia, una scenografa, uno psicologo) cosa comporta secondo loro questa «mutazione coloristica». E proviamo comunque a far caso, nella vita di tutti i giorni, a un colore che non sembra un colore, ma che ha mille sfumature: il grigio. Fateci caso, ne siamo circondati...

ROSALBA CAPOZZI RICCARDO MANCINI

Immaginate l'improvvisa scomparsa del colore dallo schermo televisivo: seguiranno scene di sconforto, forse addirittura di panico. Del colore non si può più fare a meno e non soltanto in tv. Oggi alcuni equilibri strutturali sono messi in discussione, arcaiche certezze repentinamente abbandonate e si contano le prime vittime: è scoppata la rivoluzione dei colori. Spot, filmati, cartelloni e depliant, documentari, sigle, sono realizzati con sistemi computerizzati che permettono di scegliere fra più di 16 milioni di tonalità diverse. E' il vecchio, il suo uso sa di luddismo, di sperimentazione dotta e rifiuto della commercialità. Nell'abbigliamento sono d'obbligo vademecum mensili alla ricerca del colore di moda. Nei supermercati assistiamo all'apoteosi dei coloranti. Caraffe di pipì azzurra inondano sugli schermi televisivi pannolini celesti per lui e rosa per lei.

È in gioco, in questa lotta all'ultima sfumatura, il rapporto stesso tra uomo e colore, che si è andato sempre più complicando negli ultimi millenni. Strumenti primari di sopravvivenza per conoscere e riconoscere bacche, infiorescenze, frutti e specie animali, i colori hanno interessato gli autori delle più svariate discipline umanistiche e scientifiche. Eppure questo territorio così vasto, luogo di disordinata accumulazione di resti culturali, è ancora, per Rudolph Arnheim, l'autore di *Verso una psicologia dell'arte*, «una terra incognita». Spazio aperto per la curiosità e l'approfondimento, ma anche per un tentativo di elaborazione interdisciplinare originale. Questo, il Palazzo d'Arcobaleno, l'obiettivo della rivoluzione cromatica.

Prima tra le vittime illustri, la simbologia. I valori simbolici attribuiti ai colori variano per sesso, età e cultura, ma soprattutto mutano profondamente nelle diverse epoche. Negli ultimi anni i cambiamenti sociali e culturali sono stati così repentini da rendere inattuale qualsiasi precedente attribuzione. Non regge più l'antagonismo bianco-buono/nero-cattivo che per secoli ha caratterizzato la cultura occidentale. Chi, dopo gli anni del «black is beautiful», ha il coraggio di affermare che nero è brutto e sporco? E addirittura nell'immaginario cinematografico il bianco simbolico di *Moby Dick* è messo in forse dal preaccipitante grigio di *Lo Scatolo*.

Il rosso, nell'immaginario di massa della cultura fino agli anni Sessanta, rappresentava l'immagine monolitica del proletariato al galoppo. Oggi cosa richiama? Un garofano, l'Aids, un abito di Capucci? Il rosso è il colore più informativo, più moderno, più deciso, più attuale, più attendibile. Provoca interesse ed è un fortissimo richiamo per le vendite - afferma Franco Zerì, docente di cromatologia all'Istituto europeo del design di Roma - dire che rappresenta la sinistra non ha più alcun significato. Altri simbolismi cromatici, usurati dall'uso massiccio nella pubblicità, rischiano addirittura di ribaltarsi rispetto all'archetipo iniziale. «Penso al verde e all'azzurro come colori particolarmente a rischio - polemizza Alberto Abruzzese, docente di sociologia delle comunicazioni di massa a Napoli - sono utilizzati massicciamente per richiamare un valore ecologico anche quando si parla di tonno in scatola o di detersivi. Un fallimento delle strategie degli ambientalisti potrebbe addirittura portare all'acquisizione di valori antitetici, paradossalmente quelli del disastro ecologico».

Chi ancora pensa al giallo come avvertimento di un'epidemia, il segnale estremo della peste, o per indicare i traditori o gli ebrei? Maschile e femminile sono rispettivamente rappresentati dal blu e dal rosso, come si legge nell'Enciclopedia Einaudi, o sarà vero il contrario, come affermava Vasilij Kandinskij?

Sarà vero, come affermano perentoriamente alcune statistiche, che di solito gli europei vestono di verde in maggio? Achille Bonito Oliva, in una delle periodiche apparizioni televisive, punzecchiato per la camicia nera che aveva indossato, ha dichiarato che il colore è, ora, solo un richiamo visivo e non ideologico. Ma intanto a Los Angeles imperverano i Blues e i Crisps (Rossi e Blu) e a vestire uno dei due colori si corre il rischio di essere assennati dalla banda avversaria. Come si evince dal film *Colors*, appunto...

Il rischio delle generalizzazioni è sempre in agguato. Il rapporto simbolico che lega l'uomo al colore si modifica continuamente, definire regole costanti e sicure appare ormai decisamente riduttivo. Il viola continua ad essere considerato nefasto nell'ambiente teatrale - sostiene Giulia Ma-

fai, costumista e scenografa - ricordo che con De Sica non soltanto il viola, ma anche un rossastro o un blastro che vi tenevano generavano crisi isteriche, interruzioni di lavoro per tutta la giornata. Ma non occorre andare troppo lontano per constatare la soggettività del simbolismo. La nefasta simbologia del viola è trasferita sul verde nel teatro francese.

Un primo effetto della caduta di riferimenti simbolici sicuri è dunque la scomparsa della «doppia tv, la tinta-labù». «Non credo si possa parlare attualmente di colori labù - prende le parole Giulia Mafai - Oggi un colore non ha una sua vita in assoluto, ma negli accostamenti. Il tempo dei colori di cattivo o buon gusto è senz'altro finito. Per il *bon ton* ci si riferisce alla maestria dell'accostamento».

È ovvio che l'eliminazione della tinta labù riguarda principalmente la moda. Altre i simbolismi sono duri a morire. Qualche anno fa una ditta italiana ha messo in commercio un'auto di colore blu. Sono state frettolosamente ritirate dal mercato perché non vendevano: il blu non è appetibile, ed è pertanto rifiutato. I consumatori, dopo l'esaurimento delle campagne anticoloranti, hanno dimostrato di non gradire prodotti alimentari che si discostano troppo da un consolidato immaginario commestibile. Le marmellate, sul marrone scuro al naturale, vengono colorate per andare incontro ai gusti cromatici del pubblico, che ritiene ci sia più fragola se il barattolo è rosso o più kiwi se è di un bel verde.

Alcuni valori sono quindi così radicati nella nostra cultura che sembrano destinati a restare inalterati. Potremo mai liberarci dell'archetipo «celestiale»? Quale ragazza romantica sognerà mai un Principe Giallo leggendo romanzi avvincenti? Chi userà mai un pur ottimo detersivo nero?

La seconda vittima della rivoluzione cromatica è il rapporto colore/habitat, che ha subito nell'ultimo secolo un graduale ingignimento. L'inquadratura ha rubato i colori e la luminosità e la diffusione dell'illuminazione notturna ha generato problemi quasi insolubili per le osservazioni astronomiche, tanto che l'osservatorio astronomico vaticano si è addirittura trasferito in Arizona. Quando gli astronauti desidero che, da lassù, non si veda nulla se non un po' di grigio, un campanello d'allarme avrebbe dovuto suonare a lungo per tutti, amanti dei colori e no.

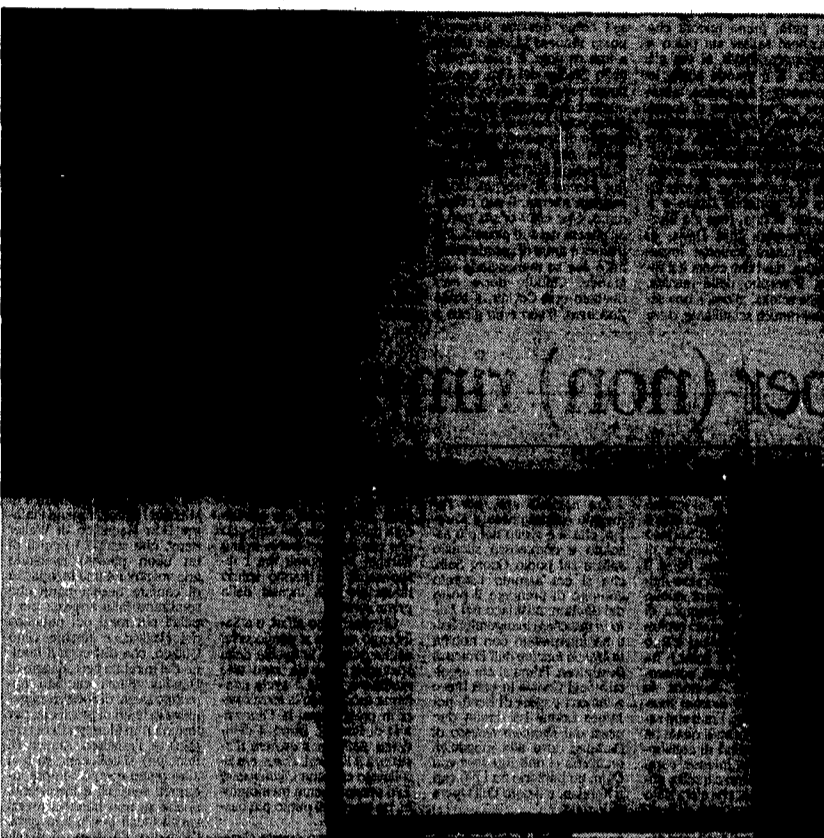
Si tratta certamente di una nuova sindrome, anche se per il momento non sembra molto pericolosa. Oggetti fino a ieri prodotti in un solo colore di vernice «arcobaleno»: macchine fotografiche e biciclette passano dal professionale nero al vivace giallo; le carte igie-

niche sfidano il predominio del bianco «igienico» totale con una fascia sempre maggiore di decorazioni; si colorano vecchi film in bianco e nero con alti costi in previsione di cospicui guadagni.

Così diffuso è l'uso del colore che il bianco e nero diventa elemento sorpresa, con effetto attraente. Come la pubblicità che sfrutta il silenzio in mezzo a tante parole, ugualmente, recenti pubblicità sfruttano lo spaesamento provocato dalla mancanza del colore.

È il rapporto produttivo tra uomo e colore ad essere messo drasticamente in discussione dalla silenziosa rivoluzione cromatica in corso. Non si tratta di tritare migliaia di insetti per ottenere pochi grammi di colore come accadeva nell'epoca a.B. (ante Be-netton); si parla di trentamila addetti al colore in Italia: grafici, designer, stilisti, pubblicitari, illustratori, cartoonisti, oltre a tutti quelli che anche occasionalmente ne vengono a contatto come fiorai, vetrinisti, contattologi, pamucchieri, visagisti.

Né parlare di colore è più indice di futilità, come ci conferma Barbara Tosi, docente all'Accademia di Belle Arti di Roma: «Oggi l'estesa libertà di linguaggio e la presenza di stili



«Composizione» di Piet Mondrian, un quadro del 1928

tantamente differenziali tra loro può dare l'idea di eccessiva confusione, mostrando invece una dinamicità sorprendente, una specie di torre di Babele dei colori, anche perché, grazie all'uso di immagini pubblicitarie, viviamo in un mondo in cui tutto è *over colorato*, in una dimensione più onirica del colore per cui anche la moda *dark*, a ben pensarci, non è altro che l'estrema sommaria dei colori».

Date per scontate arcaiche simbologie e prefabbricati grigi, possiamo affermare che il «Palazzo d'Arcobaleno» è conquistato? La strada non sembra ancora tutta percorsa, anche perché elementi negativi della dilagante cromomania stanno producendo effetti contraddittori. «Credo si stia perdendo sempre più la sensibilità cromatica - afferma sconsolata Giulia Mafai - I colori moderni vengono prodotti in fabbrica con procedimenti che permettono di tingere milioni di chilometri di materiali diversi, con la stessa tonalità di colore, nel vestire come nell'oggettistica. L'occhio si abitua così ad una selezione volgare del colore, rigida e senza sfumature. Colori svelti, immediati, che non richiedono troppo tempo per essere identificati. Anticamente il

problema era semmai l'opposto, nell'ottenere una ripetibilità del colore. Tinture vegetali e fissativi rudimentali non offrivano stabilità ai colori, accentuando la varietà nelle sfumature, cui l'occhio doveva mantenersi sensibile».

Gli effetti di questo appiattimento percettivo non lasciano a manifestarsi i ragazzi di oggi - conclude Giulia Mafai - non conoscono le sfumature. Pur venendo dal liceo artistico riescono a distinguere il rosso solo tra bordeaux, rosso chiaro e rosso scuro». Giorgio Tavernari, modenese, è un cartellonista «creativo». Anni fa il festival teatrale di Sant'Arcangelo gli diede l'incarico di disegnare sull'asfalto decine di possibili percorsi, contrassegnati con differenti colorazioni, per guidare gli spettatori nei luoghi delle rappresentazioni. «Molte persone mi dissero poi - rivela - che non erano riuscite a distinguere la stessa linea tratteggiata dall'inizio alla fine. Una specie di daltonismo di massa, del tutto inatteso. Molto fatica, vernice e penne nell'asfalto».

Intanto le più recenti tendenze cromatiche nel campo della moda fanno riferimento ai colori cangianti. Forse ci aspetta un futuro camaleontico.

Il peso eccessivo del mercato L'ecologia della musica

Proviamo a fondare un'ecologia della musica. Ovvero un ascolto non inquinato dalle leggi del mercato e dell'audience. Perché in Italia c'è il paradosso più pesante. Un grande consumo musicale, sempre delle stesse cose, e un'enorme incultura musicale. Del resto la recente proposta di legge sugli enti lirici non fa che rendere più palese questa realtà. Ma ci sono anche delle eccezioni...

GIORDANO MONTECCHI

Esiste - o almeno è pensabile - così come per l'ambiente, anche un'ecologia della cultura. O almeno in entrambi i campi esiste un inquinamento dagli aspetti sempre più inquietanti e soffocanti. Se per l'ambiente la condizione ideale è quella dell'equilibrio naturale, per la cultura la condizione edenica è quella dell'autonomia, la possibilità di esistere e di riprodursi al di fuori dei condizionamenti imposti da leggi di mercato e logiche di profitto. Un esempio: la legge recentissima sugli Enti Lirici abolisce la figura del direttore artistico e affida la responsabilità della gestione interamente nelle mani di un sovrintendente-manager cui si richiede esclusivamente una competenza, in materia di economia aziendale. Equivale a dichiarare che la specifica competenza musicale è superflua, poiché il valore artistico si misura coi numeri: spettatori paganti, vendite, audience, «spessore raggiunto dalla relativa rassegna stampa e così via. In quanti ascoltono il Terzo programma radiofonico? L'audience è risibile, per cui non si capisce perché continuare a tenerlo in funzione. In quanti accorrono ad ascoltare le opere di Rossini o di Verdi, spettacoli costati miliardi? Un numero insignificante se confrontato con altri spettacoli musicali che richiamano un pubblico smisuratamente maggiore: evidentemente sono lussi che non ci si può permettere. Non sono paradossi gratuiti, sono opinioni espresse ripetutamente da chi ha in mano le sorti dello spettacolo nel nostro paese».

Esiste da secoli in Italia, dietro gli stazi, una sotterranea «questione musicale» il cui risultato finale è proprio questo: l'incultura musicale di una intera nazione. Da un lato nella scuola e nella cultura italiana la musica è assente come disciplina umanistica, l'intellettualità ignora perfino il lessico più elementare del linguaggio musicale perché in nessun periodo della sua carriera di studi gli è mai stato insegnato. D'altro lato il musicista professionista non ha ricevuto durante i suoi studi nessun tipo di formazione letteraria o umanistica, nient'altro se non ciò che serve a leggere la musica con sicurezza e ad azionare le mani adeguatamente. Chi fa solo il conservatorio, due dieci anni di studio, non può andare all'università. È paradossale, ma inevitabile perché né la storia, né la geografia, né l'artemica vengono insegnate a chi studia uno strumento. La musica, al contrario del latino, non è propedeutica a niente; l'incomunicabilità fra gli universi del pensiero musicale e verbale è pressoché totale e così l'uomo di cultura non sa che farsene della musica, se non come diletto o passionaccia e il musicista di regola si espone al ridicolo se solo si avventura sul terreno della parola scritta. La stessa editoria musicale italiana che in questi anni conosce una fioritura così rigogliosa sembra lo specchio fedele di tale situazione, con editori che improvvisano le loro collane musicali, spesso incapaci di accorgersi che quel testo che stanno per pubblicare

magari è pieno di fesserie. Considerazioni di questo genere venivano alla mente i giorni scorsi, nel fare un bilancio di «Aterforum», l'originale rassegna musicale conclusasi da poco a Ferrara. Un festival come Aterforum che su un cartellone di diciassette concerti propone dieci appuntamenti con artisti mai prima d'ora ascoltati in Italia e spesso neppure mai sentiti nominare, rappresenta un modo di procedere pressoché inaudito, quasi il manifestarsi di una sacra vocazione al suicidio. Eppure la ricetta di Aterforum da qualche anno funziona e la piccola rassegna ferrarese col suo costo complessivo di 350 milioni scarsi, rappresenta uno dei pochi veri stimolatori del delirio culturale rintracciabili sulla scena musicale italiana.

L'anno scorso fu la volta dei minimalisti. Vennero Terry Riley, Michael Nyman, Gavin Bryars, si ascoltò lo Hilliard Ensemble eseguire musiche di Perotinus e di Arvo Part e fu un successo, anche di pubblico.

Quest'anno si sono ascoltati certi artisti newyorkesi attivi da tempo, ma mai giunti in Italia, come Glenn Branca o Rhys Chatham che hanno trasformato il rock in una sorta di primordiale contrappunto materico, rigorosissimo quanto violentemente sconquassante. E sempre da New York ancora Paul Panhuyes, Johan Goehardt, Arnold Dreyblatt; dalla Svizzera Paul Giger; da Parigi quelli della «Péniche Opéra» e altri ancora per una serie di incontri musicali inediti quanto ricchi d'interezza.

È probabile che prima o poi l'«infida» musicale di Aterforum e delle non molte altre iniziative che mirano a proporre non tanto ciò che già tutti sanno, ma ciò che ancora non si conosce della musica, rimarrà stritolata fra le leggi del mercato. Ma a quel punto si sarà chiuso uno dei pochi canali attraverso i quali continuano a giungere in Italia esponenti della musica d'oggi fuori dai circuiti delle grandi case editrici o discografiche, musicisti «underground» - ce ne sono ancora - che non hanno il rischio di cercarli - artisti liberi e meritevoli di essere conosciuti. Il panegirico di Aterforum può suonare di taglio un po' astrattamente ecologista: tutto è buono e bello purché sia naturale, non inquinato, non industrializzato. Ma non si tratta solo di questo. La ricerca del nuovo, del diverso, del non inquinato dallo *star system* per offrirli al pubblico presuppone proprio quell'intreccio fra curiosità culturale, competenza musicale e creatività spettacolare che le regole di un mercato miliardario posate su un generalizzato sottofondo culturale deficitario hanno ormai costretto alle corde. Per questo le mosche bianche di Aterforum - una specie in via d'estinzione che bisognerebbe proteggere - fanno riflettere: perché offrono un piccolo ma orgoglioso esempio di un'alternativa sia in materia di educazione sia di politica nell'uso della musica come strumento di cultura.

Il pioniere della psicoanalisi italiana, a Roma per partecipare al congresso internazionale, racconta le sue esperienze

Servadio, un analista in ascolto

MANUELA TRINCI

ROMA Di prima mattina, all'apertura dei lavori del Congresso dell'Associazione psicoanalitica internazionale, Emilio Servadio, si è affacciato, un po' spaesato, nei viavai dell'ufficio stampa, accompagnato da Anna Maria Accerbini, storica della psicoanalisi. Ed ecco l'incontro con l'ultimo rappresentante di quella generazione di pionieri che introdussero la psicoanalisi in Italia.

I primi contatti di Servadio con Edoardo Weiss (fondatore del movimento psicoanalitico italiano) risalgono all'inizio degli anni 30 quando l'Enciclopedia Treccani, del quale il primo era redattore per la parte relativa alle scienze psicologiche, aveva progettato,

non senza ambivalenze, di dedicare una voce a Freud e alla psicoanalisi. Servadio pensò di interpellare Weiss, l'unico allievo diretto di Freud, in grado di esporre con cognizione di causa, gli elementi fondamentali della «giovanne scienza».

Prese il via così, tra Weiss e Servadio, un rapporto che sarebbe sfociato in una richiesta del giovane redattore di analisi personale con l'analista trentino. Quando nel 1932 Weiss rinfoderà a Roma la Società psicoanalitica italiana, avrà tra i suoi più stretti collaboratori, accanto a Nicola Perrotti e Cesare Musatti, il giovane Servadio.

Nel 1938 arrivarono le leggi razziali. Il pur sparuto gruppo

di psicoanalisti italiani si dispersero. Edoardo Weiss si trasferì negli Stati Uniti. Musatti e Perrotti furono ridotti ad attività clandestine. Emilio Servadio, dopo un avventuroso viaggio, che dalla Svizzera lo portò in Francia, riuscì ad avere un salvacondotto grazie all'intervento della principessa Marie Bonaparte - una specie di angelo tutolare della psicoanalisi europea nel momento tragico della diaspora - per salpare da Marsiglia alla volta dell'India. Unica compagnia una cassa di libri. Dopo una sosta a Porto Said la meta ultima fu Bombay.

Cosa ricorda professor Servadio dei suoi anni all'Enciclopedia Treccani? Il grande psicoanalista si sofferma su un episodio curioso legato al

fatto che nella prestigiosa fondazione, diretta da Gentile, le sue funzioni erano molteplici. «Ricordo che una volta lo stesso Gentile mi chiese di occuparmi di una voce, per me decisamente dosata: *bambola*. Dovevo un po' documentarmi per cui pensai di recarmi nel laboratorio in cui costruivano le bambole Lenci, all'epoca molto di moda, oggi preziose e rare in qualche maniera musei e costruite la voce richiama e, per gratitudine, lo stesso Lenci mi disse se potevo regalargli una bambola».

Continua a raccontare Servadio l'attività del piccolo gruppo di psicoanalisti che si riunivano attorno a Edoardo Weiss, nella sua casa di via de' Gracchi a Roma. Erano numerosi in cui, oltre che di

teoria psicoanalitica, si discuteva anche dei pochi casi clinici. Secondo Servadio per quanto riguarda l'importante rapporto tra paziente e analista non ci sono stati mutamenti sostanziali: non è cambiata, cioè, nell'analista la capacità empatica di ascolto, anche se a livello di teorizzazione il pensiero analitico è andato molto avanti. Servadio è da sempre appassionato delle proposte tecniche di Sandor Ferenczi che non ha esitato a definire «geniali e precorritrici del tempo» e sulle quali vorrebbe scrivere un saggio. Stessa ammirazione per l'analisi prediletta di Ferenczi, Melanie Klein, del suo pensiero si fece primo diffusore in Italia introducendo lo scritto *La tecnica del gioco*.



Musatti, Servadio e Perrotti a Zurigo nel 1949 al XVI congresso dell'Ip