



NCS S 3060-Y

## Rubrica Rainbow 2011

di Elios Moschella

EDITORIALE

**N**ei precedenti articoli avevamo già accennato a un restyling della rubrica Rainbow.

Precisamente avevamo pensato ad un aggiustamento della rotta verso una precisa direzione: sensibilizzare e concretizzare come il colore possa modificare in meglio la qualità della nostra vita.

Tutto ciò, naturalmente, non dovrà avvenire a scapito della molteplicità di opinioni (alcune a volte contrastanti) espresse dai singoli autori nell'anno precedente; crediamo infatti che la differenza non sia un ostacolo, bensì un incentivo. Come ci ricorda Henry Matisse *"lo non dipingo le cose ma la differenza fra le cose"*. D'altronde affrontando il tema del colore non potevamo affrontare le multiformi e varie tematiche in "monocromia"; sarebbe stato un paradosso!

Pensiamo quindi che la scelta degli ambiti curati da un unico coordinatore (cfr tabella seguente), il nuovo logo (che simbolicamente richiama il movimento) e la capacità del colore di dare all'ambiente contemporaneamente sia momenti di relax e stasi, sia di progressione e di evoluzione, siano elementi che apporteranno alla rubrica ulteriori benefici e riconoscibilità. Siamo ben consci che il "restyling" grafico da solo non possiede poteri "magici", ma è ormai noto che la comunicazione è attraversata da processi di collegamenti visivi, di ridondanza di immagini e segni.



# EDITORIALE

COLORE	AREA TEMATICA	COORDINATORE
NCS S 1060-B	Colore e psicologia	Marianna Soddu Psicologa
NCS S 0585-Y80R	Colore e mercato	Federico Picone Colour Designer
NCS S 1070-G40Y	Colore: energia e ambiente	Alessandro Latocca Architetto
NCS S 3055-R40B	Colore e scienza	Guglielmo Giani Colour Designer
NCS S 0570-Y	Colore e media	Elisabetta Bisson Regista
NCS S 0580-Y40R	Colore e progetto	Elios Moschella Architetto

Il desiderio, non tanto recondito, è quello di stimolare i lettori di questa rubrica non solo a una riflessione sui vari aspetti che, di volta in volta, saranno trattati, ma di avviare un dibattito e che sia possibile ascoltare i protagonisti, gli operatori, coloro insomma, che concretamente utilizzano il colore. Non dobbiamo limitarci ai cosiddetti "addetti ai lavori": è necessario comprendere e ascoltare i committenti, siano essi aziende o singoli privati. Nessuno nega la difficoltà che l'attuale momento di crisi ha evidenziato: in fondo per molti il colore è un "surplus", un lusso. Ma il termine crisi deriva da una parola greca che sostanzialmente richiama alla decisione, alla capacità di superare un ostacolo. Da una crisi è possibile uscire in diverse maniere: crediamo che una soluzione sia quella di "approfittare" di questo momento per migliorare la vita delle persone agendo anche attraverso il "semplice" utilizzo di un colore.

Agire quindi costruire.

All'interno di uno stupendo libro di Paul Watzlawick è riportata una citazione di Heinz Von Foerster che val la pena di riproporre per la sua attualità e per l'assonanza con gli obiettivi di questa rubrica: "Se vuoi vedere impara ad agire".

Per contattare l'autore dell'articolo scrivere a:

[rainbow@ncscolor.it](mailto:rainbow@ncscolor.it)

