



Un anno di Rainbow

di Elios Moschella

Un anno fa nasceva Rainbow con un preciso desiderio: creare uno spazio d'approfondimento e discussione con il fine prioritario di "migliorare la propria qualità della vita anche attraverso l'uso dei colori". Persino la scelta del nome era dovuta all'esigenza di percorrere questo cammino attraverso l'apporto di differenti prospettive, proprio come la molteplicità dei colori dell'arcobaleno.

Oggi ci sembra necessario aggiustare un po' "la rotta". Non abbiamo mai posto nessun limite (se non la lunghezza del testo) proprio perché volevamo evidenziare tutti i molteplici pareri non operando mai azioni di editing. Aggiustare la rotta ha solo uno specifico desiderio: creare un'armonia fra le diverse aree. Oltre a prevedere un piccolo restyling della testata, il desiderio è quello di concretizzare maggiormente la discussione senza, ovviamente, far decadere l'apporto teorico di aree come: *Colore e scienza* o *Psicologia e Colore*. Come? Lo sforzo che richiediamo a tutti (professionisti, architetti, applicatori, produttori) è di "suggerire" una sorta di schedario per un futuro **Manuale pratico del colore**.

Allora le domande da porsi potrebbero essere: quale è la miglior finitura del muro da dipingere (rasatura a gesso, intonaco a civile...), quali luci servono per ottenere un miglior risultato, come fare per mantenere un colore omogeneo e vivo, quali prodotti usare, quali sono le componenti di una vernice che garantiscono una durabilità. Molteplici sono le domande a cui si deve dare una risposta: non si può pretendere che le persone rimangano all'oscuro, poco inclini o quasi impaurite nell'utilizzo del colore. Non ci dedicheremo solo all'aspetto meramente "pratico" ma lanceremo una serie di iniziative aperte al pubblico (concorsi, convegni, ecc...) con il preciso scopo di far *per-cepire* (e cioè *afferrare con i sensi*) il tema del colore.

Il paragone di questo processo potrebbe essere quello compiuto dagli ecologisti in anni di lavoro: sensibilizzare le persone e il mondo sul tema del

rispetto dell'ambiente anche attraverso campagne provocatorie o iniziative concrete (come ad esempio la pulizia delle spiagge). Tutti sanno che questo tipo di processi non sono mai brevi: innescare cambiamenti culturali su argomenti come quello del colore richiede tenacia, pazienza e ovviamente tempo.



In alto: Milano Via San Gregorio 28 - Negozio Pupa di Ever Zanzuri

Bisogna partire, iniziare magari correggendo la rotta in corso d'opera (come stiamo facendo oggi) con la consapevolezza che la direzione e il desiderio sono quelli che inizialmente abbiamo espresso: **migliorare la qualità della vita**.

Basta solo sollevare lo sguardo e accorgersi che consapevolmente o no, le persone nel frattempo si muovono: ecco allora che accade di trovarsi di fronte a un palazzo dipinto o capita di vedere serrande di negozi decorate (foto in alto).

Certo magari a qualcuno ciò non potrà piacere o lo giudicherà eccessivamente vistoso o "poco elegante", ma è un inizio, un buon riavvio o meglio, come disse l'indimenticabile Massimo Troisi: "perché ricominciare da zero quando posso partire da tre". ■

Per contattare l'autore dell'articolo scrivere a: rainbow@ncscolor.it

