

### 1. EFFETTI CROMATICI COME SUPPORTO AL TURISMO, AL BENESSERE E AL TEMPO LIBERO

L'obiettivo prioritario del progetto è quello di far comprendere le caratteristiche del fenomeno turistico, con l'ausilio di conoscenze sulla comunicazione del colore, e le sue dinamiche strutturali ed i processi di trasformazione che sono in atto. Il turismo è infatti, un fenomeno sociale complesso, caratteristico delle società moderne, che va approfondito da un punto di vista sociologico, sia teorico che empirico, e non semplicemente secondo la prospettiva economicistica o aziendalista.

In quest'ottica la presente ricerca avrà una duplice prospettiva. In primo luogo il tentativo di dar conto delle principali teorie ed interpretazioni sociologiche del fenomeno turistico legato al colore. In secondo luogo far conoscere i metodi di analisi e le principali ricerche empiriche.

Il colore è uno dei fattori principali che determinano il modo in cui ci poniamo nei confronti dell'ambiente che ci circonda. Viene spesso sottovalutato questo aspetto che ci avvolge con discrezione ma non senza conseguenza per il nostro umore.

*"L'ambiente è il mezzo esistenziale completo dell'uomo e comprende la natura fisica in tutte le sue dimensioni, la società, le istituzioni, e la molteplicità di manufatti che l'uomo ha creato mediante le tecnologie". (H. Ozbekhan)*

Prendere conoscenza con l'ambiente significa creare un rapporto comunicativo con il mondo delle immagini che ci circondano, impegnarci nel comprendere il linguaggio degli uomini in quanto individui e società. Tra oggetto e soggetto si instaura una stazione ricetrasmittente di veri e propri messaggi che giungono al soggetto, secondo quanto indicato nella psicologia della forma e del colore. Si rende evidente che la comunicazione diviene un processo intenzionale e non causale.

L'uomo d'oggi vivendo nei quartieri sempre più affollati e oltre il limite massimo di popolamento, viene sempre più sollecitato dalla tensione emotiva e dall'affaticamento psicologico fino all'usura dell'organismo.

### 2. IL COLORE NEGLI AMBIENTI, PER STAR BENE CON SE STESSI E MIGLIORARE I RAPPORTI CON GLI ALTRI

L'importanza dei colori usati nell'arredamento e l'influenza che hanno su noi esseri umani diventa particolarmente chiara se pensate che trascorriamo, in media, due terzi della nostra esistenza al chiuso. Il colore è uno degli elementi fondamentali che determinano comportamenti e stati d'animo, relazionati con l'ambiente che ci circonda. Esso può trasformare un locale spento e ordinario in un luogo che ci ravviva e ci carica di energia. Addirittura, cambiare il colore delle pareti può avere un effetto superiore rispetto al cambiamento della disposizione dei mobili, ed è, fra l'altro, molto più facile da mettere in pratica. Nella scelta cromatica degli ambienti della casa dobbiamo riuscire a slegarci da ciò che impedisce alle persone di "giocare" con i colori, un modo di avventurarsi alla scoperta di se stessi.

Per questo è necessario, comunque, conoscere poche regole vestite da consigli tecnici che non limiteranno la nostra creatività, ma aiuteranno a vivere con più armonia la nostra abitazione.

Gli ambienti diventeranno alleati della salute e del benessere, aiutandoci a ritrovare un equilibrio psico - fisico spesso dimenticato.

Per ottenere il massimo beneficio dai colori che ci circondano, dobbiamo scoprire qualcosa di più sui nostri rapporti personali con i colori stessi, in modo da capire meglio eventuali simpatie ed antipatie in merito. Un primo test è quello di porre più attenzione ai colori all'interno di una azienda turistica, prendendo in considerazione gli oggetti di cui vi circondate nella vita di tutti i giorni. Iniziate ad essere più consapevoli dei colori che più spesso vi stanno intorno, riconoscendone la "gamma". Quante volte vi siete coscientemente fermati a chiedervi per quale motivo avete scelto un determinato colore? Il colore della tinteggiatura, della carta da parati, delle stoffe e di tutti gli altri materiali che trovate nella stanza sono il modo di vestire l'alloggio proprio come gli abiti indossati sono gli ornamenti che rivestono la pelle.

Per non compiere scelte errate occorre essere consapevoli della stanza in oggetto e concentrarsi sul colore che si sta usando. Questi due punti di vista tendono a sovrapporsi: sforzatevi di tenerli ben separati all'interno della vostra mente. Le sfumature tenui, il bianco

e i colori pastello sono adatti per ogni stanza, evitando comunque la monocromia assoluta. Nell'ingresso è bene non ricorrere a colori scuri che possono dare una sensazione negativa. Nella zona di soggiorno è meglio scegliere una base tenue, le accentuazioni di colore (per mobili e complementi d'arredo) possono essere anche molto calde, nelle sfumature del rosso e dell'arancio, purché non troppo aggressive. In cucina sono indicati il giallo e il bianco, che mettono in evidenza l'igiene del locale e contribuiscono a percepire correttamente i colori naturali dei cibi. Nelle camere da letto, pareti e soffitto azzurri risultano sempre rilassanti; anche il blu, magari con un tocco di viola, può essere utile per chi soffre di insonnia. Per lo stesso motivo sono da evitare il giallo e il rosso, che sono colori eccitanti. Le camere per i bambini dovrebbero colorarsi di tinte vivaci, accostate armonicamente fra di loro: giallo, arancio, verde e rosa. Evitare il rosso che può causare disturbi del sonno. Nelle camere per lo studio vanno impiegati toni come il bianco e il giallo, che risvegliano la concentrazione e la fantasia, ma per gli ansiosi e gli irritabili sono meglio l'azzurro e il verde. Nel bagno, il bianco dà una sensazione di pulizia, il verde e l'azzurro richiamano le tonalità dell'acqua e sono rilassanti. Da evitare il grigio scuro e il marrone, associabili a sensazioni di sporco, e anche il rosso che richiama il colore del sangue. Nei corridoi meglio evitare i colori scuri e prediligere tonalità chiare e pastello.

### 3. COLORE - SPAZIO - AMBIENTE

*"Per motivi religiosi o politici o più semplicemente per esprimere sentimenti ed emozioni, da sempre ed in ogni luogo l'uomo ha inseguito un ideale: creare la bellezza e possederne il mistero".*

#### 3.1 Alcune riflessioni sull'esperienza "COLORE"

È un'esperienza che abbiamo fatto tutti quella del buio, trovarsi immersi nel buio, non vedere altro che nero. Dopo il tramonto del sole ogni cosa perde gradatamente forma e colore. Basta un raggio di luce che filtra dalla finestra, ed ecco che dal buio emergono le sagome, le forme, i colori degli oggetti, delle persone, delle piante, degli animali. Nel linguaggio corrente si parla di "luce della conoscenza" e si dice "sei luce dei miei occhi" per sottolineare l'enorme importanza di una persona. Luce – occhi: non solo un fenomeno fisiologico, ma un'esperienza che coinvolge profondi

significati.

Il colore rispetto alla forma è codificato ad un livello più basso del sistema nervoso ed è, quindi in questo senso, più arcaico. Wittengstein ci fa notare che se ci chiedessero

*"che cosa significano le parole rosso, blu, nero, bianco?"*,

potremmo indicare subito certe cose che hanno quel colore, e non di più. Il colore secondo Gregory (1991) – non è in relazione soltanto con la lunghezza d'onda, ma dipende anche dal significato che acquista quando sta a rappresentare un oggetto. Già la concezione spaziale razionalistica di Le Corbusier, dice

*"...che le case fossero tutte bianche per legge, una simile pulizia fa vedere gli oggetti nella loro verità assoluta..."*.

Scriveva Kandisky nel suo volume "lo spirituale dell'arte" (1912), che

*"...il bianco è il simbolo di un mondo in cui tutti i colori sono spariti e che esso agisce sulla nostra psiche freddamente creando un silenzio assoluto..."*.

Una delle ricette vincenti per "trasformare" lo spazio nei luoghi turistici come alberghi, villaggi o masserie agrituristiche, è di accostare, là dove manca, la luce, toni caldi e freddi (rosso, giallo ed azzurro), per creare un violento contrasto percettivo che distolga psicologicamente l'attenzione dal senso fisico e reale dello spazio, dove invece esiste forte luminosità; i materiali quali cemento e legno rimangono naturali, dialogando unitamente con tinte azzurre fredde nell'intento di dilatare lo spazio. L'uso dei colori naturali o artificiali, la loro stesura uniforme, o a strisce, sono scelte dipendenti dall'esigenza di evidenziare o meno rapporti e ritmi spaziali. Risulta quindi necessario saper scegliere nei vari ambienti e secondo le funzioni e l'impiantistica destinate, i "materiali di rivestimento" per dimensioni, toni e caratteristiche (carta, tinteggiatura, tessuti) cercando di evitare, con l'allestimento dei mobili, una confusione cromatica e non trascurando nello stesso tempo gli effetti della luce naturale delle aperture finestrate, oltre che della luce artificiale che si è progettata per dar forza a certe funzioni ritenute principali. L'uso dei colori primari risulterà quindi più stimolante ed allegro negli ambienti soleggiati, nei soggiorni, negli ambienti di sosta e d'incontro, alternandoli però con colori neutri; mentre per ambienti quali ospedali o luoghi di riposo si useranno colori rilassanti e neutri ravvivati da suppellettili colorate a toni diversi. Così nelle vecchie ed anche nelle

nuove fabbriche si interviene con il colore per riscattare un ambiente degradato, con il risultato notevole sia per l'uso del luogo e sia per l'attività produttiva sicuramente in aumento e con riduzioni di incidenti. Gli stessi aeroporti "vestiti" con sfumature blande, con sottofondo musicale e comode poltrone, tendono a calmare il passeggero in attesa, oltre a sottolineare con colori vivaci le porte d'imbarco.

Idee di colore, queste, estremamente variabili per la luce naturale a seconda della latitudine, delle stagioni e delle ore del giorno, e che risultano incomplete per la luce artificiale in quanto, mancando di alcune lunghezze d'onda, non presentano in modo corretto l'intera gamma dei colori. Sui colori sono state elaborate varie teorie nel corso della storia; mi preme citare Platone che ci ricorda che il gioco dei colori ha un aspetto divino. Gli organi di senso ci sono stati donati per raggiungere un'unità armonica con il mondo, e l'organo della vista è la creazione più preziosa ed artistica.

In altre parole la decorazione sta assumendo un suo carattere semantico originale e di trasformazione linguistica, una sua identità culturale e sociale, attraverso segni astratti, simboli e significati, capaci di "condizionare e determinare" l'uso visivo del prodotto.

#### **4. COLORE COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE**

Da questo punto incominciamo ad analizzare cosa può essere considerato "relax" e perché diventa tale, aiutandoci con l'osservazione sociologica tale da offrire dei riferimenti utili al miglioramento del servizio dedicato al turismo e al tempo libero. Giungendo in un nuovo posto, sia per vacanza che per lavoro, mettiamo in funzione una serie di meccanismi di percezione che abbiamo insiti in noi. Ciò che percepiamo innanzi tutto è la forma della costruzione, poi il colore dello stabile che ci comunicherà varie sensazioni, ed infine l'aspetto "tattile" così chiamato anche se riguarda, oltre che il toccare anche l'effetto visivo della superficie. Tutto questo procedimento del nostro cervello avviene molto rapidamente, mentre è piuttosto lunga e complessa la realizzazione di un progetto efficace per una buona ricezione turistica. Proviamo ad immaginare un albergo con linee architettoniche in stile mediterraneo che ricorda le bellissime case della Spagna sulla Costa del sol o sulla Costa Brava. Dove l'occhio confonde la sua memoria con i profumi e con i colori dedicati alla delicatezza dei pastelli o dei gelati alla frutta. Non è possibile non avere delle reazioni di desiderio stanziale, fermarsi per riposarsi e cogliere dentro di sé tutto ciò che sfugge in un altro contesto metropolitano. Far sì che la

clientela si fermi e che ritorni deve aiutarci a focalizzare l'obiettivo ultimo di un buon progetto di management del turismo. Questi che stiamo elencando e descrivendo non sono altro che degli strumenti opportuni per avere dai fruitori degli stessi un riscontro valido sul piano della fidelizzazione e del "passa-parola positivo".

Entrando più nello specifico verranno qui tracciati dei riferimenti sulla comunicazione del colore negli ambienti interni e come ottimizzare la resa estetica della struttura di cui disponiamo. Il rosso è fra tutti il colore più dinamico, in grado di catturare l'attenzione visiva a discapito delle altre tinte. E' stimolante ed eccitante, legato anche all'aggressività, collera, ferocia. Il rosso crea l'illusione che gli oggetti siano più vicini di quanto non siano nella realtà, per effetto creato dal cristallino dell'occhio nel focalizzare tale colore. Difficilmente viene impiegato come tinta principale di un locale. Se il soffitto è tinto di rosso si avverte fastidio e pesantezza, se ne vengono tinte le pareti, si percepirà aggressività. Sul pavimento ispira attenzione, consapevolezza, talvolta pomposità. Il marrone è un colore molto presente nella natura ma non è un colore dello spettro solare. È legato a concetti di comodità e di sicurezza, suggeriti dal colore della madre terra, richiama cose buone come la cioccolata e il caffè. Se invece ha tonalità molto scure può suggerire sporcizia o tristezza. L'uso del marrone crea effetti differenti a secondo che sia il colore caldo del legno o una pittura artificiale. Posto sul soffitto risulta opprimente e pesante, a parete infonde sicurezza e affabilità, sul pavimento richiama il senso dell'equilibrio. Il giallo è tra i colori dello spettro solare quello più felice e luminoso, evoca il sole che genera la vita, è simbolo di speranza e di saggezza. E' comunicativo, non a caso uno dei colori più usati in pubblicità. Soprattutto nelle sue sfumature pastello, rende un ambiente vivace e spensierato, si armonizza bene con gli altri colori presenti e illumina gli ambienti piccoli. Se tingiamo il soffitto di giallo otteniamo un effetto luminoso e stimolante, se lo adottiamo per le pareti comunichiamo calore, per il pavimento avremo un senso di elevazione. Il verde è il colore che più è legato alla natura e quindi alla fertilità e alla crescita rigogliosa, quando tende al giallo risulta allegro, stimolante e luminoso; se invece tende al blu risulta prezioso, freddo e delicato. In contrapposizione risulta anche il colore della muffa, della decomposizione, della malattia. Comunque induce al rilassamento ed è il tono più riposante per la vista poiché l'occhio lo focalizza perfettamente sulla retina.

Se il soffitto è tinto di verde ispira protezione, ma può creare brutti riflessi sulla pelle, sulle pareti avvertiremmo un senso di freschezza, calma, affidabilità, passività. Sul pavimento il verde offrirà una sensazione di rilassamento e

delicatezza. Il blu è il colore che più piace e più induce al rilassamento. Ad esso sono accostate le impressioni positive quali la calma, sicurezza, contemplazione, saggezza. La veste dei filosofi dell'antica Roma era blu, blu la santità per gli ebrei, blu l'immortalità per la Cina, blu il manto della Madonna. In tutti i colori c'è l'interpretazione antagonista che viene codificata dalla tonalità, in questo caso troviamo la tristezza, la malinconia e lo struggimento. Può risultare opprimente e assai freddo quando è utilizzato per tingere ampie porzioni di superficie. Il blu pallido se dato al soffitto risulta fresco e celestiale, se assume sfumature scure crea un senso di pesantezza. Alle pareti il blu chiaro conferisce un aspetto fresco e distante, il blu scuro dona una maggiore profondità all'ambiente. Il pavimento blu chiaro crea la sensazione di muoversi senza sforzo, se è colorato di blu scuro sembra creare resistenza. Il viola composto dal blu con il rosso, è associato all'idea della regalità ed eleganza ma anche al lutto e alla solitudine, simboleggia la ricchezza ma anche il misticismo e la magia. È scarsamente impiegato per tingere spazi interni, può indurre turbamento e soggezione. Il bianco è il colore dell'innocenza, della purezza, della luce, della spiritualità. In architettura fa da padrone in particolare per gli interni. Chiamato anche non colore se dato a soffitto crea un senso di vuoto, ma aiuta a diffondere la luce e mitiga le ombre, se dato alle pareti risulta neutro, sterile, fiacco. Infine posto sul pavimento sembra inibire il camminarci sopra. Il nero è il colore accostato a percezioni negative: rappresenta la paura, l'ignoto, il male, il dolore. Altresì indica eleganza e lusso, ha la qualità di illuminare le altre tinte compreso il colore della pelle, da qui la preferenza delle signore ad indossare il nero, trasformandolo in simbolo di seduzione. Anche per l'arredamento d'interni, si rivela estremamente elegante. Posto sul soffitto induce oppressione, alle pareti inquietudine ed è stravagante se messo al pavimento. Il grigio è il colore sospeso tra luce e oscurità, infonde tranquillità calma ma risulta essere pure lugubre e noioso, è il simbolo di ciò che è a metà strada, manca di vitalità. Negli interni non apporta benefici, al soffitto risulta ombroso, alle pareti tedioso e monotono, al pavimento neutro.

## 5. VIVERE A COLORI

Affascinati, attratti, influenzati da piccoli particolari che spiccano tra gli oggetti di una vetrina o in una casa, fino al punto di desiderare di possederli. Ne gode lo sguardo, abbagliato dai riflessi, accarezzato dai colori e dalla loro lucentezza. Il colore ha una evidente influenza su ognuno di noi fino al punto di poter curare o prevenire l'insorgere di disturbi psico-somatici. La terapia del colore o cromoterapia, usa i

differenti colori per cambiare o mantenere le vibrazioni del corpo alla frequenza della salute, del benessere, dell'armonia.

I raggi colorati possono essere visibili o invisibili all'occhio umano e possono essere applicati al corpo sia fisicamente, attraverso l'esposizione ai raggi di luce, sia mentalmente, attraverso tecniche di suggestione, visualizzazione o meditazione. Immaginate quindi l'importanza del colore delle stanze dove abitate, in virtù del tempo che vi trascorrete ora e della tendenza di viverci per più ore (es. residence, albergo).

La terapia del colore fu probabilmente il primo tipo di cura usato dall'uomo come mezzo naturale per mantenere l'organismo in equilibrio e armonia. L'uomo primitivo, pur non avendo la conoscenza e la capacità tecniche dell'uomo moderno, riusciva con saggezza a vivere secondo le perfette leggi della natura. Il colore e la luce sono sempre stati una componente essenziale della vita e della nostra presenza sul pianeta. Ciò detto ci spinge ad approfondire il nostro personale rapporto con il colore. La vostra personalità è la prima cosa che dovete prendere in considerazione quando definite il vostro schema dei colori. Potete rielaborare le informazioni acquisite grazie alla lettura riflessa dei colori in modo da redigere uno schema cromatico specifico per voi.

Qui di seguito potete trovare una serie di domande preparatorie:

Che genere di attività dovrà svolgersi in questa stanza? Quanta luce entra? E' una zona fondamentalmente chiara o scura? Qual è il suo colore naturale? Osservate se si tratta di legno, mattoni o pietra.

Volete creare un ambiente stimolante e brillante, o lo preferireste calmo e tranquillo? Volete un'atmosfera essenzialmente fredda o calda?

Il soffitto è alto o particolarmente basso? Vorreste ampliare le dimensioni di questa stanza, o vi piacerebbe che fosse più piccola? Qual è la forma di questo locale? È stretto e lungo, o corto e largo?

Con questi brevi accorgimenti potrete adeguare la struttura ricettiva alle profonde necessità fisiche e mentali della clientela, evitando la convinzione di dover cambiare sostanzialmente le camere per poter migliorare il confort.

## 6. CONCLUSIONI: IL LINGUAGGIO DEI COLORI NELLA SOCIOLOGIA DEL TURISMO

Il colore e la luce sono gli elementi che esercitano il maggiore impatto psicologico e fisiologico sull'ambiente, e conseguentemente sociologico, e influenzano l'organismo umano sia per l'aspetto visivo sia per quello non visivo. Nessuno può incontrare un colore e rimanerne

indifferente!

Davanti ad esso abbiamo una reazione immediata, istintiva ed emotiva, con piacere o fastidio, calore o freddezza, simpatia o antipatia. La fisica insegna che il colore non è altro che una particolare lunghezza d'onda la quale un oggetto genera o riflette, e che viene trasmessa dalle terminazioni nervose ai centri cerebrali che ne danno la percezione.

Il fenomeno fisico non esclude che il nostro primo approccio con il colore sia sempre di tipo psicologico, nella sfera del conscio, del sub-conscio o dell'inconscio. Questo perché il colore è dentro ognuno di noi e può originare dalla forza di immaginazione del nostro universo interno.

Oltre l'impatto psicologico personale, esistono influenze culturali e consuetudini, vale a dire l'ascendenza che il colore ha avuto e ha sulle culture, sugli usi e sui costumi dei popoli. I giapponesi amano i colori che più sono legati all'acqua, al cielo, agli alberi; gli indiani prediligono le tinte più accese mentre gli svedesi preferiscono i colori sfumati che ritengono più eleganti. L'influenza cromatica sulle nostre culture può fornirci validi suggerimenti per l'ambiente progettato.

Il fattore più mutevole nella percezione del colore comprende le tendenze di gusto, le mode e gli stili. Cambiare gusti e tendenze permette di sfuggire alla monotonia, ma bisogna prestare attenzione a non soffocare la libertà individuale in nome di una tendenza o di una moda. Seguire attentamente tutto ciò che i guru del design e delle tendenze propongono, potrebbe significare, nel mondo della ricettività turistica, avere un effetto contrario all'incremento del fatturato.

Sintetizzando si può affermare che il colore è una forma di energia che agisce sulle funzioni del nostro corpo (attività cerebrale, sistema nervoso autonomo, attività ormonale) e contemporaneamente stimola associazioni estetiche ed emotive. Esso agisce non solo sulle emozioni ed impressioni oggettive e soggettive, ma influenza la nostra concezione di volume, temperatura, peso, tempo e perfino umore. La tinta ha un proprio linguaggio riconosciuto universalmente ed è importante che chi opera nel management turistico sappia coordinare le consulenze dei design. È utile conoscere le associazioni e le caratteristiche tipiche di ogni gradazione tonale.

Sì alla globalizzazione, ma essa è composta dalle individualità che rendono riconoscibile la bellezza e l'arte delle diverse terre.

Comprendere i gusti e i costumi degli altri popoli serve per poter dare loro l'ospitalità e l'accoglienza opportuna, senza però perdere le tracce della nostra ricchissima storia antica.

## BIBLIOGRAFIA

COLORE E ARCHITETTURA di Lorenzo Cremonini ALINA editrice S.r.l. – Firenze 1992

ARCHITETTURA BIO-ECOLOGICA di Maurizio Corrado DVE Italia S.P.A. – Milano 2000

ARCHITETTURA IN PIETRE A SECCO di A. Ambrosi, E. Degano, C. A. Zaccaria. Schena Editore Fasano (Br)

IL COLORE VISSUTO di Magda Di Renzo Ed. scientifiche Magi srl – Roma 1998

CROMOTERAPIA di Osvaldo Sponzilli Edizioni Mediterranee – Roma 1998