

IL COLORE ENTRA IN ASCENSORE**Progettazione**

CON CROMOAMBIENTE, UN MARCHIO DI PROGETTAZIONE CHE SPOSA LA FUNZIONALITÀ DEL COLORE, UN COMFORT SU MISURA PER GLI ASCENSORI. L'ARANCIONE, DEFATIGANTE E ANTICLAUSTROFOBICO, PROTAGONISTA DELL'ARREDO DELLE CABINE.

di **Giada Luni**, *Giornalista*



Daniela De Biase

L'ascensore rappresenta in certi casi una salvezza, in altri un incubo: piccolo, brutto, maltenuto, un luogo angusto di convivenza forzata con estranei. E' così che il tempo si dilata all'infinito in un percorso che, specie per chi soffre di claustrofobia o di vertigini (nel caso di ascensori panoramici ed esterni), è spesso affrontato con il fiato sospeso. Ma il tempo trascorso in ascensore può anche diventare una pausa e un sollievo se l'ambiente risulta confortevole, grazie ad esempio all'uso funzionale del colore secondo il modello che propone Cromoambiente, un marchio registrato nel 1986 (nato a Monopoli con sedi in apertura in tutta Italia) che individua una metodologia per l'uso e l'applicazione del colore in relazione alla propria funzionalità e non all'estetica e che oggi comincia ad entrare anche nei bandi di concorso.

"Il sistema - sottolinea il creatore di Cromoambiente, il Color designer pugliese, Paolo Brescia - risponde ad una visione olistica del colore: si usa il colore perché serve e non perché piace, con l'obiettivo di migliorare e umanizzare i diversi ambienti in relazione al loro uso".

Di quali elementi occorre tener conto nella progettazione di un ascensore?

"Innanzitutto è bene precisare che esistono delle linee guida da non applicare però in modo standard ma da contestualizzare a seconda dei luoghi, degli spazi, dell'illuminazione e del linguaggio dominante nella situazione, che dipende dalla cultura, religione e da altri aspetti della società locale. Certamente però negli ascensori, ad esempio, è da evitare il nero che con il metallo può creare una situazione di inquietudine e di calore eccessivo".



Paolo Brescia

segue ► **37**



Poliambulatorio di Aclia
Piano Terra
vista verso il vano ascensori

"Occorre però prestare attenzione alla 'saturazione' del colore - precisa Brescia - perché un arancione molto intenso, magari con un soffitto dello stesso tono, potrebbe avere l'effetto opposto, claustrofobico. Un escamotage è offerto dalla degradazione della densità dal basso verso l'alto perché la nostra abitudine è di percepire il colore maggiormente saturato in corrispondenza del pavimento (terra, pietra, sottobosco), con una media concentrazione lungo le pareti (tronchi e foglie, ad esempio) e più leggero verso l'alto (cielo).



38

Per contrastare il senso di oppressione è possibile anche giocare con la trasparenza, saturando con il colore o coprendo la parte inferiore della cabina per evitare il senso di vertigine, lasciando ariosità nella parte superiore della cabina, dando così l'impressione di affacciarsi ad un balcone.

Un altro elemento da non trascurare è l'illuminazione che preferibilmente potrebbe essere trasferita dal soffitto, dove erroneamente viene installata abitualmente, alle pareti con un effetto diffuso, meglio se con fibre ottiche che consentano di moltiplicare, con una sola lampada, i punti luce, magari con l'inserimento dei filamenti luminosi negli angoli per creare un ambiente



con minori spigolosità che evocano una situazione di rigidità e paura.

Non si può trascurare la visione periferica che, proprio perché inconsapevole, arriva direttamente al cervello senza mediazione razionale degli stimoli: potrebbe così essere utile inserire un nastro trasportatore di parole che scorrono che l'utente può decidere se leggere oppure no. Questo accorgimento permetterebbe al 'viaggiatore verticale' di distrarsi e diminuire il senso di vuoto dato spesso dalla cabina; tra l'altro potrebbe anche essere un modo per finanziare con le sponsorizzazioni pubblicitarie dei messaggi la manutenzione degli ascensori.

Un altro fattore da considerare sono le sinestesie che il colore attiva, in quanto onda elettromagnetica, con gli altri sensi, il tatto ad esem-

pio, ma anche l'olfatto. Un altro accorgimento per migliorare il comfort nell'abitacolo potrebbe essere quindi l'introduzione di essenze profumate scelte ad hoc in gocce da versare in corrispondenza dei punti luminosi che il calore tende a diffondere".

Con l'allargamento del mercato è necessario conoscere i codici linguistici dei diversi ambienti ai quali ci si rivolge: che cosa cambia, al mutare del contesto?

"Molto, anche da un punto di vista strettamente percettivo, oltre che simbolico. Sarebbe difficile proporre il verde o il rosso nei paesi musulmani perché per l'Islam questi due colori rappresentano, rispettivamente, il colore sacro che non può essere calpestato ed il colore dell'ignominia; così come per gli Eschimesi il bianco è un vantaggio quanto mai ampio di colori diversi riuniti in una stessa famiglia per ragioni ambientali. Il mercato cinese, ad esempio, che promette sbocchi considerevoli per le nostre imprese nei prossimi anni, presenta specificità rispetto all'Occidente che, secondo Cromoambiente, rispondono ad una diversa concezione e fisiologia della percezione del colore. I Cinesi infatti hanno la pelle più spessa e "gialla" che assorbe,



pertanto, l'onda elettromagnetica in modo differente: prova ne è che gli ipovedenti se indossano uno spessore, come può essere un guanto, diminuiscono ancora la loro percezione del colore, perché l'onda elettromagnetica incontra maggiori ostacoli sul suo cammino".

Il colore tra progettazione e mercato

Cosa chiede il mercato e chi si rivolge a Cromoambiente? "Innanzitutto formazione - ha sottolineato l'architetto Daniela De Biase, Responsabile della sede di Roma - generalmente in collaborazione con le Università con l'organizzazione di corsi di 3-4 giorni articolati in esercitazioni e laboratorio, rivolti a laureandi o laureati in architettura ed ingegneria, ma anche a designer e grafici pubblicitari. Le richieste arrivano dagli ambienti più vari a cominciare da progettisti, architetti e designer, studi privati in genere, alle pubbliche amministrazioni per finire alle aziende. A seconda dei casi, siamo chiamati in gioco alla fine, in qualità di consulenti, per l'applicazione del colore, che è sì un correttivo ma che dovrebbe essere scelto dall'inizio contestualmente alla forma, al disegno degli spazi e alla luce oppure si crea una vera e propria partnership che è certamente la condizione ottimale per lavorare al meglio. Da tener presente il fatto che la tinteggiatura a colori costa quanto quella in bianco e nero e consente effetti materici diversi."

Da tempo di colore si parla molto anche in relazione all'inquinamento cromatico. Qual è la posizione di Cromoambiente? "L'intento - precisa Paolo Brescia - è di minimizzare l'impatto ambientale visivo attraverso un corretto uso del colore; l'inquinamento cromatico infatti non è prodotto da un eccesso di colore ma dall'impiego scorretto dello stesso."

Quali gli elementi sono da tener presente in una progettazione integrata del colore? "L'illuminazione, che dev'essere dosata, e la configurazione degli spazi che alterano notevolmente la percezione delle tinte; l'inserimento nel paesaggio naturale e storico in modo da non creare contrasti e pensando che un edificio si colora in modo diverso a seconda della luce nei vari momenti del giorno e di che cosa ha intorno, come abbiamo cercato di fare nel realizzare la sede e in particolare la "TORRE BA", struttura di decapaggio più grande del mondo del produttore tedesco di acciaio ThyssenKrupp a Terni."

Al momento un impegno consistente è focalizzato in ambito sanitario, un'ottima palestra per sperimentare l'effetto del colore sugli esseri umani in condizioni di disagio, al quale Cromoambiente, in collaborazione con la ASL Roma 3, ha dedicato una giornata di lavori lo scorso 30 Giugno, la cui replica sarà a Malta in autunno, dove il colore sta entrando a pieno titolo.

39