

Un nuovo modo di raccontare la moda

«**C**olori d'inverno» è più di un dossier dedicato alla moda. È un progetto di comunicazione che utilizza tutte le piattaforme oggi disponibili nel rapporto con il lettore per offrire un nuovo livello di approfondimento. La moda ben si presta a un lavoro che ha questa ambizione. È un settore che La Stampa segue da tempo con attenzione, ha grande importanza per la nostra economia oltre a essere una bandiera del nostro Paese all'estero. E, non da ultimo, ha nell'uso e nella valorizzazione delle immagini un elemento non secondario.

Sulla base di queste considerazioni, l'inserito nasce per raccontare i colori che saranno protagonisti nelle collezioni che già abbiamo cominciato a vedere nei negozi, abbinandoli a un quadro con le stesse tonalità: un gioco di rimandi tra moda e pittura per sottolineare un legame consolidato tra questi due mondi. Il primo risultato lo vedete nei servizi delle pagine seguenti, con le firme del giornale che vi guidano alle scelte di tendenza per abiti e accessori e descrivono i quadri che abbiamo immaginato potessero accompagnare questo racconto. Da domani, poi, seguirà una versione digitale: sfruttando «Medialab», la piattaforma della Stampa per nuove forme di

comunicazione, sul sito del giornale non troverete una semplice trasposizione dei contenuti dell'edizione di carta, ma una rielaborazione pensata per una fruizione digitale. Parallelamente debutterà una proposta inedita per i giornali italiani: una versione del nostro dossier per i social media. Si potrà cioè andare alla scoperta di «Colori d'inverno» anche tramite gli account della Stampa su Twitter e Facebook. Immaginare un testo di 60 righe tradotto in tweet da 140 caratteri richiede un salto importante, ma la tecnologia offre oggi delle possibilità che un giornale come La Stampa, all'avanguardia nell'innovazione, si sente pronta a sfruttare. a.s.

I colori pettegoli svelano agli altri i nostri segreti

L'esperta: "Ecco come selezionare i toni che meglio si armonizzano ai vari tipi di donna"



C

ROBELINA SALEMI



Gaia Vicenzi, psicologa e psicoterapeuta, esperta di colori

ontano. Condizionano. Influenzano il giudizio degli altri. Senza arrivare agli eccessi di «Una notte in giallo», il film dove un tubino limone procura infiniti guai alla protagonista, Gaia Vicenzi, psicologa e psicoterapeuta che tiene seminari sull'abbigliamento e i colori (il prossimo è fissato per il 14-15 novembre nell'Asdler di Corso Como a Milano) spiega: «Trovare i propri colori è un'importante abilità sociale...In un esperimento di Lohmann (2009) sono state mostrate a un gruppo di uomini tre fotografie di volti femminili molto simili, con espressioni leggermente diverse. Dovevano indovinare com'erano vestite (la scelta era fra un abito rosso, attraente, uno comodo, e uno nero, tutt'altro che sexy). Ci sono riusciti. Perché i colori trasmettono agli altri la percezione che abbiamo di noi stesse».

La moda ci invita a osare. Come si capisce quali sono le tinte più adatte a noi? «La moda ha ragione. Non bisogna avere paura di un rosso

Praticamente? «Mettersi davanti ad uno specchio, con un telo bianco sotto il volto struccato per dargli luce e valutare le variabili: la pelle chiara o scura, gli occhi, le sopracciglia, i capelli, le labbra, i denti, le vene della mano... Ciascun dettaglio è definibile in termini di "caldo" (il volto abbronzato) o "freddo" (la carnagione molto bianca). In base alla combinazione e alla prevalenza di elementi "caldi" o "freddi" determiniamo la stagione. Siamo donne-inverno? Avremo bisogno di colori forti, puliti: nero, bianco, argento. Donne-estate? Dovremo puntare sui semi-freddi, intensi, polverosi: cacao, rosso lampone, viola malva. L'autunno rimanda a toni caldi come il marrone, l'arancio, mentre la primavera ai semi-caldi come l'avorio, il beige, il salmone. E questo significa che bisogna riflettere: addio acquisto d'impulso».

«Mai in giallo al primo appuntamento. Guai vestirsi di rosso in casa della suocera»

o di un turchese. L'arcobaleno è un alleato prezioso della bellezza e del benessere. Esiste una tecnica, l'"analisi del colore" che si basa sull'armonocromia, e aiuta a selezionare toni base e sfumature in sintonia con il nostro viso (pelle, occhi, capelli, sopracciglia). Carol Jackson, autrice del saggio "Color Me Beautiful" individua nelle stagioni le quattro categorie a cui fare riferimento per scegliere bene. Se il colore è quello giusto, il volto si illumina. Il trucco

C'è un pregiudizio da sfatare? Tipo: il verde è difficile, il beige sta male alle bionde? «In base all'analisi, ognuno di noi avrà colori che donano e che sintonano. Non è così semplice, però. Infinite sfumature possono avvicinare il polo del "freddo" a quello del "caldo". Per esempio, il verde pino è freddo, il verde pisello è caldo. La bruna (di capelli) ha la pelle bianca e gli occhi chiari? È un tipo "inverno". Ha gli occhi castani e la pelle scura? È "autunno».



«Il giallo è allegro, è adatto come camicia per chi lavora con i bambini e va bene per una gita con gli amici in campagna. È sconsigliato per il primo appuntamento o per un colloquio di lavoro. Il rosso attira l'attenzione (mai usare il simbolo della passione per l'invito in casa della suocera). L'azzurro suggerisce tranquillità e fiducia: è ottimo sul lavoro, come il grigio. Una ministra di questo governo ha girato in blu elettrico (Maria Elena Bonacci ndr) - un colore

LA STAMPA
Direttore Responsabile
Mario Calchi Novati
Vicedirettore
Michele Brambilla, Massimo Gramellini,
Francesco Maraschi, Luca Di Stefano
Editor La Stampa SpA
Via Lagone 15, Torino
10121
Lavora
Luigi Verelli
Supplementi a cura di
Antonella Anagnano
Art Director
Cristina Spagnolo
Progetto grafico
Stefano Ruffini
Distribuzione di Stampa
La Stampa s.p.a. - 00187 Roma