DOPPIOZERO

# Peach Fuzz 13-1023 / il colore dell’anno

**Luisa Bertolini**

10 Febbraio 2024

Del tutto opposto al colore dello scorso anno, il Viva Magenta, rosso vibrante, definito vigoroso, energizzante ed espressivo, che evoca nel nome lo scontro della battaglia di piemontesi e francesi contro gli austriaci della nostra seconda guerra di indipendenza, il colore scelto da Pantone per il 1924 è il Peach Fuzz, letteralmente pelle di pesca. Non si può che ammirare la capacità di Pantone di cogliere il senso di incertezza e di paura che serpeggia in ciascuno di noi e che richiede un colore, per così dire, più intimo: «nel cercare una tonalità che riecheggiasse il nostro innato desiderio di vicinanza e connessione, – spiega Leatrice Eiseman, direttrice del Pantone Color Institute – abbiamo scelto un colore che risplende di calore ed eleganza moderna. Una tonalità che riecheggia la compassione, offre un abbraccio tattile e unisce senza sforzo la giovinezza con il tempo». Si tratta di un colore delicato, tenue e gentile che evoca, tramite la suggestione della lanugine che ricopre la pesca (*fuzz*), un carattere vellutato e morbido al tatto, una sorta di carezza che si identifica con l’empatia e ci assicura un momento di calma e di sospensione rispetto allo scorrere nervoso degli eventi personali e mondiali. L’elenco degli aggettivi che gli articoli sul tema dedicano a questo colore confermano queste caratteristiche: gentile, accogliente, inclusivo, avvolgente, rilassante, leggero, luminoso, etereo, setoso, morbido, tenero, innocente, romantico, giovane, ma anche vintage e via dicendo.




*Peach Fuzz 13-1023.*

La proposta del colore dell’anno da parte della ditta di colori Pantone.Inc, fondata negli anni Sessanta negli Stati Uniti (ne abbiamo parlato per il Greenery del 2017

), determina una serie di scelte non solo nelle aziende partner ufficiali dell'azienda per il 2024 – nel campo del design Motorola, dei cosmetici Shades By Shan, dei tappeti Ruggable, del design di interni Ultrafabrics e Spoonflower – ma influenza ampi settori dell'economia che riguardano la produzione di mobili, tessuti, oggetti decorativi, ma anche presentazione e confezionamento di cibi e bibite. Qualche sito ha anche preparato proposte di palette per l'abbinamento del rosa pesca con altri colori che addirittura sarebbero in grado di richiamare delle sfumature assenti (esattamente così è scritto in un commento pubblicato nel web).

Gli ambiti più adatti all'applicazione di questo colore sembrano però quello della biancheria femminile e dei cosmetici, forse per la vicinanza della pesca *fuzz* al colore della pelle umana, naturalmente di quella parte della popolazione che chiamiamo bianca. Viene in mente un episodio raccontato da Riccardo Falcinelli nel capitolo "Rosa pesca" di *Cromorama* (Einaudi, Torino 2017). Riflettendo sull'importanza dell'uso delle matite colorate da parte dei bambini per la costruzione del nostro immaginario occidentale, l'autore ricorda che la prima scatola dei pastelli Crayola, prodotta negli Stati Uniti nel 1903, conteneva otto colori, ma non un colore che permettesse ai bambini di dipingere la pelle umana. Negli anni Dieci venne introdotto un colore rosato con il nome di "color carne", nome che durò fino al 1962 quando, per rispondere alle proteste contro la riduzione razzista dei colori della pelle umana al rosa, l'azienda lo ribattezzò 'pesca' e non rosa. La nota di Falcinelli è inserita in un discorso sulla difficoltà di designare con un nome preciso alcune sfumature di colore, ma questa associazione tra il colore pesca e il colore della pelle sembra rivelare un altro aspetto della proposta Pantone. Se infatti una parete o un divano color pelle ci lasciano decisamente perplessi, rossetti, blush, fard, fondotinta con i toni del color pesca, ma anche slip, reggiseni e body declinano il tema in modo più convincente ricordandoci che qualche decennio fa lo si chiamava, in modo politicamente non proprio corretto: effetto 'nudo' o 'color carne'.

Interessanti a questo proposito sono le campagne condotte sul sito Color carne ( colorcarne.it) e riproposte nel libro *Stereotipi a colori. Piccola guida ai pregiudizi e ai bias cromatici* di Cristina Maurelli e Giuditta Rossi (Flacowski, Palermo 2023). La campagna sul 'color carne' ha ottenuto che i principali dizionari italiani ne abbiano modificato la definizione che lo dentificava con il rosa, mentre il libro ha ampliato la critica ai vari pregiudizi del mondo dei colori proponendo interviste, giochi e definizioni.

Pantone è certo consapevole dell'esistenza di questo pregiudizio e introduce nel suo sito richiami all'interiorità, alle discipline riflessive, al camminare

consapevole, ma la promessa di Pesca Fuzz di creare «armonie cromatiche per mente corpo e anima» si colloca, come dire al limite del corpo, si riduce alla sua pelle, lasciando qualche dubbio sulla sua identità con l’incarnato della donna bianca.

---

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

---




CRISTINA MAURELLI ~ GIUDITTA ROSSI

# STEREOTIPI A COLORI

## Piccola guida ai pregiudizi e ai bias cromatici