

Cristina Maurelli e Giuditta Rossi

STEREOTIPI A COLORI. Piccola guida ai pregiudizi e ai bias cromatici

Edizioni Flacowski, 2023. Euro 20,00 - Pp. 190 a colori

RECENSIONE



Il colore è un'opinione? Sostituite al vecchio gioco di *Nomi, frutti, città, cose* le categorie *Personaggi, film & Serie, libri, arte, musica, brand&prodotti* e così, attraverso la chiave di gioco *Comanda colore...*, scoprirete quanti e quali possono essere i bias consapevoli e inconsapevoli di cui sono intrisi cervello, cultura, azioni, riferimenti, gusti, che ci caratterizzano, anche semplicemente attraverso le libere associazioni e i significati che attribuiamo ai colori.

Questo piccolo libro, con pagine e copertina rigida a colori (e non poteva che essere così), valorizzate dalle belle illustrazioni di Giada Zavattiero), è frutto di un progetto editoriale di Crowdblishing a cui hanno partecipato 124 persone che lo hanno prenotato in anticipo perché hanno creduto nel valore di quella che sarebbe diventata - come da sottotitolo - una guida ai pregiudizi e ai bias cromatici, ideata e scritta da Cristina Maurelli (autrice e regista, esperta di cinema per il sociale, che ha scritto programmi tv, spettacoli teatrali, cortometraggi e documentari premiati in numerosi festival internazionali, e che si occupa di comunicazione per importanti brand) e da Giuditta Rossi (brand strategist e designer di metodologie di progettazione, che realizza strategie di branding e comunicazione per le imprese). Le Autrici - loro

stesse sottolineano essere di differente età e colore della pelle - sono entrambe di cultura e stile social, quindi danno ai lettori le indicazioni di tag e hashtag di riferimento per chi volesse condividere i propri *Comanda colore...* Il libro aiuta, come nell'obiettivo delle Autrici, a mantenere la mente aperta e vigile sul rapporto che abbiamo con i colori e che influenza la nostra vita quotidiana, il modo di guardarla, viverla e di condurre le scelte e le relazioni interpersonali. I colori considerati sono dodici, trattati in altrettanti capitoli accattivanti per la loro struttura. Gli esempi di casi aziendali non mancano e alcuni derivano anche dalle stesse esperienze professionali di Maurelli e Rossi. Inoltre, attraverso lo scambio di *Due parole con...* al termine di ogni capitolo - colore, le Autrici dialogano con figure esperte di pedagogia, e dei mondi della moda, dello spettacolo, della scienza, dell'economia, dell'arte, del marketing, che aggiungono punti di vista e testimonianze "a tinte vivaci" su molti temi.

È un libro interessante per tutte le persone curiose. Utile non solo per chi si occupa di design, pubblicità, marketing, branding, comunicazione, ma - soprattutto - per chi nelle organizzazioni è agente di cambiamento, crea e favorisce dialoghi intergenerazionali e promuove culture organizzative che percorrano la direzione del Diversity & Inclusion Management come strategia di business, basata sul rispetto per la Differenza come Valore e sulle diverse strade su cui essa si articola. Non dimentichiamo che gli stereotipi che si trasformano in pregiudizi sono sempre in agguato e rischiano di far prendere decisioni sbagliate o inutili, che - tra l'altro - possono anche fare molto male alle persone e alle Organizzazioni.

Luciana d'Ambrosio Marri