

De la poésie des couleurs aux gabegies du marketing chromatisé

« Le hasard (ou la Providence) m'a fait naître le premier jour du premier mois de 1951 dans un monde en noir et blanc qui se distinguait à peine de l'univers opaque du placenta maternel que je venais de quitter. En ce temps-là, le coton, la laine et le lin dominaient et on n'en voyait pas encore de toutes les couleurs...



Ma première joie chromatique je l'ai eue quand on m'a offert une boîte de crayons de couleur. Je les ai alignés sur la table et je me suis émerveillé qu'il y ait tant de nuances de rouge, de bleu, de vert et de jaune. Dans l'après guerre la gamme des couleurs et leur symbolique était réduite aux acquêts mais elles étaient partagés de tous. Le blanc représentait la pureté, le noir l'abîme auquel on avait échappé de peu, le rouge était la couleur de la passion, mais aussi du communisme et de la Ferrari. Le bleu appartenait aux Savoie et à la droite. Le vert portait la poisse, le jaune était la couleur de la trahison, le rose était réservé aux filles et à la La Gazzetta dello Sport....

A l'école primaire et au collège, je dessinais beaucoup. Pour le Nouvel An, on m'offrait des crayons de couleurs et de la gouache. Fils unique, quand je ne jouais pas au ballon dans la rue, je reproduisais les effigies de Churchill, Eisenhower, Khrouchtchev ou du Pandit Nehru.

Au fil du temps, je me suis mis à étudier l'histoire des couleurs, découvrant que la trichromie était la règle jusqu'au XIIe siècle ; un monde où le blanc, le noir et le rouge dominaient. Dans la littérature du moyen âge, il y avait des chevaliers blancs et noirs qui guerroyaient contre les chevaliers rouges, souvent des Sarrazins.

C'est l'Eglise qui a rompu cet enchantement tricolore en introduisant le bleu, la couleur de la Vierge. Puis sont arrivés le jaune (variété pauvre de l'or) et chaque couleur a été associée à un vice : le rouge pour l'orgueil et la luxure, le jaune pour l'envie, le blanc pour la paresse, le noir pour la colère et l'avarice. Mention spéciale pour le vert qui fut puni jusqu'au XVIIe siècle comme acte de sorcellerie, puisqu'il fallait mélanger du jaune et du bleu pour l'obtenir.

Je vous recommande de fouiller dans les livres et sur internet tant l'histoire des couleurs est fascinante ; elle associe la chimie, la mécanique quantique, le commerce avec des pays exotiques, la magie blanche et noire et elle ouvre à la naissance de la mode. Vous saviez que les couleurs étaient des êtres vivants pour les Egyptiens ? Qu'il y a une fête en Inde, le Holi Festival, où les gens se précipitent dans la rue, tout de blanc vêtus, et s'aspergent de pigments colorés et d'eau pour célébrer les amours de Krishna et de Radha ?

A l'exception du monde du spectacle et du carnaval, peu de domaines sont davantage dominés par la couleur que le monde du sport. Quand mon pauvre père m'emmenait en Italie, je le suppliais de m'acheter des fanions et des maillots des équipes de foot italiennes. Ils me faisaient l'impression d'être des trophées prestigieux que j'exhibais de retour France pour attester de la supériorité de l'Italie dans le domaine de la beauté et de la lumière.

Entre mon père et moi, ce fut vite une guerre des couleurs. Il adorait le Messi de l'époque, Giuseppe Meazza, et supportait les noir-azur de l'Inter de Milan. Je pris bien entendu le contrepied, j'étais pour les rouge et noir du Milan AC. Quel pied quand nous avons assisté côte à côte à un duel entre son Mazzola de l'Inter (« le fils du grand Valentino » faisait-il les yeux humides) et mon Rivera du Milan. Quelle orgie de fumigènes rouge-noir-azur, les drapeaux qui flottent, une ambiance joyeuse et spontanée, des silences tendues et des moments de suspense, suivis de grondements qui faisaient sauter le cœur dans la gorge et venir la chair de poule !

Mamma mia, la Serie A de ce temps-là ! Un paradis chromatique : le sang et or de la Roma, le bleu céleste du Napoli, le blanc et noir de la Juve, le splendide bleu cerclé de la Sampdoria, les fines rayures de la Spal (bleu et blanc), de Lanerossi Vicenza (rouge et blanc), le classique chevron blanc du Brescia...

Entre le noir et blanc des années 50 et les orgies chromatiques HD de l'ère multimédia, on a vécu le triomphe des tissus synthétiques, les déluges de lumières sur scène ou sur les écrans, les progrès de la photographie et du cinéma, mais également le flower power.

Car l'après-68 a vu une confrontation métaphysique et commerciale. Un choc frontal entre les déluges psychédéliques de l'hédonisme et la sobriété forcée des derniers puritains. 50 ans plus tard, nous sommes bombardés de couleurs crues entre le fluorescent et le phosphorescent. Une agression permanente qui inclut les affiches dans les rues, les bandes annonce, les spots à la télé, les vagues de spam sur les ordinateurs, les films en HD/3D, vagues qui altèrent nos perceptions et disloquent notre subconscient. Observer les images de synthèse, elles n'ont rien à voir avec la subtilité des mélanges utilisés par les teinturiers d'art ou par les grands peintres. Elles sont agressives, crues, invasives, répétitives. Baissez le son de votre écran plasma et ouvrez grand les yeux pendant la pub : à qui parlent ces arlequins bigarrés, ces caricatures en quadri, ces créatures arc-en-ciel ? A toi, l'adulte doté d'un cerveau et d'une personnalité ou un à même de quatre ans accro aux couleurs primaires et aux comptines ?

Depuis toujours, les villages, les villes, les corporations et les nations ont éprouvé le besoin de s'identifier à une couleur, à un emblème ou à une devise chargés d'en renforcer la cohérence et la vitalité. Il est évident que les couleurs sont des messages qui nous aident à élaborer nos discours et à communiquer de manière non verbale. Hélas, l'avalanche sensorielle est devenue telle qu'elle nous fait perdre le nord dans un monde qui n'a plus ni mesure, ni limites... Désolé de jouer le casse-pied, mais les couleurs sont des messages qui correspondent à nos odeurs intimes et font partie de notre culture individuelle et collective. Elles nous alertent, nous lient, nous rassurent, nous rattachent au monde, à un monde, à un groupe... Forcer les Verts de Saint-Etienne à jouer en fuchsia n'est pas un crime en soi, mais un manque de considération pour la mémoire collective stéphanoise et de la vie française. Imaginons le nouveau propriétaire de l'OM insistant pour que les Olympiens jouent en rouge et noir ou avec le maillot du PSG... Un pas à été fait, puisque les noir-azur cher à mon Papa jouent en turquoise et cyan à l'extérieur et que les stars du Barça sont déguisées en employés des autoroutes. A quand une « Marseillaise » hip-hop et les All Blacks tout en jaune à pois verts ? — La vérité, c'est que le monde est emporté par le chaos et que nous perdons tous la tête. — Au profit de qui ? »

Adaptation française par l'auteur de la Mina Vagante n°12, parue dans le Brescia-Oggi du mardi 15 novembre 2016.