

Il brand di Caravaggio

IL BRAND DI CARAVAGGIO

Cos'è il brand?

E che c'entra Caravaggio, il grande pittore vissuto tra il 1571 e il 1610, col concetto di brand?



Conversione di San Paolo, Caravaggio.
Foto cosafarearoma.it

Brand

Brand è una parola del tedesco antico e vuol dire “fuoco”, evoca l’immagine del “marchiare a fuoco”.

È evidente il collegamento con il termine “marca”. E con il termine “marchio”.

Nel mondo commerciale e imprenditoriale, “brand” è la combinazione di elementi come nome, logo, slogan, storia, valori, comunicazione, reputazione di un’azienda.

Una combinazione costruita in modo consapevole, su cui si gioca la maggiore o minore fidelizzazione del “consumatore”, del cliente.

Brand risponde al concetto di “marca”, che è qualcosa di diverso dal “marchio”.

Il marchio si deposita

Il marchio, come sappiamo, è un oggetto molto concreto, che si formula come risultato finale e simbolico di un percorso creativo relativo alla commercializzazione di un prodotto o di un servizio e infine si deposita,

allo scopo di tutelare l’originalità e la proprietà dell’idea, del prodotto, del servizio.

Brand e marca sono intangibili

Invece, “brand” e “marca” sono elementi intangibili.

Hanno a che fare con l’immagine che si costruisce di sé, della propria attività, della propria affidabilità, della propria storia, dei propri valori.

Hanno bisogno di molto tempo di sedimentazione e sono in continua evoluzione.

Anche tu esprimi un brand

Ora, proviamo a uscire dal piano esclusivamente commerciale e consumistico.

Se mettiamo la questione sul piano squisitamente umano, ti do una notizia: anche tu, sì, proprio tu che leggi, esprimi un brand, che tu lo sappia o no.

E già, perché, umanamente parlando, potremmo dire che in ogni tuo modo di essere, in ogni tuo comportamento, esprimi la tua “sostanza”, i valori in cui credi, come vuoi che ti percepiscano gli altri.

In altre parole, esprimi il tuo “brand”, forse inconsapevole, cioè l’immagine che trasmetti agli altri, la tua credibilità, la tua reputazione.

Brand è anima

In ultima analisi, brand è anima.

Infatti, nel mondo aziendale, i brand che funzionano meglio sono quelli più “sinceri”, quelli che riescono a “parlare” al consumatore dei valori, dei più alti obiettivi di un’impresa.

I brand che funzionano meglio sono quelli che esprimono brillantemente l’anima dell’uomo, della donna, delle donne e degli uomini che guidano l’azienda, che ne portano avanti le idee.

Michelangelo Merisi da Caravaggio

Se brand è anima, allora possiamo accorgerci del brand di Caravaggio.

Pictor praestantissimus, ovvero, il pittore più prestante della sua epoca, è un artista estremamente riconoscibile e non solo per i suoi cultori.

La vita di Caravaggio fu un succedersi di vicende maledette,

ma anche di fortunati incontri con veri e propri mecenati, affascinati dalla sua arte.

Eppure né l'adulazione, né le avversità, né gli eccessi, né la fuga cui fu costretto negli ultimi anni della sua vita, inseguito dalla pena di morte, riuscirono mai a distrarlo dal suo rigore pittorico, geniale e rivoluzionario.

Avrebbe potuto, per interesse o per disperazione, seguire strade espressive molto più comuni e tirate via.

Ma il suo brand si è imperiosamente imposto su ogni necessità.

Gli era impossibile venir meno all'istanza profonda di dare sempre voce all'autenticità, cercando l'equilibrio tra l'esplosione creativa e la disciplina pittorica.

Se ti fai un minimo di occhio, riconoscerai un quadro di Caravaggio tra mille.

Come nel set di un film



La vocazione di Matteo, Caravaggio.
Foto cosafarearoma.it

Il tempo di Caravaggio era il tempo della Controriforma, di una Chiesa che commissionava quadri di storia sacra capaci di elevare gli animi e suscitare sentimenti commoventi.

L'artista rispose a tale richiesta senza mai adagiarsi su moduli espressivi già noti.

Si oppose così all'accademismo corrente, generando una pittura diretta, rivoluzionaria, espressa dal vero, con un naturalismo che ti coinvolge, come il set di un film drammatico, qualsiasi età tu abbia.

Non è solo stile, ma rigorosa scelta pittorica, felice immediatezza "fotografica", immersione fulminea, brutale, senza concessioni o abbellimenti dentro scene nutrite dell'anima di Caravaggio, della sua esperienza, fatta di

contrasti e di travagli, di intensa ricerca di sapore, odore, colore, piacere e dannazione.

Come uno scatto rubato

L'effetto di ogni suo quadro somiglia allo scatto di una foto *ante litteram*, lo scatto rubato nel momento più significativo del dramma in atto, con una inedita trattazione della luce, ottenendo effetti drammatici per mezzo del chiaroscuro, con un violento contrasto di ombre e luci quale si trova solo nelle cantine o alla luce artificiale.

L'effetto, inoltre, era spesso dissacrante: i contenuti sacri dovevano riflettersi in azioni vere e rispecchiare la vita popolare, fatta di piedi sporchi, espressioni di dolore, luci oblique.

Caravaggio dipingeva "alla prima", senza analitici disegni preparatori, con la visione completa maturata nell'intimo e fissata di getto sulla tela.

Riuscì così a rigenerare l'arte del suo tempo.

Tale intenso realismo, così diverso dal metodo pittorico allora in voga, ebbe una portata enorme in tutta l'Europa.



Ritratto di Caravaggio, Ottavio Leoni.
Foto aboutartonline.com

Se sei a Roma...



La Madonna dei Pellegrini, Caravaggio.

Foto cosafarearoma.it

Se sei a Roma, non ti sarà difficile seguire le orme di Michelangelo Merisi da Caravaggio, specchiandoti in molti suoi capolavori, esposti in chiese e musei.

Per citare solo le chiese, ecco il tuo facile itinerario.

Nella chiesa di San Luigi dei Francesi, vicino a Piazza Navona, c'è la Cappella Contarelli, con tre dipinti: la "Vocazione di San Matteo", il "Martirio di San Matteo" e "S. Matteo e l'Angelo".

Alla fine di Corso Rinascimento, dalla parte di Piazza delle Cinque Lune, trovi la Chiesa di Sant'Agostino, dove è la "Madonna dei Pellegrini", conservata nella prima cappella a sinistra, proprio vicino all'ingresso.

Presso la Basilica di Santa Maria del Popolo, a Piazza del Popolo, ti aspetta la Cappella Cerasi, dove sono la "Conversione di S. Paolo" e la "Crocifissione di S. Pietro".