

Armando Testa. Il design delle idee



Scritto da Giulia Rosetti

20 Apr, 2010 at 01:51 PM



Pochi possono vantare una produzione poliedrica e sfaccettata quanto **Armando Testa** e, soprattutto, pochi possono vantare la sua coerenza espressiva in ogni tipo di realizzazione. Questo maestro, che la maggior parte di noi ricorda per le pubblicità del Carosello, infatti, si è dedicato anche alla produzione di manifesti e stampati pubblicitari, alla realizzazione di oggetti di design, all'arte astratta, al disegno e all'architettura.

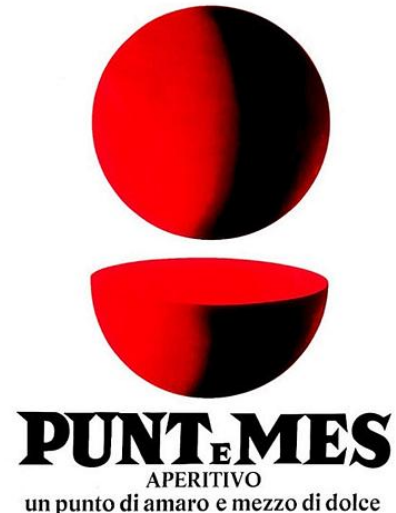
Nato a Torino nel 1917, Armando Testa si era per prima cosa avvicinato alla pittura astratta grazie all'incontro con Ezio D'Errico, mentre frequentava la Scuola Tipografica Vigliardi-Paravia. Il suo interesse a tutto tondo per le arti visive si è espresso, poi, nelle conduzione parallela delle attività di artista, designer e pubblicitario. All'interno di questa varietà, è però palese una forte coerenza espressiva ed idealistica, che mai perderà la propria centralità nelle opere di Testa: *“Nei miei manifesti, nei miei messaggi pubblicitari, ho sempre cercato la sintesi, l'impatto espressivo, invidiando talvolta alla cosiddetta arte pura proprio la possibilità di giocare sull'ambiguo, sul non definito.”*

Di conseguenza, il suo stile ha costanti ben riconoscibili: il colore pieno (spesso nero o rosso), l'uso di forme geometriche come la sfera o il cono, l'attenzione ai particolari anatomici e una certa passione per lo “zoom”. Testa abbracciava la filosofia espressa nella nota frase dell'architetto Mies van der Rohe: *Less is More*, ovvero, il meno è più.

La mostra del PAC, aperta in concomitanza col Salone del Mobile, vuole far emergere un aspetto della creatività di Testa, quello più legato al design, dando spazio a progetti di oggetti sempre caratterizzati da fantasia ed ironia. Alcuni furono poi realizzati dall'artista stesso, come la sedia composta dalle iniziali del suo nome (fig. 1), altri sono stati creati ad hoc per interessamento diretto di Gemma de Angelis Testa, a partire dai progetti e dai disegni del marito. Oltre a questa sezione oggettuale, ovviamente la mostra presenta le opere più conosciute del pubblicitario, quelle bidimensionali e quelle televisive, ed alcune sue realizzazioni artistiche. Per quanto riguarda queste ultime, sono esposte alcune tele astratte, omaggi a



Mondrian (fig.2) e una serie di quadri dai soggetti ironici e ambigui. Sono poi presenti manifesti su tela come quelli realizzati per Borsalino, Carpano (fig.3), Moto Guzzi, Pirelli e Antonetto. Immagini inconfondibili, capaci di rimanere subito ancorate alla memoria. Seguono realizzazioni più recenti, come i manifesti fotografici per Peroni e Sasso, oltre che immagini divertenti realizzate assemblando olive, salumi, patate, spaghetti e altri cibi in modo da sembrare altro. Infine, una parte importante è dedicata alle pubblicità televisive: oltre ad una sala in cui vengono proiettate tutte le pubblicità realizzate per il Carosello, sono presentate due installazioni. Una, dedicata alla pubblicità della Philco, espone il pianeta Papalla e i suoi sferici abitanti con modellini e proiezioni. L'altra è incentrata sui personaggi di Carmencita e Caballero, noti protagonisti della pubblicità della Lavazza, di cui sono esposti alcuni pupazzi originali in gesso e carta (fig.4).



E quale lavoro migliore di questo per esaminare la filosofia ed il modo di lavorare di Testa? Egli credeva che il modo migliore di pubblicizzare qualcosa consistesse nella coerenza con ciò che si reclamizzava e nell'ironia. Non credeva nell'approccio emozionale e orientato al marketing di stampo americano, ma puntava all'originalità.

Così negli anni '60 creò per Lavazza l'immagine-marchio di un personaggio a forma di cono, con baffoni e sombrero, avvolto in un poncho etichetta,



Paulista. L'impatto visivo fu immediato. Con l'avvento del Carosello, in cui in un minuto di spettacolo era vietato mostrare riferimenti pubblicitari, dovette creare, sullo stesso stampo nuovi personaggi, slegati dal marchio, altrettanto semplici e di effetto. Nacque così il Caballero Misterioso, affiancato dalla compagna Carmencita, personaggi senza braccia né gambe, con gli occhi ed il sorriso disegnati. Semplici coni, arricchiti da qualche accessorio, come il cappello o le trecce, da far vivere attraverso pochi movimenti e il rapporto tra le figure. Un'essenzialità formale estrema, quindi, arricchita dall'ironia della

sceneggiatura e della musica. Una filosofia vincente, dato che in poco tempo lo spot divenne così famoso che la sua frase di chiusura entrò nel linguaggio comune di tutti gli italiani.

Infine, la mostra presenta il documentario di Pappi Corsicato *Povero ma moderno*, con Lucilla Agosti, portato nel 2009 alla Mostra del Cinema di Venezia e premiato nella sezione "Orizzonti". Racconta in cinquanta minuti la vita di Armando Testa ed è, allo stesso tempo, un viaggio nella storia del nostro Paese vista attraverso gli occhi di una persona che molto sapeva sulla

creatività, la fantasia e la semplicità.

“Carmencita sei già mia, chiudi il gas e vieni via.”

Scheda tecnica

Milano, Pac - Padiglione d'arte contemporanea, fino al 13 giugno. Orari: da martedì a domenica dalle 9.30 alle 19.30, giovedì fino alle 22.30, lunedì dalle 14.30 alle 19.30. Ingresso: 5 euro, ridotto 3 euro, ridotto speciale per gruppi di studenti 2 euro.

Sitografia

http://www.youtube.com/watch?v=vz4P2wg7joA&feature=player_embedded

[Chiudi finestra](#)