

Da: *Armando Testa*, a cura di I. Gianelli, G. Verzotti, G. De Angelis Testa, catalogo della mostra (Rivoli-Torino, Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea, 21 febbraio - 13 maggio 2001), Edizioni Charta, Milano 2001, pp. 11-16.

Un inquieto viaggiatore dell'immagine

Gemma De Angelis Testa

Armando è stato per me un'apparizione, una presenza lungamente attesa: il suo sorriso, pulito e disarmante da fanciullo, illuminava il volto dal mento quadrato rivelandone la fossetta, gli occhi sprizzavano vivacità nella ricerca sempre curiosa di captare il nuovo.

"Bisogna essere creativi anche nelle cose più banali, il quotidiano perde la quotidianità se l'affronti con creatività come se fosse la prima volta che ti si presenta". Con queste parole Armando mi incuriosì e interessò al momento del nostro incontro.

Armando e l'arte sono stati e sono il sogno della mia vita. Fin dall'infanzia ho avuto un buon rapporto con i libri, che erano gli unici compagni di "gioco" assieme ai miei fratelli: i libri alimentavano la dimensione del sogno, contribuendo a tenermi in parte distaccata dalla realtà, e restano, assieme all'arte, i più fidati e necessari compagni del mio percorso. Fu un libro a creare il ponte fra me ed Armando.

Durante l'adolescenza mi era capitato di leggere le vite di Van Gogh e di Modigliani: l'infatuazione per quest'ultimo era stata tale da farmi annunciare in famiglia che un giorno avrei sposato un artista. Quando incontrai Armando, a Venezia, avevo appena compiuto 21 anni; mi trovavo sulla bellissima spiaggia dell'Hotel Excelsior al Lido, e come sempre avevo con me dei libri, fra i quali *Psicanalisi del genio* di Sigmund Freud. Se ricordo bene, quello che avevo recepito dalla lettura delle prime pagine era che il bambino, divenuto adulto, si vergogna della sua infanzia, ritenendola negativa agli occhi della società, mentre l'artista vive naturalmente e spontaneamente le proprie fantasie, e non teme questa caratteristica che accomuna tutte le persone di genio. Quella mattina al Lido fantasticavo e pensavo a tutto ciò, quando improvvisamente avvertii una presenza magnetica: alzai gli occhi e vidi Armando di cui ignoravo l'esistenza e il nome. Era lontano, stava conversando con qualcuno, ma era lui a riempire lo spazio, mentre gli altri restavano sfuocati. Elegantissimo, indossava nonostante il caldo un completo di lino bianco, sul capo l'inseparabile Panama, si muoveva come se il suo corpo andasse dietro alle sue parole. Appresi che, da poco tempo separato dalla moglie, viveva da solo in un residence a Torino. A Venezia avemmo modo di frequentarci visitando insieme più volte la Biennale d'Arte, e parlando ci apparve significativa la coincidenza del mio nome con quello delle figure femminili importanti nella sua vita, come pure la coincidenza di avvenimenti simili occorsi ad entrambi in epoche diverse. Il caso sembrava aver voluto farci incontrare, l'amore ci portò al matrimonio otto anni dopo.

Armando divorava immagini dall'ambiente circostante e dai libri: a un giornalista che gli chiedeva cosa gli sarebbe mancato di più se fosse stato costretto ad abitare su un'isola deserta, rispose senza esitazione "I cataloghi d'arte". Viaggiavamo spesso per visitare musei e gallerie, materialmente non portavamo a casa nulla, il nostro bagaglio era unicamente carico di emozioni e di energia. Armando non era un collezionista e l'idea di comprare quadri non ci sfiorava, tranne rare eccezioni. In seguito, accortosi che la mia passione per l'arte poteva tramutarsi in qualcosa d'altro, realtà avvenuta dopo la sua scomparsa, mi espresse il desiderio di poter avere le pareti di casa bianche e immacolate come fogli su cui tracciare mentalmente dei segni, senza interferenze di altre immagini che

l'avrebbero distratto dal suo lavoro creativo. La sua curiosità si estendeva dalle piramidi egizie, all'arte tribale, da Piero della Francesca a Jeff Koons, dal cinema alla fotografia, all'architettura; ma osservava anche le cose più semplici e più ovvie, assorbiva ciò che vedeva, e dopo una lunga elaborazione, le idee schizzavano fuori, magari dopo anni, sotto altre spoglie. Era affascinato dai segni semplici, la croce, la sfera, il triangolo; amava molti artisti, fra i quali: Michelangelo, Picasso, gli architetti Gropius e Le Corbusier, ma aveva una debolezza per Mondrian e per l'architetto tedesco Mies van der Rohe, direttore di quella famosa scuola "Bauhaus" che Hitler fece chiudere nel 1933.

"Nel meno c'è il più" è la frase, da Mies van der Rohe, che Armando ripeteva spesso, a se stesso e agli altri. Con l'avvento del marketing in pubblicità, che comporta indagini di mercato, *brief*, strategie e vari piani di guerra, ne era stato invaso anche lui, costretto talvolta a concedere sul piano formale: questo gli creava una certa inquietudine, fin quando una notte, raccontava, aveva sognato Mondrian che lo aveva sgridato ed esortato a ritornare alle sue forme essenziali. Armando in arte era capriccioso e imprevedibile: lui stesso affermava che ciò che gli piaceva oggi non sapeva se gli sarebbe piaciuto domani.

Il suo approccio al mondo era fuori da ogni schema: era dotato di enorme allegria, amore e trasporto per tutti gli aspetti della vita. Carismatico e ironico, non nascondeva la sua irrequietezza, la sua esuberante vitalità, il suo anticonformismo. Affascinava la gente, grande trascinatore, amava circondarsi della presenza di un folto gruppo di giovani amici che ci seguivano anche nei viaggi in paesi lontani, durante i quali a stento riuscivamo, me compresa, a tener testa alla sua instancabile energia.

Usava un linguaggio tutto suo, personalissimo, dal lessico bizzarro, talvolta accoglieva i visitatori con le parole "Si assettassero", sdrammatizzando la sua presenza e mettendoli a proprio agio, quindi proseguiva la conversazione con accento torinese, vezzo che non perse mai e che già insinuava una coloritura d'ironia alla domanda: "E lor signori cosa ne pensano di questo disegno?" Nel raccontare un episodio, eccitato, lo anticipava con una risata furba, come un dato acquisito che solo lui aveva capito prima degli altri. Pur conversando, e comunque in tutto il suo quotidiano, disegnava incessantemente su qualsiasi materiale gli capitasse sottomano: carta, cataloghi, libri. La sua mano non poteva resistere all'irrefrenabile necessità di trascrivere in disegno la voragine di immagini create dalla sua fantasia. Era ossessionato dai numeri e dalle lettere a cui conferiva caratteristiche umane, ma soprattutto dalle dita che ha dipinto e fotografato nel corso degli anni, fino a farle diventare soggetti di una sequenza fotografica che ai suoi occhi documentavano le fasi di una performance.

Curioso delle persone, la qualità che più apprezzava negli altri era la bontà: egli stesso buono e generoso, si sentiva disarmato di fronte a una persona buona. Sapeva ascoltare ed aveva la capacità di cogliere anche dalle persone più semplici il meglio, trasformando spesso una frase o un episodio anche banale in qualcosa di avvincente ed originale, tanto che l'interlocutore si sentiva all'improvviso al centro dell'attenzione e si scopriva intelligentissimo. Armando era un inesausto comunicativo, riusciva a contagiare e a trasmettere negli altri una spruzzata della sua genialità.

Per ventidue anni è stato il mio dolce compagno, marito, amico, amante, il mio tutto. Il nostro legame era forte, e ci univa in simbiosi nella felicità come nella sofferenza, non lasciando spazio a nessuna intrusione. Gli anni che ho trascorso con lui sono stati magici e intensi: era come vivere in un film proiettato a forte velocità.

Armando pensava di avermi derubata della sua giovinezza, che non poteva più offrirmi: ma era questa una sua inquietudine poiché io non ho mai sentito la mancanza, né ho avvertito il possibile disagio per una giovinezza che non c'era più.

I miei ricordi di Armando sono i ricordi di viaggi, di incontri, di visite a musei e gallerie, delle idee scambiate, delle battute per le quali abbiamo riso insieme, delle mai noiose conversazioni che

esigeva anche dagli altri e delle quali non perdeva mai il controllo, orchestrandone anche i silenzi. Eravamo complici nell'allegria e nella riscoperta del mondo insieme, amavamo gli scherzi che facevamo, e di cui a volte rimanevamo vittime. Il tempo ci scivolava addosso, sembrava non avere scadenza, nella beatitudine di assaporare insieme ogni esperienza condivisa anche nel racconto, gelosi ognuno degli eventuali pensieri inespressi dell'altro. Facevamo a gara per piacerci, dialogavamo attraverso l'arte poiché senza questo dialogo non era possibile arrivare al suo cuore.

Ho avuto anche il privilegio di averlo come maestro. Incoraggiandomi innanzitutto a sviluppare una visione "personale" delle opere d'arte. Ho assimilato le sue lezioni, la capacità di sintesi: mi ha insegnato a leggere la bellezza formale e strutturale di un segno, di un carattere; la semplicità e il rapporto dialettico tra l'immagine e il messaggio, la potenzialità espressiva della raffigurazione che per durare nel tempo deve andare oltre il suo destino utilitaristico, l'importanza della spazialità del fondo bianco dove emergono con imponenza la figura e le scritte, l'uso dei colori primari. Ma, soprattutto, mi ripeteva che l'esercizio mentale e la curiosità continua sono le diete giuste per il cervello di un creativo: la creatività, mi diceva, va messa sul vasino ogni mattina per tenerla in esercizio. Dopo la sua scomparsa, questa costante sollecitazione mi è mancata, ho proiettato la mia fantasia verso altre direzioni, ma ancora oggi mi sorprendo ad elaborare immagini per prodotti di committenti inesistenti.

Dalle sue lezioni scaturì una vera e propria collaborazione professionale: per circa ventidue anni abbiamo concepito discusso e creato assieme molti cartelloni e molta grafica. Era eccitante lavorare accanto a lui. Io non so disegnare, ma come lui stesso ha sottolineato in una lettera, che tengo tra le cose più care, scritta un paio di anni prima della sua scomparsa, "Anche nei viaggi lei mi sta accanto per studiare i miei temi, anche se non sa disegnare, più di un'idea mi è stata portata da lei, ne cito qualcuna: la penna braccio del 'Corriere della Sera', il caschetto di capelli con la bocca che ride della campagna 'Sorrisi e Canzoni', e tante tante volte che non ricordo nemmeno. Riesce ad aiutarmi moltissimo con idee, giudizi pubblicitari e pittorici...". Non badavo troppo al *marketing*, ma grazie al bagaglio di immagini che avevamo in comune, e alla sua esperienza, riuscivamo a intenderci e a collaborare. Talvolta è capitato, come nel caso del manifesto per i cinquant'anni della tipografia Pirovano, che fossero stampati sia il manifesto ideato da Armando, con la grande virgola, sia quello ideato da me con le due mani rosse che si stringono. Armando creava o comunque supervisionava sempre le campagne sviluppate dai vari gruppi creativi dell'agenzia. Gli elementi anche più minuti nei quali ci imbattevamo durante i nostri viaggi, un granchio, un'iguana incontrati su un'isoletta dei Mari del Sud, potevano diventare ispirazione per una copertina, una serigrafia o una vera e propria campagna pubblicitaria.

Dopo la morte di suo fratello Mario, Armando mi chiese di dirigere la Arno Film, la sua storica casa di produzione dove erano nati Paulista, Caballero e Carmencita per il caffè Lavazza, il pianeta Papalla per la Philco, l'ippopotamo Pippo per la Lines, e tanti altri fantastici personaggi. L'esperienza fu positiva, prodigai nuove energie e fui orgogliosa dei riconoscimenti e dei premi che si susseguirono.

Armando è stato definito il padre della pubblicità moderna; lui diceva, però, che avrebbe preferito esserne il cognato o addirittura non esserlo ma avere, invece, 18 anni. Altre volte chiedeva uno sconto di dieci anni.

"L'ansia di conoscere sempre quanto c'è di nuovo, la curiosità non vincolata da barriere, ma libera di svolazzare in tutti i campi è il primo scalino della creatività" amava affermare Armando, che si definiva, e difatti era, un inquieto viaggiatore dell'immagine. Questa ricerca di originalità lo faceva balzare da una tecnica all'altra, per esplorare tutti i sentieri della comunicazione visiva: ha sconfinato da pubblicità a pittura, da grafica a televisione, da design a scrittura, ha finanche ideato la facciata dell'edificio che è sede dell'Agenzia Testa a Torino ancora oggi.

La rivoluzione che Armando introduce nel campo pubblicitario e lo sviluppo, a lui strettamente

legato, della pubblicità in Italia, deriva dal suo primo amore, la pittura: Armando nasce come pittore astratto ed è la pittura la sua espressione negli anni giovanili. In seguito l'esperienza tipografica a cui lo condussero le esigenze pratiche della vita lo porta a semplificare colore e segno. Ma tra la sua vita di pubblicitario e quella di pittore non c'erano stacchi. "Voglio continuare a dipingere, perché è uno dei miei pochi momenti di libertà. E sono convinto, che fra pittura e pubblicità debba esserci un'interazione totale. Il mio percorso non prevede il riposo della pittura, come qualcosa di deviato rispetto al mestiere di ogni giorno", così scriveva Armando nel corso degli anni.

Poteva passare agilmente da un cartellone figurativo ad uno astratto, dalla realtà fotografica ai cartelli fluorescenti ancora oggi modernissimi; nonostante sia ricordato per i fondi bianchi, con l'immagine centrale (fondo bianco ormai diventato patrimonio comune di tutti i cartellonisti), è stato il primo ad adoperare i fondi fluorescenti negli anni Cinquanta, sia in Italia sia all'estero. Ha dato grande rilievo alla fotografia, adoperando il fotocolor esattamente come adoperava il pennello. Nel 1977 affermava sulla rivista "Diaframma": "Fotografia è dipingere con la macchina fotografica. Io guardo la fotografia come guardo un disegno, manipolo la fotografia, la lascio integra e me ne servo, ma esattamente come quando disegno un'immagine". Mentre disegnava mi domandava spesso un parere sulla sua nuova creazione, e quando gliene chiedevo la destinazione, mi rispondeva: "Non ha importanza a cosa servirà: guarda il segno, guarda la forma".

Le sue creazioni spesso nascevano autonome, slegate dalle richieste del committente. Erano ricerche personali, non condizionate e non "destinate" alla pubblicità le serigrafie con gli animali iniziate nel 1958, e condotte fino al 1982, come pure l'ironica serie, *Cibo*, intrapresa con la *Mela* nel 1974 e forzatamente terminata nel dicembre del 1991: soggetti che appartengono alla dimensione fiabesca di una fantasia giocosa. In altri casi, come della "sfera e mezza" per Punt e Mes e del *Dito Star* dell'ultimo manifesto per Cinema Giovane, il disegno era nato autonomo, e solo successivamente Armando decise di farne uso nella pubblicità. L'essenza della comunicazione, quello che c'era dietro, era cosa acquisita, Armando studiava ogni campagna nei minimi dettagli, riusciva a non farsi violentare e appiattare da tanta ricerca e non perdeva di vista l'azione pubblicitaria nel suo insieme, tenendo sempre conto dei vari media impiegati.

La capacità di comprendere l'arte non si acquisisce facilmente, e ancora più difficile è parlare d'arte quando essa è applicata ai prodotti popolari, ma Armando riusciva a esprimersi artisticamente perché le sue immagini, apparentemente semplici, erano "colte" e divertenti al tempo stesso.

Teneva in gran conto la sensibilità del suo pubblico abituato a convivere con opere millenarie, abituato a certe armonie visive, ai colori, alla luce, e si serviva dei media, dalla televisione alle pagine di giornali e riviste e ai muri delle città utilizzandoli come fossero le sue gallerie d'arte.

"Saper gustare da soli una emozione, significa avere il dono raro di riuscire ad apprezzare fino in fondo il messaggio artistico". E continua, "...la fotografia riproduce l'ovvietà quotidiana, guarda frontalmente nell'ovvio, mentre il sogno ha bisogno di una visione obliqua. La pittura è una metafora sognante. La pubblicità, invece, quasi sempre, propina immagini scontate..."

Seppure con fini diversi, come i primitivi e gli artisti del Rinascimento, Armando cercava di entrare in contatto con la gente attraverso le immagini. La sua era una creatività che, affondando le radici nella tradizione pittorica italiana, aveva poco a che fare con i modelli anglo-americani concentrati più sull'aspetto del *marketing*.

Per Armando, i pubblicitari hanno una responsabilità culturale ed etica nei confronti del pubblico, la pubblicità è testimone non solo della comunicazione commerciale, ma anche della storia del paese e dovrebbe svolgere la funzione educativa di insegnare e trasmettere il messaggio dell'arte.

Contrario alla pubblicità bieca, alla falsa motivazione, alla falsa informazione, alla retorica del lava più bianco, Armando riteneva che certe atmosfere corredate da ambigue parole, sotterfugi e lumacose motivazioni, maltrattassero l'intelligenza del pubblico e ne sfruttassero l'ingenuità.

Non erano scontati i suoi Caballero, i Papalla, le oche Cesira e Ambreus, ed il treno Saiwa che

hanno divertito generazioni di giovani e non più giovani. Armando non soltanto stimolava l'immaginazione di chi gli stava vicino, ma creava un vero e proprio dialogo anche con i telespettatori che ogni sera guardavano i suoi filmati, stimolati nella loro attenzione e fantasia, soggetti non passivi, bensì coinvolti visivamente e intellettualmente.

La sua fantasia accendeva quella del pubblico, Caballero e Carmencita sono puri con i conchi che lui animava "a passo uno" (*stop motion*), come nei cartoni animati, fotogramma per fotogramma: era la prima volta che venivano realizzati dei personaggi così essenziali, sparavano, ma erano senza braccia, era il ritmo dell'azione, l'umorismo della situazione e la fantasia del pubblico a dare braccia, mani e labiale. Così Papalla è una sfera, che compie ancor meno movimenti, ma che agisce come un essere umano.

L'immensa galleria d'arte delle opere di Armando era la strada, il mondo della vita, che tutti noi attraversiamo e dove a tutti è permesso di entrare.