



CASTELLO DI RIVOLI

Armando Testa

21 FEBBRAIO - 13 MAGGIO 2001

REGIONE PIEMONTE

FONDAZIONE CRT

CASSA DI RISPARMIO DI TORINO

FIAT

CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA,
ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI TORINO

TELECOM ITALIA

CITTÀ DI TORINO

Castello di Rivoli • Museo d'Arte Contemporanea

Armando Testa

Nato a Torino nel 1917, Armando Testa è considerato il padre della moderna pubblicità italiana, e anche al di fuori di questo specifico ambito è stato un maestro nella comunicazione, un "creativo" che ha inventato nuovi linguaggi, sempre adottando i mezzi tecnologicamente più avanzati. Per quanto la sua produzione si sia differenziata a seconda della funzione che andava a svolgere, dal messaggio pubblicitario a quello teso alla promozione culturale, dall'ironico cartoncino di auguri al manifesto di sensibilizzazione civile Testa non ha mai posto differenze nel suo approccio all'atto creativo, come documenta questa mostra.

Da ragazzo, quando lavora come tipografo, frequenta la scuola serale Vigliardi Paravia dove, fra i suoi maestri, il pittore Enzo D'Errico gli comunica l'amore per l'arte astratta, soprattutto quella di impostazione razionalista derivata dal Bauhaus. Guardando a questa eredità culturale, progetta il manifesto per la fabbrica di inchiostri tipografici ICI, una delle sue prime opere di successo, con un disegno geometrico. Dall'astrazione geometrica assimila il gusto per la sintesi formale, in una reiterata verifica del motto di Mies van der Rohe *Less is more*, il meno è il più. Per tutta la vita Testa cercherà, e troverà, immagini che nella loro essenzialità riescono a comunicare integralmente il messaggio che sono tenute a veicolare, come si vede soprattutto nei manifesti

della sua prima attività di grafico pubblicitario, quelli realizzati fino all'imporsi del fotocolore nel linguaggio del *graphic design*. La tensione alla sintesi si basa su un vocabolario di segni dinamici, e genera il gusto per un'immagine unica che però ne contiene molte, quasi un organismo in metamorfosi: è il caso di alcuni fra i più riusciti manifesti realizzati nel corso degli anni Cinquanta, dove protagonista è la fusione fra corpi di animali ed elementi meccanici, o anche di molto lavoro di libera invenzione realizzato in serigrafia, dove emerge un altro carattere distintivo del lavoro di Testa, il suo tono ironico.

Fra tutte le sue immagini, non poche hanno raggiunto una notorietà ben maggiore di quella che di solito arride alle campagne pubblicitarie anche più fortunate. Fra queste, il famoso logo inventato per l'aperitivo Punt e Mes, costituito da una semplice sfera che sovrasta una mezza sfera, a tradurre letteralmente, con uno slittamento semantico semplice quanto geniale, l'espressione verbale "un punto e mezzo" che identifica la bevanda, un amaro con una punta di dolce... Prodotto tipico della cultura di massa, la fotografia a colori nel corso degli anni Sessanta sostituisce progressivamente il disegno nel mondo della pubblicità, e Armando Testa, ormai a capo di un'agenzia destinata a diventare leader

non solo in Italia, si adegua senza condizioni al nuovo mezzo, ideando campagne che faranno epoca nel nostro paese.

In quegli anni tuttavia il successo maggiore gli proviene dal suo impegno nella televisione, il nuovo mezzo di comunicazione presto capillarmente diffuso. Testa ne fa un uso fantasioso e favolistico, inventando personaggi come il Caballero Misterioso, Carmencita, Paulista e gli abitanti del pianeta Papalla, semplici coni e sfere con pochi attributi umani, sapientemente ripresi con la tecnica del "passo uno", cioè in sequenze fotografiche che, una volta filmate, danno il senso del movimento. Crea anche brevi *sketches* con attori professionisti a cui affida espressioni e slogan che entrano presto nel linguaggio comune, come "...la pancia non c'è più!" o "Chiamami Peroni, sarò la tua birra...". Nel breve filmato televisivo si esplica al meglio quel carattere narrativo che secondo Testa deve essere intrinseco ad ogni messaggio indirizzato al pubblico più vasto.


La creatività di Testa si è espressa su molti versanti, nell'ambito della comunicazione sociale quanto in quello dell'espressione artistica. Le sue immagini hanno travalicato il mondo del consumo per disporsi a veicolare messaggi tesi alla sensibilizzazione collettiva su problematiche sociali e politiche, come il sostegno ad Amnesty International. Fra i suoi committenti molte

sono state le istituzioni culturali, come il Festival di Spoleto, il Teatro Regio e il Salone del Libro di Torino o lo stesso Castello di Rivoli, per i quali Testa ha creato manifesti, copertine e marchi.

A questa variegata attività si affianca poi, soprattutto negli ultimi anni della sua vita, la libera creazione di forme e figure, fra le quali spicca, in tutto il suo pathos drammatico, quella estrema della croce. Armando Testa muore a Torino il 20 marzo 1992.

Giorgio Verzotti

Visite guidate gratuite alla mostra la domenica e nei giorni festivi alle ore 11.00, 15.30 e 17.00; il sabato alle ore 15.30. Visita dedicata alla storia e all'architettura del Castello di Rivoli la seconda domenica di ogni mese alle ore 16.00.



CASTELLO DI RIVOLI

Armando Testa

FEBRUARY 21 - MAY 13, 2001

REGIONE PIEMONTE

FONDAZIONE CRT

CASSA DI RISPARMIO DI TORINO

FIAT

CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA,
ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI TORINO

TELECOM ITALIA

CITTÀ DI TORINO

Castello di Rivoli • Museum of Contemporary Art

Armando Testa

Born in Turin in 1917, Armando Testa is considered the father of modern Italian advertising, and even outside this specific context he was a master of communications, a creative artist who invented new languages, always adopting the most technologically advanced means. It is possible to differentiate his production depending on the function it was meant to carry out, from advertising messages to cultural promotions, from ironic greeting cards to community service posters. However Testa never altered his approach to the creative act, as this exhibition of his work documents.

As a boy, while working as a printer he attended the Vigliardi Paravia night school, where one of his teachers, painter Enzo D'Errico, imbued him with a love for abstract art, particularly that of a rationalist, Bauhaus-derived bent. Looking at this cultural patrimony, he designed a poster for ICL, a company that manufactured printers' inks, and the result, a geometric design, was one of his first successful works. From geometric abstraction he assimilated a taste for formal synthesis, in a reiterated verification of Mies van der Rohe's maxim *Less is more*. For his entire life, Testa would search for, and would find, images that, in their essential nature, succeed in fully communicating the message they are meant to convey. One sees this above all in his early advertising posters, created prior to the

prevalent use of color photography in the language of graphic design. The tension of the work's synthesis is based on a vocabulary of dynamic signs, and it generates a taste for a unique image that, however, contains many others, almost like an organism in metamorphosis. This is the case in some of the most successful posters created during the fifties, where the protagonist is a fusion of animal bodies and mechanical elements, or in many freely inventive works created in silkscreen technique, where another distinctive characteristic of Testa's work also emerges: his ironic tone.

Among all his images, more than a few have achieved a level of fame much greater than that which is usually accorded to even more successful advertising campaigns. Among these, the famous logo invented for the aperitif Punt e Mes, consisting of a simple sphere that overhangs a half sphere, in a literal translation, with a semantic shift as simple as it is clever, of the verbal expression "a point and a half" ("un punto e mezzo"), which identifies the drink, a bitter with a touch of sweetness... During the sixties, color photography, a typical product of mass culture, progressively replaced drawing in the world of advertising. Armando Testa, now the head of an agency destined to become a leader in Italy and beyond, adjusted unconditionally to the new medium, conceiving campaigns that would mark a new era in his own country.

During that period, however, his greatest success was derived from his engagement in the world of television, the new means of communication that would soon be widely disseminated. Testa put it to imaginative and fable-like use, inventing characters like the Caballero Misterioso, Carmencita, Paulista and the inhabitants of the planet Papalla. Simple cones and spheres with few human attributes, they were skillfully shot using a "stop motion" technique, that is, with photographic sequences that, once filmed, give a sense of movement. He also created brief sketches with professional actors to whom he entrusted expressions and slogans that soon entered into everyday speech in Italy, such as "...no more belly!" or "Call me Peroni, I'll be your beer..." The short television filmstrip was the format best suited for explicated the narrative character that, according to Testa, had to be intrinsic to every message directed to the public at large.

Testa's creativity found expression in many directions, within the context of social communication as well as the realm of artistic expression. His images passed beyond the consumer world to act as vehicles for messages aimed at public awareness of social and political issues, such as support for Amnesty International. His many clients included cultural institutions such as the Spoleto Festival, the Teatro Regio and the Book Fair in Turin, as well as Castello di Rivoli,

for which Testa created posters, book covers and logos.

This wide-ranging activity was accompanied, particularly during his late years, by a free creation of forms and figures, among which the final image of the cross stands out in all its dramatic pathos. Armando Testa died in Turin on March 20, 1992.

Giorgio Verzotti (Translated by Marguerite Shore)

There are guided tours to the exhibition, free of charge, on Sundays and holidays, at 11:00 a.m., 3:30 p.m. and 5 p.m.; Saturdays at 3:30 p.m. Tours covering the history and architecture of Castello di Rivoli are held on the second Sunday of each month at 4:00 p.m.