



# GALLERIA CONTINUA | 30 YEARS

SAN GIMIGNANO BEIJING LES MOULINS HABANA ROMA

Via del Castello 11, San Gimignano (SI), Italia  
tel. +390577943134 | info@galleriacontinua.com | www.galleriacontinua.com

## ARMANDO TESTA

### Le sirene di Armando Testa

Inaugurazione: sabato 11 luglio 2020, Via del Castello 11, 10-19  
Fino al 6 settembre 2020, da lunedì a domenica, 10-13 / 14-19 su appuntamento

Per garantire la massima sicurezza è necessario prenotare la vostra visita alla mostra: [sangimignano@galleriacontinua.com](mailto:sangimignano@galleriacontinua.com)

Galleria Continua è lieta di ospitare nei suoi spazi di San Gimignano la mostra di Armando Testa dal titolo *“Le sirene di Armando Testa”*. L'esposizione raccoglie fotografie, sculture e disegni realizzati nell'arco di circa un ventennio che declinano il tema del cibo. Fin dalla fine degli anni Sessanta, dimostrando di saper anticipare una delle tendenze dei giorni nostri, Testa si dedica a questo tema. Con l'immagine del cibo ha un rapporto giocoso, lo trasforma facendolo diventare scherzo e allo stesso tempo metafora visiva: *“nel mio mestiere devo esaltare quotidianamente il cibo tra posate preziose, bocche avidi, piatti scintillanti, ma a volte provo il desiderio di mollare tutto, stringere la mano al kitsch e interpretare spaghetti, frutta, prosciutto e uova in liberi e voluttuosi accostamenti e fare dell'arte visiva in cucina”* (Armando Testa).

Armando Testa è stato una figura chiave di una generazione autorevole che ha creato in Italia un punto di contatto straordinario tra avanguardia e cultura popolare. Disegnatore e *cartoonist*, regista, pittore, scultore, architetto, Testa è tra i pionieri e i padri fondatori dell'*advertising*. Un *“visualizzatore globale”*, secondo la definizione riservatagli da Gillo Dorfles. Ironico e lungimirante, Testa si è distinto per il minimalismo del suo segno grafico, per l'immediatezza comunicativa delle sue tag-lines (le frasi brevi e dirette che richiamano sinteticamente la vocazione dell'azienda), per la capacità di interpretare in modo esemplare l'evoluzione della professione pubblicitaria in Italia e i mutamenti della società e dell'economia di una nazione che viveva il 'miracolo' del boom e la rivoluzione della televisione *medium* di massa.

L'indiscutibile qualità delle immagini pubblicitarie di Armando Testa è legata alla sua formazione e parallela attività di artista. In queste immagini ritroviamo forme, suggestioni e intuizioni dei grandi maestri del Novecento che l'artista-pubblicitario, con straordinaria capacità visionaria, reinterpreta dando vita ad un multiforme campionario di temi formali tradotti in una cifra stilistica assolutamente personale. Le sue invenzioni grafiche sono in diretto dialogo con le sperimentazioni condotte pochi anni prima dalle Avanguardie storiche (Astrattismo e Dadaismo) e anticipano o comunque affiancano la Pop Art, il Minimalismo, l'Arte Concettuale e persino alcune innovazioni artistiche sviluppatasi nel decennio dopo la sua morte.

Il titolo della mostra si ispira ad un saggio che Germano Celant scrive per il catalogo della retrospettiva che nel 1993 Palazzo Strozzi dedica all'artista: *“Queste creature composte e sovranaturali, come le sirene ed i centauri, gli servono per ammaliare od educare, ma anche per liberarsi dai vecchi codici e per sbarazzarsi di un ordine mummificato della comunicazione che, nel dopoguerra, con la grande diffusione del cinema e della televisione, doveva “riteatralizzarsi” per meravigliare e sedurre. (...) L'intrico di forze oscure e seducenti, consce ed inconsce sensuali ed intellettuali, capaci di sollecitare il desiderio del consumatore verso una reazione fisico/partecipativa, si basa sul piacere di divorare o ingoiare, eroticamente, il soggetto, pertanto Testa arriva ad “disegnare” i corpi di animali o di persone, le volumetrie di oggetti o le distese panoramiche dandogli la consistenza di cibi”*.

Intorno alla metà degli anni Sessanta, Testa utilizzando la tecnica del fotocolor dà inizio a una ricerca artistica personale: crea una serie di copertine, fotografie e cartoline d'auguri in cui il soggetto rappresentato - il cibo - viene scomposto, analizzato e immerso, attraverso il fotomontaggio, in contesti anomali così da creare situazioni paradossali. A partire dalla celebre *“Lampadina Limone”* realizzata nel 1968, la fantasia di Testa ha approfondito tutte le inesauribili potenzialità di questo tema, arrivando persino a immaginare mortadella e prosciutto come perfetti panneggi scultorei. Tra queste si ricorda *“La poltrona”* di prosciutto realizzata nel 1978, ed anche *“Invito al party”* e *“Tavolo con scarpine”* (entrambe create nel 1980): la prima rappresenta della mortadella piegata a formare una busta per lettere, la seconda raffigura un tavolo coperto

da una tovaglia di mortadella accanto a un paio di scarpe con il tacco, riguardo a queste opere Testa afferma: *“Quando ho realizzato la Poltrona di prosciutto ero veramente felice. Non solo perché era un’idea realmente originale, ma perché era sontuosa: l’idea di per sé stessa di avvolgersi in doppio petto nel prosciutto era proprio fisicamente nuova (...) Quel grasso unto del tavolo di mortadella che mi aggredisce è una nuova realtà che mi piace... penso che senso, che spessore avrebbe se gli posassi sopra le mani”*.

Le fotografie di Armando Testa costruiscono dunque un mondo fantastico i cui panorami e soggetti sono composti interamente da sostanze alimentari: i ravioli sono cuscini su cui riposano due olive (*Gli amanti*), un uovo fritto è un’isola (*Isola di Breakfast*), un taglio di gorgonzola è una colonna architettonica erosa dalle venature verdi del tempo (*Colonna di gorgonzola*), forme di patate compongono divani (*Industrial design*), l’asparago è un mostro che divora la sedotta sprovveduta (*Non ti fidar di un bacio a mezzanotte*), Capri si trasforma in due frammenti di formaggio Parmigiano (*Saluti da Capri*).

Con i limoni parlanti intitolati *“Espremiamoci di più”* interviene inoltre la deformazione linguistica, la parola che raggiunge il suo doppio senso solo grazie a una forzatura. Un altro salto triplo si ha con la scultura *“Stallone Sylvestre”*, dove vorticano assieme i tratti che formano le immagini, come fossero pennellate (fagiolini), il soggetto ritratto (il cavallo stallone e selvatico), il titolo (che gioca sul nome di un attore che apparentemente non c’entra nulla).

*“Le opere di Armando sono icone. Il dio rappresentato non è uno solo, può essere un prosciutto come un vermut, un detersivo o un pannolino. (...) Gli dei sono tanti, ma il culto è uno, solo quello dell’icona. L’icona della comunicazione, l’icona che è sempre stata il centro della comunicazione. Armando Testa non era interessato ai prodotti che con “spirito” geniale raffigurava, lui era interessato all’arte, a quei segni che attraverso gli altari (religiosi e non) della cultura occidentale avevano tracciato il divenire dell’arte, complesso, variegato e anche apparentemente contraddittorio. E vivere pacificamente il conflitto attuale tra un’arte per tutti e un’arte per l’arte”* (Michelangelo Pistoletto).

**Armando Testa** (Torino 1917-1992) frequenta la Scuola Tipografica Vigliardi Paravia dove Ezio D’Errico, pittore astratto, gli fa conoscere l’arte contemporanea, a cui guarderà sempre con grande interesse. A vent’anni, vince il suo primo concorso per la realizzazione di un manifesto, un disegno geometrico ideato per la casa di colori tipografici ICI. Dopo la guerra lavora per importanti case come Martini & Rossi, Carpano, Borsalino e Pirelli. Lavora anche come illustratore per l’editoria e crea un piccolo studio di grafica. Nel 1956 nasce lo Studio Testa dedicato alla pubblicità non solo grafica ma anche televisiva. Alcune delle aziende che si servono dello Studio Testa diventano ben presto leader di settore: Lavazza, Sasso, Carpano, Simmenthal, Lines. Vince nel 1958 un concorso nazionale per il manifesto ufficiale delle Olimpiadi di Roma del 1960. Rifiutata in un secondo tempo l’immagine proposta da Testa e indetto un secondo concorso nel 1959, vince anche questo. Nascono poi, fra gli anni Cinquanta e i Settanta, immagini e animazioni filmate per la televisione che sono rimaste nella storia della pubblicità, legati a slogan entrati nel linguaggio comune: il gioco grafico fra bianco/nero e positivo/negativo per il digestivo Antonetto (1960); le perfette geometrie della sfera sospesa sulla mezza sfera per l’aperitivo Punt e Mes, che in dialetto piemontese significa appunto “un punto e mezzo” (1960); le sculture coniche di Caballero e Carmencita per il caffè Paulista di Lavazza (1965); gli sferici abitanti del pianeta Papalla per Philco (1966); Pippo l’ippopotamo azzurro per i pannolini Lines (1966-67); e poi l’attore Mimmo Craig alle prese con gli incubi dell’obesità, su musiche di Grieg, per l’olio Sasso (1968); l’avvenente bionda Solvi Stubig per la Birra Peroni (1968). Come primo riconoscimento istituzionale del suo lavoro, è invitato a tenere la cattedra di Disegno e Composizione della Stampa presso il Politecnico di Torino dal 1965 al 1971. Nel 1968 riceve la Medaglia d’oro del Ministero della Pubblica Istruzione per il suo contributo all’Arte Visiva, mentre nel 1975 la Federazione Italiana Pubblicità gli tributa la Medaglia d’oro come riconoscimento per i successi conseguiti all’estero. Nel 1978 lo Studio Testa diventa Armando Testa S.p.A. che negli anni seguenti apre le sedi di Milano e Roma e continua a siglare campagne pubblicitarie di grande successo. Dalla metà degli anni Ottanta Testa, oltre che nella pubblicità vera e propria, si impegna nell’ideazione di manifesti per eventi e istituzioni culturali e di impegno sociale, da Amnesty International alla Croce Rossa, dal Festival dei Due Mondi di Spoleto al Teatro Regio di Torino. Realizza anche i marchi che contrassegnano enti culturali come il Salone del Libro e il Festival Cinema Giovani di Torino e il Castello di Rivoli Museo d’Arte Contemporanea. La sua agenzia diventa la più grande fra quelle operanti in Italia in quel settore, con sedi nelle più importanti nazioni europee. Si dedica ad una ricerca grafica e pittorica di libera creatività negli anni Ottanta e Novanta. La pubblicità viene ormai studiata come forma autonoma di espressione e comunicazione, e diverse istituzioni italiane e straniere dedicano a Testa mostre antologiche che valorizzano la sua attività artistica. Vanno ricordati il Padiglione d’Arte Contemporanea di Milano nel 1984, la Mole Antonelliana di Torino nel 1985, il Parson School of Design Exhibition Center di New York e Los Angeles nel 1987, il Circolo de Bellas Artes di Madrid nel 1989. Sempre nel 1989 diviene “Honor Laureate” presso la Colorado State University di Fort Collins. Tra le mostre a lui dedicate dopo la sua scomparsa ricordiamo le personali di Palazzo Strozzi a Firenze nel 1993, al Museo di Arte Contemporanea di Rivoli e a Castel Sant’Elmo nel 2001, all’Istituto Italiano di Cultura di Londra nel 2004, al MART - Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto nel 2017, ai Musei Reali - Sale Chiabrese a Torino nel 2018-2019. Le sue opere sono presenti anche in alcune importanti raccolte museali, come il MoMA - Museum of Modern Art di New York, lo Stedelijk Museum di Amsterdam, il Museo d’Israele di Gerusalemme, il Centro Studi e Archivio della Comunicazione dell’Università di Parma e molti altri ancora. Nel 2015 gli è stata dedicata una scultura pubblica intitolata Sinesi 59, a Torino dove l’artista è morto il 20 marzo del 1992.

**In ottemperanza alle misure per il contenimento del rischio da contagio covid-19 gli ingressi alla mostra saranno contingentati.**

**Per ulteriori informazioni sulla mostra e materiale fotografico:  
Silvia Pichini ufficio stampa [press@galleriacontinua.com](mailto:press@galleriacontinua.com), cell. 347 45 36 136**