

Anna Maria Testa è una delle regine della comunicazione

«Un paese a mia misura»

La creativa innamorata della Valluretta

Anna Maria Testa si occupa di comunicazione e di creatività. Insegna all'Università Iulm di Milano. Realizza interventi di carattere strategico e progetti di comunicazione per imprese e istituzioni con la società "Progetti Nuovi".

Ha iniziato a lavorare nel 1974 come copywriter pubblicitaria. Ha fondato una propria agenzia di pubblicità nel 1983, è stata direttore creativo e presidente della sede italiana del gruppo internazionale Bozell tra il 1990 e il 1996 e consulente tra il 1997 e il 2004. Ha fondato "Progetti Nuovi" nel 2005.

È giornalista pubblicista dal 1988. Ha col-

di MAURO MOLINAROLI

laborato con diverse testate e con Rai e si è occupata di comunicazione politica. Ha tenuto corsi presso l'Università La Sapienza di Roma (1994-95), l'Università degli Studi di Torino e l'Università degli Studi di Milano (2001-02). Insegna all'Università Iulm dal 1998. Tra il 2004 e il 2005 è stata direttore scientifico di "Nuovo e Utile", un sistema di iniziative sulla creatività organizzato dalla Regione Toscana.

Ha pubblicato un libro di racconti, "Leggere e amare" (Feltrinelli 1993), e diversi saggi sulla creatività e la comunicazione:

"La parola immaginata" (Pratiche, 1988, n. e. 2000), "Farsi capire" (Rizzoli, 2000), "La pubblicità" (Il Mulino, 2003), "Le vie del senso" (Carocci Editore, 2004), e "La creatività a più voci" (Laterza, 2005).

Ha scritto inoltre articoli per diversi quotidiani e periodici ed è stata collaboratrice del mensile di pubblicità "Nuovo" (1982-1985), del mensile "La Mia Casa" (1986-1988), del quotidiano "La Repubblica" (inserto culturale Mercurio, 1989-1990), di Rai Tre (1989-1994, sotto la direzione di Angelo Guglielmi). Collabora con "Smemoranda" dal 1991, e con il mensile "Giudizio Universale dal 2005".

Agazzano, domenica mattina. L'appuntamento è al bar Baldini, sulla piazza grande mentre il paese si anima attorno al mercato. Anna Maria Testa, esperta di comunicazione e di creatività, docente all'Università Iulm di Milano, autrice di interventi di carattere strategico e progetti di comunicazione per imprese e istituzioni con la società "Progetti Nuovi", mi dà appuntamento per le undici. Vive abbarbicata sulle colline intorno a Piozzano dal 1993. Ogni fine settimana è nel Piacentino, insieme con il figlio e recentemente un quotidiano nazionale, attorno a questa scelta ha dedicato una pagina.

Si presenta con un leggero ritardo, capelli a caschetto, aria da eterna ragazza, pantalone scuro, maglione col collo alto e giubbotto tre quarti. Dice di adorare il grigio e il nero in fatto d'abbigliamento. E' vero. I colori sono quelli. Un caffè per riprendersi perché la domenica mattina tutto va a rilento. Anche la nostra mente. C'è forse bisogno di riposo più che di formulare domande sul perché delle proprie scelte, ma quel giorno è l'unico disponibile per entrambi e allora prende corpo una chiacchierata che sa di vero, d'autentico, di sincero.

Come mai la voglia di rintarsarsi da queste parti, lontano da Milano e vivere su queste colline, dolci e accattivanti, caratterizzate però da un inevitabile senso della lentezza?

«Vivo a Piozzano dai primi anni Novanta. Era il 1993, vidi un piccolo borgo da sistemare e me ne

innamorai. E poi mio nonno era emiliano di Busseto, aveva conosciuto Giuseppe Verdi, tutto fa, anche queste piccole cose. Tornando a quelle case diroccate, trovai il posto straordinario e bello, pensai che l'avrei sistemato a modo mio e così feci. Dal 1998 vivo regolarmente da queste parti. Torno a Milano per lavoro, altrove: un po' qui un po' nella metropoli che mi assorbe e mi cattura. A Milano sto in piazza Cadorna, nel mezzo del cuore urbano, si rende conto del casino? Riesco a lavorare. Mi creda il telelavoro è una realtà, anche per una come me. Qui ho scritto tutti i miei ultimi libri, "La parola immaginata" (Pratiche), "Farsi capire" (Rizzoli), "La pubblicità" (Il Mulino, 2003), "Le vie del senso" (Carocci Editore), e "La creatività a più voci" (Laterza)».

Una scelta di vita Piozzano, qualcosa d'irrinunciabile.

«Sì, una scelta dettata dal fatto che qui gli orizzonti sono più ampi, o meno, molto diversi da Milano. Dalla finestra di casa i miei orizzonti sono da un lato la collina e dall'altro la pianura che si perde in lontananza, dall'altro il cielo sempre più blu che si fa nero, chiaro o bianco. E poi le stagioni che cambia-

no con la pazzia di un tempo che non è più quello di vent'anni fa, pensi che il 6 gennaio nel giardino di casa è fiorito un mandorlo. Agazzano e Piozzano mi piacciono. Sono due borgate meravigliose che hanno mantenuto in gran parte il loro patrimonio culturale, anche la gente mi affascina, con un senso dell'ironia del tutto particolare, da gattini distesi vicino ad un camino, è come se muovessero un baffo e dicessero sempre qualcosa di sorprendente. Anche le relazioni umane, seppur minime m'intrigano: il negoziante, il farmacista che se hai bisogno aspetta a chiudere perché cinque o dieci minuti non sono poi la fine del mondo, insomma i sapori delicati di queste dolci colline mi suggestionano e mi affasciano, come la gente del resto. Qui sto bene e poi ho im-

parato a fare la contadina, almeno so distinguere la differenza tra un noce e un castagno e so lavorare l'orto. Che dire: ho il callo da mouse e il callo da pala e da zappa, insomma convivono queste due anime, una professionale in senso stretto e l'altra legata alla terra, ai due cani, ai due gatti e alle sette caprette che fanno ormai parte del mio piccolo circo Barnum».

Qual è il suo primo ricordo?

«Liguria. Celle Ligure, forse 1957. L'orrendo pizzicore di un costume da bagno di lana, inzuppato d'acqua salata. Il giorno più bello della mia vita? Quando mio figlio ha detto la sua prima parola e il più triste è stato quando è morta mia madre. Un lutto incancellabile, nonostante il tempo e nonostante gli anni. E visto

che siamo in tema di confessione credo che la disgrazia più grande potrebbe essere quella di perdere la ragione o la speranza».

A scuola era tra le prime della classe?

«Alle medie ero brava in italiano e in disegno, al liceo ho il ricordo di lunghe e interminabili assemblee che occupavano gran parte del nostro tempo e delle nostre giornate».

Le cose che più ama, ad esempio, la città, il colore e quant'altro le viene in mente.

«Londra a maggio è adorabile, come Agazzano la domenica quando la gente si muove sul mercato. Adoro il bianco, l'arancio e il nero. Per quanto concerne i cibi preferisco i piatti vegetariani. Se avessi un milione di euro? Ho uno stile di vita abbastanza semplice, credo che la mia esistenza non cambierebbe per niente».

La qualità che preferisce in un uomo?

«Sono importanti l'intelligenza, l'ironia, l'empatia e l'onestà e i miei migliori amici hanno le caratteristiche di cui ho detto. Cosa apprezzo in una donna? L'intelligenza, l'ironia, l'empatia e l'onestà. Chiederei un consiglio a un paio di amiche molto care e sogno di leggere un libro che amo accanto a una persona che amo».

Mi dica il titolo di un libro che ha letto con particolare interesse.

«Solo uno? Penso all'ultimo lavoro di Nicolò Ammaniti, "Come Dio comanda", sono rimasta sveglia fino alle quattro di mattina pur di finirlo, una storia incredi-

bile. Tra gli autori che prediligono ci sono Tolstoj e Gibson, Chandler e Asimov, quelli che mi acchiappano con una storia».

La canzone della vita?

«Che dire? Adoro Peter Gabriel e Fabrizio De André, ma se penso ad un brano in questo momento mi viene in mente "Nel cuore nell'anima" dell'Equipe 84».

I pittori preferiti?

«Difficile scegliere, Chagall, Matisse, Hopper e Depero».

I film cult?

«"American Beauty", "Blade Runner", "Pulp Fiction", "Psyco". L'attore preferito è Robert De Niro. Può bastare?»

Veniamo alla sua attività. In fatto di comunicazione e di tecniche comunicative, dicono che lei non sia seconda

a nessuno, è d'accordo?

«Questo non lo so, non sta a me dirlo. Di fatto quando ci sono problemi da risolvere e gatte da pelare mi interpellano. Mi occupo di pubblicità, di comunicazione a livello di media, mi muovo nelle pubbliche amministrazioni. Il mio lavoro è quello di inventare il processo che porta al risultato. Mi occupo di progetti non-standard, che richiedono l'integrazione di competenze diverse e di una buona dose di creatività, di anticonformismo, di rigore metodologico e di attenzione alla qualità del risultato. Sono più di trent'anni che svolgo questo tipo di attività. La comunicazione pubblicitaria può essere usata in molti modi, e per molti scopi: da un produttore di sigarette per suggerirvi che fumare è bello e virile, e dall'Istituto dei Tumori per dirvi che fareste meglio a smettere, oppure da un fabbricante di zucchero e da uno che fa dolcificanti sostitutivi dello zucchero. Nel momento in cui la tecnica si traduce in messaggio ogni neutralità finisce. La tecnica serve a dire tutto e il contrario di tutto, in modo convincente. E' potenzialità. Non ha conseguenze. L'applicazione della tecnica, l'atto del dire una cosa piuttosto che un'altra, quello lì sì che ha conseguenze, implicazioni, e non solo per ciò che si dice, ma per come lo si dice: cioè per i valori e le credenze che nel dire vengono promossi e diffusi».

Cos'è la pubblicità?

«E' la parte più visibile, più vistosa, frivola e divertente di un complesso sistema di comunicazioni e interazioni ed economiche e sociali. E' omologazione sociale: mediante certi consumi, si conferma l'appartenenza a un gruppo, questo, oggi più di ieri. La pubblicità più che inventare amplifica, certifica, divulga, rende accessibile un sistema di comportamento».

Oggi la pubblicità orienta le scelte della gente, dell'opinione pubblica, sembra molto più forte che in passato, è d'accordo?

«La pubblicità ha elaborato, in tanti anni, un suo sistema di tecniche che comprendono parole e immagini a fini retorici e persuasivi. Si tratta di tecniche che fanno riferimento al teatro, alla letteratura, al cinema, alla fotografia, alla pittura. E' interessante guardare agli oggetti prodotti con queste tecniche. Vale la pena di riflettere oggi sui rappor-

ti tra parola e immagine, un legame di cui si parla poco. L'evoluzione della tecnica della pubblicità, ci aiuta a capire come mai oggi questa funziona bene come strumento di omologazione culturale, anche se occorre precisare che essa è tale solo quando è veicolata dai mass media, che a loro volta, sono delle grandi agenzie omologanti. I messaggi pubblicitari hanno l'obbligo di farsi capire anche perché costano tanto e devono obbligatoriamente produrre un risultato».

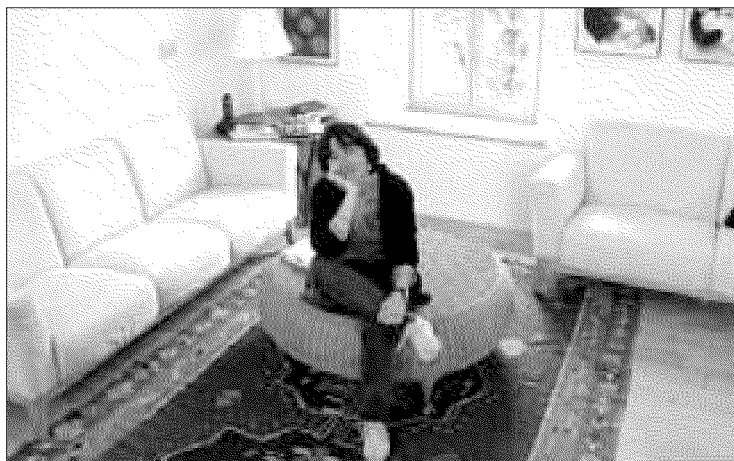
E i giovani sono i più esposti a questo sistema, non è d'accordo?

«Bisogna educare i ragazzi, sorrido quando dicono che la pubblicità è propedeutica. E' come affidare a Barbablù la tutela delle fanciulle. La pubblicità educa a consumare le cose che promuove, sono le altre agenzie educative che devono insegnarci a consumare criticamente, a vivere e pensare criticamente. Un consumo critico, per esempio, aiuta anche i produttori: un pubblico che sa dire di no alle auto

inquinanti, banalmente, favorisce lo sviluppo di tecnologie più rispettose dell'ambiente. Dobbiamo essere attori intelligenti all'interno del sistema».

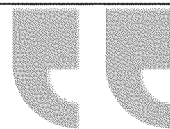
Paradossalmente, la pubblicità può aiutare le persone a sviluppare il loro senso critico?

«Dalla pubblicità si possono imparare diverse cose, ci si deve però sforzare di comprendere i meccanismi e le strutture anziché copiare slogan o travestirsi da starlette: è una competenza forte quella di produrre e leggere la pubblicità, che in pochi hanno. Infine voglio aggiungere che il mondo della pubblicità in Italia è asfittico e molto ristretto, e non credo che ci sia spazio per il lavoro giovanile in questo settore. Bisogna che di ciò si tenga conto perché vivere nel mondo della comunicazione non vuol dire far parte di una società di laureati in Scienza della comunicazione e forse sarebbe preferibile avere più iscritti non solo a ingegneria, ma anche a matematica e filosofia».



L'ambiente

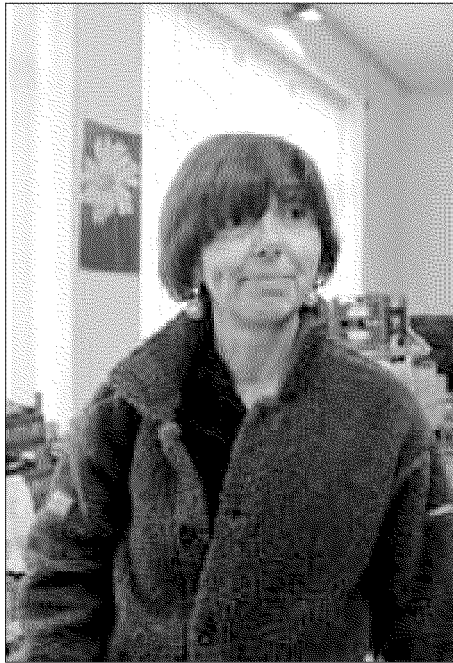
A Piozzano
gli orizzonti sono
più ampi e molto
diversi da quelli
di Milano



Anna Maria Testa nella sua casa: «Dalla finestra i miei orizzonti sono da un lato la collina e dall'altro la pianura che si perde in lontananza, dall'altro il cielo sempre più blu che si fa nero, chiaro o bianco».

Anna Maria Testa sulle colline della Valluretta: vive a Piozzano dai primi anni Novanta. Suo nonno era di Busseto e aveva conosciuto Giuseppe Verdi.





In piazza a Agazzano. «Qui sto bene e poi ho imparato a fare la contadina, almeno so distinguere la differenza tra un noce e un castagno e so lavorare l'orto. Che dire: ho il callo da mouse e il callo da pala e da zappa».



Gli uomini

E' importante che siano intelligenti, ironici, empatici e onesti. Anche le donne

La pubblicità

E' la parte più vistosa, frivola e divertente, di un complesso sistema di comunicazioni



Il ricordo

Il giorno più bello della mia vita? Quando mio figlio ha detto la sua prima parola

