

Triennale

Quell'anima di gomma nel cuore della moda

PIRELLI In una mostra, bozzetti e pubblicità raccontano un secolo di progetti nell'abbigliamento

Si intitola «L'anima di gomma» l'originale mostra presentata in questi giorni alla Triennale dalla Fondazione Pirelli. Un marchio che, nell'immaginario collettivo è legato al pianeta automobilistico ma anche ai celeberrimi calendari dedicati alla bellezza femminile. L'esposizione di viale Alemagna tocca invece un filone che ha visto l'azienda, fin dai suoi esordi, impegnata nell'estetica della moda, nella ricerca di linee e design dove la gomma è il vero protagonista. La mostra, che comprende bozzetti e installazioni multimediali sulla storia e la comunicazione pubblicitaria dell'abbigliamento firmato Pirelli, si articola in quattro sale: una dedicata al camminare (le suole e i tacchi di gomma), una all'abbigliamento (soprabiti e impermeabili), una al mare (costumi da bagno e altri prodotti da spiaggia e da acqua) e una a Pirelli PZero, il progetto Pirelli di industrial design applicato all'abbigliamento. Protagonista è la gomma, che prendendo la forma di una palla multimediale, guiderà i visitatori lungo tutto il percorso e illustrerà le proprietà di un materiale che, via via lavorato, può diventare pneumatico, filo elastico, tessuto e oggetto. La mostra, presentata dal presidente di Pirelli e della Fondazione Pirelli, Marco Tronchetti Provera, e dal presidente della Triennale di Milano, Davide Rampello, è illustrata anche con il contributo di due intellettuali d'eccezione, il critico Germano Celant e il designer Alessandro

Mendini; in video, anche un intervento di Umberto Eco. «Il mostrare - ha commentato Celant - è transitato da una raccolta "museale" di oggetti, esposti e illuminati, in uno specifico allestimento, a un esibire che è pura comunicazione immateriale, alimentata attraverso i media altamente tecnologici». Umberto Eco ha invece sottolineato come «Non ci sono oggetti, ma rappresentazioni, per cercare di spostare l'attenzione dall'aspetto materico della moda al livello del sogno: un ritratto dell'immagine della moda; oggi siamo di fronte alla multimedialità assoluta. E così il futuro che riflette sul vintage può essere molto divertente». In mostra, in un percorso cronologico dove passato e presente dialogano. Di grande interesse i bozzetti pubblicitari originali del Novecento firmati per Pirelli dai più importanti nomi della grafica e della fotografia nazionale e internazionale: Jeanne e Franco Grignani, Alessandro Mendini, Bruno Munari, Ugo Mulas, Ermanno Scopinich e altri ancora. Questo materiale costituisce un importante patrimonio conservato dall'Archivio Storico della Fondazione Pirelli, per la prima volta esposto in pubblico dopo un attento lavoro di recupero e restauro. Le tre stanze dedicate al passato sono impennate sulla comunicazione pubblicitaria dell'epoca e si sviluppano lungo due binari. Il primo è storico-iconografico, attraverso l'esposizione dei bozzetti pubblicitari originali dagli anni Dieci agli anni Cinquanta del Novecento, mentre il secondo è tecnologico, con una serie di installazioni multimediali che fanno rivivere in chiave contemporanea alcune campagne pubblicitarie

del passato. Tra queste l'animazione della pubblicità del 1953 per le suole Coria di Bruno Munari (conservata anche al MoMa di New York) e l'animazione del servizio fotografico di Ugo Mulas per gli impermeabili, ambientato sul grattacielo Pirelli, uno dei luoghi simbolo di Milano. Nella sala dedicata al mare il visitatore, accolto da una Marilyn Monroe avvolta in un vezzoso costume da bagno, si ritrova virtualmente immerso nell'acqua, vedendo passare sopra di sé le scie dei gommoni, mentre ragazze e ragazzi si tuffano tra le onde, indossando costumi da bagno, pinne e maschere. Un'intera stanza è dedicata alla consultazione dell'importante patrimonio di immagini, cataloghi, manifesti, riviste e video che hanno contribuito alla storia della comunicazione in Italia e nel mondo.

