

Pirelli mette in mostra l'anima erotica della gomma

MILANO

«**LA GOMMA** è il massimo dell'erotismo perché si tocca e reagisce. E niente come questa mostra tutta multimediale e dunque immateriale consacra la bellezza della tattilità afisica» dice Germano Celant, raffinato ed esigente critico d'arte ieri alla presentazione dell'esposizione "L'anima di gomma. Estetica e tecnica al passo con la Moda" in corso fino al 24 luglio alla Triennale. Il progetto curato dalla Fondazione Pirelli di cui Antonio Calabrò è l'appassionato motore racconta la storia dell'azienda fondata nel 1872 e quella dei prodotti derivati dal caucciù scoperto dai Maya e arrivato fino a noi grazie a strepitosi processi industriali, che vedono nel gruppo guidato da Marco Tronchetti Provera la punta dell'iceberg tecnologico del settore. Quattro sale candide dove una pallina di gomma ideale fa da Virgilio nel viaggio tra i bei bozzetti del primo Novecento che raccontano l'exploit dei tacchi Stella fotografati da Scopinich o da Dudovich, le soprascarpe da donna del 1929 col viso di Paola Borboni e gli impermeabili immagine di una Milano in rimonta negli anni Sessanta. E poi l'oggi coi 240 stivali di gomma colorati del progetto moda Pirelli Pzero affidato all'estro e all'inventiva di Antonio Gallo che raccoglie un'eredità gloriosa che tocca anche un manifesto pubblicitario finora sconosciuto e pieno di fascino: è l'immagine finora inedita di Marilyn Monroe nel 1952 in costume da bagno castigato rosa confetto, modella giovanissima per il filo di Lastex che proprio la Pirelli produceva (foto a destra). A presentare la mostra oltre al presidente Tronchetti, che ha lanciato l'idea del negozio Pirelli PZero di piazza San Babila che aprirà a settembre («oggi - ha detto - l'industria è tornata nella testa e nel cuore della gente»), anche Alessandro Mendini, il presidente della Triennale Davide Rampello e Celant. Non è mancato uno spiritoso messaggio video di Umberto Eco.

Eva Desiderio

