

La mostra Alla Triennale il poster (inedito) dell'attrice. Così la gomma rivoluzionò l'estetica

Quando Marilyn era vestita Pirelli

Nel 1952 una bellissima modella e attrice, ancora poco famosa, posa per la pubblicità di costumi da bagno in filato Pirelli Lastex. La ragazza diventerà Marilyn Monroe e il tessuto una trovata rivoluzionaria per le donne al mare, fino a quel momento ingabbiate nelle stecche di balena.

Il manifesto (inedito) con la giovane Marilyn apre la mostra della Fondazione Pirelli «L'anima di gomma-estetica e tecnica al passo con la moda» allestita alla Triennale di Milano e presentata ieri dal presidente di Pirelli Marco Tronchetti Provera con il presidente della Triennale Davide Rampello, lo storico dell'arte Germano Celant e l'architetto Alessandro Mendini. Partendo dal caucciù, «l'albero che piange», il cui lattice veniva usato dai Maya già nel 500 a.C., il percorso traccia il dialogo tra Pirelli e la moda, iniziato nel 1873 con i primi articoli tecnici in gomma. Nel 1877 si affacciano i tacchi e soprascarpe, le cuffie da bagno e le cinture da nuoto. La liquidità si riprende nella solidità degli oggetti, come spiega Germano Celant. Si arriva agli anni Venti, con i trattamenti per impermeabilizzare, poi gli anni Trenta

portano il magico Lastex, il filato in lattice di gomma, elastico e così sottile da poter essere tessuto come un filato qualsiasi. Il boom economico coincide con tessuti impermeabili, il *duplex-coat* e il *wool-rub*, ma anche con le pinne, le mute, i materassini, i canotti, esposti nella sezione mare, «annunciata» da una gigantografia del bozzetto per pubblicità di articoli per la pesca subacquea del 1958 di Mario Brunati, Sandro Mendini e Ferruccio Villa.

Un percorso interattivo e multimediale, realizzato dagli studenti del Master in Interior Design del Naba con l'associazione XtendedLab, conduce i visitatori a ripercorrere la storia di Pirelli nella moda, dagli abiti alle calzature, dal mare alla pioggia (la sezione più scenografica, con la pioggia virtuale che bagna il pavimento), culminando con il marchio contemporaneo PZero, dove il progetto di industrial-design coniugato alla moda trova il suo culmine. «Un ambiente culturale adeguato va di pari passo con lo sviluppo di un'azienda», ha concluso il presidente Tronchetti Provera. La mostra rimarrà aperta fino al 24 luglio.

M. Pro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In mostra

A sinistra il manifesto di Marilyn Monroe del 1952. Sotto il bozzetto di Alberto Bianchi del 1929 per le cuffie

