Pirelli racconta la sua “anima di gomma” con una mostra curata dalla Fondazione Pirelli e ospitata dal 21 giugno al 24 luglio dalla Triennale di Milano. “L’anima di gomma. Estetica e tecnica al passo con la moda” è il titolo della manifestazione che racconta attraverso bozzetti e installazioni multimediali la storia e la comunicazione pubblicitaria dell’abbigliamento firmato Pirelli, dall’indomani della fondazione dell’azienda, alla fine dell’Ottocento, sino ai nostri giorni. Oltre un secolo di storia dell’industria e del costume nel segno della ricerca applicata ai materiali e ai processi che caratterizza le attività di Pirelli, illustrato attraverso quattro sale espositive: 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.

Partendo dall’albero del caucciù, “l’albero che piange” il cui lattice veniva utilizzato dai Maya già nel 500 a.C, i primi tre grandi ambienti della mostra parlano del passato con la contemporaneità del linguaggio multimediale e sono allestiti con 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. Sarà una “prima visione”, poiché recentemente scoperta dal lavoro di archivio, anche una pubblicità del 1952 con Marilyn Monroe come testimonial per i costumi da bagno in Lastex, filato elastico dell’epoca prodotto in esclusiva da Pirelli. L’ultima sala, infine, racconta il presente di Pirelli PZero.

All’interno delle sale sono quindi esposte immagini della tecnologia, dell’innovazione e della comunicazione di Pirelli, che testimoniano uno scambio continuo di conoscenze tra i diversi comparti produttivi: dai pneumatici agli impermeabili, dalle suole di gomma agli stivali, dai costumi da bagno in filato elastico alle cuffie e a tutti gli altri oggetti che hanno accompagnato generazioni intere nel sognare, preparare e vivere le vacanze di mare.

La mostra è stata presentata oggi dal presidente di Pirelli e della Fondazione Pirelli, Marco Tronchetti Provera, e dal presidente della Triennale di Milano, Davide Rampello, insieme con Germano Celant e Alessandro Mendini e con un intervento in video di Umberto Eco. “Il mostrare – ha commentato Germano 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”. “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”, ha sottolineato Umberto Eco, aggiungendo che “oggi siamo di fronte alla multimedialità assoluta. E così il futuro che riflette sul vintage può essere molto divertente”.

La mostra, allestita alla Triennale di Milano, in viale Alemagna 6, sarà visitabile, con entrata libera, dal 21 giugno al 24 luglio. Gli orari sono da martedì a domenica 10.30-20.30 e giovedì e venerdì 10:30-23:00

Una sala della mostra è dedicata all’abbigliamento firmato Pirelli