

## FATTI & FLASH

### Le intelligenze creative della 'Rivista Pirelli'

È strabiliante, quasi commovente, scorrere il tamburino di *Pirelli. Rivista di informazione e di tecnica*, conosciuta come *Rivista Pirelli*, che visse nel periodo dorato per industria e cultura che va dal 1948 al 1976. Sotto gli occhi scintillano i nomi di Eugenio Montale, Salvatore Quasimodo, Giuseppe Ungaretti, Umberto Saba, Elio Vittorini. E quelli di Pier Paolo Pasolini, Leonardo Sciascia, Carlo Emilio Gadda. Poi Curzio Malaparte, Gianna Manzini e Fernanda Pivano, Dino Buzzati e Riccardo Bacchelli, Carlo Levi e Umberto Eco, Italo Calvino e Piero Chiara. Oltre che quelli di astri del segno e della forma, come Gio Ponti e Gillo Dorfles, e di grandi firme del giornalismo, come Enzo Biagi, Arrigo Levi, Camilla Cederna, Piero Ottone, Gianni Brera e altri. L'elenco è sterminato e dà il senso di un luogo capace di raccogliere il meglio delle intelligenze creative per quasi tre decenni. A darne conto esce per Mondadori una ricca antologia della *Rivista Pirelli* curata dall'omonima fondazione: 'Umanesimo industriale'.



Antologia di pensieri, parole, immagini e innovazioni'. Non un catalogo riverente, ma una ricostruzione del lavoro culturale che vide all'opera una redazione via via guidata da Leonardo Sinisgalli e Vittorio Sereni, Giuseppe Luraghi, Arturo Tofanelli e Arrigo Castellani. Ad avviare l'antologia di testi, arricchiti da una galleria iconografica essenziale, alcuni saggi introduttivi firmati da [Marco Tronchetti Provera](#), il quale spiega quanto la Fondazione *Pirelli* abbia voluto "dare conto delle relazioni fertili fra impresa e cultura in una delle stagioni più stimolanti della vita dell'Italia e dell'Europa, fuori dalle macerie della Seconda guerra mondiale e nel cuore di un grande dinamismo sociale, dalla Ricostruzione al boom economico, sino alle ansie radicali di cambiamento del Sessantotto e alle prime avvisaglie di crisi degli anni Settanta". Con lui, aiutano a collocare quella avventura Gian Arturo Ferrari e Antonio Calabrò. Ed è quest'ultimo a spiegare che "una rivista ha senso se è un ponte. Non un cortile chiuso, una comunità omogenea ed esclusiva, uno strumento di propaganda, ma, appunto, un ponte: tra culture diverse e perfino conflittuali". Quell'età e quelle energie sono difficilmente replicabili.