

THE NEW VISUAL CLINIC

INTERVISTA CON ANTONIO MONFREDA, CREATIVO POLIEDRICO, ESTETA DI PROFESSIONE, PER CULTURA E PASSIONE. TRA IL PUNK E IL GENTLEMAN, SI TRATTA DI ROMPERE LE REGOLE.

TESTO ENRICO DAL BUONO
FOTO XXXXXXXXXXXXXXX

«Si può definire creativo chiunque offra alla gente una nuova prospettiva sul mondo» dichiara Antonio Monfreda, che rientra certamente nella categoria. Ha appena curato il volume *Veruschka: From Vera to Veruschka* (Rizzoli), che ripercorre visivamente il rapporto tra la modella tedesca e il fotografo Johnny Moncada e, in generale, ha svolto ogni genere di consulenza nella moda e nell'arte. «La capacità di adeguarsi a esperienze sempre diverse, di lasciare che i singoli saperi tecnici entrino in osmosi per dare vita, appunto, a qualcosa di nuovo». Forse, seguendo questo approccio, il rischio è di rimanere superficiali. «Bisogna esserlo» va dritto come un treno, Antonio. «Dosare profondità e superficialità, ecco il segreto. La leggerezza deve sempre accompagnarci. Spesso è un'inezia, un pensiero che fugge, una considerazione tra amici, un vago ricordo, un profumo, ciò che innesca il processo creativo». Adesso ci siamo, allora il rischio è la schizofrenia. «No, anche quella aiuta. Il laboratorio multimediale che ho fondato con Giorgio Horn e Patrick Kinmonth si chiama, non a caso, The Visual Clinic. Fotografie, video, sperimentazioni, costante coinvolgimento di giovani che guardano le cose con occhi diversi. È ovvio che un centro aggregatore, perché con la schizofrenia è meglio non esagerare. Per me è la passione di realizzare qualcosa di eccellente» – chi, più di un italiano, può intendersi di passione? Però, a ben guardare, questo italiano passa metà del suo tempo in Inghilterra. Già, perché? «Vivo tra Roma e Londra, due città complementari. La prima incarna una suprema forma di snobismo: si disinteressa completamente di qualsiasi trend. Nella seconda i trend nascono di continuo, per la strada, poi diventano fenomeni di costume, successivamente vengono istituzionalizzati e, infine, trasgrediti. La tradizione e la trasgressione sono funzionali l'una all'altra e in Inghilterra lo sanno bene». All'ingresso di *Anglomani*, la mostra che Monfreda

curò al Metropolitan Museum nel 2007, si trovavano due manichini. Da una parte un punk e dall'altra un gentleman settecentesco interamente vestito di rosso. Entrambi, per la propria rispettiva epoca, rivoluzionari. Noi nel Settecento non eravamo neanche una nazione e, rispetto al 1979, apice dell'era punk, potremmo schierare sul piedistallo Adriano Pappalardo con *Ricominciamo*. «In Italia abbiamo il colpo di genio, il talento dell'improvvisazione, tanto che, lavorando con stranieri, mi sento spesso ingabbiato da schemi precostituiti. Nonostante questo, paradossalmente, sembra che abbiamo paura del nuovo, dello sconosciuto. È come se gli altri paesi fossero già stati dall'analista e noi no». Adesso forse non abbiamo neppure i soldi per permettercelo. Dovremmo pensare a qualche farmaco alternativo per riacquistare fiducia nel futuro. «La moda sta aiutando moltissimo l'arte, sopperendo a carenze economiche e organizzative. Penso, per esempio, alla Fondazione Prada. Entrambe, moda e arte, aiutano la vita in generale, la rendono più leggera, consolano. Sono due ambiti più vicini di quel che si pensi. È vero che non si può indossare una statua, ma le sfilate assomigliano sempre di più a performance e l'arte è sempre più un fenomeno di moda. Spero che un giorno la moda avrà dignità museale anche nel nostro Paese». Monfreda racconta delle migliaia di turisti che visitano le mostre collegate alla moda, come quella da lui curata per i quarantacinque anni di Valentino all'Ara Pacis. Racconta del rispetto commovente con cui vengono trattati gli abiti al Metropolitan, racconta della poco conosciuta importanza storica e sociale di certi vestiti, di quelli della Regina d'Inghilterra, per esempio, che devono avere tonalità sgargianti in modo che la security possa riconoscerla nella calca. Conclude: «You have to know the rules before you can break them».

Didascalia finta, BRAND1.
Collana collezione Nome
Collezione/Personaggio
in abc grasdicds con
joahces, diajdanti tofrndi
a tdbagrilo di grasdicds,
BRAND2

