Guarda all’interno dell’articolo il video e l’intervista agli stilisti.

Pierfrancesco Gigliotti e Maurizio Modica hanno sempre dato spettacolo e trasformato le loro sfilate in un palcoscenico da cui lanciare in modo ironico un messaggio. Un modo di concepire la sfilata come altro dalla semplice successioni di capi: una coreografia con una sceneggiatura, un modo per dire qualcosa al pubblico dalla passerella.

Questa volta la cosa si è fatta seria. Perché la messa in scena vuole essere una denuncia. Principalmente del mondo della moda. La Moda, o meglio il compratore, affermano ai nostri microfoni “sta cambiando, dobbiamo decidere cosa fare, bisogna pensare in un altro modo” perché “la crisi non passerà, la gente non affollerà d’un tratto i negozi per comprare tutto ciò che vede” . Poi si riferiscono al mondo dell’arte e delle forme di espressione della creatività in genere. E’ necessario veramente pensare in termini di **Day after** cambiare definitivamente, voltare pagina, pensare al giorno dopo la catastrofe e nel campo che li vede protagonisti dicono “dobbiamo prima pensare alla creatività e poi ai soldi”.

La coreografia ideata dal duo per ambientare la collezione serve per esprimere le loro preoccupazioni, ma anche le loro speranze e ha un nome preciso “Mind Door Monoliths”. Perché la rappresentazione non sia fraintesa, non è di facile e immediata lettura, ci sembra valga la pena riportare la spiegazione data dai due stilisti “Nella rappresentazione, danzatori, performer e modelli s’integrano nel comunicare il messaggio che vogliamo dare, attraverso due tipologie di movimento: quello codificato che per noi rappresenta la parte più interiore e simbolica, la classicità, contrapposto a quello dei performer e dei loro monoliti di legno. E’ l movimento più grezzo, istintivo, finalizzato alla costruzione di un metaforica porta sul futuro”. Ci azzardiamo a dire, anche se vorremo una conferma dai nostri

personaggi, che il futuro deve ripartire da se stessi spogliati da sovrapposizioni, giudizi superficiali e standardizzazioni in certi stili di vita che sono stati la causa della attuale crisi.

E la collezione? Quale il suo contenuto e il suo significato?

“La collezione -ci dicono- attinge al nostro DNA, quello dell’ironia, della provocazione e del divertimento”¦ Ci ispiriamo ad un uomo sopravvissuto”. Sopravvissuto ad una crisi e che quindi usa le coperte militari e i plaid come abiti; o deve ricorrere a capi non terminati come la sciarpa e il pullover che hanno ancora il filo di lana infilato nei grandi aghi. Ma non manca il colore anzi tanto colore che è sempre un messaggio di speranza.

Una collezione adatta ai giovani, dove prevalgono le sovrapposizioni, i maglioni sotto la giacca; sopra tutto la coperta militare trasformata in poncho; grandi sciarpe. Una collezione per giovani che possono portare i capi così come sono stati ritrovati dopo l’apocalisse: blazer strappati, capi incompleti, cinghie per tenere insieme l’abbigliamento, tante cose diverse addosso come se nella fretta e nella necessità di coprirsi non fosse stato possibile coordinare i pezzi. Giovani che osano portare una t-shirt con la grande scritta “io mangio cultura”, nel mio panino c’è il companatico della Divina Commedia: una metafora di Frakie Morello lanciata sul mercato e sulle strade per dire che la cultura e cibo per l’anima e non va tralasciata se non si vuol soccombere e provocare una apocalisse.

Nonostante la rappresentazione e l’assemblaggio adatto ad esprimere un concetto si comprende che siamo di fronte a veri abiti, capi sartoriali pensati per la “sopravvivenza”, per scaldare. Per questo i tessuti sono grossi e prevale la maglieria.