

L'UOMO

VOGUE

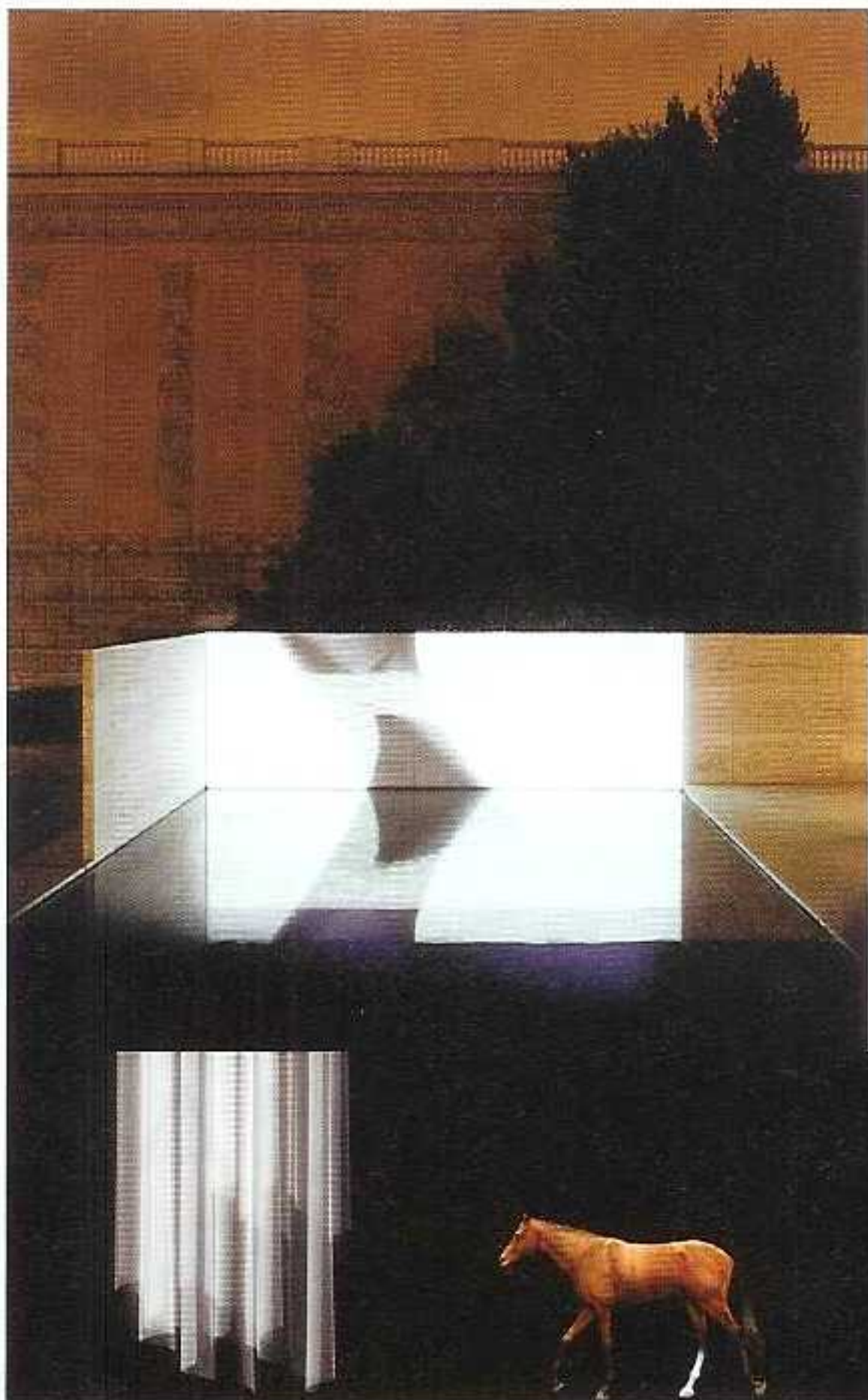
GENNAIO
2009
N. 397
€ 5,00
Italy only

Sensibilità visionaria, marketing contaminato dalla pop art e la poesia come fil rouge. Sono gli elementi che pervadono il lavoro di Felice Limosani, creativo poliedrico e Made in Italy

AESTHETICS and his newest LANGUAGE

di Cesare Cunaccia

In un presente che cambia di momento in momento, non possono non mutare le regole. Gli innovatori tirano le somme del passato per spalancare la visione sui mondi del futuro e trarne suggestioni. Perché nulla ormai può essere più come prima. Felice Limosani, singolare figura di comunicatore, vero story-teller digitale, unisce al fascino della narrazione un ventaglio di possibilità tecnologiche. Dal connubio nasce un mix di sensibilità estetica e marketing intinto nella pop art, oltre a una straordinaria capacità di parlare con le metafore. Temperamento di poeta, ha esordito giovanis-



simo come dj al mitico Raja di Panarea degli '80, passando per il crogiolo poliforme del celebre Bain Douche di Parigi. Allora anticipava fenomeni oggi deflagrati, quali il chill out e la lounge mu-

sic. Visual artist sofisticato e insieme capace di una comunicazione diretta a ogni livello, ha creato autentici sogni digitali su musiche di Brian Eno e René Aubry, su brani eseguiti dalla London

Sinfonietta. Interprete del cosiddetto "design thinking", ovvero della sperimentale facoltà di scegliere e combinare ambiti estetici, linguaggi e servizi, è autore di installazioni per l'Unesco, per la Sketch Gallery di Londra, per il Ravello Festival, fino alla più recente, commissionatagli dal padiglione Mies van der Rohe di Barcellona. Specializzato in "pezzi unici" di emozio-

Flussi di VISIONI oniriche, suoni e HI-TECH

sociologo Francesco Morace, fa infatti parte del team del FutureConceptLab. Illuminante la performance dei due al recente workshop sulle generazioni come imprese creative, tenutosi presso il Salone d'Onore della Triennale di Milano. Qui, il duo Morace-Limosani ha delineato la terza ondata del neo-rinascimento, affiancata dalla Comunicazione Arte. Sono l'esempio perfetto della rivoluzione interdisciplinare in atto nella comunicazione e del mercato, che abbandona la visione economico-centrica del capitalismo ormai in via di ridimensionamento globale, per lasciare posto a un concetto generale basato sul talento, su un flusso libero di espressioni e aspirazioni.



(dall'alto in senso orario: L'installazione di Limosani al padiglione Mies van der Rohe a Barcellona; due still dell'installazione "Horseing around", Pac, Milano; un ritratto dell'artista)