

L'arte è «Magnificent», raccontata da Bocelli

L'opera di Limosani per altri 3 mesi in Sala d'Arme

Il «racconto» per immagini sulla storia della bellezza ha superato la boa di metà strada: tre mesi e mezzo alle spalle, poco meno davanti, per «Magnificent», l'installazione video-artistica curata da Felice Limosani nella Sala d'Arme di Palazzo Vecchio che racconta con la voce narrante di Andrea Bocelli «L'incredibile storia della bellezza che ha rivoluzionato il mondo» attraverso immagini che mostrano le bellezze del nostro Rinascimento «in divenire» come il David che prende forma dal blocco di marmo. I risultati sono confortanti, tanto che la media giornaliera d'ingressi si è attestata tra i 250 e i 270, con spesso sold-out non annunciati e la necessità di aperture straordinarie. E ora la direzione ha pensato di sperimentare — ma solo per due settimane — la formula del doppio ingresso: oltre a quello da via dei

Gondi, anche una diretta dal cortile di Michelozzo. Per Limosani la grande vittoria è stata «constatare la fascinazione che un'operazione di questo tipo sta avendo sui bambini — dice — Tanto che portarli via e farli uscire dalla Sala d'Arme sta diventando un'impresa per i loro genitori». È un «grande risultato attualizzare l'arte e renderla comprensibile per le nuove generazioni — prosegue il direttore artistico — il feedback da parte del pubblico ci conforta nell'idea che possiamo usare l'arte per raccontare un'altra storia, mostrare le cose grandi del passato per stimolare la voglia imparare a fare cose grandi anche in futuro». Perché c'è differenza tra «fare cose grandi e farle alla grande — specifica — Questo è il tema che oggi chiamiamo sostenibilità». Il Rinascimento raccontato da «Magnificent» è «un'epo-



ca ma anche un'epica, un'epopea, che vede l'uomo e non l'arte al centro del discorso». L'opera si rivolge ai nativi digitali, «completamente emancipati dal nostro retaggio culturale», là dove, ne è convinto Limosani, «risiede l'uomo del futuro che deve imparare a parlare alla storia raccontando un nuovo modo di essere umani; l'uomo nuovo che non vede più l'acquisto dell'automobile a 18 anni come un momento di arrivo, uno status, anzi la considera irrilevante: una generazione di rottura c'è ha mentalità diametralmente opposta alle precedenti».

E.S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA