

STORYTELLING

FELICE LIMOSANI E L'ARTE DELLO STORYTELLING DIGITALE



Non rimpiange gli anni ottanta-novanta, quando girava per il mondo facendo il deejay. Quasi 20 anni di vita ormai archiviata, di cui conserva la mentalità del cut and mix per creare dimensioni, linguaggi e atmosfere. Felice Limosani, classe 1966, oggi si colloca in un mondo altrove. Si è distaccato dall'approccio post che ha dominato le forme espressive degli ultimi 30 anni, per creare un suo codice personale: meta artistico, oltre la comunicazione, capace di emozionare. Non ama le etichette, e se proprio deve usarne una dice di sé che è un digital storyteller. «Collocarsi vuol dire limitarsi», sorride e un po' provoca: «C'è un termine e un concetto in cui mi identifico: Untaggable! Non un cliché, ma la password del mio universo creativo i cui contorni non sono definibili ma si nutrono di osmosi con l'arte, la comunicazione e le esperienze».

Insomma un alchimista tra storie dense di significati e una creatività trasversale capace di mettere in scena opere e concetti di impatto. E con questa premessa che Felice Limosani darà un innesco creativo al Locus Summer Festival di Locorotondo, che apre il 16 luglio. Il sottotitolo recita: «All'avanguardia della musica», un claim che ben si adatta a quello della Casa automobilistica Audi, partner dell'evento: «All'avanguardia della tecnica».

Tra video installazioni monumentali e neon art visibili sulle pareti del borgo, è decisamente non taggabile quella che mixa i primi strumenti di lavoro di Limosani con i quattro anelli del logo Audi. Si chiama «Augmented Circle». Sui dischi gialli in vinile, sono applicate delle stecche che ruotando battono sui pendenti appesi sotto i cerchi, producendo un suono magico e ipnotico. «Volevo rappresentare la circolarità delle idee», spiega Limosani, «ma anche lo stimolo a vedere cose in altre cose per creare nuovi significati, ibridando gli elementi e mixando i mondi di appartenenza». Racconta Limosani: «Una frase di una giornalista che mi disse "non ho ben capito che cosa fa ma lo fa benissimo", oggi è il mio manifesto. Siamo in una società liquida dove i contorni sfumati sono una risorsa e non un limite ...» Ma esistono limiti tra reale e virtuale, tangibile e intangibile? «No se le idee sono funzionali e emozionali. Come nel design! Gli oggetti devono essere utili ma anche estetici. La stessa visione la applico ai concetti: ricchi di contenuto e emotivamente coinvolgenti. Memorabili. Perché il punto non è farsi notare, ma farsi ricordare».

Qui vi diamo un'idea dei suoi lavori. Senza rispetto per la cronologia, convinti di non fare un dispetto, ma di onorare invece il percorso artistico non convenzionale che se ha una data cerca di annullarla e di perdersi nel tempo. Ecco allora la scultura audio cinetica per Art Basel di Miami nel 2015; il Toy Jamiro-Bart per il lancio di The Simpson Movie, o ancora il video clip Next per Unicef e la video installazione Magnificent a Palazzo Vecchio di Firenze narrata da Andrea Bocelli. Per chiudere, si fa per dire, vi riportiamo a domani. L'ultima immagine torna circolarmente a Locorotondo: l'installazione alta 10 mt di neon su una facciata con volti uniti da frecce bidirezionali. La leggiamo così: l'arte è comunicazione e comunicare per Limosani non significa pubblicizzare ma condividere idee, pensieri e sentimenti. Non a caso è un digital storyteller, la rete fa sempre da detonatore.