

FELICE LIMOSANI

I PIEDI NEL CEMENTO E LA TESTA PER ARIA

Pugliese doc, ha fatto per anni – negli Ottanta – il dj tra Foggia, città che lo ha visto crescere, e Panarea. Poi si è reso conto che poteva emozionare e creare atmosfere non solo con la sua musica ma anche attraverso altre vie, dando vita a una comunicazione non convenzionale che lo ha portato a essere oggi uno dei digital storyteller più ricercati. Anche Expo ha chiesto di lui.

di Andrea Zappa



Partiamo da lontano, cosa unisce il lavoro di dj con quello di digital storyteller?

Ci sono più affinità di quanto si possa credere. Il dj costruisce un mondo sonoro attingendo dal lavoro di altri, non è un'attività di esclusiva creatività, ci vuole anche razionalità e sensibilità nei confronti di chi ti ascolta, non a caso la pista può essere implacabile. Questa mentalità combinatoria l'ho poi traslata in altri ambiti, con l'intento di raccontare qualcosa ed emozionare.

Guardando sul tuo sito ci sono innumerevoli progetti molto diversi che non aiutano a inquadrare il tuo lavoro, ci puoi aiutare?

Lo storytelling non è certo nato ieri, ma negli anni Cinquanta, sostanzialmente era uno strumento di condizionamento. Diciamo che non ha una gran bella radice: veniva utilizzato per esempio per convincere la gente a comprare la lavatrice o ad accettare ed essere fiera del fatto che il proprio figlio fosse morto in guerra. Poi si è evoluto grazie anche alla permeabilità di mondi diversi quale l'arte, la musica, il design e la tecnologia. Quest'ultima ha dato anche la possibilità, attraverso la rete, di renderlo digital, quindi espandibile e in grado di coinvolgere pubblici diversi che magari interagiscono pure. Lo storytelling è dunque la capacità di mettere insieme una storia, e non intendo per forza qualcosa di scritto o verbale, anche un oggetto o un'atmosfera possono raccontare. Certo è, che in primis, uno deve avere qualcosa da dire e che questo qualcosa abbia senso.

Qual è il fondamento sul quale si struttura la tua professione?

Tutto si basa sul fatto che le persone hanno bisogno di racconti, il pubblico vuole essere intrigato e coinvolto,

c'è bisogno di sognare. Le storie sono necessarie perché simbolicamente stimolano l'immaginazione. E comunque non ho inventato nulla, Omero è stato forse uno tra i primi storyteller in assoluto.

C'è una differenza tra un artista e un digital storyteller?

La differenza è sostanziale, l'artista è una persona che attinge alla sua esperienza emotiva, che racconta se stesso, identifica dei temi, delle metafore, le condensa, le fa sue e le rappresenta nei modi più diversi. Il digital storyteller lavora su commissione, racconta storie di altri, svestendosi della propria necessità di dire qualcosa in un certo modo o in un certo senso. Questo però non vuol dire svendersi, anche nel caso si tratti di grandi brand: nessuno ti viene a dire cosa devi fare. Anche perché, soprattutto nel digital storytelling, la rete ti "sgama" in tre minuti. È fondamentale, quindi, che ci sia un'autenticità e una trasparenza di fondo, oltre a una spettacolarizzazione e una metafora artistica coerente con il committente.

Non ti è mai capitato di deludere un cliente?

Non voglio apparire presuntuoso ma fino a questo momento, per fortuna, non è successo. A volte mi è capitato di pensare: "Felice, questa volta hai toppato", e invece... Vivo la paura come una condizione di verifica e non come un limite e vivo il dubbio come una sentinella che mi deve sempre far tenere i piedi nel cemento e la testa per aria: razionalità e creatività assieme.

In questo momento un tuo progetto "Cibus in fabula" allestisce la facciata esterna del padiglione "Cibus è Italia - Federalimentare Expo 2015", come si sviluppa l'opera?

Ho pensato di mescolare due linguag-

gi, quello della digital art e quello della street art, per parlare dello stesso tema. Mi sembrava una cosa curiosa e interessante, oltre a essere un buon modo di sperimentare nuove sinergie. Ho voluto coinvolgere 13 artisti internazionali per realizzare, con tecniche sempre diverse tra loro, una serie di murali su tele monumentali (75 mq). Al centro un grande videowall che estende e amplifica con un altro linguaggio le tematiche della sostenibilità e degli eccessi e dei paradossi del nostro pianeta in relazione al cibo. Le opere si alterneranno con cadenza bisettimanale.

Una tua opinione su Expo, risorta dalle ceneri dopo critiche e scandali...

Non voglio essere disfattista. Credo che sarà un grande evento collettivo, chiaro che per uno che viaggia e che magari si occupa di determinati temi, la cosa può apparire in alcuni casi ridondante o banale, ma il pubblico è molto ampio e poi spetta a noi cercare le cose più interessanti. Quindi, viva Expo. La vera domanda da porsi è: cosa verrà dopo?

La sensazione è che Milano sia rinata, quale opinione hai di questa città che aspirerebbe a diventare una grande capitale europea?

La città è sicuramente più viva di prima e devo dire che ho anche apprezzato molto come ha reagito dopo gli scontri che ci sono stati. Questa è l'idea che voglio avere di Milano, una città attiva e pragmatica. A oggi forse le manca ancora la stoffa di metropoli europea, è una grande città ma la sensazione è che a volte sia ancora indietro rispetto ad altre realtà come Berlino, Londra e Parigi. Milano è molto referenziale, a Berlino, per esempio, l'arte non si pone limiti, non è un circolo chiuso, tutto è più permeabile senza troppi limiti tra design, moda, arte, ecc...