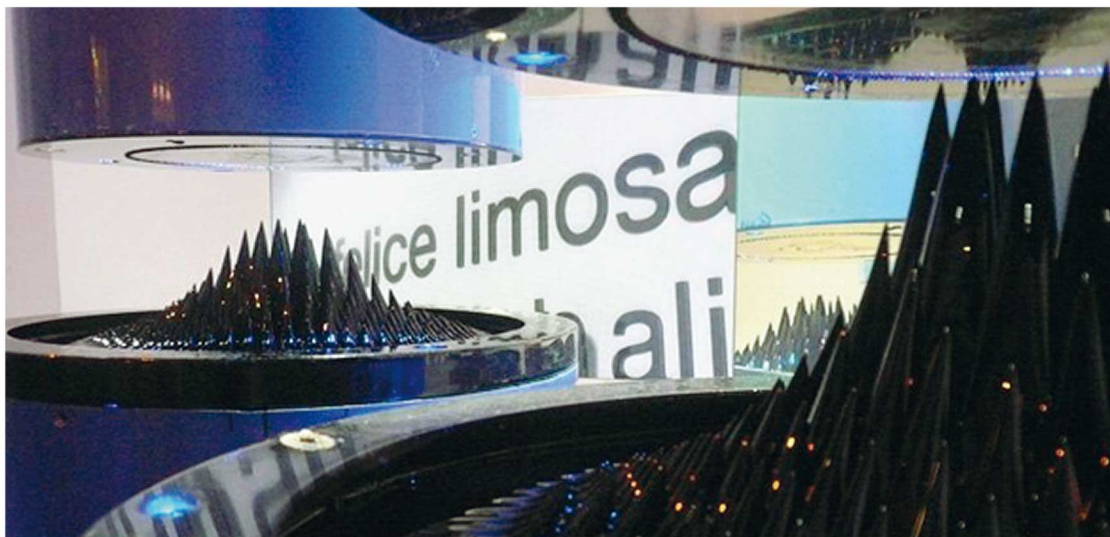


L'intervista Ex dj, fiorentino di adozione, ora è un «creativo multidisciplinare». Ha inventato app per Nokia, ha firmato installazioni al Louvre, a palazzo Strozzi a Firenze, a Barcellona, a Londra. «Non parlo ai consumatori, ma alle persone»

L'opera
Una installazione
ispirata alla
cultura
elettronica e al
design
interattivo,
dell'artista Felice
Limosani
realizzata per
celebrare i 60
anni della
multinazionale
dell'abbigliamento sportivo,
Adidas



Felice Limosani da Rignano Un segno particolare: **artista**

di **Gianni Spinelli**

«**B**uona creatività». È l'augurio che Felice Limosani (1966, terza media conseguita nei corsi serali, dj per vent'anni), rivolge all'interlocutore. Di Rignano Garganico, fiorentino di adozione, è creativo multidisciplinare. Opera in ambito internazionale per top brands e istituzioni culturali. Ha creato per Nokia le prime app Mms di telefonia mobile. È membro dell'Advisory board del polo Mg Fondazione di Venezia. Nel 2013 è stato curatore della mostra *Pianeta EXPO 2015 Conoscere, gustare, divertirsi* alla Triennale di Milano. Ha firmato installazioni site specific presso il Louvre a Parigi, Palazzo Strozzi a Firenze, il Padiglione Mies Van der Rohe a Barcellona, la Sketch Gallery a Londra. Le sue opere combinano metafora artistica, design thinking e storytelling. Intervistarlo è un piacere. Perché Limosani è grande affabulatore, ricco di contenuti.

Lei è un digital storyteller. Una definizione-non definizione che le è stata data dal sociologo Francesco Morace, presidente del Future Concept Lab. Non sarebbe stato più semplice chiamarla artista?

«Il passato ha un nome, il nuovo è in attesa di definizioni. Non a caso, il mio sito web apre con il commento di una giornalista dopo un'intervista: "Non ho capito cosa fa esattamente, ma complimenti perché lo fa benissimo". La difficoltà nel delimitare le arti, i generi e i linguaggi, è segno di evoluzione. Un processo inesorabile amplificato dal web e dalle tecnologie. I mondi dell'arte, come della comunicazione o della tecnologia, sono recinti dentro

Il libro *Italo Globali lo inserisce tra gli italiani innovatori nel mondo. Con lui, anche Oliviero Toscani per la fotografia e Ambra Medda fondatrice del Design Week di Miami. Tutti con il merito di aver riscritto la comunicazione e i codici della creatività*

i quali ci si confina. Questo vale anche per i luoghi culturali, espositivi e dell'intrattenimento, come per i grandi marchi. In questa prospettiva vive il mio storytelling. Tecnica nata negli anni Cinquanta come strumento di persuasione politica e industriale, che ho trasformato in un atto culturale ed espressivo. Mentre l'artista attinge a elementi autobiografici, lo storyteller racconta storie che non gli appartengono. Le trasporta da un mondo all'altro. Ed è reale con la fantasia».

Ha iniziato come dj e lo ha fatto per vent'anni. Ha sostenuto che deve il suo successo

Felice Limosani, nato a Rignano Garganico (Foggia) 48 anni fa. Si occupa di arte e multimedialità, vive a Firenze da diversi anni



a questa professione...

«Il dj, come l'artigiano nell'accezione rinascimentale, è un lavoro alchemico tra arte, spirito e tecnica. Creare storie sonore con le musiche di altri, voleva dire creare e rischiare disco dopo disco. Non ero un esecutore dalla scaletta preimpostata, ma un inventore di sana adrenalina ritmica e sensoriale. La consolle è stato il mio primo banco di scuola, ma anche la mia prima cattedra. La pista da ballo non transige. Il pubblico decide se promuovermi o meno ogni 10 minuti. Quando gli altri ballano, il dj sceglie il brano successivo. Se sbaglia, il filo si spezza e sei bocciato. La mia mentalità agisce ancora con questo approccio. Il futuro è quello che accadrà entro cinque minuti».

Come può ragazzo, con la terza media, meridionale, percorrere tanta strada? Quanto conta la preparazione accademica?

«Cito il pianista polacco Arthur Rubinstein che disse: "Il nuovo stile è rappresentato dai giovani pianisti ordinati, che non sbagliano mai una nota, che arrivano alla musica con la massima preparazione, e che quando suonano si assomigliano un po' tutti. Io sul palco prendo dei rischi. Ci deve essere un elemento di audacia. Questi giovani sono troppo

Le parole

«Io, Limosani, mi sento un autodidatta radicale cresciuto negli interstizi della creatività. Le mie idee partono confuse. Ci lavoro con metodo. Alla fine, è il mio cuore che sceglie con l'incanto di un bambino»

cauti. Tirano fuori la musica dalle loro tasche...". Giusto. Io, Limosani, mi sento un autodidatta radicale cresciuto negli interstizi della creatività. Le mie idee partono confuse. Ci lavoro con metodo. Alla fine, è il mio cuore che sceglie con l'incanto di un bambino».

Il libro *Italo Globali* la inserisce tra gli italiani innovatori nel mondo. Con lei, anche Oliviero Toscani per la fotografia e Ambra Medda fondatrice del Design Week di Miami. Tutti con il merito di aver riscritto la comunicazione e i codici della creatività. Meglio ora?

«Il vecchio marketing ci ha confinati all'omologazione. La diversità e l'unicità sono valori quasi scomparsi a favore di una cultura commerciale e stereotipata. Entriamo in luoghi di consumo, di vita culturale, di azione sociale, e siamo sempre di più assediati da un pensiero monocorde, orientato alle merci, ai trend. Viviamo in una prigionia fruitiva. Il mio lavoro non parla ai consumatori, ma alle persone vere che si trasformano in ricercatori e amplificatori di esperienze significative».

Lei è seguitissimo dai giornali femminili. Casuale o la sensibilità è più forte nelle donne?

«Il mio passato è stato influenzato da un gineceo positivo. Prima un'infanzia con un padre che non aveva chances tra una madre di grande personalità, due sorelle, due nonne e una bisnonna di 102 anni. Poi, a 16 anni, incontrai a Panarea l'architetto Paolo Tilche. Fu per me una sorta di padre putativo. Si circondava di figure femminili: le riteneva capaci di semplificare il lavoro. Un percorso che mi ha condizionato: con le donne mi ritrovo».