exibart95

FELICE LIMOSANI: IL PRODOTTO AD ARTE



ncontro ravvicinato con un creativo "non classificabile", che ha fatto dello sconfinamento tra generi, arte e strategie di marketing il suo cavallo di battaglia. Vincendo la scommessa, in nome di uno "sharing" totale

Parliamo di lavoro: lei che mestiere fa? E come è arrivato ad immaginarlo, visto che prima non l'aveva mai fatto nessuno?

«Il mio mestiere l'ho intravisto, era nell'aria! Un'opportunità a cui ho dato forma incrociando i linguaggi artistici, l'esperienza culturale e la comunicazione che parla alle persone e non ai consumatori. Mi considero un artista multidisciplinare e un creativo non classificabile perché agisco in modo autonomo e concreto al di fuori delle convenzioni. La fruizione tra pubblico e opera porta in sé nuove esigenze e opzioni. Deve saper dialogare con un forte impatto visivo sotto forma di esperienze dense di significato. Oggi il dialogo globale si alimenta di immagini oltre che di argomenti. Servono storie sensate che facciano riflettere per essere oggetto di conversazioni, abbinate a un wow factor visivo per diventare immagini da condividere. Questi sono i due fattori di relazione con il pubblico, basta attivarli il resto avviene spontaneamente».

Crossmedialità: da sempre si parla di contaminazioni nei linguaggi, ma in realtà c'è ancora un grande divario tra gli artisti "puri", se così possiamo definirli, da chi invece utilizza nuovi approcci, anche di comunicazione.

«C'è una differenza sostanziale. L'artista puro si esprime attraverso il suo immaginario, la sua visione, la sua disciplina in un sistema ben codificato, referenziale ed ermetico: l'arte. Al di fuori di questo perimetro oggi è indispensabile mettersi in gioco con linguaggi multipli e su piattaforme differenti. L'incrocio creativo tra arte, comunicazione e tecnologia ha delineato nuove esperienze. Il pubblico ha cessato di essere solo spettatore, per essere parte integrante dei processi di un engagement. La mia parte è quella di far sentire il pubblico coinvolto, dentro l'opera e non di fronte. I confini tra un milieu e l'altro comunque sono sempre più labili e meno definibili, da questo dato di fatto deriva la mia permeabilità artistica».

possa costituire uno sprone ulteriore, la partenza di un challenge evolutivo e fervido».

Con i suoi progetti ha creato anche una sorta di nuova professione. Che cosa intende "lasciare" con il suo lavoro?

«Una forma di bellezza in costante sconfinamento tra cultura, comunicazione e intrattenimento! Un ibrido che contiene tanto del nostro tempo e della sensibilità comune. La comunicazione scardinata dalla pubblicità, intesa come un linguaggio contemporaneo che mette in comune idee e pensieri; l'intrattenimento che seduce, ovvero che sappia stimolare la curiosità e l'interesse soprattutto verso quelle generazioni che cercano nuove domande invece che risposte. Ho fatto tutto con carattere e sensibilità, cercando di aprirmi a un sentire comune, di allargare il grado di condivisione e di compartecipazione. Per me "all is about share". Oggi più che mai, domani vedremo».

Felice Limosani (1966) artista e creativo multidisciplinare. Opera in ambito internazionale per top brands, gallerie d'arte e istituzioni culturali.

Le sue installazioni sono state esposte ad Art Basel Miami, Expo Milano 2015, Louvre - Parigi, Palazzo Vecchio - Firenze, Palazzo Strozzi - Firenze, Padiglione Mies Van der Rohe - Barcellona, Sketch Gallery - Londra, La Triennale di Milano. Ha tenuto lezioni magistrali alla Stanford University, Saint Martins University of Arts London, YPO Young Presidents' Organization. È membro del board della Fondazione di Venezia e del Comitato Scientifico e Culturale della Fondazione Matera Capitale della Cultura 2019.