**Testi di Paolo Campiglio**

*Il mondo di Tomoko*

L’arte di Tomoko Nagao ama il linguaggio semplice della comunicazione e della grafica contemporanea, risultando ai più come un motivo orecchiabile, apparentemente facile, che ci trascina in un mondo colorato di icone dalla frontalità ed evidenza tipiche di un ideogramma giapponese.

Ma per l’artista la simbologia è, oltre che un linguaggio, un patrimonio genetico, il risultato di un percorso di ricerca complesso, pieno di ambiguità, dal carattere polisemantico.

Dopo aver attraversato, negli anni della sua formazione, i linguaggi in voga nell’arte degli anni novanta, nel pieno della nota *new-wave* anglosassone, Tomoko ha sentito come ambito di ricerca più vicino alla sua sensibilità, a partire dal 2008, il contesto giapponese del Micro-Pop derivante dalla rivoluzione operata da Takashi Murakami e Yoshitomo Nara, tra gli altri. Questi autori rimangono i numi tutelari di un approccio che, tra gli anni novanta e duemila, ha avuto il coraggio di prendere risolutamente le distanze dalla cultura giapponese minimal e dalla tradizione *Mono-Ha*, recuperando un’inesauribile vena creativa di figure e simboli e innestandola sulla tradizione antichissima del Manga.

L’arte di Tomoko, che ha un approccio propenso alla contaminazione dei linguaggi e delle formule estetiche, aderisce all’esperienza culturale *Superflat*, capace di elaborare dei dispositivi a lettura stratificata e solo apparentemente banali: a un primo livello, infatti, assistiamo nelle sue opere all’innesto della tradizione giapponese delle Anime nei miti della cultura occidentale già peraltro setacciati dalla lunga esperienza Pop, da Caravaggio a Leonardo da Vinci, da Botticelli a Tiziano, a Velasquez, dalla scuola di Fontainebleau a Delacroix, e da ultimo a Jan Brueghel “il vecchio”.

Nella contaminazione e rilettura da parte dell’artista stridono le icone del mondo contemporaneo dei brand più famosi, alcuni strettamente connessi al contesto milanese in cui l’artista vive ed opera, introdotte con gusto tra l’ironia e la satira.

A questo ambito Pop, tra suggestioni metropolitane e ironico ribaltamento degli stereotipi legati alla comunicazione, appartengono gli interventi di street art di Tomoko, come l’icona del *Cesto di frutta* di Caravaggio e la testa di *Salomè* realizzati per *Energy box-URBAN ART Renaissance* nel 2015.

Un secondo piano interpretativo è da mettere in rapporto alla determinata scelta dei soggetti della tradizione figurativa occidentale che Tomoko vaglia accuratamente: ricorrono figure femminili sottilmente erotiche o miti della bellezza occidentale, Veneri tradotte nell’estetica *kawaii*: sono spesso figure che l’artista intende riabilitare come icone eroiche di una femminilità soggetta alla violenza stereotipata della cultura dell’occhio maschile, da cui intendono una volta per tutte liberarsi e irrompere come protagoniste.

Il tema femminile risale, in verità, alle origini dell’avventura creativa di Tomoko, quando ancora su carta nei primi anni Duemila ritraeva una serie di nudi su piccoli formati, raccogliendo pose stereotipate, allo specchio, figure asiatiche in compagnia di Hello Kitty. Ne consegue un’ulteriore e più intima simbologia autoreferenziale, spesso nascosta, riferita alla propria esperienza di donna artista nel mondo dell’arte, che intende allargarsi alla condizione femminile giapponese contemporanea, sempre più fragile e tuttavia abile a celare il dramma più sofferto dietro un’icona felice e spensierata.

Il tema della precarietà della bellezza e della vacuità dei valori, insieme alla metafora classica della *Vanitas* è un altro *leit-motiv* sotteso a gran parte della sua produzione: già presente nel *Narciso* e nella *Morte della Vergine*, assume un significato nuovo nell’ultimo ciclo dedicato ai fiori di Brueghel, dove la morte è la protagonista occulta della sontuosa e felicissima trama floreale. In *Flowers after Jan Brueghel Elder with Amuchina, Aspirina, WcNet, Louis Vuitton, Chanel, Tachipirina, Sole, Rinazina* (2018) i fiori come inevitabili *memento mori* sono percorsi da simboliche libellule e da pillole vaganti, le medicine più diffuse e i prodotti di cui siamo consumatori compulsivi, nell’intento di preservare un igiene domestico e interiore difficilmente coniugabili.

Un elemento non trascurabile, che riflette l’articolazione molteplice del concept dei suoi lavori, infine, riguarda le tecniche di trattamento dell’immagine e il processo di trasformazione tipico della generazione della rivoluzione digitale (il file vettoriale della grafica e dell’illustrazione è all’origine del processo creativo dell’artista): Tomoko non tradisce l’origine tecnologica giapponese, innestandola abilmente nella più colta pittura a olio o declinandola in interminabili varianti, dalla stampa 3D delle grandi sculture di *Salomè*, ai gonfiabili, dallo spray della street art, alla velocità dello stencil su tela o su carta, alla stampa a diffusione popolare.

Nelle opere dell’artista le più alte passioni e i valori collettivi, tradotti nelle icone più note della tradizione, i grandi sentimenti come amore, morte, tecnologia e vita, s’intrecciano con i miti della società contemporanea e con la personale intimità, con una vitalità straordinaria in grado di esorcizzare omeopaticamente ogni dolore.

*Stencil Iridescenti*

La creazione a stencil permette la diffusione delle icone inventate dall’artista a vari livelli e sulle superfici più diverse, dalla tela, alle svariate carte, al muro nel caso di *wall painting*: nata come esigenza legata alla rapidità di esecuzione tipica della street art e alla marcatura incisiva del segno nero di contorno, nell’arte di Tomoko si coniuga con le tradizionali tecniche della pittura giapponese, la xilografia e la pittura su paravento, in modo intenzionalmente ironico.

Da queste infatti l’artista mutua oltre che l’incisività del segno la processualità della stesura del colore, per zone e in superficie, nonché la ripetizione dei soggetti. In Tomoko, la tecnica è tuttavia funzionale alla teoria Superflat di allusione ironica, tramite l’estrema leggerezza dell’immagine, alla superficialità e alla vacuità della cultura consumistica giapponese, alla pervasività digitale e, infine, alla tradizione pittorica nipponica, ancora viva in molta arte contemporanea che prosegue in modo pedissequo le antiche tecniche.

I recenti stencil di Tomoko realizzati su PVC e gomma con superfici che non hanno lo spessore dell’olio su tela, ma si possono disporre appesi a fili, a bandiera, non necessariamente a parete, rappresentano una variante della precedente produzione su materiali felicemente iridescenti e riflettenti, in grado di rendere l’icona sempre più leggera nel trasferimento dal digitale alla superficie trasparente. I materiali cangianti e specchianti messi a disposizione dell’artista da una ditta italiana (Pressoplast) in un progetto di collaborazione tra tecnologia e arte, sono richiesti per allestimenti di design e accessori nel campo della moda.

Il segno di Tomoko, che ripete ossessivamente i suoi motivi e le sue icone, si combina felicemente con i toni dei tecnologici supporti, in un continuo dialogo tra le fluorescenze degli spray e le iridescenze delle superfici, come è evidente nella *Madonnina* (2018), su gomma rosa trasparente, che sembra evidenziare zone fluo rettangolari nell’ambiente; così l’icona caravaggesca della *Medusa*, su PVC riflettente e cangiante, rivela la sua estrema leggerezza, mentre l’interazione a specchio con l’ambiente circostante è funzionale al senso della perdita nella infinita riproduzione digitale del mito.

Nei nuovi cangianti di Tomoko l’immagine risulta quindi in continuo movimento, galleggiante su immaginarie bolle di sapone, perdendosi nello spazio attraverso i mille riflessi o rafforzandosi in contrasto con le trasparenze o con i toni dello sfondo. Questo gioco di relazioni era evidente nell’allestimento progettato per il Museo di Archeologia dell’Università di Pavia nel maggio-giugno 2018 con le due opere *Medusa*, identiche, disposte a diverse altezze nella lanterna settecentesca: qui le superfici, suscettibili alle variazioni di temperatura e di luce, risultavano convesse o leggermente piegate aumentando il senso di instabilità e di precarietà dell’immagine, rendendo peraltro evidente la ripetizione e l’eco del segno nello spazio.

**Focus: i materiali di Tomoko**

I materiali per Tomoko sono funzionali alla diffusione delle icone nelle sue molteplici sfaccettature e assumono un significato nuovo in base al contesto o alla singola opera.

La sperimentazione di supporti e nuove tecnologie di riproduzione è insita nella natura stessa del suo metodo di lavoro, non limitato al pezzo unico, ma teso alla moltiplicazione in varianti e in precise sequenze, poiché derivante da un file di natura digitale, vettoriale. Da questa base nascono le serie di stampe su carte di differenti formati e tirature con cui l’artista diffonde le sue immagini. L’idea della ripetizione a stampa, inoltre, è una rivisitazione ironica della xilografia tradizionale giapponese dell’Ukiyo-e che aveva una funzione di diffusione popolare di immagini tipo cartolina o locandina, spesso a carattere pubblicitario.

Grazie alla fonte vettoriale recentemente l’artista ha prodotto la serie dei plexiglass sagomati, a metà tra pittura e scultura, ha sperimentato le stampanti in 3D di grandi dimensioni, con cui ha creato due imponenti sculture di *Salomè* (prodotte dalla ditta Sismaitalia) in plastica poi stuccata

e colorata a spray. La tecnica della stampa digitale su grandi formati permette di realizzare opere uniche come *wall painting* per allestimenti di mostre (*The bird of Venus* e *Las Meninas* in *Japanpop* presso il Franciacorta Outlet) o talvolta per contesti architettonici.

L’icona di *Salomè* in particolare è declinata, oltre che in piccole sculture in resina poliuretanica verniciate a spray, in una scultura che Tomoko ha pensato come vera e propria opera-ambiente, percorribile e vivibile al suo interno per riportare l’attenzione sullo sguardo attraverso gli occhi del personaggio (progettata da Vemworks architects -Marco Dellatorre, Emanuele Corte and Vittoria Fiorito, e realizzata in legno da GF Soluzione Arredo in occasione della mostra *Japanpop* presso il Franciacorta Outlet).

Altro significato ha il gonfiabile, come *Fuwari* (2009) presentato a Palazzo Reale di Milano e recentemente l’enorme *Salomé* (2018) prodotta sempre da Franciacorta Outlet: si tratta di un materiale e di una tecnica molto diffusi nel mondo pubblicitario giapponese che nel contesto italiano diventano immediatamente polo di attrazione suscitando l’immaginazione popolare e una partecipazione emotiva. Il gonfiabile assolve al ruolo che storicamente era affidato alla scultura in una piazza, diviene una rappresentazione intenzionalmente ingigantita del potere di seduzione delle icone, nonostante queste celino in realtà un senso drammatico e tragico, come nel caso della testa mozzata di Salomè.

Nonostante le predilezioni tecnologiche, nei nuovi materiali e nelle tecniche impiegate dall’artista un ruolo non indifferente è svolto dall’apporto manuale, artigianale o nell’affiancamento in prima persona dei tecnici e degli artigiani preposti alla produzione, poiché un punto imprescindibile del suo lavoro è il controllo dell’opera, curata fin nel minimo dettaglio, con una caparbietà e una precisione tipicamente giapponesi.