

TOMOKO NAGAO

Giapponese, nasce a Nagoya nel 1976. Lavora e vive a Milano ormai da diversi anni, dopo aver trascorso un periodo di studi a Londra. Esponente dell'arte Micropop e Superflat, utilizza il linguaggio pittorico e grafico contemporaneamente.

Vivaci allegorie del consumismo globalizzato, dove creature dai grandi occhioni rotondi, che sembrano uscite dai cartoni animati che ci hanno tenuto compagnia da bambini, nuotano in un mare di brand universalmente noti. Quelli ai quali il moderno consumismo ci ha abituati e che lei vorrebbe spazzare via con una gigantesca onda catartica. Chiaro riferimento a *La grande onda* di Hokusai. Spesso, si impossessa di capolavori dell'arte per contaminarli con web e simboli del vivere "flat and fast". Perché è qui la sua originalità, nella ilare rivisitazione di modelli del passato. Con essi intavola un dialogo scherzoso, che non vuole essere dissacratorio, tracciando un' improbabile congiuntura tra arte classica ed estetica nipponica contemporanea. Davanti alle sue opere, l'associazione mentale è però immediata. Percepriamo subito qualcosa che già conosciamo, qualcosa che ci appartiene, anche se ha completamente cambiato abito. E non stentiamo a riconoscere la *Venere* di Botticelli che "rinasce" da una consolle PSP, in un mare di baci Perugina, o il *Bacchino malato* di Caravaggio, circondato però da barattoli di Nutella, o l'infanta Margherita di Velázquez, con attorno lattine di Coca Cola e buste di Zara. Li abbiamo riconosciuti, sono loro, e non ci resta che guardare come fa Hello Kitty, che nei suoi disegni sembra finita per caso, con il suo identico attonito stupore.

Leonardo da Vinci, the last supper with MC, EasyJet, Coca Cola, Nutella, Esselunga, Ikea, Google and Lady Gaga, Digital Contents, stampa su pura cellulosa, limited edition 30, trittico 100x210 cm

