



TOMOKO NAGAO
IRIDESCIENT OBSESSIONS



Tomoko with painting
Madonna, 2018.

Guardando la storia dell'arte contemporanea più vicina ai nostri giorni, possiamo ritrovare molti casi di successo di artisti o movimenti apparentemente portati ad una buona riuscita, da analisi teoriche, concettuali e con un approccio dall'alto, che io definisco top-down.

Ricordo un tardo pomeriggio di un anonimo giorno del 2015 quando conobbi per la prima volta Christian Gangitano, l'occasione era una cessione di una stampa di Mimmo Rotella; finita la veloce transazione, mi ha parlato della Japan Pop Art e di come in Italia non trovasse alcun gallerista disponibile a lanciarla. Il suo argomentare non partiva da basi teoriche, sebbene ve ne fossero molte e lui ne fosse un profondo conoscitore, bensì da basi "popolari", quelle che piacciono a me, bottom-up. Lo ascoltai, capii che il Giappone ha una cultura "trend-setter" (Gangitano ama gli inglesismi) per tutto l'Oriente e non solo. Ci misi meno di cinque minuti per decidere che dovevo portare la Japan Pop in Italia.

Solo dopo pochi mesi il progetto era in piedi.

L'inaugurazione della mostra Japan Pop, di cui Tomoko era protagonista insieme a Takashi Murakami, ebbe così tante adesioni, che il vernissage dovette essere iterato in due eventi.

Da allora Tomoko, ha rappresentato per la Deodato Arte e per l'Italia, l'interprete più autorevole in assoluto di questo filone artistico; come poteva non esserlo? Vive a Milano, conosce sia la cultura Giapponese che la nostra occidentale, ed ha una sensazionale capacità di metterle a dialogo senza snaturarle. Lascio ai critici descrivere le sue tecniche, ma da spettatore e collezionista mi limito a dire: voglio le sue opere!

A distanza di tre anni ecco una nuova mostra con l'ultima produzione di Tomoko Nagao, curata, per mio desiderio, congiuntamente da Cristian Gangitano e Paolo Campiglio. La scelta di questi due curatori non è casuale. Cristian, è un fanatico del Giappone, oltre ad essere la persona che mi ha convinto a partire ed ad entusiasmarci, poi la decisione è stata una logica conseguenza. Paolo Campiglio invece rappresenta l'altra parte del ponte, colui che ha il compito di contribuire a valorizzare il messaggio universale di Tomoko. La cultura giapponese, quanto mai oggi, è anch'essa connessa ad una nuova cultura globale. Tomoko ha quindi un doppio linguaggio, uno formale, che pone in rapporto, come detto, la cultura orientale ed occidentale, ed un linguaggio personale, che mette in connessione la sua intimità con tutto il resto, e di conseguenza quindi, anche con noi. Il lavoro congiunto dei due critici è stato quello di valorizzare tutti questi assi, creando un contenuto di valore. Sono felice che ci siano riusciti egregiamente.

Deodato Salafia

AMBASCIATRICE DELL'ARTE OTAKU, IN ITALIA, È TOMOKO NAGAO

Il lavoro di Tomoko, dalle prime uscite pubbliche sulla scena dell'arte in Italia con un progetto curatoriale e artistico avviato già dal 2008 e sviluppato in modo approfondito nelle mostre con Deodato Arte a partire dal 2015 è pubblicato in "Japan Pop, Edo Pop e Nipposuggerzioni", catalogo Edizioni Deodato Arte, 2016. Questo filone ha aperto la strada in Italia (fino allora eurocentrica e filo-americana a livello di comics e culture pop che ispirano la scena fine art), a una serie di artisti giapponesi o "nippo-suggerzionati" di nuova generazione che si misurano con la postmodernità e con l'occidentalizzazione della cultura del Sol Levante e viceversa con una "kawaiizzazione", rilettura in chiave "cool, carina e amorevole" della grande storia dell'arte occidentale, facendo della sottocultura Otaku il punto di partenza per le creazioni collocate nell'ambito dell'avanzamento e del culture-mix dell'apertura creativa individuale e nazionale.

Seppur con focus sugli argomenti più disparati, tutti gli artisti Japanpop sono accomunati da una serie di scelte formali e concettuali, che ciascuno declina in varie modalità produttive, in accordo con la propria sensibilità.

IRIDESCENT OBSESSIONS mette in scena l'ultima frontiera della ricerca di Tomoko, insieme a soggetti già noti ma riattualizzati su supporti iridescenti e tecnologici, proprio come nelle capsule collection e negli ambient media di Murakami, aggiungendo uno story telling "GLOCAL" stratificato grazie ai "flowers after Jan Brueghel", serie di rivisitazioni in chiave vettoriale e filantropica, maniacale nel dettaglio, realizzati con tecniche di grafica avanzata attraverso una nuova allegoria della società del consumo di massa nell'epoca del protagonismo assoluto del brand.

The job of Tomoko, from the first public appearance on the art scene in Italy with an artistic project started already in 2008 and developed in detail in the exhibition with Deodato Arte beginning from 2015, is published in "Japan Pop, Edo Pop and Japanese suggestions", catalogue Deodato Arte Editions, 2016. This job has opened the road in Italy (until then Eurocentric and American in the field of comics and pop cultures that inspire the scene of fine art), to a series of Japanese artists or "japanese-influenced" of new generation that measure themselves with the postmodernity and with the westernisation of the culture of the Rising Sun and vice-versa with the "kawaiiisation", rereading in a "cool, nice and lovely" key of the great history of the western art, making the subculture Otaku the point of departure for the creations in the field of progression and of the individual and national creative opening.

Even though with focus on the most disparate topics, all the Japanpop artists are united by a series of formal and conceptual choices, that everyone declines in various productive ways, according with their own sensibility.

IRIDESCENT OBSESSIONS shows the last field of the search of Tomoko, together with already known subjects but actualised on iridescent and technological mediums, just as in the capsule collection and in the media ambient of Murakami, adding a story telling "GLOCAL", stratified thanks to the "flowers after Jan Brueghel", series of revisiting in a vectorial and philanthropic key, maniacal in the detail, realized with sophisticated techniques of graphics through a new allegory of the society of the consumption of mass in the epoch of the absolute limelight of the brand.

Christian Gangitano e Melissa Camilli

Salomé

IL MONDO DI TOMOKO





Dettagli:
Flowers bluecompose luminousred, 2018.
Olio su tela / Oil on canvas.
120x100 cm.

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.

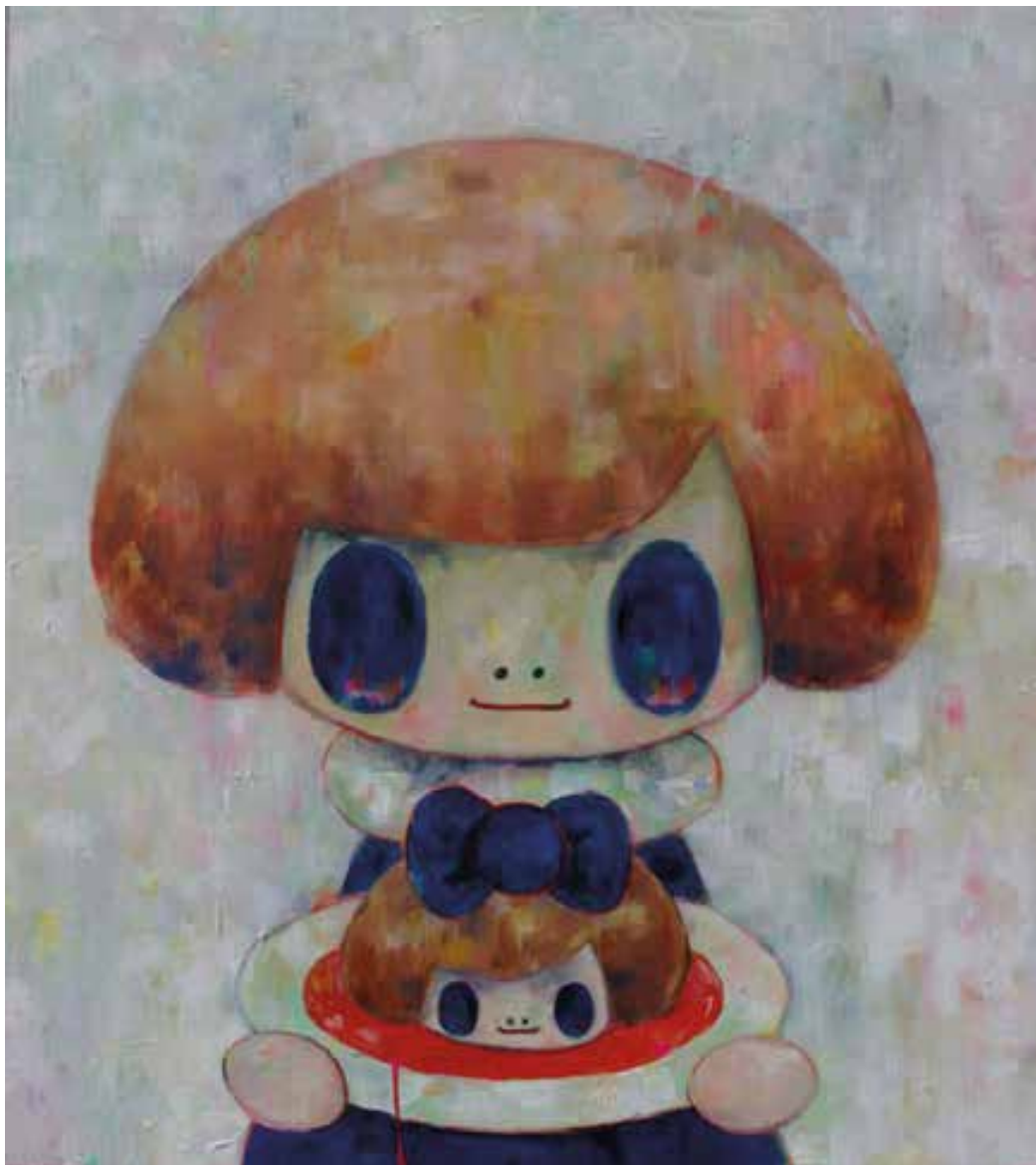
L'arte di Tomoko, che ha un approccio propenso alla contaminazione dei linguaggi e delle formule estetiche, aderisce all'esperienza culturale Superflat, capace di elaborare dei dispositivi a lettura stratificata e solo apparentemente banali: a un primo livello, infatti, assistiamo nelle sue opere all'innesto 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 Velásquez, dalla scuola di Fontainebleau a Delacroix, e da ultimo a Jan Brueghel "il vecchio".

The art of Tomoko Nagao loves the simple language of the communication and the contemporary graphics, resulting to the more as a catchy motive, apparently easy, that drags us in a coloured world of icons from the surface and evidence typical of a Japanese ideogram.

But for the artist the symbology is, over than a language, a genetic patrimony, the result of a process of a complex research, full of ambiguity, with a polysemic character.

After having crossed, in the years of her formation, the popular languages in the art of the '90s, in the middle of the Anglo-Saxon new-wave, Tomoko, beginning from 2008, has felt as field of research more near to her sensibility the Japanese context of the Micro-pop derived from the revolution operated by Takashi Murakami and Yoshitomo Nara among the others. These authors remain the protective goddess of an approach that, between the '90s and the new century, had the courage to resolutely take the distances from the Japanese minimal culture and from the tradition Mono-Ha, recovering an inexhaustible creative vein of figures and symbols and grafting it on the ancient tradition of the Manga.

The art of Tomoko, that has an inclined approach to the contamination of the languages and the aesthetic forms, joins the cultural experience of Superflat, able to elaborate some reading devices, stratified and only apparently banal: to a first level, in fact, we assist in her works at the connection of the Japanese tradition of the Anime in the myths of the western culture, already examined for a long time by the Pop experience, from Caravaggio to Leonardo da Vinci, from Botticelli to Tiziano, to Velásquez, from the school of Fontainebleau to Delacroix, and from last by Jan Brueghel "the old one."



Salome with blue eyes, 2014.

Olio su tela / Oil on canvas.

Tomoko Nagao.

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.



Cesto di frutta after Caravaggio, 2015.

Per Energy Box, iniziativa ideata da Atomo Tinelli per fondazione Aem e A2A.

Opera di Tomoko Nagao.

In the contamination and rereading of the artist, screech the icons of the contemporary world of the most famous brands, some strictly connected to the context of the city of Milan in which the artist lives and works, introduced with good taste between irony and satire. To this Pop context, among urban suggestions and ironic overturning of the stereotypes connected with the communication, belong the interventions of Tomoko's street art, as the icon of the Basket of fruit of Caravaggio and the head of Salomè, realized for Energy box-URBAN Art Renaissance in 2015.



Live painting in Bologna for Enel Music and Energy, 2015.

A cura di Christian Gangitano.

Opera di Tomoko Nagao.

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.

A second interpretative level is to put in connection with the specific choice of the subjects of the western figurative tradition that Tomoko carefully examines: veiled erotic female figures or myths of the western beauty, Venus translated in the kawaii aesthetic: they are often figures that the artist intends to rehabilitate as heroic icons of a femininity that is subjected to the stereotyped violence of the masculine culture, from which they intend once and for all to be free and to get out as protagonists.

Actually, the female theme goes back to the origins of the creative adventure of Tomoko, when in the early 2000's she withdrew still on paper a series of nude on small formats, representing stereotyped poses, at the mirror, Asian figures together with Hello Kitty. It follows a further and more personal self-referential symbology, often hidden, referring to her own experience of woman artist in the world of the art, that it intends to expand to the contemporary female Japanese condition, more and more frail and however skilled to hide the most suffered drama behind a happy and carefree icon.



Girl, 2014.
Acquerello / Watercolor.
Tomoko Nagao.



Get You, 2014.
Acquerello / Watercolor.
Tomoko Nagao.



Venere with Hello Kitty, 2014.
Acquerello / Watercolor.
Tomoko Nagao.



Girl, 2014.
Acquerello / Watercolor.
Tomoko Nagao.

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 domestica e interiore difficilmente coniugabili.

The theme of the insecurity of beauty and the vacuity of the values, together with the classical metaphor of the Vanitas, is another leit-motiv underlying to a big part of her production: already present in the *Narcissus* and in the *Death of the Virgin*, it assumes a new meaning in the last cycle devoted to the flowers of Brueghel, where death is the hidden protagonist of the sumptuous and happy floral plot. In *Flowers after Jan Brueghel Elder with Amuchina, Aspirina, WcNet, Louis Vuitton, Chanel, Tachipirina, Sun, Rinazina* (2018) the flowers, used as inevitable memento mori, are crossed by symbolic dragonflies and by wandering pills, the most diffused medicines and products of which we are compulsive consumers, in the intent to preserve a domestic hygiene and an internal one, hardly conjugal.



Venere con Hello Kitty, 2014.
Acquerello / Watercolor.
Tomoko Nagao.



The birth of Venus, 2016.
Olio su tela / Oil on canvas.
Tomoko Nagao.



Death of the virgin after Caravaggio, 2016.

Olio su tela / Oil on canvas.

120x90 cm.

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.

Lastly, a not insignificant element, that reflects the multi-faced articulation of the concept of her jobs, concerns the techniques of the use of images and the process of transformation typical of the generation of the digital revolution (the vectorial file of the graphics and the illustration is the origin of the creative trial of the artist): Tomoko doesn't betray the Japanese technological origin, cleverly grafting it in the most cultured oil paint or declining it in endless variations, from the 3D press of the great sculptures of Salomè, to the inflatable ones, from the spray of the street art, to the speed of the stencil on canvas or on paper, to the press for a popular diffusion.

In the works of the artist the most important passions and the popular values, translated in the icons more known of the tradition, the great feelings such as love, death, technology and life, intertwine with the myths of the contemporary society and with the personal intimacy of the artist, with an extraordinary vitality able to homeopathically exorcize every pain.

Paolo Campiglio



Salomè house, 2018.
Vemworks architects (Marco Dellatorre, Emanuele Corte and Vittoria Fiorito) e GF Soluzione Arredo.

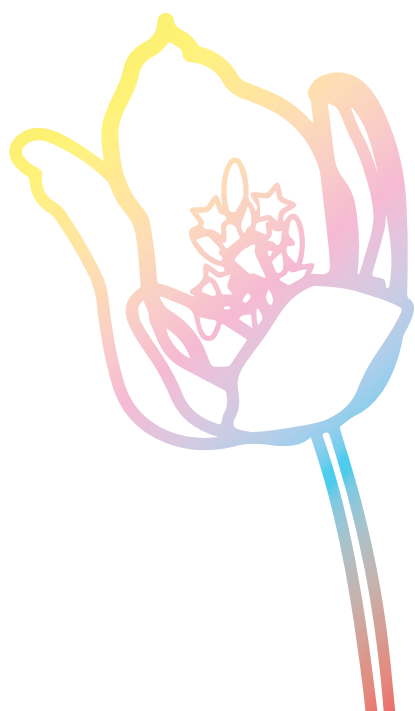




FLOWERS

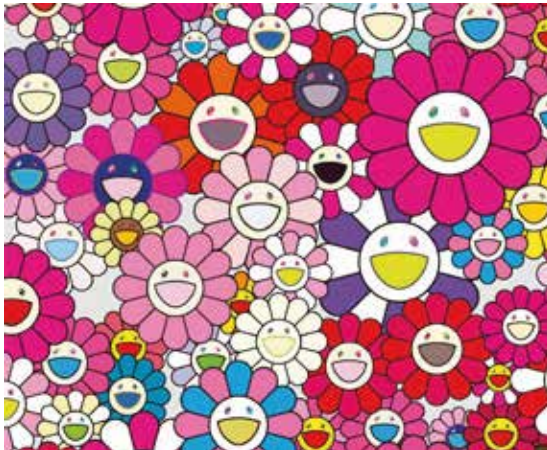


Tomoko in Salomè house, aprile 2018.
Franciaorta Outlet.



IRIDESCENT OBSESSIONS

La mostra "Iridescent Obsessions" presenta la più recente produzione in vettoriale che mette in scena una rievocazione in chiave Pop dei classici vasi di fiori fiamminghi, tratti in particolare da Jan Brueghel: lo splendore delle varietà floreali, la magnificenza dei colori sono tradotti in superficie attraverso singolare rielaborazione digitale, con una tecnica da "specialisti" del settore della grafica digitale, ben esplorata e conosciuta da Tomoko.



A sinistra: **An Homage to Monopink, 1960 C, 2010.** Mixed media print. 73x53 cm.
Pubblicato sul catalogo della mostra: "Kirakira. Lo scintillante mondo di Takashi Murakami".
25 Gennaio - 24 Febbraio 2017 , Bologna - Galleria Cavour 1/L.

A destra: **Ideogramma Hana.**

Fonte: www.nihonjapangiappone.com

I fiori "hana" rappresentano uno dei punti cardine dell'ideale di bellezza effimera dell'estetica della cultura Giapponese, già introdotti in chiave ultra-pop da Takashi Murakami che ha utilizzato il soggetto floreale in modo seriale, tra opere uniche, stampe e capsule-collection, proposti con la faccina da "emoticon" come liaison tra l'immaginario pop occidentale e orientale. Nell'interpretazione di Tomoko, il tema è legato alla vanitas e rappresenta l'ennesima riflessione attorno al motivo della morte attraverso il suo opposto, la vita. "

The exhibition "Iridescent Obsessions" introduces the most recent production realized with the vectorial technique that shows a re-enactment using a Pop style of the classical Flemish vases of flowers, drawn in particular by Jan Brueghel: the beauty of the floral varieties and the magnificence of the colours are translated in surface through unusual digital reworking, with a technique used by the "experts" of the sector of digital graphics, well explored and known by Tomoko.



The flowers "hana" represent one of the key points of the ideal of ephemeral beauty of the aesthetics of the Japanese culture, already introduced with a ultra-pop key by Takashi Murakami that used the floral subject in a serial way, among unique works, presses and capsule-collection, proposed with the little face from "emoticon" as liaison between the pop western imaginary and the eastern one.

In the interpretation of Tomoko, the theme is connected to the vanitas and represents the umpteenth reflection around the death's motive through its opposite, the life.





Nella pagina a fianco:

Flowers After Jan Brughel Elder with Amuchina, Aspirina, WCNET, Louis Vuitton, Chanel, Tachipirina, Sole, Rinazina, 2018.

Digital contents.

In questa pagina confronto con l'opera:

Vaso di fiori con gioielli, monete e conchiglie, 1606. Jan Brueghel.

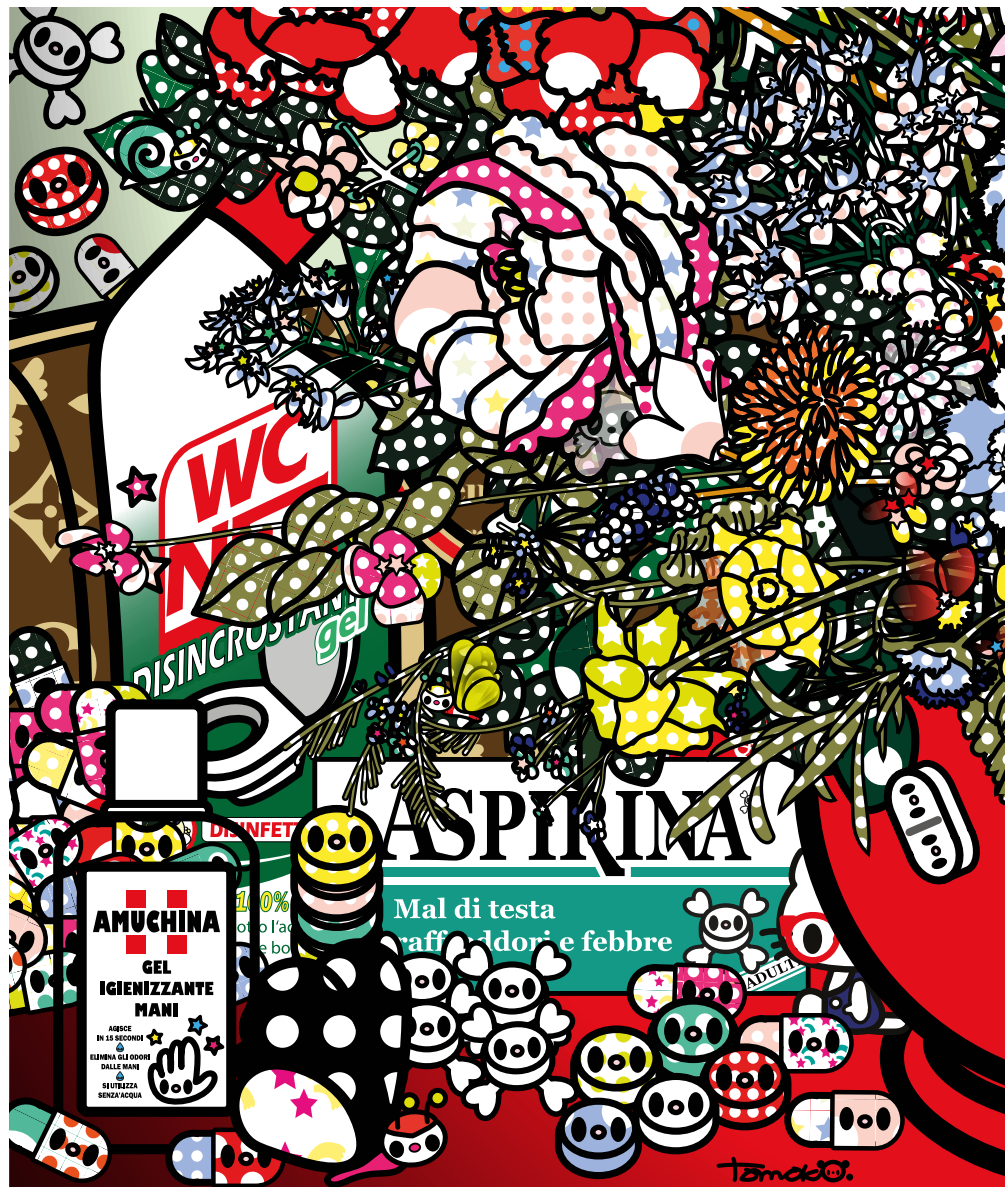
Olio su rame / Oil on copper

45X65 cm.

Pinacoteca Ambrosiana, Milano, Italia.



Particolare dell'opera: **Flowers After Jan Brughel Elder with Amuchina, Aspirina, WC-NET, Louis Vuitton, Chanel, Tachipirina, Sole, Rinazina**, 2018.
Digital contents.



Particolare dell'opera: **Flowers After Jan Brughel Elder with Amuchina, Aspirina, WC-NET, Louis Vuitton, Chanel, Tachipirina, Sole, Rinazina**, 2018.
Digital contents.



I fiori di Jan Brueghel esprimono valori legati alla cultura letteraria, “romanza” e ad alcuni valori cristiani: la rosa bianca la purezza, il giglio l’amore e la purezza stessa, come nell’iconografia di santa Caterina e di alcuni proto-martiri, il giglio selvatico la grazia, il garofano la divina incarnazione di Cristo, la viola del pensiero la divinità.

I Fiori nella cultura occidentale sono già da tempo “icona” o meglio “logo” di un messaggio o di un pensiero. Mentre il linguaggio dei fiori, come recita il leitmotiv “ditelo con i fiori” farebbe già da tempo parte dell’immaginario e della cultura POP, su tutti sono molto noti il significato di donare la rosa gialla, che vuol dire “bugia” e la rosa rossa “amore”.

Passando dalle culture più “POPolari” fino alla letteratura classica di Orazio, che ne cantava già i valori come vengono amati dai giapponesi, ovvero con ideali di bellezza effimeri “fluttuanti” data la breve durata del fiore e dalla letteratura romanza o medioevale, come nel famoso best sellers ante litteram “Roman de la Rose” poema allegorico del 1237 copiato e rivisitato per tutto il medio evo, la predominanza assoluta è infatti data alla rosa, LOGO e icona della dea dell’amore Venere o Afrodite: un link che ha radici antiche, poiché proprio nella mitologia la rosa sbocciò quando nacque Venere, soggetto molto caro e già interpretato con grande successo da Tomoko.

The flowers of Jan Brueghel express the values connected to the literary culture, to novels and to some Christian values: the white rose represents the purity, the lily the love and the same purity, as in the iconography of Saint Catherine and of some foreman-martyrs, the wild lily the grace, the carnation the divine incarnation of Christ, the viola the divinity.

The Flowers in the western culture are already for a long time “icon” or better “logo” of a message or of a thought. While the language of the flowers, as it recites the leitmotiv “speak through the flowers”, would be already for a long time part of the imaginary and the Pop culture, above all are very known the meaning to give the yellow rose that wants to say “lie” and the red rose that wants to say “love.”

Passing from the more “POPular” cultures up to the classical literature of Horace, that already told the values loved by the Japanese people, that is with ideals of beauty ephemeral because of the brevity of the flower, and by the romance literature or the medieval one, as in the famous best sellers ante litteram “Roman de la Rose” , allegorical poem dated 1237, copied and revisited for the whole middle age, the absolute predominance is given in fact to the rose, LOGO and icon of the goddess of love Venus or Aphrodite: a link that has ancient roots, since really in the mythology the rose budded when Venus was born, very dear subject and already interpreted with great success by Tomoko.

Flowers 2 After Jan Brueghel elder with Aspirina, Barilla, Baci, Calippo, Cola, Louisvuitton, Motta, Tm, Visa and Maddonna, 2018.

Digital contents.



Sopra confronto con l'opera: **Bouquet di fiori in vaso in ceramica**, 1599.
51x40 cm. Jan Brueghel. Vienna Kunsthistorisches Museum.

Particolare dell'opera: **Flowers 2 After Jan Brueghel elder with Aspirina, Barilla, Baci, Calippo, Cola, Louisvuitton, Motta, Tm, Visa and Maddonna**, 2018.

Digital contents.



Particolare dell'opera: **Flowers 2 after Jan Brueghel Elder with Aspirina, Barilla, Baci, Calippo, Cola, Louis Vuitton, Motta, TM, Visa and Madonna**, 2018.
Digital contents.



Particolare dell'opera: **Flowers 2** after Jan Brueghel Elder with Aspirina, Barilla, Baci, Calippo, Cola, Louis Vuitton, Motta, TM, Visa and Madonna, 2018.
Digital contents.

Ma la pittura a soggetto floreale, antenati dell'attualissimo "still life" tecnica fotografica sfruttata nella moda e nella pubblicità, ebbe inizio nei Paesi Bassi alla fine del XVI secolo, a opera di un gruppo di pittori che erano d'avanguardia per l'epoca, tra i quali spiccava Jan Brueghel "il Vecchio", soprannominato "dei Velluti", seguito da suo figlio Jan il Giovane, che come il padre si affermò soprattutto in questo genere pittorico, diventando "bottega" anzi, una "griffe" di successo.

La specializzazione in tali soggetti aprì la strada a una sorta di accanita competizione tra gli artisti di tutta Europa, sia dal punto di vista compositivo ma anche della tecnica pittorica e fatto non irrilevante, della conoscenza botanica, tutti elementi caratteristici di questo genere pittorico: Jan Brueghel il Vecchio raffigurò una sessantina (58 per l'esattezza) di specie diverse di fiori in un unico dipinto, dimostrando al mondo dei grandi mercanti d'arte occidentale dell'epoca di essere il migliore e agli studiosi di oggi di essere un vero "otaku", un pozzo di conoscenza considerando che non esisteva internet e che nemmeno i volumi stampati a colori erano ancora disponibili.

But the painting with floral subjects, ancestors of the actual "still life", photographic technique so much used in the fashion and in the publicity, began in the Netherlands at the end of the XVI century, thanks to the work of a group of painters that were of avant-garde for the epoch, nicknamed "of the Velvets", among which stood out Jan Brueghel "the Old one", followed by his child Jan "the Young one", that as his father was successful especially in this pictorial field, that it became a "workshop", rather a famous "brand".

The specialization in such subjects opened the road to a sort of tireless competition among the artists of all Europe, both from the point of view of the composition but also of the pictorial technique and, not irrelevant fact, of the botanical knowledge, all characteristic elements of this pictorial field: Jan Brueghel "the Old man" represented about sixty (58 for the exactness) different kind of flowers in an only painting, demonstrating to the greatest western art-merchants of the epoch to be the best and to today's researchers to be a truth "otaku", a source of knowledge, considering that internet didn't exist and that the colour printed volumes weren't still available.



Uno dei Quattro Elementi: Aria,
1621-1632.
Hendrik van Balen I e Jan Brueghel II
Giovane.
Olio su tavola / Oil on copper.
45X65 cm.
Musée Du Louvre, Parigi, Francia.

VANITAS

La forte valenza simbolica dei fiori acquisisce anche valore metaforico: la giovinezza, la grazia dello sbocciare, l'evocazione di sinuosi profumi, e l'omaggio a Flora, dea della natura, con Aurora, dea dell'alba, valori e emozioni racchiusi nei fiori dei Brueghel, ma spicca anche il concetto di transitorietà insito nella bellezza in generale, di certo femminile e delle stagioni della vita.

«Ogni cosa bella passa», implicito messaggio morale della Vanitas, con riferimento al brano di apertura del libro dell'Ecclesiaste: «Vanità delle vanità, tutto è vanità», frase divenuta celebre nella cultura di massa in Italia grazie ad Angelo Branduardi, nella colonna sonora di "state buoni se potete" film cult del 1983 diretto da Luigi Magni dedicato alla vita di San Filippo Neri.

The strong symbolic value of the flowers also acquires a metaphoric value: the youth, the grace of the budding, the evocation of sinuous perfumes and the homage to Flora, goddess of the nature, with Aurora, goddess of the dawn, values and emotions contained in the flowers of the Brueghels, but it stands out also the concept of transitoriness inherent the general concept of beauty, certainly the female one, and of the seasons of the life.

«every beautiful thing goes over», implicit moral message of the Vanitas, with reference to the opening text of the book of the Ecclesiastes: «Vanity of the vanities, everything is vanity», sentence become famous in the culture of mass in Italy thanks to Angelo Branduardi, in the sonorous column of "Be calm if you are able", cult film of 1983 directed by Luigi Magni and dedicated to the life of St. Filippo Neri.

L'importanza simbolica in queste composizioni floreali si capisce dal fatto che spesso venivano raffigurati l'uno accanto all'altro esemplari di stagioni diverse, o provenienze geografiche diverse, a dimostrazione che questo tipo di dipinti non fossero solo raffigurazioni oggettive, ma comprendevano un messaggio culturale e morale chiaro e definito.

The symbolic importance in these floral compositions is clear thanks to the fact that were often represented, the one near to the other, specimens of different seasons or different geographical origins, in order to demonstrate that this type of paintings were not only objective representations, but they included a clear and well defined cultural and moral message.



Sopra:

Allegoria dei quattro elementi, 1590 – 1600.

Jan Brueghel II Giovane, Frans Francken II Giovane. Olio su tavola / Oil on wood. 52X81 cm.

Collezione privata.

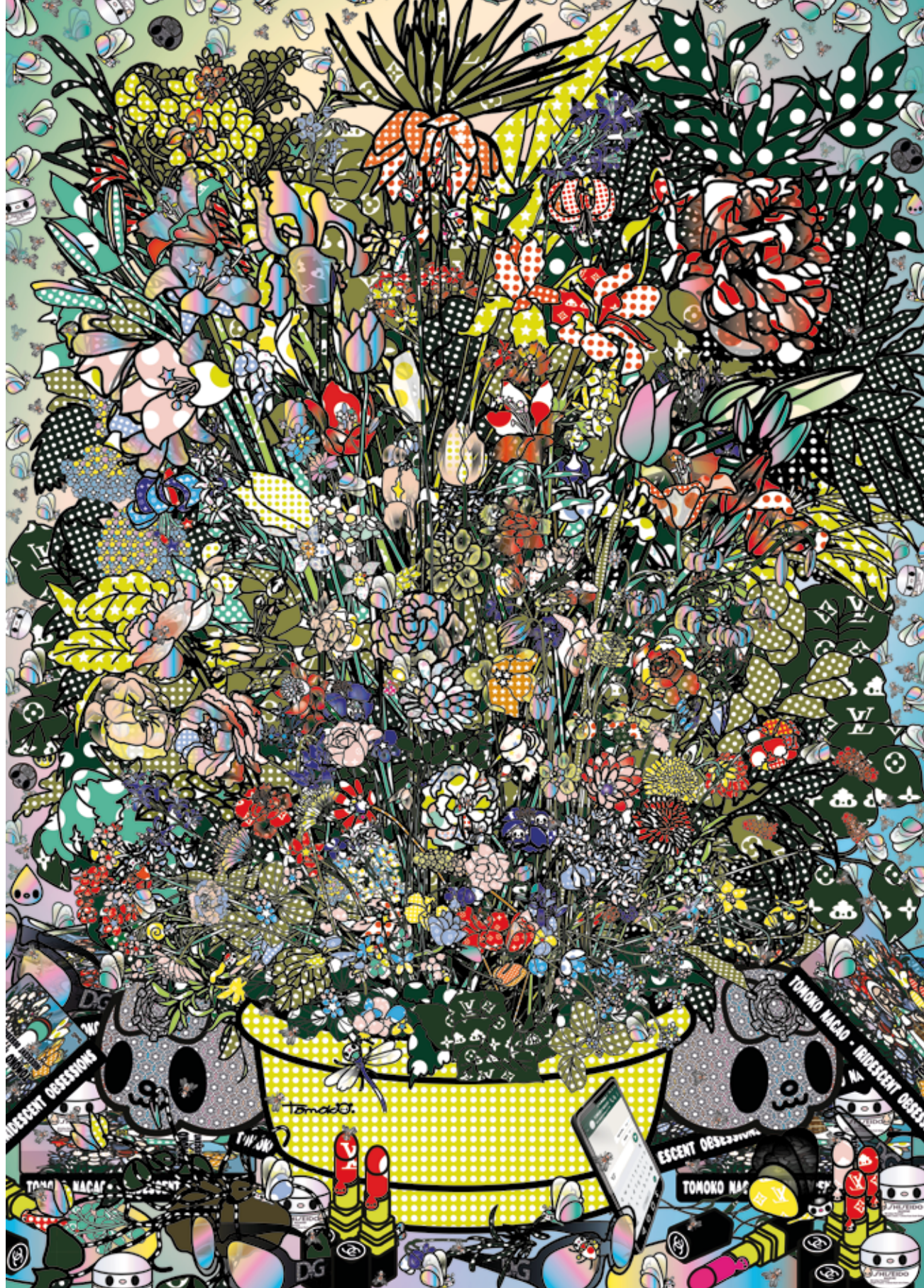
Sotto:

Scena tratta del film **"State buoni se potete"**.

Regia di Luigi Magni.

Nella pagina a fianco: **Flowers 3 After Jan Brueghel Elder with-Dolce e Gabbana, Shiseido, Chanel, Louis Vuitton**, 2018.

Digital contents.



Ecco che nelle composizioni di Tomoko tutta la radice storica di questo genere (non molto blasonato dalla critica contemporanea e che per tale ragione diverrà un'interessante scoperta o riscoperta per i fruitori) viene riattualizzato, portato alla rilettura della VANITAS oggi, quella delle "fashion blogger" o dei "fashion victim" ma anche alla stessa vanità dei brand che fanno a gara per ammaliare la potenziale clientela o fidelizzarne altra fino a rendere il consumatore "addicted" e veicolo per la promozione del brand stesso, dove su maglie costose e glamour campeggiano il logo o la scritta del claim di prodotto, slogan e nomi di marche portati con vanità, appunto, da persone di diversa provenienza culturale e sociale vestiti come fossero "uomini sandwich", là a fotografarsi -e quasi a strillare- uno "status quo" per strada come nella promozione dell'ultima campagna di sconti di un "mondo convenienza".

La competizione sempre crescente verso l'apparire e non verso la sostanza, verso i contenuti, ormai affievoliti nella comunicazione e in generale nel mondo della società dello spettacolo integrato nel quale ci troviamo volutamente o nostro malgrado, la vocazione all'effimero e al superfluo, vengono ammonite e denunciate in modo sempre "grazioso", Kawaii da queste nuove composizioni, allocate in una società che attraverso i social network e l'iperattività auto referenziale conclamata nei "selfie" vive una fase di "vanitas" continuativa, ma profondamente smarrita e priva di valori e ideali.

So in the compositions of Tomoko the whole historical origin of this genre (not very noble for the contemporary criticism and that for this reason it will become an interesting rediscovered for the spectators) is updated, brought to the rereading of the VANITAS today, the one of the "fashion bloggers" or of the "fashion victim" but also to the same vanity of the brands that are in competition to bewitch the potential clients or to make the consumer "addicted" and vehicle for the promotion of the same brand, where on expensive and glamour sweaters the logo or the writing of the product, slogan and names of brands brought with vanity, in fact, from people of different cultural and social origin dressed as they were "sandwich man", intent to photograph themselves and almost to scream a "status quo" as in the promotion of the last campaign of discounts of a "world of convenience".

The increasing competition toward the appearance and not toward the substance, toward the contents, weakened by now in the communication and in general in the world of the society of the show in which we intentionally or our despite come into contact, the vocation to the ephemeral things and the superfluous ones, is warning in a way always "attractive", Kawaii from these new compositions, allocated in a society that through the socials network and the "selfie", lives a phase of "vanitas", deeply lost and deprived of values and ideals.

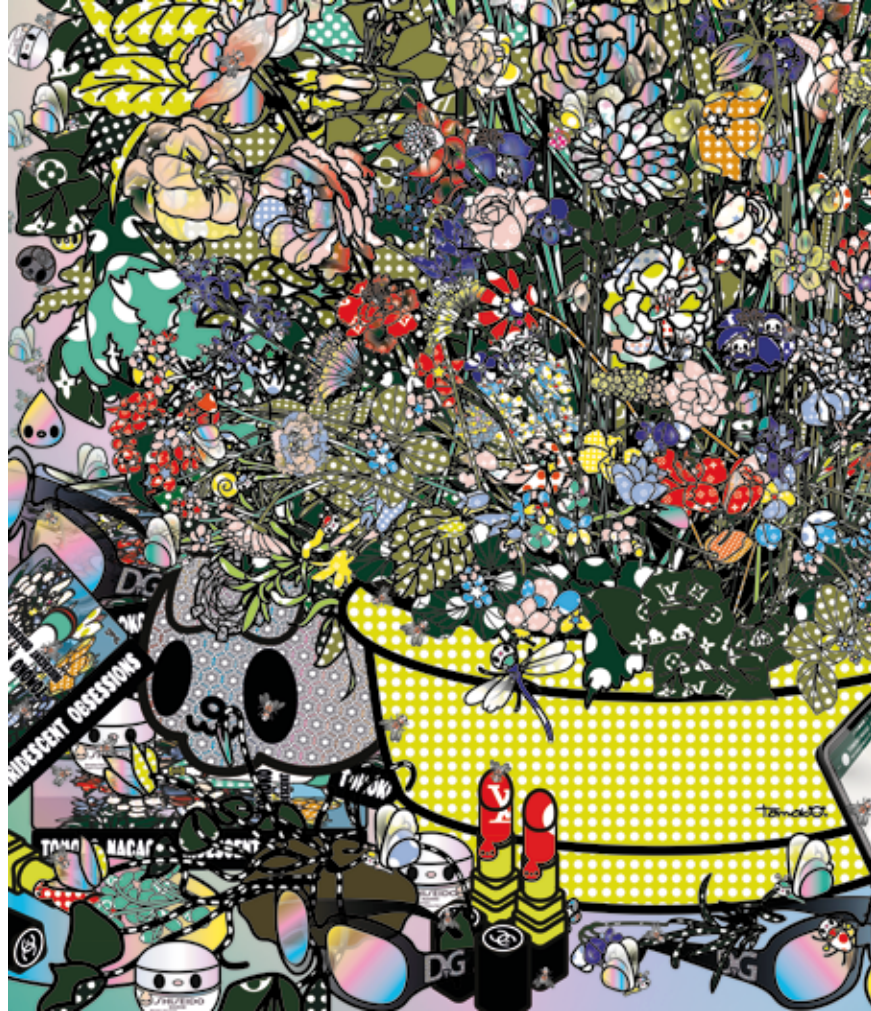
Confronto con l'opera:

Bouquet di bulbose, rose ed altri fiori.

Jan Brueghel. Olio su tavola / Oil on wood.

Kunsthistorisches Museum, Vienna, Austria.





Particolare dell'opera: **Flowers 3 After Jan Brueghel Elder with-Dolce e Gabbana, Shiseido, Chanel, Louis Vuitton, 2018.**
Digital contents.



Particolare dell'opera: **Flowers 3 After Jan Brueghel Elder with-Dolce e Gabbana, Shiseido, Chanel, Louis Vuitton**, 2018.
Digital contents.

A rafforzare il legame con i messaggi dei Brueghel, appaiono nella serie "FLOWERS AFTER JAN BRUGHEL ELDER WITH AMUCHINA, ASPIRINA, WCNET, LOUISVUITTON, CHANEL, TACHIPIRINA, SOLE, RINAZINA (2018 DIGITAL CONTENTS)" il brand di Vuitton o altre griffe dell'alta moda, ma anche prodotti "da scaffale" e con ironia tagliente anche farmaci e medicinali in quantità, dei quali l'Italia è fieramente primo produttore europeo, pillole e capsule che sorridono spensierate, divenuti characters convivono con prodotti inquinanti per la pulizia di casa, per l'igiene personale o il lavaggio dei piatti unti.

Siamo portati così a riflettere anche attraverso un'importante chiave di lettura, suggerita con uno storytelling stratificato, dove sono collocate immagini di opere di Tomoko stessa, nascoste o mimetizzate tra i fiori, come la sua nota e seriale testa di "Salomè" o i teschi, avvolti in texture degne del più abile fashion designer delle maisons di haute couture di grido, pattern che diventa elemento integrante di ogni fiore, ormai congelato e freddo, come nella nota e preziosissima installazione di Marc Quinn "Garden" del 2000 con meravigliosi e pregiati fiori sotto vuoto e ibernati.

L'apoteosi del sintetico, nell'epoca della globalizzazione e della diffusione di massa dell'epoca dell'immagine digitale, che perde consapevolmente e a vantaggio del dominio del "visivo" quella capacità di risvegliare quei valori tattili e olfattivi che le opere dei maestri fiamminghi sapevano ancora evocare.

To strengthen the connections with the messages of the Brueghels, in the series "FLOWERS AFTER JAN BRUGHEL ELDER WITH AMUCHINA, ASPIRINA, WCNET, LOUIS VUITTON, CHANEL, TACHIPIRINA, SUN, RINAZINA (2018 DIGITAL CONTENTS)" appear the brand of Vuitton or other brands of the haute couture, but also products "from shelf" and with a strong irony also lots of medicines, of which Italy is fiercely the first European producer, pills and capsules that smile carelessly, cohabit with polluting products for the cleaning of house, for the personal hygiene or the washing of the dirty dishes.

In this way we are driven to reflect through an important gateway, suggested with a stratified story telling, where are situated images of works of the same Tomoko, hidden or camouflaged among the flowers, as her famous and serial head of "Salomè" or the skulls, wrapped in texture worthy of the most skilled fashion designer of the maisons of haute couture, pattern that becomes integral element of every flower, almost frozen and cold, as in the well-known and precious installation of Marc Quinn "Garden" of 2000 with marvellous and precious vacuum-packed flowers.

The apotheosis of the synthetic, in the epoch of the globalization and the diffusion of mass of the epoch of the digital image, that, in favour of the domination of the "visual", knowingly loses that ability to awaken those tactile and olfactory values that the works of the Flemish teachers still knew how to evoke.

Christian Gangitano



| "Garden", 2000. Marc Quinn.





FLOWERS 2 AFTER JAN BRUGHEL ELDER WITH ASPIRINA BARILLA BACI CALIPPO COLA LOUISVUITTON MOTTA TM VISA AND MADDONNA / 2018 PRINTED : 326X254 CM, THE EXHIBITION "IRIDESCENT OBSESSIONS" TOMOKO NAGAO 2018 AT DEODATO MILANO WINDOW



OIL PAINTINGS

GIOCONDA PAINTING

L'olio su tela rappresenta per Tomoko una polarità differente rispetto alla dimensione più immediata dello "stencil": è la sedimentazione lenta del segno e del colore che presuppone tempi dilatati e una graduale messa a fuoco dell'immagine, pur sempre derivante da una fonte digitale. E' l'immersione nel secolare senso della pittura, ma è anche il terreno di confronto fin troppo scoperto, con la lezione contemporanea di Yoshitomo Nara, soprattutto nella scelta di un'icona femminile senza prospettiva e "frontale", che non intende alludere ad alcun racconto, ma presenta se stessa con pochi aggettivi.

In questi ultimi anni, tuttavia, Tomoko ha inteso smarcarsi e prendere le distanze da una pittura derivante dalla pratica del disegno, più vicina a Nara, elaborando icone che si caratterizzano per una spessa linea di contorno, dalle trame sempre più astratte, poiché la fonte originale di queste immagini è file grafico, geometrico e matematico.

L'artista ha elaborato già da qualche tempo la sua personale rivisitazione della Gioconda leonardesca come emblema della donna contemporanea e della bellezza femminile, tradotta nella seducente e ironica estetica da Hello Kitty declinata in numerose versioni su tela e a stencil su carta: tra i suoi progetti non realizzati, tra l'altro, è un imponente wall painting urbano con l'icona della Gioconda, che Tomoko vorrebbe eseguire in collaborazione con un gruppo di donne arabe il giorno della festa della donna, a riportare l'attenzione sul tema dell'emarginazione femminile in quella cultura.

The oil painting on canvas represents for Tomoko a different polarity in comparison to the most immediate dimension of the "stencil": it is the slow setting of the sign and the colour that assumes longer times and a gradual focusing of the image, after all always derived by a digital source. It is the immersion in the secular sense of the painting, but it is also the comparison level, with the contemporary lesson of Yoshitomo Nara, especially in the choice of a female icon, "frontal" and without perspective, that doesn't intend to allude to some story, but introduces herself with few adjectives.

In these last years, however, Tomoko took the distances from a painting derived by the practice of the sketch, more similar to Nara, elaborating icons that are characterized by a thick line of contour, by plots more and more abstract, since the original source of these images is a graphic, geometric and mathematical file.

The artist has already elaborated for a while her personal rereading of the Gioconda of Leonardo da Vinci as emblem of the contemporary woman and the female beauty, translated in the seductive and ironic aesthetics by Hello Kitty declined in numerous versions on canvas and stencil on paper: among her unfulfilled projects, besides, there is an imposing urban wall painting with the icon of the Gioconda, that Tomoko would like to perform in collaboration with a group of Arabic women during the International Women's Day to bring the attention on the theme of the female exclusion in that culture.



Gioconda, 2018.

Preview del progetto sul tema emarginazione femminile: Gioconda, 2018.

Digital contents.



tonkoo.

La serie recente delle tele dedicate alla Gioconda, tra cui Gioconda waterblue ribbon white dots (2018) e Gioconda green ribbon black dots (2018) riflette la progressiva maturazione dell'artista nella produzione dell'olio su tela. L'immagine è sempre più "corrotta" dallo sfondo che avanza, come se l'icona si facesse inconsistente e trasparente in rapporto allo spazio pittorico, alla pennellata, che diviene protagonista. Il disegno digitale di partenza, il vettoriale, con la sua inconfondibile perfezione grafica, viene progressivamente invaso da un magma pittorico nuovo, in alcune zone preponderante. A ribadire che l'icona è sempre più "fluttuante", benché ancora capace di impressionare con alcuni tocchi fluorescenti, sono le interazioni tra la linea di contorno della Gioconda in primo piano e la trama a cerchi dello sfondo. Si direbbe che il calcolo astratto dei rapporti proporzionali e delle linee sia sopraffatto dalle sfumature cromatiche e da una pasta pittorica densa a ribadire che quell'icona da lei creata sembra accusare i segni di un tempo di comunicazioni digitali, è anch'essa consunta e divenuta il fantasma di se stessa, proprio come l'immagine della Gioconda leonardesca scivola ormai con leggerezza sugli Iphone e i Tablet delle masse di visitatori che la consumano: questi riescono a "vedere" il quadro (già protetto da un cubo di cristallo) solo se lo riprendono con il telefono o se lo condividono.

The recent series of the oil paintings on canvas devoted to the Gioconda, among which Gioconda waterblue ribbon white dots (2018) and Gioconda green ribbon black dots (2018), reflects the progressive maturation of the artist in the production of the oil paintings on canvas. The image is more and more "corrupt" by the background that comes forward, as if the icon becomes inconsistent and transparent in relationship to the pictorial space, to the brushstroke, that becomes protagonist. The beginning digital sketch, the vectorial one, with its unmistakable graphic perfection, is progressively invaded by a new pictorial magma, preponderant in some parts. To confirm that the icon is more and more "fluctuating", although still able to impress with some fluorescent touches, are the interactions among the line of contour of the Gioconda in the foreground and the plot with circles in the background. It seems that the abstract calculation of the proportional relationships and the lines is overpowered by the chromatic tones and by a dense pictorial material to confirm that the icon created by Tomoko seems to accuse the effects of the digital communications, it is also threadbare and become the ghost of herself, just as the image of the Gioconda that slips by now with lightness on the Phone and the Tablet of the visitors that consume it: these succeed to "to see" the picture (already protected by a cube of crystal) only if they film it with the telephone or if they share it.





Madonnina, 2018.
Olio su tela / Oil on canvas.
120x100 cm.

A questa nuova funzione della fotografia digitale come modo di fagocitare il mito, in un'esperienza museale in condivisione, allude l'icona della Gioconda che gradualmente trascolora e diviene letteralmente superficie tra le interferenze delle comunicazioni digitali. A uno stile analogo è improntato anche il recente "dittico" dai toni rosa e pink fluorescente dedicato rispettivamente alla Madonnina (2018) e al Duomo di Milano (Sweety Duomo, 2018), in una sagace e ironica interpretazione del mito del "Milan food": il simbolo della città è una Madonnina principessa, elegantemente vestita di un ordito di bistecche, mentre il Duomo diviene un' imponente cattedrale di prosciutti e carne. La favola del miracolo a Milano è lo spunto per una reinterpretazione ironica e divertita che allo skyline grigio metropolitano sostituisce una sorprendente gamma di colori: i quali, tuttavia, hanno perso ogni riferimento organico e fanno da corollario al fantasma dell'immagine dell'icona mito.

To this new function of the digital photo as way to phagocyte the myth, in a museum experience of sharing, alludes the icon of the Gioconda that gradually changes colour and literally becomes a surface among the interferences of the digital communications.

To an analogous style is based the recent "diptych" with pink and fluorescent tones devoted respectively to the Madonnina (2018) and to the Cathedral in Milan (Sweety Duomo 2018), in an insightful and ironic interpretation of the myth of the "Milan food": the symbol of the city is a Madonnina princess, elegantly dressed with some beefsteaks, while the Cathedral becomes an imposing cathedral of hams and meat. The fable of the miracle in Milan is the inspiration for an ironic rereading that replaces to the metropolitan grey skyline an amazing range of colours which, however, have lost every organic reference and they serve as corollary to the ghost of the image of the icon myth.

Paolo Campiglio







Dettagli:

Flowers bluecompose luminousred, 2018.

Olio su tela / Oil on canvas.

100x120 cm.



Flowers bluecompose luminousred 2018 oil on canvas 100x120cm



Dettagli:

Flowers luminousred spergreenlight,, 2018.

Olio su tela/ Oil on canvas.

100x120 cm.

Dettagli:

Flowers luminousred spergreenlight, 2018.

Olio su tela/Oil on canvas.

100x120 cm.



Fowers luminousred spergreenlight 2018 oil on canvas 100x120cm



Madonna luminous red stars -2018-oil on canvas 120x100cm



Opera e Dettagli:
Madonna luminous red stars, 2018.
Olio su tela / Oil on canvas.
120x100 cm.



**STENCIL
IRIDESCENT
E NUOVI MATERIALI**



STENCIL IRIDESCENT

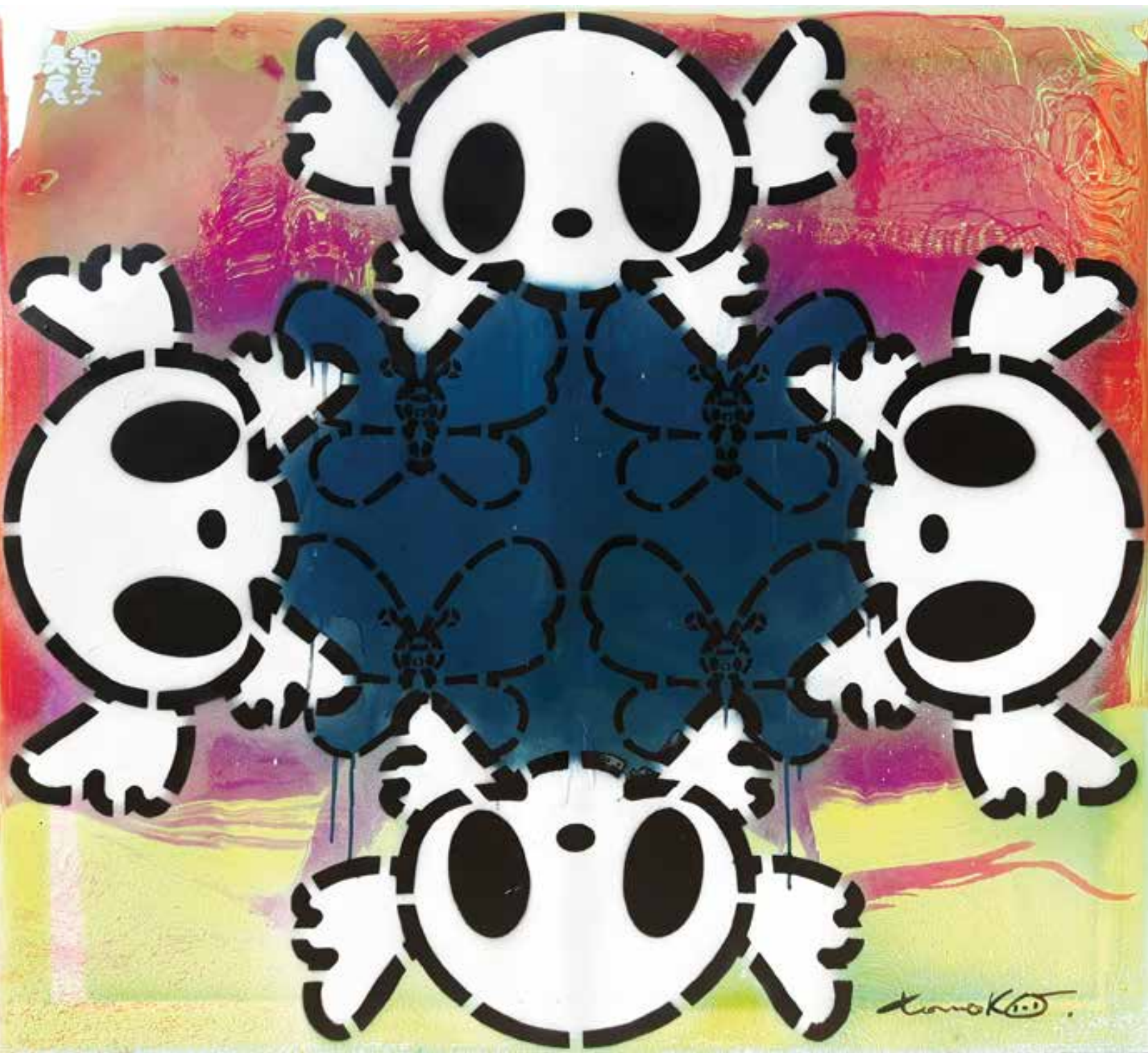
La creazione a stencil permette la diffusione delle icone inventate dall'artista a vari livelli e sulle superfici più diverse, dalla tela, alle svariate carte, al muro nel caso di wall painting: nata come esigenza legata alla rapidità di esecuzione tipica della street art e alla marcatura incisiva del 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.

The creation with stencil allows the diffusion of the icons invented by the artist in multiple levels and on the most different surfaces, from the canvas to the different types of paper, to the wall in the case of wall painting: born as the necessity connected with the rapidity of execution typical of the street art and with the strong black sign of contour, in the art of Tomoko is united with the traditional techniques of the Japanese painting, the woodcutting and the painting on screen, in an intentionally ironic way.

From these in fact the artist changes, other than the incisiveness of the sign, the process of the layout of the colour, for zones and in surface, as well as the repetition of the subjects. In Tomoko, the technique is however functional to the theory Superflat of ironic allusion, through the extreme lightness of the image, to the superficiality and the vacuity of the consumer Japanese culture, to the digital pervasiveness and, finally, to the Japanese pictorial tradition, still alive in a lot of contemporary art that continues in a mechanical way the ancient techniques. The recent stencils of Tomoko realized on PVC and rubber with surfaces that don't have the thickness of the oil paintings on canvas, but they can be suspended to threads, on flag, not necessarily on the wall, represent a variation of the preceding production on iridescent and reflecting materials, able to make the icon more and more lighter in the transfer from the digital to the transparent surface. The changing and reflecting materials made available to the artist by an Italian firm (Pressoplast) in a project of collaboration between technology and art, are required for design projects and for fashion accessories.



4 skeletons bluemetal iridescent 2019 smalt on PVC canvas 110x100cm

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.



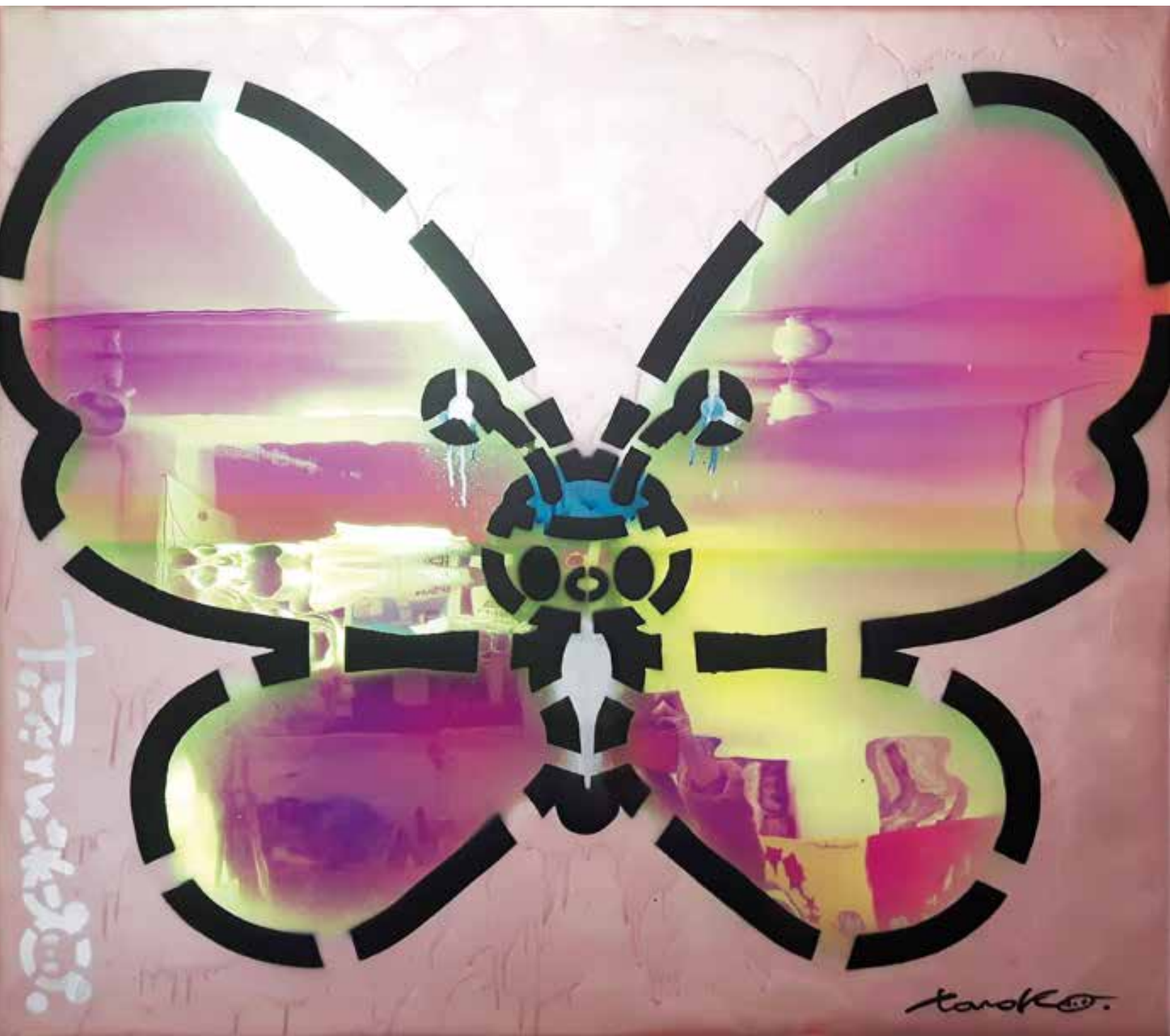
The sign of Tomoko, that obsessively repeats her motives and her icons, is happily combined with the tones of the technological supports, in a continuous dialogue between the fluorescences of the spray and the iridescences of the surfaces, as it is evident in the *Madonnina* (2018), on pink transparent rubber, that seems to underline rectangular flue zones in the environment; in this way the icon of the Jellyfish of Caravaggio, on reflecting and changing PVC, reveals its extreme lightness, while the reflecting interaction with the surrounding environment is functional to the sense of the loss in the endless digital reproduction of the myth.

In the new changing works of Tomoko the image results therefore in continuous movement, afloat on imaginary beads of soap, losing itself in the space through the thousand reflexes or strengthening itself in contrast with the transparencies or with the tones of the background. This process of relationships was evident in the projected preparation for the Museum of Archaeology of the university in Pavia from May to June 2018 with the two works *Jellyfish*, identical, disposed in different heights in the eighteenth-century lantern: here the surfaces, susceptible to the variations of temperature and light, resulted convex or slightly bent increasing the sense of instability and precariousness of the image, making besides evident the repetition of the sign in the space.

Nella pagina a fianco: **Madonnina pink**, 2018.
Mixed media courtesy pressoplast. 89x60 cm.

In questa pagina: Installazione al Museo Archeologico dell'università di Pavia, maggio 2018.





A butterfly rosemetal iridescent 2019 smalt on PVC canvas 110x100cm



Sopra:

1. **Fuwari (male)**, 2009. Installazione Gonfiabile Palazzo Reale Milano durante la mostra "Samurai" a cura di Fondazione Antonio Mazzotta / Inflatable installation Palazzo Reale Milano during the "Samurai" exhibition curated by the Antonio Mazzotta Foundation.

2. **Salomè XXL**, 2018. Ambient Media installation during the "JapanPOP in Franciacorta: Takashi Murakami, Tomoko Nagao & more" event, curated by Christian Gangitano in collaboration with Deodato Arte, Franciacorta Outlet Village, Franciacorta (BS), Italy.

Sotto:

3. **Birth of venus**, 2018 Franciacorta outlet.

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.

The materials for Tomoko are functional to the diffusion of the icons in their manifold facets and they assume a new meaning according to the context or to the single work.

The experimentation of material and new technologies of reproduction is inherent in the same nature of her method, not limited to the unique artwork, but used for the multiplication in varying and in precise sequences, since consequential from a file of digital nature, a vectorial one. From this base the series of presses are born on papers of different formats and circulations with which the artist spreads her images. The idea of the repetition with press, is besides an ironic rereading of the Japanese traditional woodcutting of the Japanese Ukiyo-e that had a function of popular diffusion of images such as postcard or poster, often with an advertising character.

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.

Thanks to the vectorial source, the artist has recently produced the series using plexiglass, halfway between painting and sculpture, she has experimented the 3D printers of great dimensions, with which she has created two imposing sculptures of Salomè (produced by the company Sismaitalia) in plastics then stuccoed and coloured with spray. The technique of the digital press on great formats allows to realize unique works as wall painting for preparations of exhibitions (The bird of Venus and Las Meninas in Japanpop near the Franciacorta Outlet) or sometimes for architectural contexts.



Tomoko al lavoro con **Salomè 3D print** /
Tomoko at work with Salomè 3D print.

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.

The icon of Salomé in particular is declined, over that in small sculptures in polyurethane resin painted with spray, in a sculpture that Tomoko has thought as real work-environment, practicable and liveable inside to bring the attention on the look through the eyes of the character (planned by Vemworks architects - Marco Dellatorre, Emanuele Corte and Vittoria Fiorito, and realized in wood by GF Soluzione Arredo on the occasion of the exhibition Japanpop near the Franciacorta Outlet).

Other meaning has the inflatable one, as Fuwari (2009) shown up at Palazzo Reale in Milan and recently the enormous Salomé (2018) always produced by Franciacorta Outlet: it deals with a material and of a technique very diffused in the Japanese advertising world that in the Italian context immediately become pole of attraction raising the popular imagination and an emotional share. The inflatable one acquires to the role that has historically a sculpture in a plaza, it becomes a representation intentionally magnified of the power of seduction of the icons, despite these conceals in reality a dramatic and tragic sense, as in the case of the beheading of Salomé.

Despite the technological predilections, in the new materials and in the techniques employed by the artist, a not insignificant role is developed by the manual contribution, handcraft or in the juxtaposition in first person of the technicians and the artisans provosts to the production, since an essential point of her job is the control of the work, treated until the least detail, with an obstinacy and a precision typically Japanese.

Paolo Campiglio



| Fuwari paper clraft.



Salome-diego sulfur 2018 mixed media 30x33x23cm

LA SCULTURA SECONDO TOMOKO

La Scultura, l'arte in 3d per eccellenza diventa linguaggio privilegiato per questa nuova opera di Tomoko. Secondo la sua poetica, come dei maestri del Superflat Murakami e Nara che sono anche grandi scultori, questa forma arte è collegata alla cultura "OTAKU" più che all'immaginario della statuaria classica come lo conosciamo in occidente, la scultura "micropop" o giapponese POP di Tomoko si collega al mondo dei Toys da collezione, delle "3d figure" che di solito rappresentano personaggi di anime e manga ma anche gadget e gift per il marketing dei grandi brand, prodotti e distribuiti in serie si trovano in ogni angolo del Giappone.

La scultura, quindi secondo Tomoko deve essere "seriale" e deve avere un forte legame con i giocattoli, che per essere "manipolati" dai bambini o collezionati nelle bacheche degli appassionati devono avere una loro forma e dimensione nello spazio, per essere ammirati da tutti i lati, per permettere ai nostri soggetti "2d" preferiti di fare un upgrade divenendo oggetto di culto.

The Sculpture, the art in 3d for excellence, becomes privileged language for this new work of Tomoko. According to his poetic, as the one of the teachers of the Superflat Murakami and Nara that are also great sculptors, this form of art is connected to the culture "OTAKU" more than to the imaginary one of the statuary classical as we know it in west, the sculpture "micropop" or Pop japanese of Tomoko connects him to the world of the collection Toyses, of the "3d figures" that they usually represent characters of souls and manga but also gadget and gift for the marketing of the great brands, produced and distributed in series they are found in every angle of Japan.

The sculpture, therefore according to Tomoko, must be "seriale" and they must have a strong bond with the toys, that to be "manipulated" from children or collected in the glass showcases of the impassioned ones you/ they must have one form of theirs and dimension in the space, to be admired by all the sides, to allow our subjects "2d" preferred to make an upgrade becoming object of cult.

Christian Gangitano



Salome barceloneta, 2016.
Scultura in resina acrilica /
Sculpture acrylic resine.
30x33x23 cm.



Salome blue glitter ribbon, 2016.
Scultura in resina acrilica /
Sculpture acrylic resine.
30x33x23 cm.



Salome emerald, 2016.
Scultura in resina acrilica /
Sculpture acrylic resine.
30x33x23 cm.

SALOMÈ SCULPTURE (2016-2017)

ICONA POP DELLA STORIA DELL'ARTE OCCIDENTALE

Un soggetto, quello della Salomè rivista attraverso il suo "trofeo" in un'ottica "Kawaii", che Tomoko aveva già declinato in forme, supporti e situazioni differenti: dai quadri, alle stampe, ai murales, fino al recente lavoro di "urban Decor" delle cabine semaforiche col progetto Energy Box. Si tratta in chiave contemporanea l'iconografia della principessa giudaica citata nel vangelo secondo Matteo, protagonista degli episodi famosi di Flaubert e in una importante opera di Oscar Wilde, di opere di eccellente pittura e impatto iconografico, da Lucas Cranach a Guido Reni, Botticelli, Artemisia Gentileschi e Caravaggio, fino a Paul Klee e Oscar Kokoschka (quindi un soggetto indubbiamente e simbolo della cultura e della Storia Dell'arte Occidentale. Nella rilettura specialmente in chiave di Scultura-Toys di Tomoko, Salomè diviene contemporanea icona del consumo di Massa: la cultura pop giapponese alla quale Tomoko appartiene che porta sul vassoio la testa di se stessa in un'analisi critica e pur sempre ludica, giocosa, "Kawaii" nonostante il soggetto macabro, atteggiamento tipicamente micropop, dove in questo caso i mercati finanziari, il capitalismo mondiale e la globalizzazione, ma Tomoko stessa come artista-brand fatta figura portano la loro testa decapitata, in dono a noi consumatori e vittime-artefici consapevoli di ingiustizie e disastri ambientali, un dono "cruello" come fu quella testa decapitata, di una persona buona, carismatica e importante, la testa di San Giovanni battista, indubbiamente un "VIP" dell'epoca, pretesa per capriccio.

A subject, that of the seen again Salomè through his "trophy" in a "Kawaii" optics, that Tomoko had already declined in different forms, supports and situations: from the pictures, to the presses, to the murales, up to the recent job of "urban Decor" of the traffic lights boxes with the project Energy Box.

This is, in contemporary key, the iconography of the Jewish princess quoted in the Gospel according to Matteo, protagonist of the famous episodes of Flaubert and in the important work of Oscar Wilde, of works of excellent painting and impact, from Lucas Cranach to Guido Reni, Botticelli, Artemisia Gentileschi and Caravaggio, up to Paul Klee and Oscar Kokoschka (then a subject undoubtedly and symbol of the culture and the History Of the Western art. In the read back especially in key of Sculpture-TOYS of Tomoko, Salomè becomes contemporary icon of the consumption of Mass: the Japanese pop culture to which Tomoko belongs that brings on the tray the head of herself in a critical analysis and also always playful, "Kawaii" despite the grisly subject, attitude typically micropop, where in this case the financial markets, the world capitalism and the globalization but same Tomoko as artist-brand made figure they bring their beheaded head, in gift to us consumers and victim-craftsmen aware of injustices and environmental disasters, a gift "cruel" as it was that beheaded head, of a good, charismatic and important person, the head of St. Baptist Giovanni, undoubtedly a "VIP" of the epoch, pretension for whim.

Christian Gangitano



Salome ipanema, 2016.
Sculptura in resina acrilica /
Sculpture acrylic resine.
30x33x23 cm.



Salome red glitter ribbon, 2016.
Mixed media: vernice in resina
acrilica / acrylic resin vernice.
30x33x23 cm.



Salome silver glitter ribbon, 2016.
Mixed media: vernice in resina
acrilica / acrylic resin vernice.
30x33x23 cm.

IL QUARTO STATO (AFTER PELLIZZA) PER IRIDESCENT OBSESSIONS

Il popolo-POP avanza, inesorabile, con una bottiglia magnum di Campari in mano. La resa su plexiglas rievoca lo schermo LCD o del device, un'immagine scattata dal telefono cellulare.

La classe operaia e dei braccianti, "Il quarto stato" oggi veste Armani (fake or original), in un tripudio di brand storici "milanesi" tra i quali il fu "panetùn" panettone Motta e una miriade di marchi che hanno reso la città meneghina nota in tutto il mondo ma ormai nebulizzati tra proprietà multinazionali, fondi finanziari senza più un'identità locale.

Alle spalle di questa massa di persone, fieramente consumiste, il Duomo di Milano, in versione POP GOTHIC rivisto con un lavoro meticoloso e virtuoso di forme e vettori nel ricostruire anche le statue presenti sulle Guglie con personaggi citazione di molte opere di Tomoko stessa che si inserisce ironicamente e idealmente nella storia centenaria della Veneranda Fabbrica del Duomo.

Nel cielo fluttua anche la Tomoko-Visa card gold, con la quale a Milano "capitale dello shopping" tutto si può!

The POP-people inexorable marches with a magnum bottle of Campari in hand. The representation on plexiglass recalls the LCD screen of some device, an image taken by the smartphone.

The working class and the labourers, "The fourth state" today dress Armani (fake or original), in a jubilation of historical brand of the city of Milan among which the "panetùn" Motta and a myriad of brands that have made famous all over the world the city but by now steamy by multinational ownership, financial funds without any more a local identity.

Behind this mass of people, fiercely consumerist, the Cathedral in Milan, in a POP GOTHIC version revisited with a meticulous and virtuous job of forms and vectors, with which she also reconstruct the present statues on the spires with characters taken by a lot of works of Tomoko that ironically and ideally inserts herself in the centuries-old history of the Venerable Factory of the Cathedral.

In the sky fluctuates also the Tomoko-Visa gold card, with which in Milan, the "capital of the shopping", everything is possible!

Christian Gangitano



Il Quarto Stato, 1901.
Giuseppe Pellizza da Volpedo.
Museo del Novecento, Milano.



Il quarto stato after Pellizza, 2016
Digital contents.

LA LIBERTÀ GUIDA IL POP

Quando accadono cose grosse nel mondo, l'arte non può rimanere insensibile e con la ripresa del ruolo ottocentesco della "pittura di cronaca" di Gericault e soprattutto di Delacroix anche Tomoko Nagao ci racconta l'attualità secondo la sua vision. Tomoko realizza questa opera in concomitanza dei fatti e degli attentati del 13 novembre 2015 avvenuti a Parigi.

Ecco la Marianne, nelle vesti di Cenerentola, quella Disneyana, con una scarpa Chanel (che dal 1909 è tra le icone parigine più note), sventola la bandiera di Google. La libertà è una Cenerentola tra un tripudio di brand francesi, multinazionali, protagonisti della globalizzazione portatori dei valori della rivoluzione francese, libertà, fraternità, uguaglianza. Tutti oggi possono essere liberi di avere una Borsa LV (anche tarocca), Danone, pneumatici Michelin, profumo Chanel N°5, di fare uso di shampoo L'Oreal, prodotti che ci rendono tutti più "uguali".

Nei panni del fanciullo pistolero ecco Biancaneve (sempre nell'iconografia Disney) con una borsa Louis Vuitton al collo dal caratteristico pattern rivisitato e reinterpretato (come fece Takashi Murakami), qui con la presenza di UNCHI, l'icona giapponese della caccia, tra i simboli indiscussi delle culture Kawaii nel mondo dei Manga e delle anime (tra le più note quella pink nella serie di Arale e Dr Slump).

I sette Nani sono rivoluzionari del popolo, insieme a Winnie the Pooh rimasto ucciso e affettato negli scontri.

L'autoritratto di Eugene Delacroix, ovvero il borghese con il cilindro, è affidato all'interpretazione di Mickey Mouse che è accorso dalla nota Disneyland di Parigi, la prima in Europa, con l'inseparabile Minnie a sottolineare la storica alleanza con gli Stai Uniti.

Sullo sfondo non ci sono le torri delle cattedrali di Notre Dame ma la Piramide del Louvre, il castello di Disneyland e una Centrale per la produzione di energia atomica: la piramide del Louvre riprende, suggerendolo, lo schema che caratterizza la composizione dell'opera ma anche il primato culturale dei Francesi che hanno conquistato e conservano opere da tutto il mondo.

La vocazione eco e green di Tomoko è ribadita nell'ultimo livello di questa complessa allegoria del contemporaneo e dell'attualità, ricordando la grande produzione di energia Nucleare da parte dei Francesi che garantisce consumo e produttività.

When big things happen in the world, art can not remain indifferent and with the remake of the role of the nineteenth-century "topics painting" of Gericault and Delacroix also Tomoko Nagao tells the actuality happening according to his vision.

Here Marianne, in the role of Cinderella, that is in Disney mood, with a shoe Chanel (which since 1909 is among the most famous icons of Paris), waves the flag of Google Freedom is a Cinderella in a blaze of French brands, multinationals corporations, globalization protagonists embody the values of the French Revolution, freedom, brotherhood, uguaglianza. Everybody today can be free to have a LV bag (even fake), Danone, Michelin tires, Chanel N°5. L'Oreal to make a shampoo, products that make us all more "equal".

In the role of the Child gunslinger here is Snow white (Disney iconography) with a LV bag, with a characteristic pattern revisited and revised style superflat and kawaii (as did Murakami far LV), here with the presence of UNCHI, the Japanese icon of poo, among the undisputed symbols of kawaii cultures in the world of manga and anime (the most famous one is pink, in the series of Dr. Slump and Arale). The Seven Dwarfs are revolutionaries of the people, along with winnie the Pooh, is sliced killed in the clashes.

The self portrait of Eugene Delacroix, or the bourgeois with the cylinder, is entrusted to the "interpretation" of Mickey Mouse being rushed from the famous Disneyland Paris, the first in Europe, with the inseparable Minnie to emphasize the historical alliance with Uniteci States.

In the background there are not the towers of Notre Dame, but the Louvre Pyramid, the castle of Disneyland and a Centrai plant far the production of atomic energy:

Louvre Pyramid resumes the pattern that characterizes the composition of the work, but also the cultural primacy of the French who have conquered and preserved works from around the world.

The vocation eco and Green of Tomoko is reiterated in the last level of this complex allegory of contemporary and current massive consumption society, remembering the great production of nuclear energy by the French that ensures consumption and productivity.

Christian Gangitano



La libertà guida il POP, 2015.

Digital content.

Delacroix-La liberte guidant le peuple-2015 with Cinderella, Snow White, Seven Dwarfs, Mickey Minnie, Pooh, Louis Vuitton, Chanel, Tampax, Michelin, Danone, AirBus, Loreal, the Louvre, Fukushima and Google.

“FONTAINEBLEAU” GABRIELLE AND HER SISTER.

Il dipinto attenzionato da Tomoko, ritrae Gabrielle d'Estrées e la sua presunta sorella, probabilmente la bruna duchessa di Villars, nobildonne, in un atteggiamento erotico e abbastanza originale per l'epoca, in un'opera collocata nella seconda fase del movimento artistico a cui appartiene, sviluppatosi nella Francia del XVI secolo per volere del mecenate, Francesco I e denominato Scuola di Fontainebleau.

Il Neo-mecenatismo, attuale ibridazione del ruolo che fu di Nobili, Papi, Re, è oggi invece ad opera dei brand e del mass marketing, in particolare francesi e di fama mondiale. Oggi sono personaggi come Bernard Arnault, alla guida del colosso del lusso Lvmh, e François Pinault, fondatore del suo concorrente, Kering, che continuano a sfidarsi a colpi di “musei” e collezioni. Ad approfittare di queste schermaglie da ricchi, ci sono infatti la città di Parigi e la Francia, dove i soldi pubblici destinati alla cultura scarseggiano sempre più.

Mentre il desiderio del re che ha sponsorizzato la corrente artistica del cinquecento francese più nota era quello di creare a corte un ambiente colto in un clima di raffinatezza, che potesse ricreare i fasti del Rinascimento, oggi nell'opera di Tomoko si aspira a una serialità e accessibilità dell'arte per tutti, con una sottile critica alla decadenza di valori e costumi soprattutto in occidente e con un riferimento non tanto velato all'arte come bene di lusso e “investimento sicuro” ma anche speculativo che i due milionari francesi sopra citati ben conoscono e predicano.

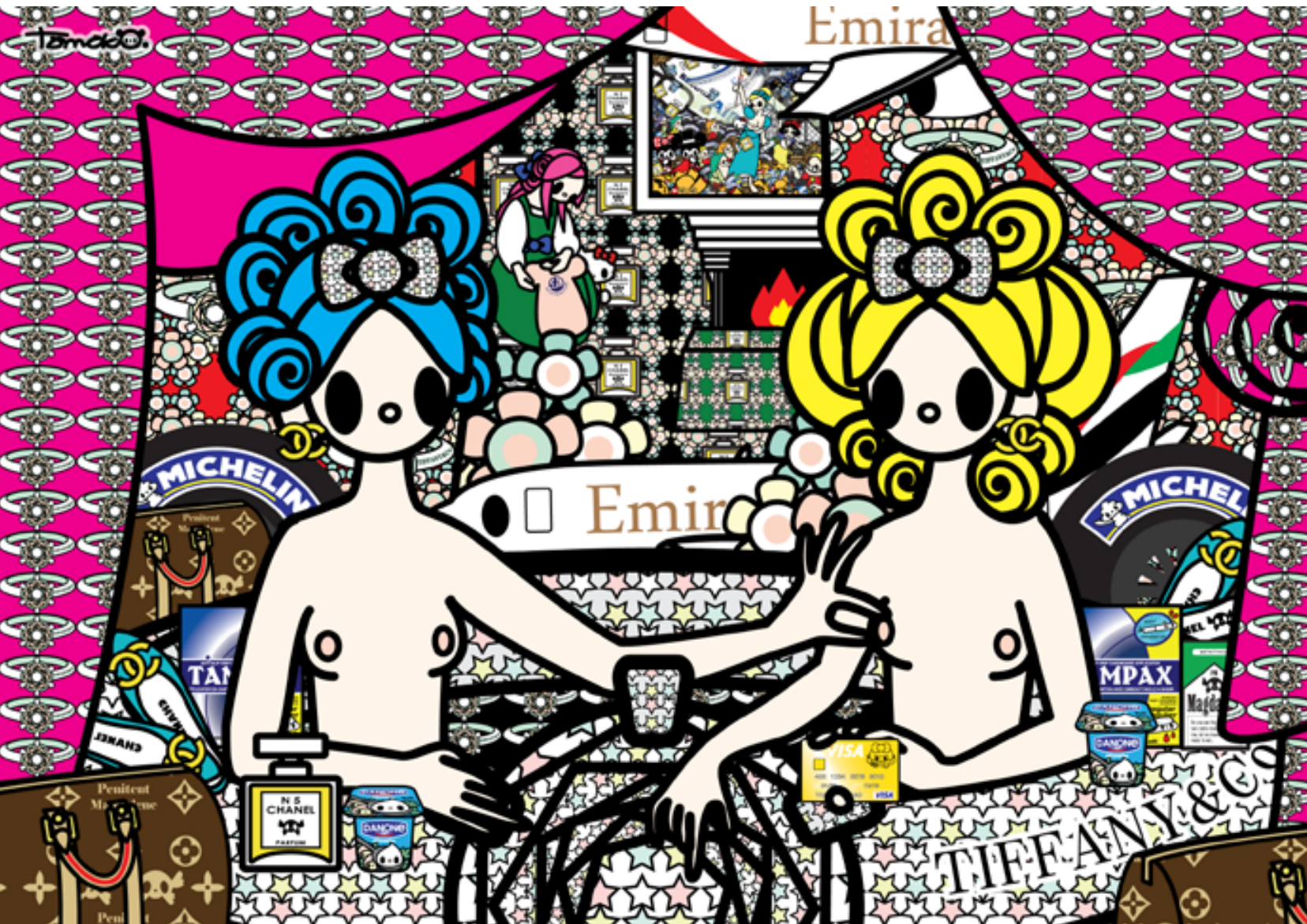
Il protagonismo del settore merceologico del LUSO emerge subito in evidenza, un settore mai in crisi che convive però anche a prodotti di vasto consumo dove il nuovo regnante è allegoricamente il consumismo che tutto livella e appiattisce: da Wharol in poi, come previsto dal pioniere della pop art, sia il nobile della casata Reale che l'impiegata possono possedere la stessa borsa Vuitton, magari con un sacrificio economico diverso ma si tratta sempre lo stesso prodotto, identico e seriale.

The painting that inspired Tomoko, withdraws Gabrielle of Estrées and her presumed sister, probably the duchess of Villars, noblewomen, in an erotic and original attitude for the epoch, in a work situated in the second phase of the artistic movement to which it belongs, developed in France in the XVI century by the will of the patron, Francis I, and denominated School of Fontainebleau

The New-patronage, current hybridization of the role that was of Noble, Popes, King, is instead today made by the brands and the mass marketing, particularly French and of world fame. Today are characters such as Bernard Arnault, at the head of the colossus of the luxury Lvmh, and François Pinault, his competitor's founder, Kering, that keeps on challenging in “museums” and collections. To take advantage of these skirmishes of rich people, there are in fact the city of Paris and France, where the public money destined to the culture is more and more getting scarce.

While the desire of the king that has sponsored the artistic movement most famous of the XVI French Century was that to create in the court a cultured environment in a climate of refinement, in order to recreate the sumptuousness of the Renaissance, today in the work of Tomoko the recurrent themes are that of the repetition and accessibility of the art for everybody, with a thin criticism to the decadence of values and traditions especially in west and with a marked reference not to the art as good of luxury and “sure investment” but also as speculation that the two French millionaires above quoted well know and preach.

The limelight of the sector of the Luxury is immediately put in evidence, a sector never in crisis but that also cohabits however with products of vast consumption where the new king is allegorically the consumerism that everything levels and flattens: from Wharol in then, as expected by the pioneer of the pop art, both the noble of the royal house and the employee can possess the same bag of Vuitton, even with a different economic sacrifice but it is always the same product, identical and serial.



fontainebleau-gabrielle and her sister with tiffany visa louis vuitton chanel michelin tampax danone petit bateau emirates and kitty 2017 digital contents

In questa indiscussa icona pop della storia dell'arte occidentale, conservata al secondo piano del museo del Louvre a Parigi, le due sorelle [o presunte tali dato che non esistono documenti ufficiali per confermarlo] sono immerse in una sorta di vasca da bagno: ad attrarre l'attenzione è il "pizzicotto" sul capezzolo di Gabrielle, notoriamente l'amante ufficiale (ma non esclusiva) del re Enrico IV: secondo la critica più diffusa, quest'ultimo, sposato alla sterile Margherita, non riusciva a dare a sé stesso e alla nazione un erede. Riusci però a far colpo sulla giovanissima Gabrielle: il gesto da parte della sorella nella vasca del toccarle il seno, simbolo di maternità, potrebbe alludere al fatto che presto la giovane diventerà madre e genererà l'erede al trono, che nell'opera di Tomoko si manifesta nella figura di un ipotetica puericultrice presente nello sfondo che veste il futuro erede al Trono con Petit Bateau, il noto brand francese di abbigliamento kids, mentre il recare tra le dita un anello (ovviamente oggi sarebbe Tiffany) matrimoniale sta a significare il ruolo della medesima Gabrielle di sostituzione della regina Margherita. Chiaramente il riferimento della "nobile dote" attuale va a una carta di credito "Visa Oro" con plafon illimitato, brandizzata con l'icona identificativa di Tomoko della testa di Salomè.

Nell'opera vettoriale e minuziosa di dettagli di Tomoko, il tema storico viene portato in secondo piano per dare risalto all'idea che pervade molti fruitori: due donne, si direbbe oggi una "coppia arcobaleno" che si amano o si corteggiano in un gesto di "pinching" che lascia alludere a un amore o una seduzione lesbo. Tale aspetto è valorizzato dal fatto che la critica ufficiale non conferma che le due figure ritratte siano sorelle, ma soprattutto dalla scelta del pittore dell'opera originale di rimanere anonimo, per aver forse svelato alcuni segreti indicibili e tabù per l'epoca.

In this uncontested pop icon of the history of the western art, situated at the second floor of the museum of the Louvre in Paris, the two sisters (or presumed such since official documents don't exist for confirming it) are immersed in a sort of bathtub: to attract the attention is the "pinch" on the nipple of Gabrielle, notoriously (but not exclusively) the lover of king Enrico IV: according to the most diffused criticism, this last, married with the infertile Margaret, didn't succeed in giving a heir to himself and to his nation. He succeeded however to impress the young Gabrielle: the gesture of the sister of touching Gabrielle's breast in the tub, symbol of maternity, could allude to the fact that soon the girl will become mother and give birth to the heir of the throne, that in the work of Tomoko is present in the figure of a hypothetical nursemaid in the background that dresses the future heir to the throne with Petit Bateau, the famous French brand of kids' clothes, while bringing on the finger a wedding ring (today it would obviously be a ring of Tiffany) is to mean the role of the same Gabrielle of substitution of Queen Margaret. Clearly the reference of the "noble dowry" today is a credit card "Gold Visa" with boundless credit, branding with the famous icon of Tomoko of the head of Salomè.

In the vectorial and meticulous work of Tomoko, the historical theme is brought in the background for giving prominence to the idea that pervades many spectators: two women, someone today would say "a rainbow couple" that are loving or courting in a gesture of "pinching" that alludes to a lesbian love or seduction. This aspect is valorized by the fact that the official criticism doesn't confirm that the two figures are sisters, but above all by the choice of the painter of the original work to be anonymous, for maybe having reveal some inexpressible secrets and taboo of the epoch.

Christian Gangitano



Gabrielle d'Estrees e sua sorella, 1595.

Scuola di fontainebleau.

Olio su tavola / Oil on wood.

Musee Du Louvre, Parigi, Francia.

NAPOLEONE CONQUISTA TOKYO

Oggi le briglie di Godzilla sono griffate Louis Vuitton, con Napoleone che conquista Tokyo.

Dall'opera di Jacques-Louis David "Il Primo Console supera le Alpi al Gran San Bernardo, 1801, detta anche "Napoleone che attraversa le Alpi"

Tratto da un'opera che dimostra e dichiara l'ammirazione del grande pittore Francese David per Napoleone, come per Tomoko l'ammirazione va alle grandi griffe francesi, ma anche la critica per i grandi brand che hanno affascinato intere generazioni di Giapponesi in particolare le ragazze che in molti casi aspirano ad avere una borsa griffata Vuitton come oggetto di primaria importanza. Tra i monumenti è presente anche un reattore della centrale nucleare di Fukushima a "monito" della catastrofe sempre in agguato data la produzione in grandi quantità di energia da nucleare da parte dei francesi.

Staglia anche la famosa "TOKYO TOWER" simbolo della megalopoli evidentemente copiata dalla TOUR EIFFEL".

Un ossimoro, una scena impossibile dato che Napoleone non sarebbe mai andato a Tokyo ma resa attuale e riattualizzata come possibile grazie alla conquista commerciale del Giappone da parte delle grandi griffe e brand francesi.

Ecco Napoleone il condottiero che Invece di trovarsi tra i monti delle Alpi si trova a Shibuya, nuova meta del turismo mondiale e centro pulsante della Tokyo più consumista.

Il cavallo bianco di Napoleone è Godzilla, soggetto ripreso dalla prima versione anni '70 in pieno stile "Tokusatsu" (ndr: pupazzi animati da un attore interno o modellini) che erano protagonisti delle grandi serie televisive di "Mostri" giapponesi prima del grande avvento a livello planetario del disegno animato "anime"

Today the bridles of Godzilla are branded Louis Vuitton, with Napoleon that conquers Tokyo.

From the artwork of Jacques-Louis David "The first Consul overcomes the Alps to Gran St. Bernard", 1801, named also "Napoleon that crosses the Alps", drawn by a work that shows and declares the admiration of the French great painter David for Napoleon, as for Tomoko the admiration goes to the great French brands, but also the criticism for the great brands that have fascinated whole generations of Japanese people particularly the girls that in many cases inhale to have a bag of Louis Vuitton as object of primary importance. Among the monuments is present also a reactor of the nuclear plant of Fukushima as "warning" of the catastrophe always lying in wait because of the production in great quantities of nuclear energy in France.

It also sets up the famous "TOKYO TOWER", symbol of the megalopolis evidently copied by the TOUR EIFFEL."

An oxymoron, an impossible scene since Napoleon would never have gone to Tokyo but made actual and possible thanks to the commercial conquest of Japan by the French great brands.

Here is Napoleon the commander, that instead of being among the mountains of the Alps, is in Shibuya, new destination of the worldwide tourism and pulsating centre of Tokyo's consumerism.

The white horse of Napoleon is Godzilla, subject taken back by the first version of the '70s in full style "Tokusatsu" (that is puppets animated by an inside actor) that were the protagonists of the great television series of Japanese "Monsters" before the great advent to planetary level of the animate sketch "anime".

Christian Gangitano



"Napoleone conquista Tokyo", Napoleon Bonaparte with Godzilla, Louis Vuitton, Chanel, Michelin, Danone, Emirates, Kitty, Barilla, PSP, the Louvre, Fukushima, Shibuya, Tokyo tower, Mt Fuji and Google, 2016.
Digital contents.

THE BIRTH OF VENUS

La Vectorial Art è la tecnica più contemporanea e più riproducibile in assoluto. Un procedimento che utilizza i più avanzati software di computer grafica; una pratica da ingegneri, architetti e graphic designer, ben diversa dalla "grafica raster", ovvero la più tradizionale computer graphic dove le immagini sono una griglia di pixel.

Nella grafica vettoriale infatti un'immagine è composta da forme geometriche, punti, linee, curve, tutti riempiti con colori e sfumature, generando così immagini vettoriali.

Le opportunità date da questa tecnica sono notevoli in termini di riproducibilità. Concetto questo già presente agli albori della pop art giapponese, quando le tavolette di legno incise diventavano matrici di stampa con l'obiettivo di rendere l'arte accessibile a tutti. La vectorial art unisce quindi il principio di riproducibilità alle più avanzate tecnologie che consentono di stampare la medesima opera su ogni tipo di supporto, ingrandendola o rimpicciolandola senza limiti a seconda delle necessità. Ecco quindi garantita l'altissima qualità delle opere vettoriali di Tomoko Nagao, stampate su carta Rives, su plexiglass e su alluminio.

I soggetti di questa serie sono i più caratteristici per la produzione e l'espressione creativa di Tomoko che con questa tecnica realizza le opere più innovative. L'artista infatti riprende e rielabora le più note opere della storia dell'arte e le riattualizza inserendo brand orientali e occidentali, realizzando una vera e propria allegoria della società del consumo di massa. Packaging, logo e brand diventano così co-protagonisti tanto nella composizione quanto nella narrazione dell'opera, assumendo finalmente quella pari dignità auspicata da Andy Warhol. Lo si nota nel "Narcissus": qui la vanità, il narcisismo del packaging-porn trova spazio attraverso il capolavoro del Caravaggio.

Tra le opere più notevoli della produzione vettoriale di Tomoko, spicca "The Birth of Venus with Baci". La Venere di Tomoko emerge da una consolle Sony PSP, fluttuando in un mare di Baci Perugina, pacchi di spaghetti Barilla e sacchetti biodegradabili del supermarket Esselunga. Accanto a lei, da un lato Zefiro e la ninfa Clori che tiene in braccio Hello Kitty, dall'altro l'ancella Ora che attende di aiutarla nella vestizione con una crema Shiseido in mano. Mantenendo la composizione e tutti gli elementi dipinti da Alessandro di Mariano di Vanni Filipepi, più comunemente conosciuto come il Botticelli, nel suo capolavoro datato 1482 e oggi conservato alla Galleria degli Uffizi di Firenze, Tomoko rappresenta al meglio in chiave critica, ma patinata, graziosa e divertente la società del fast food, della fast fashion, del fast travelling, divenuti oggi cardini della società dei consumi.

Vectorial Art is the most contemporary and reproducible technique overall. This is a practice used by engineers, architects and graphic designers and it is really different from "raster graphic", that is the traditional computer graphic. Indeed all the images in Vectorial graphic are composed of geometrical shapes, points, lines and curves fulfilled with colors and shades. That's what makes a vectorial image.

This technique gives considerable opportunity in terms of reproducibility, that is a typical Japanese concept since the birth of Japanese Pop Art, when engraved wooden boards became dies to give everyone the opportunity to enjoy art. So vectorial art connects the morals of reproducibility to the most advanced technology that allows to print the same artwork on every kind of supports, zooming or scaling it down without limits. That's why in Tomoko's vectorial artworks, printed on the traditional Japanese washi paper, on plexiglass and aluminum, high quality is always guaranteed. This series of artworks is the most representative and innovative one of the production and the creativity expression of Tomoko Nagao. The artist recalls and reworks art masterpieces and she modernizes them with oriental and occidental brands, realizing an allegory of mass consumerism society.

In this way, packaging, logo and brand become co-protagonists of artworks' composition and tale, conquering the equal dignity hoped by Andy Warhol.

We can notice it in "Narcissus": here vanity and porn-packaging narcissism take space in the Caravaggio's masterpiece.

"The Birth of Venus with baci" is one of the most remarkable vectorial artwork by Tomoko. Her Venus emerges from a Sony PSP console, floating in a special sea composed of Baci Perugina, spaghetti Barilla packages and biodegradable shopping bags from Esselunga supermarket. Next to her, on the left, Zephyr and the nymph Clori, holding Hello kitty, and on the right the maid-servant Ora, with a Shiseido cream on hand, waiting for Venus to wear her. Tomoko keeps all the elements of the original Botticelli's painting, realized in 1482 and today conserved at the Galleria degli Uffizi in Florence. But with this vectorial artwork the Japanese pop artist turns on a subtle, glossy, pretty and funny critic to fast food, fast fashion, fast travelling society.

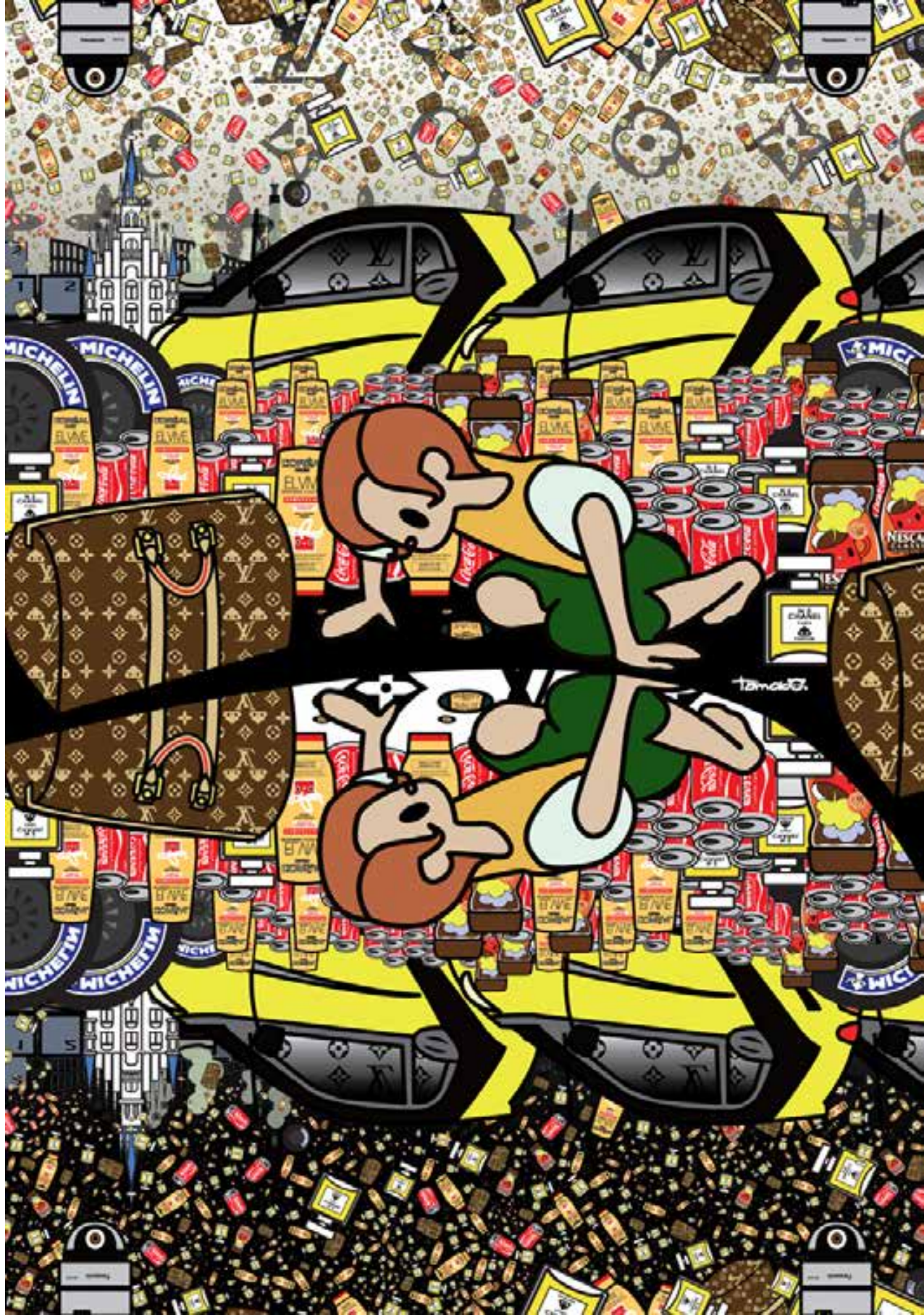
Christian Gangitano



Botticelli-The Birth of Venus with baci, esselunga, barilla, PSP and easyjet 2012 digital contents



The Birth of venus 2018 franciacolta outlet



Caravaggio-Narcissus with louisvuitton loreal cocacola nescafe michelin smartcar panasonic and chanel 2015 digital contents



Leonardo da Vinci-The Last Supper with MC, easyjet, coca-cola, nutella, esselunga, IKEA, google and Ladygaga 2013 digital contents





Salome XXL 2018 giant baloon 8mx8m



Salome house 2018 mixed media:292x292x202hcm

Artist Tomoko Nagao, Vemworks architects (architects Marco Dellatorre, Emanuele Corte and Vittoria Fiorito),
realized by GF Soluzione Arredo



Medusa Gold 2019 spray on wall 5mx6m Hotel galleria VIK Milano



Medusa 2019 spray on wall 5mx5m private house in Torino Italy



Salome with blue ribbon 2017 Live paing at Viscom for Isonova



Venere with Shiseido 2019 Live painting for Shiseido at Triennale Milano





Exhibition in Triennale Milano 2019





Foto di Giulia Pansavanti





HABITAT

ideazione: compagnia Schuko
 coreografia e interpreti: Francesca Telli, Marta Melucci
 arte grafica: Tomoko Nagao
 musiche originali: Claudio Fabbrini
 durata: 10-15 min.

Right:

FINE - primo studio / 2016
 Link youtube: <https://youtu.be/DYEwaqkDjPk>

ideazione: compagnia Schuko
 coreografia e interpreti: Francesca Telli, Marta Melucci
 arte grafica: Tomoko Nagao
 musiche originali: Claudio Fabbrini
 costumi: Lamula – Raffaella Spampinato
 durata: 30-40 min.

La danza della compagnia Schuko dialoga con l'opera visiva di Tomoko Nagao, originando un paesaggio vivente e in continua trasformazione. FINE parla di una storia d'amore, quella tra l'uomo e il suo territorio, attraverso un'estetica visionaria in cui naturale e artificiale si mescolano e che propone una lettura fantasiosa e cruda della realtà, secondo l'estetica superflat giapponese. Il corpo e l'immagine danzano insieme in un continuo compromesso tra l'abbandonare e il resistere.

NAGAO

TOMOKO

1976, Born in Nagoya Japan, works and lives in Milano, Italy.

Email: info@tomokonagao.info

Web site: <http://www.tomokonagao.info/>



Mostre Personale

2019

"TOMOKO NAGAO" Triennale di Milano, Milano Italy.
"SHISEIDO ARTLAB" collaboration and workshop with SHISEIDO, Venezia Firenze Roma Catagna Milano Italy.

2018

"Iridescent Obsessions TOMOKO NAGAO" Deodato Arte, Milano Italy.
"TOMOKO NAGAO" Galleria Alberto Sordi, Roma Italy.
Tomoko Nago Incontri d'arte, a cura Paolo Campiglio, museo di Archeologia dell' Università degli studi Pavia, Pavia, Italia.

2016

Japan Pop a cura di Christian Gancitano, Galleria Montmartre, Biella Italia.
New Wavv of Tomoko, onda Pop, a cura di Christian Gancitano in collaborazione con Deodato arte, spazio eventi Mondadori Store, Milano, Italia.

2012

"Superflat experience di TOMOKO NAGAO" Galleria Famiglia margini, Milano Italy.
"Micropop- Kawaizazione di TOMOKO" MO.OM, Olgiate Olona, Italia.

2009

Fuwari a Palazzo Reale, in mostra Samurai, in collaborazione Fondazione Antonio Mazotta, Book shop di Palazzo Reale, Milano, Italia

2007

"PoP PuPPet" Galleria Famiglia Margini, in Milano

2003

- Sweet and Melt, IOSA Gallery, Londra.

1999

- Castle in the sky, YAMATE 234 Gallery, Yokohama, Giappone.

1998

- Yuraku Bashì Gallery, Tokyo, Giappone.

MOSTRE COLLETTIVE:

2018

- Holes on canvas, Atelier Haruko Ito Gioielli Poetici, Milano, Italia.
- JapanPOP in Franciacorta: Takashi Murakami, Tomoko Nagao & more, a cura di Christian Gangitano in collaborazione con Deodato Arte, Franciacorta Outlet Village, Franciacorta (BS), Italia.

2017

- Kirakirà : lo scintillante mondo di Murakami Takashi, a cura di Christian Gangitano e Alessia Marchi, Galleria Cavour, Bologna, Italia.

2016

- Monferrato Fluttuante, a cura di Christian Gangitano, Castello Paleologo di Casale Monferrato, Casale Monferrato (AL), Italia.
- Botticelli Remained, a cura di Mark Evans e Anna Debenedetti, Victoria & Albert Museum, Londra, Inghilterra.
- Energy Box, Urban Art Renaissance, a cura di Davide Atomo Tinelli, Fabbrica del Vapore, Milano, Italia.
- The last supper. Leonardo e la visione ritrovata, a cura di Antonio D'Avossa, Villa Burba Corte Rustica, Rho (MI), Italia.
- JapanPOP, Edopop e Nipposuggerzioni, a cura di Christian Gangitano, galleria Deodato arte, Milano

2015

- Botticelli Renaissance, a cura di Ruben Rebmann e Stefan Weppelmann, Gemäldegalerie, Berlino, Germania.
- Premio Pio Alferano 2015, a cura di Camillo Langone e Vittorio Sgarbi, Castello di Castellabate, Castellabate (SA), Italia.
- Super Pop Zoo ,a cura di Christian Gangitano, Ex complesso conventuale San Francesco, Alessandria, Italia.
- Aperipop, a cura di Christian Gangitano, Piazza Leonardo Da Vinci, Milano, Italia.
- Pop icon ,a cura di Christian Gangitano, Chiostrì di

S.Eustorgio del Museo Diocesano, Milano, Italia.

- Nippop 2015 : Parole e forme da Tokyo a Bologna, performance live art ,a cura di Christian Gangitano e Midori Matsui, Spazio OZ ,Bologna, Italia.
- M-Wam - making our future ,a cura della Fondazione Triulza, EXPO 2015 opening events, Cascina Triulza, Milano, Italia.
- M-Wam - Milano World Arts Map ,a cura di Chiara Canali ,Spazio Ex Cisterne, Fabbrica del Vapore, Milano, Italia.
- Asta Adisco, Sotheby's, Milano, Italia.
- One: Breart2015, a cura di Oddone Sangiorgi, Galleria Hernandez, Milano, Italia.

2014

- Super pop woman, a cura di Silvia Fabbri, Giuseppe Veniero Project, Palermo, Italia.
- Geotag 2, live painting, a cura di Christian Gangitano e Paolo Galli , Via Crespi-Via Termopili, Milano, Italia.
- Sistema Kunrei, a cura di Carlo Maria Lolli Ghetti, White Noise Gallery, Roma, Italia.
- Still Alive, in Brerart 2014 a cura dell' Associazione Atelier Spazio Expò, Giardini di Via Mondello, Milano, Italia.
- Kabuki Manga, a cura di Silvia Fabbri, Orsorama Art Gallery, Milano, Italia.
- Pop up revolution, a cura di Piero Mascitti, Silvia Fabbri, Caserma XXIV Maggio- Milano, MdM Museum- Porto Cervo, L' Art Gallery- Parma, Italia.
- Superheroes 2.0, a cura di Silvia Fabbri, Villa Bertelli e Forte dei Marmi & Gestalt Gallery, Pietrasanta, Italia.
- So surreal so pop,a cura di Carlotta Canton,Galleria Davico Arte, Torino, Italia.
- Hungry for Art, a cura di Cesvi, Superstudio Più, Milano, Italia.

2013

- Mad hatters a cura di Ixie Darkon, Flower Pepper Gallery, California, USA.
- Facez a cura di Giuseppe Iavicoli,Combines XL, Milano, Italia.
- Geotag, giornate ideali in quartiere a cura di Christian Gangitano, via Termopili, Milano, Italia.
- Bentornato Caravaggio 2013 a cura dell'Associazione culturale Decima Musa Caravaggio, Caravaggio, Italia.
- Gaze and Contemplate ,Nagoya, Giappone.
- Kawaiizzazione di Tomoko Nagao , Bici & radici, Milano, Italia.
- Link art fair HK a cura di Tiziana Manca, China Merchants Wharf, Kennedy Town e Western District, Hong Kong, Cina.
- Edo Pop. La nuova estetica pop fluttuante, a cura

- di Christian Gangitano, in Design Week Out Events, Spazio Eventiquattro e Spazio Espositivo PwC, Milano, Italia.
- Salome & Nipposuggerzioni, a cura di Silvia Balestri, progetto di Christian Gangitano, Spazio A.M.I.C.I, Milano, Italia.
- Road map, a cura di Sputnik Art Project ,Spazio OCA -Officine Creative Ansaldo,Milano, Italia.

2012

- Pop Up, xxs- extra small, microvisioni di nuovi mondi in Arte accessibile a cura di Silvia Fabbri, Milano, Italia.
- Neo pop,pop surrealism vs urban art,a cura di Pietro Di Lecce, Spazio Orlandi, Art Kitchen Superground, Milano, Italia.

2011

- Sanrio for Smiles Exhibition, a cura di Christian Gangitano in collaborazione con Sanrio Foundation, in MiJapan, Chiostri dell'Umanitaria, Milano, Italia e Fondazione Mirò, Barcellona, Spagna.
- New grotesque,a cura di Silvia Fabbri, Oratorio della Passione, Basilica di Sant'Ambrogio ,Milano, Italia.
- Dolls, Museo Diocesano di Brescia, Brescia ,Italia.

2010

- Wa infinity-Live painting, a cura di Christian Gangitano, Temporary store Corso Garibaldi 59, in Vogue Fashion's Night Out, Milano, Italia.
- Videoart Yearbook 2010, a cura di Niccolò Bonechi e Gabriele Tosi, Chiostro di Santa Cristina, Ex Convento di Santa Cristina, Bologna, Italia.
- Micropop & Nipposuggerzioni, a cura di Christian Gangitano, ANGELart Gallery, Milano, Italia.

2009

- Film screening, EWHA Womans University, Seoul, Corea del Sud.
- Crosstalk International Videoart Festival,Gödör Klubon, Budapest, Ungheria.
- Il corpo oltre il corpo, a cura di Grace Zanotto e Angelo Cruciani, Galleria Famiglia Margini, Milano, Italia.
- Zoccoletti e zoccolette, Biokip Gallery-Pervinca Open Space, Milano, Italia.
- Digital is human, in Digital Entertainment Jam, Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, Milano, Italia.
- La stanza dei giochi, a cura dell' associazione Dergano Officine Creative , Cantiere Bovisa, Milano, Italia.
- Fuwari in Samurai ,Cinema Gnomo, Milano, Italia.
- Donne ed eros, a cura di Grace Zanotto, Galleria Famiglia Margini, Milano, Italia.

2008

- Juppun Japan, Rootstein Hopkins Parade Ground, Chelsea College of Art and Design, Londra,Inghilterra.
- Freheit, a cura di Grace Zanotto e Paola Fiorido, Fabbrica del Vapore, Milano, Italia.
- Cronosfera festival, a cura di Francesca Mizzoni, Viola Lillith Russi, Luisa Mizzoni, Cavatore (AL), Italia.
- Pokopony in Palermo, Galleria Skip La Comune, Palermo, Italia.
- InContemporanea , numero due a cura di Gabi Scardi, in progetto Incontemporanea ,la rete dell' arte della Provincia di Milano, Triennale di Milano ,Milano, Italia.
- Sold-out, a cura di Chiara Canali, Limbiate (MB), Italia.

2007

- Art Show Alpenrose 4 peace, a cura di Christian Gangitano, Paola Fiorido, Grace Zanotto in collaborazione con Spazio Atelier Xpò e Galleria Margini,in progetto Puzzle4peace,Casa della Pace, Milano, Italia.
- Xpo' Happening, a cura di Christian Gangitano, Spazio Orea Malià ,Milano, Italia.
- C-Prayer Festival,Base B, Milano, Italia.
- 7th EEA21 Ecology Earth Art Exhibition,a cura di Kozuki Watanabe, Museum of Modern Art, Saitama, Giappone.
- Art Xpo' : Continua- Krudality e Tomoko Nagao, Spazio Orea Malià ,Milano, Italia.
- InContemporanea, numero uno, a cura di Gabi Scardi, in progetto Incontemporanea, la rete dell' arte della Provincia di Milano, Triennale di Milano ,Milano, Italia.
- Global woman,Spazio Orea Malià, Milano, Italia.

2006

- Xpo' Collection,a cura di Christian Gancitano, in Giornata del contemporaneo, Spazio Xpò e Orea Malià ,Milano, Italia.
- Japapop ,Spazio Orea Malià, Milano, Italia.
- Geografie di un non lungo,a cura di Christian gangitano, eventi dell'Assessorato alal Cultura della Provincia di Milano, per il progetto In Contemporanea- la rete dell'arte
- Swimming Pool Xpo, a cura di Christian Gangitano per il Comune di Milano settore Sport e Giovani, Milano, Italia.

2005

- Iimawashi exhibition,a cura di Aeneas Wilder, in Edinburgh Art Festival, Merz Gallery,Edimburgo,Scozia.
- What Happens When Everything is Reduced to Ones and Zeros?, Pearlfisher Gallery, Londra, Inghilterra.

2004

- Art Discount, evento di Associazione Xpò, Spazio Xpò, Milano, Italia.

- First step, Art Cottage Gallery, Tokyo, Giappone.
- Case Gallery, Scratch Tile Gallery, Yokohama, Giappone.

2003

- Graduate show , Chelsea College MA, Londra, Inghilterra.

2002

- Two stories, IOSA Gallery, Londra, Inghilterra.

2001

- Byam Shaw Art, Londra, Inghilterra.

2000

- Challenge-2, Nagoya, Giappo

1999

- Canon Photo Prize Show, P3 Gallery, Tokyo, Giappone
- B-semi Exhibition, Yokohama City Gallery, Yokohama, Giappone.
- Happy go lucky , programma SEZON Art , Tokyo, Giappone.
- Hiroshima Art Works , Haizuka Art center, Hiroshima, Giappone.
- Canon Photo Prize Show , Galleria RAKU, Kyoto , Giappone.
- Challenge, Nagoya, Giappone.

1998

- Indies Art Space Market, Yokohama, Giappone.
- B-semi Exhibition, Yokohama City Gallery, Yokohama, Giappone
- Shuzo Nam Bijutu, Shopping Center Nagoya, Nagoya, Giappone.
- X new , Nagoya Government Materials Institute, Nagoya, Giappone.

BIBLIOGRAFIA:

2017

- La liberté guidant le peuple with Cinderella, Snow White, Seven Dwarfs, Mickey Minnie, Pooh, Louis Vuitton, Chanel, Tampax, Michelin, Danone, AirBus, L'Oreal, The Louvre, Fukushima and Google in Illustration 2017, di Shoeisha, Tokyo, Giappone.

2016

- The Last Supper with MC, easyjet, Coca-Cola, Nutella, Esselunga, IKEA, Google and Ladygaga in The last supper. Leonardo e l' ultima cena nell' arte contemporanea catalogo della mostra The last supper. Leonardo e la visione ritrovata a Villa Burba, Rho, a cura di Antonio D' Avossa, Silvana Editoriale, Cinisello

Balsamo, Italia.

- The birth of Venus with Baci, Esselunga, PSP and Easyjet in catalogo della mostra Botticelli Reimagined , a cura di Mark Evans e Stefan Weppelmann, Victoria & Albert Publications, Londra, Inghilterra.

2015

- The birth of Venus with Baci, Esselunga, PSP and Easyjet in catalogo della mostra Botticelli Renaissance a cura di Hirmer Verlag, Monaco di Baviera, Germania.
- Salome , Fruit Basket in Energy box Urban Art Renaissance. Milano. La prima mostra a cielo aperto , a cura di Davide Atomo Tinelli in collaborazione con Evoluzioni Urbane, Skira, Milano, Italia.

2014

- Princess Candy in Candy. Amori e battaglie della prima grande eroina dell'animazione , di Lidia Bachis, Edizioni Ultra, Roma, Italia.

2013

- The Great Wave of Kanagawa with Mc, Cupnoodle, Kewpie, Kikkoman and Kitty (in copertina) in Tradizione e parodia. Le riscritture contemporanee di Kawabata di Caterina Mazza, Cafoscarina, Venezia, Italia.
- The birth of Venus with Baci, Esselunga, PSP and Easyjet in Io sono un mito. I capolavori dell'arte che sono diventati icone del nostro tempo di Francesca Bonazzoli e Michele Robecchi, prefazione di Maurizio Cattelan, Mondadori Electa, Milano, Italia.

2008

- Usappe-Blue , Venus in Sold Out. Urban Art & Recycling Style, a cura di Chiara Canali, Silvana Editoriale, Cinisello Balsamo, Italia.