

**ARTYPE**

aperture sul contemporaneo



Isabella Presenti

# The Future is Superflat

Takashi Murakami tra high art e low art



ARTYPE | aperture sul contemporaneo

collana diretta da Silvia Grandi

volume tredici

## **ARTYPE | aperture sul contemporaneo**

collana diretta da Silvia Grandi

### **Comitato scientifico**

Pierpaolo Antonello (University of Cambridge), Elisa Baldini (Università di Bologna), Renato Barilli (Università di Bologna), Guido Bartorelli (Università degli Studi di Padova), Lucia Corrain (Università di Bologna), Sandra Costa (Università di Bologna), Pasquale Fameli (Università di Bologna), Paolo Granata (University of Toronto), Silvia Grandi (Università di Bologna), Claudio Marra (Università di Bologna), Anna Rosellini (Università di Bologna), Gian Luca Tusini (Università di Bologna), Giuseppe Virelli (Università di Bologna)

### **Politiche editoriali**

Referaggio double blind



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>  
2021

ARTYPE | Aperture sul contemporaneo  
collana AMS Acta Alma DL diretta da Silvia Grandi  
volume tredici  
2021  
ISBN 9788854970694  
ISSN 2465-2369

*The Future is Superflat. Takashi Murakami tra high art e low art*  
Isabella Pesenti

Dipartimento delle Arti - visive, performative, mediali  
Via Barberia, 4, 40121 Bologna

Il presente volume è stato realizzato a scopo didattico. L'editore si dichiara disponibile ad assolvere eventuali obblighi nei confronti degli aventi diritto per l'utilizzo delle immagini riportate nel volume.

In copertina: Takashi Murakami, *Lots, Lots of Kaikai and Kiki*, 2009.

# Indice

<b>Lo sviluppo della sottocultura giapponese e la nascita del mondo <i>otaku</i></b>	5
Il Giappone nell'era post-atomica. L'influenza di Hiroshima, Nagasaki e Fukushima sulla cultura e l'immaginario contemporaneo giapponese	5
<i>Manga e anime</i>	9
<i>Kawaii e shōjo bunka</i>	18
Generazione <i>otaku</i>	28
Influenza della sottocultura <i>otaku</i> sull'arte contemporanea: il Neo-Pop	45
<b>Takashi Murakami e il suo microcosmo</b>	75
Cenni biografici	75
Influenza delle serie anime televisive durante gli anni giovanili e formazione artistica	77
Il debutto nel mondo dell'arte contemporanea	82
La poetica del Superflat	91
L'evoluzione dell'arte di Takashi Murakami attraverso le sue mostre più importanti	104
<b>Artista o imprenditore?</b>	161
Kaikai Kiki Co., Ltd. e The Factory. Oriente e Occidente a confronto	161
Il debutto nel mondo del cinema: <i>Jellyfish Eyes</i>	177
Collaborazioni. Tra moda, musica e animazione	184

<b>Bibliografia</b>	241
<b>Sitografia</b>	250
<b>Videografia</b>	256

## **Lo sviluppo della sottocultura giapponese e la nascita del mondo *otaku***

### **Il Giappone nell'era post-atomica. L'influenza di Hiroshima, Nagasaki e Fukushima sulla cultura e l'immaginario contemporaneo giapponese**

Il 6 agosto e il 9 agosto 1945 sono unanimemente riconosciute come due delle date più importanti nella storia dell'umanità. Non solo hanno segnato l'epilogo del secondo conflitto mondiale, con l'annientamento del Giappone e la vittoria degli Alleati, ma hanno anche inciso una profonda linea di demarcazione, tracciata dal primo utilizzo in guerra di bombe atomiche, tra due diverse epoche, due diversi mondi: quello pre-atomico e quello post-atomico. Per il Giappone, più che di una linea divisoria immaginaria, si tratta di una vera e propria ferita; ancora aperta e sanguinante malgrado da quei due giorni sia passato più di mezzo secolo.

La nascita di numerose sottoculture e di un immaginario peculiare e unico, che contraddistingue il Giappone da qualsiasi altra nazione al mondo, sono conseguenze dirette dell'annichilimento della cultura tradizionale giapponese, dovuto principalmente alla sconfitta nella Seconda Guerra Mondiale e alle sue ripercussioni. Tuttavia, è già a partire dal periodo Meiji (1868-1912), quando il Giappone viene sottoposto a un lungo processo di contaminazione e rielaborazione socioculturale, in favore dell'occidentalizzazione e della modernizzazione, che si pongono i presupposti per lo snaturamento della società nipponica originaria, basata su due assi principali: la religione e la gerarchia politica.

In un contesto già instabile, le due bombe atomiche hanno impresso, più di qualsiasi altro processo socioculturale o politico attraversato nei decenni precedenti, un segno indelebile e profondo. Infatti l'influenza esercitata dagli esiti dei bombardamenti atomici su Hiroshima e Nagasaki, non solo ha posto le

basi per lo sviluppo di una nuova società giapponese, incapace di affrontare ed elaborare il lutto della sconfitta, ma ha portato anche all'insorgere di uno specifico immaginario culturale, popolato da robot giganteschi, mondi post-apocalittici e mostri dal potere disumanamente distruttivo, che risulta comprensibile solo tenendo in considerazione gli avvenimenti che coinvolgono la nazione durante il Novecento.

Sullo sfondo del trauma psicologico causato dalla disfatta subita dal Giappone si sviluppa la cultura *otaku*, nella quale si esprime con maggior convinzione questo genere di immaginario culturale contemporaneo, sempre più rivolto al passato, con una predilezione spiccata per il periodo Edo (1603-1868), o al futuro, pensato in termini puramente fantascientifici e distopici. In questo atteggiamento di chiusura nei confronti della realtà si cela la perdita assoluta dell'identità nazionale, già in crisi per via del processo di modernizzazione, che all'avvento della Seconda Guerra Mondiale non era ancora sufficientemente consolidato.

Il rifugiarsi entro due prospettive, passato e futuro, che per definizione negano il presente è emblematico di un malessere sociale che attraversa trasversalmente la società giapponese e di cui negli anni Novanta prendono atto soprattutto gli intellettuali e gli artisti. Attraverso il loro operato infatti, per la prima volta vengono affrontate consapevolmente le conseguenze, non completamente nefaste, degli avvenimenti del XX secolo, che per quanto abbiano portato all'insorgere di profonde contraddizioni e problematiche sociali, hanno anche contribuito negli anni Ottanta a trasformare il Giappone, una nazione ancora militarmente in fase di negazione, in una delle più grandi potenze economiche mondiali.

Malgrado il benessere economico, dettato dalla *big baburu*, la grande bolla speculativa poi esplosa negli anni Novanta, la società giapponese si è rifiutata a lungo di affrontare apertamente la dolorosa condizione scatenata dalla sconfitta bellica. La conseguenza diretta di questa mancata "elaborazione del lutto" è stato lo scatenarsi di un atteggiamento ostile e sempre più critico nei confronti delle nuove generazioni, figlie di un contesto nazionale privo di una direzione univoca e per

questo incapaci di incanalarsi in un percorso di vita predeterminato. La perdita dell'identità nazionale si preannuncia infatti come il primo passo di una crisi generalizzata di valori, tradizioni e ideali comuni; gli stessi che per secoli avevano guidato il popolo giapponese e che ora non rispecchiano né la contemporaneità, né la nazione stessa.

Senza dubbio l'occupazione territoriale da parte degli Stati Uniti, conclusasi nel 1955, ha contribuito a incrementare questa situazione disorganica, lasciando profonde tracce negli sviluppi politici, economici, ma soprattutto culturali dei decenni successivi. Specialmente in quest'ultimo ambito, proprio per contrastare la tendenza all'americanizzazione, le stesse forme d'espressione popolari, come *manga* e *anime*, che hanno tratto molti spunti e tecniche dai fumetti e dai *cartoon*, prodotti di massa autenticamente americani, hanno lottato fortemente per imporsi come produzioni autoctone giapponesi. Si assiste infatti già a partire dagli anni Sessanta a un processo crescente di "addomesticazione" della cultura americana, assorbita e inglobata al fine di alimentare lo sviluppo di un immaginario pienamente nipponico, che prende forma anche grazie al recupero della tradizione e all'attaccamento verso certi motivi figurativi unicamente giapponesi.

La fusione tra la cultura giapponese tradizionale e il tentativo di rielaborare la cultura popolare occidentale per trovare una propria identità costituisce la base principale dell'immaginario nipponico contemporaneo, di cui si nutrono soprattutto la sottocultura *otaku* e quella *kawaii*. Quest'ultima in particolare prende piede nel periodo in cui la società giapponese si trasforma a tutti gli effetti in una società consumistica di massa. Tuttavia, anche se apparentemente lontana dall'immaginario bellico, anch'essa va considerata come un tentativo di cicatrizzazione delle ferite psicologiche inferte al Giappone dall'esplosione delle bombe atomiche, di cui la popolazione anche a distanza di decenni porta ancora i segni.

In anni più recenti questo trauma, solo apparentemente in fase avanzata di elaborazione, si è dimostrato essere più presente che mai. Per quanto si tratti di un territorio fortemente sismico e da sempre soggetto a disastri naturali, dopo la Seconda



Guerra Mondiale il Giappone non è più riuscito ad armarsi di strumenti morali adeguati a superare qualunque genere di evento catastrofico. Ciò è stato particolarmente evidente quando a distanza di più di sessant'anni dalla distruzione di Hiroshima e Nagasaki, il Sol Levante si è ritrovato nelle condizioni di rivivere l'incubo delle conseguenze derivanti dalla dispersione di materiale radioattivo. Infatti il terrore atomico-nucleare si è nuovamente scatenato quando l'11 marzo 2011 un terremoto, con conseguente tsunami, ha causato danni ingenti a uno dei reattori della centrale di Fukushima, provocando numerose morti, nonché ingenti danni economici.

Come se si trattasse di un ciclo ancora lontano dalla sua chiusura definitiva, la società giapponese, colpita nuovamente dalle stesse paure, ha tentato di superare questo ulteriore trauma con le modalità che l'avevano in parte aiutata a elaborare la tragedia bellica. Esaminando i prodotti di massa, sia culturali sia industriali, emerge di nuovo la volontà di porsi a livello globale come una nazione all'avanguardia, con lo sguardo fisso verso il futuro. Ancora una volta il forte sviluppo tecnologico, così come la pervasività incontrastata di tematiche fantascientifiche, in cui la ricostruzione di un nuovo mondo dopo la distruzione del precedente non può non richiamare la riedificazione delle città colpite dai disastri nucleari e atomici, sono rappresentativi di una condizione di insicurezza e incertezza del presente vissuta tuttora dal Giappone.

Per queste ragioni la componente immaginativa rimane una costante determinante nella comprensione della cultura giapponese, ben lontana sotto questo punto di vista dal pragmatismo e dal realismo dell'Occidente, dove spesso l'immaginario nipponico viene percepito solo come qualcosa di infantile e superficiale. Diversamente da quanto si possa pensare, questo particolare immaginario, che trova spazio per esprimersi soprattutto nei fumetti e nell'animazione, è in realtà espressione della ricerca di una nuova identità nazionale. Affrontando concetti e tematiche molto più profonde, che vanno ben oltre il banale scontro tra bene e male, l'immaginario nipponico, fatto in gran parte di fantascienza estrema e di personaggi ultracarini, è a tutti gli effetti la dimostrazione tan-

gibile del tentativo del Giappone contemporaneo di risollevarsi da una condizione di sconfitta e annientamento totale; non solo fisico ma soprattutto psicologico e morale.

## **Manga e anime**

Le due forme di espressione della cultura popolare che hanno svolto il ruolo principale nel coltivare e diffondere l'immaginario collettivo giapponese, ma soprattutto nell'esorcizzare i traumi subiti dal Giappone durante la guerra, sono i *manga* e gli *anime*.

*Manga*, letteralmente "immagini umoristiche e derisorie", è un termine che viene comunemente utilizzato in Giappone per indicare i fumetti. Tuttavia, nel resto del mondo il vocabolo designa solo ed esclusivamente la letteratura per immagini nipponica. I *manga*, intesi nella loro accezione odierna, hanno esordito come semplici caricature, in stretto rapporto con la diffusione della stampa giornalistica, importata dall'Occidente durante il periodo Meiji. Nonostante ciò l'origine di questa particolare forma d'espressione letteraria e artistica viene fatta risalire al XII secolo e si ricollega alla realizzazione dei rotoli di pergamena illustrati, chiamati *emaki*. Questi rotoli, fatti di carta o di seta, erano di dimensioni variabili; in media misuravano all'incirca trenta centimetri di larghezza, mentre la lunghezza poteva oscillare dai nove ai dodici metri. Facilmente arrotolabili grazie alla presenza di una bacchetta di legno sul margine sinistro, gli *emaki* venivano letti da destra a sinistra, nel verso contrario rispetto alla lettura di un testo occidentale. Una delle più antiche e note pergamene illustrate è il *Choju jinbutsu giga*, il cui titolo significa "caricature dei personaggi della fauna selvatica" e nel quale sono rappresentati animali dalle forme e dagli atteggiamenti antropomorfi, che anticipano lo spirito umoristico e satirico delle vignette *manga* del periodo Meiji<sup>1</sup>.

A partire dal prototipo del rotolo illustrato, la nascita vera e propria del *manga* può essere ricondotta al Seicento, quando questo termine inizia a essere utilizzato per descrivere le immagini presenti nei templi ricopiate su tavolette di legno per essere divulgate presso un pubblico più ampio. In questo contesto,

*manga* più che riferirsi al contenuto delle immagini rappresentate, indicava principalmente lo stile di disegno adottato. Infatti ben presto i motivi iconografici iniziarono a diversificarsi e a moltiplicarsi, scostandosi anche ampiamente dai soggetti religiosi: nascono così i primi *manga* erotici e satirici, denominati *edo*.

All'inizio del Settecento, Shumboko Ono, uno dei primi celebri *mangaka*<sup>2</sup>, decise di raccogliere i suoi lavori in un libro, considerato ancora oggi la più antica raccolta di *manga* del Giappone<sup>3</sup>. Conseguentemente a questo fatto, il termine "*manga*" ha iniziato a essere utilizzato da molti scrittori e artisti nei titoli delle proprie pubblicazioni. La più famosa è senza dubbio *Hokusai manga*, realizzata nel 1814 dal celebre artista Katsushika Hokusai, grazie al quale il vocabolo acquisisce maggiore autorevolezza in ambito artistico. Nonostante la sua diffusione nel corso dei secoli, a sancire definitivamente il successo della parola *manga*, è stato Kitazawa Rakuten. Considerato dagli storici il padre fondatore del fumetto giapponese moderno, Rakuten è stato il primo disegnatore ad aver utilizzato la parola "*manga*" per definire il proprio lavoro, attribuendogli così la sua attuale accezione semantica.

Nel corso del Novecento, questa peculiare forma artistica e letteraria, in cui la parola e il disegno si fondono equamente per dare vita a una forma espressiva unica nel suo genere, acquisisce una popolarità sempre maggiore presso il grande pubblico. Tuttavia è dalla fine della Seconda Guerra Mondiale che si assiste a un incremento esponenziale della produzione e diffusione del *manga*, che diventa un mezzo di espressione e comunicazione in grado di incontrare i gusti di qualsiasi potenziale destinatario. A determinare un tale successo inaudito è stato soprattutto l'operato di Osamu Tezuka, conosciuto come "il Dio del *manga*".

Nato nel 1927, Tezuka intraprende la professione del *mangaka* negli stessi anni in cui, a causa della depressione economica postbellica, riviste e giornali erano venduti a prezzi irrisori e alla portata di tutti. Proprio grazie alla diffusione capillare dell'editoria periodica a basso costo, su cui venivano abitualmente pubblicati i capitoli dei *manga* prima di essere raccolti

in volumi, la prima opera di Osamu Tezuka, pubblicata nel 1947 e intitolata *Shintakarajima* (La nuova isola del Tesoro), sancisce definitivamente la sua affermazione come disegnatore di fumetti. In un momento tanto favorevole quanto gli anni Cinquanta, quando i *manga* rappresentavano più della metà dell'industria e del mercato editoriale nipponico, sulla scorta del successo ottenuto con la sua prima pubblicazione, Tezuka lascia gli studi di medicina e decide di dedicarsi completamente alla realizzazione di *manga*, dando vita ad alcuni dei fumetti giapponesi più famosi di tutti i tempi. Tra questi figurano *Testuwan Atom* (Astro Boy), *Ribon no Kishi* (Il cavaliere infiocchettato) e *Jungle Emperor Leo* (Kimba il Leone Bianco), che per via dell'ampia gamma di tematiche affrontate costituiscono la base originaria da cui si dipanano i diversi generi del *manga* contemporaneo. Il contributo di Osamu Tezuka non si limita solo al mondo della letteratura per immagini, ma si estende anche a quello della televisione e dell'animazione. Infatti, oltre a essere considerato il più grande *mangaka* di tutti i tempi, Tezuka è stato a tutti gli effetti anche un pioniere dell'industria dell'animazione giapponese, curando personalmente moltissime delle trasposizioni televisive e cinematografiche dei suoi celebri *manga*.

Diversamente dai fumetti prodotti in altre nazioni, i *manga* presentano alcune caratteristiche strutturali peculiari, che prescindono dal genere e dalle tematiche trattate. La più evidente è senza dubbio la modalità di lettura, che rimane la stessa dei rotoli di pergamena illustrati; ovvero all'opposto rispetto al verso di lettura occidentale. Un'altra delle particolarità del *manga* è l'assenza di colori, infatti a eccezione della copertina e di alcuni inserti, generalmente la totalità dei disegni è in bianco e nero. Inoltre il formato dei volumi di *manga* è ridotto rispetto a quello dei classici fumetti americani ed europei. La dimensione dei volumi *manga* è infatti quella del libro tascabile e prende il nome di *tankobon*. La scelta di un formato più piccolo e comodo deriva dal fatto che fin dal principio il *manga* viene pensato per adeguarsi a una lettura rapida, al pari di una rivista settimanale. Tuttavia, per quanto ad oggi il formato sia rimasto lo stesso, la concezione del volume *manga*

è nettamente cambiata; infatti seppur sia nata come una letteratura "usa e getta", per via della sua dettagliata cura nel disegno e nell'impaginazione, attualmente il *manga* costituisce un articolo da collezione dal valore artistico oltre che letterario, non diversamente dai fumetti occidentali.

L'incremento del valore acquisito dal *manga* è strettamente correlato allo sviluppo della sottocultura *otaku*, di cui il collezionismo è un fattore peculiare e caratteristico. Proprio a partire dalla passione feticistica e collezionistica per i *manga*, molti *otaku* hanno iniziato a disegnare versioni alternative dei propri *manga* preferiti, arricchendoli con nuovi personaggi e nuove vicende. Questa pratica è la base che costituisce il fenomeno del *manga* amatoriale, detto *dōjinshi*. Il *manga* amatoriale rappresenta attualmente uno degli sviluppi più interessanti e complessi di questa forma d'espressione ibrida e aperta a ogni possibilità. I *dōjinshi*, che per definizione non sono creazioni originali ma piuttosto un'estensione dei *manga* preesistenti, al pari delle loro fonti possono appartenere a diversi generi e possono contenere al proprio interno riferimenti alle tematiche più varie.

Infatti i *manga*, così come anche gli *anime*, sono suddivisi in categorie, che a loro volta contengono un'infinita varietà di sottogeneri pensati per incontrare i gusti più disparati e insoliti del grande pubblico. Più che essere smistati sulla base delle tematiche trattate, questi prodotti vengono ripartiti principalmente in rapporto all'età e alla tipologia del pubblico a cui si rivolgono, ovvero a seconda del target. Tra i generi più famosi figurano sicuramente i *manga/anime kodomo*, pensati per una fascia d'età inferiore ai dieci anni; alcuni esempi possono essere *Pokémon* o *Doraemon*. A seguire un ruolo importante è ricoperto da *manga* e *anime shōnen*, che si rivolgono ad un pubblico maschile in età adolescenziale; come per esempio *Fullmetal Alchemist* o *Food Wars! Shokugeki no Soma*. All'interno di questa categoria rientrano anche i *battle shōnen*, in cui gli scontri fisici ricoprono una parte preponderante della trama, come per esempio *Dragon Ball* o *Naruto*. La controparte femminile del genere *shōnen* sono gli *shōjo*, dedicati alle ragazze adolescenti fino ai diciotto anni e in cui le tematiche

amoroze vengono affrontate con una predominanza della dimensione platonico-romantica su quella fisica. Per le giovani donne che hanno superato la maggiore età, esiste invece il genere *josei*, di cui un esempio emblematico è *Nana*. In questi *manga/anime* le tematiche quotidiane vengono affrontate con un maggior grado di realismo e di introspezione psicologica, senza tralasciare nelle storie d'amore una componente sessuale più esplicita, che tuttavia non costituisce una parte determinante della trama. Anche per i maschi più adulti esiste un genere dedicato, si tratta del *seinen*, che in realtà consiste in un grande contenitore di prodotti di ogni genere, in cui le tematiche vengono affrontate in modo più maturo e complesso rispetto agli *shōnen*. Tra i *seinen* trovano spazio vari sottogeneri come i *mecha*, incentrati sui robot, i *gore*, particolarmente cruenti, i *surirā*, ovvero i thriller polizieschi come per esempio *Death Note*, i *cyberpunk* o i *sci-fi*, generalmente basati su mondi post-apocalittici, come per esempio *Akira*, *Ghost in the Shell* e *L'attacco dei giganti*. Esiste inoltre un'altra ampia categoria, che costituisce forse una delle più antiche e consolidate tipologie di *manga/anime*, si tratta degli *hentai*. All'interno di questo genere caratterizzato da una spiccata componente erotica, che raggiunge i livelli della pornografia, sono presenti molti sottogruppi, tra cui alcuni particolarmente controversi. Tra gli *hentai* rientrano per esempio i *rorikon*, *manga* e *anime* con contenuti velatamente pedofiliaci, gli *yaoi/yuri*, che trattano vicende esplicitamente omoerotiche, e i *tentacle rape*, un genere ibrido horror/pornografico in cui le vittime, solitamente donne, vengono abusate da mostruose creature dotate di tentacoli.

La vasta gamma di generi e tipologie nasce proprio a partire dall'esigenza del *manga* di essere una forma d'espressione totale, in grado di soddisfare qualsiasi preferenza. È grazie alla sua grande capacità di adattamento che questa particolare forma artistico-letteraria è riuscita a riscuotere notevole successo anche al di fuori dei confini nazionali, affermandosi nel mondo come uno dei prodotti giapponesi di maggiore diffusione, nonché come strumento di comunicazione in grado di aprire all'Occidente l'immaginario nipponico.

La stessa cosa vale per gli *anime*, in cui senza dubbio l'immaginario nipponico postbellico trova il suo medium privilegiato. Ancora più dei *manga*, gli *anime* sono riusciti a insinuarsi nella cultura popolare internazionale proprio grazie alla loro vasta diffusione televisiva e cinematografica già a partire dagli anni Settanta. Il termine *anime* "nasce come contrazione di *animēshon*, traslitterazione dell'inglese *animation*"<sup>4</sup> e indica le produzioni animate televisive o cinematografiche giapponesi. "Esso compare per la prima volta nel libro *Manga eigan* ('Sui film a fumetti') del critico cinematografico Taihei Imamura (1911-1986), pubblicato nel 1948"<sup>5</sup> e viene ufficializzato in modo definitivo nel documentario realizzato nel 1973 da Taiji Yabushita, intitolato *Nihon manga eiga hattatsu shi: anime shingachō*<sup>6</sup>. Si tratta dunque di una parola nata piuttosto di recente, che è andata a sostituire altre espressioni verbali originariamente utilizzate per definire questo genere di prodotto culturale, come per esempio *dekobō shingachō*, *senga eiga*, *manga eiga*, *dōga eiga* e *terebi manga*<sup>7</sup>.

I primi passi del Giappone nel mondo dell'animazione risalgono alla fine del XVIII secolo con il teatro delle ombre, detto *utsushie*. Ulteriori rudimentali tentativi sono poi stati fatti nei primi anni dell'Ottocento, quando degli artisti, tra cui Hokusai, hanno provato a riprodurre sequenze in movimento, traendo ispirazione dal mondo della danza. All'inizio del secolo successivo, alcuni disegnatori hanno iniziato a sperimentare veri e propri cortometraggi filmati. In questo frangente, il pioniere assoluto è stato Seitaro Kutayama, che nel 1914 ha realizzato *Saru Kani Gassen*. Sulla base delle sue sperimentazioni, nel 1917 viene prodotto e proiettato il primo vero *anime*: *Muzuko Genkana no Maki* di Oten Shimokawa.

A imprimere una forte accelerazione all'animazione giapponese è stata soprattutto l'occupazione americana del territorio nipponico negli anni Cinquanta. Infatti l'assimilazione dell'animazione americana, in particolare di quella prodotta da Walt Disney, è stato l'elemento catalizzatore che ha portato ad uno sviluppo massiccio del settore soprattutto nel decennio successivo, grazie anche alla diffusione della televisione e al mercato fiorente dei *manga*. In un contesto partico-

larmente favorevole per la sua affermazione, si sviluppa dunque l'industria dell'*anime* moderno, "che per convenzione vede la sua data di nascita il primo gennaio 1963, con la messa in onda del primo episodio della serie televisiva in bianco e nero *Astro Boy*"<sup>8</sup>. Dagli anni Sessanta in poi, il settore anime sarà caratterizzato da un crescita continua e costante che prende il nome di "*anime boom*"<sup>9</sup>. Durante questo particolare lasso di tempo, in particolar modo negli anni Settanta, sulla base di due diverse modalità di produrre e concepire l'*anime*, ovvero l'animazione totale e l'animazione limitata<sup>10</sup>, iniziano a delinearsi due gruppi distinti di *animator*<sup>11</sup>: "gli «espressionisti», focalizzati sull'immagine e la resa filmica, e i «narratori», più focalizzati sulla storia"<sup>12</sup>. Del primo gruppo fanno parte i creatori di *anime* che si pongono sulla stessa linea di pensiero di Hayao Miyazaki e Isao Takahata, i quali esordiscono entrambi nelle fila della Tōei Animation<sup>13</sup>, uno dei più affermati studi di animazione del Giappone. La tendenza di questa tipologia di *animator* è quella di dare grande importanza estetica al movimento, preferendo di conseguenza la tecnica dell'animazione totale, che diventerà la modalità principale per la realizzazione di lungometraggi. Fin dal loro debutto con *La grande avventura del piccolo principe Valiant* (1968), risulta evidente l'importanza attribuita da Miyazaki e Takahata alla ricerca estetica. Tuttavia, sarà solo nella metà degli anni Ottanta, quando fonderanno il proprio studio di animazione, lo Studio Ghibli, che i due *animator* raggiungeranno il proprio ideale estetico, espresso principalmente in lungometraggi, come per esempio *Nausicaä nella Valle del vento* (1984) e *Una tomba per le lucciole* (1988). Tra i due noti registi di animazione ad acquisire maggiore notorietà a livello internazionale è stato soprattutto Hayao Miyazaki, considerato il più grande *animator* vivente. Molti dei suoi lavori sono considerati dei veri e propri capolavori del mondo dell'animazione mondiale. A riprova di ciò, nel 2001 Miyazaki si è aggiudicato il Premio Oscar per il miglior film d'animazione con *La città incantata* (2001)<sup>14</sup>, primo e unico lungometraggio animato giapponese a essere conferito di tale onorificenza. Il successo trasversale dei lavori di Miyazaki, in grado di conquistare pubblici di diverse nazionalità



e diverse età, è dovuto soprattutto alla capacità del regista di creare universi fantastici, privi di qualunque limitazione immaginativa, che tuttavia al contempo sono espressione della realtà contemporanea e delle sue dinamiche spesso contraddittorie. Infatti l'inclusione nei film di Miyazaki di una preponderante componente metaforica è proprio ciò che permette di cogliere messaggi e tematiche più profonde, parzialmente celate dietro ogni più piccolo elemento. Per esempio, nei suoi *anime* spesso i protagonisti sono bambini o adolescenti, assunti a simbolo della "purezza in un mondo lacerato dalla follia umana, che distrugge il pianeta mutando i suoi elementi originari solo per il desiderio di potere, di vendetta, di superiorità (si veda il caso della bomba atomica)"<sup>15</sup>. Questa scelta apparentemente dettata da motivazioni narrative, dimostra come le immagini edulcorate di mondi utopici lontani dalla realtà creati dal regista siano piuttosto un espediente atto a nascondere volutamente aspre critiche nei confronti della società giapponese, nonché riflessioni sull'attuale condizione umana considerata nella sua complessità.

L'altro gruppo invece, quello dei "narratori", include *animator* come Yoshiyuki Tomino, sceneggiatore di molte serie televisive tra cui *Astro Boy*, Yoshikazu Yasuhiko, *character designer* di *Mobile Suit Gundam*, e Yoshinori Kanada, uno dei più influenti *animator* di tutti i tempi, in grado di reinventare il mondo dell'animazione giapponese imprimendo il proprio linguaggio personale soprattutto nella resa delle scene di azione ed esplosione. I membri di questo gruppo hanno tentato di costruire una nuova estetica, giocando entro i confini imposti dall'animazione limitata, che prevede ampiamente il riutilizzo di immagini e sequenze riciclate. A discapito della mera ricerca qualitativa dell'opera, questi autori si focalizzano sulla ricchezza della storia e dell'universo narrativo. Inoltre viene riservata particolare attenzione al ritmo della sceneggiatura e alla composizione delle immagini animate, che spesso prevedono l'uso di inserti con illustrazioni fisse<sup>16</sup>.

Sono, costoro, gli eredi diretti di creazioni che, negli anni Ottanta, hanno elevato il disegno animato giapponese fino a farne il nucleo

della cultura otaku, sviluppandolo al punto da far nascere una forma artistica originale, collegata a una peculiare estetica, molto lontana dai disegni animati prodotti negli Stati Uniti.<sup>17</sup>

A cavallo degli anni Ottanta e Novanta, il mondo dell'animazione giapponese subisce una battuta d'arresto a causa dello scoppio della *big baburu* che a fino ad allora aveva garantito al Giappone un'incredibile prosperità economica in ogni settore economico e produttivo. Tuttavia a risollevarle le sorti dell'industria *anime* è la creazione di uno dei capolavori dell'animazione televisiva e, successivamente, cinematografica: *Neon Genesis Evangelion*. Nell'immediato questa serie *anime*, realizzata a partire dal 1995 da Hideaki Anno e prodotta dallo studio Gainax, diviene un cult della cultura popolare nipponica, nonché manifesto implicito della subcultura *otaku*. Infatti, ambientata in una Tokyo post-apocalittica, la serie si concentra principalmente sulla dimensione psicologica dei personaggi e focalizzandosi sulla dialettica conflittuale fra sogno e realtà e sullo scontro tra padri e figli rende esplicito il disagio esistenziale provato dalle nuove generazioni, incapaci di definire una propria identità nel Giappone degli anni Novanta.

Il successo riscosso da un *anime* come quello ideato da Anno, in grado di riflettere le problematiche e le contraddizioni che costituiscono il mondo contemporaneo, è l'ennesima dimostrazione di quando *anime* e *manga* siano a tutti gli effetti degli specchi della condizione sociale, economica e umana nel Giappone postbellico. È soprattutto nella grande varietà dei generi e delle tematiche affrontate, così come nella necessità di essere prodotti di massa destinati a differenti tipologie di pubblico e dipendenti dalle esigenze di ciascuna generazione, che si può cogliere come questi particolari mezzi di espressione siano fondamentali per comprendere tanto i fenomeni socioculturali che attraversano il Sol Levante dagli anni Cinquanta ad oggi, quanto le motivazioni che hanno spinto l'arte colta a fondersi in un tutt'uno con l'immaginario popolare nipponico.

## **Kawaii e shōjo bunka**

Tra i fenomeni socioculturali che prendono piede nel Giappone postbellico, l'estetica *kawaii* assume una posizione di rilievo, anche in rapporto allo sviluppo della *shōjo bunka* nei primi decenni del Novecento e al conseguente successo riscosso dagli *shōjo manga*. Sviluppatosi tra gli anni Settanta e gli anni Novanta, il *kawaii*, detto anche *cute* o ultracarino, raggiunge il culmine del successo nella cultura popolare giapponese negli anni Ottanta, espandendo capillarmente la propria influenza sia attraverso i mass media, sia per mezzo dei beni di consumo. Per avere dei parametri di riferimento sulla portata di questa cultura, basta pensare che, secondo le statistiche, nel 1992 "*kawaii*" è stata una delle parole più utilizzate e amate della lingua giapponese moderna. Inoltre è stato appurato attraverso dei sondaggi che "*71 per cent of young people between eighteen and thirty years of age either liked or loved kawaii-looking people, and 55.8 per cent either liked or loved kawaii attitudes and behavior*"<sup>18</sup>.

Il termine "*kawaii*", utilizzato sia con valore di aggettivo sia come sostantivo, deriva da "*kawayushi*", parola che appare nei dizionari giapponesi dal periodo Taishō<sup>19</sup> al 1945 e che negli anni Settanta si ripresenta nella forma linguistica "*kawayui*", mantenendo tuttavia la stessa accezione semantica. Il significato di questa parola, non facilmente traducibile in italiano, "si potrebbe rendere con il nostro 'cariiiiino!' (le tre 'i' sono volute). *Kawaii* è tutto ciò che finisce in 'ino', che è infantile, asessuato, dolce, indifeso, che è oggetto di coccole: gli animaletti, i Puffi, le bambole, Mickey Mouse, i cuoricini."<sup>20</sup>.

Questo peculiare fenomeno giapponese, spesso considerato meramente come il prodotto di una società consumistica, in realtà racchiude al suo interno innumerevoli sfumature e sfaccettature. Infatti,

il *kawaii* è uno stile, un'estetica, una moda giovanile. E insieme un modo di pensare, di essere, di parlare, di scrivere, di atteggiarsi. È una cultura sviluppata dalle adolescenti, che ha finito con l'estendersi a

segmenti sempre più vasti della società e dell'immaginario nipponico.<sup>21</sup>

In linea con i suoi quattro attributi distintivi, ovvero il suo essere piccolo, innocente, tenero e rotondeggiante, a partire dagli anni Settanta il *kawaii* emerge contemporaneamente all'affermarsi di una nuova scrittura, chiamata *hentai shōjo moji* (corsivo delle bambine). Questa nuova calligrafia, caratterizzata dalla scrittura orizzontale al posto di quella verticale, dalla grafia semplificata e punteggiata da stelline e cuoricini, viene fin da subito associata all'emergente moda *kawaii* che si sta diffondendo negli stessi anni e che prevede l'adozione di atteggiamenti infantili e di un abbigliamento dai tratti fanciulleschi ed edulcorati. Questo stile apparentemente innocente, in cui non si rinuncia tuttavia a una punta di malizia, acquisisce largo seguito principalmente tra le nuove generazioni femminili, dando origine al fenomeno delle *burikko*, termine coniato nel 1980 dalla giovane *aidoru* Yamada Kuniko per indicare ragazze che ingenuamente si vestono e si atteggiavano da finte bambine, con la volontà di incarnare il concetto stesso di *kawaii*.

Oltre che nell'abbigliamento e nell'atteggiamento, il *kawaii* si radica profondamente nella cultura popolare attraverso i prodotti del consumismo di massa, riconoscibili per via della loro iconografia ricercatamente dolce e innocente. Nel 1971 la Sanrio, società giapponese fondata nel 1960 dall'imprenditore Shintarō Tsuji, propone per la prima volta oggetti di design dai caratteri *kawaii*, esponendo immagini di "personaggi fumettistici paffuti, morbidi, asessuati, muti, con appendici corporee ridotte al minimo, privi di orifizi, grandi teste ed enormi occhioni sognanti"<sup>22</sup> su ogni genere di prodotto, dalle borsette ai profilattici, dando vita al redditizio mercato di *fanshi guzsu* (*fancy goods*). Tra i personaggi che caratterizzano la moltitudine di prodotti decorati in stile *kawaii*, per la maggior parte ideati dalla Sanrio che ne detiene il monopolio commerciale, la più famosa in assoluto è senza dubbio Hello Kitty: "una buffa gattina bianca dai caratteri minimali, con un fiocco rosso sull'orecchio sinistro, piccoli occhi e naso neri, a cui manca la

bocca"<sup>23</sup>, divenuta ormai emblema del *kawaii* a livello globale. Oggetti di questo tipo, pensati per attrarre i potenziali acquirenti unicamente in virtù del loro carattere infantile, assumono per certi versi la connotazione di oggetti transizionali<sup>24</sup>, in quanto si connettono a un sentimento di nostalgia per i giocattoli dell'infanzia, generalmente associati alla dolcezza e alla tenerezza di un periodo ormai lontano e ben diverso dal presente opprimente, carico di responsabilità e di aspettative sociali, in cui ci si ritrova crescendo.

Nonostante la grande importanza del mercato di *fanshi guzzu*, quest'ultimo costituisce solo uno dei tanti aspetti che compongono il *kawaii*, che più che un prodotto commerciale è a tutti gli effetti uno stile di vita, che si delinea come filone interno al più ampio contesto della *shōjo bunka*. Infatti, come afferma Sharon Kinsella:

*cute fashion in Japan was more than merely cuddling cute things; it was all about "becoming" the cute object itself by acting infantile. Young Japanese, especially women, purchased cute accessories and filled their rooms, cars, desks, and handbags with sweet paraphernalia as a way of surrounding themselves by cuteness, to the point where they felt transformed and could enter this cute-only world themselves. Being cute meant behaving childlike – which involved an act of self-mutilation, posing with pigeon toes, pulling wide-eyed innocent expressions, dieting, acting stupid, and essentially denying the existence of the wealth of insights, feelings, and humour, that maturity brings with it.*<sup>25</sup>

A incarnare in tutto e per tutto lo stile di vita *kawaii* sono gli *aidoru*, dal francese *idol*, ovvero gli idoli giovanili giapponesi. Definibili come "le stelle 'bubble gum' dello spettacolo mediatico giapponese"<sup>26</sup>, gli *aidoru* sono fondamentalmente dei simulacri delle vere star dello *show business*. La venerazione di questi personaggi da parte del pubblico non è dettata dal riconoscimento di particolari talenti artistici, quanto piuttosto dalla loro esplicita mancanza. Chiunque rispecchi determinati criteri estetici *kawaii* può diventare *aidoru* ed è proprio tale intercambiabilità "usa e getta" il tratto più caratteristico di queste figure mediatiche.

L'età media degli *aidoru* è piuttosto bassa, generalmente è compresa tra i quattordici e i diciannove anni, anche se raramente gli *aidoru* al culmine della loro popolarità hanno già raggiunto la maggiore età. Indistintamente maschi o femmine, questi *idol* sono tutti dei *kawaikochan*, ovvero ragazzini *kawaii*, che con il loro atteggiamento e il loro abbigliamento rispecchiano la moda *burikko* e rappresentano il modello della "Lolita" nel contesto dello spettacolo. Ben lontani dal concetto di naturalezza e spontaneità che cercano di trasmettere, gli *aidoru* in realtà sono interamente costruiti dai manager, che ne curano strategicamente l'immagine e le pubbliche relazioni. Le agenzie che li scovano si occupano di "istruirli", insegnandogli a cantare e a ballare, ed elaborano per ciascun *aidoru* un look identificativo, corredato da una determinata personalità e da una gestualità peculiare che permetta di renderli riconoscibili. L'obiettivo finale è quello di creare personaggi che siano "l'incarnazione vivente di un ideale di purezza verginale, di una civetteria fresca e infantile, di una grazia acqua e sapone e di una sessualità 'a-gender', eterea e disincarnata"<sup>27</sup>, poiché è proprio l'attrazione verso questo genere di attribuiti a dettare il loro fascino.

In quanto fenomeni passeggeri, non appena la loro immagine inizia a vacillare vengono immediatamente sostituiti da altri *aidoru* più giovani e alla moda, maggiormente appetibili per il pubblico di massa. Niente è più importante per gli *aidoru* che mantenere alto il proprio livello di impatto mediatico, di conseguenza qualsiasi aspetto della loro esistenza, inclusa la loro vita privata, viene ampiamente esposto in quanto parte effettiva dello spettacolo televisivo. In altre parole, "gli *aidoru* sono carne da macello per l'insaziabile voyeurismo del pubblico giapponese"<sup>28</sup>.

Oltre ad essere personaggi pubblici, gli *aidoru* sono anche un fenomeno puramente commerciale, regolato, come qualsiasi altro prodotto, dalle logiche di marketing dettate dalla società dei consumi.

Per dare un'idea dell'impatto che il mercato degli *aidoru* ha sull'immaginario nipponico contemporaneo, si possono citare le cifre

raggiunte dalle *bébé-aidoru* Gokumi (Goto Kumiko, quattordici anni) fra il 1988 e il 1989: undici società pubblicitarie sotto contratto nella stessa stagione e ventitré copertine di diverse riviste in una stessa settimana.<sup>29</sup>

Una delle più famose *aidoru* di tutti i tempi è stata Seiko Matsuda, che dal punto di vista mediatico per omologia corrisponde al *kawaii* tanto quanto Sid Vicious corrisponde al punk. Considerata la "regina delle *burikko*", tra il 1980 e il 1988 diviene il prototipo delle "cantanti *aidoru*", che raggiungono l'apice della fama proprio nel decennio degli anni Ottanta. Seiko Matsuda è tra le prime figure mediatiche ad adottare esplicitamente un comportamento infantile, considerato genuino e puro, grazie al quale il suo personaggio incontra nell'immediato il favore del pubblico.

Per quanto apparentemente il successo di queste figure avvolte da un'aura angelica possa sembrare innocuo, in realtà gli *aidoru* sono in grado di influenzare talmente tanto i loro *fandom*, in particolar modo quelli composti da adolescenti, da scatenare in determinate circostanze fenomeni di isteria collettiva. È ciò che è accaduto nel 1986, quando un'altra famosissima cantante *aidoru*, Yukiko Okada, si suicidò per poter rimanere per sempre un'adolescente pura e delicata, provocando tra i suoi giovanissimi fan una preoccupante catena di suicidi, che ha lasciato un'impronta indelebile sulla società giapponese contemporanea.

La fascinazione esercitata dagli *aidoru* sull'immaginario nipponico, così come la pervasività del *kawaii* in ogni ambito, viene interpretata dai sociologi come una prova inconfutabile di quel processo di infantilizzazione della società giapponese contemporanea, che sta investendo soprattutto le nuove generazioni, in particolar modo quelle femminili. Tutte queste realtà sono infatti strettamente legate al concetto di *shōjo bunka*, che racchiude al suo interno la miriade di sfaccettature che compongono la cultura adolescenziale femminile. Con *shōjo*, che a grandi linee significa ragazza, si indica più precisamente il punto di intersezione tra la donna e la bambina, ovvero "una creatura liminale, sospesa tra infanzia e società

adulta, consapevolezza e innocenza, mascolinità e femminilità”<sup>30</sup>. L'ascesa del *kawaii* va interpretata come una moda interna alla *shōjo bunka*, poiché essa avviene nel momento in cui la cultura per ragazze giapponese incontra quella euro-americana del *cute*, ovvero l'estetica del ludico infantile occidentale, il cui veicolo privilegiato sono i giocattoli e i cartoni animati Disney.

Le origini della cultura *shōjo* risalgono ai primi del Novecento, tuttavia è solo con la postmodernità che la *shōjo*, intesa quale condizione esistenziale a metà strada tra la pubertà e il momento del matrimonio, emerge come entità sociale. Questa nuova figura dall'identità fluttuante affiora in seguito alla ridistribuzione dei ruoli sociali fra i sessi e all'istituzionalizzazione del sistema educativo, che contribuiscono a separare le ragazze in età adolescenziale dalla sfera del lavoro e della sessualità adulta. Il periodo dell'adolescenza subisce così un prolungamento, dettato dalla dilatazione della fase educativa, finalizzata a far acquisire alle ragazze maggior maturità e consapevolezza prima del matrimonio. “A segnare l'ascesa della *shōjo* quale soggetto sociale attivo nei processi di consumo della nuova cultura di massa”<sup>31</sup> è il boom economico della Prima Guerra Mondiale, in seguito al quale iniziano a emergere le prime forme di espressione culturale e artistica prettamente *shōjo*.

Fino alla Seconda Guerra Mondiale, la *shōjo bunka* continua a configurarsi come un fenomeno che riflette il progetto formativo dell'autorità patriarcale. Tuttavia proprio in quegli anni la cultura giovanile femminile inizia a generare i primi effetti “devianti”, che permettono alle ragazze giapponesi di sperimentare nuove identità e riappropriarsi della propria libertà individuale. Nei primi anni Sessanta, la *shōjo bunka* mantiene ancora un impianto prevalentemente paternalistico, orientato verso l'ideale conservativo della giovane donna, espressione della purezza, della rettitudine e della bellezza, il cui obiettivo finale è quello di sposarsi e occupare il proprio ruolo nella società. Malgrado ciò, all'interno di questa dimensione culturale iniziano a emergere linee di pensiero più radicali e anticonformiste,



soprattutto in seguito alla comparsa di un nuovo medium espressivo: lo *shōjo manga*.

Il primo *manga* pensato esclusivamente per un pubblico di ragazze è *Ribon no kishi* (Il cavaliere infiocchettato<sup>32</sup>), pubblicato nel 1953 e creato da Osamu Tezuka, conosciuto anche come "il Dio dei *manga*". Il fumetto narra la storia di una principessa europea cresciuta come un maschio, poiché la coppia regnante necessitava di un erede. "Nel corso della vicenda l'eroe/ina cambia abbigliamento (e 'gender') infinite volte, finché emergerà alla fine, inequivocabilmente, come una donna, con tanto di incontro conclusivo con il bel principe"<sup>33</sup>. A partire da *Ribon no kishi* diviene sempre più rilevante nel contesto degli *shōjo manga* il tema del travestitismo, riproposto anche nel 1972 dal famosissimo *manga/anime Berusaiyu no bara* (La rosa di Versailles<sup>34</sup>) di Riyoko Ikeda. L'ambiguità sessuale trattata in questi fumetti rispecchia la condizione della *shōjo*, ovvero quella di "donna a metà", ed è emblematica delle difficoltà che qualsiasi ragazza deve affrontare per acquisire una piena identità di genere, la quale non implica necessariamente l'allineamento ai valori tradizionali e agli ideali dell'autorità patriarcale nipponica.

L'avvento del romanticismo *shōjo*, espresso principalmente dalle storie d'amore narrate nei *manga*, e l'estetica del *cute* occidentale sono gli ingredienti principali del *kawaii*, che dagli anni Sessanta diventerà sempre più il linguaggio ufficiale della *shōjo bunka*, formando con essa un unicum inscindibile. Il primo effetto di questa nuova miscela culturale dell'ultracarino è la presa di potere da parte delle giovani donne della loro stessa cultura. Nascono in quegli anni le prime riviste settimanali di *shōjo manga*, in cui per la prima volta si lascia spazio a *mangaka* donne, fino a quel momento quasi del tutto assenti nel mondo fumettistico. Il forte afflusso di autrici di sesso femminile, riunite nel "gruppo 1949", denominato così sulla base dell'anno di nascita di molte di loro, ha segnato una rivoluzione nel mondo degli *shōjo manga*, introducendo nuovi generi, stili e contenuti e affrontando anche temi più maturi e sessualmente espliciti.

Questa nuova generazione di *mangaka* utilizza i fumetti come veicolo privilegiato per riflettere le tensioni politiche e sociali degli anni a cavallo tra il 1960 e il 1970. Emergono così anche in ambito *shōjo* “il rifiuto del sistema, la sfiducia nella società degli adulti, divenuta improvvisamente sinonimo di corruzione, bugie, compromessi, soffocamento della libertà e della spontaneità”<sup>35</sup>, configurati come una resistenza simbolica che “assume varie forme e che la nascente società consumistica postmoderna sarà rapida ad inglobare e rilanciare”<sup>36</sup>. È in seguito a queste dinamiche che negli anni Settanta esplose il *kawaii* in tutte le sue forme, dall'abbigliamento provocatorio nella sua estremizzata “innocenza” al mercato di *fanshi guzzu*. In questi termini,

l'orientamento verso il *kawaii*, lungi dall'esprimere una separazione dalla sessualità [...] costituiva originariamente una sorta di manifesto socioculturale giovanile tendente a rovesciare deliberatamente i codici della cultura ufficiali secondo cui l'adulto è maturo e il bambino immaturo: lo scopo era quello di divenire sessualmente attraenti pur restando bambini.<sup>37</sup>

Negli anni Ottanta, quando la cultura giovanile femminile permeata dall'estetica *kawaii* raggiunge la massima diffusione in Giappone, all'interno di un attacco morale generalizzato contro le nuove generazioni, iniziano ad essere mosse le prime critiche nei confronti delle ragazze giapponesi, accusate di immaturità, egoismo, “Complesso di Cenerentola” e “moratoria”. Per quanto considerata dall'opinione pubblica nipponica una forma preoccupante di regressione infantile e di fuga dal reale, in realtà la moda del *kawaii* esprime soprattutto un rifiuto e una provocazione nei confronti della società, allo stesso modo di altre sottoculture occidentali più marcatamente politicizzate o aggressive, come per esempio il punk. La riluttanza da parte delle *shōjo* ad assumere i ruoli e le identità che la società giapponese ha già predisposto per loro, non deve essere interpretata come sintomo di un'immaturità generalizzata, quanto piuttosto come segnale di una crisi culturale e di valori

di più ampia portata, che dall'universo femminile si è espansa sempre più in direzione di quello maschile.

Infatti, negli stessi anni in cui la *shōjo bunka* si tinge di *kawaii*, si riscontra un interesse sempre crescente del pubblico maschile per i prodotti e le mode destinate alle ragazze. La *shōjo* diventa così un'identità feticizzata verso cui tendere anche per i giovani maschi, che assumono come modello ideale quello del *bishōnen*, figura maschile omosessuale o asessuata, dai tratti femminili e dalla pelle immacolata, simbolo della purezza, dell'innocenza e del candore androgino dell'infanzia. Per raggiungere questo prototipo, i ragazzi *kawaii* si truccano con cosmetici dalle tinte pallide e si depilano regolarmente tutto il corpo. Inoltre anche il loro atteggiamento cambia drasticamente, allontanandosi sempre più dall'ideale dell'uomo virile:

sono deliberatamente scemi, dolci, melliflui. Il loro sguardo, specie di fronte alle ragazze, è impostato sul modello dei personaggi dei fumetti: occhi lucidi e grandi [...]. Si vestono come bambole, come pupazzi, e dalle coetanee cercano coccole, relazioni materne più che sessuali. Sono facili alle lacrime.<sup>38</sup>

In concomitanza con queste forme di appropriazione della cultura femminile da parte delle nuove generazioni maschili, negli ultimi anni si è assistito anche allo sviluppo e alla diffusione di una "anomalia", che costituisce l'altro risvolto della medaglia dell'interesse maschile per la *shōjo bunka* ed è interpretabile, al pari dell'estetica *kawaii*, come indice di una regressione infantile delle nuove generazioni del Giappone postbellico. Si tratta del "Complesso di Lolita"<sup>39</sup>, in giapponese detto *lolicom* o *rorikon*, che oltre a portare alla nascita di una vera e propria moda nel campo dell'abbigliamento femminile, caratterizza anche un filone ben preciso all'interno dei prodotti di intrattenimento di massa, consumati generalmente dal pubblico maschile appartenente alla sottocultura *otaku*.

Il "Complesso di Lolita", non diversamente dalla "Sindrome di Peter Pan" o dal "Complesso di Cenerentola", è la manifestazione di un malessere sociale che sfocia in un atteggiamento di chiusura nei confronti della realtà adulta, ma è anche un

disturbo dell'identità sessuale determinato dall'incapacità dei giovani maschi di rapportarsi alle ragazze coetanee, inducendoli a sviluppare una forte attrazione per le bambine più piccole, o più in generale per figure femminili che incarnano tratti infantili e innocenti.

Per questa ragione, la diffusione di questo disturbo psichico ha portato allo sviluppo di una moda alla "Lolita", uno stile composito che preleva alcuni elementi stereotipici del vestiario femminile vittoriano, come merletti e nastri, e al contempo cerca di imitare un abbigliamento fintamente infantile-adolescenziale, a partire dal modello delle uniformi scolastiche, a cui vengono sommati sia elementi tipicamente *kawaii*, come colori pastello e fiocchetti, sia componenti che imprimono un carattere marcatamente sensuale ed erotico, come calze autoreggenti e gonne cortissime.

Oltre ad essere direttamente collegata all'estetica *kawaii*, la moda "Lolita" "appare spesso in *manga* e *anime* in cui adolescenti dagli occhioni sognanti vengono ritratte con strati di sottovesti di pizzo, larghe gonne a balze, nastri e fiocchetti e boccoli lunghissimi tenuti spesso in codini o adornati con coroncine e cuffiette"<sup>40</sup>. Questa tipologia di personaggi, che incarnano "la dicotomia tra sessuale e infantile che caratterizza l'ossessione della società giapponese"<sup>41</sup>, contraddistingue i prodotti di intrattenimento *rorikon*, un sottogenere legato in parte agli *shōjo manga*, ma intenzionalmente destinato a un pubblico maschile. La matrice stilistica da cui deriva questo genere è la stessa di cui erano state pioniere le prime autrici femminili di *manga* per ragazze e bambine, tuttavia, per incontrare il gusto *otaku* maschile, successivamente viene connotata da aspetti più o meno velatamente erotici, fino ad arrivare, nei casi più estremi, a essere apertamente pornografici.

Il genere *rorikon* è la manifestazione della diffusione ad ampio raggio del "Complesso di Lolita" e rispecchia in tutte le sue peculiarità la tendenza maschile a rifugiarsi in una dimensione fittizia in cui la controparte femminile è remissiva e vulnerabile, e dunque incapace di avversare l'uomo a prescindere dal suo grado di insicurezza o inesperienza. Ciò si riscontra in modo evidente in questi specifici *manga* e *anime*, dove vengono

espressi i risentimenti e i rancori dell'uomo nei confronti della donna, sempre meno inquadrabile in un ruolo di subordinazione impostole dalla società tradizionale nipponica. La perdita di virilità dell'uomo giapponese contemporaneo è infatti direttamente proporzionale al desiderio della donna di emanciparsi. Di conseguenza, per colmare questo sentimento di castrazione figurata, "che stimola nell'uomo giapponese paura e desiderio, passività e aggressività nei confronti della donna"<sup>42</sup>, paradossalmente si riscontra un interesse feticistico e morboso da parte della popolazione maschile, con gusti e interessi tipici da *otaku*, per la *shōjo bunka* e per i suoi prodotti derivati, in cui la figura della *shōjo* diventa innanzitutto "un'immagine da consumare, metaforicamente o meno, in uno scenario in cui la femminilità desiderabile è definita in funzione dell'età"<sup>43</sup>.

Il fatto che giovani maschi consumino prodotti culturali originariamente pensati per ragazze, seppur sessualizzandone i contenuti, rientra per certi versi in quel processo di "shōjizzazione", individuato dall'antropologo Eiji Ōtsuka, secondo cui la società giapponese, "che sente minacciata la sua autorità prettamente maschilista, a favore di una diffusa femminilità, vista responsabile delle cadute di equilibrio e moralità"<sup>44</sup>, sta ormai soccombendo definitivamente alla presa di potere del femminile e dell'infantile, di cui l'estetica e lo stile di vita *kawaii* sono il simbolo più eclatante.

### **Generazione *otaku***

Per quanto fiocchi, pizzi, merletti e gadget dal sapore infantile costituiscano "una sorta di maschera per la gioventù giapponese contemporanea dietro la quale nascondere un profondo senso di malessere"<sup>45</sup>, il *kawaii* non è l'unica forma di evasione che si sviluppa nel Giappone postbellico in risposta a una società i cui valori sono dichiaratamente in crisi e a cui le nuove generazioni sentono sempre meno di appartenere. Infatti, proprio negli stessi anni, in relazione all'importanza crescente attribuita a *manga* e *anime* nella cultura di massa e al dominio indiscusso esercitato dall'estetica *kawaii*, prende forma il fenomeno socioculturale che più di tutti, oltre a esercitare una

vastissima influenza sui consumi e sulle forme d'espressione artistiche del Giappone, ha contribuito in modo determinante alla divulgazione dell'immaginario nipponico contemporaneo dentro e fuori i confini nazionali: la sottocultura *otaku*.

Un testo che gioca un ruolo cardine nello sviscerare le peculiarità della sottocultura *otaku* è il saggio intitolato *Dôbutsuka suru posutomodan. Otaku kara mita Nihon shakai*<sup>46</sup> del critico e filosofo Hiroki Azuma, pubblicato per la prima volta nel 2001. Edito in un primo momento solo in Giappone, in seguito il libro viene divulgato anche in Corea del Sud (2006), Francia (2008), Stati Uniti (2009) e infine in Italia (2010). Non è un caso che le nazioni in cui il testo è stato tradotto siano proprio queste: infatti si tratta dei principali mercati nazionali, oltre al Giappone, per i fumetti, l'animazione, i videogiochi e altre forme affini "Made in Japan", che costituiscono nella loro totalità la massa comprensiva degli interessi che accomunano la maggior parte degli *otaku* e al contempo molte altre comunità di appassionati ormai sparse a macchia d'olio sul territorio globale.

Il saggio di Azuma tratta in modo chiaro e analitico la sottocultura *otaku*, una tematica che solo di recente è divenuta argomento di studi e di approfondimenti e che in questo caso specifico viene scomposta dal filosofo giapponese al fine di dimostrare le proprie tesi sulla postmodernità<sup>47</sup>. Azuma presenta dunque uno studio su una cultura settoriale tipica del Giappone non fine a se stesso, ma piuttosto con l'obiettivo di esplicitare quelle che secondo lui sono le tendenze generali del postmodernismo a livello mondiale<sup>48</sup>. Il risultato è un libro in cui Hiroki Azuma utilizza degli strumenti "alti", quelli della filosofia, per analizzare un fenomeno "basso", quello della subcultura, nello specifico quella *otaku*, sovraesposta aggressivamente dai mass media e dal mercato consumistico, ma al contempo denigrata dall'opinione pubblica dominante. Forse proprio per questa ragione il volume si è rivelato da subito un vero e proprio caso editoriale, che da trattato filosofico specialistico si è trasformato in un successo di massa alla portata di tutti.

Il concetto di *otaku* inizia a essere divulgato dai mass media a partire dagli anni Ottanta, raggiungendo negli anni successivi una diffusione tale da rendere noti a chiunque i termini gene-

rali e le caratteristiche peculiari di questa sottocultura. Il termine indica nella maggioranza dei casi persone, soprattutto di genere maschile<sup>49</sup>, appassionate di alcuni prodotti dell'intrattenimento di massa nipponico: *manga*, *anime*, videogiochi, romanzi-gioco<sup>50</sup>, modellini in scala e statuette ritraenti ambientazioni e personaggi resi famosi e iconici dalle forme di svago elencate in precedenza. Ad oggi il termine ha esteso notevolmente il proprio significato, includendo anche gli individui che collezionano in modo compulsivo qualsiasi genere di cimelio o feticcio.

Nel definire gli *otaku* come appartenenti a una subcultura, Hiroki Azuma non sottintende alcuna accezione dispregiativa o denigratoria, ma piuttosto fa riferimento a un'area specifica dei *cultural studies* che analizza determinate comunità e i relativi codici di espressione. Questi codici in genere scaturiscono dalla ricezione, rielaborazione e consumo di svariate forme culturali e di intrattenimento e si declinano successivamente a seconda dell'espressività personale dell'individuo, ma soprattutto della sua volontà di affermare la propria identità, che sia politica, di genere, di classe oppure generazionale<sup>51</sup>. Inoltre, prendendo in esame gli *otaku*, Azuma non intende riferirsi a loro come singoli individui, ma piuttosto in quanto gruppo culturale da considerarsi nella sua interezza, i cui tratti generali e le cui condotte di consumo, orientate da una peculiare interpretazione del mondo, possono contribuire al dibattito sulla post-modernità.

Malgrado la parola *otaku* sia ormai globalmente diffusa e ordinariamente adottata dagli appassionati di animazione e fumetti giapponesi per autodefinirsi in quanto tali, in Giappone l'accezione del vocabolo non si limita solo a includere coloro che amano e collezionano *anime*, *manga*, videogiochi, romanzi-gioco per computer e modellini. Per comprendere meglio in cosa consista questa particolare tanto quanto divulgata subcultura, è necessario ripercorrere a ritroso la storia del termine *otaku* e giungere alle sue origini.

La parola *otaku*, in riferimento a un determinato gruppo culturale giapponese, viene introdotto consapevolmente per la prima volta negli anni Ottanta dal giornalista Akio Nakamori<sup>52</sup>.

Sulla rivista amatoriale *Tokyo otona club*, che dal 1982 pubblicava fumetti a carattere erotico e articoli sulla cultura *manga*, Nakamori spiega cosa si intende per *otaku*, elencandone alcune caratteristiche utili a identificare coloro a cui è corretto riferirsi utilizzando questo termine. Attraverso tre espressioni che ne facevano uso, Nakamori esplicita altrettante dimensioni fondamentali della sottocultura *otaku*: i membri sono perlopiù di sesso maschile, *otaku seishōnen*; costituiscono una nuova tribaltà, *otaku zoku*; e sono una vera e propria generazione, *otaku seidai*. Dopo questa prima divulgazione dell'accezione specifica del termine, il giornalista nipponico tra 1983 e 1984 approfondisce ulteriormente il tema con nuove argomentazioni, pubblicando sulla rivista amatoriale *Manga burikko* una serie di articoli intitolata *Otaku no kenkyū*, che influenzerà in modo determinante gli studi sociologici e antropologici dedicati a questa categoria culturale.

Dal punto di vista letterale invece, "otaku" significa "presso la vostra casa" ed è un modo comune per dare del voi a qualcuno che non si conosce approfonditamente. Nel caso degli *otaku* la formula di deferenza del voi acquisisce carattere ironico, poiché cessa di indicare una forma di rispetto e assume l'accezione di una presa di distanza, volta a conservare la propria individualità e specificità. Alla metà degli anni Ottanta, la scrittrice di fantascienza Motoko Arai pubblicò un libro nel quale si rivolgeva ai lettori con la formula *otaku*, contribuendo ad accrescere la popolarità del termine. Tuttavia a sancire il successo definitivo della formula è stato un film in due parti intitolato *Otaku no video* (1991), in cui vengono narrate le vicende di un gruppo di appassionati di *anime* e *manga*, sotto forma di finto documentario con un fondo di verità, incentrato sulla nascita della cultura *otaku* e sul suo parziale debito nei confronti dell'attività creativa dello studio di animazione Gai-nax<sup>53</sup>

Un'altra ipotesi degna di nota sulla popolarizzazione del termine è quella riportata da Takashi Murakami nel suo saggio *Impotence culture – anime* (2001)<sup>54</sup>, dove asserisce che "otaku" deriverebbe dalla formula di rispetto che i due autori di *anime* Shōji Kawamori e Haruhiko Mikimoto utilizzavano in alternativa



alla più colloquiale "anata"<sup>55</sup> tra di loro e con i colleghi nella loro società di animazione, lo Studio Nue. Kawamori e Mikimoto erano soliti rivolgersi con il termine "otaku" per dare del voi probabilmente anche a causa del loro retaggio culturale, dal momento che entrambi avevano studiato presso l'Università Keio, una delle più prestigiose del Giappone. Secondo l'artista giapponese, la formula si sarebbe conseguentemente diffusa tra i fan dello Studio Nue e poi attraverso le fiere del fumetto sarebbe stata trasmessa anche ad altri appassionati del settore. Inoltre, la diffusione del termine viene ulteriormente associata ai due *animator* per via all'uso frequente che ne fa il protagonista maschile di *Macross*<sup>56</sup>, una delle più famose serie televisive *anime* prodotte dallo Studio Nue. A partire dalla tesi di Azuma infatti, molti studiosi ritengono che sia stata "la passione maniacale per *Macross* a inaugurare la nuova modalità di consumo di tipo prettamente otaku, più pedantemente attenta ai molti particolari tecnici e stilistici che non al godimento delle storie prese nel loro insieme"<sup>57</sup>.

Malgrado le origini del termine non siano necessariamente negative, in Giappone la parola "otaku" ha assunto un'accezione spregiativa. I membri di questa subcultura vengono rappresentati dai mass media come individui socialmente isolati, generalmente rinchiusi nella loro stanza<sup>58</sup>, la quale prende le sembianze di un magazzino multimediale che include collezioni e raccolte nei confronti delle quali l'*otaku* sviluppa un rapporto viscerale con tendenze accumulative: "non sono infatti le collezioni di manga, videogiochi o anime che determinano l'essere otaku: è l'ossessione classificatoria in sé che dà loro vita."<sup>59</sup>. Questo genere di compulsività non si limita solo all'accumulo sistematico di oggetti, ma si spinge fino all'apprendimento mnemonico di categorie di dati di ogni genere; proprio per questa ragione Azuma nel suo saggio li definisce più volte "animali accumuladati".

In generale si può affermare che gli *otaku* consistano in un gruppo *underground*, inteso nell'accezione di "nascosto", ma al contempo capace di integrarsi al sistema piuttosto che opporvisi. Per quanto spesso visti con sospetto, gli *otaku* sono "un ingranaggio di un sistema capitalistico e consumistico perfet-

tamente oliato, che ufficialmente rinnega e deplora quelli che di fatto sono elementi di autoriproduzione e avanzamento del sistema stesso"<sup>60</sup>. Non a caso uno dei catalizzatori della cultura *otaku* negli anni Ottanta è stata proprio la *big baburu*, ovvero la grande bolla giapponese, un periodo di fiorente prosperità economica durato dal 1985 e il 1991 e ricordato come la più grande concentrazione di ricchezza nella storia del mondo. Alcuni fatti tragici e alcune tendenze preoccupanti che prendono piede negli anni Novanta sono direttamente connessi alla diffusione in quel periodo eccezionale e illusorio di "un'umanità fissata sui consumi voluttuari e disillusa dai grandi temi politici"<sup>61</sup>. Alla luce di questo contesto, tali fenomeni anomali e allarmanti sono interpretabili come gli effetti di una crisi generale della società giapponese ormai inarrestabile. Emblematici di questo delicato momento storico sono alcuni fatti di cronaca che hanno scosso il Giappone di quegli anni e che vengono presi in considerazione da Azuma nella sua dissertazione, poiché ricollegati dai mass media alla subcultura *otaku*. Nel 1989, quando la divulgazione presso il grande pubblico del termine *otaku* è ancora piuttosto limitata, scoppia sulla stampa e sulla televisione il caso di Tsutomu Miyazaki. Nell'estate di quell'anno la polizia venne a conoscenza di una terribile serie di rapimenti, mutilazioni e omicidi perpetrati fra il 1988 e il 1989 dal ventiseienne giapponese nei confronti di quattro bambine, dall'età compresa tra quattro e sette anni. Miyazaki, arrestato poiché colto in flagrante mentre nel tentativo di molestare un'altra bambina, venne in un primo momento arrestato per l'omicidio di una sola delle giovani vittime. Le indagini successive hanno poi condotto alla scabrosa scoperta di altri tre omicidi di bambine, tutte orrendamente smembrate. Come rivelato successivamente, "Miyazaki molestava, uccideva e faceva a pezzi le sue vittime spinto, come confesserà lui stesso, da 'desideri necrofilici'"<sup>62</sup>. In aggiunta l'omicida era solito spedire alle famiglie delle vittime dei frammenti ossei accompagnati da brevi note nelle quali si firmava con uno pseudonimo femminile. Durante le ricerche nella casa del serial killer gli inquirenti trovarono, oltre ad apparecchiature tecnologiche avanzate per produrre video e a un fornitissimo

arsenale elettronico e informatico, una collezione imponente di *manga* e più di seimila videocassette a contenuto horror, splatter ed eroto-pornografico. A esse Miyazaki aveva aggiunto le registrazioni digitalizzate delle sevizie subite per mano sua dalle sue vittime.

Essendo molti di questi elementi<sup>63</sup> appannaggio degli appartenenti della nuova subcultura *otaku*, questi ritrovamenti si rivelarono sufficienti per identificare Miyazaki come *otakuzoku*, parola che descrive giovani di sesso maschile dalla personalità introversa, appassionati di videogiochi, tecnologia e *manga*. Questo "abbinamento fra l'*otakuità* e le tendenze criminose si rivelò per la stampa un facile sillogismo e il termine, sulla scia di quei delitti, divenne presso ampie fasce dell'opinione pubblica sinonimo di potenziale omicida"<sup>64</sup>, finendo per essere associato alla devianza sociale e alla perversione.

Le prime teorie sull'*otaku-killer*, nome affibbiato a Tsutomu Miyazaki dai mass media, si focalizzano sul rapporto tra genitori e figli e sulle continue pressioni al matrimonio come possibile causa di stress. A questo possibili moventi si aggiunge il fatto che l'omicida era nato con una malformazione alle mani, problematica che aveva sicuramente contribuito ad arrecargli difficoltà di inserimento nella società. Secondo un procedimento induttivo, "nel corso del processo, altamente spettacolarizzato e seguitissimo dal pubblico giapponese, l'impianto retorico della difesa punta a trasformare il caso Miyazaki in un caso generazionale"<sup>65</sup>. Di conseguenza, il processo stesso si trasforma in una riflessione allargata sulla crisi generalizzata adottata nei giovani della società consumistica contemporanea.

Il vuoto morale della scena postmoderna, la disgregazione delle strutture sociali tradizionali, l'erotizzazione della figura della *shōjo*, la "loli-ta", sempre più al centro delle fantasie nipponiche contemporanee, la proliferazione di immagini e beni di consumo assolutamente gratuiti, intesi a stimolare ma mai a saziare la spirale dei desideri – vengono ad essere, sul piano del dibattito processuale come nel discorso dei media, i grandi temi trascinati sul banco degli imputati.<sup>66</sup>

Il caso dell'*otaku-killer* sembra dunque essere un concentrato, portato alle estreme conseguenze, di tutti gli elementi che caratterizzano la gioventù in crisi del Giappone postmoderno: "il rifiuto di crescere, il 'complesso di Lolita', il profilo dell'*otaku*, il 'disturbo dell'identità sessuale', la morfologia stessa dei delitti, ricalcata sull'impostazione classica di un manga o di uno splatter-movie"<sup>67</sup>. Tuttavia nel dibattito emergono anche posizioni controcorrente, come quella di Eiji Ōtsuka, antropologo giapponese conosciuto per i suoi studi sulla *shōjo bunka*<sup>68</sup>, ovvero la cultura adolescenziale femminile, e sul concetto più generale della sessualità *shōjo*<sup>69</sup>, intesa come "soggettività simbolica dominante dello scenario contemporaneo"<sup>70</sup>.

Dopo il caso Miyazaki e l'associazione semantica operata dai media, molti appassionati di *manga* e *anime* tentarono di modificare il termine prendendo le distanze dall'accezione dispregiativa acquisita in seguito ai fatti di cronaca nera del 1989. L'adozione della parola "*otakki*" in sostituzione a *otaku* "fu il primo passo di un tentativo di progressiva emancipazione degli *otaku* alla ricerca di un'immagine pubblica più brillante e integrata in società."<sup>71</sup>, a cui è seguita la pubblicazione di *manga* come *Genshiken* o *Densha otoko*, dove vengono narrate le vicende di un gruppo di *otaku* normalizzati e perfettamente integrati nella società.

Il secondo fatto di cronaca, strettamente legato alla crisi identitaria della gioventù giapponese e al contempo al forte ascendente esercitato dall'immaginario *otaku*, è l'attentato con il gas sarin nella metropolitana di Tokyo<sup>72</sup>, avvenuto il 20 marzo 1995 per mano della setta religiosa Aum, capeggiata dal guru Asahara Shoko. Si tratta in questo caso di un atto di terrorismo organizzato che ha come intento finale quello di scatenare l'Armageddon, attraverso una struttura paramilitare e mezzi di distruzione di massa. Il dibattito che ha preso piede in Giappone in seguito a questo avvenimento si è focalizzato nuovamente sull'universo giovanile.

A partire agli anni Ottanta in Giappone si è assistito al "terzo risveglio religioso", ovvero alla diffusione a macchia d'olio di fenomeni quali occultismo, millenarismo e sette religiose. Secondo gli studiosi, i momenti di fioritura delle religioni sono da

collocarsi nei periodi di transizione storica, vissuti come la fine del mondo conosciuto. Anche questo “terzo risveglio religioso” è da collocarsi in questo contesto, in quanto specchio delle inquietudini dettate dalla transizione al sistema sociale ed economico postindustriale. I protagonisti di tale fenomeno religioso sono da ricercarsi soprattutto tra i giovani, infatti nel caso specifico della setta Aum l'età media dei discepoli verte attorno ai venticinque anni. Uno dei fattori più preoccupanti è la provenienza di molti adepti dalle facoltà scientifiche delle università più prestigiose del Giappone, dove teoricamente si forma la futura classe dirigente della nazione. Ciò ha provocato sconcerto e grande inquietudine, dal momento che le istituzioni accademiche, contrariamente a quanto auspicato, in realtà istruivano giovani dediti alla distruzione sistematica del Giappone e della sua società, “al servizio di un millenarismo che prometteva il dono della levitazione e altre ricette magiche per sfuggire all'apocalisse imminente”<sup>73</sup>. Le analisi sociologiche hanno portato alla conclusione che la setta riflette in tutte le sue caratteristiche strutturali e contenutistiche il diffuso malessere sociale, dettato dallo squilibrio fra la ricchezza materiale e le aspirazioni spirituali dei giovani, la cui origine primaria va ricercata nel sistema educativo, che riduce i giovani ad automi insensibili, privi di empatia e di capacità introspettiva o critica; e dunque incapaci di scindere obiettivamente la realtà dalle fantasie narrate in *manga* e *anime* di impronta fantascientifica.

Come sottolineato più volte, *manga* e *anime* costituiscono i principali prodotti culturali consumati dagli *otaku*. Al fine di comprendere pienamente le peculiarità di questa sottocultura, oltre che dal punto di vista terminologico, anche da quello socio-antropologico, è importante distinguere le tre generazioni che hanno contribuito alla nascita e allo sviluppo del fenomeno *otaku*. Come afferma Azuma:

La prima corrisponde a una popolazione di giapponesi nati intorno agli anni Sessanta, i quali hanno visto alla televisione, da bambini o da ragazzi, serie d'animazione come *Corazzata spaziale Yamato*, *Gundam* e tante altre. La seconda corrisponde a una popolazione di

giapponesi nati all'inizio degli anni Settanta i quali, a partire dai dieci anni circa, hanno potuto godere della cultura otaku al suo massimo splendore, avviata e sviluppata dalla generazione precedente. La terza è nata negli anni Ottanta e studiava alla scuola media o al liceo al momento in cui la citata serie *Evangelion* era in voga.<sup>74</sup>

Nella sua analisi, Hiroki Azuma prende in considerazione gli *otaku* di terza generazione, i cui gusti sono maggiormente legati al mondo informatico e alla produzione di immagini digitali. La sua scelta è vincolata dalla volontà di esplicitare il collegamento tra la subcultura *otaku* e l'epoca postmoderna, individuata nel periodo successivo all'Esposizione Universale di Osaka del 1970. Per corroborare la sua tesi, Azuma applica un punto di vista ideologico particolare: il postmodernismo. "Fondato su una mistura di strutturalismo, marxismo, analisi della società dei consumi e teoria critica"<sup>75</sup>, il postmodernismo si diffonde ampiamente in Giappone con il nome di *nyū akademizumu* (nuovo accademismo). Questa teoria complessa e articolata, diviene una vera e propria moda mediatica, poiché nasce in relazione al nazionalismo giapponese degli anni Ottanta, reazione alla perdita generalizzata dei valori e delle tradizioni autoctone, e al contempo si allinea all'ideale del Giappone come nazione all'avanguardia, in grado di integrare agevolmente "l'alta tecnologia con lo sviluppo della società dei consumi"<sup>76</sup>.

Nell'elaborare la teoria del *nyū akademizumu*, i postmodernisti giapponesi di quel periodo si riferiscono al filosofo francese Alexandre Kojève, conosciuto per aver concettualizzato la società postmoderna contrapponendo due forme di organizzazione sociale: il processo di "animalizzazione" della società, incarnato dal modello statunitense, e lo sviluppo di una società "snobistica", quella giapponese. Sulla base di questa classificazione Kojève aveva previsto un processo di snobismo in grado di prevalere su quello di animalizzazione. La grande prosperità economica che ha caratterizzato il Giappone tra gli anni Ottanta e Novanta, la *big baburu*, è stata considerata dai postmodernisti giapponesi la conferma della previsione puramente speculativa del filosofo francese. Ciò ha portato a

una "tendenza a reputare che il Giappone avesse battuto l'America", come se si trattasse di una sorta di rivincita postbellica. Tuttavia, nel discorso di Azuma non si ripropone una conferma di questa dinamica, quanto piuttosto la dimostrazione che all'interno della subcultura *otaku*, considerata legittima erede della cultura giapponese, si trovino tanto processi di snobismo, quanto processi di animalizzazione, risollevando il problema dell'influenza esercitata dal "Made in USA" sul "Made in Japan".

Analizzando il rapporto tra la cultura *otaku* e la struttura della società postmoderna, l'autore approfondisce l'esistenza delle "opere derivate" in ambito *otaku*. "Il termine concerne i diversi prodotti – come le riviste amatoriali, i giochi, le statuette in vinile ecc. – costituenti reinterpretazioni, sovente a carattere erotico di opere originali: manga, anime, giochi elettronici"<sup>77</sup>. Questi prodotti derivati, acquistati presso il *Comiket*<sup>78</sup> o altre fiere del fumetto, costituiscono di fatto un mercato per appassionati che è considerevolmente cresciuto, trasformandosi in un "polo essenziale della cultura *otaku*"<sup>79</sup>. Il valore attribuito a queste opere derivate è la riprova dell'evoluzione dell'industria culturale secondo il pensiero di Jean Baudrillard; infatti i prodotti che gli *otaku* consumano non sono altro che "simulacri", nell'accezione intesa dal filosofo francese. Proprio secondo questo meccanismo, per cui la distinzione netta tra originale e copia si attenua in favore dell'emergere del simulacro,

nella cultura *otaku*, persino un'opera considerata originale può sovente essere costruita da disegni e da citazioni tratti da opere precedenti. Le opere sono spesso prodotte senza che gli eventuali riferimenti siano resi espliciti. Sin dall'inizio possono cioè essere simulacri di opere preesistenti. Si giunge quindi a produrre e a consumare simulacri di simulacri, e così via. L'opera di tipo *otaku*, a differenza dell'opera moderna, non è dunque la creazione di un artista definito, poiché nasce all'interno di una catena costituita da vari e successivi plagi e imitazioni.<sup>80</sup>

Questa tendenza a consumare ossessivamente simulacri, oltre a essere dettata da un attaccamento morboso degli *otaku* nei confronti di determinati personaggi e scenari fittizi, ripropo-

sti in diverse varianti e diversi contesti dalle opere derivate, ha contribuito a consolidare l'idea semplicistica che gli *otaku* siano persone assolutamente incapaci di vivere nella realtà e che a causa di questa condizione propendano a favorire costruzioni immaginarie. Come afferma più volte Azuma, in realtà la decisione di rifuggire dalla realtà sociale è pienamente consapevole e contrariamente a quanto si possa pensare non esclude in alcun modo la socializzazione, bensì esprime la necessità di elaborare nuovi valori sociali, rinchiudendosi in comunità incentrate sui propri gusti personali, poiché i valori dominanti sono percepiti come disfunzionali. Questo meccanismo riflette un'altra caratteristica dell'età postmoderna, ovvero il "declino delle grandi narrazioni"<sup>81</sup> teorizzato da Jean-François Lyotard.

Nel saggio di Eiji Ōtsuka intitolato *Monogatari shōhiron*<sup>82</sup> (1989), che costituisce un punto di riferimento imprescindibile per Azuma, l'antropologo giapponese espone la "teoria del consumo di narrazioni", secondo la quale *anime*, *manga*, o qualsiasi altro prodotto affine, vengono consumati solo in quanto parti di una "grande narrazione". L'obiettivo ultimo dell'*otaku* è dunque quello di avvicinarsi il più possibile, ripetendo le proprie condotte di consumo, al quadro generale di una "grande narrazione". Perciò a essere consumato non è il prodotto specifico, quanto piuttosto il sistema che presumibilmente si cela dietro esso. Emerge così un consumo di "piccole narrazioni", intese quali elementi di costruzione per raffigurare *settei*<sup>83</sup>, o ambientazioni, finalizzato all'accesso a una "grande narrazione", ovvero "un'idea generale di *immagine/concezione* del mondo"<sup>84</sup>.

Il particolare andamento assunto dal consumo di narrazioni viene indentificato da Azuma come passaggio dal modello ad albero, tipico della rappresentazione moderna nel mondo, al modello dell'archivio di dati, o accumulativo, secondo cui attraversando lo strato superficiale fatto di "piccole narrazioni" non è più possibile trovare nello strato profondo alcun tipo di "grande narrazione" in cui riconoscersi, a causa della loro perdita di senso nell'epoca postmoderna. Di conseguenza, "lo strato superficiale non è determinato dallo strato profondo ma



può assumere ogni specie di forma secondo la lettura individuale di ciascun utente<sup>85</sup>. Per questo motivo nella cultura *otaku* qualsiasi opera viene apprezzata sulla base della qualità dell'archivio di dati, *settei*, che può di volta in volta essere declinato in modo diverso nelle opere derivate.

Con il declino delle "grandi narrazioni" si assiste in un primo momento all'ascesa delle finzioni quali loro surrogati delle ideologie, che nel caso degli *otaku* si basano su un complesso di ambientazioni e di concezioni del mondo, e infine al predominio delle "grandi non-narrazioni". Infatti le nuove generazioni "non hanno più bisogno di inventare una rappresentazione del mondo, seppure immaginaria, ispirata dalla loro subcultura"<sup>86</sup>. Si approda così a una nuova modalità di fruizione che gli *otaku* hanno ribattezzato come *kyara-moe*, ovvero un consumo che si fonda su sentimenti *moe* nei confronti di alcuni *kyara*<sup>87</sup>. In questo modo a essere consumati sono solo i dati legati alla struttura dell'opera, svincolati dalla vicenda narrata o dal messaggio di cui l'opera si fa portatrice. Emblematico di questo meccanismo è *Neon Genesis Evangelion*<sup>88</sup>, attraverso cui lo studio di animazione Gainax ha proposto una "grande non-narrazione", data dall'insieme di elementi frammentari, senza una trama unitaria, in modo da favorire libere interpretazioni, nonché lo sviluppo di opere derivate<sup>89</sup>.

In un mondo in cui l'elemento dominante è la multimedialità, lo sviluppo dei prodotti culturali di tipo *otaku* non segue più l'andamento classico secondo il quale il manga viene trasformato prima in *anime*, poi in prodotti correlati e infine in pubblicazioni amatoriali. Con la possibilità di produrre opere simultaneamente, diventa sempre più impossibile distinguere l'opera originale dai suoi derivati. Perciò l'unica vera distinzione che sussiste è quella tra archivi di dati, privi di qualsiasi impronta autoriale, e opere individuali in cui i *settai* vengono declinati, ovvero i simulacri.

Spesso è proprio a partire dalle icone commerciali, come per esempio le mascotte aziendali, che nascono delle narrazioni pensate successivamente come opzioni aggiuntive. Proprio per questo è necessario notare che l'assenza di un messaggio o di una storia viene sostituita da "un grande dispiegamento di

tecniche che mirano a intensificare la forza di attrazione moe del personaggio<sup>90</sup>, il quale assume importanza primaria nel contesto dei prodotti *otaku*. Le icone digitali attirano l'attenzione del pubblico poiché combinano tutte le caratteristiche peculiari dell'estetica *otaku*. Si tratta di elementi, come il completino da cameriera o i capelli appuntiti, che hanno tutti un'origine precisa nel mondo di *manga* e *anime* e che si sono evoluti come "“elementi di genere”, capaci di attrarre l'interesse dei consumatori”<sup>91</sup>. A Tokyo, nei negozi specializzati dei quartieri di Akihabara e Shinjuku, è immediata l'associazione tra la cultura contemporanea *otaku* e gli elementi *moe*.

La consapevolezza di questo processo ha portato alla generazione nel 1996 di un apposito motore di ricerca, *Tinami*, realizzato per e da utenti *otaku*, che permette, sulla base della ricerca di uno specifico elemento *moe*, come per esempio le orecchie da gatto, di trovare informazioni su personaggi dotati di tali caratteristiche e sulle opere di cui fanno parte. Questa tendenza fa sì che la singolarità di qualunque nuovo personaggio originale non esista se non come simulacro. Inoltre, dal momento che le persone, provando dei sentimenti *moe* nei confronti di personaggi fittizi o celebrità, hanno la tendenza a collezionare tutti i prodotti a essi collegati, "“a decidere il successo o l'insuccesso di un progetto non è la qualità del prodotto nel quale appare il personaggio, bensì un disegno e una costruzione del personaggio stesso capaci di suscitare sentimenti *moe* nel consumatore”<sup>92</sup>.

Sulla base di queste osservazioni, secondo Azuma si può affermare che il mercato culturale *otaku* si fonda su una struttura a doppio livello formata dai simulacri e dagli archivi di dati. Esserne consapevoli permette di comprendere che il fenomeno di sovrabbondanza dei simulacri nella cultura *otaku* non sottende alcun intento radicale. Solitamente gli autori di opere derivate

elaborano senza scrupoli parodie e omaggi delle opere originali. Le smontano e le rimescolano senza mai riflettere sul fatto che tale pratica potrebbe nuocere alle opere originali. Ma se l'autore se ne la-

mentasse essi tenderebbero a cessare immediatamente la loro produzione.<sup>93</sup>

Tenendo conto della struttura a doppio livello, risulta chiaro che per gli *otaku* opera originale e opere derivate sono considerate indistintamente dei simulacri, poiché il loro nucleo è da identificarsi in ogni caso nell'archivio di dati. Perciò per la sensibilità *otaku* la moltiplicazione dei prodotti derivati, per quanto possa violare un originale in quanto opera creativa, in realtà ne eleva esponenzialmente il valore.

La tesi argomentata finora da Hiroki Azuma, secondo cui nella cultura *otaku* le "grandi narrazioni" non sono più necessarie, si arricchisce di un'ulteriore sfumatura per certi versi contraddittoria. Infatti dopo il grande successo di *Neon Genesis Evangelion*, "quasi in contrapposizione al declino delle grandi narrazioni, è aumentato l'interesse per gli elementi drammatici nelle opere narrative"<sup>94</sup>. Si ritorna dunque a una predilezione per i racconti con trame ben articolate, in grado di emozionare il lettore, inducendolo a riflettere e stimolandolo dal punto di vista emotivo. Questa "apparente contraddizione rivela molto chiaramente l'elemento della soggettività quale fattore fondamentale del modello di consumo accumulativo"<sup>95</sup>.

A seguito degli sviluppi nel campo di internet e dell'informatica, nella cultura *otaku* degli anni Novanta hanno giocato un ruolo importante i *gyaru gē* o *bishōjo games*<sup>96</sup>. Apparsi per la prima volta nel 1982, si tratta di videogiochi destinati a un pubblico di maggiorenni la cui struttura base consiste nel conquistare uno o più personaggi femminili, all'interno di una varietà di situazioni narrative, per ottenere come compenso l'accesso a illustrazioni di carattere pornografico. Il successo dei romanzi-gioco ha contribuito enormemente alla nascita di numerose riproduzioni e prodotti derivati nell'ambito *otaku*, poiché la base di questo genere di intrattenimento rimane costituita da testi e disegni. Infatti, non diversamente dai *manga*, lo sviluppo dei romanzi-gioco è strettamente legato alla ricerca di testi emotivamente efficaci e coinvolgenti, uniti a immagini con elementi *moe*, con l'intento di stimolare l'utente all'identificazione e alla proiezione.

Prodotti con investimenti assai limitati e per computer di capacità modeste, i romanzi gioco, con il pretesto che sono dedicati a un pubblico adulto, non sono ancora stati oggetto di una reale attenzione dal punto di vista della qualità letteraria o grafica. Tuttavia proprio per questi motivi si sono in realtà sviluppati come un genere particolare nel quale si riflette nel modo migliore il profondo attaccamento dei consumatori otaku agli elementi *moe*; perciò negli ultimi anni il loro ruolo nella cultura otaku è divenuto particolarmente importante.<sup>97</sup>

Inoltre analizzando i romanzi-gioco è possibile cogliere le caratteristiche primarie del consumo accumulativo di archivi di dati, dominante nella cultura *otaku*. Alcuni giochi hanno perso il riferimento iniziale al fatto che si tratta di *bishōjo games*, dunque sono meno esplicitamente erotici e si focalizzano maggiormente sugli elementi di attrazione *moe*, creando un universo nuovo. Questo avviene perché "ciò che è valorizzato dai nuovi consumatori degli ultimi anni non è il tentativo del gioco di riprodurre il reale, ma piuttosto la capacità di saper combinare efficacemente elementi *moe* tratti dall'archivio di dati della subcultura"<sup>98</sup>.

Gli *otaku* non ricercano dunque una trama avvincente, intesa come "grande narrazione", quanto piuttosto la migliore combinazione di elementi *moe* in grado di provocare una risposta emotiva. Infatti i romanzi-gioco e i loro prodotti derivati, come per esempio i *mad movies*<sup>99</sup>, sono costituiti fondamentalmente da dati assemblati: le scene o le narrazioni che appaiono sullo strato superficiale, nello strato profondo non sono altro che l'associazione di frammenti privi di logica o significato. Se da un lato lo strato superficiale, costituito da elementi *moe*, deve soddisfare a sufficienza le esigenze emotive dell'utente, da quello profondo il consumatore si aspetta la possibilità di scomporre l'opera in unità elementari per integrarle in un archivio dati sulla base del quale ricostruire nuovi simulacri. Proprio questi fattori portano Azuma a credere che "la coesistenza dissociata fra il desiderio di piccole narrazioni al livello dei simulacri e il desiderio di grandi non-narrazioni al livello degli

archivi di dati siano ciò che caratterizza in generale la struttura dell'individuo nella postmodernità"<sup>100</sup>.

Presi in considerazione tutti gli aspetti analizzati in precedenza, Azuma giunge alla conclusione che, per quanto secondo Kojève la società del Giappone teoricamente rientri in un processo di snobismo, attualmente le modalità di consumo degli *otaku*, e di conseguenza dell'uomo postmoderno, possono essere piuttosto qualificate come animalesche o animalizzate. Il modello della società dei consumi americana, apparentemente sconfitta da quello giapponese, in realtà si è sviluppato ed esteso a livello globale. L'individuo postmoderno si trova infatti all'interno di una società consumistica in cui la distribuzione è controllata, standardizzata e mediatica, al fine di soddisfare i bisogni del consumatore il più rapidamente possibile. Non essendo più alla ricerca di alcun tipo di "grande narrazione", gli *otaku* contemporanei cercano unicamente combinazioni di elementi *moe* finalizzate a una soddisfazione emotiva, consumando continuamente prodotti che vengono poi rigettati e sostituiti e instaurando una vera e propria dipendenza ossessiva nei confronti dei simulacri.

La tendenza della società postmoderna è dunque quella di animalizzarsi, tuttavia nel caso degli *otaku* le attitudini animalesche non riguardano solo i prodotti, ma anche le relazioni sociali. Infatti le loro relazioni sociali non sono sostenute da necessità del mondo reale, ma al contrario sono legate all'interesse di raccogliere dati e informazioni puramente fittizie. Avendo la società contemporanea come obiettivo ultimo quello di soddisfare i propri bisogni e non essendo più concretamente necessario relazionarsi con gli altri per raggiungere questo obiettivo, "è apparso un nuovo genere di rapporti, che non sono fondati su necessità materiali ma unicamente sulla volontà individuale"<sup>101</sup>. Ciò ha portato ad un amplificato interesse per le "piccole narrazioni", le quali, in mancanza di una "grande narrazione", assumono il compito di dare un senso alla vita. Questo desiderio nei confronti dei simulacri può essere soddisfatto individualmente ed esprime l'incapacità di provare delle emozioni nella vita reale, che vengono ricercate nella finzione. La diretta conseguenza di queste logiche sociali è la

perdita di empatia, o comunanza di sentimenti, che invece caratterizza ampiamente l'età moderna.

Nel mondo postmoderno, rappresentato secondo il modello degli archivi di dati, una grande comunanza di sentimenti non è più possibile. Le produzioni culturali degli otaku odierni sono consumate per la maggior parte come strumenti di tale gestione animalesca.<sup>102</sup>

In conclusione, per definire il nuovo genere di essere umano postmoderno che emerge dalle osservazioni precedenti, Hiroki Azuma utilizza l'espressione "animale accumuladati". In un mondo duplice, fondato su una struttura a doppio livello, in cui al livello dei simulacri si assiste a un processo di animalizzazione e a quello degli archivi di dati si mantiene un'umanità fittizia e ridotta alla forma, all'"animale accumuladati" non resta che vivere, fluttuando in una dimensione in cui "piccole narrazioni" e "grandi non-narrazioni" sono slegate tra loro, "senza che sia possibile assegnare un significato all'esistenza di nessuno"<sup>103</sup>.

### **Influenza della sottocultura otaku sull'arte contemporanea: il Neo-Pop**

I fenomeni socioculturali analizzati nei paragrafi precedenti, dalla nascita di un immaginario collettivo fantastico, espresso principalmente attraverso forme di comunicazione di massa come *manga* e *anime*, allo sviluppo delle subculture *otaku* e *kawaii*, hanno influenzato in maniera considerevole anche il mondo dell'arte contemporanea giapponese. Infatti proprio a partire dalle premesse di questi stessi risvolti culturali, diversamente declinati e capillarmente diffusi nella società nipponica, prende forma il Neo-Pop, etichetta divulgata da Noi Sawaragi per determinare l'insieme delle tendenze artistiche più attuali del Giappone.

Il termine "Neo-Pop" appare per la prima volta nel marzo del 1992, in un articolo pubblicato sulla rivista d'arte *Bijutsu Technō*. L'editore del *magazine* Kiyoshi Kusumi e il critico Noi Sawaragi hanno coniato il termine per indicare la neonata categoria di artisti, di cui fanno parte anche Takashi Murakami,

Kenji Yanobe, Yoshitomo Nara e Mariko Mori<sup>104</sup>, il cui lavoro mostra con chiara evidenza l'influenza esercitata dal gusto *otaku*. Il numero speciale della rivista, in cui viene inaugurato il nuovo movimento artistico giapponese, si intitola *Pop/Neo Pop* e rappresenta il primo tentativo di promuovere strategicamente la generazione Neo-Pop come controparte giapponese degli artisti americani appartenenti alla corrente emergente del Neo-Geo, la cui caratteristica è quella di appropriarsi di frammenti della cultura pop e delle loro alterazioni "cute"<sup>105</sup>. Il saggio di Noi Sawaragi, *Lollipop: That Smallest Form of Life*, funge "as the central apparatus of defining Japanese Neo Pop as a species of postmodern appropriation ('simulationism') with the ability to deconstruct the invisible structures of social power."<sup>106</sup>. Definito come una sorta di specchio dell'incoscienza giapponese postmoderna, secondo Sawaragi il Neo-Pop giapponese si appropria dei dettagli "cute" tipici dei prodotti di consumo di massa e delle icone culturali come decostruzione del potere imperiale nipponico. La tesi di Sawaragi è influenzata sia dalla critica mossa da Akira Asada all'imperialismo giapponese, inteso quale struttura di seduzione<sup>107</sup>, sia dalla comparazione da parte di Eiji Ōtsuka di questa tipologia di imperialismo con la perfettamente funzionante cultura consumistica giapponese contemporanea. Inoltre un'altra importante fonte di suggestioni proviene dagli studi di Craig Owens sull'appropriazione, termine utilizzato in riferimento al metodo dominante nell'arte postmoderna di sfruttare, senza dunque inventarle, immagini preesistenti, dotandole di significati ulteriori che vanno a sostituire quello originario: "in other words, by mimicking an image in contemporary culture, whether part of an advertisement, film, or photography, appropriation makes a small ironic change to reveal a concealed message"<sup>108</sup>.

La riflessione di Sawaragi sul contesto artistico contemporaneo si delinea anche come risposta al *nyū akademizumu* (nuovo accademismo)<sup>109</sup>, una corrente intellettuale giapponese, di impronta filosofica, alla quale si associano studenti di linguistica, antropologia, sociologia e studi visuali che adottano l'analisi semiotica nel proprio ambito di studi, incoraggiando

l'applicazione interdisciplinare dei metodi post-strutturalisti ai fenomeni culturali contemporanei. Nel contesto critico emerso dagli studi postmoderni del *nyū akademizumu*, in cui l'eccesso dettato dalla società consumistica porta il Giappone ad assorbire indistintamente influssi esterni perdendo conseguentemente la propria soggettività, gli artisti del Neo-Pop possono essere visti come parte di una risposta più ampia a questa crisi simbolica e identitaria che attraversa il Sol Levante:

*the phenomena of a nihilistic and ironic positioning of simulated identities emerging from subculture such as kogyarū (literally "young girl", referring to the cultural and stylistic fetish of teenage schoolgirls) and otaku (geek subculture) and a neo-nationalist attempt to recover and authentic identity through an existential imaginary.*<sup>110</sup>

Prendendo come esempio esplicativo di queste dinamiche il lavoro di Takashi Murakami di quegli anni, si può affermare che le sue opere possono essere collocate tra due fenomeni distinti, ma caratteristici di questo clima socioculturale: *"simulated identities as well as a neo-nationalist imaginary predicated on consumption and excess."*<sup>111</sup>.

Le condizioni che hanno determinato l'esplosione dell'arte Neo-Pop a Tokyo nei primi anni Novanta sono tutte direttamente legate alla frustrazione giovanile scatenatasi in quel particolare momento di transizione affrontato dalla società nipponica, ovvero il passaggio dal boom economico degli anni Ottanta all'esplosione della "bolla di ricchezza" nel decennio successivo. Nel 1990 il panorama artistico giapponese era ancora dominato dagli artisti del Kansai e Kyoto occupava una posizione di rilievo nelle dinamiche del sistema dell'arte nipponico. In quegli stessi anni, la Tokyo National University of Fine Arts and Music, meglio conosciuta come GEIDAI, era vista come un luogo in cui regnava il conservatorismo e in cui le possibilità di esporre ed esportare l'arte contemporanea giapponese a livello internazionale erano minime o inesistenti. Senza un sistema di gallerie e un mercato dell'arte con solide basi, e in una situazione socioeconomica ulteriormente aggravata dal crollo della *big baburu*, ciò che si manifestava davanti agli



occhi degli artisti emergenti di quegli anni era una mancanza assoluta di prospettive future.

Tuttavia, malgrado le circostanze tutt'altro che promettenti, in quel periodo si forma un collettivo di studenti del GEIDAI, "*a remarkable network of figures who would go on to become leaders in the Tokyo art world, and big name artists of the next generation*"<sup>112</sup>, che con il suo operato determina l'esplosione del cosiddetto Tokyo Pop. Tra i membri di questo gruppo si possono citare gli artisti e curatori Takashi Murakami e Masato Nakamura, i curatori Yūko Hasegawa e Shin Kurosawa, il gallerista Tomio Koyama, il curatore e scrittore Min Nishihara e gli artisti Tsuyoshi Ozawa, Makoto Aida e Hideki Nakazawa. Fin dalle sue origini, il fulcro del collettivo è Takashi Murakami, "*the consummate 'connector', articulating and promoting the ideas fomenting in the group*"<sup>113</sup>. La nascita e l'emergere sulla scena culturale nipponica del Tokyo Pop, punto di partenza per la corrente artistica etichettata come Neo-Pop, sono stati dunque il frutto "*of a social network at a particular time and place, of interaction between a group of talented and energetic individuals.*"<sup>114</sup>.

Sebbene il gruppo del Tokyo Pop abbia contribuito in gran parte all'affermazione di una visione artistica giapponese più attuale e di maggior respiro internazionale, in particolar modo proprio grazie all'impegno artistico e curatoriale di Takashi Murakami, che più di tutti riscuoterà successo a livello internazionale, diventando un punto di riferimento mondiale dell'immaginario pop grazie alla sua poetica del *Superflat*, anche altri artisti, provenienti da città e background socioculturali diversi, poiché fortemente influenzati dalla cultura mass mediale, dalle subculture locali, dal consumismo e dalla percezione di un sistema in crisi e senza futuro, hanno svolto una parte fondamentale nella definizione e nello sviluppo del Neo-Pop. Nello specifico, oltre a Takashi Murakami, sono tre gli artisti, nati tra 1959 e 1967, che possono essere considerati i massimi rappresentanti delle diverse sfaccettature che caratterizzano la prima fase del Neo-Pop giapponese: Yoshitomo Nara, Kenji Yanobe e Mariko Mori.

## Yoshitomo Nara

Nato nel 1959 a Hirosaki, nella prefettura di Aomori, Yoshitomo Nara rappresenta con i suoi lavori il rinnovato interesse nei confronti del medium pittorico che caratterizza il Neo-Pop giapponese. Considerato in Giappone *“the most popular contemporary artist in terms of museum shows or sales of commercial spin-off products”*<sup>115</sup>, Nara riceve per la prima volta l'attenzione della critica in seguito alla mostra personale intitolata *In the Deepest Puddle*, tenutasi a Tokyo nel 1995. La sua produzione artistica, che si compone principalmente di disegni e dipinti, a cui si aggiunge eccezionalmente qualche opera scultorea, è affine per certi versi allo stile *superflat* di Takashi Murakami ed è espressione di un Neo-Pop che controbilancia “il buonismo nauseabondo dei tanti moralismi alla Disney con una cattiveria superpiatta ed esaltante”<sup>116</sup>.

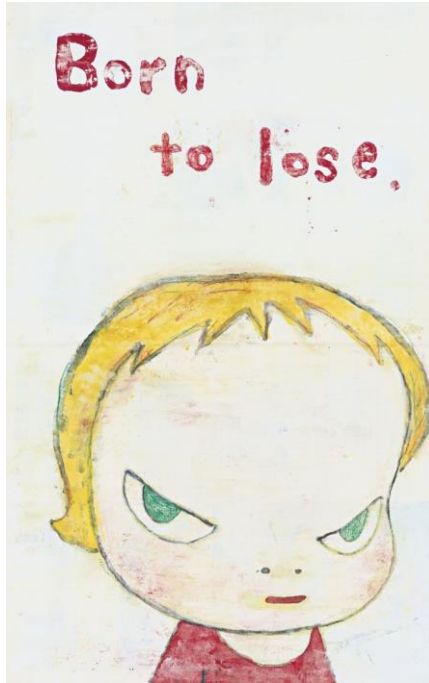
L'iconografia distintiva di Yoshitomo Nara consiste in superfici *superflat*, dagli sfondi neutri e tendenzialmente monocromi, sulle quali compaiono bambini, *“imbued with a range of feelings that may coexist with innocence, such as sorrow, solitude, violence, aggression, cruelty, longing, and joy”*<sup>117</sup>, e frasi tracciate a mano dall'artista con una calligrafia volutamente infantile. Queste figure all'apparenza *“cute”* sono in realtà degli *“angiodiavoli”*<sup>118</sup>, che per quanto attraenti per la loro affettuosità iconica, autenticamente *kawaii*, danno al contempo l'impressione di potersi improvvisamente trasformare in creature altrettanto terrificanti. Esemplificative della passione di Yoshitomo Nara per il mondo infantile, nonché chiara espressione della cultura del *“supercarino”*, le opere di Nara sono al contempo direttamente influenzate dalla subcultura *otaku* e in particolar modo dal *manga*, preso in considerazione anche nelle sue declinazioni amatoriali. L'intento dei lavori dell'artista giapponese è quello di risvegliare negli adulti i ricordi dell'infanzia, attraverso il recupero di oggetti d'affezione e iconografie evocative. Tuttavia quel periodo considerato per certi versi paradisiaco, libero e affrancato dalle oppressioni e dai doveri sociali, attraverso le espressioni torve e spesso sofferenti dei suoi *“cuccioli d'uomo”*<sup>119</sup>, lascia intuire quanto da so-

gno idilliaco l'infanzia stessa si sia trasformata nel suo esatto opposto.

Come illustrato da Fabriano Fabbri, i nuclei di motivazioni sottesi alla produzione artistica dal carattere fortemente infantilistico di Nara sono principalmente due. "Il primo è interrelato alle vicende di un'infanzia collettiva, filogenetica, ma che parte procedendo a ritroso dal segmento opposto dell'età matura, proprio quella più esposta ai tormenti dell'alienazione, ai sacrifici inferti dalle imposizioni della società civile."<sup>120</sup>. Alla luce di ciò, i lavori di Nara diventano lo specchio riflesso non tanto della condizione infantile, quanto di quella adulta;

una sorta di autoritratto che ci riflette a uno stadio di sviluppo infantile; là dentro ci siamo noi. Noi come eravamo una volta, regrediti a un'infanzia imbrogliata, trascurata, raggirata, a tu per tu con un decalogo di psicopatologie proiettate nelle morfologie elementari del bambino che abbiamo soffocato scontrandoci con gli obblighi della maturità.<sup>121</sup>

Un'opera esemplificativa di questo nucleo concettuale è *Untitled* (1998), in cui un piccolo e tenero bimbo *kawaii*, con il viso tondeggiante, ma dallo sguardo penetrante e contrariato, è sovrastato dalla scritta "*born to lose*". Emerge da questo disegno l'idea del "perdente", inteso come colui che, consapevole delle cose terribili che lo attendono una volta raggiunta la maggiore età, coscienziosamente se ne tira fuori e decide, piuttosto che omologarsi al malinconico e angosciante mondo degli adulti, di "cercare altre forme di appagamento che non provochino nevrosi"<sup>122</sup>; nevrosi come il fumo, l'anoressia e l'ansia, spesso rese esplicite da Nara attraverso frasi, come per esempio "*I can't feed more, breathe anymore*".



1: Yoshitomo Nara, *Untitled*, 1998, acrilico e matita colorata su carta, 45,6 x 29,2 cm

Il secondo invece è strettamente connesso ai risvolti Neo-Pop e agli anni Novanta, periodo in cui emerge un nuovo concetto di superficialità, rappresentato in modo emblematico dallo sviluppo di una cultura splatter e trash in cui qualsiasi genere di depravazione è accettabile in nome dell'invenzione e della fantasia. Tenendo in considerazione queste peculiari dinamiche, "anche gli spietati bambini di Nara sono interpretabili come il frutto di questa tendenza mediatica a giocare con gli stereotipi della presunta purezza infantile, con la controfigura cartonata e cartoonata della crudeltà"<sup>123</sup>. Riscontro artistico di questa tendenza è *Dead Flower* (1994), dipinto in cui affiora in superficie anche l'influenza esercitata sui soggetti e sulle frasi

incise da Nara dal fenomeno punk, di cui l'artista è fortemente appassionato soprattutto dal punto di vista musicale. Per quanto in pittura, rispetto alla stilizzazione grafica dei disegni, i piccoli protagonisti delle opere dell'artista risultino più ammorbiditi e quindi più in linea con l'estetica *kawaii*, *Dead Flower* dimostra quanto un trattamento più "soft" non sia sufficiente a smorzare il grado di sadismo insito nei bimbi di Nara.



2: Yoshitomo Nara, *Dead Flower*, 1994, acrilico su cotone

Infatti, malgrado le linee più arrotondate e la stesura dei colori vellutata, il bambino è raffigurato come un terrificante piccolo teppista. Fissando con uno sguardo diabolico lo spettatore, gli sorride con un ghigno malefico dandogli le spalle, così da far leggere chiaramente la scritta "Fuck You" sul retro del suo ve-

stato. Come molti altri soggetti di Nara, anche in questo caso il protagonista dell'opera impugna un'arma contundente. In questo caso si tratta di una sega, utilizzata per recidere il fiore e sporca dello stesso sangue che cola dalle labbra dell'inquietante personaggio paffuto, il quale diviene metafora, al pari degli altri protagonisti delle opere di Nara, di una crisi esistenziale e di una frustrazione morale che attraversa trasversalmente un'intera generazione; e di cui gli artisti contemporanei giapponesi sono pienamente consapevoli.

## **Kenji Yanobe**

Proprio come Kurt Schwitters, che nel suo *Merzbau* riscatta gli scarti della società contemporanea, anche l'opera di Kenji Yanobe si ricollega a quella stessa logica di uso e riciclo dei materiali. Infatti, negli assemblaggi e nelle installazioni dell'artista giapponese, i materiali riciclati, che rappresentano metaforicamente i resti e le macerie di un ipotetico disastro nucleare, si trasformano nella materia prima per la costruzione di rudimentali navicelle spaziali, attrezzature antiradiazioni e giganteschi robot giocattolo da combattimento.

Nato nel 1965 e originario di Osaka, Yanobe cresce nei pressi dell'Expo '70, la prima Esposizione Universale tenutasi in Asia.

*Expo '70 gave Japanese children a glimpse of a bright future, in which they would travel through space and have robot as friends; even time travel would be possible. Atomic energy was an integral part of this vision, signaling a potential departure from the absolute abhorrence of nuclear power long felt by the Japanese people.*<sup>124</sup>

Oltre ad aver visitato la fiera, l'artista ha visto in prima persona la demolizione dei padiglioni dopo la conclusione dell'evento: *"the ruins of these deflated dreams have since formed a lingering childhood memory that led to his explorations on the theme of 'survival from nuclear disasters'"*<sup>125</sup>.

Sulla base di questo tema di impronta fortemente fantascientifica e legato a un ipotetico scenario di distruzione, che costituisce il filo conduttore di tutta la sua ricerca artistica, non stu-

pisce che l'altro evento ad aver segnato irreversibilmente la poetica di Yanobe sia stata l'esplosione del reattore nucleare della centrale di Chernobyl nel 1986. L'artista giapponese ha infatti visitato il luogo del disastro nucleare nel 1997, indossando la propria "survival suit"<sup>126</sup>. L'atto di indossare una tuta autoprodotta, di un colore giallo sgargiante che la rende simile ad un giocattolo e dotata di un contatore Geiger, strumento per rilevare i livelli di radioattività, segna il passaggio di Yanobe dalla dimensione interattiva dell'assemblaggio e dell'installazione, tipiche della sua produzione artistica, a quella dell'atto performativo, cifra stilistica dell'artista Mariko Mori.



3: Kenji Yanobe, *Atom Suit Project: Chernobyl*, fotografia, 1997

Dalle fotografie raccolte durante questa esperienza e da quelle successivamente realizzate sul sito delle rovine dell'Expo

'70 di Osaka nasce *Atom Suit Project* (1997 – 2003), un progetto che rappresenta “a quixotic personal battle against the fear of radiation”<sup>127</sup> e costituisce un rito di passaggio per l'artista, “who aspired to be a lightning rod for the future, testing his survival skills and transcending his own limitations”<sup>128</sup>. Questa percezione dolorosa di Yanobe nei confronti del dualismo del potere nucleare, ovvero il sogno di una fonte di energia pulita e la disastrosa realtà delle radiazioni, è indicata dall'inclusione nel titolo della parola “atom”. Nello specifico, si tratta di un riferimento diretto a *Tetsuwan Atomu*, il nome giapponese di *Astro Boy*, popolarissima creazione del mangaka Osamu Tezuka e incarnazione del sogno nucleare.



4: Kenji Yanobe, *Atom Suit Project*: Osaka Expo, fotografia, 1998

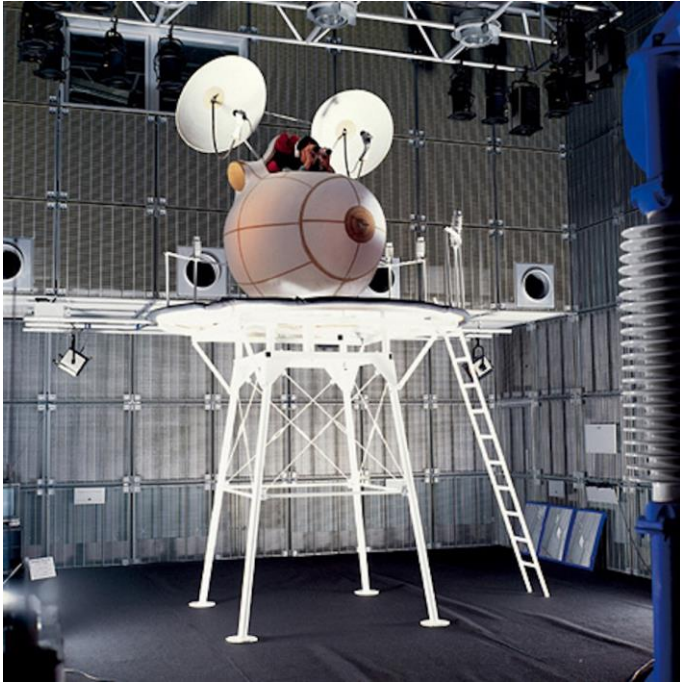


Diversamente dai lavori di Yoshitomo Nara e Takashi Murakami, in cui “la linea ‘superflat’ si attiene all’imperativo categorico di farsi ammirare solo e unicamente con gli occhi”<sup>129</sup>, Kenji Yanobe resta ancorato a una dimensione installativa, tridimensionale e polisensoriale. Per quanto la matrice del Neo-Pop giapponese sia sempre la stessa per tutti gli artisti che rientrano nei suoi ranghi, la produzione di Yanobe si distingue per la sua peculiare dimensione interagente e coinvolgente. Infatti, trattandosi le sue opere per la maggior parte di strutture robotiche o congegni fantascientifici che si impongono nello spazio espositivo come presenza ad alto coinvolgimento sensoriale,

lo sfondo postnucleare diventa la scenografia di una specie di parco a tema, o meglio ancora di un videogame ambientale dove, al posto di procurarsi di che vivere, il visitatore va a caccia di pillole di energia – di monetine – per alimentare gli aggeggi da viaggio, dove esperisce frazioni di un kolossal fantascientifico, dove esulta, si entusiasma [...] a provare in 3D le intrepide avventure dei miti dell’infanzia, [...] a sentirsi un cyborg, dove le ambientazione cyberpunk richiamano capolavori di animazione come [...] l’Akira di Katsuhiro Ōtomo.<sup>130</sup>

Un esempio emblematico è *Nest (For Dictators)* (1991), un’installazione sinesteticamente coinvolgente che consiste in un “*device with a function which amplifies the visual and auditory senses of the one who boards the cockpit*”<sup>131</sup>. In quanto opera interattiva, *Nest* prevede di essere direttamente esperita dal pubblico:

*after wearing the headphones and looking through the binoculars, the parabola through a highly directional microphone receives only the sound which is visual and its amplified sound makes one sense a distant view before one’s eyes, or makes one lapse into an illusion of flying off to a far distance.*<sup>132</sup>



5: Kenji Yanobe, *Nest (For Dictators)*, 1991, assemblaggio di vari materiali, 440 x 240 x 240 cm

Altro elemento degno di nota è che anche Yanobe, come d'altro canto Nara, con le sue opere "abbandona i rigori e le impellenze dell'età adulta per riportare a galla il mondo sommerso dei trastulli del tempo perduto, nell'impresa di riattivare i piaceri del rimosso a nome del genere umano"<sup>133</sup>, tuttavia lo fa in nome di un senso di giocosità proprio del Neo-Pop e dello stile *kawaii* che lo accompagna. Ciò è particolarmente evidente nei suoi robottoni, il cui carattere tondeggiante e bonario, espresso da faccioni sorridenti e allegri, disattende l'aspettativa di trovarsi dinanzi a "macchine che viceversa dovrebbero rappresentare fonti di minaccia"<sup>134</sup>. Come per esempio *Giant Torayan* (2005), un colosso metallico e tecnolo-

Isabella Pesenti

gico dalle dimensioni imponenti, che sputa fuoco, ma al contempo è caratterizzato da un "mecha design orsacchiotto-  
so"<sup>135</sup>.



6: Kenji Yanobe, *Giant Torayan*, 2005, alluminio, acciaio, ottone e polistirolo,  
720 x 460 x 310 cm

Culmine dell'intento ludico e infantilistico che sottende alle colossali strutture di Yanobe, *Giant Torayan* è a tutti gli effetti il risultato di una poetica immaginativa al servizio della fantasia, infatti il gigantesco robot giocattolo, grazie a un sensore di riconoscimento vocale, obbedisce solo ai bambini, invogliando gli adulti a ritornare nella mitica età dell'innocenza, se non concretamente, almeno con la fantasia.

## **Mariko Mori**

Unica voce femminile nella tetrarchia della prima fase del Neo-Pop, Mariko Mori proviene da un contesto socioculturale nettamente distinto rispetto a quello degli altri componenti di questo sottogruppo. Nata a Tokyo nel 1967, l'artista giapponese proviene dalla famiglia Mori, una delle famiglie più ricche del Giappone, connessa con il Mori Art Museum di Tokyo, di cui lo zio era direttore. Dopo aver studiato moda al prestigioso Bunko Fashion College di Tokyo, Mariko Mori decide di intraprendere la carriera artistica. Grazie alla sua capacità di rappresentare in modo innovativo la società giapponese contemporanea, spesso coniugando differenti forme d'arte, Mori si afferma a livello mondiale, contribuendo "a collocare l'arte giapponese verso le zone alte dei circuiti internazionali"<sup>136</sup>.

Tra tutti gli artisti sopracitati, quello con cui Mariko Mori stabilisce maggiori punti di contatto è Kenji Yanobe, sia per via delle esperienze di carattere performativo di quest'ultimo, sia per l'importanza riservata da entrambi alla dimensione partecipativa e interattiva del pubblico.

È pressoché irreversibile la scelta a senso unico compiuta da Mariko Mori sui mezzi espressivi, chiamati a misurarsi con i valori extra artistici dell'interazione, della partecipazione attiva di uno spettatore elevato a usufruttuario diretto di opere che prevedono l'utilizzo di fotografie, video, e poi di installazione e performance. Si riaffaccia così la sine-stesia in un clima dove però è necessaria l'integrazione con lo tsunami delle merci materiali e immateriali degli anni Novanta, leggi con le forme cicettose dei prodotti neopop e con la vitalità pixellata dei cartoni animati.<sup>137</sup>

Nonostante le numerose incursioni nel campo dell'installazione, della videoarte e della fotografia, il medium privilegiato da Mariko Mori per dare forma alla sua personale poetica, in cui vengono combinati in modo originale il culto dei precetti zen e le icone rese popolari dai mezzi di comunicazione di massa, è la performance. Ad esprimere a pieno questa sua ricerca artistica in cui lo zen "si mette in scena tra folletti, astronavi, e soprattutto alta tecnologia"<sup>138</sup>, è una delle prime azioni performative di Mariko Mori pensate per essere un'opera in progress. Si tratta di *Beginning of the End*, lavoro che viene realizzato per la prima volta a Tokyo, nel quartiere di Shibuya, e che viene successivamente riproposto dall'artista tra il 1995 e il 2000 in tredici luoghi pensati per evocare idealmente le tre linee temporali di passato, presente e futuro.



7: Mariko Mori nella *body capsule* durante la performance *Beginning of the End* a Shibuya nel 1995

Durante queste performance, Mariko Mori si rinchioda per un'ora all'interno di una *body capsule*, una sorta di sarcofago trasparente *hi-tech*. All'interno della capsula, l'artista galleggia nell'acqua in uno stato meditativo, indossando "una tuta neu-

tra che le aderisce alla pelle e la rende asessuata, quasi l'essere di un altro pianeta, di un'altra dimensione spazio-temporale"<sup>139</sup>.

Questa dimensione aliena e fantascientifica viene rievocata ulteriormente dall'artista nipponica soprattutto nei lavori della prima metà degli anni Novanta, come *Subway* (1994) e *Play With Me* (1994) e *Tea Ceremony III* (1994). In *Subway* l'artista, travestita con una divisa spaziale futuristica dotata di armamenti ignoti e ipertecnologici, "piomba nel bel mezzo della quotidianità più prosaica della vita tokyota"<sup>140</sup>, ovvero nella metropolitana, "con l'idea di instillare dosi di alterità negli utenti, di innescare in un pubblico ignaro di tutto un barlume di risposta emotiva 'altra'"<sup>141</sup>.



8: Mariko Mori, *Subway*, 1994, fotografia, 68,58 x 103,51 x 4,76 cm

Sempre operando ai limiti del *cosplay*, in *Play With Me* Mariko Mori si trasforma in una *geisha* cibernetica il cui costume è composto da una parrucca azzurro iridescente, guanti lunghi fino al gomito, un corpetto che ricorda un'armatura metalliz-

zata, parastinchi e ginocchiere, il tutto sovrapposto a un abito-  
no realizzato con un tessuto gommoso e lucido. L'artista si tra-  
sforma così in una

apoteosi del fluorescente, dell'inautentico, di un corpo coperto da  
capo a piedi di qualsiasi strato di materia plasticosa o comunque fin-  
ta, che lascia liberi solo pochi centimetri di cute; e anche qui non  
abbiamo la minima esitazione, capiamo al volo che la fonte di ispira-  
zione di quel colorato abbigliamento è di chiara origine neopop,  
l'animanga Sailor Moon.<sup>142</sup>



Figura 9: Mariko Mori, *Play With Me*, 1994

Ampiamente ispirata al mondo *shōjo* e allo stile *kawaii* è anche la *cybergirl* di *Tea Ceremony III*, attraverso la quale Mori ricalca il classico stereotipo della servizievole donna giappo-

nese, dedita ai rituali zen, ma in chiave sci-fi e con movenze da androide.

Altra opera degna di nota dell'artista nel contesto emergente del Neo-Pop è infine *Birth of a Star* (1995).



10: Mariko Mori, *Birth of a Star*, 1995, 3-D Duratrans, acrilico, light box e CD audio, 178,3 × 114,9 × 10,8 cm

Mentre nei lavori precedenti, così come anche in *Beginning of the End*, l'artista si relaziona apertamente con il pubblico e con il contesto urbano e metropolitano, in questo caso l'ambientazione è puramente artificiale. Si tratta infatti di una



vera e propria scenografia fatta di "sfere colorate, quasi da pixel kusamiani"<sup>143</sup>, che danno l'impressione che Mariko Mori sia al centro di "un galleggiamento aereo che rappresenta la forma larvale dei mondi digitali creati di lì a poco nelle sue impareggiabili installazioni"<sup>144</sup>.

L'artista è fotografata in una posa che, con intento citazionistico, rimanda alle protagoniste di *manga* e *anime*. Questa affinità con i personaggi femminili di gusto *otaku* è ulteriormente sottolineata dall'espressione del volto, che "subisce una metamorfosi biomeccanica con pupille catarifrangenti ad accendere lo sguardo di un bagliore retroilluminato"<sup>145</sup>, e dall'abbigliamento,

un completino summa sgargiante di un'epidermide foderata con tessuti di derivazione artificiale in un trionfo di fashion futuristico, di protesi sonore come riproduttori e cuffie stereo, tra collari di plastica e protuberanze inorganiche scaturite da un soma che secerne resine, poliuretani, silicone, ma in fondo pronto a smaterializzarsi in un corpo celeste, in un fenomeno astrofisico, appunto in "stella"<sup>146</sup>.

Anche le *cybergirls* incarnate da Moriko Mori, vestite di volta in volta con dispositivi *hi-tech* arricchiti dalla miriade di immagini trasmesse dai prodotti mass mediali, come i *manga*, gli *anime*, la televisione e i videogiochi, sono espressione figurativa di molteplici riferimenti riconducibili al Neo-Pop, ma soprattutto, allo stesso modo dei sofisticati marchingegni di Kenji Yanobe, dei personaggi multicolore di Takashi Murakami e degli "angiodiavoli" di Yoshitomo Nara, sono il "segno di un'arte onnivora, infomane, per niente snob o altezzosa nelle escursioni tra 'high & low'"<sup>147</sup>.

Nonostante tutti e tre gli artisti sopracitati, in misura minore o maggiore, abbiano esportato la propria arte in tutto il mondo, influenzando le dinamiche artistiche globali e raggiungendo un considerevole grado di popolarità, a giocare il vero ruolo da protagonista nel contesto artistico del Neo-Pop è stato soprattutto Takashi Murakami. Infatti, oltre ad affermarsi con successo nel sistema internazionale dell'arte contemporanea, grazie all'adozione di una strategia produttiva basata

su un modello aziendale, l'artista giapponese è riuscito a diffondere e a divulgare a livello globale la sottocultura *otaku*, intesa come espressione peculiare e autentica del Giappone postbellico, sancendo attraverso il suo operato multiforme l'impossibilità definitiva di distinguere nettamente la cultura alta, riservata a pochi, da quella popolare di massa.

## Note

<sup>1</sup> Cfr. C. MINUTOLI, *Il mondo dei manga giapponesi*, in «Go Go Nihon», 28 maggio 2018, <https://gogonihon.com/it/blog/origine-dei-manga-giapponesi/>.

<sup>2</sup> Termine con cui ci si riferisce ai disegnatori di *manga*.

<sup>3</sup> Cfr. E. PAOLETTA, *L'origine dei manga*, in «Otaku's Journal», 2019, <https://www.otakusjournal.it/origine-dei-manga/>.

<sup>4</sup> G. TAVASSI, *Storia dell'animazione giapponese. Autori, arte, industria, successo dal 1917 ad oggi*, Tunué, Latina, 2017, p. 21.

<sup>5</sup> Ivi, pp. 21-22.

<sup>6</sup> "Evoluzione dei film a fumetti giapponesi: la nuova animazione" (Cfr. Ivi, p. 22).

<sup>7</sup> L'espressione *dekobō shingachō*, letteralmente "il nuovo quaderno degli scarabocchi del monello" è la frase che veniva anteposta al titolo originale delle opere di animazione straniere all'inizio del XX secolo. *Senga eiga*, ovvero filmati di linee disegnate, venne utilizzata successivamente per indicare le prime animazioni prodotte da disegnatori giapponesi. *Manga eiga* è un'espressione che si è diffusa negli anni Venti per designare animazioni con una predilezione per l'aspetto narrativo. Nel 1937 compare invece il termine *dōga*, "immagini in movimento", utilizzato da Kenzō Masaoka per denominare il proprio studio di animazione; tuttavia il vocabolo entra nel lessico comune nella variante *dōga eiga*, ovvero film di immagini in movimento, traduzione dell'inglese *animation film*. Con l'avvento dell'animazione televisiva si diffuse anche l'espressione *terebi manga*, caduta poi in disuso negli anni Settanta con l'affermazione della parola "*anime*". (Cfr. Ibidem)

<sup>8</sup> G. JURINICH, *Takashi Murakami. La rivincita di un nerd*, Damocle, Chioggia, 2009, p. 34.

<sup>9</sup> Durante l'"*anime boom*" si è assistito a un aumento smisurato di case di produzione e studi di animazione, ma anche a uno sfruttamento senza precedenti dell'immagine dei personaggi *anime* come fonte di ulteriore guadagno, attraverso la creazione di prodotti derivati e merchandising. (Cfr. Ibidem)

<sup>10</sup> "L'espressione «animazione limitata» è utilizzata per definire un disegno animato in cui per ogni secondo di proiezione vengono mostrati otto diversi disegni, a differenza di quanto accade nell'«animazione totale», in cui il numero di diversi disegni al secondo era maggiore. Tale tecnica fu elaborata nella seconda metà degli anni Quaranta

negli Stati Uniti, in reazione al realismo della animazioni totali e ad alti costi della Disney." (H. AZUMA, *Generazione Otaku. Uno studio della postmodernità*, Jaka Book, Milano, 2010, p. 58)

<sup>11</sup> Con il termine "animator" si fa riferimento ai creatori di anime.

<sup>12</sup> H. AZUMA, cit., p. 59.

<sup>13</sup> Tōei Animation è stato uno dei primi e più importanti studi di animazione. Nel corso degli anni ha prodotto numerose serie iconiche del mondo anime, come per esempio *Mazinga*, *UFO Robot Goldrake*, *Kiss Me Licia*, *Dragon Ball*, *Sailor Moon* e *One Piece*.

<sup>14</sup> A distanza di vent'anni dalla sua uscita, in Giappone *La città incantata* detiene tuttora il record d'incassi nelle sale cinematografiche.

<sup>15</sup> G. JURINICH, cit., p. 36.

<sup>16</sup> Cfr. H. AZUMA, cit., pp. 60-61.

<sup>17</sup> Ivi, p. 61.

<sup>18</sup> S. KINSELLA, *Cuties in Japan*, in B. MOERAN, L. SCOV, (a cura di), *Women, Media and Consumption in Japan*, University of Hawaii Press, Honolulu, 1995, p. 220.

<sup>19</sup> Periodo della storia del Giappone che va dal 30 luglio 1912 al 25 dicembre 1926.

<sup>20</sup> A. GOMARASCA, *Sotto il segno del kawaii*, in A. GOMARASCA, (a cura di), *La bambola e il robottone. Culture Pop nel Giappone contemporaneo*, Einaudi, Torino, 2001, p. 61.

<sup>21</sup> A. GOMARASCA, *Sotto il segno del kawaii*, cit., p. 60.

<sup>22</sup> Ivi, p. 61.

<sup>23</sup> V. TESTA, *Kawaii Art. Fiori, colori, palloncini (e manga) nel Neo Pop giapponese*, Tunué, Latina, 2010, p. 18.

<sup>24</sup> Cfr. M. PELLITTERI, *Kawaii Aesthetics from Japan to Europe: Theory of the Japanese "Cute" and Transcultural Adoption of Its Styles in Italian and French Comics Production and Commodified Culture Goods*, in «Arts», VII, 2018, n. 3, 4 luglio, p. 7.

<sup>25</sup> S. KINSELLA, *Cuties in Japan*, cit., p. 237.

<sup>26</sup> A. GOMARASCA, *Occidente estremo*, in A. GOMARASCA, L. VALTORTA, *Sol mutante. Mode, giovani e umori nel Giappone contemporaneo*, Costa & Nolan, Genova, 1996, p. 72.

<sup>27</sup> Ivi, p. 74.

<sup>28</sup> Ivi, pp. 73-74.

<sup>29</sup> Ibidem.

<sup>30</sup> A. GOMARASCA, (a cura di), *La bambola e il robottone. Culture Pop nel Giappone contemporaneo*, cit., p. 43.

<sup>31</sup> A. GOMARASCA, *Sotto il segno del kawaii*, cit., p. 69.

<sup>32</sup> In Italia è noto come *La principessa Zaffiro*.

<sup>33</sup> A. GOMARASCA, *Sotto il segno del kawaii*, cit., p. 72.

<sup>34</sup> In Italia è noto come *Lady Oscar*.

<sup>35</sup> A. GOMARASCA, *Sotto il segno del kawaii*, cit., p. 76.

<sup>36</sup> *Ibidem*.

<sup>37</sup> *Ivi*, p. 77.

<sup>38</sup> A. GOMARASCA, *Occidente estremo*, p. 34.

<sup>39</sup> Il nome di questo disturbo deriva da *Lolita*, libro scritto da Vladimir Nabokov nel 1955, in cui viene narrata la controversa e morbosamente ossessiva relazione tra un uomo adulto e una ragazzina nell'età della pubertà, e dalla successiva trasposizione cinematografica di Stanley Kubrick del 1962.

<sup>40</sup> V. TESTA, cit., p. 94.

<sup>41</sup> G. JURINICH, cit., p. 32.

<sup>42</sup> *Ibidem*.

<sup>43</sup> A. GOMARASCA, (a cura di), *La bambola e il robottone. Culture Pop nel Giappone contemporaneo*, cit., p. 43.

<sup>44</sup> *Ibidem*.

<sup>45</sup> V. TESTA, cit., p. 28.

<sup>46</sup> Il saggio è stato pubblicato nel 2010 anche in Italia con il titolo *Generazione Otaku. Uno studio sulla postmodernità*. La traduzione letterale del titolo invece sarebbe "Un postmoderno animalizzante. La società giapponese vista nella prospettiva degli otaku".

<sup>47</sup> Malgrado la scelta di analizzare una subcultura autoctona, le tesi di Azuma non si limitano solo al Giappone. Infatti come lui stesso scrive: "La cultura otaku fonda parte delle sue origini nella subcultura americana e deriva per molti aspetti dalla trasformazione della società moderna in tutto il mondo. Pertanto il progetto di questo libro – esplorare la struttura psicologica della nostra epoca attraverso una breve storia di prodotti subculturali come i manga, gli anime e i videogiochi – è valido non solo per il Giappone ma, entro certi limiti, anche per l'Europa e per gli Stati Uniti." (H. AZUMA, cit., p. 36)

<sup>48</sup> In merito a questa affermazione, in un'intervista Hiroki Azuma afferma: "Non ho scritto *Generazione Otaku* perché volessi analizzare la cultura otaku. Piuttosto che usare un paradigma teorico per analizzare la cultura, ho cercato di cambiare la teoria usando la subcultura. Ho anche puntato a costruire un linguaggio comune per la discussione. Pertanto, sarebbe un equivoco leggere questo libro come

un'analisi degli otaku svolta mediante l'uso di teorie del postmoderno." (M. PELLITTERI, *Introduzione all'edizione italiana*, in H. AZUMA, cit., p. 11).

<sup>49</sup> Non mancano frange *otaku* prettamente femminili, tuttavia a differenza dei maschi, le *otaku* femmine hanno iniziato a essere oggetto di studio in quanto fenomeno socioculturale rilevante solo negli ultimi anni. A riprova di questo ritardo nell'inclusione del genere femminile in ambito *otaku*, nel suo saggio Azuma prende in esame solo gli *otaku* di sesso maschile ai fini della sua analisi.

<sup>50</sup> Si tratta di storie romantiche e/o erotiche per computer in cui l'avanzamento della storia è determinato da una serie di scelte che il lettore/protagonista deve compiere quando incontra delle biforcazioni narrative che lo conducono di volta in volta verso ulteriori scenari della trama.

<sup>51</sup> In merito alla nascita del concetto di subcultura/sottocultura un testo di riferimento fondamentale è D. HEBDIGE, *Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale*, Costa & Nolan, Milano, 2008, in cui l'autore tratta l'origine della sottocultura assumendo come oggetto della sua analisi il punk. Secondo il sociologo britannico lo scopo primario delle sottoculture è quello di infrangere le aspettative dell'opinione pubblica dominante, rappresentando una sfida simbolica a un ordine simbolico. Inoltre essendo culture di grande consumo, "è tramite i diversi rituali del consumo, tramite lo stile, che la sottocultura rivela subito la propria 'segreta' identità e comunica i propri significati proibiti." (D. HEBDIGE, *Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale*, Costa & Nolan, Milano, 2008, p. 115). Come esplicita anche Azuma con l'esempio degli *otaku*, la dimensione consumistica assume un ruolo chiave nella definizione e nello sviluppo delle subculture, infatti, come affermato da Hebdige, "fondamentalmente è dalla maniera in cui gli oggetti sono usati nella sottocultura che la sottocultura si distingue da formazioni culturali più ortodosse." (Ibidem.)

<sup>52</sup> Pseudonimo di Ansaku Shibahara.

<sup>53</sup> Gainax è il nome con cui viene ribattezzato nel 1984 lo studio di animazione Daicon Film, fondato da Hideaki Anno, Hiroyuki Yamaga, Yoshiyuki Sadamoto, Toshio Okada e Takami Akai. Fin dagli esordi Gainax si distingue come uno degli studi di animazione più innovativi e promettenti nel panorama dell'animazione commerciale, infatti una delle serie *anime* più famose di tutti i tempi, *Neon Genesis Evangelion*, è stata prodotta proprio da Gainax. (G. TAVASSI, cit., p. 178)

<sup>54</sup> Cfr. T. MURAKAMI, *Impotence culture – anime*, in J. FLEMING, T. MURAKAMI, (a cura di), *My reality: contemporary art and the culture of Japanese animation*, Art Center, Des Moines, 2001, pp. 58-66.

<sup>55</sup> Termine che corrisponde al colloquiale dare del tu.

<sup>56</sup> *Chōjīkū yōsai Macross* è una serie animata ideata nel 1982 da Shōji Kawamori e realizzata dallo Studio Nue. L'*anime* si caratterizza per il rivoluzionario *mecha design*, in cui vengono combinati l'imponenza delle grandi astronavi della saga di *Yamato* con il realismo dei robot antropomorfi di *Gundam*. Il fulcro della storia ruota attorno al triangolo amoroso tra il pilota militare Hikaru Ichijo, la sua superiore Misa Hayase e la quindicenne Lynn Minmay, primo esempio nella storia di *idol* animata, tutti caratterizzati dal designer Haruhiko Mikimoto. La particolarità di questa serie è quella di essere stata prodotta da autori giovanissimi, tutti appartenenti alla "seconda generazione", ovvero quella cresciuta guardando *anime* in televisione. (Cfr. G. TAVASSI, cit., pp. 141-142)

<sup>57</sup> M. PELLITTERI, *Introduzione all'edizione italiana*, cit., p. 18.

<sup>58</sup> Atteggiamento che prende il nome di *hikikomori*, ovvero "isolamento asociale acuto".

<sup>59</sup> Ivi, p. 20.

<sup>60</sup> Ibidem.

<sup>61</sup> Ivi, p. 19.

<sup>62</sup> A. GOMARASCA, *Occidente estremo*, cit., p. 85.

<sup>63</sup> Secondo John Whittier Treat, l'armamentario ritrovato nella casa di Miyazaki, non particolarmente diverso da quello posseduto dalla maggior parte degli *otaku*, non è altro che la compresenza della massima opulenza materiale unita al declino morale della società giapponese di quegli anni. (Cfr. Ivi, p. 86)

<sup>64</sup> M. PELLITTERI, *Introduzione all'edizione italiana*, cit., p. 15.

<sup>65</sup> A. GOMARASCA, *Occidente estremo*, cit., p. 85.

<sup>66</sup> Ivi, p. 86.

<sup>67</sup> Ibidem.

<sup>68</sup> Cfr. Paragrafo 1.3.

<sup>69</sup> La sessualità *shōjo* secondo Ōtsuka "rappresenta un terzo sesso, un sesso disincarnato, non ancora governato dalla classificazione uomo/donna e fuori dall'economia adulta della (ri)produzione." (Ivi, p. 87). Ad essa è strettamente legata l'immagine della "*lolita*", rappresentazione di un eros idealizzato e improduttivo, attribuito a ragazze sempre più giovani e "venduto" come un nuovo bene di consumo.

Proprio sulla base di questi studi, con fare provocatorio Ōtsuka si schiererà dalla parte dell'imputato, costituendo anche un gruppo di supporto legale.

<sup>70</sup> Ibidem.

<sup>71</sup> M. PELLITTERI, *Introduzione all'edizione italiana*, cit., p. 21.

<sup>72</sup> L'attentato ha provocato la morte di dodici persone e l'avvelenamento di più cinquemila pendolari.

<sup>73</sup> A. GOMARASCA, *Occidente estremo*, cit., p. 90.

<sup>74</sup> H. AZUMA, cit., p. 49.

<sup>75</sup> Ivi, p. 66.

<sup>76</sup> Ibidem.

<sup>77</sup> Ivi, p. 77.

<sup>78</sup> Il *Comiket*, conosciuto anche come *Comic Market*, è la più grande fiera del fumetto al mondo. Nata nel 1975, si tiene due volte all'anno a Tokyo.

<sup>79</sup> Ibidem.

<sup>80</sup> Ivi, pp. 78-79.

<sup>81</sup> Con "declino delle grandi narrazioni" si intende la sostituzione di un apparato normativo ed etico di una società considerato inefficace e dunque rimpiazzato da una moltitudine di piccoli valori. "Non potendo più cogliere la grandezza di concezioni sostenute dalla tradizione, per esempio quelle di 'Società' e 'Dio', gli otaku tentano di colmare il vuoto con elementi culturali alla loro portata". (Ivi, p. 82)

<sup>82</sup> La traduzione letterale del titolo è: "Saggio sul consumo delle narrazioni".

<sup>83</sup> Il termine *settei* in giapponese può assumere molti significati. In questo caso viene utilizzato da Azuma per indicare le "ambientazioni", ossia "l'insieme dei parametri da un lato narrativi e dall'altro ambientali (a livello visivo) che occorre predisporre per la realizzazione della storia: raffigurazioni dei personaggi con le loro caratteristiche fisiche e caratteriali, fondali, oggetti di scena, costumi, atmosfere cromatiche ecc." (H. AZUMA, cit., p. 85).

<sup>84</sup> Ivi, p. 84.

<sup>85</sup> Ivi, p. 88.

<sup>86</sup> Ivi, p. 92.

<sup>87</sup> "Icône più superficiali, basate su un design accattivante e volte a raggiungere un successo commerciale mediante l'agile e continua trasmigrazione fra diversi media e da un settore merceologico dall'altro." (Ivi, p. 93).



<sup>88</sup> Cfr. Paragrafo 2.4.1.

<sup>89</sup> L'universo di *Evangelion* è costituito da una serie di aggiunte progressive che procedono per accumulazione di materiali, informazioni e particolari. Per la maggior parte di tratta di "dettagli molto spesso assai incoerenti che la maggior parte degli otaku giapponesi di terza generazione tendono a estrapolare, catalogare e sistematizzare senza considerare prioritario, o senza considerare affatto, quell'eventuale grande affresco narrativo all'interno del quale in teoria tutti gli eventi di *Evangelion* dovrebbero essere riordinabili in un quadro lineare e razionale." (H. AZUMA, cit., p. 96).

<sup>90</sup> Ivi, p. 99.

<sup>91</sup> Ivi, p. 100.

<sup>92</sup> Ivi, p. 105.

<sup>93</sup> Ivi, p. 121.

<sup>94</sup> Ivi, p. 135.

<sup>95</sup> Ivi, p. 136.

<sup>96</sup> Letteralmente "giochi per computer con belle ragazze".

<sup>97</sup> H. AZUMA, cit., p. 138.

<sup>98</sup> Ivi, p. 141.

<sup>99</sup> I *mad movies* sono brevi videoclip nati dal montaggio di scene estrapolate da anime e videogiochi accessibili su internet. Molti di questi *mad movies* sono realizzati con scene tratte dai romanzi-gioco con ragazze. (Cfr. Ivi, p. 145)

<sup>100</sup> Ivi, p. 148.

<sup>101</sup> Ivi, p. 158.

<sup>102</sup> Ivi, pp. 159-160.

<sup>103</sup> Ivi, p. 160.

<sup>104</sup> Questi quattro artisti, denominati da Fabrizio Fabbri come il gruppo dei "fantastici quattro", possono essere considerati i tetrarchi della prima fase del Neo-Pop. (Cfr. F. FABBRIO, *Lo zen e il manga*, Bruno Mondadori, Milano, 2009, p. 181)

<sup>105</sup> Un caso emblematico è il lavoro dell'artista americano Jeff Koons, profondamente ammirato dagli artisti del Neo-Pop giapponese.

<sup>106</sup> M. MATSUI, *Murakami Matrix: Takashi Murakami's Instrumentalization of Japanese Postmodern Culture*, in P. SCHIMMEL, (a cura di), *©Murakami*, Rizzoli International Publications, New York, 2007, p. 85.

<sup>107</sup> Cfr. Ibidem.

<sup>108</sup> Ibidem.

<sup>109</sup> In *Sol mutante. Mode, giovani e umori nel Giappone contemporaneo*, Alessandro Gomasasca tratta ampiamente la nascita e lo sviluppo del nuovo accademismo, approfondendo anche la figura di Akira Asada e i contenuti del suo famosissimo libro, edito nel 1983 e intitolato *Kōzō to chikara. Kigōron o koete (Struttura e potere. Oltre la semiotica)*. (Cfr. A. GOMARASCA, *Occidente estremo*, cit., pp. 44-60)

<sup>110</sup> M. YOSHITAKE, *The Meaning of the Nonsense of Excess*, in P. SCHIMMEL, (a cura di), cit., p. 122.

<sup>111</sup> Ibidem.

<sup>112</sup> A. FAVELL, *Resources, Scale, and Recognition in Japanese Contemporary Art: "Tokyo Pop" and the Struggle for a Page in Art History*, in «Review of Japanese Culture and Society», XXVI, 2014, dicembre, p. 137.

<sup>113</sup> Ibidem.

<sup>114</sup> Ibidem.

<sup>115</sup> Ivi, p. 139.

<sup>116</sup> F. FABBRI, cit., p. 193.

<sup>117</sup> T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, Yale University Press, New York, 2005, p. 61.

<sup>118</sup> F. FABBRI, cit., p. 199.

<sup>119</sup> Ibidem.

<sup>120</sup> Ivi, p. 201.

<sup>121</sup> Ivi, p. 202.

<sup>122</sup> Ivi, p. 205.

<sup>123</sup> Ivi, p. 202.

<sup>124</sup> T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 65.

<sup>125</sup> Ibidem.

<sup>126</sup> Ibidem.

<sup>127</sup> Ibidem.

<sup>128</sup> Ibidem.

<sup>129</sup> F. FABBRI, cit., p. 177.

<sup>130</sup> Ivi, p. 178.

<sup>131</sup> Yanobe Kenji Art Works, *Nest (For Dictators)*, <https://www.yanobe.com/artworks/nest.html>.

<sup>132</sup> Ibidem.

<sup>133</sup> F. FABBRI, cit., p. 178.

<sup>134</sup> Ibidem.

<sup>135</sup> Ivi, p. 180.

<sup>136</sup> Ivi, p. 207.

<sup>137</sup> Ibidem.

<sup>138</sup> Ivi, p. 208.

<sup>139</sup> Ivi, p. 207.

<sup>140</sup> Ivi, p. 209.

<sup>141</sup> Ibidem.

<sup>142</sup> Ibidem.

<sup>143</sup> Ivi, pp. 209-210.

<sup>144</sup> Ivi, p. 210.

<sup>145</sup> Ibidem.

<sup>146</sup> Ibidem.

<sup>147</sup> Ivi, p. 211.

## Takashi Murakami e il suo microcosmo

### Cenni biografici

*My mother was born in a town called Kokura, in the Kyushu region. Apparently, it was the place the atomic bomb was originally going to be dropped, rather than Nagasaki. So when I was a child, she told me, "If the bomb had been dropped in Kokura, you wouldn't be here today."<sup>1</sup>*

Takashi Murakami nasce il 1° febbraio del 1962 a Tokyo. Sua madre Itsuko era originaria di Kokura, una delle città designate come obiettivo della bomba atomica insieme a Hiroshima e Nagasaki. A causa della nebbia e delle nubi di fumo causate dai bombardamenti precedenti, che impedivano la visuale necessaria a un lancio preciso, Kokura venne risparmiata dalla prima bomba atomica "Little Boy", sganciata su Hiroshima, ma soprattutto dalla seconda, "Fat Man", poiché per il lancio di quest'ultima si decise di sostituire all'ultimo momento Kokura con Nagasaki. Nata da una famiglia di umili origini, dopo la guerra Itsuko aveva studiato per diventare sarta, dedicandosi anche allo studio dei tessuti e dell'arte. Il padre Fukujurō invece, nato a Shimoneseki, non potendo continuare a frequentare l'università per motivi economici e familiari, aveva lavorato prima nelle portaerei di Shimoneseki Bay a Yamaguchi-ken, poi come operatore di carri armati nella Self-Defence Forces, formatasi alla fine della guerra, e infine come taxista. Nel 1950, appena dopo essersi uniti in un tradizionale matrimonio combinato, Itsuko e Fukujurō si trasferirono a Tokyo, nella prefettura di Saitama<sup>2</sup>, in cerca di fortuna; senza tuttavia riuscire a innalzare il proprio tenore di vita, che durante tutta l'infanzia dell'artista sarà sempre piuttosto modesto. Unico figlio della coppia, fin dai primi anni Murakami resta fortemente segnato dalla sconfitta del Giappone nella Seconda Guerra

Mondiale, dalla successiva dominazione statunitense e dalle conseguenze scaturite dalla bomba atomica. Questo particolare contesto storico e sociale in cui Takashi Murakami nasce e cresce ne influenzerà profondamente la produzione artistica, come si evince dalla frequente allusione nelle sue opere al tema della bomba e dell'esplosione, di cui sono un esempio emblematico le numerose versioni dei funghi atomici intitolate *Time Bokan*<sup>3</sup> (1993-2011), in cui il richiamo alla catastrofe nucleare diventa una metafora di quel complesso rapporto di amore/odio instauratosi nel dopoguerra tra Stati Uniti d'America e Giappone.

La prima formazione di Murakami è caratterizzata da una combinazione tra elementi tradizionali, come la partecipazione ai rituali buddhisti e le lezioni di calligrafia, e uno sguardo aperto verso il mondo occidentale. Questo secondo aspetto educativo consisteva prevalentemente nella frequentazione di mostre di artisti europei, tra cui August Renoir e Francisco Goya, delle quali successivamente Murakami doveva scrivere delle recensioni per volere dei genitori. L'artista ha appreso così fin dall'infanzia l'abilità di pensare e scrivere velocemente, dote che gli è stata poi di fondamentale importanza per sopravvivere nell'ambiente estremamente competitivo dell'arte contemporanea.

Le motivazioni che si celano dietro a un'educazione bipartita tra Oriente e Occidente sono strettamente legate alla data di nascita di Murakami. Infatti l'artista giapponese appartiene alla generazione degli anni Sessanta e come afferma Paul Schimmel: *"For his generation, once removed from the survivors of the war, the necessity of reconciling traditional cultural practices with contemporary social conditions, including the growing influence of American culture was an urgent reality"*<sup>4</sup>. Proprio per le stesse ragioni *"Murakami grew up with the 60s generation's love of manga, anime and cult sci-fi television series"*<sup>5</sup><sup>6</sup>, sviluppando una sorta di dipendenza da questi prodotti derivati dalla cultura di massa, i quali esercitano un'influenza talmente forte sull'artista al punto da costituire tuttora la solida base su cui poggia la sua arte. *"He became an artist himself – an intellectual and conceptualist – but was always most in-*

spired, he says, by the masters of Japanese anime such as Hayao Miyazaki, as well as the cult TV obsessions of his youth.”<sup>7</sup>.

### **Influenza delle serie anime televisive durante gli anni giovanili e formazione artistica**

Nonostante Murakami abbia sviluppato sin dall'infanzia un interesse per la calligrafia tradizionale e per la pittura europea del XIX secolo, è il mondo dell'animazione giapponese ad avere l'impatto più significativo su di lui durante i suoi anni giovanili. Tra le sue serie anime televisive preferite si può citare *Uchū senkan Yamato* (*La corazzata spaziale Yamato*) di Leiji Matsumoto, andata in onda tra 1974 e 1975. La trama, che rimanda immancabilmente alla sconfitta del Giappone durante la guerra, ruota attorno alle vicende della più importante nave da combattimento mai esistita nella storia del Giappone, la Yamato. L'anime, articolato in ventisei episodi, narra un'originale epopea spaziale incentrata sul viaggio interstellare dell'astronave Yamato, ricavata dal relitto della nave bellica giapponese e inviata nelle profondità dello spazio per recuperare sul lontano pianeta Iskandar un dispositivo, denominato “Cosmo Cleaner”, in grado di spazzare via dalla Terra, ormai morente, l'intensa radioattività causata dai bombardamenti interplanetari compiuti dalle forze d'invasione del pianeta Gamilas<sup>8</sup>.

Altre serie animate giapponesi che hanno influenzato significativamente Murakami sono *Time Bokan* (*La macchina del tempo*)<sup>9</sup> di Hiroshi Sasagawa e *Ginga tetsudō 999* (*Galaxy Express 999*). Quest'ultima, creata anch'essa da Leiji Matsumoto a partire da una sua esperienza personale<sup>10</sup>, è stata una serie animata molto in voga nella metà degli anni Settanta. Oltre ai centotredici episodi anime, la serie si compone di diciotto volumi manga e tre film animati, successivamente rilasciati tra 1979 e 1981. Concepita da Matsumoto come una critica aperta alla trasformazione della società giapponese, irreversibilmente avviata sulla strada del consumismo e dell'apatia intellettuale, in *Ginga tetsudō 999* “la metafora del conformismo è data dalla smania collettiva di un corpo meccanico, per il

quale gli uomini sono disposti a rinunciare alla propria umanità pur di ottenere l'immortalità"<sup>11</sup>. Il protagonista è il giovane Tetsuro che intraprende un viaggio, ricco di peripezie, a bordo del treno interstellare 999. La sua destinazione finale è il pianeta Maetel, dove si trova la fabbrica dei corpi artificiali; tuttavia alla fine dell'avventuroso viaggio Tetsuro deciderà di conservare la propria natura antropica e di rinunciare a una vita eterna, ma priva di umanità. L'ascendente esercitato da questo *anime* su Murakami ha una portata enorme per quanto riguarda gli sviluppi successivi della sua formazione e della sua carriera. Infatti l'artista racconta di essere rimasto particolarmente colpito da una scena presente in uno dei film, in cui per trenta secondi si assiste all'esplosione di una meteora. Come lui stesso afferma:

*I was so impressed... when I realized that by putting together tens and hundreds of drawings... one could actually lead us to this grand, swelling movement... I realized not only that monstrous effort, but also began to imagine the degree to which people could be moved by such an effort. I think you could call it a point where I opened my eyes to "image expression". The explosion was created by animator Yoshinori Kanada and was the major debut of the special techniques later dubbed "Kanada effects" that he had just begun to develop.<sup>12</sup>*

Questa riflessione ha costituito un vero e proprio punto di svolta per Murakami, che proprio a partire da quella consapevolezza ha scoperto la sua vocazione e ha deciso di diventare un disegnatore di *anime*.

Per inseguire il suo sogno, nel 1980 Takashi Murakami viene ammesso al dipartimento di *nihonga* di una delle più prestigiose ed elitarie università del Giappone, la Tokyo National University of Fine Arts and Music (GEIDAI)<sup>13</sup>. Il termine *nihonga* indica la pittura in stile tradizionale giapponese ed è stato coniato nel periodo Meiji (1868-1912), ovvero durante quell'arco temporale in cui il Giappone ha iniziato il sofferto processo di modernizzazione e occidentalizzazione che ha posto fine allo stato feudale, dando vita a una potenza mondiale moderna. Il *nihonga* si sviluppa proprio in questo contesto come resistenza

all'influenza dell'arte occidentale attraverso la rivitalizzazione delle tecniche e dei materiali propri della tradizione pittorica giapponese. Diversamente dallo stile occidentale, detto *yōga*, il *nihonga* non solo recupera per i supporti materiali tipicamente giapponesi come *eginu* (seta) e *washi* (carta giapponese), ma si riappropria anche di tecniche particolari per creare opere sia monocrome, le cosiddette *sumie*, ovvero dipinti realizzati con inchiostro di china nero diluito con acqua per modularne i toni, sia policrome, utilizzando pigmenti di origine naturale, minerale e animale, diluiti sempre con acqua, talvolta con l'aggiunta di oro e argento in lamine o polvere. Sebbene Murakami non volesse specificatamente apprendere il *nihonga*<sup>14</sup>, dopo anni di rigoroso studio acquisisce molte delle tecniche della disciplina, che tuttora costituiscono un elemento determinante e fondante del suo lavoro. Inoltre studiare *nihonga* significava per l'artista acquisire il background e le competenze artistiche necessarie per entrare a far parte del mondo dell'animazione tanto agognato.

Dopo Yoshinori Kanada, l'*animator* che più di tutti ha condizionato l'artista giapponese nella sua scelta di diventare disegnatore per l'animazione è stato Hayao Miyazaki<sup>15</sup>, "*whose service-oriented ambition to entertain the audience, originating from highly critical self-references, was much appreciated by Murakami*"<sup>16</sup>. A colpire Takashi Murakami sono state soprattutto alcune scene realizzate da Miyazaki per *Akage no Anna* (*Anna dai capelli rossi*), la serie televisiva animata tratta dal romanzo *Anne of the Green Gables* della scrittrice canadese Lucy Maud Montgomery e diretta da Isao Takahata nel 1979. Degna di nota è la scena del primo episodio in cui compaiono in grande abbondanza file di alberi di melo fioriti, di cui Murakami desidera in un qualche modo poter ricreare la bellezza e la delicatezza.

Oltre alle lezioni frequentate al GEIDAI, per approfondire le sue conoscenze in ambito *anime* Murakami decide di seguire anche altri corsi specifici, come per esempio quello per imparare la tecnica dell'animazione in otto millimetri. Sebbene ben presto lui stesso riconosce che per la creazione dei personaggi il suo livello tecnico è insufficiente, reputa di avere abbastanza



talento per potersi dedicare alla realizzazione degli sfondi ed entrare comunque nel mondo dell'animazione, anche se non come disegnatore principale. Tuttavia, dopo aver compreso l'enorme portata delle richieste dal punto di vista tecnico, nonché l'esigenza di avere l'abilità di disegnare in modo rapido e preciso, con estrema riluttanza al quarto anno di università Takashi Murakami decide di cambiare direzione e rinunciare definitivamente all'animazione<sup>17</sup>. Malgrado il fallimento delle sue aspettative legate al settore degli *anime*, è proprio a partire da questa presa di coscienza che l'artista giapponese comprende "*the necessity of hiring other artists with specific areas of expertise to aid in executing his artistic vision*"<sup>18</sup>; una consapevolezza che lo porterà trent'anni dopo a fondare un suo studio di animazione di discreto successo, lo Studio Ponco-tan.

Ormai pienamente convinto della propria decisione, Murakami si dedica interamente alla pittura e sviluppa un suo singolare programma di lavoro: dipingere con intensa concentrazione per quaranta minuti e poi dormire per dieci, sette giorni su sette, dalle sei del mattino a mezzanotte. Il completamento di un singolo pezzo poteva anche necessitare di quattro mesi di lavoro e proprio sulla base di queste tempistiche, calcolando quanti dipinti sarebbe riuscito a produrre entro la sua ipotetica data di morte, l'artista rimane così deluso dalla quantità esigua di opere che sarebbe stato in grado di portare a termine da decidere di abbandonare immediatamente questo metodo, decretandolo fallimentare. Infatti, da quel momento in poi Murakami avrà come obiettivo ultimo quello di ottimizzare i tempi di lavoro al fine di produrre il maggior numero di opere possibili, sfruttando anche tecniche alternative, come la Computer Graphics o la serigrafia, che per la loro natura si discostano ampiamente dalle lunghe procedure manuali del *nihonga*.

Al settimo anno di quella che sarebbe poi diventata "*an eleven-year odyssey as a nihonga student*"<sup>19</sup>, che include quattro anni da universitario, due di specializzazione, tre anni di dottorato<sup>20</sup> e due anni durante i quali si dedica alla scrittura critica, Takashi Murakami realizza la sua nuova ambizione: diventare a

tutti gli effetti un artista contemporaneo<sup>21</sup>. Fondendo soggetti e tecniche apprese sia dal mondo *anime* sia dalla tradizione *nihonga*, che gli permettono di sviluppare la pazienza e la concentrazione necessarie a produrre un'opera d'arte, l'artista giapponese dà vita a uno stile unico che coniuga in modo naturale questi due mondi apparentemente lontani. Mentre dagli studi di animazione Murakami apprende la complessità della creazione dei personaggi, degli sfondi, delle dinamiche di composizione e soprattutto impara come lavorare in modo collaborativo, dalla formazione nel dipartimento di *nihonga* acquisisce notevoli abilità tecniche della pittura tradizionale giapponese, che gli saranno estremamente utili negli sviluppi successivi della sua carriera *"to brand himself 'Japanese'"*<sup>22</sup>, non tanto dal punto di vista tematico *"rather as training in something exotic in Western eyes – particularly the painstaking attention to detail and finesse, so much associated with Japanese arts"*<sup>23</sup>.

Takashi Murakami apprende nozioni sull'arte contemporanea da una grande varietà di fonti, tra le quali di particolare rilievo sono alcune lezioni tenute al GEIDAI da artisti occidentali, quali Christo, Mario Merz e Joseph Beuys che hanno avuto un impatto decisivo sulla direzione espressa dalle prime opere di Murakami come artista contemporaneo. *"Mario Merz's lecture, in which he spoke about production concepts relating to Fibonacci numbers and answered every question with double-talk and baffling tangents, left a deep impression; to Murakami, he seemed like a 'magician of modern art'."*<sup>24</sup>. Se la lezione di Merz si connota come un'esperienza estremamente piacevole e positiva, dopo la lezione di Beuys invece Murakami prova nei confronti dell'artista tedesco sentimenti contrastanti: se da un lato lo ammira e lo percepisce come una fonte di ispirazione, dall'altro rimane deluso dall'atteggiamento tenuto da Beuys durante la lezione. Infatti quest'ultimo si era più volte rifiutato di rispondere alle domande poste dagli studenti, ritenendole banali e insignificanti. Tuttavia, seppur indubbiamente in un primo momento questo modo di agire nei confronti dei suoi compagni avesse fatto infuriare Murakami, successivamente questa esperienza si trasforma in un potente stimolo che porta l'artista

giapponese a nutrire una sete incessante nei confronti del sapere contemporaneo, “*while simultaneously recognising the art-world elitism of GEIDAI and disdaining that elitism as the product of ignorant individuals with a group mentality*”<sup>25</sup>.

Nello stesso periodo comincia a visitare assiduamente mostre di arte contemporanea, prevalentemente prodotta in Occidente. Entrando in contatto con i lavori di artisti come Jannis Kounellis, Julian Schnabel e Daniel Buren, Murakami familiarizza con gli sviluppi più attuali del panorama artistico internazionale. In questo senso svolgerà un ruolo fondamentale anche l'attività di ricerca di Murakami, che si concretizza prevalentemente nell'approfondita consultazione di riviste specializzate, come per esempio *Bijutsu Techō* (*Art Notebook*), un *art magazine* specialistico per il quale ha scritto spesso il critico Noi Sawaragi e il cui punto di forza è la presenza di numerose immagini di opere d'arte contemporanea, come per esempio i lavori di Damien Hirst, Charles Ray, Matthew Barney e Anselm Kiefer.

## **Il debutto nel mondo dell'arte contemporanea**

Muovendosi sempre più verso l'arte di stampo concettuale, Murakami si rende conto che “*there had been no precedent of art that focused so blatantly on post-war Japanese culture*”<sup>26</sup>. Sebbene non consideri radicale l'idea di l'affrontare dal punto di vista artistico questa complessa tematica, Takashi Murakami nutre sempre più la convinzione che si tratti comunque di una strada non battuta, la quale, se approcciata in modo originale, potrebbe garantirgli riconoscimento e successo. Sulla scia di questa riflessione, nelle sue prime opere l'artista giapponese determina come filo conduttore l'immaginario bellico, con riferimenti diretti alla Seconda Guerra Mondiale, assunta a causa primigenia degli sviluppi socioculturali del Giappone dagli anni Cinquanta in poi. Utilizzando materiali insoliti, ma altamente significativi, su suggerimento del suo amico e mentore Masato Nakamura, Murakami esplora la propria storia personale, l'americanizzazione della cultura e la società giappo-

nese di quegli anni, per poi concretizzare la sua ricerca in un gruppo di lavori che costituiscono le sue opere d'esordio.

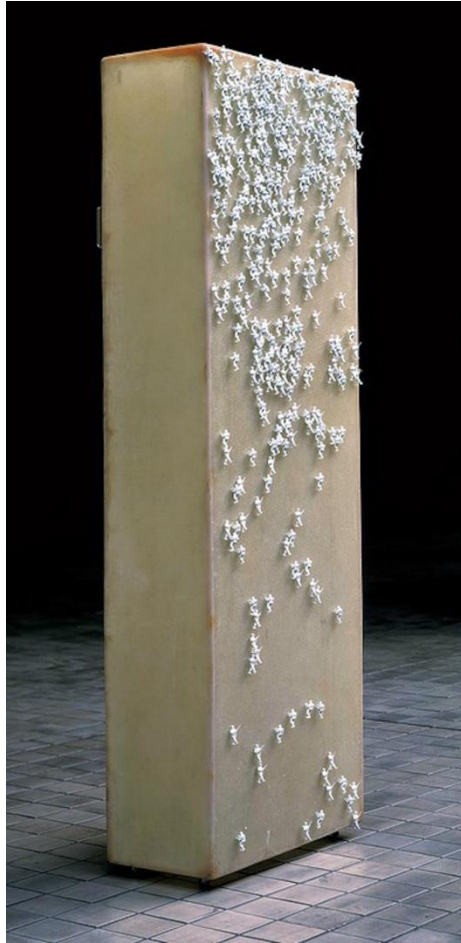


Figura 11: Takashi Murakami, *Polyrhythm*, 1991, resina sintetica, ferro e soldatini in plastica Tamiya U.S. Infantry in scala 1/35, 227 x 55 x 90 cm

Con lo scopo di sondare “*his connection to the complex relationship between Japan and the United States that emerged in the aftermath of World War II*”<sup>27</sup>, in *Polyrhythm* (1991) Murakami affigge dei soldatini giocattolo in plastica in scala 1/35, prodotti dalla famosa azienda di giocattoli Tamiya, su un alto parallelepipedo in resina sintetica che evoca intenzionalmente gli *Specific Objects* di Donald Judd. Il riferimento alla guerra non si limita solo alla presenza della figura del soldato, ma si estende ulteriormente. Infatti il titolo dell'opera è tratto da un'intervista con David Byrne riguardante la musica prodotta da una particolare tribù africana durante i momenti di guerra. In merito alla scelta di correlare questo particolare termine alla sua opera d'arte Murakami afferma:

*It's certainly true that both in the movies and in reality heroic music is important for war, there is a tie between war and heroism...war is actually a tragedy, but if you change your mindset it's exotic. Our society paradox is that we create plastic toy models that create a background for aggression and murder.*<sup>28</sup>

Se da un lato quindi l'intento dell'artista è quello di confrontarsi con il tema della guerra, spesso presentata come un fatto ludico o infantile, dall'altro la scelta di un materiale sintetico come la plastica è tutt'altro che casuale. Infatti con atteggiamento critico, l'artista vuole spostare l'attenzione dell'osservatore sui temi dell'ecologia e della salvaguardia dell'ambiente, strettamente correlati al fenomeno in piena espansione della società dei consumi: “*we use horrible, non-recyclable material, which essentially becomes oversized garbage when you work with it to make our 'dream' discos, Disney Lands, and theme park*”<sup>29</sup>.

I primi lavori di Takashi Murakami, che oltre a *Polyrhythm* includono anche *Randoseru Project* (1991)<sup>30</sup>, installazione in cui l'artista dispone alla parete una fila di otto zainetti di stampo militare utilizzati dai bambini delle elementari<sup>31</sup> realizzati con pelli rarissime, con lo scopo di riflettere sul mercato di beni di lusso e sulla giustapposizione incongrua tra la storia militare del Giappone e l'equipaggiamento scolastico dei bambini, e *Sea*

Breeze (1992), in cui usando luci abbaglianti Murakami ricrea la luce paralizzante che precede il fungo atomico<sup>32</sup>, vengono fin da subito associati alle emergenti teorie del movimento Neo-Pop<sup>33</sup>, termine coniato da Kiyoshi Kusumi, editore della rivista d'arte *Bijutsu Techō*, e promosso da Noi Sawaragi, il cui pensiero è profondamente intrecciato alla corrente postmoderna del *nyū akademizumu* (nuovo accademismo) sviluppata dal filosofo Akira Asada.

*With American pop art as its antecedent, Sawaragi's idea was that Japanese "neo-pop" parodied the infantilism of post-war Japanese consumer culture, making art by "sampling" and "remixing" the endless array of consumer junk with which Japanese filled their passified US-dependent lives.*<sup>34</sup>

È proprio grazie all'influenza di portata sempre più determinate di questo nuovo movimento artistico "made in Japan" che nel 1994 Murakami si reca a New York con una borsa di studio dell'Asian Cultural Council per partecipare al "P.S.1<sup>35</sup> Contemporary Art Center's International Studio Program", con l'obiettivo di sviluppare e promuovere la sua arte oltre i confini del Giappone<sup>36</sup>.

Prima della sua partenza per gli Stati Uniti, Murakami inizia a sviluppare il progetto per uno dei suoi *signature characters*: Mr. DOB. La genesi di questo importantissimo personaggio è legata a due circostanze apparentemente prive di importanza, che tuttavia si sono rivelate determinanti dal punto di vista creativo. La prima è un gioco di parole senza senso tra Murakami e alcuni amici, durante il quale è scaturita l'idea di inventare un soggetto, che fosse una combinazione di Doraemon (il robot a forma di gatto tratto dall'omonimo *manga* e dalla famosa serie *anime* televisiva) e Sonic the Hedgehog (il personaggio del popolare videogioco, nonché mascotte della Sega), il cui nome non è altro che l'acronimo della frase nonsense "*dobozite dobozite oshamanbe*"<sup>37</sup>. La seconda invece è la vera e propria realizzazione del prototipo di DOB, creato a computer da uno studente di design amico di Murakami; come l'artista stesso racconta:

*I had never studied design, but I really wanted to realize a mechanical line that couldn't be reproduced by hand. When I was despairing, my friend told me that such lines could be achieved through Bézier curves in a software called Illustrator. So I camped out at my friend's place for a week and sat behind him at the computer, telling him what to do like a backseat driver until we created Mr. DOB.<sup>38</sup>*

La prima apparizione ufficiale di DOB in un'opera d'arte risale al 1993. Si tratta di *Genesis*, dipinto realizzato secondo i rigorosi dettami della pittura tradizionale giapponese, che predilige gli sfondi monocromi e i colori primari. Su una tela tinta interamente di blu<sup>39</sup>, fluttua una minuscola testa di topo con le sembianze di DOB, che fin da questo primo dipinto sembra assumere l'aspetto di un'icona o di un oggetto di consumo, al pari dei personaggi a cui è ispirato.

Questo bizzarro personaggio riappare alla prima mostra dell'artista giapponese a New York, tenutasi alla Angel Orensanz Foundation nel 1995, alla quale Takashi Murakami espone una serie di sculture gonfiabili a forma di DOB, che però vengono accolte piuttosto freddamente dalla critica americana. Malgrado questo debutto in Occidente a dir poco deludente, alla Gramercy Art Fair l'artista giapponese incontra fortuitamente il gallerista francese Emmanuel Perrotin, conosciuto qualche anno prima. Dopo averlo aiutato a installare un pezzo di Maurizio Cattelan, Murakami si offre di esporre nello spazio di Perrotin alcune magliette realizzate da lui e portate dal Giappone. Il personaggio stampato sulle t-shirt era Hiropon, che nel 1997 prenderà forma definitiva nella famosissima scultura omonima<sup>40</sup>.

Grazie alle magliette, Murakami riesce a farsi notare da Hudson, il direttore della galleria Feature. Fissato un appuntamento per visitare il suo studio, in vista dell'incontro l'artista giapponese crea i primi disegni per quello che diventerà *Second Mission Project ko<sup>2</sup>* (1999-2000), una delle installazioni più famose e importanti della sua carriera. L'inclusione di alcune sue opere in una mostra collettiva tenutasi nel 1996 alla galleria Feature, quando ormai l'artista giapponese è tornato in patria, è la di-

mostrazione che Murakami era ormai stato pienamente riconosciuto come membro di una generazione di artisti internazionali che stavano godendo di un certo interesse da parte di diverse figure di spicco del sistema dell'arte contemporanea. Questo evento assume grande importanza per Murakami, poiché

*his recognition of the achievements of these artists gave him permission to realize his own ambitions – a fusion of Japanese popular culture, international figurative tendencies, and the direction set off by that late-night word-game that led to the development of DOB.*<sup>41</sup>

Dopo qualche mese a New York, Murakami inizia a lavorare a *Stew* (1995), una serie composta da cinque dipinti, ciascuno dei quali *“features a figure, painted on a flat monochrome background, with a broadly smiling face (four with DOB ears, one without) and a body rendered in different states of liquidity, from fluid puddles to mere drips and splatters”*<sup>42</sup>. In questa successiva elaborazione il personaggio di DOB inizia a configurarsi sempre più come una personificazione dell'artista stesso, come una sorta di autoritratto o meglio di alter ego. Dalla sua precoce manifestazione come *signature character*, nel corso degli anni DOB è diventato il soggetto più rappresentato in assoluto nelle opere di Murakami. Ma diversamente da Walt Disney, per il quale Mickey Mouse diventa la *brand identity* su cui costruire il suo impero, Mr. DOB viene concepito da Murakami come un personaggio in continua evoluzione, capace di incarnare tutte le complessità e le sfumature di una personalità e di un'identità aperte al cambiamento. Le circostanze in cui nasce l'idea di DOB e ciò di cui diviene successivamente simbolo sono due realtà diverse, se non addirittura inconciliabili tra loro. Infatti quello che in un primo momento sembra configurarsi come un *“flat, humorous, benign character”*<sup>43</sup>, ben presto si trasforma in un personaggio che può essere mostruoso, oscuro e spaventosamente aggressivo *“while simultaneously evoking cuteness”*<sup>44</sup>. Alle volte Murakami *“is even able to maybe create certain moods and ideas that reflect his own personal and artistic struggles, and channel them into Mr.*



DOB"<sup>45</sup>, instaurando una completa identità tra se stesso e il suo *signature character*.

Influenzato dalla visione delle sculture erotiche di Jeff Koons, Murakami comincia a progettare una serie di lavori ispirati ai modellini che l'artista Bome (1961) aveva realizzato per Kaiyōdō, un'azienda giapponese che produce oggetti da collezione legati al mondo di *manga* e *anime* e così facendo scardina la dicotomia tra il mercato di massa e l'appartato universo degli *otaku*. Durante questo periodo, la sottocultura *otaku* diventa una vera e propria ossessione per Murakami, che si colloca in una posizione intermedia in quel particolare contesto, di cui è sia un membro sia un outsider. Nonostante né lui né la sua arte siano mai stati completamente accettati dagli *otaku*, è importante tenere in considerazione la differenza che intercorre tra il rapporto che Murakami instaura con le fonti *otaku* e la relazione che lega gli artisti Pop americani, come per esempio Roy Lichtenstein e Andy Warhol, agli elementi tratti dalla cultura popolare di massa. Infatti,

*although the latter artists borrowed liberally from popular media such as comics, they did not presume to elevate the status of the comic artists whose work they appropriated. By contrast, Murakami does. One of his ambitions is to change Japanese culture so profoundly that the Westernized distinctions between high and low are no longer part of the critical dialogue.*<sup>46</sup>

A partire da questo forte interesse per la sottocultura *otaku*, considerata in tutte le sue forme di manifestazione, a cui si uniscono la pervasiva influenza esercitata dalla Pop Art americana e l'attenzione per le logiche della produzione e del consumo, Murakami inizia a concepire e a dare forma concreta alle sue prime sculture già quando si trova a New York. Nasce così uno stile originale e per certi versi rivoluzionario, che diventa la cifra stilistica, identitaria e distintiva della produzione artistica di Murakami nel contesto internazionale: lo stile *poku*, neologismo dato dalla fusione dei termini "pop" e "otaku".

Tra le sculture più famose prodotte in quegli anni si possono citare *Hiropon* (1997)<sup>47</sup>, opera volutamente erotica e provocato-

ria, ispirata alle illustrazioni raffiguranti donne dal seno enorme disegnate da un mangaka amatoriale di nome Floppy Disc, *My Lonesome Cowboy* (1998)<sup>48</sup>, che nel 2008 è stata battuta all'asta da Sotheby's a New York per la cifra record di 13,5 milioni di dollari, e *Miss Ko<sup>2</sup>* (1997)<sup>49</sup>, basata su un prototipo dipinto del 1996 e modellata sulle iconiche cameriere della catena di ristoranti Anna Miller's. Questi tre lavori sono emblematici dell'intenzione dell'artista di trattare, portandola all'esasperazione, una delle tematiche legate alla sottocultura giapponese, ovvero quella *"bizarreness of sexuality manifested in the Japanese otaku culture [...] unprecedented elsewhere, creating brand-new rules for designing human forms"*<sup>50</sup>.

Ad assumere un ruolo rilevante in questo senso è *Second Mission Project ko<sup>2</sup>*, realizzata nel 1999 dopo una gestazione durata circa tre anni. Si tratta di un'installazione composta da tre sculture raffiguranti le diverse fasi della metamorfosi di una sensuale figura femminile, ricalcata sul modello delle protagoniste di *manga* e *anime*, che si tramuta in aeroplano.



Figura 12: Takashi Murakami, *Second Mission Project ko<sup>2</sup>*, 1999, olio, acrilico, fibra di vetro, ferro, resine sintetiche

Come nei suoi lavori da esordiente, anche in quest'opera il riferimento all'immaginario bellico non manca. Oltre al fatto che la scultura "*represents a female cyborg whose body incorporates a fighter jet*"<sup>51</sup>, osservando con attenzione è possibile notare un dettaglio rilevante per comprendere il rimando diretto di Murakami al tema della guerra. Infatti sulla coscia della figura è leggibile la scritta "Air Self Defense Forces" (Kōkū Jieitai) che senza ombra di dubbio è un richiamo al reparto militare dell'aeronautica giapponese e alla SFD, cioè l'insieme delle forze armate giapponesi istituite nel 1954, nelle quali il padre di Murakami aveva militato.

La protagonista dell'opera è a tutti gli effetti una *sentō bishōjo* (*beautiful warrior girl*), che rispecchia i canoni estetici di quelle protagoniste di *manga* e *anime* che Tamaki Saitō interpreta come *phallic girls*.

*The warrior girls or "phallic girls" are sexually innocent and yet embody a curiously potent and perverse sexuality. The innocent warrior girls are generally oblivious to their own powerful sexual appeal, which nevertheless caters to a variety of what Saitō identifies as "perverse" sexual tastes among manga and anime viewers, including pedophilia, homosexuality, fetishism, sadism, and masochism.*<sup>52</sup>

Questo concetto è riaffermato con decisione da Murakami, il quale osserva che il suo prototipo "*originally started as a project, by expressing a girl valkyrically transforming into an airplane to somehow define a kind of current Japanese sexual complex, which equals a girl, which equals an airplane*"<sup>53</sup>. L'obiettivo di *Second Mission Project ko<sup>2</sup>* è quindi quello di condensare al suo interno sia la distorsione storica, scaturita dalla Seconda Guerra Mondiale, sia l'ampia gamma di ossessioni sessuali perverse che pervadono la società giapponese dell'era post-atomica per mostrare ad un pubblico internazionale un lato inedito e inesplorato del Giappone contemporaneo.

### **La poetica del Superflat**

*"The world of the future might be like Japan is today – super flat. Society, customs, art, culture: all are extremely two-dimensional."*

Takashi Murakami, *The Super Flat Manifesto*, 2000

Durante il soggiorno a New York Takashi Murakami si dedica ampiamente anche alla rielaborazione e al rinnovamento della sua pittura, producendo opere in stile *poku* destinate ad avere vasta risonanza su scala mondiale come *727* (1996), ispirata sia agli *Oxidation Paintings* (1979) di Andy Warhol sia alle tecniche pittoriche *nihonga*, e *Cream* (1998) e *Milk* (1998), nelle quali come in *Hiropon* e *My Lonesome Cowboy* emerge il riferimento ai fluidi corporei e trova spazio un'esagerata accentuazione della sessualità, seppur trattata in stile minimalista. Nella ricerca delle direzioni definitive da imprimere alla sua produzione, l'attività teorico-critica dell'artista giapponese si spinge oltre l'elaborazione dello stile *poku*. Infatti negli stessi anni, sulla base degli studi teorici affrontati durante il suo dottorato e successivamente arricchiti dall'esperienza diretta sul campo come artista, Murakami inizia a sviluppare una delle tesi più innovative e rivoluzionarie dell'arte contemporanea giapponese: il *Superflat*<sup>54</sup>.

A partire dal 2000, Murakami si adopera attivamente per istituzionalizzare la corrente artistica del *Superflat*, a cui nel frattempo aderiscono anche altri artisti giapponesi che si riconoscono in essa, curando una trilogia di mostre collettive, che a partire da Tokyo toccano anche alcune delle città più importanti degli Stati Uniti e dell'Europa<sup>55</sup>. In occasione della prima mostra, intitolata *Superflat* (2000-2001), l'artista giapponese pubblica un vero e proprio manifesto programmatico del movimento, concepito sia per il pubblico giapponese sia per quello internazionale<sup>56</sup>, in cui espone con chiarezza le intenzioni e le caratteristiche distintive di questa nuova forma d'arte e che si configura come una sintesi bilanciata delle forme artistiche del periodo Edo (1603-1868) e delle espressioni creative della cultura popolare giapponese postmoderna. Infatti come lui stesso scrive: *"It is particularly apparent in the arts that this*

*sensibility has been flowing steadily beneath the surface of Japanese history. Today, the sensibility is most present in Japanese games and anime, which have become powerful parts of world culture.*"<sup>57</sup>.

L'obiettivo principale del saggio di Takashi Murakami, intitolato *A Theory of Super Flat Japanese Art*, è sottolineare quanto il concetto di "super flatness", ovvero quella particolare sensibilità che attraversa trasversalmente l'arte giapponese dal Seicento ad oggi come un filo conduttore che unisce passato, presente e futuro, abbia contribuito e continui a contribuire alla costruzione della cultura giapponese e della sua specifica visione del mondo. Seppur il Giappone sia ormai un paese occidentalizzato e faccia parte di un contesto globale in cui gli influssi dei paesi europei e degli Stati Uniti sono sempre più rilevanti, trattandosi di un originale concetto giapponese, Murakami nelle pagine introduttive del testo cerca di fornire al lettore un'idea più precisa di cosa si intenda per *super flatness*:

*One way to imagine super flatness is to think of the moment when, in creating a desktop graphic for your computer, you merge a number of distinct layers into one. Though is not a terribly clear example, the feeling I get is a sense of reality that is very nearly a physical sensation. The reason that I have lined up both the high and the low of Japanese art in this book is to convey this feeling. I would like you, the reader, to experience the moment when the layers of Japanese culture, such as pop, erotic pop, otaku, and H.I.S.-ism, fuse into one.*<sup>58</sup>

La base sui cui si poggiano le riflessioni espresse da Takashi Murakami è il saggio critico *The Lineage of Eccentricity* (1970), scritto dallo storico dell'arte giapponese Nobuo Tsuji. In questo testo di capitale importanza Tsuji dà corpo al concetto di "eccentricity", un assunto fondamentale per interpretare e comprendere la storia dell'arte del Giappone nell'era postbellica. Nell'elaborazione della sua tesi, Tsuji prende in analisi sei artisti "with expressionistic tendencies from the Edo period whose shared characteristic was the production of eccentric and fantastic images"<sup>59</sup>: Iwasa Matabei (1578-1650), Kanō Sansetsu (1589-1651), Itō Jakuchū (1716-1800), Soga Shōhaku (1730-

1781), Nagasawa Rosetsu (1754-1799) e Utagawa Kuniyoshi (1798-1861). Riconoscendoli come i principali esponenti dell'avanguardia ai loro tempi, Tsuji coglie delle somiglianze tra questi artisti e quella che chiama "*manga and poster art*"<sup>60</sup>.

Sviluppando la sua personale riflessione a partire dalla tesi di Tsuji, Murakami mette in rapporto la particolare lettura di questi sei artisti "eccentrici", riferendosi in particolar modo ad alcuni lavori di Itō Jakuchū come *Tredici galli* (1766), con lo "*strange style of timing structure in Japanese television animation*"<sup>61</sup>, cogliendo dei punti di contatto importanti che gli permettono di concretizzare il concetto di *Superflat*. Primo tra tutti è la creazione di un'estetica della superficie in cui regna incontrastata la bidimensionalità: "*All the 'eccentric' artists shared a certain structural methodology, in which they created surface images that erased interstices and thus made the observer aware of the images' extreme planarity*"<sup>62</sup>. Questo senso di piattezza è ulteriormente accentuato da alcune specifiche composizioni strutturali dinamiche, sfruttate sia nelle opere degli "eccentrici" sia negli *anime*<sup>63</sup>, che portano l'osservatore a zigzagare con lo sguardo tra i diversi piani sovrapposti, per poi ricomporre i frammenti raccolti in un'unitaria immagine piatta. A importare le composizioni *superflat* degli "eccentrici" nel mondo dell'animazione è stato prevalentemente l'*animator* giapponese Yoshinori Kanada (1952-2009). Malgrado la ripresa di questi meccanismi visivi e dinamici non sia stata intenzionale e consapevole, si notano delle forti somiglianze tra i lavori di Kanada e dei suoi collaboratori e le logiche compositive utilizzate dagli artisti del periodo Edo, che prevedono la presenza di un punto fisso in cui si concentra sia l'attenzione dell'osservatore sia l'equilibrio compositivo dell'opera. Se dal punto di vista tecnico-strutturale, entrambi i prodotti sono *superflat*, essi si distanziano sotto l'aspetto tematico. Infatti mentre le opere degli "eccentrici" hanno come soggetti fenomeni prelevati dal mondo della natura, le scene realizzate da Kanada si concentrano principalmente su esplosioni e pose o movimenti di umani e robot, traslando gli accorgimenti creati per la dinamica di fenomeni naturali, come per esempio quelli

utilizzati da Katsushika Hokusai (1760-1849) per le onde nella serie *Le trentasei vedute del Monte Fuji* (1826-1833), dal mondo della natura alla figura umana, al fine di ottenere un "congelamento" dell'azione, la quale mantiene al contempo la propria dinamicità intrinseca.

Riconosciuto come uno dei più grandi innovatori nel campo degli *anime* televisivi<sup>64</sup>, Yoshinori Kanada ha avuto anche il grande merito di essersi ribellato al sistema di produzione televisivo che imponeva ai diversi disegnatori che collaboravano a uno stesso progetto di eliminare variazioni di stile per rendere il prodotto il più omogeneo possibile, rivoluzionando il settore degli *anime*. È grazie a lui se dagli anni Settanta in poi è stato possibile per ciascun animatore esprimere il proprio stile personale, trasformando così l'animazione televisiva in una vera e propria forma di espressione artistica.

Oltre a cercare di evidenziare come il *Superflat* sia un concetto puramente giapponese, che dal Seicento prosegue coerentemente e senza soluzione di continuità fino alla contemporaneità, nel suo saggio Murakami avanza una critica nei confronti del concetto di arte in Giappone, particolarmente ambiguo già a partire dalla sua terminologia. Nel libro *The Temple of the Eyes* (1989), Nariaki Kitazawa traduce il termine arte utilizzando due diversi vocaboli giapponesi. Il primo è *geijutsu*, che indica la tecnica di creare cose belle, mentre il secondo è *bijutsu*, corrispondente alle *fine arts*. Sebbene questi termini nascano con accezioni diverse, una più tradizionale e nazionale, mentre l'altra legata all'ascendente dell'arte occidentale, attualmente il confine effettivo tra *geijutsu* e *bijutsu* si è fatto talmente labile da scomparire quasi completamente.

Indipendentemente dal vocabolo utilizzato per parlare di arte, Murakami si rende conto che la ragione alla base di una mancata comprensione del concetto di arte in Giappone è la trasformazione dell'opera, tradizionalmente portatrice di un'aura pura e intangibile, in un oggetto di consumo qualunque, acquistabile in un circuito monetario, scaturito dal boom economico degli anni Sessanta, che rincorre il prezzo di vendita più elevato indiscriminatamente. L'arte pura soccombe così alle leggi del mercato, scompare, e per sopravvivere si rifugia

in aree culturali affini considerate minori, come il *manga*, l'animazione e la subcultura *otaku*, eliminando completamente quella già debole distinzione tra arti maggiori e minori, importata direttamente dall'Occidente durante il processo di modernizzazione nel periodo Meiji.

Questa confusione nei confronti del concetto di arte è acuita anche dall'ambiguità terminologica creatasi tra arte (nella doppia accezione di *geijutsu* e *bijutsu*) e intrattenimento, il che ha contribuito a rendere ancor più incomprensibile in Giappone cosa veramente sia da intendersi con "arte".

*In "Japan", where "art" been recognized by society ad a medium in which a groundless freedom can be expressed, the definition of term such as "art" has remained vague among the masses. [...] On the other hand, a term like "entertainment" has a reality, and is generally understood. Japanese "art" has become attached to an idea of a creative Japanese original "entertainment".<sup>65</sup>*

È proprio per questa ragione che parlando del concetto *Superflat*, l'artista, così come Nobuo Tsuji prima di lui, riesce a sviluppare un percorso lineare che dall'arte tradizionale giapponese, fatta di opere pittoriche, ceramiche e stampe, passa per l'animazione di Kanada, per giungere infine ai risvolti più attuali dell'arte contemporanea, di cui lui stesso è un esponente di spicco.

Focalizzandosi nuovamente sull'idea di *Superflat*, proprio a partire dalle immagini degli artisti "eccentrici" e dalle scene *anime* di Yoshinori Kanada, Murakami prova ad abbozzare a parole il "Giappone" in stile *superflat*, dando origine ad un'immagine eccentrica, una fantasia senza senso.

*At the center of the image is the thick trunk of Japan's eccentric, secular, grotesque "sub-culture". Moving up the trunk to the upper left of the image, you see a small bird representing a meaningless "hierarchy", but you can ignore that. After moving you gaze slowly along a horizontal path to the left, there are "celebrations" and "media frenzies" that produce a sense of speed that zigzags up and down, but when you look at the extreme left you see a small branch growing up. At the end of the branch are two small blossoms, "eroticism" and*



"grotesquerie". From there your gaze speeds over to the lower center of the image, where is something crushed beneath the thick trunk that looks a bit like a dog. Your gaze then fixes on the two dark eyes of the creature, which you recognize as an "otaku". It would not be an exaggeration to say that this is the subject of the image. Alongside this creature are bamboo leaves known as "manga" and "anime", which have been scattered about to diffuse their power. Returning to the thick trunk of "freedom" and "childlikeness", you see that it slides off to the right before curving down suddenly. Beside the trunk is the rock of "pop", whose upward directionally is emphasized. Running above the trunk is deformed "cheap ticket" moss, which sets the tempo. All along the bottom, the scattered cosmos of "entertainment" are blossoming out of season. At the top of the image are gilded clouds, above which "The West", "History", and "Art" are only partially visible.<sup>66</sup>

Il caos che circonda il concetto di arte in Giappone ha continuato a essere la forza motrice della produzione artistica intesa in ogni sua forma. Se per comprendere la natura eccentrica delle espressioni artistiche giapponesi Nobuo Tsuji prende in considerazione sei artisti del periodo Edo, Takashi Murakami invece decide di analizzare l'animazione di Yoshimori Kanada, da cui estrae il concetto di *Superflat*, un termine che riunisce artisti e opere che possiedono quella sensibilità unicamente nipponica, esistente ancor prima dell'avvento di qualsiasi possibile influenza occidentale.

"Super flat", one form of "Japanese" "avant-garde" "art", is an "-ism" – like Cubism, Surrealism, Minimalism, and Simulationism before it – only this is one we have created. Though the Japanese "avant-garde" has always been alternative and underground and has not yet made its appearance on the main stage, as the DNA that formed Japanese culture, "super flatness" has been continually producing the "avant-garde" up until the present day.<sup>67</sup>

### **Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture (2005)**

Questo progetto intrapreso alle soglie del nuovo millennio, volto a introdurre la nuova ondata di arte giapponese esplorando le interrelazioni tra avanguardia artistica, *manga*, *anime* e

stampe *Ukiyo-e*, nasce a partire da una semplice domanda: "cos'è l'arte?"<sup>68</sup>. La ricerca di una risposta a questo quesito è la vera missione sottesa alle tre mostre dedicate al *Superflat*, che si dipanano scandagliando la natura dell'arte in Giappone seguendo due assi. Il primo è l'asse verticale della storia, che viene ripercorso a ritroso per analizzare le espressioni artistiche giapponesi tradizionali; il secondo invece è quello orizzontale della cultura, che connette *manga*, animazione, moda, musica, e qualsiasi altro prodotto che rientri nell'universo creativo.

Dopo la mostra *Coloriage* (2002) alla Fondation Cartier pour l'art contemporaine di Parigi, con *Little Boy* (2005), tenutasi alla Japan Society Gallery di New York, la trilogia del *Superflat* giunge alla sua conclusione. Il titolo della mostra è una citazione diretta del nome in codice della bomba atomica che la mattina del 6 agosto 1945 è stata sganciata su Hiroshima, inferendo una ferita talmente profonda da originare un vero e proprio trauma nazionale, che va ben oltre i catastrofici effetti dell'esplosione ai danni del territorio e della popolazione. L'interpretazione di Murakami della cultura popolare giapponese e delle arti grafiche degli ultimi anni, con particolare riferimento allo sviluppo delle sottoculture come quella *otaku* e *kawaii*, è fortemente connessa a questo evento ed è al contempo radicata nell'evoluzione della comprensione del Giappone della sua condizione postbellica, nonché nella presa di coscienza della sostituzione della cultura tradizionale e gerarchica giapponese con una cultura del consumo "usa e getta" apparentemente prodotta per bambini e adolescenti.

La terminologia "*little boy*" allude intenzionalmente anche all'infantilizzazione<sup>69</sup> della cultura e della mentalità giapponesi, evidente nella fissazione, fino all'ossessione, per personaggi immaginari di *manga*, *anime* o videogiochi, spesso legati a un immaginario bellico memore del disastro atomico, piuttosto che per prodotti *kawaii* di ogni genere, percepiti dall'artista come il risultato della dipendenza economica e politica del Giappone dall'Occidente. Questi conflitti irrisolti, a cui si aggiunge un senso di impotenza e di ansia postbellica, riversate continuamente in immagini catastrofiche e scenari distopici di

distruzione che attraversano in modo trasversale tutte le espressioni artistiche e tutti i prodotti del consumo di massa, costituiscono il contesto in cui nascono e si sviluppano la cultura e l'arte pop giapponese.

In quanto ultima mostra del percorso a supporto della teoria del *Superflat*, *Little Boy*

*went beyond the spectacular optics of Japan's popular cultures to identify the darker fantasies of Japan's postwar graphic subculture and drew on historical source material to illuminate the complex cultural, political and social conditions that shape the work of Japanese artists today.*<sup>70</sup>

Sondando le manifestazioni della subcultura *otaku*, espressioni di un mondo fantastico in cui immagini apocalittiche, commercio feticista e avanguardie artistiche si incontrano, questa mostra rispetto alle precedenti pone maggiormente l'accento sul potere esercitato dagli Stati Uniti a partire dalla fine della Seconda Guerra Mondiale e sulle conseguenze nefaste di questo predominio, che oltre ad aver cambiato radicalmente l'economia del Giappone, ha anche influito in modo irreversibile sulla sua cultura, la sua filosofia e la sua società. Come Murakami scrive nel catalogo della mostra:

*Postwar Japan was given life and nurtured by America. We were shown that the true meaning of life is meaninglessness, and we were taught to live without thought. Our society and hierarchies were dismantled. We were forced into a system that does not produce "adults". The collapse of the bubble economy was the predetermined outcome of a poker game that only America could win. Father America is now beginning to withdraw, and its child, Japan, is beginning to develop on its own. The growing Japan is burdened with a childish, irresponsible society; a system guaranteed to thwart the formation of super wealth; and a pervasive anti-professionalism.*<sup>71</sup>

Per quanto si tratti di una condizione fortemente penalizzante per una nazione come il Giappone, uscita sconfitta e decimata dal conflitto mondiale, questi fattori apparentemente negativi, *"including 1) a value system based on an infantile sensibili-*

ty, 2) a society without any definitive standard of wealth, and 3) amateurism, are now helping to engender a new world of creativity"<sup>72</sup>. Sulla base di questo meccanismo *Little Boy* mette in luce come gli artisti si siano appropriati di *anime*, *manga* e altre forme creative d'intrattenimento o di consumo come mezzo per risolvere il trauma della bomba atomica, la devastazione della sconfitta e la conseguente perdita di valori e del senso dell'esistenza, tutte circostanze che spesso contribuiscono a una percezione e una conseguente rappresentazione distorta dei fatti storici. Infatti,

*focused often on apocalyptic imagery, with frequent references to atomic explosion and futuristic annihilation/salvation, the cartoons that dominate Japan's media and entertainment industries provide a screen that both exaggerates and diminishes the real history that they function to suppress.*<sup>73</sup>

Enfatizzando la smaterializzazione del confine tra *high art* e *low art* e l'abbattimento definitivo del muro che divide la produzione artistica dagli oggetti del consumo di massa, la mostra presenta immagini iconiche tratte dalla cultura popolare nipponica giustapposte alle principali opere di artisti contemporanei giapponesi, tra cui Murakami stesso. L'installazione prevedeva l'esposizione di più di mille oggetti tra cui disegni di *manga* e *anime*<sup>74</sup>, giocattoli vintage della collezione Kitahara<sup>75</sup>, oggetti di merchandising raffiguranti personaggi popolari del cinema, della televisione e della cultura *anime*, come per esempio Hello Kitty, Godzilla e Doraemon, tutte espressioni di una cultura di massa più ampia, accanto ai lavori di numerosi artisti appartenenti alla corrente del Neo-Pop e aderenti all'emergente poetica del *Superflat*<sup>76</sup>.

Per quanto riguarda la selezione dei prodotti di animazione cinematografica e televisiva per *Little Boy*, Murakami include alcuni tra gli *anime* più noti e popolari del Giappone del dopoguerra. Oltre al già citato *Time Bokan*, la scelta di Murakami ricade su *Ultraman* (1966-1967) e *Ultraseven* (1967-1968), ma soprattutto su due dei prodotti di maggior successo e seguito

sia tra gli *otaku*, sia ben oltre i confini del territorio giapponese: *Akira* e *Neon Genesis Evangelion*.

Il manga *Akira* di Katsuhiro Ōtomo, pubblicato sul settimanale *Young Magazine* dal 1982 al 1990 e trasformato in un lungometraggio *anime* prodotto nel 1988, è stato fin dagli esordi uno dei più grandi successi della storia dell'intrattenimento di massa giapponese. Apparso nei primi anni Ottanta, durante il boom economico, nasce in relazione a un contesto di espansione finanziaria senza precedenti, che contribuisce a modificare radicalmente il paesaggio urbano del Giappone. Tokyo in particolare subisce delle trasformazioni non indifferenti, che non la rendono dissimile da Neo Tokyo, la città immaginaria in cui si svolge la trama di *Akira*, costruita nel 2019, trent'anni dopo la Terza Guerra Mondiale e l'esplosione di una potentissima bomba che ha distrutto l'area metropolitana della Tokyo originaria. Il personaggio principale del manga è Akira, il soggetto di un esperimento militare segreto. Gli altri due protagonisti, Kaneda e Tetsuo, si trovano fatalmente coinvolti con Akira, poiché uno di loro viene sottoposto forzatamente a esperimenti che lo portano ad acquisire poteri psichici in seguito alla somministrazione di farmaci sperimentali. "*His shocking transformation provides a counterpoint to the human drama that unfolds the other test subjects, [...] all enmeshed in the national intrigue that surrounds Akira's awakening*"<sup>77</sup>. Sullo sfondo distopico del caos civile, in *Akira* si assiste all'obliterazione di Tokyo e a uno spettacolo di distruzione umana, che richiama le condizioni del Giappone dopo la Seconda Guerra Mondiale. Tokyo, ridotta in cenere nel 1945, mezzo secolo dopo è diventata una delle più importanti metropoli su scala globale, tuttavia in *Akira* "*the Tokyo of the near future is returned to ruins by catastrophe comparable to a nuclear war, and a drama of destruction and regeneration is played out once again.*"<sup>78</sup>. Come in un eterno loop, "*this persistent vision of a future in ruins is perpetuated to the last scenes of the manga version, in which U.N. forces visit Tokyo, a city now destroyed for the third time by the catastrophic explosion of Akira himself.*"<sup>79</sup>.

*Neon Genesis Evangelion* invece è considerato uno dei più grandi capolavori dell'animazione giapponese di tutti i tempi,

nonché anime cult per gli otaku. Esordisce come serie televisiva scritta e diretta da Hideaki Anno e prodotta da Gainax nel 1995-1996, per poi ampliarsi con numerosi sequel prodotti in forma di serie e di lungometraggi. *"The original TV series and the subsequent feature films attracted not only anime fans but also young culture-lovers and anime veterans who had outgrown otaku obsessions. Evangelion is an unsurpassed milestone in the history of otaku culture"*<sup>80</sup>. Neon Genesis Evangelion racconta la disintegrazione sociale e psicologica causata dall'apocalisse che si cala su una Tokyo del futuro in rovina, chiamata Neo Tokyo-3. La città viene periodicamente attaccata dagli Angeli, nemici non identificati che assumono diverse forme, tra cui giganti biomeccanici e virus informatici. Per combatterli, NERV, l'unità speciale incaricata di contrastare questi invasori, schiera gli Evangelion, *"all-purpose humanoid weapons piloted by three specially chosen fourteen-year-old kids (Shinji, Rei, and Asuka)"*<sup>81</sup>. Evangelion si configura come un complesso amalgama di fantascienza e *human drama* sotto forma di un *robot anime*. In un certo senso, Evangelion può essere considerato un meta-otaku film, attraverso cui Anno, egli stesso appartenente a questa sottocultura, tenta di trascendere la tradizione otaku. Nella sua creazione, Anno infonde termini intriganti e spesso critici, nonché idee liberamente adattate dalle fonti più disparate, come il misticismo ebraico e cristiano, la biologia e la psicologia. *"While dutifully paying homage to the pop- and otaku- culture landmarks that preceded it, Evangelion pushed its depiction of the psychological and emotional struggles of the young motherless pilots to the extreme"*<sup>82</sup>. Gli ultimi due episodi della serie televisiva, in cui vengono mescolati in modo anticonvenzionale scene anime con disegni e riprese video, si concentrano sulla figura di Shinji, il personaggio principale tra i tre piloti, e sulla sua sofferta ricerca del senso della vita come persona e come pilota di Evangelion.

*With the purposeless Shinji's interior drama taking center stage, Evangelion is the end point of the postwar lineage of otaku favorites – from Godzilla to the Ultra series to Yamato to Gundam – in which hero-*

*figures increasingly question and agonize over their righteous missions to defend the earth and humanity. Shinji's identity crisis, apparently a reflection of the director Anno's own psychological dilemmas, epitomized the difficult obstacles faced by postwar Japan, a nation that had recovered from the trauma of war only to find itself incapable of creating its own future: like Shinji, Japan is probing the root cause of its existential paralysis.*<sup>83</sup>

In *Little Boy, Evangelion* è rappresentato dall'installazione di cinque macchine *pachinko*<sup>84</sup> in cui vengono raffigurati i personaggi e la lotta tra Angeli ed Evangelion su cui è basata la trama dell'*anime* cult.

Altra presenza degna di nota è quella di Godzilla, che si correla direttamente allo sviluppo degli effetti speciali giapponesi, chiamati *tokusatsu*, utilizzati in film di mostri incentrati sulle vicende di creature nate da mutazioni radioattive<sup>85</sup>. Godzilla è emblematico di questo genere di narrazioni. Il mostro risvegliato dopo eoni di sonno sotto il mare a seguito dell'esplosione di una bomba all'idrogeno<sup>86</sup>, minaccia la distruzione di Tokyo. La sua malformazione indotta dalle radiazioni e i suoi attacchi notturni che riducono la città in cenere, sono metafora della vulnerabilità del Giappone e dello stato di terrore nei decenni del dopoguerra. Alla mostra era esposto il videoclip del classico film di Godzilla e una serie di modelli Godzilla vintage, tra cui uno alto un metro e mezzo.

Queste alterazioni e malformazioni della vita organica compaiono anche nelle opere di alcuni artisti Neo-Pop giapponesi, come per esempio Kenji Yanobe e Noboru Tsubaki, che traggono le loro immagini dalla cultura *anime* giapponese del dopoguerra, rappresentando la catastrofe globale per mezzo di installazioni su larga scala. Il tema della mostruosità viene affrontato anche da Izumi Katō. *"His naked figures, who often float on an empty background reminiscent of amniotic fluid, are reduced to rudimentary forms and rendered in childlike proportions with oversized heads"*<sup>87</sup>. Queste distorte figure infantili di entrambi i sessi sono prive di volto mostrano intenzionalmente i genitali ingigantiti come attributo determinante della loro essenza. Dietro a questo gesto c'è la volontà di dare

una rappresentazione del Giappone contemporaneo, che ormai non è altro che una società impotente, in cui la funzione riproduttiva, fondamentale per il futuro della nazione, è stata completamente trascurata.

*This reality informs Katō's depiction of impotence. Both his paintings and sculptures are reminiscent of prehistoric idols, although they present no magic or primitive power but merely project a sense of incomprehensible impotence. Their awkward, infant-like bodies leaning hopelessly against the wall saliently symbolize the state of the Japanese people today.*<sup>88</sup>

In *Little Boy* l'immagine del "bambino" viene rapportata anche in relazione ad un'altra importante sottocultura che si sviluppa nel dopoguerra, ovvero la cosiddetta cultura del carino: il *kawaii*<sup>89</sup>. Essendo un risvolto dominante della cultura popolare giapponese, il *kawaii* assume un ruolo di rilievo anche per quanto riguarda l'arte contemporanea. Una sezione della mostra viene dedicata a Hello Kitty, uno dei più famosi e popolari personaggi *kawaii* mai commercializzati. Molti giovani artisti, nati per la maggior parte negli anni Settanta, realizzano opere connesse alla cultura del *kawaii*, come Chinatsu Ban, Chiho Aoshima, Aya Takano e Mahomi Kunikata. Nelle loro opere gli elementi tipicamente *kawaii*, come colori accesi e molto saturati, forme simili a quelle utilizzate nei cartoni animati, figure infantili con teste oversize e grandi occhi luminosi, vengono distorti per alludere a esiti tutt'altro che innocui ed innocenti. Un esempio di questa mancata corrispondenza tra opere apparentemente "cute" ma in realtà espressione di problematiche più profonde è la produzione artistica di Yoshitomo Nara, che può essere considerata emblematica del filo conduttore della mostra curata da Takashi Murakami. "*Nara's idiosyncratic sculptures and paintings of stunted children on the verge of violating themselves or others express the bewildered emptiness at the core of Little Boy's thesis, what Murakami calls 'the tragic apocalyptic paradise that is Japan today'.*"<sup>90</sup>.



## **L'evoluzione dell'arte di Takashi Murakami attraverso le sue mostre più importanti**

La trilogia del *Superflat*, in cui Takashi Murakami, oltre al ruolo di artista, ricopre quello di curatore, contribuisce ad affermare su scala mondiale l'importanza di questa nuova poetica artistica, ma soprattutto sancisce definitivamente il successo dell'artista giapponese nel mondo dell'arte contemporanea internazionale. A partire dai primi anni del Duemila in poi, si moltiplica esponenzialmente il numero di mostre collettive al di fuori dai confini del Giappone in cui Murakami viene invitato a esporre il proprio lavoro. Ben presto a esse si aggiungono numerose mostre personali e infine le grandi retrospettive itineranti, in cui vecchie e nuove opere dialogano tra loro per dare origine a un percorso che attraversa trasversalmente la produzione artistica di Takashi Murakami dalle origini agli sviluppi più attuali.

Tra le mostre più importanti, al fine di comprendere appieno l'evoluzione compiuta dall'artista giapponese dalla soglia degli anni Duemila ad oggi, assumono una posizione di rilievo sia tre grandi retrospettive, ©MURAKAMI (2007), *Murakami – Ego* (2012) e *Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg* (2017), sia una mostra personale, intitolata *Takashi Murakami: The Lineage of Eccentrics* (2017) e realizzata in collaborazione con lo storico dell'arte Nobuo Tsuji, autore degli studi sugli artisti "eccentrici" del periodo Edo che hanno ispirato Murakami nella formulazione del *Superflat*. Sebbene in quest'ultimo caso non si tratti di una vera e propria retrospettiva, l'importanza ricoperta da questa mostra nella carriera dell'artista giapponese è tutt'altro che indifferente; infatti, recuperando il filone concettuale degli "eccentrici", questo evento espositivo sembra essere la logica e coerente chiusura di quel cerchio aperto dalla prima mostra della *Superflat trilogy*, volto a far risaltare quel filo rosso che unisce il passato, il presente e il futuro dell'arte giapponese.

**©MURAKAMI (2007)**

*This major retrospective will feature key selections that span Murakami's career from the early 1990s to the present and including early political works that critique Japan's consumer culture and talent industries; the ongoing evolution of Murakami's anime alter-ego, DOB; and an exploration of his large-scale otaku-inspired figure projects of the late 1990s. The artist will also premiere a new body of work that centers on a feature-length animated film. In addition, a fully functional Louis Vuitton boutique will be included in the exhibition, highlighting the artist's continued collaboration with the luxury brand.<sup>91</sup>*

Il comunicato stampa pubblicato sul sito del MOCA di Los Angeles riassume in qualche riga il multiforme contenuto di una delle mostre più importanti e complesse mai realizzate sull'opera di Takashi Murakami. Infatti ©MURAKAMI può essere considerata a tutti gli effetti la prima grande retrospettiva dell'artista giapponese, in cui si tenta di ripercorre nel modo più esaustivo possibile la sua formazione e la sua produzione artistica, dalle opere d'esordio degli anni Novanta di impronta più concettuale e ancora lontane dallo stile *poku* che oggi lo contraddistingue, fino ai lavori più recenti, ormai strutturati e inquadrati nella poetica del *Superflat*. Dopo essere stata inaugurata al Museum of Contemporary Art di Los Angeles il 28 ottobre 2007, la retrospettiva curata da Paul Schimmel si è successivamente spostata al Brooklyn Museum of Art di New York, lasciando poi gli Stati Uniti per essere allestita nuovamente al Museum für Moderne Kunst di Francoforte e infine approdare in Spagna, al Guggenheim Museum di Bilbao.

Composta da più di novanta opere d'arte realizzate con svariate tecniche, che includono pittura, scultura, installazione e video, e comprensiva di una sezione dedicata al merchandising ufficiale prodotto dalla Kaikai Kiki Co., Ltd. e da una boutique di Louis Vuitton, dove erano acquistabili gli articoli della collezione ideata in collaborazione con l'artista, ©MURAKAMI racchiude al suo interno non solo gli sviluppi artistici di Murakami, ma anche la sua attenzione ai risvolti commerciali e ai prodotti di largo consumo. Ciò è evidente già a partire dal titolo in cui la presenza del "simbolo del copyright sottolinea il possesso dell'idea creativa e delle scelte da essa derivanti"<sup>92</sup>, po-

nendo fin dall'inizio le basi per una mostra finalizzata a far emergere Takashi Murakami come un artista a tutto tondo. La punta di diamante della retrospettiva è un'opera inedita realizzata appositamente per la mostra e finanziata dalla galleria Blum & Poe. Si tratta di *Oval Buddha*, una scultura dalle dimensioni colossali terminata giusto in tempo per l'inaugurazione, dopo una gestazione lunghissima durata circa sette anni. In generale la genesi di una scultura, in quanto opera tridimensionale dotata di lunghezza, ampiezza e profondità reali è più ardua rispetto a quella di un'opera pittorica, a maggior ragione quando le dimensioni e le richieste dell'artista sono tanto ambiziose quanto quelle espresse da Takashi Murakami per *Oval Buddha*. Infatti, fin dal momento della sua progettazione, per via della mole desiderata, circa sei metri di altezza, l'opera ha richiesto un maggior numero di analisi e di studi, che hanno inevitabilmente allungato i tempi di produzione.



Figura 13: *Oval Buddha* esposta al MOCA di Los Angeles, 2007

Per la realizzazione di *Oval Buddha*, Murakami si è affidato alla Lucky Wide, l'azienda giapponese che solitamente lo rifornisce di lana di vetro, materiale abitualmente utilizzato dall'artista per la realizzazione delle sue sculture. Inoltre, poiché si trattava della sua prima scultura in metallo, per la fusione e l'assemblaggio delle otto parti che compongono *Oval Buddha*, Murakami si è rivolto alla fonderia Kurotani Bijutsu. La stessa fonderia si è occupata anche della complessa operazione di rivestimento in platino della scultura, realizzato con fogli metallici sottilissimi dalla superficie di dieci centimetri quadrati. Secondo l'artista, a causa di una fase iniziale così laboriosa e sofferta, la scultura ha assorbito l'energia negativa di tutti coloro che hanno faticosamente contribuito alla sua nascita. Proprio per questo motivo, *Oval Buddha* si configura come un'ipnotica fonte di energia oscura, in grado di attrarre magneticamente lo spettatore.

*Oval Buddha* raffigura uno strano personaggio bifronte, con un'acconciatura "esplosiva", una spirale incisa sul ventre e una spina dorsale appuntita e in rilievo, come se si trattasse di una corazza. Questa insolita figura è seduta, con una gamba incrociata e l'altra a penzoloni, su un alto piedistallo, che ha alla base un fiore di loto e che poggia su un elefante schiacciato. Il volto anteriore della figura presenta una barba a punta, simile a quella di Murakami, e una bocca ondulata, a metà tra un sorriso e un broncio. Dal lato opposto, il volto sul retro ha un'espressione mostruosa e con la bocca spalancata mette in mostra i denti aguzzi. Osservando meglio questo strano personaggio ci si rende conto che si tratta di un autoritratto, sicuramente uno dei più grandi mai realizzati. Tuttavia questa precaria e intrigante scultura non sembra voler esprimere un intento autocelebrativo, quanto piuttosto raffigurare un anomalo stato di illuminazione zen. Malgrado ciò, *Oval Buddha* si configura come un'opera potenzialmente blasfema, lontana dalla religiosità buddhista, poiché con la sua iconografia capovolge tutto ciò che Buddha rappresenta nella religiosità giapponese: un essere trascendente che con la sua serenità rassicura i credenti. Al contrario questa scultura, che sembra essere il risultato di una strana metamorfosi mostruosa, raffigura una creatura

minacciosa che incute timore in chi guarda. Per questa ragione *Oval Buddha* va interpretato non tanto come una rivisitazione del Buddha tradizionale in chiave contemporanea, quanto come una sua trasformazione in quello che potrebbe essere definito il Buddha post-atomico.

Oltre alla sala in cui viene ricostruito, come se si trattasse di un'installazione artistica, lo stand di Blum & Poe alla fiera di Art Basel del 1999<sup>93</sup>, evocando così la fiera d'arte commerciale all'interno del museo, una delle sezioni più innovative e importanti della mostra è quella dedicata ai prodotti commerciali. In questo spazio, in parte destinato alla vendita di una selezione di trecento gadget prodotti dalla Kaikai Kiki Co., Ltd. e in parte occupato dalla boutique temporanea di Louis Vuitton, Schimmel crea intenzionalmente degli ambienti pervasivi, rivestendo le pareti con carta da parati decorata con le margherite di Murakami o con i *jellyfish eyes*, due motivi iconici dell'artista giapponese. Introducendo una dimensione apertamente commerciale nel contesto museale, l'intento curatoriale è quello di dare spazio al rapporto esplicito e consapevole che Murakami intrattiene con l'industria culturale. Infatti mentre molti artisti lavorano su alcuni aspetti della cultura di massa per elevarli all'ambito della *high art*, Takashi Murakami inverte questa tendenza e si immerge direttamente nella cultura popolare con la volontà di farne parte. Alla luce di queste dinamiche, i negozi non devono essere intesi quanto presenze a scopo di lucro, ma piuttosto essere interpretati come un'esperienza estetica aggiuntiva, data dall'osservazione di ciò che accade nei punti vendita all'interno di un contesto espositivo museale importante.

Nella carriera artistica di Murakami questa mostra ha svolto un ruolo fondamentale e gli ha permesso di ottenere un riconoscimento e una popolarità senza precedenti. Oltre a configurarsi come fenomeno mediatico, ©MURAKAMI ha dimostrato che le mostre d'arte contemporanea sono anche un evento di moda, probabilmente anche per via della collaborazione con un marchio di lusso quale Louis Vuitton. Infatti alla festa di inaugurazione erano presenti molte celebrità e personalità in-

fluenti della cultura popolare, che, seppur lontane dall'ambiente artistico propriamente detto, hanno contribuito ad accrescere l'ascendente di Takashi Murakami in tutte le aree geografiche e in tutte le fasce di pubblico. Con questa retrospettiva l'artista giapponese è dunque riuscito a fare un grande passo verso un obiettivo fondamentale della sua poetica: "orientalizzare il concetto stesso di fruibilità di arte perché l'arte è per tutti e di tutti"<sup>94</sup>.

### **Murakami – Ego (2012)**

*"Murakami – Ego" is a self-portrait. For a long time, I have been making a portrait of Japan, the picture of a nation and culture. Today that picture has exploded. "Murakami – Ego" is the portrait of my many identities.*

*People seem to really need a depiction of the artist's face. Just look at magazines: they always want to put the artist's face somewhere. That's why I started making self-portraits. I paint the surface of things. My ego is pure surface. That's my self-portrait.*<sup>95</sup>

Seppur di dimensioni più contenute, *Murakami – Ego* è un'altra importante retrospettiva dedicata all'opera di Takashi Murakami. Tenutasi nel 2012 presso il museo Al Riwaq di Doha, la mostra e il suo catalogo sono stati curati entrambi da Massimiliano Gioni. *Murakami – Ego* sancisce un momento decisivo nel percorso artistico dell'artista nipponico, poiché parte dell'esposizione è dedicata al nuovo filone tematico che si affaccia nella produzione di Murakami a partire dal 2011: quello dedicato alla filosofia zen e alla religione.

Pensata come un'esperienza totalizzante e immersiva, alla mostra vengono esposte settanta opere, delle quali quindici inedite, dando vita alla più grande mostra personale mai realizzata a Doha, nonché alla prima retrospettiva dedicata a un artista asiatico in Qatar. Come afferma Sheikha Al Mayassa Bint Hamad Bin Khalifa Al Thani, presidentessa del Qatar Museums Authority:

*He has transformed the galleries of the Al Riwaq Exhibition Center into an immersive environment reflective of his personal universe, contain-*

*ing many of his most famous works, groundbreaking technological sculptural displays, an extraordinary 100-meter-long painting created explicitly for this exhibition, an enormous circus tent that also functions as an indoor cinema, and a spectacular larger-than-life inflatable self-portrait. The exhibition itself is a work of art.*<sup>96</sup>

Questa mostra riesce nel compito di esplicitare con chiarezza la transizione compiuta dagli sviluppi più recenti della poetica di Murakami. Infatti, come scrive il curatore Massimiliano Gioni nel catalogo della mostra,

*Murakami's world has evolved from the Superflat aesthetics of his early work towards a fascination with the supernatural. His most recent paintings are not simply shiny, metallic, and new: they resonate instead with references to ancient legends and myths. Murakami has become a history painter.*<sup>97</sup>

Inizia dunque ad emergere il carattere storico e citazionistico delle opere più contemporanee di Murakami, che si pongono sempre più in una linea di continuità con la storia dell'arte giapponese, grazie alla quale nei primi anni Duemila l'artista ha potuto formulare il concetto di "superflat". Questo richiamo all'arte tradizionale è particolarmente evidente nella parte più rilevante di questa retrospettiva, ovvero quella riguardante la presentazione di un nuovo nucleo tematico all'interno della produzione artistica di Murakami. Si tratta del recupero della dimensione religiosa buddhista, che prende forma in un'opera colossale, realizzata appositamente per la mostra: *The 500 Arhats*.

Oltre che come autoritratto, è di fondamentale importanza inquadrare questa retrospettiva come un riflesso del complesso rapporto che intercorre tra l'artista e il Giappone. Infatti il lavoro di Murakami non può essere compreso se svincolato dal contesto in cui l'artista è nato e tuttora vive. Come afferma Gary Carrion-Murayari:

*Murakami's art is an attempt to assemble and collaged image of Japan from the bits and pieces of visual information he has ingested over the years: his work consumes and digests manga and otaku cul-*

ture, as well as historical Japanese painting and sculpture, recreating these images as products for the international art market. The result is an image of a country as a body that is grotesque, banal, irreverent, and apocalyptic all at once.<sup>98</sup>

L'influsso della cultura giapponese sull'arte di Murakami non si limita all'immaginario popolare e alle forme di espressione artistiche, ma si estende ai fatti storici e ai fenomeni socioculturali. In posizione prioritaria ci sono senza dubbio gli echi della Seconda Guerra Mondiale e il trauma latente delle due bombe atomiche, che hanno impresso una svolta non indifferente alla direzione dello sviluppo economico e sociale del Giappone. Il richiamo alla forza distruttiva delle due bombe atomiche è così pervasivo all'interno dell'opera di Murakami, da costituirne in un certo senso il motore; infatti *"the artist continues to trace the echoes of their devastation as they are manifested in every corner of Japanese culture"*<sup>99</sup>, mettendo in evidenza quanto il Giappone abbia fallito nel tentativo di scendere a patti con il proprio passato.

Il passo ulteriore compiuto da Murakami, seppur sempre incentrato sul tentativo di esorcizzare un passato recente fatto di distruzione e sofferenza, è quello che lo porta al recupero della storia dell'arte giapponese e della dimensione religiosa, il cui emblema è proprio *The 500 Arhats*. Il fattore scatenante di questo ampliamento di orizzonti è stato il terremoto di magnitudo 8.9 che ha colpito la costa orientale del Giappone l'11 marzo 2011, a cui hanno fatto seguito un enorme e disastroso tsunami. Tra gli effetti del disastro, il più dannoso è stato quello subito dalla centrale nucleare di Fukushima, che ha causato una massiccia dispersione di radiazioni, causando una contaminazione del cibo e dell'acqua. Con più di diciottomila morti e un impatto economico di vastissima portata, i danni fisici e psicologici causati alla nazione dal terremoto del 2011 si avvicinano solo a un altro disastroso evento naturale che ha colpito il Giappone: il Terremoto Tohoku, conosciuto anche come "Great East Japan Earthquake".



Un secolo e mezzo prima l'arcipelago giapponese era già stato devastato da un potente terremoto che ha distrutto Edo, poi ricostruita e rinominata Tokyo. Il disastro naturale e i suoi effetti erano stati raffigurati dal pittore Kanō Kazunobu in una serie monumentale di dipinti che ritraggono i cinquecento *arhats*<sup>100</sup>, detti anche *rakan*, un soggetto popolare nell'arte buddhista giapponese al quel tempo. Per coincidenza, nella primavera del 2011 il ciclo pittorico di Kanō Kazunobu era esposto a Tokyo, di conseguenza *"for an artist like Murakami who regularly draws on the so-called 'eccentric painters' of the late Edo period, the Kazunobu Scrolls served as the perfect model to craft an appropriate response to the horrors that were happening in Japan"*<sup>101</sup>. *The 500 Arhats* di Murakami è quindi una fusione tra l'opera di Kazunobu, di cui l'artista riprende parzialmente i contenuti e gli intenti, e la propria visione personale contemporanea, concretizzata nella sua più imponente opera pittorica.

*The 500 Arhats* si compone di quattro sezioni distinte, ciascuna lunga venticinque metri. Ogni sezione costituisce un proprio universo pittorico dedicato a uno specifico elemento naturale (aria, fuoco, montagna e legno). Questi panorami visionari sono popolati da un numero incredibile di *arhats* di varie dimensioni e da altre innumerevoli creature, tra cui leoni, draghi, uccelli e demoni.

*Informed by Chinese mythology, each of the four sections is dominated by a particular creature and corresponds to a particular cardinal direction moving from the Azure Dragon (East/Spring) to the Vermillion Bird (South/Summer) to the White Tiger (West/Autumn) and ending with a Black Tortoise (North/Winter).*<sup>102</sup>

In quest'opera così complessa, l'artista riesce a rendere il mondo naturale in tutte le sue forme attraverso un uso spettacolare della gamma cromatica e una precisione maniacale del tratto. Focalizzando principalmente la sua attenzione sugli *arhats*, a dispetto della loro quantità impressionante, Murakami li caratterizza ciascuno in modo differente: ogni *arhat* ha

infatti un proprio volto, un proprio stile di abbigliamento e una propria espressione. Inoltre

*they are painted in Murakami's typically flat style: intricately detailed, but seemingly at a remove from the world around them. They clearly exist on a supernatural plane immune to the ferocity of nature. Individual figures seem to tame the billowing gusts of wind with beams of light, puffs of smoke, or focused gestures of prayer.*<sup>103</sup>

Malgrado in alcune parti si noti l'influenza dell'opera di Kazunobu, per la maggior parte *The 500 Arhats* è il risultato del solo universo immaginativo contemporaneo di Takashi Murakami. Oltre alle differenze stilistiche nella realizzazione delle due opere, una delle maggiori discrepanze risiede nella scelta di Murakami di non inserire oltre agli *arhats* nessun'altra figura umana. Inoltre mentre Kazunobu sceglie un impianto di tipo narrativo, in cui la storia scorre mano a mano che procedono i pannelli, Murakami opta per una dimensione più immersiva dell'opera. In questo modo *The 500 Arhats* diventa un'opera più esperienziale che didascalica, *"and in spite of its stylized nature, the resulting environment is both disorienting and slightly terrifying"*<sup>104</sup>. Il risultato ottenuto dall'artista giapponese è quello di un unico spazio psichedelico e onirico, in cui gli *arhats* appaiono ai visitatori per testimoniare la sofferenza del Giappone e della sua popolazione attraverso uno scorrere indistinto di immagini *superflat*.

Questa colossale opera, nata dopo una dimostrazione del potere distruttivo della natura come quella del terremoto del 2011, esprime la difficoltà per l'uomo contemporaneo di comprendere queste forze naturali in un mondo che si sta sempre più trasformando in una dimensione virtuale piuttosto che fisica. In tale contesto gli *arhats* non sono più delle presenze tangibili portatrici di speranza, quanto piuttosto dei simboli di un'era lontana e intrisa di spiritualità, o meglio dei fantasmi, tornati con l'intento di sottolineare l'impotenza dell'essere umano di fronte ai disastri ambientali e ricordare la transitorietà della vita. A riprova di quest'ultima implicazione, parlando del nuovo filone tematico nella sua produzione artistica, Mura-

kami utilizza l'espressione *shogyō mujō*, una frase buddhista che significa "tutto scorre" e che rimanda proprio all'idea dell'impermanenza e della ciclicità di tutte le cose, compresa la necessità dell'uomo di coltivare una propria dimensione spirituale per trovare un senso alla propria esistenza, riscoperta anche in prima persona dall'artista.



Figura 14: Una porzione del ciclo pittorico *The 500 Arhats* di Takashi Murakami allestito a Doha nel 2012 per la mostra *Murakami – Ego*

### **Takashi Murakami: *The Octopus Eats its Own Leg* (2017)**

Se con *Murakami – Ego* si assiste al ritorno di Takashi Murakami alla spiritualità zen e alla pittura tradizionale, con la retrospettiva del 2017 curata da Michael Darling si ripercorre nuovamente a ritroso tutto il percorso dell'artista giapponese, includendo però anche i suoi primissimi lavori in stile *nihonga*, realizzati quando era ancora studente al GEIDAI. Si tratta di opere che Murakami non aveva mai voluto esporre prima, ma che alla

luce delle direzioni più attuali intraprese dalla sua produzione artistica assumono un significato inedito e inaspettato.

Diversamente dalla prima grande retrospettiva del MOCA, il cui obiettivo era quello di mostrare Murakami come artista poliedrico, in grado di giostrarsi abilmente tra *high art* e *low art*, questa mostra ha una finalità ben diversa; infatti, dopo tre decenni di piena attività artistica, e non solo, lo scopo che si pone la retrospettiva di Darling è portare alla ribalta nuove sfumature del lavoro di Takashi Murakami e al contempo riorientare l'idea che la critica e l'opinione pubblica si sono fatte della sua arte.

Inaugurata il 6 giugno 2017 al Museum of Contemporary Art di Chicago, la retrospettiva si è poi spostata prima alla Vancouver Art Gallery e infine al Modern Art Museum di Fort Worth, dove si è definitivamente conclusa il 16 settembre 2018. Attraverso l'esposizione di oltre cinquanta opere, *Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg* rivela i temi universali che hanno guidato il lavoro dell'artista giapponese, "reflecting his level of craft and insightful engagement with history"<sup>105</sup>. Infatti uno degli elementi su cui Darling focalizza particolarmente la propria attenzione è proprio l'evoluzione della tecnica di Murakami, che dagli anni Ottanta ad oggi si è arricchita di risvolti sempre più complessi, ambiziosi e sofisticati, di cui le molteplici metamorfosi di Mr. DOB sono l'esempio più significativo.

La scelta del titolo rispecchia pienamente l'impronta della retrospettiva, volta appunto a ripercorrere tutta la carriera di Murakami come un percorso di continua crescita personale e artistica, dettato dalla capacità reinventarsi illimitatamente. Come spiegato nel saggio introduttivo del catalogo della mostra dal curatore Michael Darling:

*In typical Murakami fashion, we went back to ancient Japanese folklore to find a way to address the urbanity and contemporaneity of this artist's three-decade engagement with painting. "The octopus eats its own leg" is the basic translation of tako ga jibun no ashi wo kurau, which for him explains a situation in which one survives for the time being by feeding on or sacrificing oneself (i.e., without receiving any outside help) but where one is ultimately doomed. It resonates not on-*

ly with Murakami's cynical outlook on his toil and his uneasy fit within the Western-dominated contemporary art world, but also with his perceived estrangement from critical acceptance within the Japanese cultural scene. In biological terms, an octopus will commit his self-cannibalization during times of stress, often if a virus or bacteria is present, but the leg will regenerate and life will go on. Murakami's practice likewise exists in a state of constant stress, boxed in between East and West, success and failure, praise and neglect, ancient and modern, and in turn he has often had to go back into his catalogue of motifs and references, chew them up, and spit them back out in a newly reimagined form.<sup>106</sup>

Il percorso della retrospettiva è organizzato per sale tematiche, in ciascuna infatti viene affrontato un determinato filone concettuale approfondito e rivisitato da Murakami nel corso degli anni. Vengono dunque allestite una sala incentrata su Mr. DOB, alter ego di Murakami che manifesta tutto ciò che l'artista pensa a livello conscio e inconscio, una dedicata a Kaikai e Kiki, mascotte *kawaii* dell'azienda di Murakami, una consacrata al famosissimo motivo delle margherite sorridenti e ai *jellyfish eyes*, un'altra contenente i lavori esposti nella *Superflat trilogy* e infine uno spazio pensato per accogliere le ultime opere, dedicate agli *arhats* e alla dimensione religiosa. Una piccola parte della mostra viene destinata anche alle opere derivate dalla collaborazione con Kanye West per l'album *Graduation*<sup>107</sup>, tuttavia si tratta di una scelta che non implica alcun tipo di attenzione particolare per gli esiti commerciali delle collaborazioni di Murakami con altre realtà extra settore. *Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg* è una mostra che va per gradi e che permette al visitatore di assimilare opera dopo opera tutte le fasi che si sono susseguite nel percorso compiuto dall'artista nipponico e di cogliere i presupposti per quelli che saranno gli sviluppi futuri della sua arte.

Ad assumere un posto d'onore è la prima sala, che più di tutte contribuisce a contraddistinguere questa mostra da tutte le retrospettive precedenti. Si tratta dello spazio che accoglie alcune opere realizzate da Takashi Murakami negli anni Ottanta, ovvero quando l'artista era ancora alla ricerca di una propria identità poetica e dipingeva ancora secondo i dettami del *ni-*

honga. Nel produrre questi lavori, Murakami era convinto di aver raggiunto già un buon livello di piattezza della superficie, tuttavia, riguardando i dipinti alla luce della produzione successiva, emerge chiaramente il divario tra la fase pre e post *Superflat*.

Questi primi dipinti da un lato mostrano *"the artist attempting to embody the grandness, or sense of scale, he picked up from leading Western contemporary artists such as Anselm Kiefer and Jeff Koons"*<sup>108</sup> e dall'altro riflettono l'interesse di Murakami per l'Espressionismo astratto e il Colorfield. Infatti, anche solo basandosi su questo piccolo gruppo di opere, è possibile notare un passaggio tra due diverse fasi: *"Murakami created works in the 1980s that began with animal imagery and an almost spiritual earthiness and evolved into pure abstraction"*<sup>109</sup>. Questo cambio di paradigma, che sarà la premessa per le prime comparse di Mr. DOB su sfondi neutri e rigorosamente monocromi, è visibile confrontando due dei dipinti esposti, ovvero *Picture of a Turtle "Does it Dream of the Lindberg Star?"* (1987) e *Colors 1* (1989).



Figura 15: Takashi Murakami, *Colors 1*, 1989, lapislazzuli e pigmenti di cristalli minerali su carta washi, 300 x 730 x 5.4 cm

Quest'ultimo è chiaramente una riflessione personale di Murakami sulla tecnica del monocromo di Mark Rothko ed esprime con forza la ricerca di una grandezza che sia non solo dimensionale, ma anche concettuale. Ciò è evidente già a partire dal formato, decisamente più grande e più simile ai lavori successivi di Murakami che non a quelli da esordiente, tant'è che questo sarà proprio il suo primo dipinto in grande scala. Inoltre l'artista si appropria all'utilizzo di più pannelli, poi accostati, per creare un'opera unitaria e totalizzante. L'interesse per Rothko non si limita solo al formato monumentale e all'effetto immersivo del dipinto, ma riguarda anche la ricerca di una piattezza della superficie, che sarà fin dagli anni Ottanta la spinta propulsiva di tutta la sua poetica. Questo dipinto in particolare, che sarà la premessa per le prime opere *superflat*, non è solo dettato dalla volontà di avvicinarsi all'arte contemporanea occidentale, ma è anche occasione per sperimentare: infatti l'opera, per quanto affine alle tecniche del monocromo ampiamente presenti nella pittura americana ed europea, viene realizzata utilizzando le tecniche e i materiali propri del *nihonga*, dando vita a una fusione tra Occidente e Oriente.

Nel primo dipinto invece, realizzato con pigmenti minerali su carta *washi*, l'utilizzo delle tecniche e dei soggetti tradizionali è ancora predominante. Il tema principale dell'opera è una tartaruga, che si colloca pienamente in linea con lo stile *nihonga*, il quale prevede spesso animali e paesaggi come soggetti. È importante osservare che questa stessa testuggine, così come altri animali presenti nei dipinti esposti, sono stati replicati da Murakami nel colossale ciclo *The 500 Arhats*, anch'esso presente alla retrospettiva. Ciò permette quindi di tracciare un filo conduttore diretto e coerente tra le opere d'esordio e quelle più recenti, analizzandone somiglianze e differenze.



Figura 16: Takashi Murakami, *Picture of a Turtle "Does it Dream of the Lindberg Star?"*, 1989, pigmenti minerali su carta washi, 73 x 91 cm

Sebbene anche le retrospettive precedenti abbiano riunito nel modo più organico possibile la produzione variegata e complessa dell'artista giapponese, *Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg* è la mostra personale che più di tutte non si limita solo ad attraversare la carriera di Takashi Murakami dalle origini alla contemporaneità, ma dà anche la possibilità di fare molteplici confronti e instaurare un dialogo tra i temi e i motivi che rappresentano la cifra stilistica vera e propria di Murakami e quei lavori, ormai lontani nel tempo e nella forma, che ne costituiscono l'indispensabile premessa.

### **Takashi Murakami: Lineage of the Eccentrics (2017)**

*Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics*, tenutasi al Museum of Fine Arts di Boston dal 18 ottobre 2017 al 1° aprile 2018 e cu-



rata da Anne Nishimura Morse, nasce con l'intenzione di chiudere quel cerchio immaginario che si apre con la poetica del *Superflat*, e le relative mostre dei primi anni del Duemila, e che arriva agli sviluppi più attuali dell'arte di Takashi Murakami. La mostra ha origine a partire dal sodalizio e dal dialogo instauratosi nel corso del tempo tra Takashi Murakami e Nobuo Tsuji, autore del libro *The Lineage of Eccentricity*, sulla base del quale l'artista giapponese ha formulato la sua teoria del *Superflat*<sup>110</sup>. Oltre a reggersi sul pensiero critico e artistico queste due personalità, la mostra si fonda anche su un terzo elemento, ovvero la collezione di arte giapponese conservata al Museum of Fine Arts di Boston, in cui sono custodite moltissime opere del gruppo degli artisti "eccentrici". La collezione è stata più volte visitata da Takashi Murakami, che spesso ne ha tratto spunti significativi per la realizzazione delle sue opere.

Il percorso allestito da Nishimura Morse si configura come un confronto dialettico tra le opere giapponesi del passato, in particolar modo quelle del periodo Edo, e i lavori di Takashi Murakami, al fine di mettere in evidenza i numerosi punti di contatto tra le forme artistiche antiche, apparentemente obsolete ma in realtà fortemente avanguardistiche, e quelle contemporanee, che a un primo impatto sembrano negare di avere radici che affondano profondamente nella storia. Nello sviluppo della mostra, oltre a dimostrare l'esistenza di un filo rosso che collega il Giappone del passato a quello del presente, vengono affrontate alcune tematiche importanti per comprendere l'arte giapponese nella sua complessità. Tali tematiche svolgono un ruolo importante nel rimarcare quanto l'autenticità e l'originalità delle forme espressive nipponiche continuino a essere dettate dagli stessi concetti e gli stessi ideali anche a distanza di secoli. Queste cornici concettuali, individuate da Tsuji, sono: *superflat*, *animation*, *kazari*, *asobi*, *religiosity* ed *eccentricity*.

Il concetto di *Superflat*, ampiamente trattato dalla trilogia di mostre pensate per introdurlo nel panorama artistico internazionale, viene ripresentato nuovamente in questa mostra. Per rendere evidente la particolare compressione estrema dello spazio sulla superficie, in questa sezione vengono messe a con-

fronto alcune opere di Murakami che incarnano tale poetica con altre opere realizzate dagli artisti eccentrici del periodo Edo, al fine di esaltarne le affinità. In questa sala viene esposta una coppia di rotoli realizzati da Soga Shōhaku attorno il 1770 e raffiguranti il drago e la tigre, un motivo molto frequente nell'arte cinese e giapponese, che simboleggia le forze complementari di maschile e femminile.



Figura 17: Soga Shōhaku, *Drago e Tigre*, 1770 circa, inchiostro su carta, 133.5 x 53.6 cm

La particolarità dell'opera di Shōhaku è che, malgrado in quel periodo lo stile dominante prevedeva un alto grado di realismo, l'artista decide intenzionalmente di non attenersi a tali canoni e di realizzare l'opera con uno stile semplificato che

rende le figure simili a ritagli di carta apposti su uno sfondo piatto. In questo modo lo spazio e la forma risultano fortemente compressi, senza alcuna traccia di sfondamento prospettico, quanto piuttosto con un alto interesse per la sovrapposizione di strati e per la cura del dettaglio e del gesto pittorico. Stessa cosa avviene in *Impossible Aim* (1994), opera di Murakami esposta nella stessa sala.

*In this composition Takashi Murakami positioned a single figure of Mr. DOB, twanging bow in hand, at the left edge; at the other end, he drew Mr. DOB darting from an arrow flying directly at him. Between the two he left a vast expanse of silver leaf, which has traditionally appeared in Japanese screens as a flat, shimmering surface, but here also serves as a critical element to the narrative.<sup>111</sup>*

Lo sfondo argentato di *Impossible Aim* incarna la compressione spazio-temporale sottesa al concetto di *Superflat*. Questa "superpiattezza", prelevata dalla storia dell'arte giapponese e considerata come sintomo di inferiorità della pittura orientale rispetto alla superiorità dello sfondamento prospettico proprio della pittura occidentale, viene rivalutata e trasformata in un attributo positivo proprio grazie al lavoro di Murakami.



Figura 18: Takashi Murakami, *Impossible Aim* (dettaglio), acrilico, foglia d'argento e serigrafia su tela, 80 x 800 cm

Il secondo nucleo tematico trattato è l'animazione, che Murakami individua come punto di arrivo del "lineage of eccentrics" di Tsuji. Infatti *"in animated films, Murakami finds resonant compositional devices that compress the distance between objects, thereby flattening the foreground, middle ground, and background"*<sup>112</sup>. D'altra parte Tsuji, seppur conscio del debito dell'animazione giapponese nei confronti di quella occidentale, soprattutto americana, sottolinea quanto siano presenti delle somiglianze compositive tra gli anime e i rotoli giapponesi del XII e XIII secolo, che possono a pieno titolo essere considerati gli antecedenti delle tecniche del disegno in movimento.

*In these works, the narrative is composed across multiple sheets of joined paper, read from right to left as the scroll is unrolled. The format leads to a sequential presentation of the passage of time and a spatial compression, since the artists are obligated to create their compositions within the borders of the narrow sheets. The narrative unfolds as the viewer unrolls and rolls the scroll, thus privileging a two-dimensional, lateral organization of space and composition. In many of these handscrolls, artists use devices such as the repetition of figures and the whirring of carriage wheels to create a proto-cinematic effect.*<sup>113</sup>

Dal confronto tra le opere di Murakami e altre di artisti tradizionali esposte in questa sezione, emerge la somiglianza tra le modalità di realizzazione di questi rotoli così complessi e quelli utilizzati dall'artista giapponese per produrre i suoi dipinti in grande scala. Infatti, a ulteriore riconferma della continuità tra contemporaneità e arte tradizionale, in entrambi i casi è indispensabile una suddivisione del lavoro, per cui l'artista realizza il design iniziale e supervisiona la produzione, mentre l'esecuzione delle varie parti vengono affidate agli assistenti che lavorano nello studio.

Successivamente viene affrontato il tema del *kazari*, *"the Japanese word for the 'will to decorate'"*<sup>114</sup>. Questo particolare tipo di decorativismo *"involves not just the physical adornment*

*of an object, but also the transformation of an object or space into something extraordinary – something that can put its viewers into contact with the transcendent*"<sup>115</sup>. Nell'estetica *kazari* gli elementi più importanti sono la sorpresa, la fantasia, l'asimmetria, l'esagerazione, la stilizzazione e l'improvvisazione; tutti tratti peculiari di alcune importanti opere di Murakami. Nella mostra di Boston il concetto di *kazari* viene interpretato come forma elevata di installazione artistica, infatti *"one of its primary manifestations is the artistic environments – ones that can include paintings as part of a larger program, accompanied by decorative objects"*<sup>116</sup>. L'opera protagonista della sala dedicata al *kazari* è *Kawaii – Vacances: Summer Vacation in the Kingdom of the Golden* (2010).



Figura 19: Allestimento di *Kawaii - Vacances: Summer Vacation in the Kingdom of the Golden* (2010) alla mostra Takashi Murakami: *Lineage of Eccentrics*, 2017, Boston

Il dipinto viene allestito come era stato proposto alla mostra *Murakami Versailles* nel 2010, dove *"the monumental panel painting, with its band of happy-faced flowers set across a background of gold leaf, was illuminated by flowered stained-glass lamps and set off by similarly patterned floor covering"*<sup>117</sup>. Ai lati Nishimura Morse fa disporre una serie di pannelli raffiguranti dei fiori, realizzati nel XVII secolo dalla Scuola di Tawaraya Sōtatsu, originariamente pensati per essere dei complementi di arredo e ora invece apprezzati quali opere d'arte vere e proprie. *"Emphasizing sumptuous visuals over narrative content, both works share a lavish attention to the surface of the picture plane"*<sup>118</sup>, dando così vita a immagini decorative che hanno il potenziale *"to join the emotions of the viewer with the spirituality of nature"*<sup>119</sup>.



Figura 20: Scuola di Tawaraya Sōtatsu, *Poppies*, XVII secolo (periodo Edo), inchiostro e colore su carta ricoperta da foglia d'oro, 150 x 350 cm

Il concetto affrontato successivamente è quello di *asobi*, ovvero la *playfulness*. Come sostenuto da Tsuji, questo carattere così peculiare dell'arte giapponese, che ne rivela un sofisticato senso dell'umorismo, inteso come intenzione di suscitare felicità e divertimento nello spettatore, si smorza con l'introduzione nel Sol Levante dell'arte occidentale nel diciannovesimo secolo. Nonostante ciò, "the popularity of manga today testifies to the vitality of the Japanese playful tradition, which in turn has provided Murakami with inspiration"<sup>120</sup>. Ciò è dimostrato da *Lots, Lots of Kaikai and Kiki* (2009), in cui emerge la fascinazione esercitata dalle immagini grottesche e fantascientifiche su Murakami. Infatti l'opera "abounds with multiple images of his humorous signature monsters, set against a background of smiling flowers"<sup>121</sup>. Nella stessa sala vengono esposte numerose opere del periodo Edo con scene inerenti al mondo dell'intrattenimento, come per esempio in *Nakamura Kabuki Theater (1684-1704)*, o con soggetti che rimandano all'universo dei mostri fantastici, come nelle *Scene Fantastiche (1685)*, tutte opere attribuite a Hishikawa Moronobu.

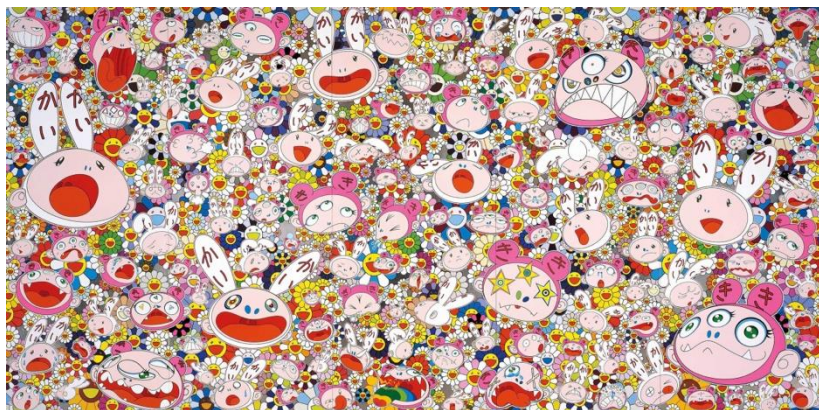


Figura 21: Takashi Murakami, *Lots, Lots of Kaikai and Kiki*, 2009, acrilico e foglia di platino su tela montata su cornice in alluminio, 300 x 610 x 510 cm

La dimensione religiosa invece viene trattata nella mostra soprattutto in riferimento all'immagine di Buddha. Infatti nella collezione di arte giapponese conservata al Museum of Fine Arts di Boston è presente una scultura importantissima per la genesi degli *Oval Buddha* di Murakami. Si tratta di *Shaka, the Historical Buddha* (XI secolo), che raffigura il fondatore della fede buddhista.

*This statue reflects the standard iconography for traditional sculptures: the Buddha sits in a posture of meditation, with his right hand held in the gesture of reassurance. A protuberance at his head symbolizes his knowledge (it once would have held a crystal); elongated ears bespeak his renunciation of a princely life; and a golden complexion testifies to the perfection of his being.<sup>122</sup>*



Figura 22: *Shaka, the Historical Buddha*, XI secolo, blocco unico di legno di cipresso, dipinto e dorato, 140.3 x 77.5 x 77.5 cm



Come è tradizione, il Buddha siede su un piedistallo a forma di loto, che simboleggia la sua purezza nel mondo umano. Tuttavia in questo caso i petali del fiore non si sono conservati. È proprio la particolare forma geometrica assunta dal piedistallo in questa particolare incompletezza ad aver catturato l'attenzione di Takashi Murakami nel 2001, quando per la prima volta visita la collezione del museo di Boston. Infatti la stessa forma viene recuperata e reinterpretata dall'artista in *Oval Buddha*, di cui è esposta una versione in argento di dimensioni più ridotte rispetto a quella presentata alla retrospettiva al MOCA.

L'ultima opera di Murakami presente alla mostra è quella esemplificativa del nucleo tematico che originariamente ha messo in contatto l'artista e Nobuo Tsuji: l'eccentricità. È proprio a partire da questo concetto peculiare dell'arte giapponese che si instaura un dialogo fecondo e un rapporto inscindibile tra la storia dell'arte giapponese e le forme espressive dell'epoca contemporanea. A dar voce a questa nuova interpretazione dell'arte tradizionale è lo scontro tra due opere con il medesimo soggetto, ma realizzate a secoli di distanza. La prima è *Dragon and Clouds* (1763) di Soga Shōhaku, mentre la seconda è *Dragon in Clouds – Red Mutation: The version I painted myself in annoyance after Professor Tsuji told me, "Why don't you paint something yourself for once?"* (2010).

Il titolo di quest'ultima opera è particolarmente eloquente e fornisce numerose informazioni riguardanti la sua genesi. Infatti si tratta dell'esito di una sorta di sfida lanciata a Takashi Murakami da Nobuo Tsuji, il quale con fare provocatorio mette in dubbio la sua capacità artistica e la sua effettiva appartenenza al gruppo degli "eccentrici".

*Then Murakami took on the challenge and within a twenty-four-hour period completed his interpretation of Shōhaku's thirty-foot masterpiece. The result was a sweeping composition, all in red, that spans nearly sixty feet, with explosions of pigment flying at the canvas – a true investment of Murakami's being. Since that time Murakami has*

credited the encounter with Shōhaku's *Dragon and Clouds* and Tsuji's challenge with giving him the confidence to orchestrate massive scale paintings.<sup>123</sup>



Figura 23: Sala dedicata alla "Eccentricity", sulla destra *Dragon in Clouds - Red Mutation* (2010) di Takashi Murakami e sull sfondo *Dragon and Clouds* (1763) di Soga Shōhaku

*Dragon and Clouds* di Shōhaku, vista personalmente da Murakami solo nel 2013, viene esposta alla mostra accanto a *Dragon in Clouds - Red Mutation*, con la volontà di sottolineare quanto l'artista giapponese sia stato in grado di canalizzare e trasmettere attraverso la sua versione la stessa energia espressa dal suo precursore. Infatti *Dragon and Clouds* più che incarnare lo stile di un determinato periodo, esprime la presenza di Shōhaku come artista. Come spiega Nishimura Morse:

*You feel the movement of it, and you feel his own delight in painting this. The dragon is a very traditional motif, but in Shōhaku case, his dragon – the positioning of the eyes – it's a little wacky. But the way he also paints it, it's said that sometimes he painted with oversized brushes that he made himself. He used rags when he painted some-*

*times. He may have even used his fingers in painting. There's a real putting himself into the work of art itself. [...]*  
*It's an individual in the way that we expect contemporary artists now today to express themselves, and we understand something of themselves, and all these years later, we can see that about Shōhaku's work.*<sup>124</sup>

Emerge così l'idea di "eccentricity", che attraversa in ugual misura tanto l'opera di Shōhaku e quanto quella di Murakami e che è interpretabile come un'ispirazione divina, bizzarra e inaspettata, garanzia della creazione di un capolavoro.

Prima di *Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics* nessuna mostra aveva mai messo esplicitamente in risalto la connessione tra l'arte giapponese e l'arte contemporanea, trattate solitamente come due mondi separati e non comunicanti. Secondo Nobuo Tsuji, il concetto di *kisō*, ovvero di *eccentricity*, che attraversa in modo trasversale la pittura giapponese, proprio grazie a Murakami è tornato alla ribalta nella contemporaneità, occupando il posto che gli spetta nel panorama artistico internazionale. Precedentemente l'arte contemporanea difficilmente era riuscita a includere al suo interno la storia dell'arte giapponese probabilmente a causa del suo essere un prodotto culturale occidentale. Al contrario, dal momento che l'arte di Murakami si basa sulla cultura popolare giapponese, fatta di *manga*, *anime* e videogiochi, è stato più naturale per l'artista nipponico creare con la sua poetica una sorta di ponte tra la storia dell'arte giapponese e la subcultura nipponica postbellica, indispensabile per dare vita a una forma d'arte globalmente comprensibile, non solo dal punto di vista artistico, ma anche da quello contenutistico.

Osservando quanto approfonditamente Takashi Murakami abbia interiorizzato l'arte giapponese tradizionale per trarne ispirazione per i suoi lavori, Anne Nishimura Morse sottolinea quanto sia essenziale l'approccio di Murakami all'arte giapponese sia per comprendere i suoi lavori, sia per avere una chiave di lettura in grado di rendere accessibili a tutti le collezioni del museo, riuscendo finalmente nell'intento di svelare

anche al mondo occidentale le meraviglie e l'ingegnosità dell'arte del Sol Levante. Infatti, come afferma la curatrice,

*he really thinks about the meaning of these works in the past. His mastery of that has just been incredible. And that he's able to articulate it in a way, in his own painting, that's so approachable. It's sort of a curator's dream, because we always want to make a work of art more accessible to our public. For this time now, he's made it approachable. I think that then becomes on way of allowing people to look at our older collection.*<sup>125</sup>

### **Uno sguardo sulla tecnica. La realizzazione di Qinghua (2019)**

*"I feel like people tend to look at a painting and think, 'OK, one artist paints a painting.' As if the condition remains the same ten years ago, three years ago, and now. But... the way I create the work constantly evolves. Especially in the past few years, we've been able to use a lot of the 3-D modeling programs, so the way I can grasp and understand forms has drastically changed and evolved... Artistic expression really has to do with technique, and how you can actually realize ideas."*

Takashi Murakami

In occasione della mostra GYATEI<sup>2</sup>, tenutasi a Beverly Hills nel 2019, Takashi Murakami presenta *Qinghua* (2019), un'opera monumentale composta da diciassette pannelli, in cui viene reinterpretato un particolare motivo originariamente dipinto su un vaso cinese della dinastia Yuan (1206-1368), uno dei primissimi esempi di ceramica bianca dipinta. Il tema decorativo è particolarmente caro all'artista, poiché è evocativo del ricordo infantile delle gite con il padre al fiume.

*Before I became a contemporary artist, I used to almost exclusively paint fish—especially freshwater fish. I recall often going to a river with my father to fish and seeing what looked like professional fishermen catching grass carp and fish named *Hypophthalmichthys molitrix* (silver carp) or *Hypophthalmichthys nobilis* (bighead carp), brought in from China, that were more than a meter long. I was astonished. Neither my father nor I ever managed to catch big fish, and we brought*

*small fish or shrimp home to release in our backyard pond. Rather than staying a faint memory, it seems that my awe of huge fish remained vividly in my mind.*<sup>126</sup>

La genesi dell'opera, in cui l'immagine procede pannello dopo pannello come un imponente storyboard, o meglio come un vaso che è stato srotolato al pari di una lunga stola lungo le pareti della galleria, viene raccontata da Takashi Murakami durante un incontro con Stephen Little, curatore e direttore del dipartimento di arte orientale del LACMA di Los Angeles<sup>127</sup>.

L'idea alla base di *Qinghua* risale a circa vent'anni prima della sua realizzazione, quando al debutto di Murakami in una galleria di Osaka, il direttore lo porta in un museo di ceramiche tradizionali per fargli comprendere la vera essenza dell'arte. Mentre il direttore tenta di far cogliere all'artista giapponese l'erotismo celato in quegli oggetti d'arte, Takashi Murakami resta fulmineamente colpito da un vaso in particolare e decide che prima o poi ne avrebbe fatto un dipinto.



Figura 24: Vaso da cui l'artista ha tratto ispirazione per *Qinghua*.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Eliminando dall'iconografia originaria le estremità, ovvero la fascia decorativa superiore e quella inferiore, Murakami concentra la sua attenzione sul motivo centrale con i pesci e le piante acquatiche, estraendolo dal contesto per svilupparlo e renderlo il fulcro del suo dipinto monumentale.



Figura 25: Selezione delle parti da cui trarre il motivo del dipinto.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Sebbene Murakami non sia riuscito fino al 2019 a realizzare concretamente l'opera, l'idea di questo dipinto lo accompagna durante tutta la sua carriera artistica, tant'è che presenta il progetto anche al colloquio con Larry Gagosian, dove porta con sé alcuni degli studi preparatori per la realizzazione del soggetto realizzati fino ad allora:

*When I had first met Larry Gagosian at his uptown space in New York to discuss being represented by the gallery, I tried to promote myself by showing him an idea for this painting and telling him that I intended to make a large painting with this as the subject. Larry really liked*

*the idea. I did come to be represented by Gagosian, but I wasn't able to realize the fish painting for a long time.*<sup>128</sup>

Nelle fasi preliminari dell'opera, Takashi Murakami inizia ad abbozzare alcuni motivi ispirati al vaso, tuttavia ben presto abbandona il progetto, per poi lavorarci a più riprese nel corso del tempo, poiché si rende conto che tutto ciò che riesce a fare non è altro che copiare il motivo del vaso, senza riuscire a interiorizzarlo e a introdurre alcun tipo di rielaborazione significativa.

この絵が気に入らず、5年ほど停止していました。  
I didn't like this design and halted the work for about 5 years.

2016/10/19



Figura 26: Esempio di *outline* realizzato a partire dal motivo originario del vaso in ceramica.

(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Estremamente scontento delle composizioni ottenute nei primi tentativi, in cui si limita a disegnare solo l'*outline* del motivo, si rende conto che disegnando a matita non riesce a cogliere le differenze tra quel tipo di tratto grafico e quello prodotto dal pennello sulla ceramica. Per questo motivo Murakami consulta un amico ceramista, Shin Murata, e gli chiede di realizzare delle tavolette di ceramica dipinta con il motivo disegnato da Murakami. È solo dopo questa operazione che finalmente l'artista inizia a comprendere a fondo l'artefatto originario a cui si sta ispirando e riesce quindi a ottenere, dopo aver apportato una lunga serie di modifiche, una composizione definitiva soddisfacente.

陶芸の筆のタッチと、鉛筆で描き起こした差を理解するために、友人の陶芸家の村田森さんに絵付けをしてもらって陶板を焼いて頂きました。

2016/10/24



In order to understand the difference between the brush stroke texture on ceramics and a pencil drawing, I had my friend, the ceramicist Shin Murata, paint and fire these ceramic plates using the *etsuke* method.

Figura 27: Tavolette in ceramica realizzate da Shin Murata con il design creato dall'artista per il dipinto.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Una volta creato il design finale, la fase successiva prevede la preparazione dei supporti per dare vita all'opera vera e propria. Per creare la base su cui dipingere, Murakami decide di utilizzare delle tele montate su pannelli in legno, sulle quali i suoi assistenti stendono del gesso, poi successivamente levigato per ottenere una superficie completamente piatta e omogenea, indispensabile per stendere senza ostruzioni il colore. Sebbene questa operazione possa sembrare piuttosto semplice e fattibile da chiunque, in realtà si rivela essere piuttosto ostica e complessa, tanto da venire affidata solo a coloro che hanno lavorato allo studio dell'artista per almeno due anni.

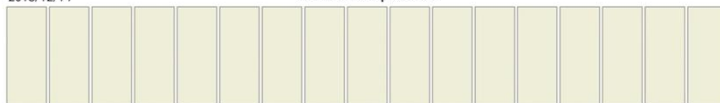


木製のパネルに綿布を張ります。  
Stretching cotton canvas on wood panels.



綿布を張ったパネル  
Stretched panels.

2018/12/14



Dimensions: 2.48 x 16 m

Figura 28: Realizzazione dei supporti.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

綿布にジェツを塗って絵の下地を作る。  
Preparing the canvas by applying gesso.



ジェツを塗ってフラットに削り仕上げたパネル  
Panels gessoed and sanded flat

2018/12/17



Figura 29: Gli assistenti stendono lo strato di gesso sulle tele.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Preparate le tele, l'operazione seguente si basa su un metodo utilizzato dall'artista agli inizi della sua carriera per realizzare la base per i dipinti e che poi successivamente è diventato caratteristico della produzione pittorica di Murakami. Questa fase, di cui ora si occupano gli assistenti, consiste nello stendere sulla tela diversi strati di pittura di colori differenti. Ai tempi in cui Murakami era un artista emergente e aveva a disposizione risorse finanziarie estremamente limitate, per creare la base della tela aveva l'abitudine di utilizzare gli scarti delle aziende produttrici di pittura, che spesso consistevano in colori sperimentali e tinte insolite. Anche se affermandosi sempre di più come artista contemporaneo le sue condizioni economiche sono migliorate, dal momento che l'effetto finale è di suo gradimento, Murakami ha deciso di continuare ad adottare questo metodo e renderlo parte della sua tecnica artistica.

アクリル絵の具のシルバーをローラーで塗っていきます。  
また、さらに刷毛を使って絵の具を叩くようにして塗り重ねます。  
Applying silver acrylic paint with rollers.

Then, more paint is applied in layers by tapping the surface with brushes.

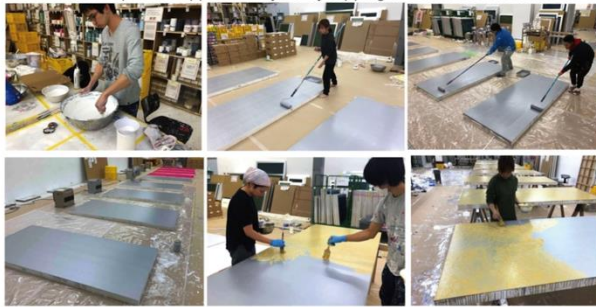


Figura 30: Gli assistenti stendono strati di pittura di vari colori per creare la base.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

In questo caso gli strati sovrapposti stesi sui pannelli, sui quali è già stato steso uno strato di gesso, sono nove. Oltre a questi nove strati, durante la realizzazione del dipinto vero e proprio verranno sovrapposti almeno altri quattro o cinque strati di pittura. Dal momento che ciascun layer deve asciugare perfettamente prima di essere coperto da quello successivo, questa fase di lavorazione richiede all'incirca dalle tre alle quattro settimane.



Figura 31: Schema degli strati utilizzati per la base.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Successivamente, attraverso un processo di levigatura vengono fatte riemergere in superficie, secondo diverse gradazioni, le varie tonalità sovrapposte, creando un effetto marmorizzato. Malgrado a un primo impatto il risultato finale possa sembrare quello della laccatura giapponese, in realtà la realizzazione dello sfondo non è ispirata a quella tecnica. Semplicemente Murakami quando ha ideato questo metodo non aveva altre possibilità se non cercare di trarre il massimo dai materiali che poteva permettersi.



Figura 32: Processo di levigatura della superficie.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

シャドウ版を刷り、絵柄の輪郭線をパネルにプリントします  
Silk screening the outlines (shadows) of the fish.



シャドウ版を刷った状態  
Panels with outlines (shadows) silk screened



Figura 33: Fase del *silk screening*.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

さらに魚の部分をマスキングして色を置いて、そこも削っていきます。  
Masking the fish motifs, applying layers of colors, and sanding.



魚の部分に色を置いて削った状態  
Fish painted and sanded



Figura 34: Applicazione del colore sui pesci  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Quando lo sfondo è pronto, su di esso viene impresso l'*outline* del motivo attraverso la tecnica del *silk screening*, ovvero la serigrafia fatta a mano utilizzando la seta.

Solo sui pesci viene tamponato il colore con il pennello, creando sempre degli strati sovrapposti; per ogni pesce vengono apposti circa cinque strati di colore che poi vengono levigati per far emergere le diverse sfumature.

Attraverso una lunga ricerca cromatica, Murakami riesce ad estrarre dieci tonalità di blu in grado di rendere l'effetto della ceramica dipinta, da stendere sempre a strati. Ottenute le colorazioni, i suoi assistenti utilizzando il metodo del *silk screening* prima utilizzano il blu sui pesci e poi compiono la stessa operazione anche sugli altri elementi che compongono il motivo. Questi procedimenti di colorazione stratificata e di levigatura vengono poi ulteriormente ripetuti fino a che non si ottiene un risultato ottimale, che rispecchi l'idea iniziale dell'artista.

シルク版を刷って各パーツにさらに色をいれていきます。  
Further adding colors to various parts using silkscreens.



2019/01/04



2019/01/09



Figura 35: Gli assistenti utilizzando il *silk screening* aggiungono le diverse tonalità di blu sui pesci.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

シルク版を刷って各パーツにさらに色をいれていきます。  
Further adding colors to various parts using silkscreens.

2019/01/21



色を置いては削ってを繰り返して画面を複雑にしていきます。  
Making the surface complex by repeating the process of placing the colors and sanding.

2019/01/25



Figura 36: Risultati dopo l'aggiunta del colore sugli altri elementi del motivo iconografico.

(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Inoltre per raggiungere un effetto anticheggiante, in alcuni punti il processo di levigatura viene eseguito in modo più approssimativo e vigoroso, aggiungendo eventualmente dell'altro colore se necessario.

Nella fase finale Murakami schizza in modo casuale della pittura oro utilizzando un pennello a setole larghe<sup>129</sup> per poi procedere nuovamente a una fase di levigatura. Il *finishing* è piuttosto dettagliato e complesso. Dal momento che il dipinto è costituito da numerosi strati di pittura, la superficie risultante è tutt'altro che piatta e continua. Per appiattirla e renderla completamente livellata vengono ripetuti nuovamente i processi di levigatura e aggiunta di colore, creando a tutti gli effetti un'opera *superflat*, ovvero un dipinto in cui la fitta sovrapposizione di strati viene tramutata in una superficie totalizzante, dove profondità e piattezza si fondono in un tutt'uno. In ultimo viene applicato uno strato di smalto protettivo trasparente per rendere la superficie del dipinto liscia e lucente.

村上自身で画面に金色の絵の具を大刷毛を使ってかけていきます。  
I used a large paint brush to pour gold paint on the surface of the painting.



Figura 37: Takashi Murakami aggiunge con il pennello la pittura oro.

(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

ここからは仕上げの作業です。  
クリーンアップしてから、保護用のクリスタルパーニッシュを塗り、画面の艶加減を整えて仕上げていきます。  
From here, it's the work of finishing up.  
Cleaning up, applying crystal varnish for protection, and adjusting the glossiness of the surface.



艶を上げたり落したりしながら試行錯誤。画面全体を細かく確認しながら仕上げていきます。  
It's a trial and error, trying out the surface more or less glossy,  
adjusting the sections in detail to see the effects on the whole.



Figura 38: Fasi finali della realizzazione dell'opera.  
(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

作品完成  
Completed painting

2019/02/13



『青花』 Qinghua, 2019  
Dimensions: 2400 x 17850 x 50.8 mm (94 1/2 x 702 3/4 x 2 in)

Figura 39: Opera completata.



(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Parlando di *Qinghua*, Murakami dichiara:

*This piece is exquisitely done. How can I put it—it's been my goal as an artist to make my mind completely blank and paint as though in a daze, wandering randomly around the canvas, and this is a piece that I managed to complete in such a way. I feel very proud of this work.*<sup>130</sup>

Il concetto della “*blankness of mind*”, accennato in sua questa affermazione, viene ulteriormente spiegato parlando di un altro dipinto monumentale, realizzato nel 2014 e intitolato *In the Land of the Dead, Stepping on the Tail of a Rainbow*.

『群仙図』(2014年制作) 作品サイズ:3000×25000×50mm



*In the Land of the Dead, Stepping on the Tail of a Rainbow*, 2014  
Dimensions: 3000 x 25000 x 50 mm (118 1/8 x 984 1/4 x 2 in)  
The Broad Collection

Figura 40: Takashi Murakami, *In the Land of the Dead, Stepping on the Tail of a Rainbow*, 2014.

(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

L'ispirazione per questo dipinto nasce a partire da una serie di opere realizzate dai cosiddetti artisti “eccentrici”, sulla scia degli studi storico-artistici di Nobuo Tsuji. In particolare Murakami prende come riferimento i dipinti dei suoi due artisti “eccentrici” preferiti: Soga Shōhaku e Itō Jakuchū.

A partire dagli originali, l'artista giapponese realizza le sue composizioni prelevando alcuni elementi che lo colpiscono

particolarmente, per poi rielaborarli in modo personale e ricomporli secondo nuove dinamiche.

『群仙図』に登場する人物について

Figures that appear *In the Land of the Dead, Stepping on the Tail of a Rainbow*

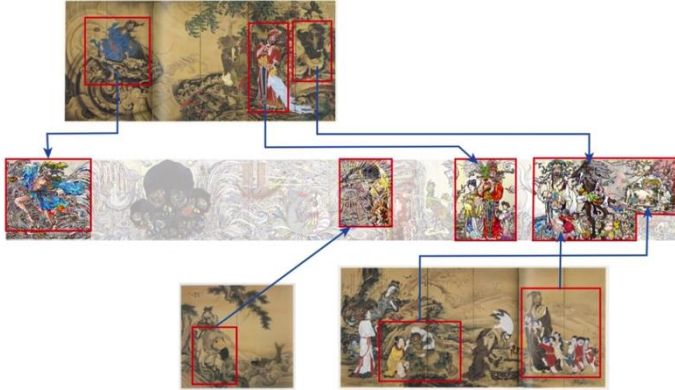


Figura 41: Esempi di figure prelevate da opere originali, rielaborate e utilizzate nel dipinto di Murakami.

(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Il suo singolare modo di assemblare diversi personaggi ed elementi tratti da varie opere in un unico motivo dipende in gran parte dal lavoro dei suoi assistenti. Infatti questi ultimi copiano gli originali e poi a partire da queste copie Murakami compie la selezione. In questa fase preliminare, la scelta dell'artista ricade sui disegni realizzati nel modo peggiore, optando preferibilmente per quelli in cui sono presenti sproporzioni, errori e imprecisioni. A partire da questi disegni seleziona delle parti, le ritaglia e le incolla combinandole in modi diversi fino a ottenere il risultato desiderato. L'intento sotteso a questa operazione è strettamente legato all'idea di non voler creare qualcosa di visivamente bello, ma piuttosto di realizzare soggetti sbilanciati

e privi di equilibrio compositivo, che lui personalmente ritiene più interessanti e degni di nota.

Secondo Murakami quando si genera un'opera, affinché questa sia riuscita l'artista deve trovarsi in una condizione di assenza, per questo motivo esistono dipinti creati in uno stato zen, così come opere realizzate in uno stato di ebbrezza oppure dipinte in tempi rapidissimi che non concedono alcun tipo di riflessione. Pratiche di questo genere sono emblematiche della necessità dell'artista di raggiungere una condizione di totale liberazione mentale, accompagnata da un senso di vuoto interiore, per potersi allontanare dal desiderio razionale di dipingere in un determinato modo e ottenere effetti intenzionali.

Il raggiungimento di questa "*blankness of mind*" è un obiettivo imprescindibile per Takashi Murakami, che sa di poter dar vita a qualcosa di davvero creativo e soddisfacente solo se allontana dalla sua mente qualsiasi tipo di pensiero in grado di determinare e direzionare il suo operato. Uno dei pochi artisti, secondo Murakami, in grado di creare opere in totale libertà, poiché riesce a raggiungere la "*blankness of mind*" prima ancora di iniziare a dipingere è Cy Twombly (1928-2011). Proprio seguendo il suo esempio, Murakami tenta di realizzare le sue opere senza riflettere troppo a lungo sulle minuzie tecniche e cercando di non organizzare troppo la composizione o i singoli elementi per renderli belli, scegliendo accidentalmente parti di ciò che i suoi assistenti hanno disegnato per poi ricomporle in modo altrettanto casuale. Dopo questo ciclo continuo di selezioni, modifiche e correzioni, l'opera può ritenersi ultimata solo quando dinnanzi a essa Murakami percepisce la stessa sensazione che lo ha guidato nella sua realizzazione: "*So what is the greatest art piece? It is, I think, emptiness.*"<sup>131</sup>.

Lo stesso identico metodo è stato utilizzato anche per la realizzazione di *The 500 Arhats* (2012), la prima opera in cui Murakami affronta in modo diretto il tema religioso. Si tratta di un'opera colossale, composta da quattro sezioni che unite tra loro raggiungono una lunghezza di cento metri<sup>132</sup>. Anche questo lavoro deriva dall'influenza degli studi sulla pittura tradizionale giapponese di Nobuo Tsuji e viene mostrato per la prima

volta in Qatar, durante l'importante mostra retrospettiva *Murakami – Ego*, curata da Massimiliano Gioni nel 2012<sup>133</sup>.



*The 500 Hundred Arhats*, 2012

When the 4 sections are put together, the painting is 100-meter long.

Figura 42: Takashi Murakami, *The 500 Arhats*, 2012.

(Slide tratta dalla presentazione realizzata da Takashi Murakami per il talk al LACMA)

Come per le opere precedenti anche per *The 500 Arhats* l'artista giapponese preleva da opere tradizionali personaggi, animali e vari elementi che vengono rielaborati secondo le stesse modalità descritte in precedenza, per la fenice arriva addirittura a combinare la testa di un volatile tratta da un dipinto di Itō Jakuchū con la stampa di un tradizionale kimono in seta.

Al di là delle tecniche utilizzate e della dimensioni importanti dell'opera, questo lavoro ricopre un ruolo fondamentale nella produzione artistica di Takashi Murakami. La serie è infatti pensata per essere una risposta allo tsunami e al conseguente disastro di Fukushima che hanno colpito il Giappone l'11 marzo 2011, causando innumerevoli morti. A seguito di questi avvenimenti, l'artista dichiara di essersi riavvicinato profondamente

sia al suo essere giapponese<sup>134</sup>, sia alla dimensione spirituale e religiosa buddhista, per la quale aveva provato un certo grado di avversione a partire dall'adolescenza, passando in primo luogo attraverso le sue espressioni artistiche. "*In the old days, when there was a disaster, the monks had paintings made that they use to promote religion among the people who were suffering.*"<sup>135</sup>. Apprezzando sempre più questo tipo di arte buddhista, che Murakami legge come espressione artistica nata da una libertà assoluta del gesto e della mente, l'artista inizia a nutrire il desiderio di percepire quelle stesse sensazioni durante la realizzazione delle sue opere.

In *The 500 Arhats*, dove il territorio giapponese viene mostrato in uno stato catastrofico, devastato da ogni genere di forza naturale, Murakami riesce a infondere una spiritualità profonda, creando un'atmosfera suggestiva capace di comunicare con intensità all'osservatore un forte senso originario di religiosità. Confrontandosi con le tragiche conseguenze di Fukushima, quelle tradizioni spirituali che gli sembravano fino a poco tempo prima incomprensibili e inutili, cominciano ad acquisire significato ai suoi occhi. La necessità per il Giappone di venerare così tanti dei e il rispetto incondizionato per la natura si rivelano per ciò che sono: fonte di conforto e aiuto nei momenti di difficoltà della vita. *The 500 Arhats* scaturisce quindi dalla combinazione tra il desiderio di libertà espressiva, la volontà di creare un "*consolatory painting*"<sup>136</sup> e la comprensione della necessità della religione, che prendono forma in un'opera totalizzante e immersiva, pervasa di spiritualità zen.

## Note

<sup>1</sup> M. GIONI, (a cura di), *Murakami – Ego*, Skira Rizzoli, New York, 2012, p. 30.

<sup>2</sup> Ad oggi Takashi Murakami vive ancora per la maggior parte del tempo nel suo studio più importante, quello dedicato alla pittura, che si trova a Tokyo nella prefettura di Saitama. Nonostante il successo ottenuto e le mutate condizioni economiche, Murakami ha quindi deciso di rimanere nello stesso luogo in cui è nato e cresciuto.

<sup>3</sup> *Time Bokan* è una citazione diretta del titolo di una serie anime prodotta dalla Tatsunoko Production e andata in onda tra 1975 e 1976. La perfetta fusione tra fantascienza e slapstick comedy ha portato la serie e i suoi numerosi sequel (che si susseguono fino al 1983) ad ottenere una grande popolarità soprattutto tra i più giovani. La trama ruota attorno ad una macchina del tempo chiamata "Time Mechabuton" inventata dallo scienziato pazzo Dr. Kieta, che sparisce alla ricerca del più inestimabile gioiello esistente al mondo, il "Dinamond". Viaggiando nel tempo per ritrovare il Dr. Kieta, il suo assistente Taipei e la nipote Junko sono costantemente inseguiti dalla perfida Marjo, che vuole il gioiello per sé. In ogni episodio queste due fazioni si scontrano in combattimenti senza senso, al termine dei quali Marjo e i suoi accoliti vengono sempre sconfitti, svanendo in un'esplosione atomica che genera una nube-fungo a forma di teschio. Anche negli omonimi dipinti di Murakami, il cui sfondo è rigorosamente monocromo oppure camouflaged, l'esplosione della bomba è allusa dall'immagine del fungo atomico che appare come uno teschio minaccioso senza bocca, ma con due grandi occhi che al posto dell'iride hanno una corona costituita dalle iconiche margherite multicolore dell'artista. Questo elemento colorato e *cute* contribuisce all'astrazione del disastro atomico e alla sua reinterpretazione in stile *kawaii*. (Cfr. T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 12)

<sup>4</sup> P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, in P. SCHIMMEL, (a cura di), *©Murakami*, Rizzoli International Publications, New York, 2007, p. 54.

<sup>5</sup> La generazione degli anni Sessanta coincide con la prima generazione di *otaku*.

<sup>6</sup> A. FAVELL, *Before and after Superflat: a short history of Japanese contemporary art 1990-2011*, Blue Kingfisher limited, Hong Kong, 2001, p. 18.

<sup>7</sup> Ibidem.

<sup>8</sup> Cfr. G. TAVASSI, cit., pp. 115-116.

<sup>9</sup> Cfr. Nota 151.

<sup>10</sup> L'idea iniziale per la realizzazione della serie scaturisce da un viaggio di ritorno a Tokyo con un treno notturno. Durante il tragitto Leiji Matsumoto aveva avuto come l'impressione di percorrere una sorta di "ferrovia galattica" e proprio questa esperienza stranianti è stata il punto di partenza per la creazione di *Ginga testudō 999*.

<sup>11</sup> G. TAVASSI, cit., pp. 129-130.

<sup>12</sup> P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, cit., p. 56.

<sup>13</sup> In quegli anni il ritmo di entrata per il dipartimento di *nihonga* del GEDAI era di uno studente ogni quarantadue, a differenza del dipartimento di pittura a olio, considerato il più elitario, il cui ritmo di ammissione era di uno studente ogni sessanta. (Cfr. P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, cit., p. 57)

<sup>14</sup> Il suo intento era quello di studiare "background art for animation" nel dipartimento di *nihonga* (Cfr. Ibidem.)

<sup>15</sup> Cfr. Paragrafo 1.3.

<sup>16</sup> P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, cit., p. 57.

<sup>17</sup> In merito alla sua mancanza di talento e alla sua scelta di dedicarsi al *nihonga* Takashi Murakami dichiara: "I was never particularly talented at drawing or painting. [...] I concluded that while I loved to draw, I wasn't talented, so I needed to first train myself to draw realistic pictures." (S. INDRISEK, *How Takashi Murakami got his start as an artist*, in «Artsy», 3 aprile 2019, p. 9)

<sup>18</sup> Ivi, p. 58.

<sup>19</sup> Ibidem.

<sup>20</sup> Takashi Murakami è stato il primo studente ad ottenere il dottorato nel suo dipartimento. (Cfr. A. FAVELL, *Before and after Superflat: a short history of Japanese contemporary art 1990-2011*, cit., p. 18)

<sup>21</sup> Dopo aver visitato a Tokyo la mostra personale di Shinro Ohtake (1955), artista contemporaneo giapponese influenzato dal Neo-Espressionismo, Takashi Murakami decide di abbandonare definitivamente lo stile *nihonga*, che seppur lontano dagli sviluppi internazionali dell'arte più attuale godeva in Giappone di un mercato paragonabile ad essa, per dedicarsi interamente all'arte contemporanea. Questa scelta non è stata facile per l'artista giapponese, infatti al tempo non esisteva in Giappone un mercato di arte contemporanea, quindi intraprendere quella strada significava mettere in conto di dover condurre uno stile di vita piuttosto modesto, cosa che in realtà Murakami avrebbe voluto assolutamente evitare, per non doversi ritrovare a vivere nelle stesse condizioni di ristrettezza provate durante l'infanzia. (Cfr. S. INDRISEK, cit., pp. 6-7)

<sup>22</sup> A. FAVELL, *Before and after Superflat: a short history of Japanese contemporary art 1990-2011*, cit., p. 52.

<sup>23</sup> Ibidem.

<sup>24</sup> P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, cit., p. 58.

<sup>25</sup> Ivi, p. 59.

<sup>26</sup> S. INDRISEK, cit., p. 11.

<sup>27</sup> P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, cit., p. 58.

<sup>28</sup> Ivi, p. 60.

<sup>29</sup> Ibidem.

<sup>30</sup> Cfr. Paragrafo 3.3.

<sup>31</sup> Il *randoseru* nasce a partire dal *ransel*, zaino in tela dell'esercito olandese adottato dall'esercito giapponese durante il processo di occidentalizzazione del Giappone. "While the original Dutch term was corrupted to form a new Japanese word, the elite Tokyo boys' school Gakushūin appropriated the military backpacks for use by its pupils, to instill in these



youngsters the spirit of national defense. Today, this ominous history has been forgotten and randoseru signal the auspicious beginnings of education for young children and epitomize the "cuteness" of elementary-school students." (T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 14).

<sup>32</sup> Dopo l'esplosione della prima bomba atomica su Hiroshima "the survivors gave their own nickname to the bomb, 'Pika-don', in reference to the flash of intense light (pika) and the sound of the blast (don) it produced." (Ivi, p. 19)

<sup>33</sup> Cfr. Paragrafo 1.5.

<sup>34</sup> A. FAVELL, *Before and after Superflat: a short history of Japanese contemporary art 1990-2011*, cit., p. 19.

<sup>35</sup> Si tratta del dipartimento no profit del Museum of Modern Art di New York, fondato nel 1971 con l'intento di approfondire le ricerche sperimentali degli artisti emergenti.

<sup>36</sup> Anche Tadashi Kawamata (1953) e Yukinori Yanagi (1959), due tra i più riconosciuti artisti giapponesi a livello internazionale, avevano partecipato a questo programma. Per questo motivo Murakami si reca a New York con la consapevolezza che questa esperienza avrebbe sicuramente giovato in modo più che positivo alla sua carriera artistica e gli avrebbe fornito gli stimoli necessari a compiere un salto di qualità come artista contemporaneo.

<sup>37</sup> "For one or two hours, we said 'dobožite dobožite' [a phrase popularized by Noboru Kawasaki's 1970 manga *Inakappe taishō* (Country general), in which characters deliberately mispronounced 'dōshite' (why) as 'dobožite dobožite'] ... A female friend said 'oshamanbe', which was a popular gag [associated with the comedian Tōru Yuri], maybe a sexual reference." (P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, cit., p. 65)

<sup>38</sup> S. INDRISEK, cit., p. 14.

<sup>39</sup> La scelta del colore è un chiaro omaggio all'IKB di Yves Klein.

<sup>40</sup> Cfr. Paragrafo 3.3.7.

<sup>41</sup> P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, cit., p. 66.

<sup>42</sup> Ibidem.

<sup>43</sup> Ibidem.

<sup>44</sup> Ibidem.

<sup>45</sup> Video realizzato dal Museum of Contemporary Art Chicago per la retrospettiva *Takashi Murakami: The Octopus Eats Its Own Leg* (2017),

<https://gagosian.com/news/2020/10/28/takashi-murakami-video-mca-chicago/>.

<sup>46</sup> Ivi, p. 68.

<sup>47</sup> Cfr. Paragrafo 3.3.7.

<sup>48</sup> Cfr. Paragrafo 3.1.

<sup>49</sup> Cfr. Paragrafo 3.2.

<sup>50</sup> S. INDRISEK, cit., p. 3.

<sup>51</sup> N. SAWARAGI, *On the battlefield of "Superflat". Subculture and art in postwar Japan*, in T. MURAKAMI, (a cura di), cit., p. 200.

<sup>52</sup> W. O. GARDNER, *Attack of the Phallic Girls*, in «Science Fiction Studies», XXIX, 2002, n. 3, novembre, p. 487.

<sup>53</sup> P. SCHIMMEL, *Making Murakami*, cit., p. 70.

<sup>54</sup> Il termine "superflat" è un neologismo coniato da Takashi Murakami.

<sup>55</sup> Le tre mostre collettive itineranti curate da Murakami sono *Superflat* (2000), *Coloriage* (2002) e *Little boy* (2005). "In the first *Superflat* exhibition and publication Murakami located the antecedents of contemporary Japanese art in traditional *Nihonga* painting. In *Coloriage* (the second installment of *Superflat*), he demonstrated the relationship between toys and widely distributed commercial objects and current artistic practice. In *Little Boy*, Murakami's focus is on otaku culture and its primary sources, film and animation." (T. ECCLES, *Murakami's Manhattan Project*, in T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 264)

<sup>56</sup> Il saggio viene appositamente scritto sia in giapponese sia in inglese.

<sup>57</sup> T. MURAKAMI, *The Super Flat Manifesto*, in T. MURAKAMI, (a cura di), *Superflat*, Madra Publications, Tokyo, 2000.

<sup>58</sup> Ibidem.

<sup>59</sup> T. MURAKAMI, *A theory of Super Flat Japanese Art*, in T. MURAKAMI, (a cura di), *Superflat*, cit.

<sup>60</sup> Ibidem.

<sup>61</sup> Ibidem.

<sup>62</sup> Ibidem.

<sup>63</sup> Murakami si riferisce in particolare agli *anime* fantascientifici. Riscontra infatti una netta differenza tra le produzioni sci-fi americane, in cui si ha una tridimensionalità molto accentuata, e quelle giapponesi che al contrario sono piatte, seppur al contempo suggeriscano un senso di profondità.

<sup>64</sup> Il lavoro di Yoshinori Kanada è stato così innovativo e influente nel campo dell'animazione televisiva, che soprattutto negli anni Settanta, periodo in cui raggiunge l'apice della fama, oltre ad aver contribuito ad un boom dell'animazione, in tutti gli *anime* le scene di esplosioni venivano realizzate in stile Kanada,

<sup>65</sup> T. MURAKAMI, *A theory of Super Flat Japanese Art*, cit.

<sup>66</sup> Ibidem.

<sup>67</sup> Ibidem.

<sup>68</sup> La domanda viene intesa solo in relazione al contesto giapponese, prendendo tuttavia in considerazione in modo paritario ed equo tutte le manifestazioni artistiche e culturali del Giappone contemporaneo.

<sup>69</sup> Parlando di politiche di infantilizzazione del Giappone, Murakami allude anche a un senso di evirazione o castrazione della nazione. Infatti sviluppando una dipendenza nei confronti del dominio statunitense (1945-1951) ed estromettendosi remissivamente dalla politica internazionale (con l'articolo 9 della Costituzione giapponese), non solo il Giappone è stato privato della possibilità di "crescere" autonomamente come nazione in un contesto globale, ma gli vengono anche negate maturità e orgoglio nazionale.

<sup>70</sup> JAPAN SOCIETY, *Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, in «Japan Society», [https://www.japansociety.org/little\\_boy\\_the\\_arts\\_of\\_japans\\_exploding\\_subculture](https://www.japansociety.org/little_boy_the_arts_of_japans_exploding_subculture).

<sup>71</sup> T. MURAKAMI, *Superflat Trilogy*, in T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 152.

<sup>72</sup> Ibidem.

<sup>73</sup> JAPAN SOCIETY, cit.

<sup>74</sup> Tra i disegnatori di *manga* e *anime* presenti in mostra si possono citare: Shōji Ōtomo (1936-1973), Tohl Narita (1929-2002) e Shigeru Komatsusaki (1915-2001).

<sup>75</sup> Teruhisa Kitahara (1948) è un collezionista di giocattoli di fama internazionale. La sua collezione comprende più di cinquantamila giocattoli di piccole dimensioni, a cui si sommano altri giochi antichi che ha raccolto a partire dagli anni Settanta. La sua collezione è esposta in sette musei di giocattoli in Giappone, di cui Kitahara stesso è direttore. (Cfr. T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 32)

<sup>76</sup> Oltre a Takashi Murakami gli artisti contemporanei in mostra sono: Tarō Okamoto (1911-1996), Mr. (1969), Chiho Aoshima (1974), Ohshima Yuki (1974), Izumi Katō (1969), Chinatsu Ban (1973), Yoshitomo Nara (1959), Hideaki Kawashima (1969), Kenji Yanobe (1965), Aya Takano (1976), Mahomi Kunikata (1979) e Noboto Tsubaki (1953).

<sup>77</sup> T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 48.

<sup>78</sup> Ibidem.

<sup>79</sup> Ibidem.

<sup>80</sup> Ivi, p. 88.

<sup>81</sup> T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 88.

<sup>82</sup> Ibidem.

<sup>83</sup> Ibidem.

<sup>84</sup> Il *pachinko* è il gioco d'azzardo più popolare in Giappone e consiste in un ibrido tra la slot machine e il flipper. Questa sorta di flipper ha uno sviluppo verticale e può essere a tema videogioco o cartone animato.

<sup>85</sup> Anche in questo caso le suggestioni legate agli effetti collaterali della bomba atomica sono più che evidenti.

<sup>86</sup> Come la bomba atomica, anche la bomba a idrogeno è un esplosivo di tipo nucleare che utilizza materiale radioattivo per creare un'esplosione di dimensioni ingenti. Mentre la bomba atomica deriva la propria energia dalla fissione nucleare, la bomba a idrogeno deriva la propria energia dalla fusione nucleare. Entrambe le bombe nucleari originano una nuvola a forma di fungo che si eleva per migliaia di metri nell'atmosfera.

<sup>87</sup> T. MURAKAMI, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, cit., p. 57.

<sup>88</sup> Ibidem.

<sup>89</sup> Cfr. Paragrafo 1.3.

<sup>90</sup> JAPAN SOCIETY, cit.

<sup>91</sup> Comunicato stampa di @MURAKAMI pubblicato sul sito ufficiale del MOCA di Los Angeles,

<https://www.moca.org/exhibition/cmurakami>

<sup>92</sup> G. JURINICH, cit., p. 115.

<sup>93</sup> Lo stand era interamente dedicato ai lavori di Takashi Murakami, che allora era ancora un artista esordiente che si stava affacciando al mondo dell'arte internazionale.

<sup>94</sup> G. JURINICH, cit., p. 116.

<sup>95</sup> M. GIONI, (a cura di), *Murakami – Ego*, cit., p. 4.

<sup>96</sup> M. GIONI, (a cura di), *Murakami – Ego*, cit., p. 113.

<sup>97</sup> M. GIONI, *Takashi Murakami – Ego Mix: Some facts and fictions about the life and work of Takashi Murakami*, in M. GIONI, (a cura di), *Murakami – Ego*, cit., p. 117.

<sup>98</sup> G. CARRION-MURAYARI, *Takashi Murakami. The 500 Arhats*, in M. GIONI, (a cura di), *Murakami – Ego*, cit., p. 119.

<sup>99</sup> Ibidem.

<sup>100</sup> Gli *arhats* sono quei monaci, allievi di Buddha, che hanno raggiunto il nirvana. Sono molto importanti della mitologia giapponese, poiché sono coloro che proteggono e si prendono cura della popolazione durante malattie e catastrofi naturali.

<sup>101</sup> G. CARRION-MURAYARI, cit., p. 121.

<sup>102</sup> Ibidem.

<sup>103</sup> Ibidem.

<sup>104</sup> Ivi, p. 122.

<sup>105</sup> K. SMITH LAKE, *Press release Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg*, Forth Worth, Modern Art Museum of Fort Worth, 2017, p. 1.

<sup>106</sup> M. DARLING, *Doomed to survive*, in M. DARLING, (a cura di), *Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg*, Skira Rizzoli, New York, 2017, p. 22.

<sup>107</sup> Cfr. Paragrafo 3.3.7.

<sup>108</sup> M. DARLING, (a cura di), *Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg*, cit., p. 52.

<sup>109</sup> Ibidem.

<sup>110</sup> Cfr. Paragrafo 2.4.

<sup>111</sup> A. NISHIMURA MORSE (a cura di), *Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics, a collaboration with Nobuo Tsuji and the Museum of Fine Arts, Boston*, MFA Publications, Boston, 2018, p. 61.

<sup>112</sup> Ivi, p. 65.

<sup>113</sup> Ibidem.

<sup>114</sup> Ivi, p. 85.

<sup>115</sup> Ibidem.

<sup>116</sup> Ivi, p. 88.

<sup>117</sup> Ibidem.

<sup>118</sup> Ibidem.

<sup>119</sup> Ivi, p. 85.

<sup>120</sup> Ivi, p. 97.

<sup>121</sup> Ivi. P. 101.

<sup>122</sup> Ivi, p. 119.

<sup>123</sup> Ivi, p. 135.

<sup>124</sup> MFA Guide: Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics, A Collaboration with Nobuo Tsuji and the Museum of Fine Arts, Boston, 20 dicembre 2017,

[https://www.youtube.com/watch?v=XExo31VCzKU&list=PLlaGkbYsw6cdngTYoyeXLFXuD9qNjicw\\_&index=14](https://www.youtube.com/watch?v=XExo31VCzKU&list=PLlaGkbYsw6cdngTYoyeXLFXuD9qNjicw_&index=14)

<sup>125</sup> MFA Guide: Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics, A Collaboration with Nobuo Tsuji and the Museum of Fine Arts, Boston, 20 dicembre 2017,

[https://www.youtube.com/watch?v=YSq0X8WIHCM&list=PLlaGkbYsw6cdngTYoyeXLFXuD9qNjicw\\_&index=15](https://www.youtube.com/watch?v=YSq0X8WIHCM&list=PLlaGkbYsw6cdngTYoyeXLFXuD9qNjicw_&index=15).

<sup>126</sup> Indrisek, cit., p. 17.

<sup>127</sup> L'incontro si è tenuto il 20 febbraio 2020 ed è stato registrato e pubblicato sul sito della Gagosian Gallery. Il video è visibile al link: [https://gagosian.com/quarterly/2019/03/19/video-takashi-](https://gagosian.com/quarterly/2019/03/19/video-takashi-murakami-)

[LACMA/?utm\\_source=Instagram&utm\\_medium=Social&utm\\_campaign=](https://gagosian.com/quarterly/2019/03/19/video-takashi-murakami-LACMA/?utm_source=Instagram&utm_medium=Social&utm_campaign=likeshopme&utm_medium=instagram&utm_source=dash+HUDSON&utm_content=www.instagram.com%2Fp%2FB9UW_EWAQiY%2F)

[likeshopme&utm\\_medium=instagram&utm\\_source=dash+HUDSON&utm\\_content=www.instagram.com%2Fp%2FB9UW\\_EWAQiY%2F](https://gagosian.com/quarterly/2019/03/19/video-takashi-murakami-LACMA/?utm_source=Instagram&utm_medium=Social&utm_campaign=likeshopme&utm_medium=instagram&utm_source=dash+HUDSON&utm_content=www.instagram.com%2Fp%2FB9UW_EWAQiY%2F)

<sup>128</sup> Indrisek, cit., p. 16.

<sup>129</sup> L'artista giapponese afferma di aver compiuto questa operazione alle due del mattino ascoltando della musica, ispirandosi al metodo pittorico di Jackson Pollock.

<sup>130</sup> Indrisek, cit., p. 16.

<sup>131</sup> Video realizzato dal Museum of Contemporary Art Chicago per la retrospettiva *Takashi Murakami: The Octopus Eats Its Own Leg* (2017),

<https://gagosian.com/news/2020/10/28/takashi-murakami-video-mca-chicago/>.

<sup>132</sup> Per realizzare quest'opera colossale Murakami ha avuto a disposizione poco tempo. Per questo motivo ha assunto un centinaio di persona per completare il dipinto, ricreando nel

suo studio una situazione paragonabile alla produzione cinematografica.

<sup>133</sup> Cfr. Paragrafo 2.5.

<sup>134</sup> "Before the big earthquake, it looks like I completely forgot I came from Japan." (Video realizzato dal Museum of Contemporary Art Chicago per la retrospettiva *Takashi Murakami: The Octopus Eats Its Own Leg* (2017),

<https://gagosian.com/news/2020/10/28/takashi-murakami-video-mca-chicago/>)

<sup>135</sup> M. GIONI, (a cura di), *Murakami – Ego*, cit., p. 150.

<sup>136</sup> Ibidem.





## Artista o imprenditore?

### **Kaikai Kiki Co., Ltd. e The Factory. Oriente e Occidente a confronto**

Quando si parla di Pop Art, quasi automaticamente ci si ricollega a una delle figure più celebri, eclettiche e innovative che hanno caratterizzato il panorama artistico internazionale a partire dagli anni Sessanta: Andy Warhol (1928-1987). La sua influenza, che si è estesa ben oltre il campo delle arti maggiori e minori, investendo anche il cinema e la musica, ha sicuramente avuto un ruolo importante nell'affermazione a livello mondiale di molti artisti come Jeff Koons, Damien Hirst e Takashi Murakami, ai quali generalmente ci si riferisce come *business artists*.

La critica ha spesso associato Takashi Murakami ad Andy Warhol, sulla base di una serie di scelte che l'artista giapponese ha compiuto nel suo percorso artistico, come per esempio la fondazione di una vera e propria "factory" in cui produrre arte, la commistione con la pubblicità e i mass media e la presenza nella sua opera di arte colta e arte commerciale. Tuttavia, sebbene a un'osservazione più superficiale possa sembrare scontata l'assimilazione dei due personaggi, così come possa venire spontaneo affibbiare a Murakami l'epiteto di "Warhol giapponese", persistono innumerevoli differenze che separano la poetica, ma soprattutto l'operato dei due colossi della *Business art*.

Andy Warhol fonda il suo "primo studio importante"<sup>1</sup> nel 1962. Si trattava di un loft situato al quinto piano del 231 East 47th Street a Midtown Manhattan, una posizione particolarmente favorevole dal momento che "la zona era una di quelle in cui molti artisti avrebbero voluto avere uno studio"<sup>2</sup>. La scelta di un loft non è casuale, ma è dettata da un'intenzione ben precisa, infatti Warhol afferma:

Volevo fare di tutto, e in un ufficio non è possibile espandersi in senso orizzontale, mentre in un loft sì. Il mio stile in ogni caso è sempre stato quello di espandermi piuttosto che salire. Secondo me la scala del successo è molto più trasversale che verticale.<sup>3</sup>

Questo spazio, destinato a diventare iconico, prende il nome di The Factory e si configura come un luogo in cui al lavoro artistico collettivo si sommano altre svariate attività, tra cui feste sfrenate, performance di ballo e produzioni cinematografiche underground, che lo rendono il cuore pulsante del pop e di conseguenza del mondo artistico e mondano della New York degli anni Sessanta. L'atmosfera che si respirava alla Factory era qualcosa di magico e al contempo estremamente tangibile e rappresentativo del momento che si stava vivendo. Benedetta Barzini, che ai tempi in cui frequentava la Factory era una modella agli esordi, restituisce con poche ma efficaci parole le sensazioni che si provavano entrando nello studio dell'artista americano: "si saliva con un montacarichi lentissimo e si arrivava in un luogo straordinario, una sorta di piazza coperta dove si riunivano le anime perse"<sup>4</sup>. Essendo una casa aperta, chiunque poteva accedere alla "Silver Factory"<sup>5</sup> e, se ritenuto abbastanza interessante, diventare parte integrante dell'"ufficio" di Warhol, iniziando la propria rincorsa al successo nel mondo dell'arte e dello *show business*.

La grande intuizione di Andy Warhol è stata comprendere più di chiunque altro in quegli anni che "l'arte nasce dal gruppo, non dall'isolamento di una persona"<sup>6</sup>, ponendo così fine al dominio dell'Espressionismo astratto, in cui è la figura individualista dell'artista tormentato a essere fulcro dell'opera e delle arti visive più in generale, causando una definitiva inversione di rotta con il rovesciamento della concezione di interiore ed esteriore. In un certo senso si tratta di un ritorno a una logica affine a quella della bottega rinascimentale, al punto che spesso Warhol "si limitava a buttare un po' di colore e a tracciare una firma sulle tele che i suoi collaboratori gli avevano già quasi completamente preparato"<sup>7</sup>.

Andy Warhol è stato molto più di un pittore, è stato soprattutto un comunicatore e un visionario, capace di interpretare le esi-

genze consumistiche della fiorente società capitalista americana a lui contemporanea e di scovare in netto anticipo sui tempi il potere totalizzante dei mass media e della pubblicità, sempre più rilevanti in un mondo in continua trasformazione, nel quale avere un'immagine, apparire e farsi notare diventa indispensabile<sup>8</sup>.

“La sua intelligenza, la sua genialità, stava nel trasformare una cosa qualsiasi in qualcosa di straordinario”<sup>9</sup> ed esaltarlo attraverso la ripetitività e la serialità. Nel periodo in cui “se si voleva essere considerati artisti ‘seri’ non si doveva avere niente a che fare con l'arte commerciale”<sup>10</sup>, Andy Warhol sfrutta a pieno tutte le sue competenze come grafico pubblicitario, fa fruttare il suo vivo interesse per il mondo così come lo si vede<sup>11</sup> e non si fa scrupoli nel basare la propria creatività e le proprie idee sui consigli e i suggerimenti dei suoi collaboratori e delle persone che gli capita di frequentare<sup>12</sup>.

La commercializzazione e la democratizzazione dell'arte si delineano come i presupposti all'origine della *Business art*, che più che configurarsi come concetto autonomo, nasce in Warhol come consapevolezza dei bisogni di quella società di cui lui stesso è parte integrante.

Mi hanno sparato sul posto di lavoro: la Andy Warhol Enterprises. In quel periodo, nel 1968, la Andy Warhol Enterprises era composta da poche persone che lavoravano per me con una certa regolarità, da molti che potrebbero essere definiti free lance e che lavoravano su progetti specifici e da un sacco di «superstar» o «iperstar» [...].

Per tutto il tempo in cui sono rimasto all'ospedale lo «staff» ha continuato a lavorare, così mi sono reso conto che avevo realmente messo in piedi un business dinamico, che funzionava anche senza di me. Me ne sono rallegrato, perché avevo già deciso che il business è la migliore delle arti.<sup>13</sup>

Il testo da cui sono tratte le parole sopracitate si intitola *La filosofia di Andy Warhol* (1975) ed è uno scritto in cui l'artista tratta alcune tematiche di fondamentale importanza per comprendere la sua poetica e la logica che ha regolamentato la sua produzione artistica. Cercando di approfondire ulteriormente il concetto di business in relazione al proprio operato, Warhol dà

una definizione chiara ed eloquente della sua nuova idea di arte:

La Business art è il gradino subito dopo l'Arte. Ho cominciato come artista commerciale e intendo finire come artista del business. Dopo aver fatto qualcosa che possa essere chiamata «arte», o comunque la si voglia definire, mi sono dedicato alla Business art. Volevo essere un Art Businessman o un Business Artist. Essere bravi negli affari è la forma d'arte più elettrizzante. [...] fare i soldi è arte, lavorare è arte, fare buoni affari è la migliore forma d'arte. [...] Era sufficiente che l'arte fosse entrata nel flusso del commercio, nel mondo reale. [...] Business art. Art business. Il Business dell'Art business.<sup>14</sup>

Da questo genere di considerazioni è naturale dedurre il significato che si nasconde dietro al nome Factory, ovvero fabbrica, che evoca dunque un luogo di produzione industriale seriale e rispecchia proprio l'intenzione dell'artista americano di utilizzare dei processi tali da rendere il più possibile "l'idea di una catena di montaggio"<sup>15</sup>. Per enfatizzare questo senso di industrialità e soprattutto di ripetitività nelle proprie opere, in cui la mano dell'artista-individuo si assenta sempre più per far posto a una produzione meccanica automatizzata, a partire dall'agosto 1962 Andy Warhol comincia a produrre serigrafie.

Nella serigrafia si prende una fotografia, la si ingrandisce, la si trasferisce sulla seta schermandola con la colla e poi le si passa sopra l'inchiostro, cosicché l'inchiostro trapassa la seta ma non la colla. In questo modo si ottiene sempre la stessa immagine, ogni volta leggermente diversa. Era tutto molto semplice, veloce e casuale.<sup>16</sup>

Assecondando il proposito di porre in risalto sempre di più questo debito voluto e ricercato nei confronti della produzione industriale, l'artista statunitense si appropria di soggetti trasversalmente popolari, conosciuti a tutti indistintamente dal ceto sociale di appartenenza,

immagini che qualsiasi passante di Broadway avrebbe potuto riconoscere in una frazione di secondo: fumetti, tavolini da picnic, pantaloni

da uomo, personaggi famosi, tende da doccia, frigoriferi, bottiglie di Coca-Cola – tutte quelle grandiose invenzioni moderne che gli espressionisti astratti si erano tanto sforzati di ignorare<sup>17</sup>,

per poi tramutarli in opere d'arte dai prezzi tutt'altro che accessibili e popolari.

Il fascino decadente della Factory, che per quanto organizzata e riorganizzata più volte come studio artistico era anche, e soprattutto, molto altro, ha indubbiamente contribuito per certi versi a fare di Andy Warhol un outsider. Per quanto mediaticamente e artisticamente riconosciuto come un personaggio di successo, il suo enigmatico modo di vivere, la sua solitudine interiore e la sua fascinazione per le leggi del mercato lo hanno reso un personaggio insondabile e spesso incompreso. Al pari di Warhol anche Takashi Murakami, seppur affermato a livello internazionale, in Giappone è percepito a sua volta come outsider. A sminuire il suo ruolo sociale in patria è proprio il suo lavoro, ampiamente ispirato alla sottocultura *otaku*, considerata a tutti gli effetti una cultura marginale e di nicchia. Di conseguenza l'artista non solo non rientra nei canoni tradizionali della società giapponese contemporanea, ma a maggior ragione viene fortemente criticato e osteggiato dal mondo artistico giapponese, per il quale le sue opere sono troppo occidentalizzate o, ancora peggio, hanno contribuito a rendere il Giappone e il suo immaginario pop dei prodotti dell'immaginario occidentale<sup>18</sup>. Tuttavia l'avversione di molti dei suoi connazionali non ha ostacolato in alcun modo il successo della sua arte, i cui soggetti hanno raggiunto una popolarità e una diffusione tale da influenzare il gusto delle masse su scala mondiale.<sup>19</sup>

Questa prima e fondamentale somiglianza tra Murakami e Warhol non permette tuttavia di dare per scontato un'assimilazione totale di queste due influenti ed emblematiche figure dell'arte pop. Infatti, sebbene anche Takashi Murakami abbia in parte<sup>20</sup> seguito le orme dell'artista americano prendendo "elementi comuni nella cultura di massa per poi reimpacchettarli e venderli al maggior offerente nel mondo 'high art'"<sup>21</sup> e abbia compreso l'importanza di produrre la sua

arte con l'aiuto di collaboratori, gli studi dell'artista giapponese si presentano da subito come una versione aggiornata e ampliata della Factory, dalla quale si dissociano forse perfino più di quanto possano somigliarle.

Nel 1996 Takashi Murakami fonda la Hiropon Factory, che fin dai primi tempi prende le sembianze di una vera e propria azienda. Ad oggi la *corporation* di Murakami conta più di duecento dipendenti, varie sedi dislocate in Giappone e negli Stati Uniti ed è affiancata da altre attività affiliate: uno studio di animazione, un negozio di merchandising, una galleria d'arte e un altro studio che si occupa esclusivamente della produzione e rivendita di stampe e serigrafie in edizione limitata firmate dall'artista<sup>22</sup>. Il nome dell'azienda, che nella ripresa della parola "factory" rappresenta un chiaro omaggio ad Andy Warhol, è costituito anche da un altro termine, questa volta però appartenente allo slang giapponese, ovvero *hiropon*, parola utilizzata "per indicare i cristalli di meta-anfetamina<sup>23</sup>, un additivo stimolante molto diffuso in Giappone dalla fine della Seconda Guerra Mondiale fino al 1952"<sup>24</sup>. La scelta di questo termine nello specifico è evocativa dell'associazione, secondo l'opinione pubblica, tra la cultura *otaku*, che caratterizza ampiamente i soggetti e la produzione artistica di Murakami, e le forme illecite di divertimento, un pregiudizio che ha contribuito in modo considerevole alla stigmatizzazione, spesso ingiustificata, di questa sottocultura.

All'origine della decisione di fondare una "factory", c'è il viaggio rivelatore che Murakami compie nella prima metà degli anni Novanta a New York. Infatti è proprio questa esperienza nella capitale dell'arte contemporanea a cambiare la sua prospettiva sul mondo dell'arte. Entrando in contatto diretto con le opere di Andy Warhol e di altri artisti pop appartenenti alla sua stessa generazione, come per esempio Jeff Koons, Murakami comprende che "l'arte contemporanea prima di essere ideologia e critica è, e rimane sempre, un prodotto commerciale"<sup>25</sup> e decide di abbandonare l'arte accademica giapponese per sperimentare un nuovo tipo di pittura e abbracciare definitivamente la sua passione per l'arte popolare filtrata attraverso la sottocultura *otaku*. L'intento

dell'artista giapponese è quindi quello di immettersi nel mercato dell'arte realizzando il maggior numero di opere possibili, "usando qualsiasi tipo di media, e allo stesso tempo commercializzando e vendendo se stesso e il proprio brand in Occidente"<sup>26</sup>.

Per raggiungere questi obiettivi Murakami dà vita a un particolare concetto di studio, nel quale l'idea di bottega tradizionale giapponese e quella di riproducibilità su larga scala si incontrano e si fondono. La decisione di avvalersi di collaboratori e di ampliare il raggio d'azione e di diffusione della sua arte si rivela in poco tempo una scelta di successo e nel 2001 Takashi Murakami decide di rinominare e ingrandire in modo consistente il proprio studio. Nasce così la Kaikai Kiki Co., Ltd, una società che comprende tre studi con sede in Giappone e uno situato, non a caso, a New York e che permette all'artista giapponese di compiere un salto di qualità e di promuovere e gestire i propri interessi applicando sistematicamente efficaci strategie di marketing e di *branding*.

Il nuovo nome condensa al suo interno le due principali fonti di ispirazione dell'arte di Murakami. Infatti da un lato esprime l'ammirazione nei confronti della scuola Kanō, una dinastia di pittori che è stata al servizio degli *shogun* per quasi quattro secoli e il cui stile si basa sulla "giapponizzazione" di alcuni principi dell'arte cinese. Ad essa apparteneva il pittore Eitoku Kanō (1543-1590) le cui opere sono state spesso descritte dalla critica con l'espressione "*kaikai kiki*", nell'accezione di "coraggioso, forte e sensibile"<sup>27</sup>; dunque la ripresa di questi stessi termini può essere intesa come un omaggio diretto alla pittura tradizionale e ai metodi collettivi di lavoro e apprendimento tramandati dalla scuola Kanō e applicati dall'artista nella sua "factory". Dall'altro invece il nome richiama l'immaginario *po-ku* che popola le opere di Murakami, tant'è che letto al contrario *kaikai kiki* corrisponde all'aggettivo *kikikaikai*, che significa "strano e inquietante"<sup>28</sup>.

Inoltre al pari di altre importanti società giapponesi, anche per la Kaikai Kiki Co., Ltd. Takashi Murakami progetta e realizza delle mascotte, "paragonabili a Sonic the Hedgehog di Sega Corporation e Super Mario di Nintendo"<sup>29</sup>. I personaggi pensati



per rappresentare la sua azienda sono caratterizzati dalle consuete forme *kawaii* e spesso compaiono nelle opere dell'artista sia come protagonisti sia come personaggi secondari. "Kaikai è un coniglio bianco dall'aspetto rassicurante, mentre Kiki è un feroce topolino rosa con tre occhi che digrigna le zanne. Entrambi hanno quattro orecchie, due umane e due animali, come a dire che la società è sempre in ascolto"<sup>30</sup>. Questi due bizzari animaletti sono emblematici della dualità dell'estetica commerciale di Murakami, ovvero la compresenza nella sua opera di due aspetti tradizionalmente distanti come il mondo dell'arte, inteso quale campo ideologico e critico nei confronti della società contemporanea, e il mercato, caratterizzato da leggi inflessibili e dove la creatività è concepita solo in rapporto all'accumulo di capitale<sup>31</sup>.

All'interno della sua azienda Murakami organizza in modo accurato il lavoro dei propri dipendenti, regolarmente stipendiati e suddivisi nei diversi settori disciplinari a seconda delle loro competenze e dei loro titoli di studio. Sebbene le attività della Kaikai Kiki Co., Ltd siano estremamente diversificate e multiformi tanto quanto gli interessi di Murakami, che oltre a realizzare opere d'arte "disegna oggetti commerciali, finanzia e rappresenta sette altri artisti giapponesi, organizza una fiera d'arte con festival annesso chiamata Geisai e accetta incarichi multimilionari come freelance per le industrie della moda, della musica e della televisione"<sup>32</sup>, diversamente dalla Factory di Warhol gli studi dell'artista giapponese non sono dei luoghi d'incontro aperti e accessibili a chiunque e non hanno nulla a che fare con gli ambienti mondani<sup>33</sup>. Probabilmente è proprio per questa ragione che mentre Andy Warhol non viveva nella Factory, ma al contrario aveva la necessità di separare la sua casa dal suo studio, frequentato ad ogni ora del giorno e della notte<sup>34</sup>, Takashi Murakami ha invece potuto decidere di rinunciare a una separazione tra la propria abitazione e il proprio luogo di lavoro, vivendo a tutti gli effetti non solo della sua arte, ma anche per la sua arte<sup>35</sup>.

Sarah Thornton, che nel suo libro intitolato *Il giro del mondo dell'arte in sette giorni* (2009) dedica il capitolo che approfondisce il tema dello studio a Takashi Murakami, racconta la sua

esperienza a Tokyo, dove si reca proprio per visitare gli studi dell'artista giapponese e comprendere la logica aziendale che ne caratterizza la produzione artistica. Il più importante studio di Murakami è sicuramente quello dedicato alla pittura, in cui vengono sviluppati e realizzati i progetti più importanti. Lo studio, situato nella prefettura di Saitama, è caratterizzato da grandi stanze rigorosamente bianche e dall'aspetto minimalista, che danno l'idea di un luogo di produzione industriale, ed è popolato dagli assistenti dell'artista, intenti a eseguire ciascuno dei compiti ben precisi nel silenzio più assoluto. Sebbene siano loro a svolgere la maggior parte del lavoro manuale, "Murakami insiste perché ogni fase di realizzazione venga documentata, in modo tale da poter seguire i lavori anche quando è fuori città e da poter riprodurre le procedure seguite per ottenere un effetto simile in altre sue opere"<sup>36</sup>. L'artista non delega completamente la produzione delle opere ai suoi collaboratori, infatti oltre a occuparsi in prima persona della fase di progettazione e a ritoccare e perfezionare le sue opere, esercita costantemente un controllo quasi maniacale su ogni singolo aspetto legato alle diverse fasi di esecuzione. Il lavoro dei suoi collaboratori è quindi tutt'altro che creativo ed è continuamente sottoposto allo sguardo clinico di Murakami, che non di rado rimprovera severamente i propri dipendenti, ai quali non è assolutamente concesso sbagliare.

Questa attenzione ossessiva per il dettaglio, in linea con l'etica lavorativa giapponese, viene percepita da Murakami come uno svantaggio, che lo allontana dal modo di pensare e vivere l'arte del suo "mentore". Infatti in merito ad Andy Warhol l'artista afferma:

Il suo colpo di genio è stato la scoperta di un modo di dipingere facilmente [...] lo lo invidio. Continuo a chiedere ai miei collaboratori: 'Se Warhol riusciva a dipingere senza troppi affanni, perché il nostro lavoro deve essere sempre così complicato?'. Ma è colpa della nostra cultura. Il mio punto debole è la tradizione orientale cui appartengo, una tradizione che attribuisce troppa importanza alla cura dei dettagli. So che questo mi penalizza rispetto ad altri artisti contemporanei, ma sono giapponese e non posso fare altrimenti.<sup>37</sup>

Mentre Warhol cerca di approfittare il più possibile dei processi meccanici e industriali per produrre in serie il maggior numero di opere possibili, Murakami, sebbene si avvalga degli strumenti di grafica digitale e di riproduzione tecnica, come per esempio la serigrafia, resta ancora prevalentemente legato alle meticolose tecniche della pittura tradizionale giapponese, in cui la mano di chi dipinge raggiunge un livello di precisione e perfezione tale da scomparire anche a una visione ravvicinata dell'opera, rispecchiando a pieno lo stile *Superflat*.

Se durante la realizzazione delle opere di Takashi Murakami non c'è spazio per il contributo creativo degli assistenti, che si attengono scrupolosamente alle dettagliate indicazioni dell'artista, al contrario Andy Warhol prediligeva circondarsi di collaboratori che spesso esprimevano il proprio disaccordo rispetto alle sue decisioni, probabilmente proprio perché era da questo genere di confronti che scaturivano le sue idee più creative:

Quel che cerco in un collaboratore è una certa incomprensione per le cose che faccio. Non è un'incomprensione sostanziale: qualche piccola incomprensione qua e là. Quando qualcuno non riesce a capire perfettamente quel che voglio da lui, o quando non ha sentito abbastanza bene quel che gli ho detto di fare, [...], o quando iniziano a venir fuori le sue fantasie, spesso mi accorgo che quello che emerge mi piace più del mio progetto originale. [...] La gente che ti capisce al volo e fa esattamente quello che gli dici *trasmette* le tue idee. Ma quando lavori con gente che non ti capisce, invece di ottenere delle *trasmissioni*, hai delle *trasmutazioni*, e questo alla lunga è più interessante.<sup>38</sup>

Di contro la Kaikai Kiki Co., Ltd. si configura fin dalla sua nascita non solo come uno studio-laboratorio per la produzione delle opere di Murakami, ma anche e soprattutto come un luogo formativo finalizzato alla promozione e all'affermazione a livello internazionale delle nuove generazioni di artisti contemporanei giapponesi.

Murakami infatti non solo riconosce ampiamente il lavoro collettivo che sta dietro alle sue opere<sup>39</sup>, ma con uno sguardo

verso il futuro concretizza attraverso la sua azienda il desiderio di lanciare le carriere dei suoi collaboratori<sup>40</sup>. Per quanto sia poco propenso a uno scambio di opinioni in merito all'esecuzione delle proprie opere, Murakami si dimostra quindi molto aperto e disponibile nei confronti degli artisti che collaborano con lui, li incentiva a sviluppare e dare spazio alla propria poetica ed è sempre estremamente interessato alla loro visione artistica, che nella maggior parte dei casi rientra nei canoni dello stile *Superflat*.

Data l'inesistenza e l'inconsistenza di un mercato collezionistico di rilievo in Giappone, per Murakami è diventata una vera e propria missione sfruttare la sua posizione e la sua influenza per agire come un mecenate e fungere da trampolino di lancio per le nuove leve. Per questa ragione oltre a promuovere e finanziare personalmente la carriera artistica di sette dei suoi collaboratori<sup>41</sup>, l'artista giapponese ha deciso di dare vita a Tokyo al *Geisai*, un festival d'arte che dal 2002 al 2014 si è tenuto due volte all'anno e ha permesso a moltissimi artisti emergenti di dare visibilità al proprio operato.

Sempre in relazione all'intento di istruire e rendere consapevoli le nuove generazioni che si affacciano al mondo dell'arte, Takashi Murakami ha pubblicato nel 2007 un testo, disponibile solo in giapponese, intitolato *Art Entrepreneurship Theory*, nel quale condivide la sua esperienza come *business artist* "per consentire ad un artista di entrare nel mercato dell'arte, sfruttandolo al massimo"<sup>42</sup>. Secondo Murakami per raggiungere il successo è fondamentale conoscere "sia i maestri occidentali, sia le loro quotazioni, analizzando ogni aspetto dell'arte che trova il suo baricentro in America"<sup>43</sup>, infatti "solo conoscendo ogni angolazione di questo meccanismo, si possono introdurre novità rilevanti per l'intero panorama internazionale"<sup>44</sup>. L'artista critica inoltre il mondo culturale giapponese, nel quale gli addetti ai lavori non accettano che il fare arte è un processo commerciale e che la creatività va rapportata all'approvazione del pubblico<sup>45</sup>.

Per comprendere a pieno l'opera di Murakami occorre quindi prendere atto degli aspetti commerciali del suo lavoro, proprio perché la sua arte si nutre del rapporto esplicito e consapevo-

le con l'industria culturale e la società dei consumi. È questa consapevolezza che ha portato l'artista a riproporre i soggetti dei suoi dipinti e delle sue sculture in vari prodotti di merchandising, rigorosamente autenticati e certificati attraverso il copyright, in cui i popolari personaggi delle sue opere si svincolano dal mondo dell'arte e acquisiscono un'identità autonoma paragonabile a quella dei più celebri personaggi dei cartoni animati.

Enfatizzando ancor di più questo processo, è proprio sulla base di uno dei più iconici *cartoon characters* di Disney, ovvero Mickey Mouse, che Takashi Murakami realizza Mr. DOB, il protagonista più celebre e più riprodotto nei suoi dipinti e nelle sue sculture. Mr. DOB deriva dalla

trasformazione post-apocalittica di Topolino, che diventa maligno e grottesco, antitesi della serenità Disney, quasi a sottolineare l'aggressività nipponica latente nei confronti delle tradizioni importate dall'America che hanno colonizzato l'intero pianeta.<sup>46</sup>



Figura 43: Takashi Murakami, 727, 1996, acrilico su tela montata su tavola, 300 x 450 x 7 cm

Inoltre, è proprio riprendendo le stesse filosofie produttive di famose aziende cinematografiche come Disney e Studio Ghibli che Murakami può attuare anche con Kaikai Kiki Co., Ltd. delle strategie di *branding* che gli consentono di creare un proprio microcosmo autentico e altamente riconoscibile in grado di trovare applicazione nei più svariati ambiti commerciali.

Nonostante le numerose differenze tra la "factory" dell'artista giapponese e quella di Warhol, l'ammirazione nei confronti dell'iconico artista americano resta comunque un punto saldo nell'operato artistico di Murakami. Oltre all'assimilazione del concetto di *Business art* e dell'idea di produrre arte "industrialmente", non mancano esempi in cui opere famose di Warhol sono state in una certa misura citate e richiamate in quelle di Murakami.

Un esempio emblematico è la scultura *My Lonesome Cowboy*, il cui titolo è una citazione quasi letterale di uno dei film sperimentali di Andy Warhol, *Lonesome Cowboys* (1968), in cui viene indagato il fascino omoerotico del cowboy, assunto a simbolo della mascolinità americana<sup>47</sup>. L'opera, che raffigura un "biondo<sup>48</sup> manga-umanoide di due metri che, nudo, impugnando il proprio fallo, schizza maestosamente per aria la propria ragione di vita"<sup>49</sup>, è ispirato in tutto e per tutto al mondo *otaku*, e richiama in particolar modo l'ampio filone della sottocultura giapponese che comprende *manga* e *anime* dallo spiccato carattere erotico e pornografico.



Figura 44: Takashi Murakami, *My Lonesome Cowboy*, 1998, olio, acrilico, fibra di vetro e ferro, 254 x 116,8 x 91,4 cm

Anche il celebre motivo dei fiori colorati e sorridenti viene dedotto da Murakami a partire dalla serie di opere di Andy Warhol intitolata *Flowers* (1964).



Figura 45: Andy Warhol, *Flowers*, 1964, litografia, 58 x 58,6 cm

In merito alla ripresa e reinterpretazione di questo soggetto, divenuto vera e propria cifra stilistica di Murakami, in un'intervista l'artista giapponese afferma: "People love flowers, and when I started this flower thing, the Warhol flowers were very popular [...], so my idea was to make them colorful"<sup>50</sup>. I *Flowers* di Andy Warhol sono espressione della volontà dell'artista di prelevare dalla realtà "immagini che sono invisibili sebbene siano sotto gli occhi di qualsiasi persona"<sup>51</sup>, inquadrando così una società "concentrata su se stessa con il solo scopo di rendere perfetto il proprio narcisistico mondo"<sup>52</sup>. L'intento ultimo dell'artista è quindi quello di rendere evidente e degno di nota qualcosa che è di tutti, qualcosa di popolare, che posto nuovamente al centro dell'attenzione vede accrescere il proprio valore, inteso anche in senso strettamente economico.





Figura 46: Takashi Murakami, *Kawaii – Vacances: Summer Vacation in the Kingdom of the Golden* (dettaglio), 2008, acrilico e foglia d'oro su tela montata su cornice di alluminio, 300 x 900 x 5,1 cm

Le margherite multicolore di Murakami invece sono sinonimo di allegria e spensieratezza. Il volto sorridente li rende dei personaggi animati in grado di contagiare l'osservatore con la loro gioia e loro vivacità. Hanno assunto un ruolo così rilevante nell'estetica dell'artista giapponese da essere non solo protagonisti di numerosi dipinti, dei quali uno dei più significativi è *Kawaii – Vacances: Summer Vacation in the Kingdom of the Golden* (2008), e di svariate sculture, come per esempio *Flower Matango* (2006), ma anche del merchandising e dei prodotti commerciali che scaturiscono dalle collaborazioni tra l'artista giapponese e numerose aziende.

Nonostante esistano delle differenze, dettate sicuramente dal diverso background culturale nel quale queste due influenti personalità artistiche si sono trovate ad agire, indubbiamente da un'analisi della loro visione dell'arte e dei loro metodi operativi emergono innumerevoli affinità e punti di contatto. Andy Warhol e Takashi Murakami sono due figure rappresentative e iconiche dell'arte pop, hanno saputo essere entrambi degli in-

novatori nel loro campo, proponendo spesso idee alternative e sovversive senza il timore di scontrarsi con la cultura dominante. Sfidando le tradizionali regole del mondo dell'arte hanno sfruttato in modo abile e concreto i media e le logiche di marketing, il che ha contribuito enormemente al loro successo e alla loro consacrazione come due delle personalità più influenti dell'arte contemporanea. Eppure non solo incarnano due generazioni diverse, ma sono anche portavoce di due mondi completamente agli antipodi, quello occidentale, che ha come punto nevralgico New York, e quello orientale, in cui Tokyo gioca un ruolo da protagonista, da sempre concepiti come due universi destinati a non arrivare mai a comprendersi fino in fondo.

Ispirandosi ad Andy Warhol, che ha avuto il grande merito di abbattere per primo la separazione tra l'arte pubblicitaria, considerata commerciale e perciò inferiore, e l'arte colta delle gallerie e dei musei, Takashi Murakami, pur conservando la propria personalità, che per quanto eccentrica si distanzia fortemente da quella di Andy Warhol, ha saputo sviluppare e consolidare ulteriormente il concetto di *Business art*, allargando i propri orizzonti ed espandendosi trasversalmente in tutti gli ambiti creativi, compreso quello del cinema che negli anni Sessanta ha giocato un ruolo considerevole nella produzione artistica di Warhol, senza il timore di immergersi nella cultura popolare di massa, la stessa che a sua volta è alimentata dalle sue opere e dal suo immaginario artistico.

### **Il debutto nel mondo del cinema: *Jellyfish Eyes***

Come già ribadito più volte, le radici dell'arte di Takashi Murakami affondano in profondità nella sottocultura *otaku*, la quale principalmente ruota attorno al mondo dei *manga* e degli *anime*. Nonostante la grande passione per i cartoni Disney, per i film di fantascienza degli anni Ottanta<sup>53</sup> e per i lungometraggi dello studio Ghibli, la mancata realizzazione dell'aspirazione di diventare disegnatore di animazione<sup>54</sup> ha portato l'artista ad accantonare per gran parte della sua carriera il desiderio di dedicarsi alla produzione televisiva e cinematografica. Tutta-

via, una volta affermatosi a livello internazionale e avviata con successo la propria "factory", Murakami è riuscito a destinare parte della propria attività proprio al mondo degli *anime*, esordendo anche come produttore, sceneggiatore e regista sul grande schermo.

Nel 2011 fonda lo studio di animazione Poncotan<sup>55</sup>, che in linea con la politica aziendale della Kaikai Kiki Co., Ltd. si organizza attorno a una rete di collaboratori con competenze tecniche specifiche nell'ambito dell'animazione. Attraverso questo studio, Murakami realizza diversi progetti che includono spot pubblicitari, video musicali<sup>56</sup> e serie animate, come per esempio *6HP – Six Hearts Princess* (2014-2015)<sup>57</sup>.

Tuttavia l'evento più importante che segna il tentativo di Takashi Murakami di estendere la sua influenza dall'ambito dell'arte contemporanea a quello della cinematografia è il suo approdo al grande schermo nel 2013 con il lungometraggio live-action *Jellyfish Eyes*.



Figura 47: Locandina del film *Jellyfish Eyes*, 2013

Il film, che diversamente dal progetto iniziale non è un *anime* ma alterna live-action a immagini animate generate al computer, si propone come un racconto sull'infanzia e l'adolescenza nel Giappone contemporaneo, che da poco è stato scosso dal disastro di Fukushima, dando forma a una miscela composta da cultura *otaku*, elementi fantascientifici e iper-tecnologia, filtrata attraverso l'immaginario pop di Murakami.

Il protagonista è un bambino di nove anni di nome Masashi, che a seguito dello tsunami che l'11 marzo 2011 ha provocato la distruzione di alcuni reattori della centrale nucleare di Fukushima è costretto a trasferirsi in una cittadina di campagna insieme alla madre, rimasta da poco vedova proprio a causa del disastro nucleare. Additato come forestiero, a scuola Masashi viene bullizzato dagli altri coetanei che non lo accettano e lo emarginano, a eccezione di Saki, una compagna di classe con cui il ragazzino instaurerà da subito una sincera amicizia. Rovistando nella soffitta della nuova casa, Masashi trova per caso uno strano essere, "a cute and irrepressibly spunky jellyfish that he names 'Kurage-bo'"<sup>58</sup>. Ben presto il giovane protagonista scopre che anche gli altri compagni di classe hanno una propria creatura e che i F.R.I.E.N.D.s sono visibili solo ai bambini. Sebbene in un primo momento questi piccoli e insoliti mostriciattoli sembrano essere un incrocio tra animali da compagnia e benevoli giocattoli animati, controllabili dai bambini tramite appositi telecomandi, in realtà i F.R.I.E.N.D.s sono stati creati da una corporazione governativa coinvolta in una cospirazione finalizzata all'assorbimento di energia negativa per la creazione di un colossale *kaiju*<sup>59</sup> dal superpotere distruttivo, che alla fine verrà sconfitto dal protagonista grazie all'aiuto dei suoi amici, umani e non, tra i quali figurano alcuni personaggi tratti esplicitamente dall'universo figurativo di Murakami. Malgrado l'artista abbia dichiarato di non voler realizzare un *art film*, già a partire dal titolo "Jellyfish Eyes" c'è un forte richiamo alle sue opere, alcune delle quali prendono vita e diventano personaggi attivi e determinanti nello sviluppo della trama. Per esempio tra i F.R.I.E.N.D.s compare Miss Ko<sup>2</sup>, uno dei personaggi più importanti e rappresentativi del microcosmo

dell'artista, che nonostante l'apparenza dolce e innocua in *Jellyfish Eyes* si trasforma in una guerriera inferocita degna dei videogiochi di picchiaduro degli anni Ottanta.



Figura 48: Takashi Murakami, *Miss Ko<sup>2</sup>*, 1996, olio, acrilico e fibra di vetro, 88 x 61 x 88,9 cm

Il primo schizzo di *Miss Ko<sup>2</sup>*, ben presto tradotto in un'opera scultorea, risale al 1996 e viene eseguito da Takashi Murakami mentre si trovava a New York. Si tratta di una figura in stile *kawaii* che incarna l'ideale di femminilità innocente ed erotica delle eroine dei manga *rorikon*<sup>60</sup>, le quali spesso nelle trame di questi fumetti "devono distruggere il male presente nel mondo, vestite in succinte divise dalle gonnelline a pieghe svolazzanti che lasciano intravedere candide mutandine"<sup>61</sup>. I caratteri che la contraddistinguono e la rendono un capolavoro di bellezza mediatica sono i lunghi capelli biondi, gli occhi verdi grandissimi e un vestitino striminzito che mette in evidenza le gambe sproporzionatamente lunghe, il busto minuscolo e il seno prosperoso. L'abbigliamento nello specifico è una rivisitazione dell'uniforme delle cameriere della catena di ristoranti

hawaiano-giapponesi "Anna Miller's", di conseguenza *Miss Ko*<sup>2</sup> non è altro che la versione *poku* delle "celebri cameriere sui pattini a rotelle, stereotipo della spensieratezza, anche lavorativa, dell'America degli anni Cinquanta"<sup>62</sup>, nonché una ragazza-caricatura rappresentante le fantasie più intime della società giapponese.

A un'osservazione più attenta e approfondita emerge che *Jellyfish Eyes*, pur essendo un film per bambini, è molto più di un semplice *kaiju movie*. Nella trama non solo vengono trattati temi socialmente rilevanti come il bullismo e la disattenzione degli adulti nei confronti del malessere psicologico dei più piccoli, ma trova anche spazio lo stesso senso di angoscia e di impotenza che aveva caratterizzato i vecchi film degli anni Cinquanta, forse proprio perché non diversamente da quando il Giappone stava vivendo l'era post-atomica, dopo l'incidente di Fukushima il popolo giapponese si trova a dover riaffrontare gli stessi timori e le stesse inquietudini provate allora. Infatti, come afferma Toshio Miyake in un saggio intitolato *Mostri made in Japan: orientalismo e auto-orientalismo nell'era della globalizzazione* (2011) anche quelle terrificanti creature "made in Japan" tanto amate dalla sottocultura *otaku*, che hanno conquistato uno status così rilevante nell'immaginario mostruoso internazionale da diventare uno dei marchi distintivi della cultura giapponese, rientrano in quella categoria di mostri che convenzionalmente si configurano come

delle costruzioni culturali su cui vengono proiettate le ansie, le paure o i desideri di una comunità locale, regionale o nazionale. Si prestano quindi a essere interpretati come dei simboli collettivi, come una sorta di specchi metaforici di un'identità bisognosa di dare forma a un'alterità deformata per affermare la propria esistenza.<sup>63</sup>

Nella realizzazione dei F.R.I.E.N.D.s, che seppur di dimensioni ridotte non paragonabili a quelle dei *kaiju* originari, che hanno come capostipite Godzilla, fanno parte della stessa categoria, Takashi Murakami afferma di essersi ispirato a una serie che ha segnato la sua infanzia in modo decisivo e che ha influenzato la maggior parte degli *otaku* della sua generazione: *Ultra-*

man<sup>64</sup>. Questa serie televisiva *anime*, trasmessa a partire dalla metà degli anni Sessanta, appare in un primo momento come una versione giapponese di *Superman*. La sceneggiatura è stata ideata e scritta da Tetsuo Kinjō (1938-1976), che alla fine del liceo si era trasferito da Okinawa, territorio ancora sotto l'occupazione statunitense, a Tokyo per lavorare nel campo dell'animazione. Nella trama della serie Kinjō ha elaborato una trasposizione della propria crisi identitaria, scaturita dalla compresenza nel suo background culturale di un'influenza sia nipponica sia americana, trasformandola nel tema principale di *Ultraman*. Murakami, che al tempo della trasmissione della serie era solo un bambino, è stato così trascinato nell'atmosfera malinconica di *Ultraman*, che seppur indecifrabile per lui in quel momento ha comunque esercitato un'influenza così forte da determinare la sua successiva visione del mondo e dell'arte. Il profondo sentimento di tristezza trasmesso a Murakami dai *kaiju* ideati da Kinjō è stato dunque l'elemento scatenante che lo ha portato a progettare parecchi anni dopo i mostri di *Jellyfish Eyes*, basandosi sulla stessa emotività trasmessa dalla serie, con la quale si ritrovano molte affinità anche dal punto di vista tematico<sup>65</sup>.

Nonostante il film abbia tutte le carte in regola per spopolare sia tra gli *otaku* sia tra un pubblico più ampio incuriosito dalla prima impresa cinematografica di un artista di fama internazionale, *Jellyfish Eyes* si è rivelato un flop e non ha nemmeno lontanamente corrisposto le aspettative dell'artista e del suo team. Tuttavia, malgrado lo scarso successo economico di questo progetto, Takashi Murakami ha comunque deciso di proseguire con la produzione di un ulteriore film, pensato per essere il secondo capitolo di una trilogia inaugurata con il primo lungometraggio.

Accecato dal desiderio di coronare il sogno che si porta con sé fin dall'infanzia, Murakami ha ignorato il mancato successo del film precedente buttandosi a capofitto nella realizzazione di *Jellyfish Eyes 2: Mahashankh*, che dopo nove anni di lavorazione è rimasto ad oggi incompiuto per mancanza di fondi. Come lui stesso dichiara nel documentario *How I was forced to abandon the production of Jellyfish Eyes Part 2*, suddiviso in

12 episodi e condiviso sul suo profilo Instagram, conseguentemente agli ingenti costi di produzione del film e all'improvviso arresto di molti dei progetti in corso di lavorazione a causa del COVID-19, non solo il lungometraggio non è giunto nemmeno alla fase di postproduzione e di montaggio, ma lo stesso patrimonio finanziario dell'artista, la Kaikai Kiki Co., Ltd. e tutte le attività ad essa affiliate hanno rischiato di dissiparsi completamente sfiorando la bancarotta. Un atteggiamento così imprudente è piuttosto insolito per l'artista giapponese, che è noto per il suo essere estremamente cauto e accorto negli affari proprio a causa dei suoi trascorsi di vita tutt'altro che agiati<sup>66</sup>. Nonostante ciò Murakami ha deciso di condividere pubblicamente la propria esperienza per mostrare quanto anche un artista famoso e affermato come lui possa commettere degli errori quando, ostinandosi nel dare concretezza a una propria idea, decide di trascurare il feedback del pubblico; riaffermando ancora una volta l'importanza di porre sempre il proprio operato in relazione al mercato e ai risvolti economici.

Il documentario diviene l'unico modo per l'artista per condividere con il grande pubblico non solo contenuti *behind-the-scenes*, ma anche alcune delle scene terminate, mostrando le complessità che si celano dietro alle immagini in CG, le diverse fasi di progettazione dei *kaiju* e dei costumi e tutto il lavoro del team che ha concorso alla realizzazione parziale di *Jellyfish Eyes 2* dal 2011 ad oggi. Sebbene spesso sostenga di non avere ciò che serve per produrre e dirigere film, l'artista giapponese sembra essere tutt'altro che convinto di rinunciare al progetto. Tant'è che in una delle ultime puntate del documentario Murakami dichiara che, tenendo in considerazione gli errori commessi in precedenza, una volta ristabilite le sue finanze al punto da poter investire nuovamente in un progetto di questa entità, in un modo o in un altro si cimenterà ancora nella cinematografia per portare finalmente a termine il suo *dream monster movie*.



## **Collaborazioni. Tra moda, musica e animazione**

Nel corso degli anni, più volte l'innovativo percorso artistico di Takashi Murakami, improntato sul tentativo di far incontrare l'arte popolare con l'arte colta, ha sconfinato nel mondo della moda, della musica pop e dello *star system*. È da questo azzardato incontro che hanno origine le numerosissime collaborazioni tra l'artista giapponese e vari brand, tra cui molti marchi di lusso, che portano alla rottura definitiva della divisione tra arti maggiori e arti minori.

In linea di continuità con la sua poetica, Takashi Murakami ha messo la propria arte al servizio del mondo dei consumi e del vasto pubblico extra-settore, ricongiungendosi idealmente con le origini stesse dei propri soggetti, ovvero con la sottocultura *otaku*, che si basa proprio su prodotti di facile e rapido consumo, come per esempio i *manga*, pensati per essere una sorta di letteratura "usa e getta", e dalla quale scaturiscono numerosi risvolti di carattere pop legati alle logiche di distribuzione e diffusione di massa.

Il successo riscosso dalle opere di Murakami negli Stati Uniti, in particolar modo a New York, ha portato a una maggiore richiesta di collaborazioni commerciali da parte di brand occidentali, già avvezzi alla *Business art* inaugurata da Andy Warhol e alla fusione tra arte e commercio. Molto raramente Takashi Murakami è stato coinvolto in progetti con partner orientali e quando queste collaborazioni si sono verificate, si è sempre trattato di casi isolati dettati da condizioni particolari. Infatti, a differenza della recentissima collaborazione con Li-quem<sup>67</sup>, solitamente i rapporti tra l'artista e altre realtà giapponesi tendono a concretizzarsi con l'intento contrario rispetto a quello desiderato da Murakami, forse anche per il fatto che "in Giappone, gli artisti godono di un prestigio assai minore"<sup>68</sup> a causa di un mercato dell'arte debole e di una rete di musei d'arte contemporanea fragile e pressoché assente. I prodotti di queste partnership manifestano l'intenzione di immettere personaggi di successo appartenenti al mondo dei mass media nel mondo dell'arte. In questo modo viene meno proprio quell'avvicinamento tra arte contemporanea e pubblico au-

spicato dall'artista giapponese e al contrario si configurano opere dedicate ai collezionisti e all'elitario sistema dell'arte internazionale. Esemplicative di questo genere di dinamiche sono alcune serie realizzate da Takashi Murakami in cui i suoi soggetti *kawaii* si uniscono di volta in volta a personaggi famosissimi, come Hello Kitty e Doraemon, divenuti veri e propri fenomeni mediatici.

I rapporti tra l'arte di Takashi Murakami e la cultura popolare, la cui naturale conseguenza sono i prodotti realizzati per le varie collaborazioni, si sono rivelati estremamente proficui, tant'è che ad oggi esiste un mercato secondario ricco e altamente competitivo, nel quale gli articoli in edizione limitata realizzati dall'artista insieme ai diversi brand vengono rivenduti a cifre tutt'altro che accessibili, entrando a far parte di una logica collezionistica affine a quella che contraddistingue il mondo dell'arte, specialmente quella contemporanea.

La prima collaborazione di Murakami con un brand commerciale è quella che nel 2000 vede impegnato l'artista con lo stilista Issey Miyake nella realizzazione di una linea di abbigliamento maschile ispirata ai suoi motivi *poku*. È tutt'altro che insignificante che si tratti di una partnership legata al mondo della moda, poiché già a partire dai primi anni Novanta l'artista giapponese con le sue opere d'esordio intraprende un'indagine della categoria del lusso proprio passando per il *fashion system*.

L'opera che più di tutte evidenzia questo suo interesse per l'alta moda e per il mercato sfarzoso ed elitario è *Randoseru Project* (1991). Si tratta di un'installazione concettuale in cui l'immaginario bellico si fonde con l'atteggiamento polemico e critico "nei confronti del lusso sfrenato e dell'esclusività a tutti i costi"<sup>69</sup>. Otto *randoseru*, ovvero zainetti in stile militare usati in Giappone dai bambini per andare a scuola e ispirati a quelli utilizzati dai soldati dell'esercito giapponese nell'Ottocento, sono appesi uno accanto all'altro su una parete bianca. "Murakami riconfeziona questi oggetti comuni usando le pelli di diversi animali, alcune delle quali illegali poiché provenienti da animali in via di estinzione"<sup>70</sup>, tra cui figurano le pelli di cobra,

elefante, panda e tigre; tutti animali esotici e dunque sinonimo di lusso e ricchezza. L'artista con questa installazione

se da un lato sottolinea come la moda venga influenzata da ambienti, come quello militare, ricollegabile a sentimenti di dolore, violenza e morte, che vengono depurati dal loro significato profondo diventando puri involucri sociali, ricordi sbiaditi e senza morale, dall'altro rappresenta [...] un commento allo sfruttamento incessante per il solo e temporaneo valore estetico del glamour tipico della moderna società consumistica.<sup>71</sup>

È evidente che i primi lavori di Takashi Murakami, per quanto pop, siano ancora prevalentemente concettuali, nonché piuttosto lontani dal concetto di *Business art* che invece sarà il filo conduttore della sua produzione artistica successiva, inaugurata a partire dal 1996 con la fondazione della Hiropon Factory<sup>72</sup>. Infatti, dagli anni Duemila in poi, il mondo del lusso e del *fashion system* diventeranno proprio il trampolino di lancio che permetterà all'artista giapponese di imporsi in Europa e negli Stati Uniti come forte influenza orientale ben oltre l'ambito artistico, rendendolo a tutti gli effetti in un *business artist* di fama internazionale.

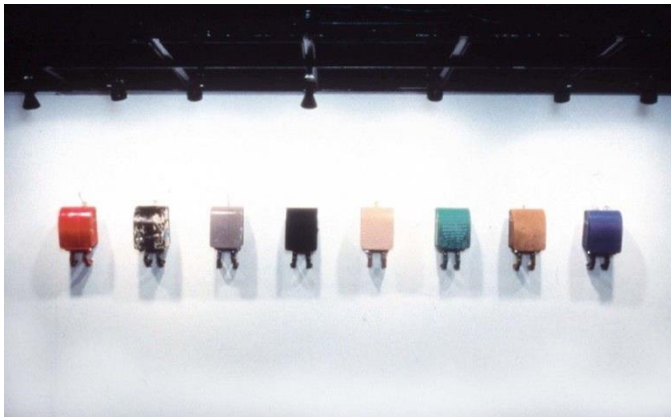


Figura 49: Takashi Murakami, *Randoseru Project*, 1991.

### Takashi Murakami per Louis Vuitton (2003-2015)



Figura 50: Pattern realizzati da Takashi Murakami per Louis Vuitton

La collaborazione con il prestigioso marchio francese Louis Vuitton è senza dubbio la più nota e la più duratura tra le partnership che legano Takashi Murakami al mondo della moda.

Sebbene sia sotto la guida creativa di Marc Jacobs che la Maison parigina ha contribuito alla nascita del "lusso pop", anche in precedenza i legami tra la casa di moda e l'arte non sono mancati. Già a partire dal 1854, i vincoli di natura commerciale si sono strettamente saldati all'identità visiva e al patrimonio simbolico di Louis Vuitton. L'origine stessa dei primi tessuti, come il tessuto *Damier* e poi il *Monogram*, ne è rivelatrice, poiché risponde a esigenze sia commerciali<sup>73</sup> sia estetiche. In netto anticipo sui tempi, per la casa di moda francese la creazione si configura come universo simbiotico, in cui la separazione tra le arti si dissolve per dare vita a oggetti commerciali che siano al contempo oggetti di natura artistica.

L'incontro tra il brand e l'arte contemporanea si concretizza durante gli anni Sessanta, quando "Louis Vuitton diventa sempre più pop"<sup>74</sup>, ma è soprattutto negli anni Ottanta che la Maison incrementa le interferenze con l'arte e "moltiplica i contatti con i più grandi artisti francesi e internazionali"<sup>75</sup>, affidando a personalità come Sol LeWitt, Arman e James Rosenquist la

realizzazione di alcune serie di foulard di seta. Tuttavia è negli anni Novanta che si registra un più decisivo avvicinamento tra Louis Vuitton e il mondo dell'arte, quando nel 1997 Marc Jacobs diventa direttore artistico del marchio di lusso e inizia a stringere "legami privilegiati con l'arte contemporanea, moltiplicando collaborazioni sempre più spettacolari e dall'effetto mediatico"<sup>76</sup>.

Tra queste ultime collaborazioni, dettate da un'accelerazione dei legami che coinvolgono la moda e la creazione artistica, si colloca quella tra Louis Vuitton e Takashi Murakami, definita da Marc Jacobs come un "*monumental marriage of art and commerce*"<sup>77</sup>. Nel 2003 l'artista giapponese riceve dall'*art director* di Louis Vuitton l'incarico di rinnovare l'iconico monogramma della Maison per renderlo più colorato e fresco, in altre parole più pop. In una dichiarazione, spiegando ciò che lo ha spinto a scegliere Murakami per la collaborazione più mediatica in assoluto nella storia del brand francese, Marc Jacobs afferma:

Ho pensato che sarebbe stato fantastico se chi aveva inventato questo strabiliante mondo di creature psichedeliche, occhi di medusa, pupazzi stilizzati e funghi magici fosse stato disposto a provare a mettere mano al monogramma icona di Vuitton.<sup>78</sup>

Per i diversi design delle collezioni che si sono susseguite nel corso degli anni, Takashi Murakami progetta disegni che riprendono le caratteristiche proprie del *Superflat* e dell'immaginario *kawaii*, incorporando l'identità del brand nella sua personale visione estetica. Fin dalle prime proposte si configura il design denominato *Eye love Monogram*, in cui il classico monogramma dorato si trasforma in un *Multicolor Monogram*: le iniziali "L" e "V" si tingono di colori acidi e pop, come il fucsia, il blu elettrico, il giallo limone e il rosso ciliegia e vengono apposte su uno sfondo neutro, bianco o nero, sul quale compaiono anche "stilizzati fiorellini di melo multicolore intervallati da buffi occhietti tondi presi dal mondo *manga* e dipinti con colori che di reale non hanno nulla, ma che appartengono ad un mondo parallelo in cui vive l'allegria"<sup>79</sup>.

Il tessuto *Monogram* riproposto nel nuovo look a 33 colori psichedelici si è imposto su scala mondiale come un'evidenza e ha conosciuto un incredibile successo commerciale nel giro di pochi mesi, ma non bisogna dimenticare l'azzardo che questa proposta deve aver rappresentato inizialmente per un marchio la cui identità si basa in buona parte sul patrimonio storico, nonché sull'icona rappresentata dal tessuto *Monogram*. [...] snaturare il logo, in un modo o nell'altro significa assumersi un rischio, in termini sia commerciali sia identitari.<sup>80</sup>

Il pericolo corso da Marc Jacobs si è rivelato tuttavia un azzardo ben riuscito, dal momento che tutte le collezioni realizzate con l'artista giapponese hanno riscosso notevole successo e hanno assunto quasi nell'immediato "lo status dell'evento storico, sia per l'arte sia per la moda"<sup>81</sup>.

Anche per Takashi Murakami inoltrarsi nella sfera del consumo, in particolar modo di quello di lusso, non è stata una scelta priva di rischi. L'approccio di Murakami nei confronti dell'industria non è critico, al contrario è rappresentativo del "suo desiderio di essere un *public businessman-intellectual*"<sup>82</sup>, a differenza di molti artisti occidentali che disdegnano il mondo del mercato, ostacolando la scoperta di orizzonti inediti alle potenzialità dell'arte. Ciò potrebbe farlo sembrare agli occhi dell'opinione pubblica più un imprenditore che un artista e di conseguenza screditare e svalorizzare il suo operato nel mondo dell'arte, abbassandone anche drasticamente le quotazioni. Tuttavia, per Takashi Murakami, così come per Andy Warhol, la natura commerciale dell'opera d'arte non è in conflitto né in contraddizione con la dimensione artistica; e ciò emerge anche al di là del caso specifico della collaborazione con Louis Vuitton, dal momento che l'artista giapponese per primo si appropria delle strategie di *branding* e marketing per promuovere il proprio lavoro.

L'arte diviene quindi puro design nell'ambito di un processo di industrializzazione del gusto che investe in ugual modo il mondo della moda e quello dell'arte contemporanea, permettendo una democratizzazione del lusso e dando un "colpo di gra-

zia al sistema gerarchico tra arte aulica e popolare”<sup>83</sup>. Sia nella prima che nella seconda collezione realizzata da Murakami,

le borse da lui progettate diventano non solo oggetti consumistici, semplici prodotti commerciali acquistabili in negozio, ma opere d'arte di libera fruibilità, che possono essere slegate da un contesto puramente museale, diffondendo anche alle masse la “rivoluzione” artistica da lui creata, il *Superflat*.<sup>84</sup>

Per il lancio della collezione *Eye love Monogram* sul mercato internazionale, l'artista realizza un corto pubblicitario in stile *Superflat*, rispolverando la sua passione per l'animazione. In *Superflat Monogram*<sup>85</sup>, è questo il titolo del video presentato nella primavera del 2003 nelle boutique Louis Vuitton e alla Biennale di Venezia dello stesso anno, viene narrato il viaggio allucinogeno di una bambina nelle viscere di un panda multicolore dalle forme dolci e arrotondate, mascotte ideata da Murakami appositamente per il brand. La bambina, che si trova davanti a un negozio della Maison francese, viene infatti inghiottita da questo strano personaggio che la trasporta in un magico universo attraverso “un tunnel dove tutto è un rapido scorrere di colori”<sup>86</sup>, proponendo in versione *kawaii* la caduta verticale nella tana del coniglio che conduce Alice nel Paese delle Meraviglie. In questo mondo parallelo costellato dalla presenza dei monogrammi variopinti di Louis Vuitton, la protagonista si imbatte in simpatici e innocui personaggi, tratti dalle precedenti opere pittoriche di Murakami, con i quali si scatta delle fotografie che condivide con i suoi amici prima di essere catapultata all'improvviso nel mondo reale. Se in un primo momento sembra che si sia trattato di un sogno ad occhi aperti, aprendo il cellulare la bambina trova le foto e una foglia di bambù, prove che confermano che tutto è accaduto realmente.

È evidente l'intento commerciale di questo video pubblicitario, in cui l'artista lancia un messaggio: prendere una borsa di questa collezione è come fare un viaggio in un mondo magico, in cui non esiste il grigiore, ma un'esplosione di colori che ci portano, nel cuore, un'inaspettata e innocente serenità. L'odierna società occidentale

che si prende troppo sul serio, eliminando addirittura i colori, deve riprendere a vivere, a scherzare, a vedere innocentemente.<sup>87</sup>

Inoltre con questo breve cartone animato Murakami sposta l'attenzione dal museo al negozio, cercando il consenso in una fascia più ampia di consumatori rispetto a coloro che appartengono all'élite dell'arte contemporanea.



Figura 51: Fotogramma tratto dal video pubblicitario *Superflat Monogram*, 2003

Parallelamente all'uscita della collezione *Eye love Monogram*, Takashi Murakami espone, presso la Marianne Boesky Gallery a New York e la Galerie Perrotin a Parigi, una serie di opere ispirate ai motivi realizzati per Louis Vuitton e a *Superflat Monogram*, "rilevando ulteriormente il valore artistico di quella produzione: la sua è un'arte commerciale, e perciò popolare"<sup>88</sup>. Per esempio la tela *The World of Sphere*, realizzata nel 2003, riprende una scena tratta dal video pubblicitario in cui il panda variopinto, posto in primo piano, sta su una roccia con la pianta di bambù. Tutt'attorno ci sono gioiosi fiori rampicanti e un altro strano personaggio tratto dall'universo di Murakami che



fluttua in uno sfondo bianco su cui sono stati apposti i monogrammi colorati di Louis Vuitton.

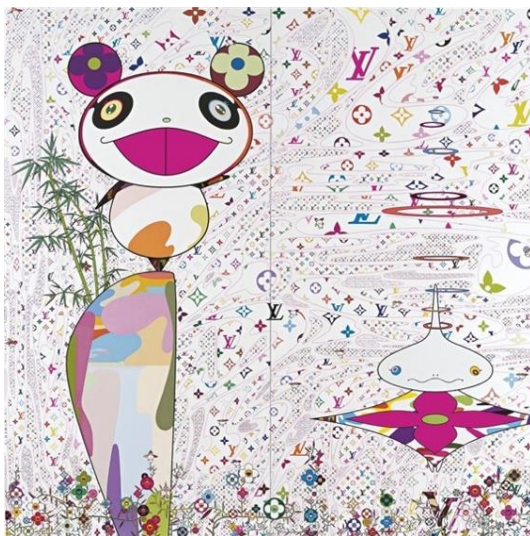


Figura 52: Takashi Murakami, *The World of Sphere*, 2003, acrilico su tela, 350 x 350 cm

Un'altra opera significativa, sempre del 2003, è *Panda*, una scultura in fibra di vetro raffigurante la mascotte della collaborazione posizionata sopra un classico baule Louis Vuitton. In questo caso "il panda, animale simbolo della Cina, viene scippato alla nazione di origine per diventare icona dei nuovi mercati orientali"<sup>89</sup>.



Figura 53: Takashi Murakami, *Panda*, 2003, acrilico su fibra di vetro, 255,3 x 165,1 x 109,2 cm

La seconda collezione realizzata per Louis Vuitton da Takashi Murakami è *Cerises*, che consiste in due diverse serie ispirate al tema della ciliegia. Una è *Cherry Blossom*, realizzata nel 2004, in cui "la classica stampa a monogramma dorato su sfondo marrone, viene resa estrosa da fiori rosa chiaro, che sbocciano imprevedibili sulle borse"<sup>90</sup>. L'altra invece è *Cherry*, una serie limited edition in cui al posto dei fiori si trovano delle sorridenti ciliegine rosse, "un frutto invitante, quasi peccaminoso, che invita ad afferrare e divorare la borsa"<sup>91</sup>.

Questa collaborazione si rivela talmente feconda e proficua negli anni che in occasione della grande retrospettiva al MOCA di Los Angeles<sup>92</sup>, Murakami decide di collaborare di nuovo con Louis Vuitton e creare altre borse limited edition, acquistabili solo nella boutique allestita appositamente all'interno del museo, a un prezzo che oscilla tra gli 835 e i 965 dollari. Oltre a elaborare una serie di borse, in cui mantiene il logo tradizionale ma muta lo sfondo, trasformandolo in una

stampa militare mimetica, realizza l'edizione *Neverfull*, disponibile in tre diverse misure.

Sulla borsa, che rimane tradizionale sia per forma che per stampa dello sfondo, compare, in una posizione più o meno centrale, una rivisitazione del monogramma, che diventa imponente, colorato, animato da manine e fiori, come se fosse l'iniziale di qualche antica miniatura.<sup>93</sup>

Dopo più di dieci anni, la collaborazione tra Takashi Murakami e Louis Vuitton termina nel 2015. Tuttavia l'artista ha intrapreso negli anni successivi una lunga serie di progetti con altri importanti brand legati alla moda, ma non solo. Quella con Louis Vuitton resta comunque ad oggi la più importante partnership che Takashi Murakami ha instaurato con un brand commerciale, poiché ha giocato un ruolo estremamente rilevante sia per quanto riguarda la sua visibilità e notorietà dal punto di vista artistico, sia per i risvolti economici che gli hanno permesso di compiere un salto di qualità nell'ambito imprenditoriale.



Figura 54: Borse delle diverse collezioni realizzate da Louis Vuitton in collaborazione con Takashi Murakami

Data la stretta e profonda amicizia che lega Takashi Murakami a Virgil Abloh<sup>94</sup>, direttore artistico della linea menswear di Louis Vuitton dal 2018, è stato chiesto all'artista giapponese se in un futuro più o meno prossimo sarebbe stato interessato a collaborare nuovamente con la Maison francese. Murakami si è espresso positivamente in merito<sup>95</sup>, lasciando così aperta ogni possibilità di tornare a ideare nuovi progetti insieme al marchio di lusso che l'ha definitivamente immesso nel mondo della *business art* pura.

### Takashi Murakami per Vans (2015)



## VANS<sup>®</sup> × MURAKAMI

Figura 55: Logo della collezione Vans x Takashi Murakami (2015)

La collaborazione tra Takashi Murakami e Vans nasce dall'idea dell'artista giapponese di personalizzare con margherite colorate e teschi dalle linee arrotondate le sue scarpe preferite: le classiche Slip-On di Vans. Ha origine così la prima di una lunga serie di collaborazioni tra Takashi Murakami e il mondo dello streetwear, che si concretizza nella realizzazione di una capsu-

le collection pensata per adulti e bambini, disponibile online e in alcuni *selected stores*<sup>96</sup> a partire dal 27 giugno 2015.

"For fall 2015, two of Murakami's recurring motifs, the smiling flower and skull patterns, are brought to life in a limited-edition collection of footwear and apparel"<sup>97</sup>. Questa "*limited-edition collection*"<sup>98</sup> consiste in tre t-shirt, tre tavole da skateboard e sei diverse grafiche pensate per il modello Classic Slip-On. Sia per le magliette, sia per le tavole da skateboard, oltre ai pattern con le iconiche margherite e i teschi, viene progettata anche un'ulteriore grafica in cui l'artista, ritratto come il personaggio di un *anime*, poggia i piedi su una sfera di teschi circondato da fiori sorridenti.

Oltre a questi prodotti dedicati agli adulti, vengono ideate tre varianti di Slip-On per bambini, di colori diversi a cui corrispondono differenti disegni decorativi: sul modello in giallo viene raffigurata una margherita sorridente, su quello in blu un teschio e su quello in bianco Pom, la simpatica cagnolina bicolore di Murakami, seduta su uno skateboard.



Figura 56: Slip-On della collezione limited-edition Vans x Murakami



Figura 57: Slip-On per bambini della collezione limited-edition Vans x Murakami

La presenza di Pom all'interno della collezione non si limita solo a uno dei modelli pensati per i più piccoli; infatti la cagnolina disegnata in stile *kawaii* è raffigurata nel logo della *capsule collection*, posto all'interno di ciascun paio di Slip-On, ed è protagonista del breve video animato creato per pubblicizzare i frutti della collaborazione tra Vans e l'artista giapponese<sup>99</sup>. In un'intervista del 3 luglio 2015, tenutasi durante la Men's Fashion Week di Parigi, evento al quale l'artista è immancabilmente presente, Takashi Murakami racconta quali sono gli intenti sottesi alla sua collaborazione con Vans e cosa lo ha spinto a progettare la collezione basandosi sui due famosissimi pattern che ormai contraddistinguono la maggior parte dei suoi lavori. In merito al design floreale l'artista afferma:

*Well the flower thing I have been using for almost 15 years. Every flower is smiling, but it looks more like the sign for a smile. So my message for the kids is "please find out what is real". If your parents are laughing or not laughing...maybe the heart is sad or something different. When I created this flower design, I wanted to approach the kids,*

*not the serious art fans<sup>100</sup>. When I was making art for my shows, sometimes I was making a "Mr Dog" image and children really loved that. That's why I wanted to create art that was familiar to kids. I realized I could get a great reaction from kids, so that's why I made the flowers.<sup>101</sup>*

Riferendosi al motivo decorativo con i teschi invece, la risposta di Murakami mette in luce il suo essere a tutti gli effetti un artista-imprenditore, sempre attento alle richieste fluide di pubblico e mercato. Infatti nell'intervista l'artista esplicita quanto il suo lavoro dipenda e sia condizionato in modo diretto dal feedback dei potenziali acquirenti e dalle strategie di marketing, soprattutto quando si tratta di operazioni inerenti prodotti di consumo largamente accessibili:

*Then after that, in many interviews they'd ask me "your happy flower design is very happy, but when I interview you, you're a very upset guy, very political and many things are disappointing, so why?". I'd get this question every time. So then I was like "Okay, I'll make a skull design, I'm a very upset man". So then I created the skull design. But these two designs are also like black and white, dark and bright. There's good contrast.*

*Also Vans' image is mostly as a West Coast brand, and the people of Los Angeles love the design of skulls, so that's why I'm making that.<sup>102</sup>*

Inoltre Murakami coglie l'occasione per motivare la presenza determinante dell'immagine di Pom nel design della collezione, che risulta essere strettamente correlata alle finalità che l'artista si è prefissato nella realizzazione di questo progetto, ovvero dare vita a dei prodotti che esprimessero il senso di pace e di relax che lui percepisce in prima persona indossando le iconiche Slip-On di Vans.

*It's my dog Pom. Almost everyday on Instagram, I have an image basically saying: "this is my dog". I had never had feelings for dogs before, but I got her like four years ago in the South Island where it's very quiet, very close to Okinawa. I wanted to relax and do nothing, so I came to this island and stayed in a very small hotel...and the dog was pregnant. At first it was just us and then there were six dogs! [...] I*

*started to grow very close to this dog on the island, maybe a little too much.*

*I went back to Tokyo with this dog [...]. From this island to Tokyo, I started to change my life by communicating with Pom. She is nice, very cool. The most important thing is that I can be very relaxed with her.*

*To me, the Vans are like air and water. It's relax. When I have a party I have to be wearing serious shoes, black shoes, which is too much. So the Vans collaboration is a sign of being relaxed. That's why I used my dog in the design.<sup>103</sup>*



Figura 58: Takashi Murakami e Pom nello studio Kaikai Kiki Co., Ltd. a Tokyo

L'importanza di Pom nell'universo figurativo di Murakami va ben oltre la collaborazione con questo brand. Già a partire dal nickname utilizzato dall'artista giapponese su Instagram, @takashipom, risultante dall'unione del proprio nome e di quello della cagnolina, è lampante quanto Pom rappresenti una costante fondamentale nella vita privata<sup>104</sup> di Murakami, tanto quanto nella sua produzione artistica. Infatti più volte l'artista ha ritratto se stesso in compagnia della sua fidata compagna a quattro zampe in opere sia pittoriche, sia sculto-



ree in cui Pom si trasforma in uno dei tanti personaggi che popolano l'eccentrico microcosmo pop di Murakami.

Tra le opere pittoriche si può citare per esempio *Pom & Naked Me: On the Blue Mound of the Dead*, un dipinto del 2013 in cui l'artista si ritrae nudo accanto a Pom, raffigurata nello stesso modo in cui viene rappresentata nel logo per Vans. Entrambi si trovano su una catasta di teschi, che configurano l'opera come una sorta di memento mori, in cui, apparentemente celato dai colori accesi, aleggia un sentimento di angoscia e di morte riconducibile al senso di impotenza scatenato dalla tragedia della bomba atomica e dal disastro di Fukushima.



Figura 59: Takashi Murakami, *Pom & Naked Me: On the Blue Mound of the Dead*, 2013, acrilico su tela, 100 x 100 cm

Per quanto riguarda le opere scultoree invece un esempio particolarmente significativo è costituito da *Pom & Me*, una serie di ritratti tridimensionali di Takashi Murakami e Pom realizzati a partire dal 2010, in cui lo stesso soggetto viene riproposto in numerose versioni realizzate con materiali differenti.



Figura 60: Diverse versioni di Pom & Me alla mostra "Murakami Ego" tenutasi alla Al Riwaq Exhibition Hall di Doha, Qatar, nel 2012

L'interesse di Vans nei confronti dell'opera di Murakami, il cui *"artistic anime-influenced style is renowned for its incorporation of lively colors, shapes and imagery inspired by traditional Japanese art and pop culture"*<sup>105</sup>, si riflette pienamente nei prodotti della collezione, che esprimono al meglio il carattere giocoso e lo spirito *otaku* che attraversa tutta la produzione artistica di Takashi Murakami. I risultati di questa collaborazione sono capi dal prezzo accessibile, che al contempo possiedono il valore di oggetti da collezione e si fanno portavoce di uno stile pop unico, ricucendo il divario tra l'arte contemporanea e pubblico.



Figura 61: T-shirts della collezione limited-edition Vans x Murakami



Figura 62: Tavole da skate della collezione limited-edition Vans x Murakami

## Takashi Murakami e Virgil Abloh (2018-2019)



Figura 63: Takashi Murakami e Virgil Abloh presso la Gagosian Gallery di Parigi durante l'inaugurazione della mostra *TECHNICOLOR 2*

La fusione tra streetwear, lusso, arte e moda è solo uno dei tanti elementi che accomunano il pensiero e l'opera di Takashi Murakami e di Virgil Abloh. Nonostante si possa affermare che appartengano a due generazioni distinte, l'artista giapponese e il designer-imprenditore statunitense sono profondamente legati da interessi comuni e da una concorde visione del mondo e dell'arte, che li ha portati a sviluppare, oltre a una collaborazione dagli esiti estremamente significativi, anche un sincero e duraturo rapporto di amicizia. Definiti da «*Time Magazine*» come due dei personaggi più influenti al mondo<sup>106</sup>, Murakami e Abloh non solo sono due icone nel proprio settore, ma sono anche due talenti creativi multiformi, abili nel dare vita a progetti capaci di rispecchiare le tendenze e i gusti più attuali.

Virgil Abloh (1980), figlio di genitori ghanesi, nasce e cresce negli Stati Uniti sotto l'influenza della *skate culture* e dell'*hip*

hop. Dopo aver conseguito la laurea in Ingegneria civile alla University of Wisconsin – Madison, Abloh completa il suo percorso di studi con un master in Architettura presso l'Illinois Institute of Technology, dove subisce il fascino e l'ascendente dei protagonisti del Bauhaus e dell'International Style e apprende sia i principi del design sia il concetto di lavoro di squadra, fondamentale per i successivi sviluppi della sua carriera. Il momento che segna l'inizio della sua scalata al successo come designer è il 2003, quando viene assunto da John Monopoly, manager di Kanye West, per disegnare il merchandising del rapper americano, del quale poi diviene direttore artistico e responsabile dell'immagine dei tour mondiali. Tre anni dopo Abloh fa il suo ingresso nel mondo della moda raggiungendo Kanye West a Roma per intraprendere un importante stage presso Fendi che segnerà una svolta nel suo percorso artistico e professionale. Infatti, dopo aver fondato insieme a Kanye West il brand sperimentale Pyrex Vision, prima Abloh apre la RSVP Gallery a Chicago, un *concept store* che ospita le opere di artisti internazionali provenienti sia dal mondo della moda sia da quello dell'arte, e poi nel 2013 dà vita al brand che lo consacrerà definitivamente come una delle personalità più rivoluzionarie nel campo del design e della moda, tanto da farlo nominare direttore creativo del menswear di Louis Vuitton, ovvero il famosissimo marchio di streetwear deluxe Off-White<sup>107</sup>. Proprio come l'artista giapponese, anche Virgil Abloh vanta un lungo e fruttuoso elenco di collaborazioni, tra le quali si possono citare quelle con Nike, Jimmy Choo e Ikea, che danno l'idea di quanto sia ormai vasta l'influenza di questo personaggio così poliedrico e ricco di interessi, capace di assorbire stimoli diversi per dare vita a prodotti unici che trasmettono la sua personale interpretazione della società contemporanea.

Il percorso artistico e professionale di Virgil Abloh, che attraversa trasversalmente gli ambiti della moda, del design, della musica e dell'arte, è stato raccontato nella mostra *Virgil Abloh: Figures of Speech*, tenutasi dall'8 giugno al 22 settembre 2019 al Museum of Contemporary Art di Chicago<sup>108</sup>. Il curatore della mostra Michael Darling si era occupato anche della realizza-

zione di una delle retrospettive più recenti e complete di Takashi Murakami, *Takashi Murakami: The Octopus Eats Its Own Leg* (2017)<sup>109</sup>. È proprio in questo frangente che l'artista giapponese e il designer americano si incontrano e decidono di instaurare un sodalizio artistico che si concretizzerà nel 2018 nella realizzazione di un nutrito gruppo di opere d'arte, distribuite in tre mostre presso altrettante sedi della Gagosian Gallery.

Il primo incontro tra Murakami e Abloh era avvenuto parecchi anni prima, ai tempi in cui quest'ultimo lavorava per Kanye West, che aveva affidato proprio all'artista giapponese il progetto per la copertina dell'album *Graduation* e la realizzazione di un video musicale animato<sup>110</sup>. Tuttavia è proprio grazie alla coincidenza di lavorare con lo stesso curatore che queste due personalità così diverse, ma al contempo accomunate dallo stesso sguardo nei confronti dell'arte e della contemporaneità, hanno potuto dare vita a una collaborazione artistica di successo con cui "evidenziare i numerosi vasi comunicanti tra i loro eccentrici linguaggi"<sup>111</sup> e dalla quale sono scaturiti non solo dipinti e sculture, ma anche una serie di t-shirt dipinte a mano personalmente da entrambi gli artisti-imprenditori e una linea di borse esclusive per Off-White.

L'intento principale di Murakami attraverso questa collaborazione consiste nel creare un ponte più solido tra l'arte e un pubblico generico, tra la moda e la subcultura, per poter garantire alle future generazioni di artisti una maggiore ampiezza e profondità delle scelte creative. Infatti come l'artista stesso afferma: "*There is a zone of supremacy in the art world and there is a sense that fine art is the most precious and has the highest status. My collaboration with Virgil is trying to create something that is completely outside of that framework*"<sup>112</sup>. Non diversamente dalle sue altre collaborazioni, anche questa partnership si configura come una possibilità da non perdere per destabilizzare e in ultimo decostruire quella radicata convinzione che debba continuare a esistere una netta separazione tra arti maggiori e arti minori. Anche Virgil Abloh condivide queste stesse intenzioni, forse proprio perché in passato ha sperimentato in prima persona quanto possa essere determinante una contaminazione tra arte colta e moda per introdurre

re il grande pubblico al mondo dell'arte e alle istituzioni museali; difatti in un'intervista il designer americano spiega:

*One of my most impactful fashion purchases of all time was when Marc Jacobs decided to collaborate with Murakami. In Chicago, you know, like me and Kanye, we were in love with rap music, obviously, we love luxurious things, we love art, but we would never go to a museum in an afternoon. We did go, though, to Louis Vuitton, which ironically was only a block away from the Museum of Contemporary Art, and it inspired us to check this guy out. The new collaboration was in the Louis Vuitton store, and I bought a white pouch with the multicolored monogram, which I still have — I can show it to you. It introduced me to Murakami. I first saw his work in the store, so in a way I'm a product.<sup>113</sup>*

Per queste ragioni le opere risultanti dal lavoro congiunto di Murakami e Abloh, che entrambi rigettano con fermezza l'aria di esclusivismo che si respira negli ambienti artistici, sono espressione della sintesi della cultura contemporanea e cancellano la linea, sempre più sottile, che si frappone tra "high" e "low".

La prima mostra appartenente al ciclo dedicato ai lavori firmati dal duo è *Future History*, tenutasi dal 21 febbraio al 7 aprile presso la Gagosian Gallery di Londra e inaugurata in concomitanza con la London Fashion Week 2018. Come suggerisce il titolo, l'esposizione racconta lo sguardo sul futuro dei due artisti, "driven by an innate ambition to make artworks that are shaped by societal observations – in a variety of media— which by their existence produce a new cultural impact"<sup>114</sup>. Tra le opere presentate in *Future History*, una in particolare incarna il tema della mostra in modo emblematico. Si tratta di *Glance past the future* (2018), un dipinto in cui all'autoritratto di Gian Lorenzo Bernini del 1632 viene sovrapposto Mr. DOB "to affect a graphic blur of pink and black, like a desecrated street poster leaving behind traces of an art-historical lineage"<sup>115</sup>. La presenza della figura di Bernini è tutt'altro che casuale, infatti come affermato in un'intervista per Vogue Italia, Bernini è stato scelto per il suo essere un artista multidisciplinare e si lega alla sensazione personale di Virgil Abloh che la socie-

tà contemporanea stia vivendo una sorta di nuovo Rinascimento. Anche se sul piano storico l'artista italiano è una figura del pieno Barocco, per il designer americano, metaforicamente, Bernini incarna lo stesso spirito di rinnovamento e modernità che era cominciato nel Quattrocento, e dunque l'intento è quello di associare ciò che lui e Murakami stanno facendo oggi a quel tipo di approccio e creatività sperimentale<sup>116</sup>.



Figura 64: Takashi Murakami e Virgil Abloh, *Glance past the future*, 2018, acrilico su tela montata su cornice in alluminio, 141 x 120 cm

La seconda mostra, intitolata *TECHNICOLOR 2*, ha avuto luogo nella sede di Parigi della Gagosian Gallery dal 23 giugno al 28 luglio 2018. Questo ulteriore sviluppo della collaborazione tra Murakami e Abloh è caratterizzato dalla presenza sempre più rilevante dei media e degli strumenti multimediali. Infatti oltre a dipinti e sculture concepite in modo più tradizionale, sono presenti anche delle opere in versione animata o illuminate da



neon, "which play on cultural references, ideas of production and reproduction, and concepts of linear time"<sup>117</sup>. Tra i lavori più significativi in mostra si trovano alcune opere, di colori, materiali e supporti differenti, nelle quali i soggetti più noti di Murakami, come Mr. DOB e il fiore sorridente, e il logo formato da quattro frecce di Off-White si intersecano a formare una nuova icona composta a sua volta da icone. L'unione dei loro simboli più rappresentativi è un gesto simbolico attraverso cui i due artisti rendono inscindibili i propri linguaggi, che seppur diversi si pongono lo stesso identico obiettivo: la fine di un'era in cui l'arte è concepita solo ed esclusivamente come un prodotto elitario.

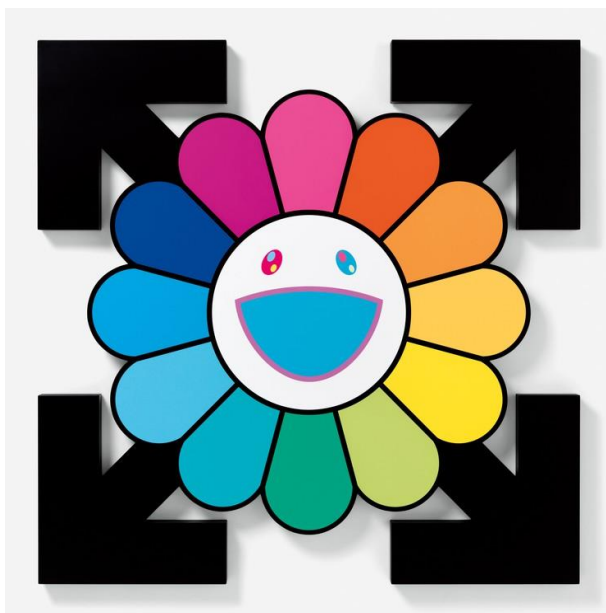


Figura 65: Takashi Murakami e Virgil Abloh, *Times Nature*, 2018, acrilico su tela montata su tavola, 150 x 150 cm

A chiudere la trilogia di mostre organizzate dalla Gagolian Gallery è *America Too*, tenutasi a Beverly Hills dal 10 al 25 otto-

bre 2018. *America Too* è l'unica delle tre mostre ad avere luogo negli Stati Uniti ed è stata pensata a partire dalla stretta relazione tra l'America e il *branding*, la quale ha ispirato molti dei lavori nati dalla collaborazione tra Murakami e Abloh. Sebbene si astenga dal prendere una posizione esplicita, "*the two-week exhibition points to the current political climate in America as an indicator of 'the now'*"<sup>118</sup>; infatti sono presenti opere inedite in cui viene reinterpretata in modo sperimentale e alternativo l'iconografia della bandiera americana, tra cui *Material Too*, che va intesa come "*non-political work that serves as the intersection of each artist's practice*"<sup>119</sup>.

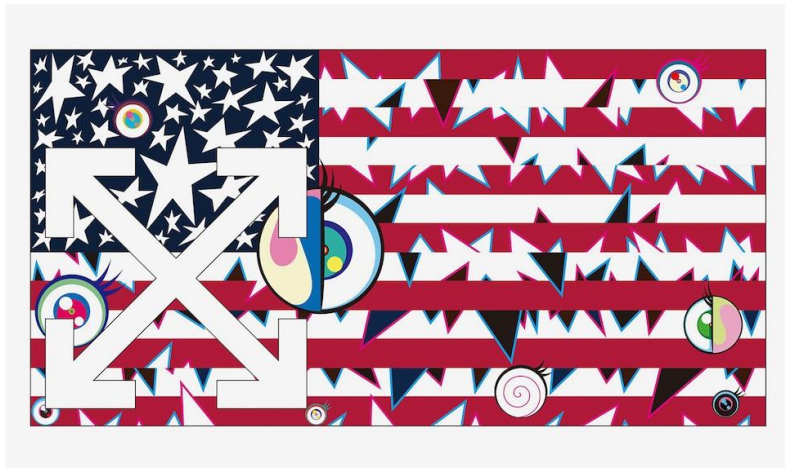


Figura 66: Takashi Murakami e Virgil Abloh, *Material Too*, 2018, tela in cotone, 600 x 308,6 cm

Le opere realizzate per il ciclo di mostre presso le sedi della Gagolian Gallery sono state tutte prodotte dalla Kaikai Kiki Co., Ltd. di Tokyo. Lavorando strettamente a contatto come un unico grande team, Virgil Abloh, che condivide con l'artista giapponese la convinzione che per lavorare a determinate scale di grandezza sia fisiche sia produttive e raggiungere certi risultati sia indispensabile essere supportati da una valida équipe di collaboratori, ha fornito la maggior parte delle idee che

poi Takashi Murakami ha tradotto in opere d'arte dal carattere eccentrico e sperimentale, in cui categorie considerate distinte, o perfino opposte, si fondono per interpretare e trasformare il contemporaneo.

### Takashi Murakami per Supreme (2020)



Figura 67: Fronte della Box Logo Tee Supreme x Takashi Murakami

Il 24 aprile 2020 Supreme ha rilasciato, attraverso uno dei suoi famosi *drop*, una delle *Box Logo Tees*<sup>120</sup> più ambite degli ultimi anni: quella a scopo benefico realizzata in collaborazione con Takashi Murakami. Il progetto nasce da un'alleanza solidale tra il noto marchio di streetwear statunitense e l'artista giapponese, con l'obiettivo di raccogliere fondi per le persone meno abbienti, gravemente colpite dal COVID-19 negli Stati Uniti.

Supreme è un brand americano fondato da James Jebbia, che nel 1994 aprì il primo negozio a Lafayette Street, nel centro di Manhattan. A poco tempo dalla sua inaugurazione, "*Supreme grew to embody downtown culture, and play an integral part in its constant regeneration*"<sup>121</sup>, trasformandosi sempre più in "*the home of the New York skate culture*"<sup>122</sup>. Supreme si afferma ben presto come un brand autentico e dall'identità chiaramente riconoscibile, grazie anche

all'iconico logo costituito dalla scritta in bianco "Supreme" inserita in un box rosso, liberamente ispirato all'arte di propaganda dell'artista statunitense Barbara Kruger<sup>123</sup>. La forte commistione tra il brand e l'arte contemporanea non si limita solo a questa citazione diretta; infatti l'attenzione di Supreme nei confronti del panorama artistico internazionale, preso in considerazione in tutte le sue svariate forme, dà origine nel corso degli anni a una serie di collaborazioni<sup>124</sup> che investono il mondo della moda, dell'arte, della fotografia e del design.

*Over 25 years, Supreme has expanded from its New York City origins into a global community; working with generations of artists, photographers, designers, musicians, filmmakers, and writers who defied conventions and contributed to its unique identity and attitude.*<sup>125</sup>



Figura 68: Box-logo di Supreme

Il brand newyorkese, che nel 2011 aveva rilasciato una *Box Logo Tee* per raccogliere fondi e aiutare il Giappone a risollevarsi dopo il disastro di Fukushima, ha deciso, durante lo stato di pandemia indetto a causa del Coronavirus, di cimentarsi nuovamente in un'opera di beneficenza, unendo le proprie forze a quelle dell'artista giapponese. I proventi derivati dalla vendita dei 17.000 capi in edizione limitata, del costo di 60\$ ciascuno e acquistabili online esclusivamente in America e in Canada, sono stati infatti donati interamente all'associazione HELP USA, per aiutare i giovani senzatetto e le famiglie gravemente colpite dal COVID-19.

Grazie al coinvolgimento di Takashi Murakami, già noto nel contesto dello streetwear per le collaborazioni con altri brand del settore<sup>126</sup>, al momento dell'annuncio del progetto sui canali social ufficiali di Supreme e dell'artista giapponese<sup>127</sup>, il

tasso di gradimento del prodotto è salito immediatamente alle stelle in modo esponenziale.

La t-shirt, che nel design ricalca la classica *Box Logo Tee*, presenta una base bianca con il box-logo decorato da un pattern composto da elementi floreali e teschi, ripresi dall'universo figurativo di Murakami, nel quale è inserita la caratteristica scritta in bianco "Supreme". Sul retro della maglietta invece è presente, all'altezza del collo, il logo di Takashi Murakami affiancato dalla scritta "COVID-19 Relief Fund 2020".



Figura 69: Retro della Box Logo Tee Supreme x Takashi Murakami

La vendita delle magliette, andate sold-out a distanza di poche ore dal *drop*, ha permesso al duo Supreme x Takashi Murakami di raccogliere in tempi record più di un milione di dollari da devolvere a sostegno dell'organizzazione no-profit newyorkese, che in un post su Instagram ha ringraziato pubblicamente il colosso dello streetwear per il suo impegno nei confronti delle fasce sociali più vulnerabili, la cui condizione già fragile si è drasticamente acuita durante lo stato di emergenza sanitaria.

HELP USA is deeply grateful to @supremenewyork for donating \$1,052,040 in sales of their relief T-shirt to HELP USA's #COVID-19 Emergency efforts and services for homeless families and individuals. This incredible gift comes in a time of our clients' greatest need and supports our work nationally to provide the most vulnerable with a safe place to call home, food, and essential services during this crisis and beyond.<sup>128</sup>

### Takashi Murakami per Liquem Tokyo (2020)



Figura 70: Campagna pubblicitaria per la capsule collection Liquem x Takashi Murakami

*Special collaboration with Takashi Murakami!!*

*Accessories brand Liquem announce to release a special collaboration with Takashi Murakami. We release 10 items and those items consists of earrings, necklace, pouch, ring and pins which are of course inspired by his iconic flower motif.*

*This collection ranges from ¥ 3200 to ¥ 4900<sup>129</sup> and will be available exclusively online.<sup>130</sup>*

É con un post su Instagram accompagnato da queste parole che Liquem, brand emergente di accessori e gioielli in stile ka-

*waii* con sede a Tokyo, lancia l'8 maggio 2020 la *capsule collection* realizzata in collaborazione con Takashi Murakami. I dieci prodotti che costituiscono la collezione, in vendita online a partire dal 23 maggio 2020 e disponibile esclusivamente in Giappone, sono modelli originali di Liquem rivisitati in stile Murakami.

Pur trattandosi di una collaborazione con un artista di fama internazionale, la titolare e mente creativa dell'azienda Wakatsuki Madoka, nota con lo pseudonimo di Wakasama, ha ritenuto di fondamentale importanza *"keep the price affordable for everyone"*<sup>131</sup>, per poter mantener fede al suo proposito di realizzare degli accessori *kawaii* dedicati a un pubblico ampio. In una diretta Instagram del 15 maggio 2020<sup>132</sup>, l'artista e la giovane imprenditrice hanno presentato al pubblico i risultati della loro collaborazione, con le stesse modalità con cui Wakasama aveva iniziato a vendere i propri prodotti online. Infatti già a partire dagli albori del suo business, ma soprattutto a seguito della chiusura a causa del COVID-19 dell'unico negozio Liquem, situato nel quartiere di Asakusa a Tokyo, Wakasama ha deciso di presentare pubblicamente i propri accessori durante delle dirette Instagram settimanali.

Nel corso della diretta, Wakasama e Takashi Murakami hanno mostrato i frutti della loro collaborazione, parlando di come è nato il progetto e fornendo alcuni dettagli tecnici inerenti alla produzione dei gioielli. Kaikai Kiki Co., Ltd. e Liquem hanno iniziato a concepire la collezione a partire dall'estate 2019, lavorando per circa un anno su una serie di prototipi che hanno permesso la realizzazione di dieci diversi modelli estremamente curati nel dettaglio.

La *capsule collection* risultante è composta da tre varianti di orecchini, una collana a rosario, un anello, una busta portaoggetti e una spilla, quest'ultima pensata anche per il pubblico maschile. L'idea di rielaborare i prodotti di Liquem di maggior successo in stile Murakami nasce dall'artista stesso, infatti come afferma Wakasama: *"When we first started collaborating, Murakami-san suggested that we take Liquem's existing products and tweak them. We have a product called de-*

*formed earrings, and we made a version with Murakami flowers. It's so cute, isn't it?*<sup>133</sup>

Molto frequentemente Murakami e Wakasama si riferiscono a questi prodotti utilizzando i termini *cute*, *lovely* e *adorable*, una terminologia che è un richiamo diretto al mondo *kawaii* ed esprime l'intenzione, ben riuscita, di creare accessori estremamente femminili e a tratti infantili, capaci già al primo sguardo di rispecchiare la diffusissima moda dell'ultracarino.

Oltre agli intramontabili e coloratissimi fiori di Murakami, per il design della collana e del paio di orecchini pendenti viene utilizzato il motivo del fiore di ciliegio. In merito a questo elemento così caratteristico e distintivo del Giappone, l'artista esprime alcune considerazioni che vertono anche attorno a un'opera in corso di realizzazione visibile alle sue spalle<sup>134</sup>.

*The painting behind us also features a cherry blossom ad its motif. This is Mt. Fuji and cherry blossoms. I have a lot of works related to cherry blossoms. In my mind cherry blossoms symbolize Japan, like the soul of a Samurai. Cherry blossoms are fleeting, and they embody Japanese people's idea about life. There are so many cherry blossoms around here as well. Japanese people all over are obsessed with it. I love cherry blossoms, too. I basically painted a classic Japanese tourist attraction with Mt. Fuji and some cherry blossoms, but because of COVID-19, it made me take another look at who I really am as a Japanese person. So it was nice. Then these items are also in Cherry Blossoms and Cherries.*<sup>135</sup>





Figura 71: Orecchini pendenti e collana a crocifisso ispirati ai fiori di ciliegio

Anche le ciliegie, simbolo di Liquem, vengono in parte rielaborate e al classico modello con il picciolo annodato viene aggiunta una faccina sorridente che ricorda quella delle margherite di Murakami, creando un'originale commistione tra il microcosmo dell'artista giapponese e il tipico stile degli accessori di Liquem.

Oltre ai prodotti definitivi, Wakasama mostra anche alcuni prototipi a dimostrazione della lunga gestazione degli accessori e anche dell'attenzione ai particolari che una collaborazione con la Kaikai Kiki Co., Ltd. richiede. In merito all'ottima fattura dei gioielli, prodotti artigianalmente in Cina, Murakami afferma:

*When I make products like these...of course it's very difficult to produce a single piece of artwork, but it's also really challenging to recreate the artwork in each product. For Italian and French brands, there are a lot of skilled workers. But in the last 30 years or so, Japan has cut off such workers, and we are paying the price for it, I think. If we don't rebuild it again from scratch, we won't be able to create the future.<sup>136</sup>*

Osservando attentamente i modelli, che secondo l'artista "can stand a close inspection, as well as give a great first impression"<sup>137</sup>, Takashi Murakami si complimenta con Wakasama per aver gestito al meglio la forte pressione a cui è stata sottoposta da tutto lo staff di Kaikai Kiki Co., Ltd. per la realizzazione di questi accessori, esprimendo anche una propria riflessione più generale sull'arte e sull'importanza di creare oggetti artistici alla portata di tutti.

*People in Japan don't really understand art. But I think the big difference between fashion and art is that fashion is a culture that hauls in the present and the near future, but art is the business of creating the future in a long span, works that don't get old. It's our job to create the future, or to stop the time. So it's not just me, it's our staff and everyone, we all put a lot of pressure on Liquem [...].*

*We really pushed you, but I didn't expect the quality to improve this much. As Wakasama has said many times, it's undervalued, not worth it for you. It's not worth the effort or the trial and error, but there emerges a pressure to achieve it despite that, and that's the beauty of the art world. That's why I'm sure the person who owns it will love it for a long time.<sup>138</sup>*

Secondo Takashi Murakami i prodotti Liquem non solo devono essere espressione della moda *kawaii*, che si è ormai propagata anche al di fuori dei confini del Giappone, ma soprattutto devono fungere da tramite tra le persone comuni, che grazie al prezzo contenuto possono appropriarsi di questi preziosi oggetti, e il mondo dell'arte, spesso incompreso o vissuto come autoreferenziale ed elitario. Questo intento viene esplicitato dall'artista con un aneddoto, legato ai prodotti realizzati in collaborazione con Louis Vuitton, che gli permette di ribadire le ragioni che lo hanno spinto a collaborare con un brand popolare come Liquem.

*I recently collaborated with Ms. Shoji<sup>139</sup>, a pastry chef at Été, who bought a cherry blossom key chain from Louis Vuitton when she was in junior high school. And she told me that was the moment when she became really interested in art, and that she always remembered it.*

Isabella Presenti

*And I wanted to collaborate with Liquem, because I thought it could create a great opportunity to meet people like that.*<sup>140</sup>

### **Takashi Murakami per Perrier® (2020)**

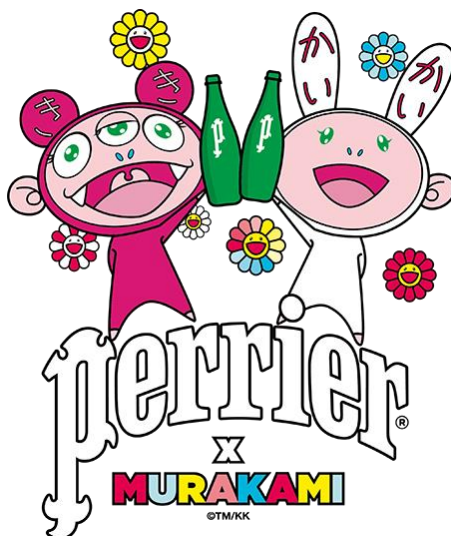


Figura 72: Immagine promozionale Perrier® x Takashi Murakami, 2020

Tra le più recenti collaborazioni di rilievo internazionale di Takashi Murakami si colloca quella con Perrier®, un'azienda leader mondiale nel mercato delle acque minerali frizzanti. Il marchio di acqua di lusso francese, fondato nel 1903 a Vergèze, nei pressi di Nîmes, ha già alle spalle una lunga storia di collaborazioni con artisti di fama mondiale<sup>141</sup> e attraverso l'edizione limitata firmata da Takashi Murakami esprime la chiara intenzione di continuare e rinnovare il rapporto creativo di lunga data tra Perrier® e grandi artisti.

Per il packaging, sul quale compaiono le famose margherite di Murakami e le mascotte della sua azienda *Kaikai* e *Kiki*, vengono pensate diverse versioni, a partire dalle iconiche bottiglie in vetro, in diversi modelli e disponibili nei formati da 33cl o da

75 cl, alle bottiglie in plastica da 50 cl o 1 litro, fino alle lattine da 25 cl.

Oltre a numerose fotografie postate dall'artista sul suo profilo Instagram inerenti al progetto con Perrier®, è stata rilasciata il 13 settembre 2020 una lunga intervista per il lancio del prodotto, in vendita nella versione in vetro a partire dal 1° ottobre 2020<sup>142</sup>. Nel video, diffuso sui principali canali social e visibile su YouTube<sup>143</sup>, Takashi Murakami risponde a una serie di domande, spiegando ciò che lo lega a questo prodotto e ciò che lo ha spinto a collaborare con questo marchio.

Parlando delle prime impressioni e dei propri ricordi legati a Perrier®, l'artista racconta un aneddoto riguardante il suo primo appuntamento, durante il quale decise di ordinare una bottiglia di Perrier® per fare colpo sulla sua accompagnatrice, credendola una bevanda alcolica. Anche grazie a questo ricordo personale e divertente, Murakami afferma di aver accettato con estremo piacere la proposta di una collaborazione da parte di Perrier®, sapendo che anche molti altri artisti di fama internazionale avevano in precedenza creato dei design per questo iconico brand.

In particolare, ripercorrendo le varie collaborazioni artistiche di Perrier®, l'artista giapponese si sofferma su quella con Andy Warhol, che descrive come *"a genius of collaboration"*<sup>144</sup>, facendo percepire nuovamente attraverso questa sua affermazione la volontà di assimilare il proprio *modus operandi* imprenditoriale e la propria accortezza nei confronti del mercato e della società dei consumi alla Pop Art americana e soprattutto alla figura cruciale di Andy Warhol, per il quale Murakami spesso lascia trapelare un forte sentimento di ammirazione.

La decisione di Perrier® di coinvolgere un artista Pop giapponese come Takashi Murakami in un progetto di questo tipo rispecchia la speranza dell'azienda *"that this collaboration, inspired by the pop and colorful universe of Takashi Murakami and the creative spirit of Perrier, will increase the accessibility of art for an even broader global audience"*<sup>145</sup>. Per questo motivo, fin dal principio il marchio francese ha espresso la preferenza per quei personaggi appartenenti all'universo creato da Murakami che l'artista stesso considera *"the most representati-*

ve characters of my work"<sup>146</sup>: i sorridenti fiori multicolore e *Kaikai* e *Kiki*, due "cute post-war characters"<sup>147</sup> il cui nome è ricalcato su quello della società fondata da Murakami nel 1996 e rinominata nel 2001 proprio *Kaikai Kiki Co.*, Ltd.

Nella parte successiva della video-intervista, Takashi Murakami espone quelle che sono state le difficoltà e le implicazioni tecniche nella progettazione e realizzazione del design.

*There were many technical to-ing and fro-ing trying out various forms, but basically my flower designs had set proportions so even the slight curves of the bottle were quite difficult to amend and it was finally set after quite a while. Matching up the format and the site well was a difficult project. How do I say, until it became real to the form it is now it took more than six months. There was literally no break. It was an awful lot of work.*<sup>148</sup>

Oltre alla serie in edizione limitata, l'artista giapponese si è occupato della realizzazione di un breve spot pubblicitario animato, visibile sul sito di Perrier® nella sezione dedicata alla collaborazione con Takashi Murakami, in cui *Kaikai* e *Kiki*, immersi in mondo subacqueo popolato dai coloratissimi e gioiosi fiori, divenuti ormai cifra stilistica di Murakami, si godono la bevanda rinfrescante contenuta nelle iconiche bottiglie verdi. In merito a questo progetto di animazione Takashi Murakami afferma:

*In respect of Hayao Miyazaki's animation, I'm 1<sup>st</sup> generation as I was in high school when he became a director. Till then, Japanese anime had been chasing animation of US and other countries, but I was of a generation that experienced anime that had gone a step further. So I very much feel like it is a big part of my culture. The Perrier animated film featuring *Kaikai* and *Kiki* was produced in the country that Perrier is from (France) and I was supervising it. I'm grateful for it being done in a cute way.*<sup>149</sup>

Alla fine della video-intervista, Takashi Murakami fa presente quanto nelle precedenti collaborazioni artistiche del marchio francese sia mancato un reale confronto con l'arte internazionale. Infatti non esistono casi precedenti al suo nella storia di

Perrier®, in cui l'azienda abbia intrecciato la propria immagine a una forte influenza asiatica. La collaborazione con un artista giapponese del calibro di Takashi Murakami segna quindi una svolta sia nella politica aziendale di Perrier®, sia nell'interesse di unire due realtà spesso poste in contraddizione, quella occidentale e quella orientale, per creare un prodotto unico in cui "West and East merged to create a new world"<sup>150</sup>.



Figura 73: Bottiglie in vetro da 33 cl e 75 cl dell'edizione limitata Perrier® x Takashi Murakami

### **Musica Pop e Pop Art. Da Kanye West a Billie Eilish**

Anche il mondo della musica e dello *star system* ha dimostrato a più riprese di essere stato sedotto dal fascino fresco e pop delle opere di Takashi Murakami. Il primo tra tutti a essersi fatto irretire dallo stile *poku* dell'artista giapponese è stato Kanye West, che inaugura così una lunga serie di collaborazioni tra Murakami e i personaggi appartenenti al panorama della musica internazionale, tra cui Pharrell Williams, Kid Cudi e Billie Eilish.

Il primo contatto tra il famoso rapper americano e Takashi Murakami avviene nel 2006, quando Kanye West, trovandosi a Tokyo in occasione del suo tour mondiale, decide di visitare lo studio dell'artista giapponese per vedere un'opera nello specifico verso la quale prova una forte attrazione: *Hiropon* (1997).



Figura 74: Takashi Murakami, *Hiropon*, 1997, olio, acrilico e fibra di vetro, 223,5 cm × 104 cm × 122 cm

La scultura è liberamente ispirata ai *manga* a sfondo erotico e raffigura una ragazza seminuda dalle lunghe gambe affusolate e dai voluminosi capelli azzurri raccolti in due codini. L'unico capo di abbigliamento indossato da questa semipornografica figura femminile consiste nel reggiseno di un bikini striminzito

color rosa confetto che non riesce nell'intento di coprire i giganteschi seni, di cui vengono messi in particolare evidenza i capezzoli spremuti dai quali fuoriescono dei getti di latte che ruotano attorno alla figura come un hula hoop, suggerendone la visione a tutto tondo.

A distanza di un mese da questo primo incontro Kanye West decide di intraprendere una collaborazione con Murakami, affidandogli sia la realizzazione della copertina del suo terzo album intitolato *Graduation* (2007), sia la creazione del video musicale di *Good Morning*<sup>151</sup>, singolo estratto dallo stesso album.

In linea con l'infatuazione stilistica di Kanye West per l'arte contemporanea giapponese e gli *anime*, espressa con chiarezza anche nel video musicale di *Stronger*, altro singolo famosissimo tratto da *Graduation*, la copertina, che ha riscosso immediato successo al punto da essere inserita da «Rolling Stones» tra le migliori cinque album cover dell'anno, rispecchia pienamente lo stile *otaku* e supercolorato di Murakami e ha come protagonista il *Dropout Bear*, la mascotte in stile *kawaii* ideata appositamente per il rapper americano.

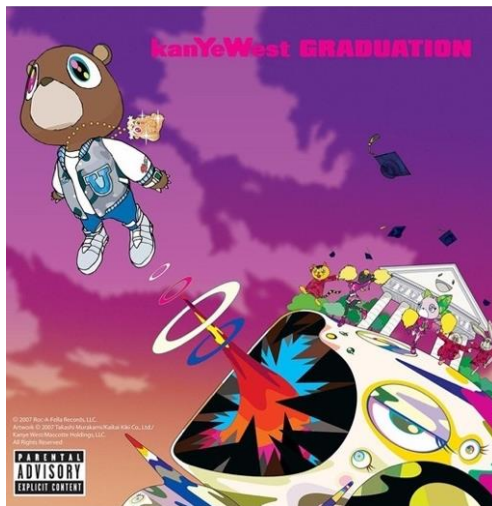


Figura 75: Cover dell'album *Graduation* di Kanye West



Nel 2008 viene rilasciato il video musicale di *Good Morning*, in cui l'orsacchiotto in versione animata, personificazione del rapper, si trova a dover superare una serie di sfortunate peripezie per poter ritirare il proprio diploma di laurea in un universo fantascientifico popolato da bizzarre creature.

Dieci anni dopo *Graduation*, Kanye West ha annunciato un nuovo progetto musicale collaborativo realizzato insieme a Kid Cudi dal nome *Kids See Ghosts*. Per il design della cover del primo album del duo, il rapper si è rivolto nuovamente all'artista giapponese, il quale è stato anche incaricato di realizzare una serie animata, intitolata sempre *Kids See Ghosts* che ruota attorno alle vicende di Kayne Bear, la mascotte ideata ai tempi della prima collaborazione, e di Kid Fox, una volpe antropomorfizzata che rappresenta la versione *anime* di Kid Cudi. L'uscita della serie è prevista per il 2021, tuttavia è già stata rilasciato un teaser trailer, che ne anticipa in parte la trama. Nella breve clip dai tratti psichedelici i due protagonisti saltano da uno scuolabus, pedalano per il loro quartiere e poi vengono risucchiati in un caleidoscopico mondo alieno, dove incontreranno pericoli, alleati e piloteranno anche un'astronave ipertecnologica.

Kanye West e Kid Cudi non sono gli unici musicisti della sfera hip hop a essere rimasti affascinati da Takashi Murakami. Infatti anche Pharrell Williams intraprenderà una serie di collaborazioni con l'artista giapponese, dai risvolti molteplici, che vanno anche oltre il mero ambiente musicale.

Nel 2009 Murakami realizza con Pharrell Williams un progetto artistico dal titolo *The Simple Things* che si concretizza nella realizzazione di una scultura presentata per la prima volta alla fiera d'arte Miami Basel, dove è stata venduta dalla Galerie Perrotin per la cifra di 2 milioni di dollari. L'opera, pensata per attrarre la nuova generazione di collezionisti millennial, è stata successivamente presentata il 23 novembre 2019 all'asta inaugurale "Hi-Lite" di Christie's a Hong Kong, con una stima tra i 3,6 e 5,2 milioni di dollari.



Figura 76: Takashi Murakami e Pharrell Williams, *The Simple Things*, 2009, fibra di vetro, acciaio, acrilico, luci led, oro e pietre preziose

La scultura, fatta di fibra di vetro, acciaio, acrilico, luci led e materiali preziosi, rappresenta una versione aliena e mostruosa di Mr. DOB con la bocca spalancata dentro la quale sono disposti sette oggetti e prodotti che Pharrell Williams utilizza abitualmente: una lattina di Pepsi, un cupcake, una lozione Johnson's Baby, una bottiglia di Heinz Tomato Ketchup, un sacchetto di Doritos, un preservativo Trojan Magnum e una sneaker di Billionaire Boys Club. Questi oggetti comuni sono impreziositi da un rivestimento di oro e da 26.000 pietre preziose, di cui la maggior parte sono diamanti, acquisendo un valore e un significato nuovi. Nella bocca di Mr. DOB sono posizionati inoltre quattordici punti luce che illuminano gli oggetti sottostanti "literally causing viewers to 'see everyday object in a different light'"<sup>152</sup>.

Anche con Pharrell Williams, Takashi Murakami si trova a operare nel campo dell'animazione. Infatti realizza per il cantante statunitense due video musicali in stile *anime*, uno per *Last Night, Good Night (Re: Dialed)* (2013)<sup>153</sup>, remix della canzone omonima realizzato da Pharrell Williams appositamente per il

primo lungometraggio di Murakami intitolato *Jellyfish Eyes*<sup>154</sup>, e uno per il singolo *It girl* (2014)<sup>155</sup>.

Tra le delle ultime collaborazioni di Takashi Murakami con pop star di fama mondiale ha un ruolo estremamente rilevante quella che l'artista giapponese ha intrecciato con Billie Eilish tra il 2019 e il 2020. La giovanissima e prodigiosa pop idol americana ha contattato Murakami tramite Instagram per intraprendere con l'artista una collaborazione che includesse la realizzazione di un video musicale animato per il singolo *You Should See Me in a Crown*<sup>156</sup> e la creazione di un merchandising che comprendesse svariati prodotti, dalle t-shirt al modellino in "stile Barbie" della cantante. Questa partnership si è poi ulteriormente estesa fino a includere una *capsule collection* per Uniqlo UT e un'esposizione tenutasi presso l'Animanga Zingaro Gallery a Tokyo.

Il videoclip, realizzato dallo studio di animazione Poncotan sotto la supervisione di Murakami, racconta una breve storia che nella trama e nei soggetti rimanda ai *monster movie* a cui l'artista è tanto affezionato, avvicinandosi anche a quei toni cupi e horror per i quali Billie Eilish è famosa.



Figura 77: Fotogramma tratto dal videoclip *You should see me in a crown* di Billie Eilish

Infatti la versione *anime* della cantante, immersa nel mondo fantasioso e colorato di Murakami, nel corso della canzone si trasforma sempre più rapidamente in un colossale mostro a forma di ragno, un vero e proprio *kaiju*, che cammina tra i grattacieli devastando la città, calpestando le margherite colorate, simbolo della felicità e della gioia di vivere, e divorando i suoi abitanti, raffigurati come dei "Blohsh"<sup>157</sup>. I materiali utilizzati per il making-of del video, che comprendono disegni preliminari di soggetti e sequenze, storyboard e modelli realizzati in 3D, tra cui una statua che ritrae Billie Eilish a grandezza naturale, sono stati esposti in una mostra curata dall'artista, alla quale era anche possibile acquistare il merchandising in un gift shop realizzato appositamente per l'evento.

Successivamente al lancio del videoclip, il brand di abbigliamento Uniqlo UT, con cui Takashi Murakami aveva già collaborato per la realizzazione di una collezione dedicata a Dorae-mon, ha deciso di produrre una *capsule collection* targata Takashi Murakami x Billie Eilish. Il design dei capi, pensati per adulti e bambini, si configura come un mix tra il simbolo della cantante americana, il "Blohsh", e gli iconici fiori di Murakami, creando attraverso una sintesi perfetta dello stile delle due icone del pop contemporaneo una nuova espressione artistica alla portata di tutti che sancisce, per l'ennesima volta, il successo totale della *Business art*.

## Note

<sup>1</sup> A. WARHOL, P. HACKETT, *POP. Andy Warhol racconta gli anni sessanta*, Meridiano zero, Padova, 2008, p. 7.

<sup>2</sup> Ivi, p. 82.

<sup>3</sup> Ivi, p. 289.

<sup>4</sup> Ivi, p. 7.

<sup>5</sup> Sebbene The Factory sia il nome ufficiale, questo studio era noto anche come "Silver Factory" perché all'interno era stato completamente decorato e arredato con materiali di colore argentato, tra i quali carta stagnola e frammenti di specchi. L'unico elemento di arredo di un colore diverso era il famoso divano rosso, trovato per la strada e diventato una delle icone della Factory. (Cfr. A. WARHOL, P. HACKETT, cit., pp. 85-86.)

<sup>6</sup> Ivi, p. 9.

<sup>7</sup> Ivi, pp. 7-8.

<sup>8</sup> Cfr. Ivi, p. 12.

<sup>9</sup> Ivi, p. 8.

<sup>10</sup> Ivi, p. 30.

<sup>11</sup> Anche nella sua produzione cinematografica underground l'intento di Andy Warhol è sempre stato quello di documentare con oggettività e distacco la realtà del suo tempo, mostrare le cose così come sono, cercando di trasmetterne una visione il più attendibile possibile, tutt'altro che edulcorata o filtrata. Spesso nella post-produzione dei suoi lungometraggi viene meno una vera e propria la fase di montaggio, che si configura solo come taglio di alcuni frammenti per rientrare nei tempi standard del cinema e si dissocia da qualsiasi altro tipo di manipolazione. Inoltre i soggetti dei suoi film, così come quelli delle sue opere, sono estremamente comuni e pop. Per esempio in *Sleep*, il suo primo film, Warhol documenta semplicemente una persona che dorme, per registrare al pari di un reporter l'atto del dormire, un'abitudine in via d'estinzione in quegli anni in cui il diffuso abuso di anfetamine privava del sonno lui stesso e la maggior parte delle persone che l'artista frequentava. (Cfr. A. WARHOL, P. HACKETT, cit.)

<sup>12</sup> Per esempio l'idea di dipingere il denaro nasce durante una delle tante serate mondane a cui l'artista partecipava frequentemente. Warhol in merito afferma: "Una signora mia amica mi fece la domanda giusta: 'Be', cosa ami di più?'. Ecco come cominciai a dipingere il denaro." (A. WARHOL, P. HACKETT, cit., p. 36). Inoltre Andy Warhol era talmente consapevole del fatto che le sue idee artistiche derivavano da stimoli esterni, che anche dopo l'attentato alla sua vita da parte di Valerie Solanas il 3 giugno 1968, non prese mai seri provvedimenti riguardo al fatto che la Factory fosse frequentata da persone eccessive e instabili. Infatti temeva che "senza avere intorno tutta quella gente matta e drogata che blaterava e si comportava in maniera sconclusionata" (A. WARHOL, P. HACKETT, cit., p. 313) avrebbe perso la propria creatività.

<sup>13</sup> A. WARHOL, *La filosofia di Andy Warhol. Da A a B e viceversa*, Abscondita, Milano, 2009, p. 79.

<sup>14</sup> Ivi, p. 80.

<sup>15</sup> A. WARHOL, P. HACKETT, cit., p. 41.

<sup>16</sup> Ibidem.

<sup>17</sup> Ivi, p. 21.

<sup>18</sup> Cfr. R. CROCI, *L'arte malata del Warhol giapponese*, in «Repubblica XL», 8 maggio 2013, <https://xl.repubblica.it/dettaglio/67601.html>.

<sup>19</sup> Cfr. G. JURINICH, cit., p. 39.

<sup>20</sup> Nel caso di Takashi Murakami non si tratta di un processo a senso unico. Infatti l'artista giapponese, diversamente da Warhol, imposta la sua multiforme attività artistica per rendere sempre più labile il confine tra "high art" e "low art", poiché se da un lato eleva degli elementi appartenenti alla cultura popolare, dall'altro opera in funzione di un avvicinamento tra l'arte e il pubblico extra-settore, implementando un produzione artistica accessibile ad una fetta più vasta di potenziali acquirenti.

<sup>21</sup> R. CROCI, cit.

<sup>22</sup> Attualmente l'azienda di Murakami oltre agli studi artisti in cui si sviluppano i progetti inerenti al mondo dell'arte e si lavora ai prodotti per le varie collaborazioni, include anche le altre attività sopraelencate che rispecchiano i molteplici interessi dell'artista. I nomi di queste attività parallele sono: Studio Poncotan, Tonari no Zingaro, Kaikai Kiki Gallery e Tonari no Otakara.

<sup>23</sup> Sebbene non ci siano conferme di un possibile ulteriore rimando alla Factory di Warhol da parte di Murakami, è di dominio pubblico che la maggior parte di coloro che negli anni Sessanta ruotavano attorno allo studio del pop-artista americano abusassero quotidianamente di anfetamine. Infatti in *Pop*, un testo edito nel 1980 in cui racconta le sue memorie di quegli anni, Andy Warhol affronta il tema della diffusione massiccia e trasversale delle anfetamine a New York, prescritte in un primo momento come farmaco per le diete dimagranti, molto in voga a quel tempo, e in breve, a causa dell'elevato tasso di assuefazione, tramutatesi in una vera e propria droga allucinogena che portava chiunque, indistintamente dal ceto sociale, a condurre uno stile di vita iperattivo e insonne. Di conseguenza la scelta di utilizzare il termine "hiropon" potrebbe essere in parte dettato da una volontaria ricerca di ulteriori somiglianze con la Factory di Andy Warhol. (Cfr. A. WARHOL, P. HACKETT, cit.)

<sup>24</sup> G. JURINICH, cit., p. 43.

<sup>25</sup> Ivi, p. 85.

<sup>26</sup> R. CROCI, cit.

<sup>27</sup> Cfr. A. LUBOW, *The Murakami Method*, in «The New York Times Magazine», 3 aprile 2005, <https://www.nytimes.com/2005/04/03/magazine/the-murakami-method.html>.

<sup>28</sup> Cfr. S. THORNTON, *Il giro del mondo dell'arte in sette giorni*, Feltrinelli, Milano, 2009, p. 161.

<sup>29</sup> Ivi, p. 165.

<sup>30</sup> Ibidem.

<sup>31</sup> Cfr. G. JURINICH, cit., p. 82.

<sup>32</sup> S. THORNTON, cit., p. 160.

<sup>33</sup> Tuttavia non si tratta di luoghi totalmente inaccessibili, infatti Murakami "ritiene che un artista non debba sottrarsi all'attenzione dei media ed è consapevole del fatto che la visita a uno studio costituisce un rituale importante per promuovere l'arte." (S. THORNTON, cit., p. 169)

<sup>34</sup> Cfr. A. WARHOL, P. HACKETT, cit., p. 97.

<sup>35</sup> "Ho sacrificato la mia vita privata per concentrarmi sul lavoro." (S. THORNTON, cit., p. 174)

<sup>36</sup> S. THORNTON, cit., p. 162.

<sup>37</sup> Ivi, p. 172.

<sup>38</sup> A. WARHOL, cit., p. 86.

<sup>39</sup> Sul retro delle tele dei dipinti di Murakami sono sempre elencati i nomi dei collaboratori che hanno contribuito alla loro realizzazione.

<sup>40</sup> Cfr. Ivi, p. 165.

<sup>41</sup> I sette artisti sono Aya Takano, Chiho Aoshima, Mr., Chinatsu Ban, Mahomi Kunikata, Rei Sato, Akane Koide. (Cfr. V. TESTA, cit., pp. 53-85)

<sup>42</sup> G. JURINICH, cit., p. 79.

<sup>43</sup> Ibidem.

<sup>44</sup> Ibidem.

<sup>45</sup> In merito a quest'ultimo concetto Murakami afferma: "Decido di proseguire in una direzione o di cambiare progetto a seconda delle reazioni del pubblico. [...] Il mio obiettivo è sopravvivere nel lungo periodo restando in sintonia con le tendenze più attuali. Non credo che l'artista debba pensare solo al profitto, però procedo per tentativi, cercando di accrescere la mia popolarità." (S. THORNTON, cit., p. 171)

<sup>46</sup> G. JURINICH, cit., p. 44.

<sup>47</sup> Cfr. P. SCHIMMEL, *Making Murkami*, cit., p. 72.

<sup>48</sup> Nella prima versione della scultura il ragazzo spaziale ha i capelli biondi, ma in altre versioni successive Murakami riproporrà lo stesso soggetto con i capelli color turchese.



<sup>49</sup> R. CROCI, cit.

<sup>50</sup> A. BINLOT, *Takashi Murakami Talks Instagram Exposure for Emerging Artists, Francis Bacon, Virgil Abloh*, in «Forbes», 2018, 11 giugno.

<sup>51</sup> G. JURINICH, cit., p. 47.

<sup>52</sup> Ibidem.

<sup>53</sup> In particolare modo film americani come *E.T.* di Steven Spielberg o la saga di *Star Wars* di George Lucas.

<sup>54</sup> Takashi Murakami ha sempre affermato di non avere il talento e le qualità necessarie per essere un buon disegnatore di *manga* o *anime*. Proprio per questo ha deciso di dedicarsi in un primo momento all'attività di critico e teorico di storia dell'arte e successivamente di intraprendere la carriera artistica.

<sup>55</sup> Cfr. sito web dello Studio Poncotan: <https://poncotan.jp/>

<sup>56</sup> Cfr. Paragrafo 3.3.7.

<sup>57</sup> Si possono trovare alcune informazioni inerenti alla trama della serie sul sito web dello Studio Poncotan (<https://poncotan.jp/works/6hp/>).

<sup>58</sup> K. SHOJI, *Murakami's 'Jellyfish Eyes' blends kawaii and creepy into a postquake critique*, in «Japan Times», 2013, 26 aprile,

[https://www.japantimes.co.jp/culture/2013/04/26/films/murakami-jellyfish-eyes-blends-kawaii-and-creepy-into-a-postquake-critique/#.UbDh\\_pzluSp](https://www.japantimes.co.jp/culture/2013/04/26/films/murakami-jellyfish-eyes-blends-kawaii-and-creepy-into-a-postquake-critique/#.UbDh_pzluSp).

<sup>59</sup> *Kaiju* è il termine usato per descrivere i mostri giganti giapponesi, particolarmente diffusi in film e serie anime a partire dagli anni Cinquanta, come per esempio *Godzilla*, *Rodan* e *Katango*. Oltre a richiamare esplicitamente il genere dei *monster movie* con la presenza di un mostro gigante, Murakami si è ispirato ai *kaiju* anche per realizzare i *F.R.I.E.N.D.s*, che non sono altro che una loro versione ridotta nelle dimensioni e reinterpretata in chiave *kawaii*.

<sup>60</sup> Il *rorikon* è un tipo di *manga* ultracarino scritto da e per i maschi che si diffonde alla fine degli anni Ottanta. Il termine deri-

va da quello che viene comunemente definito come “Complesso di Lolita”, che esercita anche una forte influenza sulla moda femminile giapponese. (Cfr. Paragrafo 1.3.)

<sup>61</sup> G. JURINICH, cit., pp. 40-41.

<sup>62</sup> Ivi, p. 41.

<sup>63</sup> T. MIYAKE, *Mostri made in Japan: orientalismo e auto-orientalismo nell'era della globalizzazione*, in M. CASARI, (a cura di), *Culture del Giappone contemporaneo. Manga, anime, videogiochi, arti visive, cinema, letteratura, teatro, architettura*, Tunué, Latina, 2011, p.167.

<sup>64</sup> Cfr. *How I was forced to abandon the production of Jellyfish Eyes Part 2*, episodio 3, [https://www.instagram.com/tv/CCxKvYdlzqf/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CCxKvYdlzqf/?utm_source=ig_web_copy_link).

<sup>65</sup> Come detto anche in precedenza sia l'era post-atomica sia quella post-Fukushima hanno scatenato in Giappone sentimenti e preoccupazioni simili, anche a causa della componente atomica/nucleare che ha caratterizzato entrambi gli eventi. Per questo motivo molte delle tematiche affrontate da Murakami nel film sono affini a quelle che hanno caratterizzato a lungo la produzione cinematografica e televisiva dagli anni Sessanta ad oggi, inclusa la serie *Ultraman*.

<sup>66</sup> Takashi Murakami proviene da una famiglia finanziariamente poco benestante. Di conseguenza la sua continua ricerca del successo e il suo attaccamento al denaro sono strettamente legati al fatto di aver sperimentato la povertà in prima persona e dal non volersi più ritrovare in tali condizioni. (Cfr. JURINICH, p. 82)

<sup>67</sup> Cfr. Paragrafo 3.3.5.

<sup>68</sup> S. THORNTON, cit., p. 160.

<sup>69</sup> G. JURINICH, cit., p. 89.

<sup>70</sup> Ibidem.

<sup>71</sup> Ivi, p. 90.

<sup>72</sup> Cfr. Paragrafo 3.1.

<sup>73</sup> Questi tessuti nascono soprattutto con l'intento di contrastare il fenomeno della contraffazione, già molto diffuso all'epoca.

<sup>74</sup> S. CASTETS (a cura di), *Louis Vuitton. Arte, moda e architettura*, Rizzoli, Milano, 2009, p. 44.

<sup>75</sup> Ibidem.

<sup>76</sup> Ibidem.

<sup>77</sup> M. JACOBS, *Takashi Murakami. The Japanese creator who playfully blurs the line between art and commerce*, in «Time Magazine. 100 Most Influential People in the World», 12 maggio 2008.

<sup>78</sup> S. CASTETS (a cura di), cit., p. 291.

<sup>79</sup> G. JURINICH, cit., p. 92.

<sup>80</sup> S. CASTETS (a cura di), cit., p. 45.

<sup>81</sup> Ivi, p. 48.

<sup>82</sup> G. JURINICH, cit., p. 91.

<sup>83</sup> S. CASTETS (a cura di), cit., p. 47.

<sup>84</sup> G. JURINICH, cit., p. 91.

<sup>85</sup> Il video è visibile al link:

<https://www.youtube.com/watch?v=zKQUFb4SswY>.

<sup>86</sup> G. JURINICH, cit., p. 93.

<sup>87</sup> Ivi, pp. 93-94.

<sup>88</sup> Ibidem.

<sup>89</sup> Ivi, p. 95.

<sup>90</sup> Ibidem.

<sup>91</sup> Ivi, p. 96.

<sup>92</sup> ©*Murakami* è una grande retrospettiva itinerante tenutasi tra a partire tra 2007 e 2009, che dal MOCA di Los Angeles si è spostata in altre città, tra cui New York, Francoforte e Bilbao.

“La mostra non solo unisce le opere più significative dell'artista, ma sottolinea anche il forte legame con il mercato fin dal suo titolo, ©*Murakami*, in cui, come già detto in precedenza, il simbolo grafico del copyright sottolinea il possesso dell'idea creativa e delle scelte da essa derivanti”. (G. JURINICH, cit., p. 115)

<sup>93</sup> Ibidem.

<sup>94</sup> Cfr. Paragrafo 3.3.3.

<sup>95</sup> Cfr. A. BINLOT, cit.

<sup>96</sup> La lista dei negozi rivenditori in cui era possibile acquistare la collezione si trova sul sito web di Vans. In Italia la *capsule collection* era disponibile da Société Anonyme a Firenze.

<sup>97</sup> Pagina dedicata alla collaborazione Vans x Murakami sul sito web di Vans, <https://www.vans.com/murakami.html#>

<sup>98</sup> Ibidem.

<sup>99</sup> Il video è visibile al link: <https://youtu.be/RoZB34gXqOA>.

<sup>100</sup> La stretta correlazione che intercorre tra il pattern floreale di Murakami e il mondo dell'infanzia ha avuto un risvolto concreto nell'installazione al Children's National Hospital di Washington DC, realizzata in collaborazione con la famosa galleria di arte contemporanea Gagosian e annunciata dall'artista con un post su Instagram del 30 ottobre 2020. Si tratta della creazione di un macchinario per TAC e risonanza magnetica interamente ricoperto dai sorridenti fiori che popolano il fantastico mondo di Murakami. Il macchinario, destinato agli esami diagnostici dei più piccoli, è situato in una stanza a sua volta decorata con l'allegro motivo floreale. (Cfr.

[https://www.instagram.com/p/CG8SLscFpji/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/CG8SLscFpji/?utm_source=ig_web_button_share_sheet))

<sup>101</sup> P. WILLIAMS, *Takashi Murakami Explains Why His Dog is an Integral Part of His Vans Collaboration*, in «Highsnobiety», 3 luglio 2015, <https://www.highsnobiety.com/p/takashi-murakami-vans-interview/>.

<sup>102</sup> Ibidem.

<sup>103</sup> Ibidem.

<sup>104</sup> In un post su Instagram del 9 ottobre 2020 Takashi Murakami ha tristemente annunciato la scomparsa di Pom, avvenuta qualche giorno prima, condividendo con il suo seguito virtuale il dolore per la perdita della sua amata compagna a quattro zampe e raccontando quanto per lui sia stato importante e prezioso il legame instaurato con Pom nel corso degli ultimi

dieci anni.

([https://www.instagram.com/p/CGI3GHqFrLj/?utm\\_source=ig](https://www.instagram.com/p/CGI3GHqFrLj/?utm_source=ig))

<sup>105</sup> Pagina dedicata alla collaborazione Vans x Murakami sul sito web di Vans, <https://www.vans.com/murakami.html#>.

<sup>106</sup> Takashi Murakami e Virgil Abloh figurano nella lista delle 100 personalità più influenti al mondo secondo «Time Magazine» rispettivamente nel 2008 e nel 2018.

<sup>107</sup> Cfr. G. SCIOLA, *La grande attesa di Virgil Abloh da Louis Vuitton*, in «Esquire», 18 giugno 2018, <https://www.esquire.com/it/stile/moda-uomo/a21549771/virgil-abloh-biografia/>.

<sup>108</sup> Cfr. DARLING, Michael, (a cura di), *Virgil Abloh: Figures of Speech*, Prestel, Monaco, 2019.

<sup>109</sup> Cfr. Paragrafo 2.5.

<sup>110</sup> Cfr. Paragrafo 3.3.7.

<sup>111</sup> B. ZAMPONI, *Intervista a Takashi Murakami e Virgil Abloh*, in «Vogue Italia», 2018, n. 819, 19 novembre, p. 60.

<sup>112</sup> Comunicato stampa della mostra *America Too* visibile sul sito di Gagolian al link: <https://gagolian.com/exhibitions/2018/murakami-abloh-america-too/>

<sup>113</sup> D. BLASBERG, *Future history. Conversazione tra Derek Blasberg, Takashi Murakami, Virgil Abloh*, in «Gagolian Quarterly», 2018, n. 6, <https://gagolian.com/quarterly/2018/05/01/future-history-takashi-murakami-and-virgil-abloh/>.

<sup>114</sup> Comunicato stampa della mostra *Future History* visibile sul sito di Gagolian al link: <https://gagolian.com/exhibitions/2018/murakami-abloh-future-history/>

<sup>115</sup> Ibidem.

<sup>116</sup> Cfr. B. ZAMPONI, cit., p.60.

<sup>117</sup> Comunicato stampa della mostra *TECHNICOLOR 2* visibile sul sito di Gagolian al link:

<https://gagosian.com/exhibitions/2018/murakami-abloh-technicolor-2/>

<sup>118</sup> K. MCGRATH, *Virgil Abloh and Takashi Murakami Chat with AD About Their Gagosian Collaboration*, in «Architectural Digest», 2018, 16 ottobre,

<https://www.architecturaldigest.com/story/virgil-abloh-and-takashi-murakami-collaboration>.

<sup>119</sup> Ibidem.

<sup>120</sup> Le *Box Logo Tees* sono magliette a tinta unita prodotte da Supreme sulle quali l'unica stampa è il box all'interno del quale si trova la scritta "Supreme". Il box è generalmente di colore rosso, ma può essere anche di colori e fantasie diverse a seconda dell'artista o dell'azienda con cui Supreme ha collaborato.

<sup>121</sup> Supreme, <https://www.supremenewyork.com/about>.

<sup>122</sup> Ibidem.

<sup>123</sup> Barbara Kruger (Newark, 26 gennaio 1945) è un'artista concettuale e designer statunitense. Le sue opere più conosciute consistono in collage in cui a delle immagini in bianco e nero tratte dalle riviste, generalmente raffiguranti donne, sovrappone delle didascalie bianche su sfondo rosso o nero oppure nere su sfondo bianco. Il suo lavoro tratta argomenti quali il femminismo e il consumismo attraverso l'appropriazione di tecniche di comunicazione di massa e di pubblicità, manipolando immagini e frasi audaci per inquadrarle in un nuovo contesto. Il motivo della scritta bianca su sfondo rosso, cifra stilistica della Kruger, viene ripreso letteralmente nel logo di Supreme. (Cfr. C. FASSINA, *Barbara Kruger: arte e riflessione*, in «ArtWave», 16 dicembre 2018, <https://www.artwave.it/arte/artisti/barbara-kruger-arte-e-riflessione/>).

<sup>124</sup> Tra le numerose collaborazioni di Supreme con grandi marchi figurano quelle con Nike, Lacoste, Vans, Clarks, The North Face, Levi's, Timberland e Louis Vuitton. Per quanto riguarda le collaborazioni artistiche, queste spesso si manifestano più che nella produzione di capi d'abbigliamento, nella produzione di

tavole da skateboard, considerate delle vere e proprie opere d'arte. Nella realizzazione di questi prodotti Supreme ha collaborato con artisti quali Jeff Koons, Damien Hirst, Andreas Serrano, Richard Prince, Toshio Maeda e John Baldessari. Inoltre nel 2017 Supreme ha commissionato ai Circlemakers, un collettivo che crea cerchi nel grano, la realizzazione, in una località segreta della California, di un disegno nel grano che rappresentasse il box-logo di Supreme. L'opera è visibile in un cortometraggio intitolato *Crop Fields*, prodotto da Supreme e fruibile sul sito web del brand.

<sup>125</sup> Supreme, <https://www.supremenewyork.com/about>.

<sup>126</sup> Nel 2007 Takashi Murakami ha collaborato per la prima volta con Supreme per la realizzazione di tre tavole da skateboard da collezione, raffiguranti alcuni personaggi ispirati alla sottocultura *otaku* e tratti dai lavori precedenti dell'artista. Oltre a Supreme, Murakami ha collaborato con altri importanti brand di streetwear per la produzione di calzature e capi di abbigliamento. Alcuni di questi sono già stati approfonditi precedentemente, come per esempio Vans (Cfr. Paragrafo 3.3.2), invece altri marchi con i quali ha lavorato sono Porter e OVO (October's Very Own), per i quali ha progettato due collezioni tra 2018 e 2019.

<sup>127</sup> La collaborazione è stata annunciata su Instagram il 21 aprile 2020.

([https://www.instagram.com/p/B\\_PterMgdm0/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/B_PterMgdm0/?utm_source=ig_web_copy_link)).

<sup>128</sup> Post Instagram del 4 maggio 2020 visibile sul profilo di HELP USA. ([https://www.instagram.com/p/B\\_xFPG-DVvr/](https://www.instagram.com/p/B_xFPG-DVvr/))

<sup>129</sup> La fascia di prezzo corrisponde all'incirca ad una cifra che va dai 26 € ai 40 €.

<sup>130</sup> Post Instagram dell'8 maggio 2020 visibile sul profilo di Liquem. ([https://www.instagram.com/p/B\\_7pb4Dh-Mr/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/B_7pb4Dh-Mr/?utm_source=ig_web_copy_link))

<sup>131</sup> Diretta Instagram del 15 maggio 2020 visibile sul profilo di Takashi Murakami (<https://www.instagram.com/tv/CANaol2lnbq/?hl=it>).

<sup>132</sup> Ibidem.

<sup>133</sup> Ibidem.

<sup>134</sup> La diretta si svolge nello studio dell'artista, ovvero nella sede di Tokyo della Kaikai Kiki Co., Ltd.

<sup>135</sup> Diretta Instagram del 15 maggio 2020 visibile sul profilo di Takashi Murakami (<https://www.instagram.com/tv/CANaol2lnbq/?hl=it>).

<sup>136</sup> Ibidem.

<sup>137</sup> Ibidem.

<sup>138</sup> Ibidem.

<sup>139</sup> Natsuko Shoji è una famosa pasticceria giapponese che nelle sue creazioni coniuga l'amore per la cucina con la passione per la moda. Nella realizzazione delle sue torte si ispira ai motivi delle più importanti Maison di Haute Couture francesi, tra la quali ha un ruolo rilevante proprio Louis Vuitton, da cui ha tratto il motivo *Damier* per la sua torta omonima. (Cfr. S. V. CASTEGNARO, *Il ristorante con un solo tavolo dove gustare i migliori dolci di tutta l'Asia: Été di Natsuko Shojia a Tokyo*, in «Reporter Gourmet», 2020, 25 giugno, <https://reportergourmet.com/176706/il-ristorante-con-un-solo-tavolo-dove-gustare-i-migliori-dolci-di-tutta-lasia-ete-di-natsuko-shojia-a-tokyo.html>).

<sup>140</sup> Ibidem.

<sup>141</sup> Sul sito di Perrier® sono indicati alcuni artisti con cui l'azienda ha collaborato in passato. Tra quelli citati figurano Andy Warhol, Salvador Dalì, Bernard Villemot, Raymond Savi-gnac, Carlu e Jean-Gabriel Domergue. (<https://www.perrier.com/murakami>)

<sup>142</sup> Gli altri formati sono stati immessi nel mercato nel 2021.

<sup>143</sup> Il video con l'intervista è visibile al link <https://youtu.be/2MMEWVPNePg>.



<sup>144</sup> Intervista Perrier® x Takashi Murakami, 13 settembre 2020, <https://youtu.be/2MMEWVPNePg>.

<sup>145</sup> J. ESPINOZA, *Takashi Murakami collaborates with Perrier on limited edition bottles*, in «Complex», 2020, 14 settembre, <https://www.complex.com/style/2020/09/takashi-murakami-perrier-collaboration>.

<sup>146</sup> Intervista Perrier® x Takashi Murakami, 13 settembre 2020, <https://youtu.be/2MMEWVPNePg>.

<sup>147</sup> Ibidem.

<sup>148</sup> Ibidem.

<sup>149</sup> Ibidem.

<sup>150</sup> Ibidem.

<sup>151</sup> Visibile al link:

<https://www.youtube.com/watch?v=6CHs4x2uqcQ>

<sup>152</sup> G. LEUNG, *Takashi Murakami and Pharrell Williams' sculpture expected to fetch \$3.8 million USD at Christie's auction*, in «Hypebeast», 2019, 4 novembre,

<https://hypebeast.com/2019/11/takashi-murakami-pharrell-williams-the-simple-things-sculpture-christies-hong-kong-info>.

<sup>153</sup> Visibile al link: <https://www.youtube.com/watch?v=0-LuF-hPcTw>

<sup>154</sup> Cfr. Paragrafo 3.2.

<sup>155</sup> Visibile al link:

<https://www.youtube.com/watch?v=pPZDBF0kei0>

<sup>156</sup> Visibile al link:

<https://www.youtube.com/watch?v=coLerbRvgsQ&list=PLpWIZuvh5UnW78yBqprCoEzf8fzDyxPx1&index=3&t=0s&app=desktop>

<sup>157</sup> Il “Blohsh” è una figura umana stilizzata con la spalla abbassata divenuta logo di Billie Eilish.

## Bibliografia

ALLINSON, Gary D., *Japan's Postwar History*, Cornell University Press, Ithaca, 2003.

ALLSOP, Laura, MCLEAN-FERNIS, Laura, RAPPOLT, Mark, *Postcapitalism: Takashi Murakami*, in «Art Review», 2009, n. 35, ottobre.

ARMSTRONG, Annie, *To Escape Anxiety There was Sci-Fi': Takashi Murakami on His Early Years, Francis Bacon and Kanye West*, in «Art News», 2018, 6 giugno.

ARNALDI, Valeria, *Hayao Miyazaki. Un mondo incantato*, Ultra, Roma, 2017.

ASSMANN, Stephanie, *Consumption of Fast Fashion in Japan Local Brands and Global Environment*, in CWIERTKA, Katarzyna J., MACHOTKA, Ewa, (a cura di), *Consuming Life in Post-Bubble Japan. A Transdisciplinary Perspective*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2018, pp. 49-68.

AZUMA, Hiroki, FURUHATA, Yuriko, STEINBERG, Marc, *The Animalization of Otaku Culture*, in «Mechademia: Second Arc», II, 2007, pp. 175-187.

AZUMA, Hiroki, *Generazione Otaku. Uno studio della postmodernità*, Jaka Book, Milano, 2010.

AZZANO, Enrico, FONTANA, Andrea, *Studio Ghibli. L'animazione utopica e meravigliosa di Miyazaki e Takahata*, Bietti, Milano, 2015.

BARBIERI, Claudia, *Murakami in Versailles*, in «International Herald Tribune», 2010, 8 settembre.

BAILEY, Jann L. M., EDELSTEIN, Susan, DE FOREST, Kevin Ei-hici, GAGNON, Monika Kin, KIMURA, Yoichi, (a cura di), *Kyozon: Taichi Ishidate, Hidehiro Kinoshita, Takao Kubo, Mariko Mori, Takashi Murakami, Rika Takahashi, Satoru Tamura, Kaori Yamamoto*, Kamloops Art Gallery, Kamloops, 2002.

Isabella Presenti

BEYNON, David, *From Techno-cute to Superflat: Robots and Asian Architectural Futures*, in «Mechademia: Second Arc», VII, 2012, pp. 129-148.

BINLOT, Ann, *Takashi Murakami Talks Instagram Exposure for Emerging Artists, Francis Bacon, Virgil Abloh*, in «Forbes», 2018, 11 giugno.

BRIMINGHAM, Lucy, *Murakami's Unforgettable 500*, in «Artscape Japan», 2015, 25 novembre.

BOLTON, Christopher, CSICSERY-RONAY, Istvan, TATSUMI, Takayuki, (a cura di), *Robot Ghosts and Wired Dreams: Japanese Science Fiction from Origins to Anime*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 2007.

BOLTON, Christopher, *From Ground Zero to Degree Zero: Akira from Origin to Oblivion*, in «Mechademia: Second Arc», IX, 2014, pp. 295-315.

BOLTON, Christopher, *From Origin to Oblivion. Akira as Anime and Manga*, in BOLTON, Christopher, *Interpreting Anime*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 2018, p. 23-58.

BOLTON, Christopher, *It's Art, but Is It Anime? Howl's Moving Castle and the Novel*, in BOLTON, Christopher, *Interpreting Anime*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 2018, p. 233-252.

BOLTON, Christopher, *Conclusion: Summer Wars*, in BOLTON, Christopher, *Interpreting Anime*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 2018, p. 253-260.

BOTGGREEN, Gunhild, *Cute and Cool in Contemporary Japanese Visual Arts*, in «The Copenhagen Journal of Asian Studies», XXIX, 2013, n. 1, 28 febbraio, pp. 39-60.

BORGGREEN, Gunhild, *Art and Consumption in Post-Bubble Japan From Postmodern Irony to Shared Engagement*, in CWIERTKA, Katarzyna J., MACHOTKA, Ewa, (a cura di), *Consuming Life in Post-Bubble Japan. A Transdisciplinary Perspective*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2018, pp. 175-194.

BOUSTEAU, Fabrice, *En apesanteur dans la Galaxie Murakami*, in «Beaux Arts Magazine», 2009, settembre.

BOUSTEAU, Fabrice, *Murakami à Versailles*, in «Beaux Arts Magazine», 2010, settembre.

BRAY, Arthur, *Takashi Murakami compares "Jellyfish Eyes" with Star Wars & shares his affinity for Patagonia*, in «Hypebeast», 2015, 26 novembre.

BREHM, Margrit Franziska, (a cura di), *The Japanese Experience. Inevitable*, Ostfildern, Hatje Cantz Publishers, 2002.

CARVOSSO, Rachel, *Takashi Murakami: The 500 Arhats at Mori Art Museum*, Tokyo, in «Artlyst», 2016, 26 febbraio.

CASARI, Matteo, (a cura di), *Culture del Giappone contemporaneo. Manga, anime, videogiochi, arti visive, cinema, letteratura, teatro, architettura*, Tunué, Latina, 2011.

CASTETS, Simon, (a cura di), *Louis Vuitton. Arte, moda e architettura*, Rizzoli, Milano, 2009.

CORÀ, Bruno, HAITO, Masahiko, NAMIOKA, Samuel-Fuyumi, (a cura di), *Senritsumirai. Futuro anteriore: Arte attuale dal Giappone*, Gli Ori, Prato, 2001.

CORNYETZ, Nina, *Murakami Takashi and the hell of others: sexual (in)difference, the eye, and the gaze in ©Murakami*, in «Criticism», LIV, 2012, n. 2, pp. 181-195.

CRUZ, Amanda, MATSUI, Midori, FRISS-HANSEN, Dana, (a cura di), *Takashi Murakami: The Meaning of the Nonsense of the Meaning*, Harry N. Abrams, New York, 1999.

CWIERTKA, Katarzyna J., MACHOTKA, Ewa, (a cura di), *Consuming Life in Post-Bubble Japan. A Transdisciplinary Perspective*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2018, pp. 15-30.

DARLING, Michael, *Plumbing the Depths of Superflatness*, in «Art Journal», LX, 2001, n. 3, pp. 76-89.

DARLING, Michael, (a cura di), *Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg*, Skira Rizzoli, New York, 2017.

Isabella Presenti

DARLING, Michael, (a cura di), *Virgil Abloh: Figures of Speech*, Prestel, Monaco, 2019.

DUGGAN, Anne E., *The Revolutionary Undoing of the Maiden Warrior in Riyoko Ikeda's Rose of Versailles and Jacques Demy's Lady Oscar*, in «Marvels & Tales», XXVII, 2013, n. 1, pp. 34-51.

FABBRI, Fabriano, *Lo zen e il manga*, Bruno Mondadori, Milano, 2009.

FAVELL, Adrian, *Before and after Superflat: a short history of Japanese contemporary art 1990-2011*, Blue Kingfisher limited, Hong Kong, 2001.

FAVELL, Adrian, *Resources, Scale, and Recognition in Japanese Contemporary Art: "Tokyo Pop" and the Struggle for a Page in Art History*, in «Review of Japanese Culture and Society», XXVI, 2014, dicembre, pp. 135-153.

FLEMING, Jeff, MURAKAMI, Takashi, (a cura di), *My reality: contemporary art and the culture of Japanese animation*, Art Center, Des Moines, 2001.

FONTANA, Andrea, *La bomba e l'onda. Storia dell'animazione giapponese da Hiroshima a Fukushima*, Bietti, Milano, 2013.

GARDNER, William O., *Attack of the Phallic Girls*, in «Science Fiction Studies», XXIX, 2002, n. 3, novembre, pp. 485-489.

GHILARDI, Marcello, *Filosofia nei manga. Estetica e immaginario nel Giappone contemporaneo*, Mimesis, Milano, 2010.

GIBSON, Alicia, *Out of Death, an Atomic Consecration to Life: Astro Boy and Hiroshima's Long Shadow*, in «Mechademia», VIII, 2013, pp. 313-320.

GIONI, Massimiliano, (a cura di), *Murakami – Ego*, Skira Rizzoli, New York, 2012.

GOLDSTEIN, Andrew, *Not Just a Party Boy: How Emmanuel Perrotin Became One of the Most Significant Dealers of the 21st Century*, in «Artnet», 2019, 26 giugno.

GOMARASCA, Alessandro, VALTORTA, Luca, *Sol mutante. Mode, giovani e umori nel Giappone contemporaneo*, Costa & Nolan, Genova, 1996.

GOMARASCA, Alessandro, (a cura di), *La bambola e il robottone. Culture Pop nel Giappone contemporaneo*, Einaudi, Torino, 2001.

HEBDIGE, Dick, *Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale*, Costa & Nolan, Milano, 2008.

HIROHITO, Miyamoto, PROUGH, Jennifer, *The Formation of an Impure Genre – On the Origins of “Manga”*, in «Review of Japanese Culture and Society», XIV, 2002, dicembre, pp. 39-48.

IIDA, Yumiko, *Rethinking Identity in Modern Japan: Nationalism as aesthetics*, Londra, Routledge, 2013.

IKEGAMI, Hiroko, Takashi Murakami. *Mori Art Museum*, Tokyo, «Art Forum», 2016, febbraio.

INDRISEK, Scott, *How Takashi Murakami got his start as an artist*, in «Artsy», 2019, 3 aprile.

IVY, Marilyn, *Review of “Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Sub-culture”*, in «The Journal of Japanese Studies», XXXII, 2006, n. 2, pp. 498-502.

IVY, Marilyn, *The Art of Cute Little Things: Nara Yoshitomo's Parapolitics*, in «Mechademia: Second Arc», V, 2010, pp. 3-29.

JACOBS, Marc, *Takashi Murakami. The Japanese creator who playfully blurs the line between art and commerce*, in «Time Magazine. 100 Most Influential People in the World», 2008, 12 maggio.

JINYING, Li, *From Superflat Windows to Facebook Walls: Mobility and Multiplicity of an Animated Shopping Gaze*, in «Mechademia: Second Arc», VII, 2012, pp. 203-221.

JURINICH, Giulia, *Takashi Murakami. La rivincita di un nerd*, Damocle, Chioggia, 2009.

Isabella Pesenti

KAPLAN, Cheryl, Takashi Murakami, il presente contro il passato, in «Flash Art», 2006, n. 256, febbraio – marzo.

KAUFMANN, Jean-Claude, (a cura di), *Louis Vuitton city bags: una storia naturale*, Rizzoli, Milano, 2013.

KINSELLA, Sharon, *Cuties in Japan*, in MOERAN, Brian, SCOV, Lise, (a cura di), *Women, Media and Consumption in Japan*, University of Hawaii Press, Honolulu, 1995.

KINSELLA, Sharon, *Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement*, in «The Journal of Japanese Studies», XXVI, 1998, n. 2, pp. 289-316.

KINSELLA, Sharon, *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*, University of Hawaii Press, Honolulu, 2000.

KNIGHT, Christopher, *Hello, creepy cutie*, in «Los Angeles Times», 2007, 29 ottobre.

KO, Christina, *How a failed cartoonist became the world's most pervasive artist. Why is Takashi Murakami not more celebrated?*, in «Prestige», 2017, settembre.

LANDAURO, Inti, *Zen and the Art of Takashi Murakami*, in «The Wall Street Journal», 2016, 14 settembre.

LEE, Pamela, *Economies of Scale*, in «Art Forum», 2007, ottobre.

LLOYD, Fran, (a cura di), *Consuming bodies. Sex and Contemporary Japanese Art*, Reaktion Books, Londra, 2002.

LOOSER, Thomas, *Superflat and the Layers of Image and History in 1990s Japan*, in «Mechademia: Second Arc», I, 2006, pp. 92-109.

MATSUI, Midori, *The Age of Micropop. The New Generation of Japanese Artists*, Parco, Tokyo, 2007.

MIHIC, Tamaki, *Re-imagining Japan after Fukushima*, ANU Press, Canberra, 2020.

MIYOSHI, Masao, HAROOTUNIAN, Harry D., (a cura di), *Postmodernism and Japan*, Duke University Press, Londra, 1989.

MONNEY, Christopher, *Takashi Murakami. Chateau de Versailles*, in «Art Review», 2010, dicembre.

MURAKAMI, Takashi, (a cura di), *Superflat*, Madra Publications, Tokyo, 2000.

MURAKAMI, Takashi, (a cura di), *Takashi Murakami: Summon monsters? Open the door? Heal? Or die?*, Kaikai Kiki Co. Ltd., Tokyo, 2001.

MURAKAMI, Takashi, (a cura di), *Takashi Murakami: Kaikai Kiki*, Fondation Cartier pour l'art contemporain, Parigi, 2002.

MURAKAMI, Takashi, (a cura di), *Little boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, Yale University Press, New York, 2005.

MURAKAMI, Takashi, (a cura di), *Murakami Versailles*, Xavier Barral, Parigi, 2010.

MURAKAMI, Takashi, (a cura di), *Takashi Murakami: Ensō*, Galerie Perrotin, New York, 2015.

MURAKAMI, Takashi, (a cura di), *Takashi Murakami: The 500 Arhats*, Mori Art Museum, Tokyo, 2015.

NAKAR, Eldad, *Memories of Pilots and Planes: World War II in Japanese "Manga", 1957-1967*, in «Social Science Japan Journal», VI, 2003, n. 1, aprile, pp. 57-76.

NISHIMURA MORSE, Anne, (a cura di), *Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics, a collaboration with Nobuo Tsuji and the Museum of Fine Arts, Boston*, MFA Publications, Boston, 2018.

OKAMOTO INOUE, Rei, *Theorizing Manga: Nationalism and Discourse on the Role of Wartime Manga*, in «Mechademia: Second Arc», IV, 2009, pp. 20-37.

ŌTSUKA, Eiji, *Disarming Atom: Tezuka Otamu's Manga at War and Peace*, in «Mechademia: Second Arc», III, 2008, pp. 111-125.



Isabella Pesenti

PELLITTERI, Marco, *Il drago e la saetta. Modelli, strategie e identità dell'immaginario giapponese*, Tunué, Latina, 2008.

PELLITTERI, Marco, *Kawaii Aesthetics from Japan to Europe: Theory of the Japanese "Cute" and Transcultural Adoption of Its Styles in Italian and French Comics Production and Commodified Culture Goods*, in «Arts», VII, 2018, n. 3, 4 luglio.

PILLING, David, *Lunch with the FT: Takashi Murakami*, in «Financial Times», 2015, 19 giugno.

PITMAN, Joanna, *Meeting the master of Japanese Pop Art. In the court of the king of cute*, in «The Times», 2009, n. 69741, settembre.

PONTICIELLO, Roberta, SCRIVO, Susanna, (a cura di), *Con gli occhi a mandorla. Sguardi sul Giappone dei cartoon e dei fumetti*, Tunué, Latina, 2007.

REES, Lucy, *L'Ego di Takashi Murakami*, in «Flash Art», 2012, n. 301, aprile.

REYES, Alma, *In a Psychedelic Mood. Unveiling Takashi Murakami's "The 500 Arhats"*, in «Wall Street International», 2015, 16 dicembre.

ROSSETTI, Gabriele, *Japan Underground*, Castelveccchi, Roma, 2006.

SAITŌ, Tamaki, *Otaku Sexuality*, in BOLTON, Christopher, CSICSERY-RONAY, Istvan, TATSUMI, Takayuki, (a cura di), *Robot Ghosts and Wired Dreams: Japanese Science Fiction from Origins to Anime*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 2007, pp. 222-249.

SAWARAGI, Noi, (a cura di), *Anomaly: exhibition anomaly. Gabin Ito, Kodai Nakahara, Takashi Murakami, Kenji Yanobe*, Rontgen Kunst Institut von Katsuya Ikeuchi Galerie AG, Tokyo, 1992.

SCHIMMEL, Paul, (a cura di), ©Murakami, Rizzoli International Publications, New York, 2007.

SHEETS, Hilarie M., *An artist releases his inner dragon. "Annoyed by his challenge" a Pop Japanese master answers his mentor's call*, in «The New York Times», 2017, 24 ottobre.

SMITH LAKE, Kendal, *Press release Takashi Murakami: The Octopus Eats its Own Leg*, Fort Worth, Modern Art Museum of Fort Worth, 2017.

STALKER, Nancy K., "Cool" Japan as Cultural Superpower 1980s-2010s, in STALKER, Nancy K., *Japan. History and Culture from Classical to Cool*, University of California Press, Oakland, 2018, pp. 362-400.

STEINBERG, Marc, *Emerging from Flatness: Murakami Takashi and Superflat Aesthetics*, McGill University, Montreal, 2002.

STEINBERG, Marc, *Otaku Consumption, Superflat art and the Return to Edo*, in «Japan Forum», XVI, 2004, n. 3, pp. 449-471.

SUPREME, *Supreme*, Phaidon Press, Londra, 2020.

TAVASSI, Guido, *Storia dell'animazione giapponese. Autori, arte, industria, successo dal 1917 ad oggi*, Tunué, Latina, 2017

TAYLOR, Mark C., *Financialization of art*, in TAYLOR, Mark C., (a cura di), *Refiguring the Spiritual: Beuys, Barney, Turrell, Goldsworthy*, Columbia University Press, New York, 2012, pp. 1-15.

TESTA, Valentina, *Kawaii Art. Fiori, colori, palloncini (e manga) nel Neo Pop giapponese*, Tunué, Latina, 2010.

THOMAS, Jolyon Baraka, *Horrific "Cults" and Comic Religion: Manga after Aum*, in «Japanese Journal of Religious Studies», XXXIX, 2012, n. 1, pp. 127-151.

THORNTON, Sarah, *Il giro del mondo dell'arte in sette giorni*, Feltrinelli, Milano, 2009, pp. 158-187.

TOKU, Masami, *What is Manga? The Influence of Pop Culture in Adolescent Art*, in «Art Education», LIV, 2001, n. 2, marzo, pp. 11-17.

TSUNEHIRO, Uno, *Imagination after the Earthquake: Japan's Otaku Culture in 2010s*, in «Verge: Studies of Global Asias», I, 2015, n. 1, pp. 114-136.

WARHOL, Andy, HACKETT, Pat, *POP. Andy Warhol racconta gli anni Sessanta*, Meridiano zero, Padova, 2008.

Isabella Presenti

WARHOL, Andy, *La filosofia di Andy Warhol. Da A a B e viceversa*, Ab-scondita, Milano, 2009.

WELCH, Matthew, *Artistic Remix: Contemporary Takes on Timeless Prints*, in «Impressions», 2013, n. 34, pp. 122-139.

WILLIAMSON, Morgan, Exhibition Review. Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics, in «Sequitur», VI, 2018, n. 2, pp. 30-31.

WYCHOWANOK, Thibaut, *Takashi Murakami: "Pour dessiner ces pénis hypertrophiés, il faut être impuissant. L'imagination prend le relais."*, in «Numéro», 2019, 4 novembre.

WONG, Kevin, *Takashi Murakami*, in «Hypebeast», 2019, n. 25, aprile.

YANO, Christine R., *Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines*, in «The Journal of Asian Studies», LXVIII, 2009, n. 3, agosto, pp. 681-688.

YODA, Tomiko, HAROOTUNIAN, Harry, (a cura di), *Japan after Japan: social and cultural life from the recessionary 1990s to the present*, Durham-London, Duke University press, 2006.

ZAMPONI, Beatrice, *Intervista a Takashi Murakami e Virgil Abloh*, in «Vogue Italia», 2018, n. 819, 19 novembre, p. 60.

## Sitografia

ANFOSSI, Beatrice, *Billie Eilish x Takashi Murakami, Uniqlo stupisce ancora*, in «Luxury Pret à Porter Magazine», 19 maggio 2020, <https://www.luxurypretaporter.it/news/uniqlo-billie-eilish-takashi-murakami/>

ARTRIBUNE, *La serie limitata di bottiglie Perrier firmata da Takashi Murakami*, in «Artribune», 27 settembre 2020, <https://www.artribune.com/television/2020/09/video-bottiglie-perrier-takashi-murakami/>

BELLINI, Andrea, LEONI, Chiara, *Takashi Murakami*, in «Flash Art», 21 dicembre 2016, <https://flash--art.com/article/takashi-murakami-2/>

BETHENOD, Martin, *Takashi Murakami*, in «Pinault Collection», 2017, n. 8, aprile-settembre, [http://www.revuepinaultcollection.com/en/numero\\_8/hors-les-murs/takashi-murakami](http://www.revuepinaultcollection.com/en/numero_8/hors-les-murs/takashi-murakami)

BLASBERG, Derek, *Future History. Conversazione tra Derek Blasberg, Takashi Murakami, Virgil Abloh*, in «Gagosian Quarterly», 2018, n. 6, <https://gagosian.com/quarterly/2018/05/01/future-history-takashi-murakami-and-virgil-abloh/>

CASCONI, Sarah, *See Takashi Murakami's Trippy Cover Art for Kanye West and Kid Cudi's New Album*, in «Artnet News», 6 giugno 2018, <https://news.artnet.com/art-world/takashi-murakami-kanye-wests-kid-cudi-album-art-1298195>

CASELLI, Paola, *Takashi Murakami un'esclusiva limited edition per Vans*, in «ArtsLife», 3 luglio 2015, <https://artslife.com/2015/07/03/takashi-murakami-unesclusiva-limited-edition-per-vans/>

CNN, *Talk Asia. Interview with Japanese Artist Takashi Murakami*, in «CNN Transcripts», 11 gennaio 2013, <http://edition.cnn.com/TRANSCRIPTS/130111/ta.01.html>

CROCI, Roberto, *L'arte malata del Warhol giapponese*, in «Repubblica XL», 8 maggio 2013, <https://xl.repubblica.it/dettaglio/67601.html>

DAL PASSO CARABELLI, Simone, *Grailed si unisce alla raccolta fondi firmata da Supreme x Takashi Murakami*, in «Soldoutservice», 24 aprile 2020, <https://soldoutservice.com/p/supreme-relief-box-logo-tee-takashi-murakami-grailed>

DANFORTH, Chris, *15 of the Best Takashi Murakami Collaborations*, in «Highsnobiety», 17 luglio 2015, <https://www.highsnobiety.com/p/takashi-murakamis-15-collaborations/>

DANFORTH, Chris, *25 of the Best Takashi Murakami Collaborations*, in «Highsnobiety», settembre 2020,

Isabella Pesenti

<https://www.highsnobiety.com/p/takashi-murakamis-15-collaborations/>

ESPINOZA, Joshua, *Takashi Murakami collaborates with Perrier on limited edition bottles*, in «Complex», 14 settembre 2020, <https://www.complex.com/style/2020/09/takashi-murakami-perrier-collaboration>

ESTILLER, Keith, *A look inside Billie Eilish & Takashi Murakami's "you should see me in a crown" making-of exhibition*, in «Hypebeast», 10 luglio 2019, <https://hypebeast.com/2019/7/billie-eilish-takashi-murakami-you-should-see-me-in-a-crown-exhibition>

ESTILLER, Keith, *Kanye West and Kid Cudi Tease 'KIDS SEE GHOSTS' Animated Show*, in «Hypebeast», 26 giugno 2020, <https://hypebeast.com/2020/6/kids-see-ghosts-animated-show-kanye-west-kid-cudi-takashi-murakami-video-teaser>

Gagosian: <https://gagosian.com/>

Galerie Perrotin: [https://www.perrotin.com/artists/Takashi\\_Murakami/12#biography](https://www.perrotin.com/artists/Takashi_Murakami/12#biography)

GIONI, Massimiliano, *Takashi Murakami*, in «Flash Art International», XLV, 2012, n. 284, maggio-giugno, pp. 52-56, <https://flash-art.com/article/takashi-murakami/>

HOWE, Jeff, *The Two Faces of Takashi Murakami*, in «Wired», 2003, n. 11, <https://www.wired.com/2003/11/artist/>

HYPEBEAST, *Take a Closer Look at the UNIQLO UT Billie Eilish x Takashi Murakami Collaboration*, in «Hypebeast», 25 maggio 2020, <https://hypebeast.com/2020/5/billie-eilish-takashi-murakami-uniqlo-ut-lookbook>

INGVALDSEN, Torsten, *Billie Eilish Drop Takashi Murakami Animated Visual for "you should see me in a crown"*, in «Hypebeast», 19 aprile 2019, <https://hypebeast.com/2019/4/billie-eilish-takashi-murakami-you-should-see-me-in-a-crown-video>

Instagram: <https://www.instagram.com>

JAPAN SOCIETY, *Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture*, in «Japan Society»,  
[https://www.japansociety.org/little\\_boy\\_the\\_arts\\_of\\_japans\\_exploding\\_subculture](https://www.japansociety.org/little_boy_the_arts_of_japans_exploding_subculture)

Kaikai Kiki Co., Ltd.: <https://www.kaikaikiki.co.jp/>

Kaikai Kiki Gallery: <http://en.gallery-kaikaikiki.com/>

LEUNG, Gabrielle, *Takashi Murakami and Pharrell Williams' sculpture expected to fetch \$3.8 million USD at Christie's auction*, in «Hypebeast», 4 novembre 2019,  
<https://hypebeast.com/2019/11/takashi-murakami-pharrell-williams-the-simple-things-sculpture-christies-hong-kong-info>

LI, Emma, *Takashi Murakami & Pharrell Williams' 'The Simple Things' sculpture to auction at Christie's*, in «Highsnobiety»,  
<https://www.highsnobiety.com/p/takashi-murakami-pharrell-sculpture-christies/>

LUBOW, Arthur, *The Murakami Method*, in «The New York Times Magazine», 3 aprile 2005,  
<http://www.nytimes.com/2005/04/03/magazine/03MURAKAMI.html>

MATTIELLO, Francesco, *Supreme svela il look della Relief Box Logo Tee disegnata da Takashi Murakami*, in «Soldoutservice», 21 aprile 2020,  
<https://soldoutservice.com/p/supreme-relief-box-logo-tee-takashi-murakami-release>

MCGRATH, Katherine, *Virgil Abloh and Takashi Murakami Chat with AD About Their Gagosian Collaboration*, in «Architectural Digest», 16 ottobre 2018, <https://www.architecturaldigest.com/story/virgil-abloh-and-takashi-murakami-collaboration>

MINUTOLI, Christine, *Il mondo dei manga giapponesi*, in «Go Go Nihon», 28 maggio 2018, <https://gogonihon.com/it/blog/origine-dei-manga-giapponesi/>

MOCA Los Angeles: <https://www.moca.org/>

Museum of Contemporary Art Chicago: <https://mcachicago.org/>

Isabella Pesenti

Museum of Fine Arts Boston: <https://mfa.org/>

NG, David, *Pharrell Williams teams with Takashi Murakami on music video*, in «Los Angeles Times», 13 maggio 2014, <https://www.latimes.com/entertainment/arts/culture/la-et-cm-pharrell-williams-takashi-murakami-music-video-20140513-story.html>

Otaku's Journal: <https://www.otakusjournal.it/>

PAVESE, Paola, *Il Nazionalismo degli Otaku e del Movimento Superflat*, 27 settembre 2008, <https://harukimurakami.wordpress.com/takashi-murakami/>

Perrier®: <https://www.perrier.com/murakami>

POLI, Valentina, *Una nuova collaborazione tra il rapper Kanye West e l'artista Takashi Murakami*, in «Artribune», 22 giugno 2018, <https://www.artribune.com/arti-visive/arte-contemporanea/2018/06/collaborazione-west-murakami-musica/>

Poncotan: <https://poncotan.jp/recruit/entry/>

ROBINSON, Walter, *Murakami, impresario*, in «Artnet Magazine», 26 settembre 2006, <http://www.artnet.com/magazineus/reviews/robinson/robinson9-26-06.asp>

RICCI, Walter, *Takashi Murakami in mostra insieme a Virgil Abloh*, in «Esquire», 19 febbraio 2018, <https://www.esquire.com/it/cultura/arte-design/a18228523/takashi-murakami-virgil-abloh/>

SALTZ, Jerry, *Imitation Warhol*, in «The Village Voice», 24 agosto 1999, <http://www.villagevoice.com/1999-08-24/art/imitation-warhol/>

SCIOLA, Giulia, *La grande attesa di Virgil Abloh da Louis Vuitton*, in «Esquire», 18 giugno 2018, <https://www.esquire.com/it/stile/moda-uomo/a21549771/virgil-abloh-biografia/>

SHŌJI, Kaori, *Murakami's 'Jellyfish Eyes' blends kawaii and creepy into a postquake critique*, in «Japan Times», 26 aprile 2013, <https://www.japantimes.co.jp/culture/2013/04/26/films/murakamis->

jellyfish-eyes-blends-kawaii-and-creepy-into-a-postquake-critique/#.UbDh\_pzluSp

SMITH, Roberta, *Review: "Jellyfish Eyes", a children's film from Takashi Murakami*, in «The New York Times», 14 luglio 2015, <https://www.nytimes.com/2015/07/15/movies/review-jellyfish-eyes-a-childrens-film-from-takashi-murakami.html?&r=0>

SNOWDEN, Heather, *Supreme x Takashi Murakami Box Logo Tee Raised Over \$1 Million for Charity*, in «Highsnobiety», 4 maggio 2020, <https://www.highsnobiety.com/p/supreme-covid-19-fundraiser-tee-takashi-murakami/>

Supreme: <https://www.supremenewyork.com/>

SURMAN, David, *A Networked Daydream: Takashi Murakami's "Superflat Monogram" (2004)*, in «Alice in Wonderland», 2018, n. 86, marzo, <http://sensesofcinema.com/2018/alice-in-wonderland/a-networked-daydream-takashi-murakamis-superflat-monogram-2004/>

TCP Staff, *Takashi Murakami on nuclear monsters and Buddhist damnation*, in «Vice», 29 maggio 2013, [https://www.vice.com/en\\_us/article/nzd8x7/takashi-murakami-explores-buddhist-damnation-and-nuclear-monsters](https://www.vice.com/en_us/article/nzd8x7/takashi-murakami-explores-buddhist-damnation-and-nuclear-monsters)

THE CREATORS PROJECT, *Pharrel diventa un anime*, in «Vice», 14 maggio 2014, <https://www.vice.com/it/article/z4w7ey/pharrell-diventa-un-anime-nel-video-del-suo-remix-per-jellyfish-eyes-di-takashi-murakami-video>

The Guggenheim Museums and Foundation: <https://www.guggenheim.org/>

TSUJI, Nobuo, MURAKAMI, Takashi, *Nobuo Tsuji vs. Takashi Murakami*, in «Gagosian Quarterly», 2018, <https://gagosian.com/quarterly/2018/02/22/nobuo-tsuji-vs-takashi-murakami/>

Tonari no Zingaro: <https://zingarokk.com/>

Vans: <https://www.vans.com/murakami.html>



Isabella Pesenti

VOGEL, Carol, *The Warhol of Japan Pours Ritual Tea in a Zen Moment*, in «The New York Times», 7 maggio 2007,  
[https://www.nytimes.com/2007/05/07/arts/design/07mura.html?n=Top%2fReference%2fTimes%20Topics%2fPeople%2fM%2fMurakami%2c%20Takashi&\\_r=0](https://www.nytimes.com/2007/05/07/arts/design/07mura.html?n=Top%2fReference%2fTimes%20Topics%2fPeople%2fM%2fMurakami%2c%20Takashi&_r=0)

VULTURE, *Kanye West Meets Takashi Murakami*, in «Vulture», 8 agosto 2007,  
[https://www.vulture.com/2007/08/kanye\\_west\\_meets\\_takashi\\_murak.html](https://www.vulture.com/2007/08/kanye_west_meets_takashi_murak.html)

WAKASA, Mako, *Takashi Murakami*, in «Journal of Contemporary Art», 24 febbraio 2000, <http://www.jca-online.com/murakami.html>

WILLIAMS, Maxwell, *Superflat screen: Takashi Murakami's Jellyfish Eyes*, in «Art in America Magazine», 23 maggio 2013,  
<https://www.artnews.com/art-in-america/interviews/superflat-screen-takashi-murakamis-jellyfish-eyes-56329/>

WILLIAMS, Pete, *Takashi Murakami Explains Why His Dog is an Integral Part of His Vans Collaboration*, in «Highsnobiety», 3 luglio 2015,  
<https://www.highsnobiety.com/p/takashi-murakami-vans-interview/>

Yanobe Kenji Art Works: <https://www.yanobe.com/>

## Videografia

Takashi Murakami per Louis Vuitton, *Superflat Monogram*, 2003,  
<https://www.youtube.com/watch?v=zkQUFb4SswY>

Kanye West, *Graduation*, 13 dicembre 2009,  
<https://www.youtube.com/watch?v=6CHs4x2uqcQ>

*Jellyfish Eyes Official Trailer*, 2013,  
<https://www.youtube.com/watch?v=xMcPUGOhdKE>

Pharrell Williams, *Last Night, Good Night (Re: Dialed)*, 13 maggio 2014,  
<https://www.youtube.com/watch?v=0-LuF-hPcTw>

Pharrell Williams, *It Girl*, 30 settembre 2014,  
<https://www.youtube.com/watch?v=pPZDBF0kei0>

Spot pubblicitario animato Takashi Murakami per Vans, 16 giugno 2015, <https://youtu.be/RoZB34gXqOA>

*Takashi Murakami at LACMA*, 20 febbraio 2019,  
[https://gagosian.com/quarterly/2019/03/19/video-takashi-murakami-LACMA/?utm\\_source=Instagram&utm\\_medium=Social&utm\\_campaign=likeshopme&utm\\_medium=instagram&utm\\_source=dash+hudson&utm\\_content=www.instagram.com%2Fp%2FB9UW\\_EWAQiY%2F](https://gagosian.com/quarterly/2019/03/19/video-takashi-murakami-LACMA/?utm_source=Instagram&utm_medium=Social&utm_campaign=likeshopme&utm_medium=instagram&utm_source=dash+hudson&utm_content=www.instagram.com%2Fp%2FB9UW_EWAQiY%2F)

Billie Eilish, *you should see me in a crown*, 17 aprile 2019,  
<https://www.youtube.com/watch?v=colerbRvgsQ>

Takashi Murakami per Perrier®, 13 settembre 2020,  
<https://youtu.be/2MMEWVPNePg>

Spot pubblicitario animato Takashi Murakami per Perrier®, 25 settembre 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=tO5mt1Guhlg>



## ARTYPE | aperture sul contemporaneo collana diretta da Silvia Grandi

La collana nasce dalla necessità di riflettere sulle complesse problematiche artistiche ed estetiche sorte dalla fine dell'Ottocento fino ai giorni nostri, perseguendo un approccio multidisciplinare a favore del dialogo tra i saperi, per una più ampia visione d'insieme.

### **The Future is Superflat. Takashi Murakami tra high art e low art**

Takashi Murakami è l'artista contemporaneo giapponese più influente al mondo. A confermarlo non sono solo i suoi oltre due milioni di followers su Instagram, ma anche una carriera che a più di trent'anni dal suo esordio continua ad arricchirsi di nuovi successi. A garantirgli una fama così duratura è stata senza dubbio la sua capacità di reinventarsi e stare al passo con i tempi, rimanendo tuttavia sempre fedele alla propria poetica artistica e alla propria etica lavorativa. Ciò gli ha permesso non solo di accrescere la sua popolarità a livello globale, ma anche di espandere il suo operato e la sua influenza in molti settori extra-artistici, tra cui la moda, il cinema e la musica, dando voce e risalto internazionale alla cultura popolare nipponica. A partire dall'analisi del contesto socioculturale del Giappone odierno, necessario per comprendere forma e contenuti della sua arte, emergono i molteplici aspetti che rendono Takashi Murakami una delle personalità più rilevanti della scena culturale mondiale. Il bilanciato dualismo arte-commercio e la capacità di diversificare la sua produzione e di rispondere ai bisogni della società contemporanea rendono questo artista autenticamente pop un punto di riferimento imprescindibile per un'arte contemporanea accessibile, democratica e trasversale, in cui il labile e obsoleto confine tra high art e low art finalmente si assottiglia fino a scomparire del tutto.