



Résumé projection "bomb it"

publié le 04/02/2011

Descriptif :

histoire du graffiti

GRAFFITI

Né à Philadelphie en 1967 (Corn Bread), le graffiti est un art international qui abolit les frontières et fait réaction à l'invasion des images (publicité). Une façon de regarder l'espace autrement (contrarier la publicité affichée). La publicité est une pollution visuelle, une agression, les panneaux de pub des déchets visuels qui impriment dans les consciences le langage de la consommation forcée. L'espace est la matière première sur lequel la société capitaliste a mis la main.



Dans le film de John Carpenter « invasion à Los Angeles », l'acteur principal dispose de lunettes spéciales qui lui permettent de voir une autre réalité, cachée, où s'affichent à la place des publicités qui placardent les murs, des messages subliminaux : obésis, consomme...).



C'est à partir de 1971 que New York devient la capitale du tag. Le mur est vécu comme lieu d'expression et les

taggeurs s'en sont emparé pour dire qui ils étaient, où ils étaient.

C'est une forme d'art fondée sur les lettres exploitées de façon à grossir son identité.

À Paris en 1981, « Blek le rat » travaille sur la liberté (rat animal libre qui investit tout les lieux), sur la mémoire des lieux (châteaux) et développe le pochoir. Il met en relation des sans domicile fixe et ses pochoirs pour dénoncer le paupérisme et la misère. Cet art doit servir une cause sociale.

Avec la multiplication des caméras de surveillance, l'espace public est devenu un espace privé (privé de liberté). À Londres, le graffiti est illégal et peut entraîner une peine de deux à trois ans de prison ferme.

En Afrique du Sud, le tag est un outil politique en 1980 pour dénoncer la ségrégation raciale et l'apartheid. C'est une arme de guérilla.

À Los Angeles le graffiti est une façon de marquer son identité politique au sein du quartier. C'est un art aussi populaire dont vont s'emparer les gangs (mafia mexicaine).

Depuis 1990, la publicité utilise les techniques des graffeurs (rattraper la rue, exploiter le graffiti à travers le merchandising, l'affiche, les jeux vidéo, le cinéma). Le tag devient synonyme de promotion.

