

ARTA GRAFFITI ÎN VESTIMENTAȚIE

Crina VIERU

Conducător științific: Elena MUSTEAȚĂ

Universitatea Tehnică a Moldovei

Produs al străzii, arta graffiti are un limbaj propriu ce poate transmite reacție, protest, opinie, umor, sarcasm, patetism, impresii etc. Inițial, privită ca un act de vandalism, astăzi graffiti reprezintă o subcultură urbană, un element nelipsit din peisajul tuturor metropolelor lumii, ce s-a infiltrat și în sfera designului vestimentar. Fenomenul graffiti-ului se dezvoltă și influențează tot mai mult arta contemporană, infiltrându-se în diverse sfere ale artei. După instituirea acestuia la nivel artistic, arta graffiti se răspândește în toată lumea, considerându-se că insolența graffiti-urilor este una care ține de accepții postmoderne. Or, scopul acestui studiu este de a cerceta impactul artei graffiti asupra designului vestimentar contemporan.

Cuvinte-cheie: *graffity, artă brută, cultură underground, kitch, Subway Art, Spraycon Art, tag.*

1. Arta Graffiti ca manifestare artistică postmodernă

Termenul "graffiti" provine de la "graffito" (*ital.*, "graffiti" la plural) definind, după Oxford Dictionary, un desen, o inscripție sau o expresie frazeologică zgâriată ori scrijelită în fugă, scrisă pe ziduri sau pe orice altă suprafață tare. Acesta derivă, la rândul său, de la grecescul "γράφειν" (*graphein*), ceea ce înseamnă "a scrie".

Arta graffiti își are rădăcinile în mișcarea Hip-Hop, fondată în 1974 de Afrika Bambaataa, fost căpetenie a unei bande din Bronx, New York. Or, graffiti este un produs al culturii "negre", un fenomen urban, preponderent, al comunităților de la periferie, constituind o formă de protest împotriva marginalizării. Denumită și Spraycon Art (arta spray-urilor) sau Subway Art (arta metrourilor), graffiti a apărut ca manifestare artistică încă prin anii '60 ai sec.XX, iar ca manifestare spirituală avangardistă, peste ocean, în "Lumea Nouă", în capitala revoluțiilor artistice New York. De atunci, este un element nelipsit din peisajul tuturor metropolelor lumii. Perioada de apogeu al genului s-a constituit în anii '80 ai sec.XX, în 1989 fiind inaugurat chiar și un Muzeu al Graffiti-ului American [1]. Crearea acestui local este un fapt paradoxal, întrucât este un gen care și-a format un titlu de glorie și o marcă distinctivă tocmai prin negarea spațiului expozițional-muzeistic.

Mass-media a intuit că fenomenul graffiti-urilor este o formă similară cu explozia "rock" sau "flower-power", adică o cultură urbană și stradală. Ca formă de "tatuaj" al zidurilor, graffiti-urile fac parte dintr-o cultură underground. Or, graffiti-urile țin de o "artă brută" care se opune "artei canonice": cea din urmă se învață în școli, după norme și modele prestabilite, este expusă oficial și aduce beneficii (inclusive financiare); cealaltă este necontrolată, anonimă, reacționară și depinde, indispensabil, de o suprafață dură. Ținând să evite incintele specializate în care este creată și expusă în mod tradițional arta (atelieri, galerii ori muzee de artă), artiștii rebeli au purces la exprimarea în aer liber, utilizând drept suport garduri ori suprafețe ale vagoanelor din transportul subteran, zidurile clădirilor din cartierele populate sau din zonele industriale, palisadele șantierelor, pereții culoarelor, stațiilor etc. Orice suprafață plană, ușor vizibilă, ia locul convenționalului suport de pânză sau de carton, considerate prea mici, limitative pentru spiritele eferescente ale creatorilor reacționari. Nonconformiști, autorii graffiti-urilor au renunțat și la tradiționalele pensule, preferând pistoale de vopsit, marchere, spray-uri cu vopsea industrială cu aerosol și acrilic, aplicate pe orice suport: piatră, ipsos, lemn, metal. Ei desemnează cel mai des graffiti-uri caligrafice, simbolice sau figurative, își semnează numele, tag-ul, recurgând, de regulă, la litere și la benzi desenate. Artiștii graffiti acoperă suprafețele cu spontaneitate, dând dovadă de o măiestrie a tehnicii, o virtuozitate a gestului și o mare rigoare mecanică [3].

Temele, preferate de graffiti-eri, sunt desprinse din viața cotidiană, reflectând problemele, aspirațiile și dispoziția tinerei generații. Uneori, graffiti-urile redau subiecte stridente, alteori, deopotrivă, sunt caricaturale sau anecdotice. De regulă, imaginile grafice redau simboluri, obiecte reale sau portrete. Ele conțin adesea agresivitate, umor, sarcasm, patetism, optimism, toate acestea putând fi găsite în puzzle-ul

heterogen alcătuit de graffiti-uri. În mișcarea sa reacționară contra regulilor și a normelor sociale, creatorii de graffiti își exprimă atitudinea față de realitate prin lucrări de dimensiuni imense, excesive prin formă și cromatică, plasate cât mai aproape de orășenii care, prinși de entropia ai marilor așezări, veșnic grăbiți, le pot percepe mai simplu atunci când folosesc mijloacele de transport comun. Din punct de vedere cromatic, graffiti folosește culori exagerat de aprinse, chiar stridente, țipătoare.

Există mai multe substiluri de graffiti - de la simple la unele mai complicate. La nivel lingvistic, graffiti-urile include propoziții simple ori prescurtate, acestea fiind clare și laconice ca o poruncă sau un îndemn. Or, acestea reprezintă o formă de protest, relevând dorința de a ieși din izolare. Sunt niște reacții, având funcție socială, culturală, existențială, dar și metafizică (unele dintre ele abordează subiecte, precum cel al morții sau al existenței Divine). Unii critici de artă definesc fenomenul graffiti drept un conflict dintre generații și culturi: tineri versus adulți, societate nevoiașă versus cea înstărită etc.

2. Arta Graffiti în vestimentație

Graffiti, ca artă a semnelor, este unul din stilurile contemporane, utilizat tot mai des ca sursă de inspirație de către designerii din întreaga lume. În moda ultimelor sezoane se face simțită prezența tricourilor imprimate atât pe podiumurile New York-ului, unde designerii sunt influențați de cultura hip-hop, cât și în Europa, în particular, în Londra, unde persistă tendința de a face parte din mișcarea artistică underground. Trend-uri expresive, în acest context, au fost create de designerii John Galiano și Alexander McQueen [4]. Este remarcabil faptul că marile case de modă invită frecvent pictori și designeri-textiliști pentru executarea unor lucrări specializate în imprimarea textil. Bunăoară, pentru realizarea imprimaturilor din colecțiile sale de modele, Louis Vuitton a colaborat cu artistul Richard Prince, acesta punându-i la dispoziție scene comice și graffiti-uri, realizate în mod special pentru casa franceză. Un alt designer, englezul Henry Holland, este autorul unor piese vestimentare cu "explozii" de culori și imprimaturi, care ne induc, involuntar, spre arta graffiti. Tricourile elaborate de el sunt amuzante, dar destul de "obraznice", conținând "jocuri" de cuvinte cu nume și aluzii vizavi de unii designer consacrați. Printuri îndrăznețe, inspirate din arta graffiti se conțin și în colecția pentru toamna-iarnă 2012, elaborată de Moschino (fig.1).

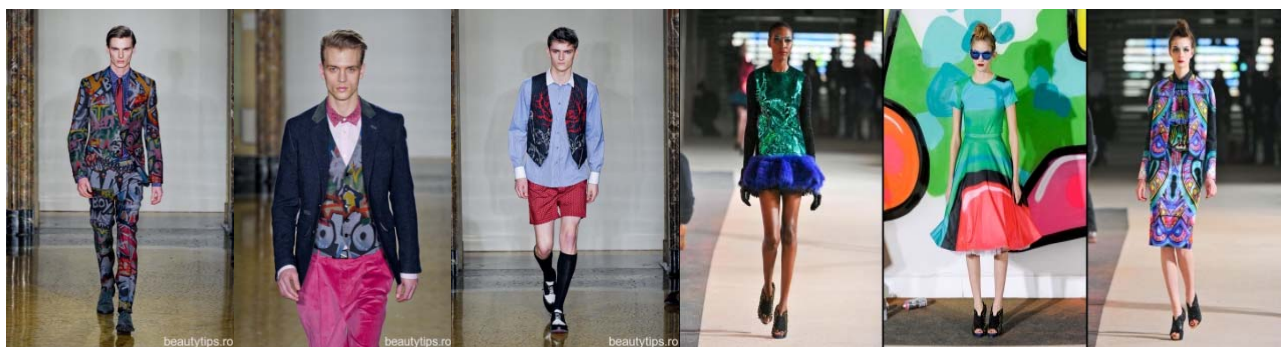


Figura 1. Exemple de aplicații ale graffiti-urilor în colecții toamna-iarnă 2012, Moschino, Manish Arora

Colecțiile sezonului lansează numeroase modele de tricouri cu imprimaturi rock. Acestea au diferite culori și au imprimate simboluri sau mesaje haioase din muzica rock. În Marea Britanie, Vivienne Westwood preia temele punk propuse de formații precum The Clash sau The Sex Pistols, comercializând tricouri cu Anarchy în UK și Destroy Rock'n'Roll. Fenomenul graffiti a cuprins mai multe sfere de activitate, una dintre ele fiind cea a designului vestimentar. Mari designer cum ar fi Vivienne Westwood, Jeremy Scott, Henry Holland, Alessandro Dell'Acqua, Moschino utilizează arta graffiti ca sursă de inspirație pentru crearea imprimaturilor în colecțiile sale. După instituirea artei graffiti ca gen la nivel artistic, aceasta se răspândește în toată lumea, considerându-se că insolența graffiti-urilor este una care ține de accepțiile postmoderne.

Bibliografie

1. Fride-Carrasat, P., Marcade, I. *Mișcări artistice în pictură*. București, Enciclopedia RAO, 2007, 240 p.
2. Mailer, N., Kurlansky, M., Naar, L. *Graffiti de New York*. Paris, 1974.
3. Little, S. *...Isme//să înțelegem arta*. București, Enciclopedia RAO, 2005, 160 p.
4. Mackenzie, M. *...Isme//să înțelegem moda*. București, Enciclopedia RAO, 2010, 160 p.
5. <http://ro.wikipedia.org/wiki/Graffiti> (accesat la 18.01 2013).