Mémoires de signe
Signe de mémoire

"Qu'est-ce qu'un livre ? Une suite de petits signes.
Rien de plus. C'est au lecteur à tirer lui-même les formes,
les couleurs et les sentiments auxquels ces signes correspondent."

Anatole France
Le Jardin d'Epicure

Peut-on lire la ville comme un livre?
Quel sens donner à la suite de signes d'un de nos parcours?
Les signes dont parlent *Anatole France* [1] sont définis ainsi dans le Larousse Illustré [2]: "Signes:n.m. Unité linguistique constituée d'un signifiant et d'un signifié."
Je souhaite m'intéresser à la graphie dans l'urbain, à la représentation dessinée d'un mot et/ou d'une idée par la main de l'homme.

Certains signes nous éveillent, nous renseignent, d'autres nous polluent.
Lors de mes parcours dans la ville, je remarque que je les recherche, les apprécie ou les subis. Nous ne pouvons que les dissocier les uns des autres pourtant ils forment un tout. Une sorte de grande bibliothèque où chaque signe est un livre rempli de nos interprétations. Cet univers graphique ne peut se percevoir objectivement.
Il est large et en renouveau constant, je ne pourrais aborder cet ensemble que globalement et en utilisant certains raccourcis de par sa richesse et son abondance.

Pour mieux les comprendre, je souhaite catégoriser les signes puis traiter de leur pérennité. Leurs apparitions et leurs durées de vie forment la mémoire de la ville. Comment saisir ces mutations sur un court laps de temps?

1/ *DÉFINITION ET NATURES DES SIGNES DANS L'URBAIN*
- a/ Graphisme institutionnel
  - Signe de déplacement/situation/indication
  - Importance du signifiant
- b/ Graphisme mercantile
  - Développement intensif de la publicité
  - Perception du message et propagande
  - Manipulation et nouvelle technique
- c/ Graphisme sauvage
  - Les média les plus usités et leurs exceptions
  - Signe au lourd passé d'activisme
  - Reflexion autour d'une intervention

2/ *SIGNE DE MÉMOIRE / MÉMOIRE DE SIGNE*
- a/ Histoire des signes et symboles les plus anciens
  - Les sumériens premiers concepteurs de villes et de signes
  - Histoire des signes et symboles anciens
- b/ La ville une suite de signe en évolution
  - Mutations constantes
  - Durée de vie des signes
  - Production industriel des signes
- c/ Topographie
  - Explication
  - Légende
  - Carte des signes

DÉFINITION ET NATURES DES SIGNES DANS L'URBAIN

LES SIGNES INSTITUTIONNELS

Les signes institutionnels requièrent de codes fonctionnels et sont les plus universels possibles. Leur degré de complexité les amène à utiliser le langage ou à se résumer à de simples pictogrammes. Ils ne cachent pas de second degré ou de subtilité. Ils sont clairs, simples et concis.

Certains d'entre eux servent à se positionner, à indiquer ou à se déplacer.
Cette signalisation est d'une importance capitale, elle différencie la ville du labyrinthe où nul ne pourrait se diriger sans le connaitre par coeur. *Roland Barthes*[3] explique la manière dont les habitants de Tokyo s'orientent sans signes fonctionnels dans la ville. Il n'y a ni plaques de rues, ni indications. Les habitants se dessinent des plans ou se guident selon des repères visuels. Cela donne lieu à une perception et une connaissance différente de la topologie de la ville.

Cette vaste catégorie ne s'arrête pas là. Elle concerne la signalisation mais aussi la signalétique. L'utilisation d'un horodateur, l'ouverture d'une porte de métro ou la proximité de toilettes publiques sont conditionnés par le bon fonctionnement de ce graphisme.

Sa présence ponctue la ville et nous rappelle les codes, le civisme, les interdictions et ce qu'elles induisent en autorisation. Ce graphisme aux fins fonctionnelles est souvent la suite, l'enchainement la modernisation de codes souvent ancestraux, quelques fois dépassés [Comment se fait-il qu'il y est encore l'inscription "École des filles, École des garçons" sur mon école primaire alors que la mixité date de 1957?]
La manière dont une ville gère et génère ce graphisme est révélateur de son héritage. Chaque choix, de couleurs, de type et de légers détails vont personnaliser et modeler la ville. Aujourd'hui, le signe fonctionnel n'est plus manufacturé, il est produit et utilisé en masse. L'usager ne cherche pas le signifié mais le signifiant (il ne cherche pas une place de parking mais le panneau indiquant l'emplacement d'un parking).
Le respect du graphisme fonctionnel est dût à la qualité de son signifiant.

Bien que cela soit en étroite relation avec le graphisme mercantile, je tiens à parler ici de l'entreprise *J.C. Decaux* [sixième fortune française avec plus de 3,871 milliards d'euros en avril 2008 (4)]. Le succès de cette entreprise avec les municipalités, s'est fondé sur l'échange d'abri-bus contre des espaces de publicité en 1964.
C'est là que le graphisme fonctionnel et mercantile se rencontrent. Fort de ce succès, la famille *Decaux* réitère l'opération avec des sucettes abritant un espace publicitaire côté route et plan de la ville, côté trottoir. L'entreprise *Decaux* fabrique également les panneaux de direction de la ville de Paris [les grandes flèches blanche trônant sur les places et carrefour de la capitale],le tout bien évidemment en échange d'un ou plusieurs grand format publicitaire.

La quasi-totalité du graphisme fonctionnel est financé par le mercantile.
Il représente plusieurs milliards d'économie dont les communes ne pourraient se passer.
Le graphisme mercantile, fort de nous faire rêver ou de nous polluer, est ce qui nous sépare de la ville labyrinthe dans laquelle nous ne saurions nous mouvoir.
Le slogan de *Decaux* est "city provider", à comprendre, fournisseur d'accès de la ville...
La dernière innovation des *J.C. Decaux* est le concept de Vélib'.

LES SIGNES MERCANTILES

Le graphisme mercantile s'adresse aux acheteurs potentiels. Peu importe ce qu'il nous donne à voir, son but est de vendre.

Ce que nous pouvons résumer par "publicité" existe depuis l'apparition du commerce. Cependant son développement vertigineux commence pendant la première révolution industrielle(1850) et s'accentue au cours des années 1980, au moment où les grandes multinationales mettent en avant leurs marques. La publicité a en quelques décennies, fleuri dans nos villes. Elle est passée de peintures murales uniques et de toutes tailles, à des formats standards et des procédés d'impressions mécanisés. Elle s'est modernisée et développopé pour jouer sur tous les credos ["la vie moins chère",source de jeunesse pour votre corps", "n'imitez pas, innovez"]. La publicité se nourrit de tout, y compris de ce qui l'attaque [voir les pubs Leclerc dont le signifiant des slogans s'inspirait de l'esthétique anti-pub].

Le message argumentaire d'un publicitaire repose sur trois étapes:
l'étape cognitive [apprentissage]: le consommateur doit savoir de quoi il est question.
l'étape affective [l'intérêt]: le consommateur doit être intéressé par le produit.
l'étape conative [l'action]: le consommateur doit acheter le produit.
Les deux premières étapes se déroulent bien souvent dans la rue.
Elle existe sous d'autres formes que l'affiche: enseigne, drapeau, sticker, bâche...

Ces différents concepts à titre publicitaire sont aussi utilisés à des fins politiques et propagandistes, la campagne de *G.W. Bush* en 2004 s'élève à plus de 382 millions de dollars(5). *Edward Bernays*, publicitaire, est en quelques sorte le père de la propagande qu'il nomme "relations publiques". Il agit de façon à manipuler les foules qu'il considère comme non-pensante. il explique que: "ceux qui manipulent ce mécanisme [...] constituent [...] le véritable pouvoir exécutif du pays. Nous sommes régentés, notre mentalité moulée, nos goûts formés, nos idées suggérées, en grande partie par des gens dont nous n'avons jamais entendu parler. [...] Ce sont eux qui tirent les ficelles."(6) *Bernays* ne se réfère pas seulement à la propagande politique, mais bien à la publicité, dont les moyens sont les même : sa campagne pour American Tobacco Company dans les années 20 consistait à associer visuellement la cigarette et les droits des femmes pour les inciter à fumer. Il inspirera Joseph Goebbels, ministre à l'éducation du peuple et à la propagande sous l'Allemagne nazie. On peut distinguer la publicité de la propagande par son but commercial.

Le graphisme mercantile admet une forme de manipulation ou mensonge par omnission. Son but n'est pas de dire des vérités et le consommateur le sait...
Il agit sous forme de matraquage toujours plus important... Mais les formes traditionnelles de diffusion dans l'urbain connaissent leurs limites. *David Lubars* de Publicis explique que "les consommateurs sont comme des cafards, on les asperge et au bout d'un moment ils sont immunisés". (7) De nouveaux types de publicité se développent dans la ville.
Le street marketing, qui se résume à des actions dans la rue en faveur d'une marque, naît dans les années 90. Il revêt différentes formes, tant les nouvelles stratégies de communication sont variées. Il participe au concept de "marketing viral" qui consiste à laisser l'utilisateur faire la publicité de bouche à oreille.
Le street marketing fait appel à des acteurs pour agir de manières légales ou sauvages.
On peut trouver des pochoirs sauvages pour la sortie d'un album [Jack Johnson] ou l'ouverture prochaine du 104 [établissement artistique de la ville de Paris!].
La publicité sauvage surprend et attire l'attention mais elle outrepasse la catégorie mercantile dans le sens où elle transgresse les lois.

LES SIGNES SAUVAGES

Le graphisme mercantile s'apparente à toutes sortes de tracés effectués sans autorisation préalable. Cette action est possible, selon l'article 322-1 du code pénal,d'un amende de 3 750 euros dans le cas où le mur résulterait d'un "dommage léger".

Le graphisme sauvage se décline traditionnellement sous quatre grands medias;
le collage, le pochoir, la bombe et le sticker. Mais certains artistes interviennent de façon plus spécifique: c'est le cas de *Space Invaders* qui utilise des carreaux de céramique. D'autres préfèrent utiliser les vides juridiques: c'est le cas de *l'Atlas* qui intervient au sol car la juridiction française n'a pas prévu de peine pour les dégradations de la voirie.

Chacun cherche à se démarquer pour se faire remarquer. Comme dans le graphisme mercantile, les auteurs du graphisme sauvage cherchent bien souvent à vendre un produit. Ce produit, c'est leur art ou leur capacité à fabriquer de l'art. Le street artiste en agissant dans la ville, vole un espace public pour en fabriquer un espace publicitaire. Il doit recouvrir pour remodeler la surface selon son choix. Il court-circuite le système publicitaire et bien souvent n'améliore pas le cadre de vie. Cet ensemble de signes nuit au commerce et rend moins attractif un quartier. C'est aussi pour cela que son nettoyage est effectué à grande échelle, et pas uniquement pour sa relative laideur.

Les street-artistes ne sont pas les seuls à intervenir dans l'espace public. La campagne présidentielle de 2007 a vu naître une importante exception au niveau de l'affichage sauvage. Jusqu'à cette date les militants s'occupaient de l'affichage politique de nos villes. En 2007,l'affichage de chaque candidat sur ses panneaux respectifs a été confié à une entreprise privée du nom de Clear Channel, spécialisée habituellement dans l'affichage publicitaire. Cette nouvelle pratique avait pour but de conserver l'égalité entre les partis. L'affichage des militants acquiert alors un statut totalement "sauvage" .

Chaque révolution, chaque guerre a généré de l'affichage sauvage contre le pouvoir : affiche communiste anti-nazi en Allemagne dans les années 30, l'affiche rouge de résistants pendant l'occupation française. Dans la foulée de mai 1968, les messages politiques de la rue parisienne gagnent en poésie et en qualité graphique. " Cache-toi, objet ! ", " Interdit d'interdire ", " Une révolution qui demande que l'on se sacrifie pour elle, est une révolution à la papa ", " Le bonheur est une idée neuve ", " La poésie est dans la rue ", " La vie est ailleurs ", " Désobéir d'abord : alors écris sur les murs [Loi du 10 mai 1968.] ", " J'aime pas écrire sur les murs. ", etc.

Ces slogans sont indifféremment écrits au pinceau, au rouleau, ou sur des affiches. À la fin des années 1970, les sérigraphies urbaines d'*Ernest Pignon-Ernest* interpellent le passant et lui demandent quelle est la place de l'homme ou de la poésie dans la cité moderne [les expulsés, Rimbaud...]. Quelques années plus tard, les premiers " pochoiristes " comme *Blek le rat* continuent sur le même principe, cependant leurs œuvres ne sont plus des affiches collées mais des peintures exécutées selon la technique du pochoir. Dès 1982, pour annoncer leur " premier supermarché de l'art ", *Rama Napoli* et *JJ Daw* Jones du Groupe *Dix10* placardent dans le quartier Beaubourg de grandes affiches aux personnages de Comic's. Outre les pochoiristes, de nombreux artistes s'intéressent à l'art urbain et clandestin, comme *Gerard Zlotykamien*, qui peint des silhouettes évoquant les ombres macabres restées sur les murs d'Hiroshima ; *Jérôme Mesnager*, auteur de l'âme blanche, *Nemo* auteur de l'ombre noir etc. C'est aussi l'époque de la Figuration Libre, une époque de créativité joyeuse et humoristique, née du Pop-Art, de *Bazooka*, du vidéo clip, souvent présente dans la rue, avec *Robert Combas*, *Les Frères Ripoulin* qui peignent sur des affiches posées clandestinement, *Daniel Baugeste* et *Claude Costa* qui se laissent enfermer la nuit dans le métro pour pouvoir en détourner les affiches, *Hervé Di Rosa, Speedy Graffito, Paëlla Chimicos, VLP* [Vive La Peinture]. *Daniel Buren* affichera lui aussi son motif dans les couloirs du métro parisien.

Depuis l'après-guerre, on constate un foisonnement dans les rues de New-York d'inscriptions toujours plus nombreuses. C'est le cas dans West Side Story, comédie musicale sortie en 1961, où deux bandes rivales inscrivent leurs noms sur les murs de New York. Selon *Jean Baudrillard* (8), cette pratique est née à la suite de la répression des grandes émeutes de 66-70. " Type nouveau d'intervention sur la ville, non plus comme lieu du pouvoir économique et politique, mais comme espace/temps du pouvoir terroriste des media, des signes et de la culture dominante. (p119) (...) Les graffiti, eux, n'ont cure de l'architecture, ils la souillent, ils l'oublient, ils passent à travers. L'artiste mural respecte le mur comme il respectait le cadre de son chevalet (...)(p126)
En tatouant les murs, Supersex et superkool les délivrent de l'architecture, et les rendent à la matière vive, encore sociale, au corps mouvant de la ville, avant le marquage fonctionnel et institutionnel. Finie la quadrature des murs, lorsqu'ils sont tatouées comme des effigies archaïques. Fini l'espace/temps repressif des transports urbains, quand les rames de metro passent comme des projectiles ou des hydres vivantes et tatouée jusqu'au yeux. Quelque chose de la ville redevient tribal, pariétal, d'avant l'écriture, avec des emblèmes très fortes, mais démués de sens [...] Il est quand même étonnant de voir ça déferler dans une ville quaternaire, cybernétique, dominée par les deux tours d'aluminium et de verre du World Trade Center, mégasignes invulnérables de la toute-puissance du système.(...)(p126)"

Ce mouvement en pleine maturité sur le continent américain, arrive avec balbutiement à Paris. Le graffiti " new-yorkais " apparaît en France vers 1982-1983, avec des artistes comme *Bando*, *Blitz*, *Lokiss* [les premiers graffitis sont donnés à *Bando* sous le pont du carrousel, pourtant *Blek* le pochoiriste en avait expérimenté déjà en 1979, sans succès]. À Paris, le graffiti new-yorkais se trouve des lieux privilégiés comme les quais de Seine, les palissades du Louvre, le terrain vague de La Chapelle, puis s'étend progressivement aux cités des banlieues où la culture hip-hop lui donne son second souffle. Il devient plus populaire et moins bourgeois. En quelques années, le graffiti passe de curiosité à dégradation dans la conscience collective. Il envahit tous les supports grâce à l'utilisation de la projection. Des millions d'euros sont aujourd'hui consacrés à son nettoyage par les municipalités ou par des particuliers.

Les rues ont changé de physionomie en quelques années. L'action dans la rue s'est banalisée, apportant sur les murs des suites de signes, tracés hiéroglyphiques et manuscrits. Les mouvements Punk et Hip-Hop se sont détachés peu à peu de cela [La *Zulu Nation* demande à ses membres de ne plus tagguer en 1989]. Ces signes sont les spectres d'une jeunesse en manque de rébellion réelle dont les actions traduisent une recherche d'existence par la destruction. Le plus interloquant est que dans cette esthétique anarchiste va se développer un académisme, des règles, des codes et des formatages de productions.

L'intervention sauvage dans la ville subit de plus en plus d'entrave, avec le durcissement des peines et le nombre croissant d'arrestations. [le premier emprisonnement date de 1992 avec le scandale de la station Louvre-Rivoli.] Cela rend la tâche plus difficile et relègue souvent les street artistes aux rang de criminels et non de bienfaiteur de l'urbain. *Michel Ouvray* a dit "agir dans l'urbain c'est s'adresser à plus intelligent que soi".
Intervenir dans l'urbain n'est pas chose facile, et lorsque des actions sont effectuées sans reflexions préalables, leur résultat est souvent catastrophique. Pour la majorité, les signes sauvages sont fabriqués par des mineurs, ce qui réduit la quantité de signes réfléchis. Les mieux préparés demandent du temps de reflexion, de l'organisation et les outils adéquats pour pouvoir exister. Ce sont les derniers signes manufacturé en ville et ils révèlent la présence d'une activité humaine, d'une population grandissante, d'un flux de personnes qui se relaient dans le temps.

Selon la théorie de la vitre cassée, chère aux partisans de la tolérance zéro, lorsque la vitre d'un batiment est cassée, elle doit être remplacée immédiatement sinon le dit-batiment semblera abandonné et verra toutes ses autres vitres brisées.
Si l'on se fie à cette théorie développée aux États-Unis, les inscriptions sauvages sont un facteur d'insécurité, car elles laissent aux populations le sentiment que leur quartier est délaissé par les pouvoirs publics et que les incivilités sont impunies. Il est possible de voir cela autrement, les jeunes s'occupent de manière créative [et donc positive], s'approprient l'espace public en lui apportant une gaité chromatique parfois bienvenue.

MÉMOIRE DE SIGNE SIGNE DE MÉMOIRE

HISTOIRE DES SIGNES ET SYMBOLES LES PLUS ANCIENS

La ville naît avec la sédentarisation des hommes. Pour se développer et signifier les choses, l'homme dût recourir aux signes. Les traces d'autrefois n'ont rien à voir avec celles que nous connaissons aujourd'hui.
L'âge avancé des signes leur apporte de la valeur.

La civilisation sumérienne s'est développpé grâce à la récolte l'epeautre, céréale poussant autour des berges du Tigre et de l'Euphrate. Le fait de stocker les récoltes d'une année à l'autre a progressivement poussé les Sumériens à se sédentariser puis petit à petit à former des villages puis des villes. [-IV millénaire avant J.C.]

L'écriture apparaît 3500 ans avant J.C en mésopotamie, puis vers 3300 avant J.C en Égypte. Les hommes ont commencé à transcrire des titres, des noms propres puis des langages. Le développpement des villes a apporté l'application de cet façon de signifier les choses. La présence de son interlocuteur n'est plus nécessaire pour faire passer une informations. Les trois catégories de signes[institutionnel, mercantile, sauvage] existent depuis plusieurs millénaires.

Ces signes ont une grande importance archéologique : ils font partie,
avec les textes épigraphiques, des témoignages écrits non littéraires, populaires, et révèlent des aspects inconnus des sociétés qui les ont produits. Dans l'antiquité ces signes pouvaient être aussi bien des annonces électorales, des messages de supporters à certains athlètes [sportifs ou gladiateurs], des messages à contenu politique, religieux, érotique ou personnel.

On peut encore lire des inscriptions vieilles de deux millénaires à Pompeï car c'est l'un des rares sites qui soit suffisamment bien conservé. Ces signes sont généralement rédigés en latin vulgaire et apportent de nombreuses informations aux linguistes comme le niveau d'alphabétisation des populations. Du fait même de la présence de ces fautes, ces textes fournissent aussi des indices sur la manière dont le latin était prononcé. Dans la cité d'Éphèse, on trouvait des inscriptions publicitaires, indiquant de manière graphique à combien de pas et pour combien d'argent on pouvait trouver des prostituées. On connaît de nombreux autres exemples anciens : inscriptions maga à Tikal [Guatemala], vikings en Irlande, runes varègues en Turquie.
On trouve souvent des traces gravées, parfois très anciennes, dans des endroits abrités de la lumière, de l'humidité tels que les catacombes, les vides de carrières [les inscriptions des premiers chrétiens, dans les catacombes romaines, sont une importante source d'informations pour les historiens].

L'auteur d'inscriptions transforme son support en un véritable pan de mémoire : mémoire collective, mémoire des événements, mémoire individuelle.

Alvarez Alexandre, *École Supèrieure d'Art de Cambrai*, 2008

LA VILLE, SUITE DE SIGNES EN ÉVOLUTION

En 2008, l'ONU a annoncé que plus de 50% de la population mondiale habite dans une ville. Cette urbanisation marque et bouleverse le paysage et souligne plus que jamais l'importance des relations entre l'homme, la ville et ses signes.

La ville évolue sous l'impulsion de l'homme, à la fois acteur et témoin de ces profondes transformations. *Georges Perec* (9) explique: " Je suis un homme des villes; je suis né, j'ai grandi, et j'ai vécu dans des villes. Mes habitudes, mes rythmes et mon vocabulaire sont des habitudes, des rythmes et un vocabulaire d'homme des villes. La ville m'appartient ".

Le graphisme des villes d'aujourd'hui est fondé sur une suite d'évolutions, de révolutions, de reconsidérations. Les différents types de graphisme connaissent des durées de vie différentes.Leurs apparitions et disparitions marquent des périodes qui ont modelé le visage des villes. Il est facile de se rendre compte combien l'urbain a évolué, combien le graphisme en général s'est modernisé.

Le signe fait mémoire selon son âge, et les plus insignifiants d'entre eux, à supposer qu'ils soient retrouvés intactes dans plusieurs siècles, peuvent prendre des valeurs inestimables. Dans l'espace public d'aujourd'hui, chaque signe a une durée de vie, qui selon sa catégorie [institutionnel, mercantile, sauvage] varie entre quelques heures et quelques décennies. Le graphisme fonctionel dispose de la durée de vie la plus importante. Son évolution est lente. Pour exemple le graphisme des plaques des rues parisiennes bleues et vertes, date de 1847 (10).Les changements politiques ou économiques sont souvent moteur de son renouvellement,
[renouvellement des chartes graphiques des services publics: La Poste, Sncf...]
Bien que sa durée de vie varie, il est en générale le graphisme le plus pérènne.

L'affiche publicitaire a une présence temporaire dans la ville. Principalement parce que les emplacements sont chers et sont donc rapidement renouvellés, mais aussi parce que les techniques de fabrications ne permettent pas une bonne tenue dans le temps. Une affiche doit être rapidement remplacée car les impressions perdent leurs couleurs et risquent de renvoyer un aspect dépreciatif pour la marque. Les signes mercantiles fixes sont les enseignes, les frontons et les drapeaux des magasins. Cependant ces signes sont rapidement remplacés car une enseigne démodée n'attire pas la clientèle. Toujours obligé de progresser plus rapidement le graphisme mercantile se renouvelle tellement qu'il ne crée pas du souvenir mais de l'oubli...

Les signes sauvages sont pour la plupart effacés quelques jours après avoir été apposés. Certains connaissent une existence de quelques heures voire quelques minutes. Pourtant c'est dans cette catégorie qu'apparaissent des cas particuliers.
Selon l'endroit d'apposition, certains ne sont pas pris en compte par la législation et vont vivre pendant plusieurs années, s'effacant petit à petit. C'est le cas d'inscriptions sur les hauteurs des bâtiments parisiens. La loi ne prévoit pas le nettoyage des signes au dessus de 4 mètres. Ce vide juridique a su être exploité par des street-artistes comme *1984*, *Var85*, *Horfé*... (11)
Mais en s'inspirant du mercantile, le sauvage [et particulièrement les mres du type : "graffiti New-Yorkais"] opte souvent pour la technique du matraquage et se pratique de manière quasiment industrielle.

C'est dans "L'Œuvre d'art à l'époque de sa réproductibilité technique" que *Walter Benjamin* (12) publie ses premiers textes sur l'aura. Selon lui chaque objet d'art possède une aura propre du fait de son unicité. Il voit dans le fait de reproduire une œuvre, un caractère dépréciatif et une perte de cette aura.
Le graphisme urbain moderne souffre cruellement de cette perte d'aura dont parle *Benjamin*. Reproduis à outrance, les signes que génère une ville sont voués à disparaître très rapidement, à se recouvrir machinalement.

Comment garder un fragment de l'ensemble de ces inscriptions à un moment précis?
Comment recueillir avec exactitude et rendre compte de cette apparence que va revêtir la ville grâce à ses signes ?

TOPOGRAPHIE

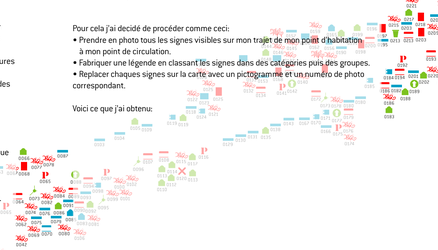
On appelle carte la figuration partielle ou complète d'un espace. Le fonctionnement d'une carte géographique est lié à l'utilisation de représentations graphiques pour situer la position d'éléments.

En me servant de ma succinte définition des types de graphisme urbain, j'ai decidé de leur donner une représentation graphique puis de les répartir dans l'espace. Je me suis basé sur un de mes parcours. J'ai choisi pour cela un parcours entre un lieu d'habitation et un lieu de circulation. J'ai estimé que ce sont les parcours que je repète le plus souvent...Je suis originaire de la banlieue parisienne mais il m'a été donné cette année de résider dans le 20ème arrondissement parisien.

A chacun de mes deplacements, je me dirigeais vers la station de métro Ménilmontant en empruntant la rue de la Bidassoa et la rue de Ménilmontant. J'ai choisi ce parcours pour sa faire un relevé de signes de toutes natures confondues, et en fabriquer une carte. Je n'ai pas écarté la rapide analyse de l'endroit que j'ai choisi. Il s'agit zd'un quartier populaire du nord de Paris. La rue de Ménilmontant est aussi une artère commerciale. La population est de 31 538 hab/km² dans le 20ème arrondissement (chiffre INSEE 2006).

Pour cela j'ai decidé de procéder comme ceci:
- Prendre en photo tous les signes visibles sur mon trajet de mon point d'habitation à mon point de circulation.
- Fabriquer une légende en classant les signes dans des catégories puis des groupes.
- Replacer chaques signes sur la carte avec un pictogramme et un numéro de photo correspondant.

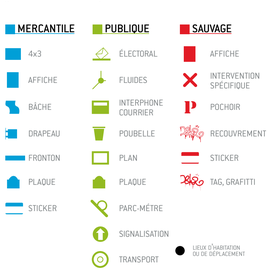
Voici ce que j'ai obtenu:



LÉGENDE

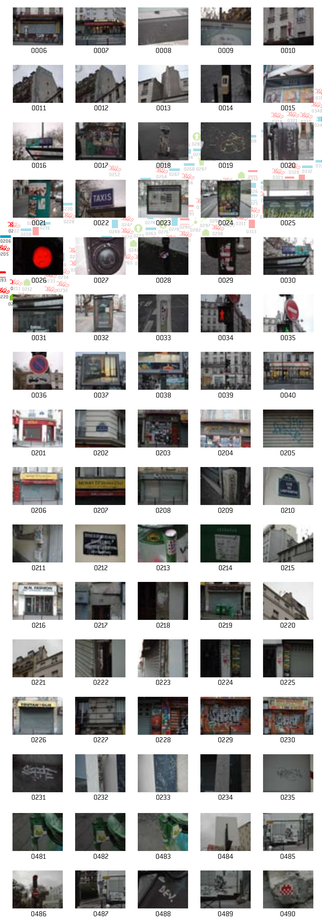
Je n'ai pas décidé de fabriquer une légende complète pour tout type de signes dans la ville. Je voulais avant tout que cette légende couvre les besoins propre à mon parcours. Je me suis largement inspiré des codes couleurs, et des modes de représentation des cartes actuelles.

La catégorie regroupant le plus de cas particulier est le fonctionnel.
Je me suis efforcé de rassembler et résumer au maximum ses éléments.
Certains cas appartiennent aussi à plusieurs catégories en même temps, c'est le cas du marketing sauvage, j'ai donc du faire des choix selon ce que j'estime être le plus juste [ainsi le marketing sauvage apartient aux signes sauvages et non aux mercantiles].



Échantillon

Tiré de ma collecte photographique.



Nombreux sont ceux qui se sont appliqués à réunir et à collecter des informations sur un sujet précis, *Brassaï* pour les graffiti, *Atget* pour l'architecture...
La photographie devient un moyen moderne de conservation.
Elle permet d'expliquer, de montrer. Le sujet, lui, va irrémédiablement disparaître.

La motivation première de ce relevé est la conservation des signes d'un trajet à un temps précis. À peine avais-je effectué mon relevé que certains avaient déjà changé. La villes m'a donné l'exemple concret de son évolution constante.
Et depuis mon relevé je ne peux plus m'empêcher de constater les changements.
Je me questionne sur la valeur de ce relevé lorsque plusieurs années se seront écoulées.

CONCLUSION

L'abondance des signes et la densité d'habitation me semblent être des facteurs évidemment liés. Plus nous sommes nombreux plus les besoins sont grands, et plus le nombre d'auteurs augmente.

Il existe entre chaque catégories de nombreuses interconnexions.
Les uns financent les autres (mercantile fonctionnel)
Les uns s'accaparent les autres (mercantile sauvage)
Les uns détruisent les autres (sauvage mercantile)
Au fur et à mesure les catégories se mélangent, laissant le passant curieux essayer de comprendre la nature des nouveaux signes.

En évoquant la pérennité du signe j'ai parlé de sa naissance et implicitement de sa mort. *Adolf Loos*, explique dans crime et ornementation :
"L'évolution de la culture est synonyme de suppression de l'ornement sur l'objet usuel.
(...) Bientôt, les rues de la ville aborderont avec fierté des murs tout blancs !
Comme Sion, la ville sainte, la capitale du ciel ! Et la félicité régnera."
Bien que je ne sois pas réellement en accord avec cette réflexion datant de 1908 je m'interroge sur ma propre vision des villes.

Mieux comprendre le graphisme urbain m'a permis de m'intéresser à sa disparition. L'urbanité aborde différentes esthétiques, mais celle qui m'interesse aujourd'hui est l'esthétique de la disparition.

BIBLIOGRAPHIE

[1] Anatole France, "Le jardin d'Epicure"
[2] Edition du Larousse illustré 2005
[3] Roland Barthes, "L'empire des signes", éditions du Seuil 2005, p52-53
[4] D'après le magazine "Challenges", Juillet 2007
[5] d'après le "Federal Election Commission, Center for Responsive Politics"
[6] Edwards Bernays, "Propagande" 1928
[7] Naomi Klein, "No logo", Éditions Alfred A.Knopf
[8] Jean Baudrillard, "L'échange symbolique ou la mort" , les mémoires de Kool Killer
[9] Georges Perec, "Espèces d'espaces", Paris, Galilée, 1974/2000, p. 136.
[10] d'après Ruavista.com
[11] Emission" Tracks" du 04/08, sur Arté
[12] Walter Benjamin, "l'oeuvre d'art à l'heure de sa reproductibilité technique"

Brassaï, "Graffiti" 1960
Adrian Frutiger, "des signes et des hommes"
Banksy, "wall and pieces, édition Century", 2006
"Nemo, par Pennac", édition Hoëbeke
Paul Virilio, "Esthétique de la disparition", édition Galilé, 1989
Alain Clément et Gilles Thomas, "Atlas du Paris souterrain", édition Parigramme 2001
Adolf Loos, "l'ornementation est un crime", 1908

HorsLesMurs, centre national de ressources des arts de la rue et des arts de la piste
http://www.horslesmurs.fr
http://Woostercollective.com