Expo: Keith Haring



Il était une fois un peintre qui ne voulait pas grandir. Il avait gardé à l’esprit le souvenir des caractères de la bande dessinée, des couleurs des dessins animés et de l’esprit révolutionnaire des graphitistes. Ainsi, après un passage par une école de graphisme commercial puis l'école des Arts visuels de New York, il s’éloigne du monde élitiste des galeries et devient avant tout connu dans le métro pour ses dessins rapides réalisés sur des espaces de publicité vides. Ce n’est qu’ensuite que le monde de l’art lui apportera sa reconnaissance. Keith Haring, l’enfant du Pop qui croyait pouvoir avoir 12 ans toute sa vie et qui est mort à l’âge de 32 ans en 1990, aurait fêté son 50e anniversaire cette année.

Le Musée Ludwig met en avant l’iconographie spécifique de Haring dans une exposition qui ne retrace pourtant que dix ans de sa carrière. Son langage se compose de motifs emblématiques où se mêlent l’univers des dessins animés, le visuel des publicités et des effets propres aux arts archaïques. Ses icônes, comme le bébé radiant, symbolisant la créativité et l’innocence humaine, sont devenus célèbres voire banalisés dans le monde entier. Haring disait de ses images qu’il suffisait «de les faire exister, de les répéter et de les développer pour que leur signification devienne chaque fois plus claire». D’une part les signes et motifs simples répétés par Haring gagnent en signification plus complexe et permettent de faire passer des messages explosifs quand ils se trouvent dans des situations

complètement étranges. C’est le cas par exemple lorsque Mickey Mouse admire une peinture rayée : il se transforme immédiatement en un symbole de la société de consommation, tout comme le chien aboyant divinisé par le public. D’autre part ses messages politiques, sur la chute de la religion, la violence, le SIDA ou la misère en Afrique restent faciles à "digérer" dans une interprétation naïve et spontanée.

Haring doit aussi sa popularité à l’utilisation de médias jamais utilisés avant lui dans l’art. Ainsi en 1986 le mur de Berlin lui a servi de toile de fond pour une chaîne humaine pacifique. A Times Square il s’est exprimé contre la société de consommation en utilisant un panneau lumineux digital puis, pour la même raison, il a décoré lui-même le magasin vendant des produits dérivés de ses emblèmes, le POP shop. Les possibilités du Musée Ludwig sont assez restreintes pour démontrer la richesse de ce mode d’expression. Ainsi présente-t-il majoritairement des peintures et dessins de très grands formats à l’encre de chine provenant du Estate of Keith Haring de New York. Cependant l’exposition recèle aussi un autel très original de Haring, propriété du Musée Ludwig.

Le musée propose autour de cette exposition une programmation familiale très riche, restant fidèle à l’artiste qui adorait les enfants. Le Ludwig organise ainsi des journées de découvertes en famille le samedi, et chaque jour les petits visiteurs peuvent eux-mêmes composer des images de Keith Haring sur ordinateur, colorier des dessins ou compléter un test sur l’artiste (également en français).

Keith Haring

Jusqu’au 16 novembre

Musée Ludwig

(1 Komor Marcel utca, 9e arrt.)

- Catégorie
Agenda Culturel