

Coup de vieux  
pour la onda  
nuevaMort du créateur du genre  
musical, le Vénézuélien  
Aldemaro Romero, à 79 ans.

Il y a quelques années, le marché du vinyle collector s'est brusquement emballé pour tout ce qui portait les étiquettes «onda nueva» ou Aldemaro Romero. Pour un 33 tours en bon état, il fallait déboursier, sur le site d'enchères eBay, pas moins de 500 dollars. Créée au milieu des années 60, la onda nueva, traduction littérale en espagnol de bossa-nova, «nouvelle vague», consistait en un mélange de chœurs exubérants qui tchabadabadaient, d'envoies de cordes et des syncopes du joropo vénézuélien (rythme en 5/8). Cette musique insouciant, qui collait parfaitement aux vaches grasses que connaissait le Venezuela grâce aux pétrodollars, s'exportera en Amérique latine mais jamais aux États-Unis, comme son modèle brésilien, malgré deux albums très réussis pour CBS, confiés à Teo Macero, producteur de Miles Davis. Dépit, Aldemaro Romero, qui perdra en outre beaucoup d'argent en montant de pharaoniques festivals d'onda nueva à Caracas dans les années 70, se repliera vers la musique symphonique. Il s'est éteint le 15 septembre à Caracas, à 79 ans. ◀

FRANÇOIS-XAVIER GOMEZ

Art urbain. Le graffeur expose les clichés de ses créations éphémères à Paris.

## Zevs, de la bombe de militant

Zevs exposé à la Fnac Forum et Fnac  
Montparnasse jusqu'au 13 octobre.  
Et le documentaire «Zevs» de  
Christophe Caubel, sur France 2  
le 23 octobre.  
Rens.: www.premiere-heure.fr

Lorsque les lumières de la ville s'allument, Zevs descend parmi les hommes et pose son empreinte, rompant la monotonie de l'espace urbain. La ville est sa toile de fond, sa palette, son terrain de jeu. Flasher d'ombres, il capture les silhouettes mouvantes des feux tricolores, des bancs publics, des parcmètres en les entourant d'un trait blanc de peinture routière. Détournant la signalisation, il introduit sur le bitume «d'autres signes que ceux indiquant la marche à suivre». A New York, il enveloppe un SDF qui dort sur la chaussée la nuit et disparaît le jour, laissant la trace persistante de son passage. Aujourd'hui ces peintures éphémères ont quasi toutes disparues du trottoir de Paris. Seules quelques photos subsistent, exposées en ce moment à la Fnac Montparnasse.

**Corps à corps.** Lorsque Zevs commence à faire du graf à l'âge de 12 ans, Paris fleurit sous les bombes et lui aussi se met à taguer frénétiquement son nom sur les murs - pseudo inspiré par un corps à corps avec un RER banlieusard, nom de code «Zevs», qui aurait pu lui être fatal. Zevs peine à

Zevs, au grand jour,  
camouflé dans  
une combinaison  
d'agent municipal.

trouver sa place dans cette saturation visuelle. Il s'invente un logo, un nuage zébré d'un éclair qu'il accroche bien au-dessus de tous les autres. A la fin des années 90, Tiberi maire de Paris, lâche ses blindés pour nettoyer la ville. Zevs observe cette grande opération de blanchissement et se lance dans le graffiti propre

sur murs souillés, armé d'un Kärcher, souvent au grand jour, vêtu d'une combinaison jaune d'agent municipal, fondu dans le décor. À Wuppertal en Allemagne, il imprime ses graffitis inversés dans la crasse: «Jene dois pas salir les murs de ma ville», telle une punition d'écolier. Ses messages furtifs se font de

plus en plus discrets jusqu'à devenir invisibles. Esquissés avec une peinture spéciale (utilisée par les policiers pour marquer les individus dans les manifestations), son nuage ne se révèle désormais plus qu'à la lumière noire, des zébrures fluo l'éclairant les murs lorsque les lampadaires s'allument, révélant les cicatrices de la ville.

**Grand sourire.** Au printemps, une péniche voguant plein phares vers Notre-Dame dévoile un imposant graffiti sur un large pan de mur: «The real style is invisible», qui disparaît aussitôt dans le sillage du bateau, échappant à la vigilance des services de nettoyage. Ses attentats à la bombe, il les perpète aussi contre les grandes affiches publicitaires, icônes mercantiles qui monopolisent les façades et l'attention avec leur grand sourire en 4 par 3. Zevs tue les modèles, leur collant un trou sanguinolent entre les deux yeux, criblant leurs T-shirts immaculés, lacérant au cutter leur silhouette parfaite. «Ce n'est pas une démarche antipub, précise le caméléon, je voulais simplement opérer un retournement, comme dans l'aikido, faire tomber l'adversaire avec un tout petit mouvement.» Plutôt que de détruire l'image, il en perturbe la lecture, annihile le message commercial empêchant l'identification. «Ils m'imposent leurs images, je leur impose ma manière de les voir», explique l'auteur.

A Berlin, Alexander Platz, armé d'un scalpel, il escalade la façade d'un hôtel et découpe la

provocante Lavazza Girl de 17 mètres de haut. Sur l'affiche évidée, il inscrit en lettres rouges, «visual kidnapping, pay now» et exige un rançon de 500 000 euros, budget moyen d'une campagne de pub. Il envoie à la direction de Lavazza à Turin un doigt coupé, pour montrer qu'il ne plaisante pas. Pendant trois ans, il détient l'otage ligotée dans les catacombes parisiennes et menace de l'exécuter. L'affaire, retracée dans un film diffusé en ce moment à la galerie de la Fnac Forum (1), culmine au Palais de Tokyo, dans un simulacre de remise de rançon par le pseudo directeur marketing de Lavazza et sous les huées du public qui pense assister à une opération de récupération et crie: «Vendu!»

**icône blonde.** A Berlin, son geste fait des émules et une vague de disparitions (2) consécutive se propage dans la ville, des groupuscules s'érigent contre la marchandisation de l'espace public. Alice, l'icône blonde du haut débit, est elle aussi victime d'un rapt spectaculaire, mais cette fois au jeu du chat et de la souris, ce sont les gens du marketing qui se sont montrés les plus réactifs. Dès le lendemain, devant la silhouette évidée, ce message de l'annonceur «Alice, déjà mobile». Difficile de lutter. ◀

MARIE LECHNER

(1) Une édition limitée du DVD du film *Visual Kidnapping* sort en octobre, www.sycamorefilms.com  
(2) www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,43104300.html#Zevs

## CADEAU ABONNES

Découvrez le nouvel album  
de Devendra Banhart

100 CD à gagner. Pour participer, renvoyez ce coupon à:  
Libération abonné /  
Devendra Banhart  
B590 - 60732  
Sainte-Geneviève Cedex.  
Expédition sous un mois.  
Rens.: 03 44 62 52 08  
ou sceaabo@liberation.fr

N° abonné | | | | | | | | | |

Nom/prénom

Adresse

Ville

CP4 | | | | | |

Mail

Date de naissance | | | | | | | | | |

Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et de suppression de ces informations (art. 27 de la loi informatique et libertés).  
Les informations recueillies sont destinées exclusivement à Libération et à ses partenaires commerciaux sauf opposition de votre part en cochant cette case ☐



Libération