

Premier rang

feuille d'information # 17

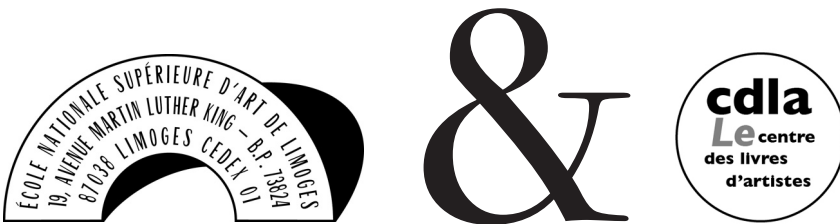
Février / Mars 2020

Construit conjointement par l'Ecole nationale supérieure d'art de Limoges et le Centre des livres d'artistes.

«Premier Rang» est un dispositif d'exposition installé depuis janvier 2018 dans l'amphithéâtre de l'Ensa.

Commissariat des expositions pour l'année 2019-2020 : Louis Zerathe

Partenaires institutionnels du projet : Direction régionale des affaires culturelles de Nouvelle Aquitaine ; Région Nouvelle Aquitaine.



La conquête de l'espace

14 Février 2020 - 13 Mars 2020

John Baldessari, Erick Beltran, Philippe Cazal, Claude Closky, Jean Degottex, Peter Downsbrough, Robert Filliou, Paul-Armand Gette, Guerilla Girls, David Horvitz, Joël Hubaut, Simon Johnston, Claude Rutault, Ben Vautier

Unsigned, de Simon Johnston est un livre composé d'une quarantaine de pages. Celles de droites présentent des photographies en noir et blanc de panneaux publicitaires vides, dans l'attente. Les pages de gauche présentent des cartouches de légendes vides, dans l'attente. La communication a failli et ces espaces habituellement vecteurs d'informations perdent ce qui les caractérise pour devenir des formes comme privées de leur fond. Cet effacement de l'information vient ouvrir cette exposition et introduire les différentes affiches qui s'y trouvent. En effet, la lecture du livre de Simon Johnston permet d'imaginer un espace public à reconquérir, entièrement libéré et cédant ainsi la place aux affiches présentes dans les vitrines qu'il précède.

Nous pourrions évoquer, en parlant d'affiches, la publicité. Nous choisirons de parler plutôt de publication. Ces deux termes se répondent, tout d'abord dans leur homonymie partielle, avec la présence du mot «public» compris dans l'une et l'autre. Les suffixes, «ité» et «ation», venant différencier ces deux termes : «ation» est un suffixe qui vient dévoiler l'idée d'une fin, et «ité» est un suffixe de fonction, il propose l'idée d'un moyen.

C'est ce qui fait toute la différence entre ces affiches et celles publicitaires ou informatives que l'on croise quotidiennement : elles ne sont pas utilisées

par les artistes comme des moyens de transmettre une information qui leur serait extérieure, elles sont chacune une fin en soi. Leur mode d'apparition fait partie intégrante de l'œuvre et elles ne délivrent pas un savoir, elles ne transmettent rien d'extérieur à elles-mêmes.

Si l'on prend la *peinture-suicide n°4* de Claude Rutault, issue d'une série réalisée par l'artiste en 1987, on voit l'utilisation de l'affiche comme moyen d'existence de l'œuvre : «ce texte constitue la forme définitive». Il ne nous est pas transmis quelque chose d'autre que ce que l'on y voit. Par l'énonciation même de cet événement sur une affiche, ce dernier se met à exister et le rôle de ce rectangle de papier n'est plus alors de nous vanter les mérites de quelque chose qui lui serait autre mais bien de se tourner vers lui-même, d'exister en tant qu'affiche. L'affiche devient le support de l'œuvre, l'œuvre elle-même, tout en en proposant un système d'exposition.

C'est cette valeur d'exposition qui fait de l'affiche un médium dont les artistes s'emparent comme ils s'emparent d'ailleurs d'autres types de publications : un espace libre et qui circule, une œuvre qui évolue librement dans la rue et dont le support permet parallèlement une existence dans des cadres de monstration plus classiques. Ainsi l'affiche permet de faire exister la pièce et dans cette existence réside ses possibilités d'exposition, cette dernière n'arrivant pas postérieurement à l'œuvre comme cela est d'habitude le cas mais faisant totalement partie d'elle.

Chez Claude Closky ou chez Jean Degottex les œuvres font appel à différentes facettes de l'histoire de l'affichage public. D'un côté nous avons des slogans publicitaires détournés et de l'autre des affiches créées au cours des événements de mai 68.

Les deux révèlent leur part de militantisme tout d'abord dans leur existence même en tant qu'objets affichés : elles diffusent un message à portée politique, puisque public. Même si l'une le fait par un détour humoristique (Claude Closky, imprimée et éditée par Alain Buyse), on voit que toutes font appel aux codes historiques de l'affiche : phrases simples, sous forme de slogans, le texte prend le devant sur le reste et les formes séductrices nous invitent à le lire d'abord, puis à analyser l'image qu'il produit uniquement dans un second temps. Le langage dispensé par ses affiches devenant militant également dans le fait qu'il ne communique pas d'information précise.

Lorsque l'œil s'attarde sur *Learn to desire*, affiche réalisée par John Baldessari, éditée et imprimée par Alain Buyse, l'habitude des slogans publicitaires revient en mémoire mais celui-ci propose un apprentissage du désir, comme une forme de liberté personnelle qui viendrait à l'encontre de ce que l'affichage public tend à nous proposer par ailleurs. Les codes simples : la phrase courte et des couleurs primaires, viennent souligner le caractère faussement publicitaire de cette affiche et la lecture du texte déjoue nos a priori visuels sur le statut de cet objet.

La phrase n'est plus seulement utile, elle ne dispense pas de savoir, elle vient proposer des interprétations. Ainsi l'espace public, d'habitude réservé à des formes de communications utilitaires, se voit enrichi de phrases et de mots libres, improductifs, et inutiles.

L.Z, Février 2020

I - <https://www.centredelagravure.be/fr/exhibitions/264-les-affiches-art>



à suivre

