



HAL
open science

Pratiques plastiques contemporaines dans l'espace public urbain : pour quelles publicités ?

Karine Pinel

► To cite this version:

Karine Pinel. Pratiques plastiques contemporaines dans l'espace public urbain : pour quelles publicités ?. Séminaire "La relation entre l'art et la ville", Plan Académique de Formation, Montpellier, 26 janvier 2018, 2018, Montpellier, France. hal-02133100v1

HAL Id: hal-02133100

<https://hal.science/hal-02133100v1>

Submitted on 17 May 2019 (v1), last revised 15 Jul 2019 (v2)

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives | 4.0 International License

Pratiques plastiques contemporaines dans l'espace public urbain : pour quelles publicités ?

< **Karine Pinel** >

*RIRRA 21 (EA4209),
Programme « Pratiques plastiques contemporaines et contre-culture »
Université Montpellier III Paul Valéry
Route de Mende, 34199 Montpellier cedex 5
karine.pinel@univ-montp3.fr*

< **RESUME** >

Quelles relations les œuvres entretiennent-elles avec l'espace de la cité ? Servent-elles des intérêts et lesquels ? A travers l'analyse contextuelle et plastique de « Women are heroes » de JR, « Art less pollution » d'Alexandre Orion et d'un des spectacles lumières des Anooki de Moetu Battle et David Passegand, il est question de s'interroger sur ce que publient ces œuvres dans la ville et sur les enjeux d'un tel processus.

< **ABSTRACT** >

What relations do the works maintain with the space of the city? Do they serve interests and which? Through the contextual and plastic analysis of « Women are heroes » of JR, « Art less pollution » of Alexandre Orion and one of the Anooki shows lights of Moetu Battle et David Passegand, it is about wonder about what publish these works in the city and on the stakes in such a process.

< **MOTS-CLES** >

Art, espace public, publicité, cité, art politique.

< **KEYWORDS** >

Art, public place, publicity, city, political art.

1. Introduction

Mon propos est d'interroger l'enjeu des valeurs et du sens que véhiculent (publient) les œuvres dans la ville. Il s'inscrit dans le débat concernant la relations entre art et politique. J'ai utilisé le concept de publicité au sens ou précisément Jürgen Habermas l'entend, lui-même s'appuyant sur la conception qu'en avait Emmanuel Kant¹. Pour ce dernier la publicité consiste en un processus politique régulateur, une expression publique d'avis contraires aux avis dominants dans le respect néanmoins de l'ordre établi. C'est la mise sur la place publique d'un jugement politique sachant que cette publication entraîne la responsabilité de l'auteur vis-à-vis de son propos et par voie de conséquence l'obligation pour l'auteur de l'étayer et de l'argumenter. C'est dans le sens d'une liberté de la critique que Kant envisageait le concept de publicité : cette liberté de la critique était pour lui garante de la raison et de l'autonomie de jugement. Il érigeait l'usage public de la raison comme « droit sacré de l'humanité ».

Suivant l'héritage kantien, Habermas place ce concept au centre de sa pensée, mais il ne peut être évoqué sans un autre concept, celui d'espace public, et sans un processus, celui de la démocratie délibérative. Habermas considère l'espace public comme un lieu de démocratie délibérative, c'est-à-dire un lieu de discussion où s'identifient et se définissent les problèmes sociaux (chômage, pauvreté...), qui permet par le biais de relais (médias, partis politiques) la remontée de ces problèmes sociaux auprès des pouvoirs publics afin qu'ils agissent pour les traiter conformément à leurs missions.

Pour Habermas comme pour d'autres penseurs, en particulier de l'Ecole de Francfort, la vision rationnelle du monde s'est écroulée avec le nazisme au profit d'autres types de visions : l'une irrationnelle, l'autre rationnelle mais instrumentale qui s'appuie sur les valeurs d'efficacité, d'utilité et de réussite et est à l'œuvre dans tous les domaines et en particulier en sciences et en économie mais également dans la gestion technocratique de la société repoussant les facteurs humains et sociaux

¹ Principalement développé dans l'opuscule « Qu'est-ce que les Lumières? » ainsi que dans le « Conflit des facultés ».

au profit des données techniques. Comme les autres membres de l'École de Francfort Habermas souhaite maintenir une vision rationnelle du monde et pour cela positionne une éthique de la discussion rationnelle, morale et universelle. Pour Habermas le concept de publicité s'entend comme le processus de diffusion des informations et des sujets de débats par le biais de différents médias. C'est un processus qui est un relai pour faire remonter les problèmes et par conséquent un processus critique et politique intimement lié à la discussion. En d'autres termes la publicité est un processus qui accompagne, supporte, relaie et légitime la démocratie délibérative. Cette publicité publique et critique s'oppose à la publicité des mass media qui est au service d'intérêts marchands et économiques. Le concept de publicité au sens ou l'entend Habermas permet de comprendre la nature du rapport qu'entretiennent les formes des œuvres avec l'espace public.

L'art qui prend sa forme dans l'espace public est-il politique ? Est-il un des media de la publicité critique ? En d'autres termes a-t-il la possibilité de mettre à jour des problèmes sociaux, de susciter la discussion autour de ces problèmes, d'accompagner cette discussion, de la relayer et de la légitimer pour que soient générées des actions communes visant à traiter ces problèmes ? En a-t-il l'idée, la possibilité, la prétention, ou même le pouvoir ? Dans la négative quel est l'enjeu de son insertion dans l'espace public ? C'est ce que je vais tenter de débusquer à travers l'analyse contextuelle et plastique de trois œuvres : une série de photographies tirées sur bâches réalisée par JR intitulée « Women are heroes » et installée dans le Bidonville de Kibera à Nairobi (Kenya) en 2009, un dessin par enlèvement de dépôt de pollution intitulé « Art less pollution » réalisé par Alexandre Orion dans un tunnel autoroutier de Sao Paulo au Brésil en 2006 et un des spectacles lumières des Anooki de Moetu Battle et David Passegand projeté au « festival of lights » de Dubaï en 2014.

1. « Women are heroes » de JR, photographies tirées sur bâches installées dans le Bidonville de Kibera à Nairobi (Kenya) en 2009.

JR est un artiste français né en 1983. Le projet « Women Are Heroes » en Afrique se déroule en plusieurs étapes et dans plusieurs pays (au Kenya, en Sierra Leone, au Liberia et au Soudan). J'analyse en particulier ce qui a été fait dans le bidonville de Kibera à Nairobi.

En janvier 2009 dans le bidonville de Kibera, l'un des plus grands d'Afrique, JR pose 2000 m² de toile sur les toits de plusieurs maisons pour les protéger des pluies. Ces toiles constituent des supports pour des portraits photographiques à grande échelle de certaines habitantes. Les wagons du train qui traverse le bidonville comportent également des regards de femmes qui vont, lors du déplacement du train, se superposer à des bas de visages posés sur le talus de la ligne de chemin de fer. Tous les ans depuis 2010, une équipe retourne à Kibera pour assurer la continuité du projet et couvrir plus de toits pour la communauté. En juillet 2013, 4000 mètres carrés de bâches supplémentaires ont été placés. La démarche que l'artiste a initiée et concrétisée est faite sans aucune autre autorisation que celle de la communauté et est entièrement financée par la vente d'œuvres d'art.

Cette œuvre met-elle à jour des problèmes sociaux et lesquels ? Suscite-elle la discussion et de la part de qui ? Dans l'affirmative l'accompagne-t-elle et de quelle façon ? Permet-elle l'action commune ? L'œuvre de JR se propose à la vue de différentes façons. Deux en particulier sont intéressantes à détailler afin de répondre à ces questions. La première est la vue que l'on peut avoir lorsque l'on se déplace à pied dans le village. Elle s'adresse en particulier aux habitants du bidonville. La seconde est la vue aérienne qui ne peut être vue qu'à travers les reproductions faites de l'œuvre.

1.1. Un point de vue voisin.

Au sein du bidonville les gens ne sont rien parce qu'ils n'ont que très difficilement le droit à la parole. Mais il existe des êtres dans les bidonvilles qui sont encore moins que rien et qui ont encore moins droit au chapitre : ce sont les femmes.

En exposant des visages de femmes à échelle monumentale JR soulève la question de leurs conditions. En exposant le visage de certaines habitantes du bidonville à échelle monumentale, il bouleverse de façon symbolique leurs statuts au sein de leur communauté : cette visibilité publique leur octroie une identité. En montrant des visages de femmes du lieu où il expose, JR non seulement renoue avec une identité humaine

dans un lieu paraissant anonyme, mais en plus il localise l'œuvre : c'est le visage de la voisine ou de la cousine. L'œuvre rend visible au lieu sa propre mémoire, aux habitants les visages d'autres habitants proches d'eux et de leurs vies. Et cela ne manque pas de faire discussion au sein des habitants du bidonville : le film fait par JR témoigne parfaitement de certains points de vues en l'occurrence ceux des hommes du bidonville qui lui reprochent de ne pas les avoir photographiés eux mais d'avoir préféré les femmes qui n'ont aucun intérêt, voire qui ne le méritent pas.

A travers ces réactions on comprend que l'œuvre permet aux habitants d'avoir l'expérience de l'autre, l'autre alter ego, l'autre avec ses différences même si cela se fait dans le mécontentement.

1.2. Un point de vue aérien.

La vue aérienne n'est visible que par le biais de la diffusion de clichés photographiques par les mass media, internet, le site ou le film documentaire de JR et les publications artistiques. Elle permet au spectateur distant d'expérimenter également l'autre : l'habitant d'une ville construite dans des conditions particulières (misérables) mais qui possède exactement les mêmes caractéristiques que lui-même : sa qualité d'être humain.

JR ne montre pas la pauvreté matérielle, il montre la joie de vivre et la richesse humaine : les visages nous regardent en souriant, en riant, en grimaçant. Ces visages sont en très gros plans et ne sont pas entiers car ce qui veut être rendu visible par l'artiste ce sont les expressions de visage tels des portraits génériques qui seraient le paradigme de l'humanité. Les couleurs noir et blanc de la photographie confortent un tel parti pris. De même la légèreté induite par l'animation ludique avec le train confirme la volonté de l'artiste de s'écarter de tout misérabilisme. Pour autant l'œuvre soulève la question des bidonvilles dans le monde et des conditions dans lesquelles sont contraints de vivre certaines personnes ainsi que du respect de leur humanité et en particulier de celle des femmes. Il s'agit de toucher la population occidentale mais également les acteurs politiques des Etats, en premier lieu ceux du Kenya.

L'œuvre de JR a donc bien été conçue en tant que forme politique mais a-t-elle eu un impact et de quel ordre ? Si l'œuvre a permis d'améliorer directement la protection de quelques habitations et qu'elle a fait partie des initiatives qui ont permis aux habitants de se fédérer pour améliorer leurs conditions de vie, l'œuvre seule n'a pas permis de mobiliser les pouvoirs publics ni de permettre l'accélération du traitement des différentes questions posées. L'œuvre elle-même ne peut seule rivaliser avec la puissance de la logique d'accumulation de richesse du système économique mondialisé qui se traduisait déjà un an avant l'intervention de JR (en 2008 à l'occasion de la « 4^e session de la conférence du Forum urbain mondial » qui se déroulait en Chine) par un soutien de la part de l'ONU-Habitat au Kenya pour transformer la ville de Nairobi en une métropole. Le partenariat d'organisation du forum Chine/Kenya révélait l'enjeu économique pour le Kenya à enrayer le problème de la pauvreté urbaine de sa capitale. Aujourd'hui le gouvernement kényan, en partenariat avec ONU-Habitat, construit des immeubles pour y reloger les habitants du bidonville de Kibera même si l'exode rural continue de le grossir de 10 000 arrivants chaque année. Le Kenya est désormais présenté comme un modèle de l'Afrique émergente en raison de son boom économique et suscite les convoitises des investisseurs.

2. Alexandre Orion « Art less pollution », dessin par enlèvement de dépôt de pollution réalisé dans le tunnel autoroutier *Max Feffer* de Sao Paulo au Brésil en 2006.

La ville de Sao Paulo est victime d'une pollution débridée. Elle possède le plus grand parc automobile au monde. En 2000, dix-neuf millions de voitures étaient immatriculées dans l'Etat de São Paulo soit plus du tiers du parc national brésilien. Si elle a été l'une des premières villes au monde à avoir instauré le système du rodizio (en 1997) c'est-à-dire la non circulation des voitures au moins une journée par semaine, la ville subit la plaie de la pollution sans arriver véritablement à mettre en place un système de lutte efficace. Le Brésil est un des pays ayant le niveau d'urbanisation le plus fort au monde sachant que cette urbanisation ne profite pas à tous et exacerbe les inégalités sociales. Elle est liée à la modernisation du pays ce qui lui a permis de devenir un acteur économique au niveau mondial mais, dans un même temps, qui a participé à la paupérisation de la population. Les pauvres, réfugiés dans les favelas, subissent de plein fouet la pollution générée par

l'urbanisation galopante : pollution de l'air mais également pollution de l'eau. La Constitution brésilienne de 1988 impose aux pouvoirs publics et à la collectivité le devoir de défendre et préserver l'environnement pour les générations présentes et futures. Elle considère que la mise en œuvre de la procédure de l'action civile publique pour la protection de l'environnement fait partie des obligations de fonction du ministère public. Néanmoins le problème demeure : de nombreuses études montrent que la pollution dans ce pays tue trois fois plus que les accidents de la circulation.

2.1. 160 mètres de crânes .

C'est cette pollution que l'artiste brésilien Alexandre Orion dénonce ouvertement dans une grande partie de son travail et en particulier dans cette œuvre « Art less pollution » pour laquelle il a utilisé la technique que les graffeurs nomment le *Reverse graffiti*. C'est l'une des techniques les plus vieilles au monde qui consiste à dessiner en enlevant de la matière. En l'occurrence Orion a dessiné en enlevant le dépôt de pollution qui s'était fixé sur les parois métalliques du tunnel.

Il intervient pour la première fois à partir du 13 juillet 2006. Il y travaille une dizaine de nuits avant d'être contrôlé par la police à plusieurs reprises, sans être arrêté puisqu'il ne dégradait pas l'environnement urbain mais qu'au contraire il le nettoyait. La seule façon pour les pouvoirs publics de stopper Orion fut de nettoyer sa frise alors qu'elle atteignait 160m de long. Contrairement aux espérances de Orion, puisque là était son objectif, la ville se contenta de nettoyer uniquement la zone sur laquelle il était intervenu. Loin d'être découragé, il a renouvelé son intervention le 13 août 2006 en produisant 120 mètres supplémentaires que les services de la ville, accompagnés par la police et les responsables de la circulation routière, sont venus effacer en nettoyant le tunnel dans sa totalité. Au total 3500 crânes environ ont été dessinés. Suite à l'intervention de Orion, tous les tunnels de la ville ont été nettoyés mais la pollution les a noircis à nouveau en l'espace de quelques mois.

2.2. Interprétations et enjeux.

L'œuvre d'Orion a consisté en l'accumulation d'un seul motif, toujours le même, à la même échelle : un crâne. L'utilisation de moyens élémentaires proches du witting (écriture graffiti sur support mural) combinée à un signe graphique (le crâne) effectué dans une économie de temps et de moyens peut induire différentes interprétations.

Pour le conducteur de voiture, usager du tunnel, l'œuvre pourra signifier la mort, celle provoquée par un accident de la route ou par la pollution produite par les véhicules. L'œuvre accompagne l'automobiliste sur 160 m dans un déploiement adapté à sa mobilité : elle se structure dans une continuité plastique sur plusieurs mètres et se donne donc à voir dans le temps de la circulation. Elle devient un flux de têtes que l'automobiliste active par son déplacement comme s'il l'entraînait avec lui. Le tunnel, borgne, dépourvu d'éléments visuels perturbateurs, participe également à une focalisation obligatoire pour le conducteur.

Mais le crâne sera perçu par les pouvoirs publics d'une autre façon : il sera interprété comme symbole de révolte, de dissidence, d'anarchie, associé à l'acte de vandalisme qu'il faudra stopper et éradiquer en vue de préserver l'ordre public.

Un troisième type d'interprétation potentielle doit être également pris en compte, c'est celui du spectateur qui ne voit pas l'œuvre mais la reproduction qui en sera donnée dans les journaux télévisés (des journalistes viennent lors de la deuxième intervention), sur le réseau internet via le site de l'artiste ou d'autres sources. Pour ceux-là l'œuvre peut évoquer l'idée d'une mort collective.

Mais une observation plastique de l'œuvre peut nous permettre de faire émerger un quatrième point de vue sur l'œuvre, celui de l'artiste : le crâne n'est pas qu'un dessin schématique. Il est traité par ombres et lumières et se propose dans son volume. Il n'est donc pas qu'un signe littéral : il est un signe cultivé qui fait référence à la vanité, ce signe qui, dans l'esthétique classique, exprime la dimension éphémère de la vie. Orion a fait des études d'art et exploite cette référence très vraisemblablement selon un parti pris conscient. Dans cette mesure l'accumulation des crânes dans la configuration du lieu investi (le tunnel)

et l'ambiance lumineuse jaune donnée par les lampes à sodium basse pression, participent à la symbolisation du monde des enfers ou du purgatoire dont on ne ressortirait jamais, à la métaphore plastique d'une catacombe éclairée à la bougie.

L'œuvre d'Orion est politique parce qu'elle parle non seulement aux citoyens mais également aux pouvoirs publics, parce qu'elle s'adresse à une conscience collective. Elle raconte aux habitants de Sao Paulo une petite portion de leur histoire, celle d'une industrialisation débridée aux conséquences désastreuses. Mais ce qu'Orion souhaite donner à voir aux pouvoirs publics est autre chose. En dessinant une tête de mort, signe associé à la contestation et à la transgression, tout en procédant par enlèvement de matière, c'est-à-dire en agissant à l'opposé du vandalisme en nettoyant, il interroge les pouvoirs publics dans leurs missions vis à vis de l'intérêt général. Orion cherche à provoquer l'action des pouvoirs publics par son œuvre tout autant qu'à montrer leur échec, non seulement à réagir (pas d'arrestation possible car pas de vandalisme) mais aussi à identifier ce contre quoi ils doivent réagir : contre Orion qui ose dessiner des crânes ou contre la pollution qui fait des victimes tous les jours au Brésil ?

Mais en définitive là est certainement l'échec de l'œuvre : faire remonter les problèmes qu'elles soulève pour que s'ensuive des actions pour les régler. Ce que provoquera l'œuvre d'Orion est un simple nettoyage très vite recouvert par de nouvelles couches de pollution, nettoyage tout à fait polluant puisqu'évacué dans les égouts. L'œuvre d'Orion, même médiatisée, n'aura pas fait avancer la question de la pollution à Sao Paulo ou au Brésil, sinon tout à fait ponctuellement.

3. Spectacle lumière des Anooki créé par Moetu Battle et David Passegand et projeté au « festival of lights » de Dubaï en 2014.

Les Anooki, deux personnages créés en 2000 par deux designers lyonnais, Moetu Battle et David Passegand. Anook et Nooki, sont destinés au départ à assurer la promotion de leur bureau de création multimédia sur leur site Internet. Les deux designers affirment ne pas considérer Anook et Nooki en tant que produits marketing ou industriels mais comme des personnages susceptibles de transmettre des valeurs par le

biais de leurs caractères enjoués, enfantins, émotifs et sympathiques. Ils considèrent que leur création a pour mission de faire sourire les gens du monde entier et de les attendrir.

3.1. Des personnages sympathiques.

Les Anooki sont des personnages qui figurent l'enfance : ils jouent, ils tombent, ils rebondissent, ils dansent, ils rigolent, ils chahutent, ils jouent à cache-cache, ils chantent et font la fête. Les gammes chromatiques, les équilibres en terme de quantité de couleurs, la rupture de la forme géométrique par l'insertion du motif figuratif des deux personnages ne sont pas sans évoquer certains bonbons et leurs packagings qui apparaissent en France dans les années 1960 et 1970 : les bonbons Haribo, les Smarties ou encore les Bonitos qui ne sont autres que les premiers m&ms. Les Anooki ont donc à voir avec la gourmandise et le plaisir de la bouche. Ils convoquent le jeu du désir : le plaisir du jeu formel qui appelle le plaisir des yeux puis des papilles comme le faisaient les émissions télévisées qui passaient le mercredi au moment du goûter dans les années 70. Les aptitudes physiques et les caractéristiques morphologiques de Anook et Nooki – grosses têtes, bras et jambes très courts, bras plus long que les jambes, tronc du corps réduit au minimum – sont conçues pour véhiculer les émotions. C'est le visage qui est mis en valeur grâce à la capuche ronde dont on peut se demander si elle n'est pas une aura laïcisée.

La configuration graphique par aplats blancs sur couleurs acidulées s'affilie aux moyens utilisés en BD tels les principes des morphèmes graphiques développés par Rodolphe Töpffer au XIXe siècle. En jouant avec des motifs répétitifs reconnaissables cette configuration graphique évacue les éléments non indispensables à l'appréhension directe des émotions et tend à modéliser un langage universel au même titre que les pictogrammes. Ce langage visuel évacue le langage verbal ou plutôt donne la possibilité au langage verbal d'être non compréhensible afin que seule la musicalité vocale puisse être perceptible, ainsi l'émotion visuelle exprimée graphiquement est-elle amplifiée par complémentarité. Les actions corporelles des personnages dans le saut ou la danse participent de la même logique. Il est notable que Chapi chapo et la linea utilisent de tels principes alors qu'ils s'adressent aux enfants dans les années 70. Les

Anooki expriment ainsi tout à la fois des réactions singulières, des émotions universelles et figurent des savoir-être ludiques, festifs et joyeux comme l'étaient la plupart des personnages des dessins d'animations à la fin des années 70.

Il est très aisé de constater comment se réalise effectivement la sympathie revendiquée par les créateurs : les Anooki sont attachants par leurs physionomies, leurs aptitudes, leurs actions et parce qu'ils permettent d'échapper à la réalité selon un temps éphémère et facile d'accès. Dans le cadre du spectacle lumière projeté à Dubaï, le monde des Anooki participe à l'ennoblissement du temps nocturne par l'investissement optimiste et ludique de la nuit. Dans la logique établie par les concepteurs les Anooki n'exigent à priori pas de connaissances culturelles approfondies pour que soit apprécié le spectacle. Pourtant l'intégration de l'imagerie du jeu vidéo qui soutient le scénario n'est pas anodine. Elle se pose en paradigme de l'activité ludique. Elle fait référence au tout premier jeu de casse-briques qui porte le jeu dans sa dimension la plus essentielle : jouer pour jouer sans aucune autre motivation. Elle permet aux Anooki de s'amuser avec les façades des bâtiments sur lesquels le spectacle est projeté, par un jeu de déconstruction/reconstruction et de manipulations simulées de l'architecture réelle.

3.1. De la récupération

Le rôle de la fiction des Anooki est celui de divertir, de séduire toutes les classes sociales et les générations, de surprendre agréablement et joyeusement dans un temps festif. Mais ce temps festif est établi et contrôlé par les pouvoirs publics. Ce n'est pas un hasard si des villes telles que Dubaï, Sharjah ou Singapour, faisant partie des plus riches du monde et qui se sont structurées grâce au libéralisme économique alors qu'elles n'ont pas de schéma libéral en terme politique, se sont intéressées aux spectacles lumières des Anooki. Si l'intention des designers est de mettre sur la place publique des valeurs de vérité émotionnelle, de générosité, de douceur, de joie, de partage et de solidarité à travers leur création, c'est-à-dire de proposer le partage de ces valeurs, les intentions des villes qui ont fait l'acquisition de ces spectacles lumières n'est peut-être pas tout à fait du même ordre.

Le système de représentation qui est porté par l'œuvre n'est-il pas officialisé par ces villes parce qu'il est désémantisé, non polémique et qu'il valorise une jouissance émotionnelle naïve ? C'est une culture kitsch et addictive qui investit la temporalité nocturne, une logique du plaisir qui se suffit en soi, que tous à priori ont la possibilité de partager dans un temps de rassemblement et de connexion temporaire, dans un temps où l'on peut communier par l'affirmation d'un savoir tolérant et joyeux. Cette officialisation n'aurait-elle pas un caractère faussement dépolitisé ? L'enjeu pour ces villes ne serait-il pas d'assujettir, d'infantiliser et de rendre amnésiques les spectateurs afin de leur donner l'illusion d'unité ?

Rappelons-nous certains points au sujet des Émirats arabes unis : le pays est classé 118e en termes de liberté de la presse par Reporters sans frontières ; selon Human Rights Watch, les femmes sont victimes de discrimination, leurs droits sont limités par rapport aux hommes dans les questions de mariage, de divorce, d'héritage et de garde des enfants ; le code pénal donne aux hommes le droit de discipliner leurs femmes et leurs enfants y compris en usant de la violence physique ; la peine de mort est en vigueur et peut sanctionner homicide, viol, haute trahison, terrorisme, vol aggravé, apostasie, adultère, homosexualité et trafic de drogue ; les méthodes d'exécution sont la fusillade et la lapidation ; la torture est courante dans les pénitenciers et les commissariats.

En l'occurrence ici, l'échec de l'œuvre n'est-il pas celui de se faire récupérer par un système idéologique où l'œuvre devient un outil pour assoir une forme de légitimité mais aussi une puissance symbolique aux yeux du monde ?

4. Conclusion.

A travers l'analyse de ces œuvres j'ai pu démontrer que l'art qui prend sa forme dans l'espace public peut-être politique dans le sens où il peut mettre à jour des questionnements sociaux : pour JR celui concernant la dignité humaine, pour Orion celui concernant l'impact de l'état de l'environnement sur la vie humaine, pour Battle et Passegand celui du lien social. J'ai montré également que l'art pouvait potentiellement susciter la discussion autour de ces problèmes. Mais j'ai également pu établir la difficulté pour les œuvres à accompagner cette discussion, à la

relayer, à la légitimer, à permettre sa conversion en actes tout autant que leur échec à faire publicité au sens ou l'entend Habermas c'est à dire à être un support capable d'accompagner la démocratie délibérative. A contrario J'ai même montré comment l'œuvre pouvait être récupérée et instrumentalisée.

Si pour l'artiste l'enjeu de l'insertion de l'œuvre dans l'espace public peut être narcissique ou avoir un caractère militant, l'enjeu pour le pouvoir dominant est de contrôler, de maîtriser, voire de désactiver la portée de l'œuvre et de l'intégrer dans son système de fonctionnement et de représentations. L'ouverture qui pourrait être donnée à la présente réflexion serait de se demander si l'artiste en tant que citoyen n'a pas pour devoir de s'interroger, d'une part sur ce qu'il souhaite servir, d'autre part sur l'enjeu des valeurs et du sens que son œuvre publie dans la ville.

L'enjeu pour l'artiste n'est-il pas d'identifier l'esprit dominant dans le cadre duquel il conçoit l'œuvre ainsi que la valeur idéologique ou contre-idéologique de l'art, ceci en vue de pouvoir produire des formes en toute conscience et lucidité selon des partis-pris assumés et responsables ? De l'éducation à la citoyenneté qu'il aura reçue ces capacités ne dépendent-elles pas ?

< 14 > Séminaire organisé par Cyril Bourdois IAIPR Arts plastiques dans le cadre du Plan Académique de Formation (PAF) - 26 janvier 2018, LA PANACEE 34000 MONTPELLIER

Bibliographie et Références

Arrault Valérie. *L'empire du Kitsch*. Klincksieck, 2010.

Kant Emmanuel. *Conflit des facultés*. Vrin, 1988.

Kant Emmanuel (1784). *Qu'est ce que les lumières*. Hatier, 2007.

JR. *Women are heroes*. Film documentaire réalisé en 2010, sorti le 12 janvier 2011. Site consultable : http://www.womenareheroes-lefilm.com/site_womenareheroes/

Mohr Georg. *Publicité de la raison, droit et cosmopolitisme chez Kant* In « Raison pratique et normativité chez Kant : Droit, politique et cosmopolitique » [en ligne]. Lyon : ENS Éditions, 2010 (généré le 24 janvier 2018). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/enseditions/4460>>. ISBN : 9782847886252. DOI : 10.4000/books.enseditions.4460.

Pinel Karine. *Les « anooki » Jeux vidéo, spectacles lumières, web série et autre : du jeu à tous les étages, mais encore ?*, communication prononcée le 19 novembre 2015 lors du colloque international *Santé et jeux vidéo. L'homo ludens du 21^e siècle*, organisé du 19 au 21 novembre 2015 dans le cadre du salon du jeu vidéo *Montpellier in Game (MIG)* en association avec le *Digiworld summit 2015* qui s'est déroulé du 16 au 21 novembre 2015. Publication en ligne : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01649234/document>. DOI : 10.21409/HAL-01649234. HAL Id : hal-01649234, version 1