

CULTURE DE VISU

Quand les communications font l'œuvre

Verticale s'oppose aux diktats du marketing de la culture avec quatre projets hors les murs

DAYLIGHT.2014

Laurent Lévesque
CIRCULAIRE
Joshua Schwebel
EGERIE

Sandra Lachance
TERRE DES FESTIVALS

Marc-Antoine K. Phaneuf
Verticale - centre d'artistes,
369, boul. des Laurentides,
Laval, jusqu'au 26 avril. Du
jeudi au samedi de 13 h à 18 h.

MARIE-ÈVE CHARRON

Il faut du courage pour maintenir une programmation hors les murs, et la galerie Verticale continue d'en faire la démonstration. Le centre d'artistes sis à Laval, le seul de son espèce sur ce territoire, diffuse de front quatre projets différents, dont la durée et les modes de visibilité varient. Les formes mêmes d'activités artistiques soutenues par la galerie mettent à mal les conditions pour les diffuser et, de ce fait, contrecarrent les stratégies habituelles de communication pour les promouvoir. Cela constitue en soi une résistance face aux diktats toujours plus insistants du marketing de la culture.

Trois des projets prennent justement à bras-corps les circuits de communication com-



ALEXIS BELLAVANCE

Vue sur le projet Terre des festivals de Marc-Antoine K. Phaneuf.

merciale et événementielle. Affiches publicitaires, néons commerciaux et circulaires sont les supports empruntés et mimés respectivement par Marc-Antoine K. Phaneuf, Joshua Schwebel et Laurent Lévesque dans des projets disséminés dans la ville, qui trouvent toutefois jusqu'au 26 avril un point de chute dans un local commercial du boulevard des Laurentides.

L'espace occupé temporairement par Verticale donne à voir une partie des projets dont l'intégralité demeure toutefois insaisissable. Tant dans son processus que dans son thème, le projet de la quatrième artiste, Sandra Lachance, fait cependant exception. Elle a proposé une séance de photomaton à des malades du cancer, leur permettant ainsi de s'inventer un personnage devant la caméra. Réalisé en amont de l'exposition en partenariat avec le Centre intégré de cancérologie de Laval, c'est le résultat en photogra-

phies qui est livré au regard. La série de photos soulève des enjeux bien à elle sur lesquels le contexte d'exposition ne donne qu'un aperçu. Les trois autres projets attirent l'attention dans une direction autrement plus stimulante.

De festivals en circulaires

Du projet Terre des festivals de Marc-Antoine K. Phaneuf, il est possible de voir un échantillon dans le local. Apprécier ici des affiches faisant la promotion de festivals farfelus ne laisse aucun doute sur leur caractère fictif. L'absurdité des événements annoncés, telle cette « journée lavalloise de la gadoue », amuse tout comme le fait d'imaginer la perplexité des autres personnes qui, elles, verront par hasard les affiches sur les babillards de la ville. Ces canulars trouvent leur efficacité en empruntant l'esthétique de l'affichage amateur ou de facture com-



LAURENT LÉVESQUE

Laurent Lévesque, Daylight 17:34. L'unifamiliale (vue de l'installation).

merciale sans qu'il y ait d'événement qui y soit réellement rattaché. Le processus exagère le phénomène suivant lequel la fabrication de l'image fait le produit, une stratégie de plus en plus poussée dans la mise en marché des expositions dans les grands musées.

La formule du festival est d'ailleurs prise par l'industrie de la culture. Laurent Lévesque opère dans un registre voisin avec ses néons commerciaux montés sur un panneau qu'il installe à différents endroits de la ville et, pour l'actuel et 4^e volet du projet, dans la vitrine du local. Les puissantes lumières, ouvertes de jour comme de nuit, sont une évocation immédiate des supports publicitaires qui pulsent sur le boulevard des Laurentides. À l'intérieur, un document vidéo, plus impressionniste qu'objectif, compile en images la preuve des autres interventions qui, de bunga-

low en édifice agricole, ont révélé par des contrastes plus grands avec leur contexte la vacuité de ses néons. Se jouait alors davantage une interaction formelle avec l'architecture et la lumière naturelle.

Si le volet actuel de Lévesque se rend physiquement accessible en occupant un local ouvert aux visites, ce n'était pas le cas de tous les volets précédents. D'autres volets défilèrent jusqu'en décembre 2014, et avec eux la mise en lumière des frontières labiles entre les espaces domestiques et commerciaux.

Ces frontières, Joshua Schwebel les problématise admirablement avec son projet Circulaire. Il a reproduit à la main une circulaire publicitaire d'un magasin à grande surface, qu'il a ensuite fait imprimer en de multiples exemplaires, de façon à les distribuer dans les sacs publicitaires des résidents de son quartier. Rien ne vient

indiquer aux consommateurs comment cette circulaire, périmée au demeurant, a pu atterrir là. Nulle trace de celle-ci non plus au local d'exposition, où ne figure que l'affiche du commanditaire ayant permis à l'artiste d'imprimer son projet. Il suggère ainsi que la production manuelle de l'artiste n'établit en rien la valeur artistique d'un objet, mais que la commande ayant rendu possible sa mise en œuvre peut, elle, être élevée au statut d'art. En somme, Schwebel confine à l'invisibilité sa réalisation et fait du commanditaire le coauteur bien en vue de son travail. Dans ce retournement de valeurs et de positions, l'artiste conceptuel rend patents les enjeux entourant la diffusion de projets hors du champ de l'art et par extension la pertinence de Verticale en terrain lavallois.

Collaboratrice

LE DEVOIR

Libre de penser

Quand les communications font l'oeuvre

Verticale s'oppose aux diktats du marketing de la culture avec quatre projets hors les murs

19 avril 2014 | Marie-Ève Charron - Collaboratrice | Arts visuels



Photo : Alexis Bellavance

Vue sur le projet Terre des festivals de Marc-Antoine K. Phaneuf.

Daylight.2014
Laurent Lévesque

Circulaire
Joshua Schwebel

Égérie
Sandra Lachance

Terre des festivals
Marc-Antoine K. Phaneuf

Il faut du courage pour maintenir une programmation hors les murs, et la galerie Verticale continue d'en faire la démonstration. Le centre d'artistes sis à Laval, le seul de son espèce sur ce territoire, diffuse de front quatre projets différents, dont la durée et les modes de visibilité varient. Les formes mêmes d'activités artistiques soutenues par la galerie mettent à mal les conditions pour les diffuser et, de ce fait, contrecarrent les stratégies habituelles de communication pour les promouvoir. Cela constitue en soi une résistance face aux diktats toujours plus insistants du marketing de la culture.

Trois des projets prennent justement à bras-le-corps les circuits de communication commerciale et événementielle. Affiches publicitaires, néons commerciaux et circulaires sont les supports empruntés et mimés respectivement par Marc-Antoine K. Phaneuf, Joshua Schwebel et Laurent Lévesque dans des projets disséminés dans la ville, qui trouvent toutefois jusqu'au 26 avril un point de chute dans un local commercial du boulevard des Laurentides.

L'espace occupé temporairement par Verticale donne à voir une partie des projets dont l'intégralité demeure toutefois insaisissable. Tant dans son processus que dans son thème, le projet de la quatrième artiste, Sandra Lachance, fait cependant exception. Elle a proposé une séance de photomaton à des malades du cancer, leur permettant ainsi de s'inventer un personnage devant la caméra. Réalisé en amont de l'exposition en partenariat avec le Centre intégré de cancérologie de Laval, c'est le résultat en photographies qui est livré au regard. La série de photos soulève des enjeux bien à elle sur lesquels le contexte d'exposition ne donne qu'un aperçu. Les trois autres projets attirent l'attention dans une direction autrement plus stimulante.

De festivals en circulaires

Du projet *Terre des festivals* de Marc-Antoine K. Phaneuf, il est possible de voir un échantillon dans le local. Apprécier ici des affiches faisant la promotion de festivals farfelus ne laisse aucun doute sur leur caractère fictif. L'absurdité des événements annoncés, telle cette « *journée lavalloise de la gadoue* », amuse tout comme le fait d'imaginer la perplexité des autres personnes qui, elles, verront par hasard les affiches sur les babillards de la ville. Ces canulars trouvent leur efficacité en empruntant l'esthétique de l'affichage amateur ou de facture commerciale sans qu'il y ait d'événement qui y soit réellement rattaché. Le processus exagère le phénomène suivant lequel la fabrication de l'image fait le produit, une stratégie de plus en plus poussée dans la mise en marché des expositions dans les grands musées.

La formule du festival est d'ailleurs prisée par l'industrie de la culture. Laurent Lévesque opère dans un registre voisin avec ses néons commerciaux montés sur un panneau qu'il installe à différents endroits de la ville et, pour l'actuel et 4e volet du projet, dans la vitrine du local. Les puissantes lumières, ouvertes de jour comme de nuit, sont une évocation immédiate des supports publicitaires qui pullulent sur le boulevard des Laurentides. À l'intérieur, un document vidéo, plus impressionniste qu'objectif, compile en images la preuve des autres interventions qui, de bungalow en édifice agricole, ont révélé par des contrastes plus grands avec leur contexte la vacuité de ses néons. Se jouait alors davantage une interaction formelle avec l'architecture et la lumière naturelle.

Si le volet actuel de Lévesque se rend physiquement accessible en occupant un local ouvert aux visites, ce n'était pas le cas de tous les volets précédents. D'autres volets défileront jusqu'en décembre 2014, et avec eux la mise en lumière des frontières labiles entre les espaces domestiques et commerciaux.

Ces frontières, Joshua Schwebel les problématise admirablement avec son projet *Circulaire*. Il a reproduit à la main une circulaire publicitaire d'un magasin à grande surface, qu'il a ensuite fait imprimer en de multiples exemplaires, de façon à les distribuer dans les sacs publicitaires des résidents de son quartier. Rien ne vient indiquer aux consommateurs comment cette circulaire, périmée au demeurant, a pu atterrir là. Nulle trace de celle-ci non plus au local d'exposition, où ne figure que l'affiche du commanditaire ayant permis à l'artiste d'imprimer son projet. Il suggère ainsi

que la production manuelle de l'artiste n'établit en rien la valeur artistique d'un objet, mais que la commandite ayant rendu possible sa mise en oeuvre peut, elle, être élevée au statut d'art. En somme, Schwebel confine à l'invisibilité sa réalisation et fait du commanditaire le coauteur bien en vue de son travail. Dans ce retournement de valeurs et de positions, l'artiste conceptuel rend patents les enjeux entourant la diffusion de projets hors du champ de l'art et par extension la pertinence de Verticale en terrain lavallois.