

# D'une dystopie réalisable

## An Achievable Dystopia

Steve Veilleux, *Projections*

Sébastien Hudon

Number 99, Winter 2015

Habitat

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/73365ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Productions Ciel variable

ISSN

1711-7682 (print)

1923-8932 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Hudon, S. (2015). D'une dystopie réalisable / An Achievable Dystopia / Steve Veilleux, *Projections*. *Ciel variable*, (99), 22–26.



# Steve Veilleux

## Projections



STEVE VEILLEUX

## D'une dystopie réalisable / An Achievable Dystopia

SÉBASTIEN HUDON

On peut aisément se figurer la scène, si banale qu'elle en est universelle. Par une nuit sans lune, les phares de haute intensité allumés, la voiture neuve d'un couple neuf fonce sur une route lointaine, hors des centres-villes. Ils s'y voient déjà, famille nucléaire de l'ère post-atomique bercée par l'illusion d'une banlieue extraordinaire, comme il y en a des milliers. Comme un éclair, parmi les hautes herbes et les quenouilles, une affiche publicitaire montrant de futurs ensembles résidentiels surgit, habite l'imaginaire un instant, puis s'évanouit.

Le travail de Steve Veilleux nous place devant ce moment où l'image préfabriquée et prophétique d'un promoteur immobilier n'a pas encore rencontré sa concrétisation. Dans cette suite commencée en 2012, on distingue certaines de ces affiches photographiées de nuit au flash. Seulement, voilà que les informations écrites sur les panneaux-réclames ont été gommées, ne laissant pour ainsi

... les compositions tapageuses  
de la réclame contemporaine tentent [...] – en vain? – de nous imprégner de ce simulacre de bonheur préfabriqué.

dire que la « rhétorique graphique » et véritable matrice faite de modélisations infographiques tridimensionnelles et de clichés de familles aux sourires factices et anonymes tirés de banques d'images en ligne.

À cette série Veilleux adjoignait récemment un court métrage vidéo d'une durée d'environ quatre minutes intitulé *Contrecœur*. Il s'agit en fait d'une animation de synthèse en trois dimensions où l'artiste utilise le même principe : seuls l'iconographie, le graphisme des encarts et la musique originale sont conservés. Rythme saccadé, travellings et zooms s'enchaînent rapidement, laissant une impression d'intense vacuité et de malaise. D'ailleurs, puisque ce type de montage nous est devenu familier grâce aux codes de la diffusion télévisuelle, à certains instants de l'œuvre, on se croirait, par exemple, plongés au cœur d'un bulletin de nouvelles annonçant une catastrophe dans un quartier méconnu... Un effet qui évoque inévitablement le travail de Barthes en sémiologie portant sur la rhétorique de l'image, soit comment se construit et se modifie le sens d'une photographie dès lors qu'une légende y est apposée.

One can easily imagine the scene, so banal that it is universal. On a moonless night, its highbeams blazing, a new car, with a new couple inside, rolls down a remote road, far from the bustle of the city. The passengers, the nuclear family of the post-atomic era, already see themselves there, deluded by the illusion of an extraordinary suburb – one of a thousand similar suburbs. In a flash, a billboard trumpeting future residential developments springs up from the tall grass and the bulrushes, inhabits the imagination for an instant, then vanishes.

Steve Veilleux's work situates us at this moment, the moment when a real estate developer's prefabricated and prophetic image has not yet been brought to life. This series begun in 2012, shows us some of these billboards, photographed at night with a flash. However, the written information on the billboards has been erased, leaving only what might be called the "graphical rhetoric," a matrix formed of computer-generated 3D models and snapshots of families – with fake, anonymous smiles – harvested from online image banks.

Veilleux recently added to this series a four-minute video called *Contrecœur*. The video is a 3D synthetic animation in which the artist uses the same principle: only the visuals, the graphics of the inserts, and the original music have been preserved. Travelling and zoom shots follow each other at a jerky, rapid pace, leaving an impression of intense vacuity and uneasiness. Because we have become familiar with this style of montage through the codes of broadcast television, at certain moments in the work we might almost think we are watching a news bulletin announcing a catastrophe in an unknown neighbourhood. This effect inevitably evokes Barthes's semiological writings on the rhetoric of the image – that is, how the meaning of a photograph is constructed and modified depends on the legend or text that is affixed to it.

In any case, the fascinating, terrifying vertigo that we feel when we look at these works reminds us of their unsettling resemblance to the propagandistic and utopian advertising of the 1950s, at the height of the baby boom (but also of the cold war). The gaudy compositions of contemporary advertising also try – in vain? – to convince us of this simulacrum of prefabricated happiness.

Lodged like a tooth in the flesh of our most tender aspirations is the implacable resurgence of the sales pitch: regular, constant, and with an enduring, unchanging image.

Né en 1985, **Steve Veilleux** est originaire de Contrecœur, en Montérégie, où il vit toujours. Principalement photographique, sa pratique artistique s'intéresse à la transformation du paysage dans sa région natale et interroge aussi la nature ambiguë de la photographie. En 2012, il a reçu une bourse de la relève du Conseil des arts et des lettres du Québec. Récompensé au festival Flash Forward de la fondation Magenta en 2013, son travail a été principalement exposé au Québec. [www.steveveilleux.com](http://www.steveveilleux.com)

Steve Veilleux was born in 1985 in Contrecœur, in the Montérégie region, where he still lives. Working mainly in photography, he looks at the transformation of the landscape in the region where he was born and also questions the ambiguous nature of the photograph. In 2012, he received a young artist grant from the Conseil des arts et des lettres du Québec, and in 2013 he received an award at the Magenta Foundation's Flash Forward Festival. His work has been shown mainly in Quebec. [www.steveveilleux.com](http://www.steveveilleux.com)





PAGES 22 À 26 : de la série / from the serie *Projections*, 2012-2014, impressions jet d'encre / inkjet prints, 90 x 112 cm

Quoi qu'il en soit, le vertige fascinant et terrifiant ressenti au contact de ces œuvres nous renvoie à la réclame propagandiste et utopique des années 1950, aux belles heures du *baby-boom* (mais aussi de la guerre froide) avec une inquiétante similarité. De même, les compositions tapageuses de la réclame contemporaine tentent-elles – en vain? – de nous imprégner de ce simulacre de bonheur préfabriqué.

Logé tel une dent dans la chair de nos plus tendres aspirations, l'argument de vente ressurgit implacablement, régulier, constant, son image demeurant inchangée. Reste à savoir, avec un retard de quelques générations et alors que le spectre de l'effondrement global des écosystèmes nous taraude, comment les marchands de rêve réussiront à nous vendre, une dernière fois, sans non plus y croire, l'envoûtement de la geôle domestique au cœur d'une dystopie réalisable.

—  
 Directeur artistique à La Bande Vidéo, **Sébastien Hudon** est auteur et commissaire indépendant. Il a travaillé dans diverses institutions muséales, dont le Musée national des beaux-arts du Québec et le Musée des beaux-arts de Montréal, occupant des fonctions relatives à l'acquisition et à la documentation d'œuvres photographiques. À titre de commissaire, il a présenté deux expositions à la Maison Hamel-Bruneau, à Québec, soit *Concerto en bleu majeur* et *Photographes rebelles* à l'époque de la Grande Noirceur (1937-1961).  
 —

The gaudy compositions of contemporary advertising also try – in vain? – to convince us of this simulacrum of prefabricated happiness.

It remains to be seen, with a distance of a few generations and as the spectre of global collapse of ecosystems hangs over us, how the merchants of dreams will manage to sell us, one last time – even though they no longer believe it themselves – the enchantment of the domestic prison at the heart of an achievable dystopia. *Translated by Käthe Roth*

—  
*Sébastien Hudon* is the artistic director of La Bande Vidéo, as well as a writer and independent curator. He has worked in various museums, including the Musée national des beaux-arts du Québec and the Montreal Museum of Fine Arts, in positions related to the acquisition and documentation of photographic artworks. As a curator, he has presented two exhibitions at Maison Hamel-Bruneau, in Quebec City: *Concerto en bleu majeur* and *Photographes rebelles* à l'époque de la Grande Noirceur (1937-1961).  
 —