

ETC



Les tracés d'un détour

Café Les Entretiens, Café Le Pèlerin, Centre d'affaires Saint-Hubert, Librairie Champigny, Le Cheval Blanc, L'Inspecteur Epingle, Librairie Gallimard, Boutiques Jacob

Sylvie Janelle et Yvan Moreau

Numéro 22, mai-août 1993

Art et détournement

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/36055ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

0835-7641 (imprimé)

1923-3205 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Janelle, S. & Moreau, Y. (1993). Les tracés d'un détour : café Les Entretiens, Café Le Pèlerin, Centre d'affaires Saint-Hubert, Librairie Champigny, Le Cheval Blanc, L'Inspecteur Epingle, Librairie Gallimard, Boutiques Jacob. *ETC*, (22), 6-12.

Tous droits réservés © Revue d'art contemporain ETC inc., 1993

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

LES TRACÉS D'UN DÉTOUR

Café Les Entretiens, Café Le Pèlerin, Centre d'affaires Saint-Hubert, Librairie Champigny, Le Cheval Blanc, L'Inspecteur Épingle, Librairie Gallimard, Boutiques Jacob.

Depuis plusieurs décennies, il existe à Montréal des lieux publics qui exposent des œuvres d'art sans faire partie du champ consacré regroupant les musées, les galeries et les ateliers d'artistes. Par exemple, entre les années 50 et 70, quand le MAC ouvrait ses portes (fondé en 1964, il ouvre en 1965) et que les galeries se comptaient sur les doigts de la main, les propriétaires d'établissements commerciaux ont cédé un peu d'espace aux artistes — qui étaient bien souvent leurs clients et amis — afin qu'ils exposent leurs œuvres. On pense à la librairie Tranquille, à la brasserie Le Gobelet ou au bar-café l'Échourie, pour n'en citer que quelques-uns.

Depuis lors, le nombre de galeries montréalaises a considérablement augmenté, même si, année après année, plusieurs d'entre elles ferment leurs portes dramatiquement. La galerie est devenue le symbole de l'homologation et de la notoriété. À l'opposé de cette réalité, les lieux d'exposition hors du circuit consacré se multiplient à tel point qu'on a voulu savoir ce que ce phénomène peut transformer dans le milieu artistique et vis-à-vis ses instances de légitimation. Ces lieux, effectivement, suscitent une décentralisation du réseau artistique en élargissant la sphère de diffusion des œuvres, tout en impliquant une autre catégorie de spectateurs. Pour mieux cerner ce phénomène croissant, nous avons questionné les agents organisateurs de ces expositions.*

Les responsables de ces expositions, employés à titre de directeur artistique et alors rémunérés par l'établissement, ou bénévoles parce qu'ils y travaillent déjà, déclarent à l'unanimité qu'ils ne désirent aucunement empiéter sur le terrain et le rôle des galeries.

Dans un premier temps, les œuvres sont exposées afin d'animer le lieu, parfois pour remplir une vitrine. Elles deviennent, en ce sens, décoratives ou ornementales, tout en favorisant d'éventuels échanges. Dans un second temps, l'endroit offre un service de diffusion et de promotion à des artistes qui, bien souvent sont frais sortis de l'école et ne connaissent pas les ficelles du marché de l'art. En outre, plusieurs artistes désirent demeurer à distance de l'engrenage institutionnel dans lequel ils se sentent souvent relégués au second plan, sinon carrément exploités.

L'art, hors de son ghetto académique institutionnel, en se transportant dans des environnements quotidiens n'est plus seulement commercial, il est aussi idéologique et politique. Que cela soit dans « une perspective nationale pour montrer ce que les femmes-artistes produisent au Canada » (R. Landi) pour les boutiques Jacob qui met à leur disposition leurs 200 vitrines au mois de mai 1993), mon-

trer l'art dans un contexte réel (F. Martel, Le Cheval Blanc), « ouvrir un horizon de l'art contemporain » (C. Lalonde, librairie Champigny), « créer une habitude visuelle » (P. Lacroix, Centre d'affaires Saint-Hubert), « servir comme échange de services entre les arts visuels et littéraires » (Alain Moffat, librairie Gallimard), ou monter des « expositions qui feraient partie du quotidien » (P. Pépin, L'Ins-





PHOTO : IRMA SWENBERG

Librairie Champigny, Montréal. Ouverture de l'exposition Groupe 93; à l'arrière plan : pièces de Guido Molinari et de Cerj Lalonde.

pecteur Épingle), il s'agit toujours de travailler avec une clientèle qui n'est pas ou peu initiée à l'art actuel. Le caractère ouvert de notre société favorise l'accès à des nouveaux équipements culturels dans l'objet de nos expériences vécues au quotidien. Les artistes sont d'ailleurs très disponibles à ce genre d'expérimentation. Ce « retour au populaire », entrevu comme cause humanitaire, confère

une certaine légitimité à l'artiste et à l'organisateur de l'exposition. Des agents légitiment, à leur tour, des lieux autres que les galeries officialisées par les hautes sphères du milieu artistique, en promouvant un art issu d'une culture plus libre, moins subordonnée à une instance scolaire. (Bourdieu)

Par le regard naïf du spectateur non initié, qui



PHOTO : LOUIS LAPORTE

Le Cheval Blanc

ignore les prétentions à l'art ou au pouvoir, l'artiste détient toute l'autorité du créateur. Les jugements du public sont moins fondés, plus restreints et oscillent généralement entre le « j'aime » ou « je n'aime pas ». L'artiste ne risque pas l'éreintement des critiques ou des agents artistiques. Y aurait-il là une crainte d'affronter le milieu spécialisé ? Les œuvres exposées hors de l'enceinte des galeries sont souvent ignorées par « l'ironie ambiguë » des intellectuels et des médias.

Plusieurs artistes recherchent aussi une distanciation, une autonomie par rapport aux instances institutionnelles et désirent développer un marché autre en recrutant de nouveaux acheteurs potentiels. Ils perçoivent leur engagement auprès des diffuseurs comme un assujettissement, un frein à leur liberté d'expression, puisqu'ils doivent se plier à des contraintes idéologiques ou esthétiques pour être reconnus, donc faire un art de commande.

Dans ces lieux marginaux d'exposition, la relation entre les acteurs culturels est de type plutôt amical que marchand. Les critères sont, en règle générale, très (trop) souples et laissent une plus grande liberté à l'artiste. Mais c'est justement ce manque de critères dans la sélection qui enlève toute crédibilité à ces lieux auprès des instances institutionnelles. On reproche souvent à l'art que nous

retrouvons dans des endroits publics (n'oublions pas que la galerie est aussi un endroit public !) sa standardisation, sa production stéréotypée, son conservatisme, son manque de goût et de finesse, même si l'on retrouve de plus en plus d'artistes connus et reconnus dans ce milieu. Pourtant, on choisira souvent des œuvres parce qu'elles sont « de bon goût ».

Le dessein d'accessibilité entraîne parfois un manque de jugement dans la sélection. C'est bien de vouloir montrer, mais pas n'importe quoi ! Par exemple, dans le cas du café ou du restaurant, on ne choisira pas des œuvres qui risqueraient de choquer ou d'agresser le client. L'œuvre doit donc, en quelque sorte, se caractériser par une certaine neutralité, voire un effacement. Elle agrémente l'espace, respecte l'ambiance, est en osmose avec le lieu, tel un caméléon. Elle doit se faire discrète et prendre peu de place. C'est pourquoi on retrouve plus rarement des sculptures qui sont trop « encombrantes ». L'œuvre est facile à lire et agréable à l'œil. On favorisera les productions de disposition d'esprit éclectique, plutôt que des œuvres d'apparence hermétique.

La stimulation du regard éphémère

L'objectif de tels événements est bien entendu de montrer des œuvres afin de développer une habitude, une apprécia-



PHOTO : BENOÎT PONTBRAND

Centre d'affaires St-Hubert. Pièces de Lise-Renée Tremblay.

tion de l'art actuel auprès d'un public qui ne fréquente pas habituellement les galeries ni les musées. Il semble effectivement que la clientèle s'accoutume à la présence d'objets sur les murs et « quémande » des images quand il n'y en a point. L'art présenté dans des « lieux off » répondant à une demande, est interprété et approprié par un public stimulé d'images dans l'espace public tout autant que dans son espace privé. Les expositions génèrent des commentaires et des questionnements et engendrent l'identification aux structures sociale, socio-professionnelle et économique.

On s'interrogera à savoir si cette accessibilité a vraiment des répercussions au niveau de la visibilité des œuvres. Par exemple, dans le cas des bars, on veut bien admettre que les œuvres soient vues, à travers les effluves

de bière et l'écran opaque de la fumée, mais sont-elles regardées ou consommées distraitement ? Sont-elles l'objet d'une perception esthétique et d'un regard critique ?

Sans doute à cause d'une question de survie, les artistes acceptent de se plier aux conditions, parfois mauvaises, d'exposition : difficultés d'accrochage, système d'éclairage inadéquat, couleurs ou matériaux des murs, espace restreint, etc. Ces lieux, bien qu'ils ne soient pas valorisés par les instances de légitimation, offrent aux artistes la possibilité d'exposer sans frais, parfois même en recevant un cachet (variant de 50 à 200 dollars selon l'endroit). L'exposition dure entre 3 et 8 semaines; exceptionnellement, le Centre d'affaires Saint-Hubert garde les œuvres durant un an créant, ainsi, un rapport d'intimité



PHOTO : JACK BAREL

Café Le Pèlerin. Pièces de Pierre Bého.

entre les objets et les employés. Les vernissages se font sur place et c'est la boîte qui offre l'alcool. S'il y a des ventes, quelques-uns prendront un pourcentage d'environ 30%, mais bien souvent tous les bénéfices reviendront directement à l'artiste.

Bien qu'à l'origine, les objectifs de ces lieux de diffusion ne soient pas axés sur la promotion ni basés sur une stratégie de marketing, il semble que les ventes des œuvres soient très fréquentes. Généralement, elles seront achetées par les clients de l'endroit ou les amis qui veulent encourager les artistes. Parfois, une clientèle de passage souhaite consommer un marchandise, acheter un produit qui lui plaît sans un intérêt d'investissement. Il arrive que des artistes plus connus ajustent le prix des œuvres en fonction du lieu. À l'occasion, l'établissement fera l'acquisition d'œuvres afin d'encourager les artistes, de se bâtir une collection, ou encore parce que le contrat garantissait la vente (c'est le cas du Centre d'affaires Saint-Hubert qui promet la vente de tous les tableaux exposés, dépendamment de l'artiste, sinon il s'engage à en faire l'acquisition). Dans les librairies par contre, la vente est rare, voire inexistante. La présence d'œuvres dans des établissements de consommation pointe ouvertement le lien étroit qui existe entre l'art et l'argent, entre une consommation symbolique et matérielle de l'œuvre.

L'argument commercial soutenant que les expositions tenues dans divers lieux quotidiens n'existent qu'en

vue du seul profit, pour se vendre au plus grand nombre, signifierait-il que certaines personnes, s'improvisant artistes, sacrifient des buts esthétiques tels que l'expression artistique personnelle et l'autonomie de l'art ?

Le pluralisme des productions artistiques n'empêche pas que la culture considère que l'art doit être créateur et original, engagé dans l'innovation et l'expérimentation hors des éléments réducteurs du modernisme. Il va sans dire que l'art doit trouver sa justification ailleurs que dans la seule recherche de plaisir ou dans un effet d'ornementation à perception distraite. Il ne faudrait pas croire non plus que l'art des galeries est une « collection irréprochable de chefs-d'œuvre » et que l'art exposé dans des librairies, café, bars, etc., « n'est qu'un abîme indistinct livré au mauvais goût » (Richard Shusterman). La décision des critères esthétiques n'appartient pas qu'à un groupe de la société. La validité esthétique d'un objet peut se mesurer également dans un temps éphémère de satisfaction au même titre que dans un temps trans-historique.

Élargissement des frontières

La démocratisation et la légitimation de lieux non-officialisés revalorisent le quotidien et le recyclage de ces mêmes endroits, d'où une dissolution des cloisonnements du « bon goût ». Les « lieux off » ne visent pas nécessairement à donner une vision juste de l'expression



PHOTO : PHILIP RICE

En Vitrine de la Librairie Gallimard : le livre d'artiste *Mozzuck* de Pierre Bellemare

artistique contemporaine ni à devenir des institutions qui se consacrent à la diffusion de l'art, portés par un vaste projet (moderniste) qui déterminerait leur structure et leur mandat. L'élargissement des frontières dû à l'appréhension d'une culture plurielle, éclectique, augmente les

possibilités d'une analyse sociologique dans un contexte historique. Les potentialités individuelles de choix et de combinaisons détachent l'artiste et sa production d'un encadrement disciplinaire et permet l'évacuation de la face élitaire du modernisme.

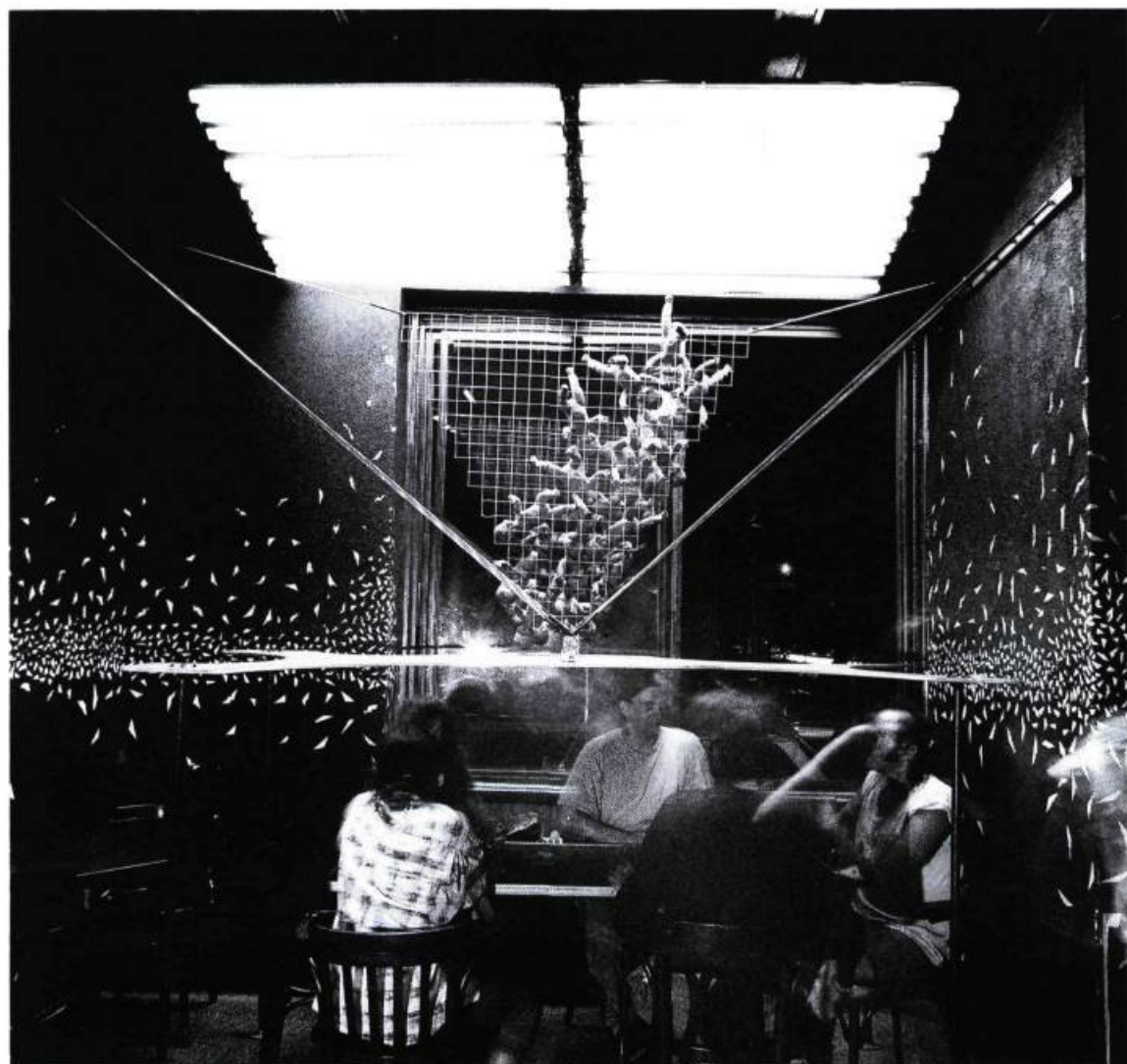


PHOTO : GUY L'HEUREUX

Inspecteur Épingle. Installation de Pierre Pépin.

De la même façon, il serait trop réducteur d'y reconnaître l'éternelle stratégie du capital avide de commercialisation ou même une figure du « nihilisme passif » (G. Lipovetsky). La postmodernité n'est pas régie par la seule recherche d'une individualité mais s'invente dans la cohabitation de plusieurs systèmes, où l'interdépendance est justifiable selon les objectifs diversifiés de plusieurs groupes particuliers. La valorisation du jugement esthétique, dans l'évaluation de l'expression artistique personnelle et l'autonomie de l'art, se traduisent dans l'éclectisme d'une culture libre de ses choix. Le pluralisme, hors de tout dogmatisme, de toutes créations autoritaires dictées par un consensus intellectuel ou d'un marché, institutionnalisé ou non, annonce peut-être l'union des valeurs de la sphère artistique et de celles du quotidien où l'intolérance n'aurait plus sa place.

SYLVIE JANELLE ET YVAN MOREAU

NOTES

* Normand Sénéchal au café Les Entretiens, Michel Clément et Jack Baril au café Le Pèlerin, Pascale Lacroix au Centre d'affaires Saint-Hubert, Cerj Lalonde à la librairie Champigny, François Martel au Cheval Blanc, Pierre Pépin à la taverne L'Inspecteur Épingle, Alain Moffat à la librairie Gallimard, Rodney Landi pour les boutiques Jacob.

Ouvrages consultés : BOURDIEU, Pierre, *La Distinction*, Éd. Minuit, 1979. ROBILLARD, Yves, *Les lieux de la nouvelle expression de 1940 à 1980*, ETC MONTRÉAL, no 12, septembre 1990, p. 10. MARTIN, Michel, SAINT-PIERRE, Gaston, *La sculpture au Québec*, catalogue du Musée du Québec, 1992. LIPOVETSKY, Gilles, *L'Ère du vide (essais sur l'individualisme contemporain)*, Éd. Gallimard, 1983. MOULIN, RAYMONDE, *L'artiste, l'institution et le marché*, Éd. Flammarion, 1992. SHUSTERMAN, Richard, *L'art à l'état vif (la pensée pragmatiste et l'esthétique populaire)*, Éd. Minuit, 1992.