

©box: into the ass

Ainsi en est-il pour l'art, à qui a été conférée la charge de « résister », par sa seule existence, pour peu que celle-ci se tienne à distance de toute concession avec ce qui est posé comme son antithèse, et comme le condensé des maux du système, nouvelle figure du Mal : le commerce.
B. ASPE, *L'instant d'après*.

[Du 30 juin au 2 septembre 2007, dans le cadre de son exposition estivale, le Centre d'Art Contemporain de Lacoux (CACL), dans l'Ain, accueillait le projet ©box: *into the future*.¹ « Matérialisée par une pilule à échelle humaine, en acier et en plexiglas, la ©box propose un programme multimédia interactif à un public "actif-acteur". Effectivement, cet observatoire permet de naviguer "sur la Toile", isolément, dans une aire électronique apte à la découverte de travaux pointus et prospectifs en matière d'expérimentation visuelle. »²]

La ©box, tour à tour symbolisée, sur la brochure de l'exposition éditée par le CACL, par un esquimau (page 1), une gélule médicamenteuse (page 2), un suppositoire (page 3), mais décrite aussi comme « une pilule à échelle humaine », une « capsule » ou encore, sur le [coûteux ?] flyer en papier glacé couleur, représentée par une boîte de sardines (sic), la ©box est, on l'aura compris — bien plus qu'« un objet d'art », un « observatoire », un « objet d'expérimentation », un « sujet d'exposition », un « logo pixellisé » ou une « tour de contrôle » — une banale *marchandise*. Car si la ©box « équipera les structures d'accueil et de diffusion de l'art actuel », elle a surtout été dessinée pour équiper « les lieux dont la fonction première n'est pas d'accueillir ou de diffuser des œuvres numériques » : entreprises, administrations, terminaux d'aéroport, écoles, galeries commerciales de Montcuq, etc. Il s'agira donc, dans un premier temps, de savoir la vendre. La ©box, bien plus qu'un projet artistique, est avant tout un projet *marketing*. Quoi d'étonnant alors à ce qu'il soit réalisé en partenariat avec l'IMUS (l'Institut de Management de l'Université de Savoie) et toute une tripotée d'organisations pour lesquelles ART, si vraiment c'est d'art dont elles se préoccupent, rime d'abord avec COMMUNICATION (« l'œuvre d'art aujourd'hui (au jour du i) est un "phénomène de communication" »), et donc avec CONSOMMATION³ ?

Quand on voit la longue liste de ses partenaires financiers⁴, on se demande comment le CACL peut encore se présenter comme un centre « délibérément créé en dehors des structures institutionnelles [...] » ou prétendre sérieusement « poursuivre son projet dans un esprit d'indépendance » (plaquette de présentation). L'art et l'argent (l'art et le pouvoir) font

¹ Le projet ©box a été conçu par Carol Brandon et Marc Veyrat et soutenu dès son origine par Hélène Lallier, directrice du CACL.

² Brochure de l'exposition ©box: *into the future*.

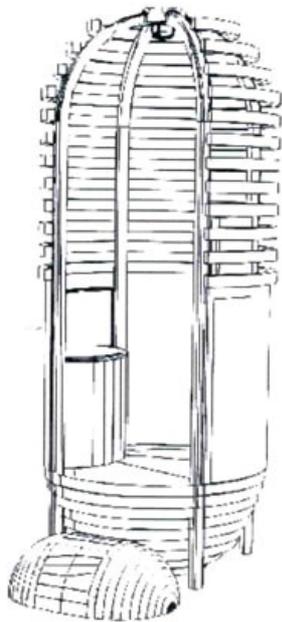
³ En particulier : G-SICA / IREGE – Groupe Interlaboratoire sur l'Image, la Communication et les Arts numériques, enseignescurl.com, CITIA – Cité de l'Image en Mouvement, le Centre Culturel de Flaine, Imagespassages et l'ECM des Carrés.

⁴ Commune d'Hauteville-Lompnes, Communauté de communes du Plateau d'Hauteville, Association Pays d'Accueil du Bugey Avenir et Traditions (P.A.B.A.T.), Conseil Général de l'Ain, Conseil Régional Rhône-Alpes, Ministère de la Culture (DRAC), Ministère de l'Emploi et de la Solidarité, Ministère de l'Education Nationale. Mécénat : GlaxoSmithKline.

mauvais ménage et, tout centre d'art contemporain financé par les institutions qu'il est, le CACL nage en plein dans la contradiction — ce qui ne l'empêche pas de promettre au visiteur « l'apprentissage d'un regard critique » ! Mais d'un regard critique sur les Ministères qui le financent (Ministère de la Culture, Ministère de l'Emploi et de la Solidarité, Ministère de l'Education Nationale) ou les entreprises qui l'entretiennent, il ne sera pas question ici.

La ©box doit-elle pourtant sa forme suppositoïroïde (« pilule », « capsule », « gélule » — veux-tu que je t'encule ?) aux relations privilégiées qui unissent le CACL, et donc sa directrice Hélène Lallier, au géant de l'industrie pharmaceutique GlaxoSmithKline (chiffre d'affaires en 2005 : 2,59 milliards d'euro) ? Dans tous les cas, telle semble bien être l'ambition de la ©box, en partenariat avec le département Communication & Hypermédia [« hyper, super, marché U »] de l'IMUS : réconcilier l'art et *le monde de l'entreprise* — tant pour ce qui est de sa destination géographique que pour son mode de fonctionnement propre. La ©box se veut ainsi une « aire de promotion d'œuvres » ; de là sans doute que l'objet « suggère une balise d'enseigne » (« Enseignes Curial : l'enseigne construit l'espace de nos vies »⁵). La ©box, produit qu'on veut vendre à des entreprises qui vendent, vendra à son tour. Le moral des ménages remonte.

C'est là sans doute l'idée que le CACL se fait de l'« expérimentation » artistique : faire de la promotion pour un suppositoire géant high-tech qui viendra décorer les halls des grandes entreprises et des aéroports ; et donc, en dernier ressort, favoriser la croissance économique. On ne savait pas l'art si mal en point. Jusqu'à l'« artiste » (!) Damien Beguet, en « résidence



numérique » sur le serveur de la ©box⁶, qui assume le second degré en « s'appropriant “l'esthétique” marketing et industrielle (slogan, logo, identité visuelle...) des PME ». Le CACL et ses partenaires prennent le parti d'en rire : « Damien Beguet présente un film numérique, sur le principe d'une campagne publicitaire, non dénué d'humour ». Celui-ci pourra bien chercher à « dénoncer la perversité du système mercantile », il n'en est pas moins sponsorisé lui-même par les machines à graver et usiner *Gravograph* et, on croit rêver, par le groupe HEC Paris⁷ ! Les étudiants de l'IMUS (« pour atteindre de nouveaux sommets »), les cadres de GlaxoSmithKline (« un laboratoire engagé pour la vie »), les managers des Enseignes Curial (« l'enseigne [publicitaire] construit l'espace [pollué] de nos vies [de merde] »), rien de plus belle. Ah ah ah...

Voilà pourtant ce que notre société, qui ne sait apparemment plus faire la différence entre l'art et la publicité, peut engendrer de pire : l'art réduit à un vulgaire artifice de VRP pour refourguer le dernier gadget techno à la mode aux rares privilégiés qui auront les moyens de se l'offrir à Noël (combien de mois de salaire d'un ouvrier spécialisé des Enseignes Curial pour une « capsule interactive en acier et plexiglas » ?). Sauf que l'art contemporain, malgré l'impression amère que peut laisser l'exposition « ©box: into the future » du CACL, n'est pas mort. Il faudra seulement aller le chercher ailleurs que dans les Centres d'Art Contemporain rincés par les multinationales de l'immunodéficience et les Ministères de la propagande nationale. Car l'art contemporain, s'il a un sens, doit se

⁵ <http://www.enseignescurial.com>

⁶ <http://www.cbox-office.fr/>

⁷ Damien Beguet a été artiste en résidence à l'« espace d'art contemporain HEC » entre février 2005 et l'automne 2006. Voir <http://www.hec.fr/espaceart/> et http://damien.beguet.free.fr/telechargement/plaquette_hec.pdf

positionner d'emblée *contre* ces multinationales, *contre* ces Ministères, *contre* le monde de l'entreprise en général et le management en particulier — *contre tous ces suppositoires qui nous enculent*. On attend avec impatience le Pinoncely qui se chargera, à coups de marteau, de faire enfin de la ©box l'« objet d'art » que certains croyaient.

L'art contemporain, s'il a un sens, doit assumer une certaine radicalité *politique*. Le reste n'est qu'une supercherie pour des ingénieurs ou des commerciaux soucieux de valoriser leurs amusettes auprès d'un public à qui on ne la fait plus. Car les mêmes qui vendent aujourd'hui des écrans plasma ou des robochienchiens à sa mémère vendront demain des ©box et des anus artificiels dans les enseignes (Curial) de luxe et les cabinets ministériels.

Plutôt que de la mettre en évidence dans son salon, on aurait davantage envie, tout suppositoire qu'elle est, de s'enfoncer la ©box bien profond dans le cul. Si par hasard elle ressort, elle aura au moins le mérite d'être couverte de merde.

—

Le 21/08/07

Section bugiste de l'Institut de démobilisation

<http://i2d.blog-libre.net>

i2d@no-log.org

N.B. : Le lundi 2 septembre, à 17h27, trois membres de la section bugiste de l'Institut de démobilisation pénètrent dans le CACL et s'acquittent du droit d'entrée à l'exposition ©box : into the future (2 euros). A 17h28, ils extirpent de leur cabas à l'effigie des Supermarchés Champion un seau (6 litres) préalablement rempli de fèces qu'ils jettent farouchement sur la « pilule à échelle humaine » qui trône au milieu du hall d'entrée de la petite école de Lacoux. Suite à quelque défaillance technique (disjoncteur), le CACL est plongé dans le noir. Les trois agitateurs, après avoir bousculé le guide-animateur en faction, profitent de l'incompréhension générale pour prendre la fuite, au volant d'un véhicule de couleur grise immatriculé dans l'Ain (01), en direction de Tenay. L'un d'entre eux dira ensuite : « On se serait cru dans les profondeurs d'un rectum géant. »

Le CACL a décidé de porter plainte.