

L'illusion d'un été sans fin : design californien, soleil et mirages

Lilian Froger



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/36753>

DOI : 10.4000/critiquedart.36753

ISBN : 2265-9404

ISSN : 2265-9404

Éditeur

Groupement d'intérêt scientifique (GIS) Archives de la critique d'art

Édition imprimée

Date de publication : 27 novembre 2018

Pagination : 109-128

ISBN : 1246-8258

ISSN : 1246-8258

Référence électronique

Lilian Froger, « *L'illusion d'un été sans fin : design californien, soleil et mirages* », *Critique d'art* [En ligne], 51 | Automne/hiver, mis en ligne le 27 novembre 2019, consulté le 06 décembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/36753> ; DOI : 10.4000/critiquedart.36753

Ce document a été généré automatiquement le 6 décembre 2019.

EN

L'illusion d'un été sans fin : design californien, soleil et mirages

Lilian Froger

NOTE DE L'ÉDITEUR

Lilian Froger est le troisième lauréat de l'aide à l'écriture et à la publication d'un essai critique, créée en 2016 dans le cadre d'une collaboration entre l'Institut français, l'Institut national d'histoire de l'art et la revue *Critique d'art*. Avant lui, cette bourse a permis à Julie Crenn de se rendre en Afrique du Sud pour raconter l'histoire de ses femmes artistes¹ et à Clélia Zernik de faire une enquête sur la forme et le statut des festivals artistiques au Japon². Chaque voyage se conclut par la publication d'un texte long, en français et en anglais. Après trois ans, il est permis de dire que cette aide, dont le but est de favoriser la mobilité des critiques d'art, la circulation de leurs idées et la traduction de leurs écrits, offre un espace unique de réflexion et de visibilité à des auteurs contemporains. Au moment où est publié cet essai, un appel à candidatures est ouvert pour l'année 2019, qui permettra à un-e critique de bénéficier de ce dispositif, mis en place en partenariat avec le ministère de la Culture – Direction générale de la création artistique. Nous espérons recevoir de nombreuses candidatures !

Les réflexions de Lilian Froger dans l'essai qui suit sont provoquées par la coïncidence de trois expositions tenues respectivement à Helsinki, à San Francisco et à Los Angeles qui, comme l'indique l'auteur, « s'intéressent aux relations entre le design, la Californie et les imaginaires qu'elle évoque ». Car loin d'être uniquement un moyen de fabriquer des objets et d'aménager des lieux de vie ou de travail, le design façonne des comportements, un imaginaire, ultimement une société. Attentif aux dispositifs muséographiques mis en place par chacune des expositions, Lilian Froger fait ressortir les divergences entre les récits qu'elles produisent. Certaines opèrent par subdivisions, misent sur la spécialisation (la Californie du Sud « moderniste » vs. la Californie du Nord *geek*), d'autres au contraire s'intéressent aux croisements, aux emprunts, à la présence de l'autre (entre la Californie et le Mexique). Erudit, teinté d'humour, le texte

que vous vous apprêtez à lire est un texte *critique* qui appelle à la responsabilité des musées comme lieux de réflexion engagée et au maintien de leur indépendance à l'égard des logiques d'entreprise dont ils exposent l'histoire. Bonne lecture !
 Elitza Dulguerova, conseillère scientifique du domaine Histoire de l'art du XVIII^e au XXI^e siècle, INHA, et Vincent Gonzalvez, Responsable du pôle arts visuels et architecture, Institut français



Vue de l'exposition *Found in Translation: Design in California and Mexico, 1915-1985*, Los Angeles County Museum of Art, 17 septembre 2017-1er avril 2018, photo : Museum Associates/LACMA

- 1 Depuis quelques années, la marque Apple ajoute la mention *Designed by Apple in California* sur tous ses emballages, en plus de l'obligation légale d'indiquer le lieu de fabrication (en l'occurrence la Chine). Pourquoi cette précision ? Avant toute chose, pour mettre en avant le lieu où l'article a été pensé et dessiné, plutôt que le pays où sont implantées les chaînes de montage, reléguées de fait au second plan. Ensuite, pour bien signifier que cet état de la côte Ouest des Etats-Unis importe plus que le pays entier. Ici, pas de *Made in USA* ni de *Designed in USA*, tel qu'on pourrait s'y attendre. Pour autant, Apple ne se réfère pas à la Californie en tant que circonscription administrative, mais à l'idée même de Californie. C'est-à-dire à l'image d'un vaste état qu'on se représente constamment baigné de soleil. Un territoire de plages, de déserts et de grands espaces. Un décor de palmiers, de cactus et de piscines. Une culture du surf, du bronzage et des cocktails multicolores. Une géographie du *cool* et du *relax*, où les start-ups de l'informatique fleurissent en toute saison. Se superposent à ces visions l'imaginaire de la Silicon Valley actuelle, au Sud de la baie de San Francisco, où les employés *geeks* de Google, Yahoo et Facebook travailleraient avec enthousiasme, entretenant l'idée d'un mode de vie détendu en toutes circonstances, sans cravate, voire en short tout au long de l'année.

2 Plusieurs expositions récentes se sont penchées sur les relations entre le design, la Californie et les imaginaires qu'elle évoque. *California: Designing Freedom*³ au Designmuseum d'Helsinki (après une première étape au Design Museum de Londres) et *Designed in California*⁴ au San Francisco Museum of Modern Art (SFMOMA) envisagent les productions locales des années 1960 à nos jours. L'exposition *Found in Translation: Design in California and Mexico, 1915-1985*⁵ au Los Angeles County Museum of Art (LACMA) a resserré son propos sur les liens tissés avec le Mexique voisin, interrogés à travers le prisme des représentations et des imaginaires. Ces trois expositions prennent comme point de départ ce qu'on pourrait désigner par le « rêve californien », qui se résume en trois points : une ambiance ensoleillée, une économie florissante et le *glamour* hollywoodien. Au-delà d'Hollywood et de Disney, le rapport à l'imaginaire et à la fiction sur la scène artistique de Los Angeles a déjà été abordé dans plusieurs expositions⁶ mais n'a fait l'objet que de peu d'attention dans le domaine du design californien. Les deux principes fondamentaux du design étant la prise en compte du contexte et l'ancrage dans le réel, n'est-il toutefois pas contradictoire de vouloir concilier dans une exposition la pratique contextuelle qu'est le design avec une certaine dimension imaginaire ? D'ailleurs, où situer exactement cette dimension imaginaire ? Dans le discours des commissaires ? Dans celui des designers ? Dans les projets de design eux-mêmes ? A travers les objets qu'elles ont réunis et les discours qui les accompagnent, ces trois expositions récentes mettent à mal certaines idées reçues quant aux relations entre design et Californie (en tant que territoire à la fois physique et mythique), et aident à comprendre le rôle que le rêve californien a pu jouer sur le design. A divers degrés, elles aident à reconsidérer la question que tout le monde se pose : le climat californien est-il véritablement aussi avantageux pour le design qu'il ne l'est pour les oranges ?

3 Un modernisme décontracté

4 A la fin de la Seconde Guerre mondiale et pendant les années 1950, on assiste au développement d'une approche qu'on a qualifiée de *cool* dans le design californien, examinée dernièrement dans les deux manifestations majeures qu'ont été *Birth of the Cool: California Art, Design, and Culture at Midcentury* au Orange County Museum of Art en 2007 et *California Design, 1930-1965: « Living in a Modern Way »* au LACMA en 2011. Alors que New York et Chicago étaient auparavant les deux principaux centres américains en matière de design, la Californie accueille en effet autour des années 1950 de nombreux concepteurs qui vont œuvrer à la définition d'une version californienne du modernisme, considérée comme moins guindée que sur la côte Est. Tout est pensé pour concourir à un mode de vie simple et informel, en apparence au moins. En architecture, la frontière nette entre intérieur et extérieur est assouplie par l'usage de grandes surfaces vitrées et par le choix du plan libre sans étage. Les espaces de sociabilité tournés vers le jardin deviennent essentiels dans la conception des pavillons et des villas, accueillant alors terrasses, patios, piscines ou barbecues. Le mobilier est souvent utilisable aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur. Les couleurs sont chaudes et éclatantes, à l'image du soleil qui irradie toute l'année. Comme pour illustrer cette idée, un grand panneau rétroéclairé montrant un coucher de soleil stylisé accueille le visiteur de l'exposition *California: Designing Freedom* dès l'escalier d'entrée.

5 Emblématique de ce modernisme décontracté, le travail de Charles et Ray Eames contribue amplement à situer la Californie sur la carte du design mondial. De fait, « il est impossible de penser à Charles et Ray Eames sans penser à la Californie du milieu du

XXe siècle. De la même manière, il est difficile d'imaginer la Californie sans les Eames. [...] La Californie était l'attachement géographique des Eames et une idée absolument centrale dans leur pratique du design⁷. » Autant que leurs célèbres chaises constituées d'un piètement métallique et d'une coque en plastique de couleur, la maison qu'ils se construisent en 1949 à Pacific Palisades, face à l'océan, occupe une place importante dans l'histoire du design. Portant le numéro 8 au sein du programme des « Case Study Houses », celle-ci est largement ouverte sur le jardin et les arbres alentour, par l'intermédiaire de grandes baies vitrées qui laissent entrer la lumière à l'intérieur. L'aménagement de la maison – mélange de mobilier des deux designers, d'objets rassemblés à travers le monde et de nombreuses plantes vertes – a dès l'installation du couple été photographié pour la presse généraliste et spécialisée. Abondamment reproduits, des clichés comme ceux de Julius Schulman participent à la construction et à la diffusion de l'image moderne, détendue et chaleureuse de la production des Eames. Et, par extension, de la Californie en général.



William English testant le premier modèle de souris sur oN-Line System (NLS), 1968 © Bill English

6 Construire une autre société

- 7 A l'appui d'une sélection pléthorique d'objets et de projets, les expositions *California: Designing Freedom* et *Designed in California* cherchent à définir l'« essence » du design californien, au-delà du modernisme, et associent toutes deux l'émergence des contre-cultures américaines avec le développement du design technologique et digital de la Silicon Valley. La décennie 1960 sert de prélude à la démonstration, en concentrant l'attention du visiteur sur les communautés [*communes*] – notamment hippies –, particulièrement actives en Californie, et les discours qu'elles ont portés. Désirant échapper physiquement et symboliquement à la société industrielle telle qu'elle prospère dans la période d'après-guerre, ces communautés s'installent hors des villes, dans des camps ou hameaux que leurs habitants construisent eux-mêmes. L'image du hippie véhiculée par les médias montre quelqu'un délibérément isolé de ce qui est moderne, vivant en phase avec la nature, loin du monde civilisé. Une exposition telle que *Hippie Modernism: The Struggle for Utopia* au Walker Art Center en 2015 a fortement corrigé cette image, en montrant nettement que ces communautés ont dans le même

temps été largement attirées par les nouvelles technologies : la vidéo, les structures gonflables, les sons électroniques, les ordinateurs, etc. Les recherches de Fred Turner, notamment sur Stewart Brand, le fondateur en 1968 du *Whole Earth Catalog*, menaient déjà aux mêmes conclusions⁸.

- 8 Le *Whole Earth Catalog*⁹ figure d'ailleurs en bonne place dans les expositions *California: Designing Freedom* et *Designed in California*. Manuel pratique autant que conceptuel, il informait ses lecteurs sur tout ce qui était susceptible de les intéresser : l'auto-construction, l'agriculture, la biologie, l'écologie, mais aussi les sciences de manière générale, la psychologie, la cybernétique ou l'informatique. A la fois catalogue de vente et annuaire, il compilait des informations sur ces sujets, des présentations d'outils, de matériaux, de livres pour approfondir ses connaissances, puis les coordonnées de ceux qui produisaient ces biens afin de les acheter. D'autres publications affiliées aux communautés hippies, ou bien influentes chez celles-ci, sont présentées dans les expositions d'Helsinki et de San Francisco : les deux volumes du *Domebook* (1970 et 1971) de Lloyd Khan pour édifier son propre dôme géodésique, l'*Inflatocookbook* (1970) d'Ant Farm destiné à construire des structures gonflables, ou encore le guide des designers Victor Papanek et James Hennessey, *Nomadic Furniture* (1973-1974), contenant des plans de montage de mobilier simple à assembler. Ces différents manuels sont d'ailleurs l'une des principales contributions des *communes* en matière de design, et la place qui leur est réservée dans ces expositions est pour cette raison pleinement justifiée.
- 9 Les hippies ne sont pas les seules communautés à faire l'objet d'une attention particulière au sein de ces expositions, les années 1960 et 1970 voyant parallèlement l'apparition d'autres « groupes » cherchant à assouvir un désir de nomadisme et de mobilité. Au Designmuseo d'Helsinki, l'accent est mis sur le *skateboard* et la culture du *skate*, qui émergent en Californie dans les années 1960. Sont ainsi rassemblés des revues destinées aux *skaters* et des objets accompagnant le développement de ces pratiques nouvelles : différents types de planches, des roues, des bloc-essieux (*trucks*), ou encore une paire de baskets conçue pour la pratique du *skate*, les Vans modèle « Era » de 1975. L'exposition du SFMOMA choisit pour sa part de documenter l'attrait pour les grands espaces, à travers les pratiques en extérieur dans la montagne ou la forêt. Celles-ci sont représentées par quelques exemples de mousquetons et de coinçeurs hexagonaux pour l'escalade de la marque Chouinard Equipment, un sac à dos pour la randonnée, ou encore une tente *Oval Intention* (1976) de la marque The North Face, pièce centrale de l'exposition montée sur un podium. Leur présentation vise à les extraire de la catégorie du matériel de loisir, pour en faire les supports d'une ode à la liberté et au non-conformisme. Pour le *skate* comme pour l'escalade ou les sorties en extérieur, il s'agit d'expériences de l'environnement et du paysage hors des infrastructures urbaines classiques, dont le but est de repousser ses limites. Les objets exposés sont là pour le démontrer, prenant comme dénominateur commun le recours aux nouvelles technologies.
- 10 **Du collectif au connecté**
- 11 Le versant technologique du design californien est ainsi au cœur des expositions d'Helsinki et du SFMOMA, de la conception d'ordinateurs personnels à celle d'objets de plus en plus performants, de plus en plus connectés. L'essor de la Silicon Valley dans la décennie 1970 y est restitué par la présentation des premiers ordinateurs – de bureau puis portables – d'Apple, Osborne, Xerox, Hewlett-Packard, des prototypes de souris

datant de 1980, les carnets de croquis de Susan Kare pour le dessin des icônes des Macintosh... Viennent ensuite les lecteurs de musique iPod (Apple), l'iPhone (depuis les prototypes jusqu'au *smartphone* tel qu'il est aujourd'hui commercialisé), des bracelets compteurs de pas, des caméras miniatures, les voitures autonomes (sans conducteur), le berceau intelligent *Snoo* (2016) de Fuseproject qui détecte les pleurs et analyse les habitudes de sommeil des bébés. Déjà particulièrement généreuse par sa sélection abondante de projets, l'exposition *California: Designing Freedom* y ajoute la présentation d'applications et de logiciels conçus par les grandes compagnies informatiques depuis une décennie environ : Google, Google Maps, Facebook, Twitter. L'utopie n'est plus sociale ou politique comme avec les communautés des années 1960 et 1970, elle devient utopie technologique. Tels une version actualisée de la conquête de l'Ouest, les logiciels de recherche en ligne se nomment désormais Explorer (Microsoft) ou Safari (Mac). C'est un monde nouveau qui est censé s'offrir à l'utilisateur, pionnier du XXe ou du XXIe siècle. Dans le même temps, un changement d'ordre géographique s'opère : le modernisme décontracté des années 1950 est majoritairement un phénomène du Sud de la Californie, alors que le développement informatique concerne surtout le Nord de l'état (Intel à Santa Clara, Apple à Cupertino, Facebook à Menlo Park, Google à Mountain View, université Stanford).

- 12 Dans l'exposition du SFMOMA, il n'y a pas de division nette entre le Nord et le Sud de la Californie. Plutôt que de rigidité, *Designed in California* fait preuve de beaucoup de souplesse, tant spatialement que théoriquement : occupant une seule vaste pièce, l'accrochage y est moins compartimenté qu'à Helsinki et l'exposition se garde bien d'établir une influence directe de la contre-culture des années 1960 sur la culture des écrans actuelle. Se dessine plutôt l'affirmation d'un état d'esprit diffus présent dans toute la Californie, et qui infuserait les productions des designers de la région, et pas uniquement dans la baie de San Francisco. Pour conforter cette idée, l'exposition intègre dans sa scénographie la reconstitution de la salle de conférence de Charles et Ray Eames, qui apparaissent ici comme le trait d'union entre Californie du Sud et du Nord, entre conception de mobilier et design des interactions. La salle de conférence telle qu'exposée au SFMOMA¹⁰ se compose de chaises et d'une table pour les réunions, sur laquelle sont posés divers objets (pots à crayons, bougeoirs), d'autres sont disposés sur une étagère (toupies, coquillages, masques). Au mur, différentes affiches et photographies sont accrochées, créant un assemblage hétéroclite d'images caractéristique de l'approche visuelle des Eames, méthode associative des images qu'on retrouve aussi dans le montage des films et projections multi-écrans qu'ils développent à partir de la fin des années 1950 pour des expositions¹¹.
- 13 Un de ces films est d'ailleurs montré dans la salle de conférence : *View From the People* (1966), version remaniée de *Think*, la projection que les deux designers conçoivent pour le Pavillon IBM à l'Exposition universelle de New York en 1964. Le message du film repose sur une idée simple : en multipliant les informations et en diversifiant les points de vue, il serait possible d'apporter des solutions claires à des problèmes apparemment complexes, comme par exemple organiser l'urbanisme d'une ville ou de manière plus futile réaliser un plan de table pour un dîner. Ce film prend toute son importance dans *Designed in California* – il se situe d'ailleurs à mi-parcours –, car il laisse supposer un changement dans le rôle du design dans la société. Pour Zoë Ryan, conservatrice pour le design et l'architecture à l'Art Institute de Chicago, il ne s'agit plus de « créer des objets indépendants, à partir seulement d'impératifs formels ou fonctionnels, mais de produire des solutions de design s'appuyant sur la compréhension de comment ces

objets s'insèrent dans un système total d'interactions humaines et de relations¹². » Dans cette projection aux accents didactiques – réduite dans l'exposition au SFMOMA à un seul écran *splitté* au lieu de la douzaine d'écrans qui faisaient face aux spectateurs dans la projection d'origine –, les Eames mettent également en lumière le poids grandissant des médias et la future omniprésence de l'informatique dans un monde connecté où désormais tout est lié.



Edith Heath, *Studio mug*, série Coupe, vers 1950 ; San Francisco Museum of Modern Art, don de Heath Ceramics, photo : Katherine Du Tiel

14 **Liberté, libération, libéral**

15 Avec *View From the People*, Charles et Ray Eames cherchaient à convaincre du potentiel de l'informatique pour rendre la société plus égalitaire. Pour mener à bien ce projet, ils se sont cependant adossés au programme d'expositions initié par une entreprise multinationale – IBM –, aux ambitions sociales et égalitaires peu affirmées. On retrouve une ambivalence similaire dans le discours de l'exposition *California: Designing Freedom*, qui considère les valeurs des nouveaux géants de l'informatique (Google, Apple, Facebook, Amazon) comme la version aboutie de celles prônées par les communautés hippies : la créativité, le développement personnel, la recherche du bonheur et, surtout, la *libération*. Pas vraiment pour se libérer d'une oppression quelconque (économique, politique, sociale, environnementale) mais plutôt pour enfin « devenir soi-même », pour se libérer de soi-même. L'ADN de la Californie, et par extension de son design, résiderait dans cette soif de libération, comme le précise d'ailleurs Brendan McGetrick, l'un des commissaires, « de diverses manières, l'exposition affirme que le trait caractéristique du design californien consiste à mettre l'accent sur la libération personnelle¹³. » C'est là que le discours soutenu par l'exposition d'Helsinki pose question. Car si la communication de ces grandes entreprises exalte depuis des années la liberté et la libération des consommateurs, est-ce le rôle du musée de reproduire et

finalement de cautionner ce discours qui, sous un vernis progressiste, n'est que le versant néolibéral du modèle capitaliste ?

- 16 En effet, peut-on véritablement considérer l'iPhone comme une « révolution pour le comportement humain¹⁴ », dans le sens le plus positif et émancipateur ? Dans l'exposition, tout l'héritage de l'histoire contre-culturelle et contestataire californienne se voit réintégré dans une vaste opération de dépolitisation puis d'appropriation. Tout y passe : les communautés hippies¹⁵, mais aussi le Free Speech Movement à Berkeley, les luttes pour les droits civiques, pour les droits des homosexuels, contre la guerre du Vietnam, etc. On en conserve seulement l'aspect libérateur et personnel, dissocié de toute recherche d'émancipation collective à l'échelle de la société. Et ce n'est pas la présence dans l'exposition des réseaux sociaux, de quelques outils collaboratifs en ligne et des projets de *hackers* et de *makers* qui suffit à convaincre du bien-fondé du discours.
- 17 Cette « californisation » du monde par la diffusion des objets conçus par les grandes sociétés de la Silicon Valley repose sur les mêmes valeurs individuelles que le monde néolibéral de l'entreprise : mise en récit du succès, fluidité, accomplissement personnel, flexibilité, nomadisme, adaptabilité¹⁶. Une certaine forme de narration du succès est aussi à l'œuvre dans l'exposition d'Helsinki, à travers la valorisation d'un lieu apparemment anodin : le garage de pavillon de banlieue. Quatre tirages photographiques montrent ainsi le garage de l'oncle de Walt Disney, des parents de Steve Jobs (Apple), de David et Lucile Packard (Hewlett-Packard) et de Susan Wojcicki (qui a accueilli les premiers pas de Google). Ces portes fermées de garage – tout ce qu'il y a de plus ordinaires – ne nous disent pas grand-chose, mais le cartel nous éclaire sur ce qu'il faut comprendre : avec un simple garage, les plus audacieux réinventeront le monde, pour vous. Car, à chaque fois, c'est dans un garage que la « magie » a commencé. Concernant toujours le rapport au monde de l'entreprise, d'autres choix scénographiques tirent cette fois l'espace muséal vers l'espace commercial qu'est le *showroom*. La place laissée aux vidéos de présentation accompagnant certains objets dans l'exposition d'Helsinki a de quoi déconcerter. Directement fournies par les entreprises les concevant, telles que Twitter, Snapchat, Google ou Nest, quel statut donner à ces vidéos ? S'agit-il de mises en contexte, d'exemples de communication d'entreprises en matière de design, de publicités ? La scénographie de *Designed in California* au SFMOMA lève toute ambiguïté à ce sujet car il est clair que les quelques vidéos exposées ont valeur de documentation des projets présentés. La reconstitution de la salle de conférence de Charles et Ray Eames, à la manière d'une *period room*, est déjà une manière de penser la monstration des objets comme des éléments à regarder et à comprendre dans leurs relations les uns avec les autres, et pas uniquement comme de désirables produits dont on nous fait la démonstration en vue de les acheter¹⁷.

18 **Si loin, si proche : le Mexique**

- 19 Le propos et les ambitions de l'exposition *Found in Translation* au LACMA sont radicalement différents puisque ses commissaires ne recherchent pas une « essence » du design californien – comme une forme de design qui serait typiquement et exclusivement californienne – mais choisissent de l'envisager dans ses relations avec le Mexique. Le rapprochement des deux territoires n'est pas anodin : le Mexique et la Californie partagent une frontière commune, leurs climats sont similaires (pour la Californie du Sud en tout cas), et leurs histoires se recouvrent en partie (lorsque le Mexique prend son indépendance vis-à-vis de l'Espagne en 1821, la Californie est mexicaine, avant d'intégrer les Etats-Unis en 1850). *Found in Translation* s'inscrit dans le

cadre de Pacific Standard Time, vaste programme culturel mené dans le Sud de l'état sous l'impulsion du Getty Center. Ayant pour thème les liens entre la scène artistique de Los Angeles et l'Amérique du Sud, la troisième édition du programme a pris une tournure politique suite à l'élection de Donald Trump en 2016. Quand bien même l'organisation de l'exposition du LACMA a été entamée avant son élection, elle ne peut qu'être vue comme la célébration du métissage californien/mexicain et de la diversité culturelle, à l'opposé de la volonté aberrante du président américain de construire un mur à la frontière entre les deux pays.

- 20 En parcourant l'exposition, on s'aperçoit que le modernisme décontracté californien trouve son exact pendant au Mexique. On construit à Acapulco les mêmes villas qu'à Palm Springs, avec piscines et patios, tandis que les programmes de construction de pavillons des deux côtés de la frontière associent baies vitrées, bois et toits plats, bâtis parfois par les mêmes architectes. Dans le domaine du mobilier également, les idées circulent des deux côtés de la frontière, les designers mexicains comme californiens allant chacun y puiser de nouvelles formes et de nouveaux matériaux, comme le précise le catalogue¹⁸. On retrouve du côté californien de nombreux exemples de reprises de motifs précolombiens (le serpent à plumes, la pierre du soleil, des éléments évoquant les styles aztèques, toltèques, zapotèques ou mayas), les maisons construites par Frank Lloyd Wright à Los Angeles, *Hollyhock House* (1921) et *Ennis House* (1924), étant de ce point de vue emblématiques, avec leur ornementation faite de motifs néo-mayas et leurs proportions rappelant les temples des civilisations précolombiennes. D'autres designers dépassent cette fascination exotique et s'installent à Mexico, tel le designer textile Saul Borisov, et commencent à réinterpréter des pièces de mobilier régional. Clara Porset, Xavier Guerrero et Michael van Beuren réemploient la forme simple de la *butaca* mexicaine (une assise en bois faisant office de fauteuil bas) tout en utilisant de l'*ixtle*, un textile mexicain fait de fibres d'agave tissées. Il en résulte des assises aux formes modernes bien qu'issues de modèles non industriels, conçues avec des matériaux spécifiques à l'artisanat mexicain. Globalement, les designers californiens cherchent dans la production mexicaine une certaine spontanéité, une identité régionale, voire une « vérité », avec tout l'aspect condescendant que peut aussi parfois revêtir le regard porté sur une production désignée comme « naïve ». Le Mexique apparaît alors comme un véritable réservoir de savoir-faire, réinvesti du côté californien : le papier mâché, le travail du métal, le domaine du tissage pour Kay Sekimachi, la technique du crochetage de fil métallique pour Ruth Asawa. Moins connu que certains de leurs autres films, *Day of the Dead* (1957) de Charles et Ray Eames est diffusé à la fin de l'exposition. Tous les préparatifs et les différents artisanats liés à l'organisation domestique de la fête des morts au Mexique y apparaissent à l'écran.
- 21 *Found in Translation* est une exposition riche, dense, extrêmement documentée, sur un sujet peu arpenté. Elle est d'autant plus indispensable qu'elle révèle les allers et retours constants entre le Mexique et la Californie en matière de design, mettant à jour des relations politiques et formelles complexes entre les deux régions, faites de connexions constamment alimentées. A l'échelle du musée, c'est aussi une exposition modèle puisqu'elle intègre des objets anciens préhispaniques issus d'autres départements du LACMA, tout en s'appuyant sur de nombreuses acquisitions lors de la phase préparatoire de l'exposition. Et surtout, elle parvient à modifier le regard porté sur le design californien comme « naissant de lui-même », en requalifiant sa relation avec la production mexicaine. Alors que la conception de mobilier pour l'extérieur est considérée comme le pré carré des concepteurs californiens, de même que l'utilisation

de la fibre de verre, on remarque de grandes similitudes entre les bancs et chaises longues de Douglas Deeds et de Po Shun Leong (qui a longtemps vécu au Mexique puis plus tard en Californie), dont les recherches ont lieu simultanément, sans que le modèle californien ne soit en avance sur son homologue mexicain. Même chose concernant les Jeux Olympiques. En 1968, Mexico accueille les JO d'été et le choix est fait de réutiliser les installations sportives déjà existantes. Le groupe d'architectes et de designers dirigé par Pedro Ramírez Vázquez en charge de la manifestation conçoit alors une signalétique permettant de circuler plus aisément dans la ville par le biais des autoroutes qui la parcourent¹⁹. Les couleurs du drapeau mexicain sont écartées, le logo et les uniformes des personnels d'accueil mêlent Op art et motifs traditionnels géométriques. Pour les JO de 1984 à Los Angeles, la designer Deborah Sussman conçoit un projet qui allie signalétique et communication, directement inspiré du précédent mexicain. Elle évacue les couleurs américaines (bleu, blanc et rouge) de la charte graphique et conçoit des modules en forme de colonnes, destinés à faire signe dans la ville quand on circule de site en site *via* les autoroutes. Alors que les influences mexicaines sur le design californien sont souvent minorées, quand ce n'est pas complètement tues, *Found in Translation* les remet au cœur de son propos, montrant que le design californien n'est pas né *ex nihilo* dans les années 1950, d'un peu de soleil et de bonne volonté, mais qu'il s'est nourri d'échanges constants avec son voisin mexicain.



Vue de l'exposition *Found in Translation: Design in California and Mexico, 1915-1985*, Los Angeles County Museum of Art, 17 septembre 2017-1er avril 2018, photo : Museum Associates/LACMA

22 Dans l'ombre du soleil californien

23 Pour tout le travail de mise en lumière des influences croisées entre Mexique et Californie qu'elle accomplit, l'exposition *Found in Translation* est exemplaire de ce qu'une institution muséale peut aujourd'hui présenter à son public en matière d'exposition de design. En cela, le LACMA prolonge l'élan engagé avec l'exposition *Living in a Modern Way*, dont le riche catalogue était complété par une publication

répertoriaient les designers actifs dans l'état au milieu du XXe siècle²⁰. Le contenu de l'exposition et de ces deux publications permettait de saisir rapidement à quel point le design en Californie a toujours été une question d'immigration et d'assimilation des cultures extra-américaines, le Mexique n'étant pas le seul concerné par ce mouvement d'absorption. Le rôle de la diaspora asiatique (chinoise, coréenne et japonaise), très présente en Californie même si elle est moins nombreuse que la population hispanique, serait aussi à interroger, notamment quant à l'utilisation de certains matériaux souples tels que le bambou et le rotin, très employés pour renouveler les formes du mobilier pour l'extérieur, typique du design californien. Les assises conçues par Danny Ho Fong et son fils Miller Yee Fong condensent bien la rencontre entre des formes jugées californiennes et un savoir-faire asiatique, celui du tressage du rotin. Contrairement à ce qui est souvent dit ou suggéré, le design moderne californien n'est pas fait d'un bloc. Il est, comme souvent en matière de création, le résultat d'un tissage multiculturel et il est bon de le rappeler.

24 On le voit clairement dans les trois expositions, le design californien ne se caractérise pas par un « style » reconnaissable d'un seul coup d'œil, comme c'est le cas des objets du groupe Memphis, ou dans une certaine mesure des objets regroupés par Jasper Morrison et Fukasawa Naoto sous l'étiquette de « Super Normal ». Il s'agirait plutôt – et c'est certainement là que réside sa spécificité – d'une démarche globale de design, par essence à la croisée de différents domaines : le design d'objet, le design graphique, le design d'interface et un intérêt marqué pour la technologie et l'informatique. Encore peu étudié, le rapport à l'artisanat (et à ce qui relève du *craft*) dans le design californien, évoqué dans *Designed in California* à travers l'exemple des céramiques d'Edith Heath, est aussi un nœud problématique qui mérite attention, autant que le rapport aux technologies informatiques. Les discours qui accompagnent ces productions – on le voit clairement dans l'exposition *California: Designing Freedom* et de manière plus diffuse dans *Designed in California* – insistent généralement sur les qualités supposées du designer californien : l'inventivité, l'expérimentation, la collaboration, l'optimisme et l'envie de changer le monde. Ces discours se répètent, qu'ils soient portés par l'institution, par les entreprises dans le cadre de leur communication ou bien directement par certains designers, à l'instar de David Kelley, l'un des fondateurs d'IDEO – entreprise qui a popularisé la méthodologie du *design thinking* – expliquant : « Nous sommes dans la Silicon Valley, dans la baie de San Francisco, et l'idée que nous pouvons tous ensemble changer le monde est très stimulante²¹. » Ils se réfèrent à de grands idéaux, mais qui sonnent souvent creux une fois qu'on resitue les objets dans leur contexte, généralement exclusivement commercial. Le rôle du designer devient alors surtout celui de « lubrifiant²² » pour ces grandes entreprises et leurs investisseurs : il facilite les usages et par voie de conséquence les ventes, tout en fournissant de nouveaux atouts communicationnels et publicitaires. En 1957 déjà, se gardant bien de communiquer sur la composition de ses produits herbicides particulièrement nocifs, l'entreprise de chimie Monsanto finançait intégralement la « Maison du Futur » dans le parc d'attractions Disneyland d'Anaheim, en banlieue de Los Angeles. Cette vision du futur – située trente ans plus tard, en 1987 – employait le design à des fins positives, montrant aux visiteurs les objets et meubles en plastique censés occuper les intérieurs californiens à l'avenir²³.

25 C'est en revanche le rôle du musée que d'identifier ce qui relève du design de ce qui concerne le discours commercial de l'entreprise. De questionner les idéologies cachées encore aujourd'hui dans les visions « positives » du futur. De réintroduire de la

singularité, du doute et de la complexité quand les industriels choisissent la voie de la standardisation des usages et des comportements. Car on ne peut oublier que le succès économique californien dans son ensemble n'a pas empêché les conséquences funestes : camps de sans-logis qui se développent dans l'état et notamment dans les grandes villes, vaste pollution due à l'agriculture intensive, gigantesques incendies de forêt, etc. Dans les discours, ces aspérités sont cependant occultées, gommées, pour ne conserver de la Californie que l'insouciance ensoleillée. Certains projets, notamment de design critique (qu'on le nomme ainsi ou design fiction, design conceptuel, design spéculatif²⁴), invitent à interroger le rôle véritablement émancipateur et social du design. C'est le cas par exemple de *Borderwall as Architecture* (2009-) de Ronald Rael et Virginia San Fratello, tous deux présents dans *Designed in California* mais avec un projet plus « classique ». *Borderwall as Architecture* vise à penser la frontière américano-mexicaine comme un lieu de rencontre – plutôt que comme la matérialisation d'une séparation –, de manière sérieuse avec des espaces de serres partagées, de manière plus ironique avec des cuisines pour distribuer des tacos côté américain et favoriser l'esprit de fraternité. Le design californien a jusqu'à présent été peu sensible aux approches critiques, il est donc d'autant plus essentiel que l'institution muséale soutienne ces réflexions, débarrassées d'un imaginaire de carte postale peuplé de palmiers, loin des bonnes intentions de façade et de leurs mirages.

NOTES

3. *California: Designing Freedom* (10 novembre 2017-04 mars 2018), Helsinki : Designmuseo. Commissariat : Brendan McGetrick et Justin McGuirk. Exposition présentée initialement au Design Museum de Londres du 24 mai au 17 octobre 2017.
4. *Designed in California* (27 janvier 2017-27 mai 2018), San Francisco : SFMOMA. Commissariat : Jennifer Dunlop Fletcher et Robert J. Kett.
5. *Found in Translation: Design in California and Mexico, 1915-1985* (17 septembre 2017-01 avril 2018), Los Angeles : LACMA. Commissariat : Wendy Kaplan et Staci Steinberger.
6. En France, on peut citer *Los Angeles 1955-1985 : naissance d'une capitale artistique* au Centre Pompidou en 2006 et plus récemment *Los Angeles : une fiction* au musée d'art contemporain de Lyon en 2017.
7. Jacob, Sam. « Context as Destiny: The Eameses from Californian Dreams to the Californiafication of Everywhere », *The World of Charles and Ray Eames*, Londres : Barbican Center ; New York : Rizzoli, 2015, p. 165. Sous la dir. de Catherine Ince, Lotte Johnson
8. Turner, Fred. *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago : Chicago University Press, 2006. Le catalogue de l'exposition d'Helsinki comporte par ailleurs un entretien entre l'un des commissaires et Fred Turner : *California: Design Freedom*, Londres : Design Museum ; Phaidon, 2017, p. 198-199. Sous la dir. de Brendan McGetrick, Justin McGuirk
9. Parmi les nombreuses références sur cette publication, voir notamment : *Whole Earth Field Guide*, Cambridge : The MIT Press, 2016. Sous la dir. de Caroline Maniaque-Benton, Meredith Gaglio

10. Initialement installée dans le second bâtiment de la maison des Eames qui faisait office d'atelier, la salle de conférence était disposée dans un espace plus grand que celui de l'exposition *Designed in California* et agencée différemment.
11. Voir par exemple le texte de Beatriz Colomina consacré à la projection *Glimpses of America*, conçue par Charles et Ray Eames pour l'Exposition nationale américaine de 1959 à Moscou : *Cernés par les images : l'architecture de l'après Spoutnik*, Paris : B2, 2013.
12. Ryan, Zoë. « Taking Positions. An Incomplete History of Architecture and Design Exhibitions », in *As Seen: Exhibitions That Made Architecture and Design History*, Chicago : The Art Institute of Chicago, 2017, p. 20. Sous la dir. de Zoë Ryan
13. *California: Design Freedom*, *Op. cit.*, p. 201
14. *Ibid.*, p. 33
15. D'un point de vue formel, l'esthétique des produits d'Apple renvoie pourtant davantage aux formes lisses et épurées de Dieter Rams pour Braun qu'au travail manuel et artisanal des communautés hippies.
16. Spencer, Douglas. « Architecture after California », *e-flux* [en ligne], 12 octobre 2017 (<https://www.e-flux.com/architecture/positions/151749/architecture-after-california/>). Voir aussi : Lazzarato, Maurizio. « On the Californian Utopia/Ideology », in *The Whole Earth: California and the Disappearance of the Outside*, Berlin : Haus der Kulturen der Welt ; Sternberg Press, 2013, p. 166-168. Sous la dir. de Diedrich Diederichsen, Anselm Franke
17. Profitant de la réfection des sols de la maison des Eames en 2011, le LACMA avait de son côté reconstitué à l'identique l'aménagement de leur maison – avec tout son mobilier et ses objets – pour l'exposition *California Design, 1930-1965: « Living in a Modern Way »*.
18. Mallet, Ana Elena. Steinberger, Staci. « “Fertile Ground”. Design Exchanges between Mexico and California, 1920-1976 », in *Found in Translation: Design in California and Mexico, 1915-1985*, Los Angeles : LACMA ; Munich : Prestel, 2017, p. 182-213. Sous la dir. de Wendy Kaplan
19. Parmi d'autres curiosités, l'exposition du LACMA montre une vidéo de 1970 dans laquelle Raquel Welch danse en bikini futuriste devant les sculptures conçues pour la signalétique des JO de Mexico, et qui servait d'interlude dansé pour sa reprise de la chanson *California Dreamin'*. Dans une autre vidéo exposée, on la voit chanter en haut du site archéologique mexicain du Teotihuacan.
20. *A Handbook of California Design, 1935-1965: Craftspeople, Designers, Manufacturers*, Cambridge : The MIT Press ; Los Angeles : LACMA, 2013. Sous la dir. de Bobbye Tigerman
21. Dans un entretien publié dans le catalogue *California: Designing Freedom*, David Kelley, cité dans : *California: Design Freedom*, *Op. cit.*, p. 215.
22. Doze, Pierre. « Les joies irritantes des caresses infécondes. Ambition du design et éloge du fourbi », *Azimuts*, n° 44, mars 2016, p. 214
23. Un imaginaire remplaçant l'autre, quand l'attraction est démontée en 1967, elle est temporairement remplacée par un espace de jardins sur le thème des montagnes des Alpes. En 1995, cela devient l'emplacement du bassin du roi Triton, inspiré du film *La Petite sirène*.
24. Voir : *Strange Design : du design des objets au design des comportements*, Villeurbanne : it: éditions, 2014. Sous la dir. de Jehanne Dautrey, Emanuele Quinz ; Malpass, Matt. *Critical Design in Context. History, Theory, and Practice*, Londres ; New York : Bloomsbury, 2017
1. Crenn, Julie. « Who Run the World ? : les artistes sud-africaines au défi de l'Histoire et des normes », *Critique d'art*, n°47, automne/hiver 2016, p. 97-128
2. Zernik, Clélia. « L'Art japonais après Fukushima : au prisme des festivals », *Critique d'art*, n°49, automne/hiver 2017, p. 81-120

AUTEUR

LILIAN FROGER

Lilian Froger est docteur en Histoire de l'art contemporain. Ses recherches portent sur la photographie japonaise des années 1950 à nos jours et interrogent les relations et points de contact entre photographie, édition et exposition. En parallèle de ses recherches universitaires, il est l'auteur de textes critiques parus dans *esse arts + opinions*, *2.0.1*, *Critique d'art*, *IMA* et *Marges*, qui s'intéressent au rôle de la fiction dans le champ de l'art contemporain et du design, ainsi qu'à l'implication nécessaire du spectateur, du lecteur ou de l'utilisateur dans l'activation des objets et dans la compréhension des images. Il développe actuellement un cycle de conférences à l'EESAB (site de Brest) sur le pouvoir oppositionnel du design.