Massimiliano Gioni, Appearance Stripped Bare: Desire and the Object in the Work of Marcel Duchamp and Jeff Koons, Even

Marc Décimo

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/53843>

DOI : 10.4000/critiquedart.53843

ISSN : 2265-9404

Éditeur

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

Référence électronique

Marc Décimo, « Massimiliano Gioni, Appearance Stripped Bare: Desire and the Object in the Work of Marcel Duchamp and Jeff Koons, Even », *Critique d'art* [En ligne], Toutes les notes de lecture en ligne, mis en ligne le 26 novembre 2020, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/53843> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/critiquedart.53843>

Ce document a été généré automatiquement le 25 septembre 2020.

EN

Massimiliano Gioni, Appearance Stripped Bare: Desire and the Object in the Work of Marcel Duchamp and Jeff Koons, Even

Marc Décimo

- 1 Directeur du New Museum à New York et invité à la Fondation Jumex à Mexico City, Massimiliano Gioni s'est employé à mettre ensemble et confronter un certain nombre d'œuvres de Marcel Duchamp et de Jeff Koons. L'exercice apparaît périlleux, parce que, selon les contextes et l'histoire en cours, il y a évidemment du jeu. Ces objets – *readymades*, sculptures gonflables ou aspirateurs –, mis sous vitrine, ne dispensent aux regardeurs ni le même sens, ni les mêmes modalités. La confrontation sert donc à faire réfléchir sur le statut respectif de ces objets en leur temps et de nos jours. Là vient certainement se loger l'antinomie. La question qui se pose est bien alors de savoir de quelle manière Marcel Duchamp et Jeff Koons se différencient, de déterminer les modalités exactes qu'entraînent leurs œuvres respectives, précisément parce que Jeff Koons affirme ce que ses réalisations doivent à son prédécesseur. Si le *readymade* est en quête d'indifférence visuelle et de provocation, validé par le « choix » de l'artiste, il revient aux auteurs du catalogue de saisir comment Jeff Koons s'approprie le dispositif et le déplace. S'agit-il, comme avec le *readymade*, de s'adapter à ce qui se présente ou de toute autre chose, une proposition liée à la société de consommation et à la frustration qu'elle peut engendrer ? Et de mener alors une réflexion autour de la banalité qui assujettit consommateurs et collectionneurs, une tournure prétendu libidinale du désir vers l'inorganique. Le livre, un grand format sur papier glacé à l'iconographie soignée, présente une douzaine de contributions, dont celle de Helen Molesworth joliment intitulée « Rose Sélavy Goes Shopping », celle de Calvin Tomkins, le biographe américain de Marcel Duchamp, qui évoque la collaboration de la Cicciolina avec Jeff Koons, *Made in Heaven*, l'influence de Salvador Dalí, « le plus grand ego du XX^e siècle » selon Marcel Duchamp (p. 136). A son tour, Arturo Schwarz, le marchand italien qui

réifia les *readymades* en 1964, se souvient des projets divers, dont l'édition du catalogue raisonné, la mise à prix pour 25 000\$ des treize *readymades* (p. 198-205).