



Marges

Revue d'art contemporain

08 | 2008

L'art à l'heure de la société de services

De l'invisible comme un service artistique

About the Invisible as an Artistic Service

Nathalie Desmet



Édition électronique

URL : <http://marges.revues.org/576>

DOI : 10.4000/marges.576

ISSN : 2416-8742

Éditeur

Presses universitaires de Vincennes

Édition imprimée

Date de publication : 15 octobre 2008

Pagination : 86-99

ISBN : 978-2-84292-252-8

ISSN : 1767-7114

Référence électronique

Nathalie Desmet, « De l'invisible comme un service artistique », *Marges* [En ligne], 08 | 2008, mis en ligne le 15 octobre 2009, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://marges.revues.org/576> ; DOI : 10.4000/marges.576

Ce document est un fac-similé de l'édition imprimée.

© Presses universitaires de Vincennes

De l'invisible comme un service artistique

Avec l'évolution économique et sociétale des trente dernières années, l'art contemporain se trouve de fait intégré dans une société qui valorise de plus en plus les biens immatériels. Loin d'encourager le mythe d'un monde de l'art isolé et coupé de toute autre activité humaine, il semble qu'on puisse distinguer une forme de tertiarisation de l'activité artistique liée à cette économie de l'immatériel. Les artistes délèguent de plus en plus les différentes étapes de leur travail en les externalisant. Il n'est pas rare aujourd'hui de les voir utiliser les services d'autres corporations – artisans, industriels, designers... – pour mener à bien leur projet. En déléguant des activités relevant traditionnellement davantage d'un secteur primaire ou secondaire (sélection de matériaux et transformation), l'artiste s'investit *de facto* dans des activités qui relèvent du tertiaire (distribution, commerce, information, voire marketing). S'investissant dans la mise en valeur de cette production, caractéristique de ce que l'on qualifie souvent d'ère *post-studio*, il établit aussi une relation économique nouvelle avec l'institution. La multiplication des projets « à la demande » conduit l'artiste à devenir lui-même producteur de services : production d'informations, recherches documentaires, médiation, promotion de l'exposition, commissariat, événements pour le vernissage, etc.

Parfois son travail ne consiste même qu'en cela. Cette notion de service qu'il faut entendre dans cette acception économique doit être rigoureusement circonscrite si l'on ne veut pas l'associer à des termes parents d'une obligation de vassalité, d'asservissement ou de servilité... D'un service artistique à un art servile, il existe beaucoup de nuances. Comment qualifier la quantité de tâches préalables à la présentation du travail de l'artiste? Où commence et où s'arrête l'activité artistique? Il est difficile d'identifier les limites entre art et œuvre dans ce travail parfois sans production. Peut-on encore parler d'art? Quelles sont les implications esthétiques de cette tertiarisation?

L'exposition de l'art contemporain est fortement liée à cette question. Certaines productions restent dans la problématique d'un art « dématérialisé », suivant en cela les observations de Lucy Lippard pour qualifier un art valorisant l'idée au détriment de la forme, un art dont la forme matérielle est « secondaire, légère, éphémère, bon marché, non prétentieuse et/ou "dématérialisée" ¹ ». Cependant, la logique d'un art de service relève d'un art dont l'idée prime non seulement sur la forme mais aussi sur la production. La notion de service présente l'avantage d'apporter un éclairage différent sur la question de la dématérialisation de l'art. La dématérialisation ne peut plus s'entendre comme la forme d'un regard auto-référentiel sur l'art ou comme une interrogation sur les limites de l'œuvre mais comme une forme visant à mettre en valeur une économie et des relations.

Si l'on accepte d'entendre le terme « économie » comme un « arrangement réciproque concourant des parties d'un ensemble, soit matériel, soit intellectuel² », on peut qualifier cette dématérialisation d'économique. La production matérielle disparue, l'artiste tend à mettre en évidence l'appareil d'exposition et a posteriori le système qui le supporte. Toute forme dématérialisée et a priori invisible ne peut devenir visible et perceptible qu'à condition d'un arrangement en premier lieu avec l'institution et en second lieu avec le public. Elle prendra en fait souvent la forme d'un service. Beaucoup d'œuvres ou d'expositions ne tiennent aujourd'hui leur visibilité que de l'institution et certains cas extrêmes – mais très révélateurs – sont littéralement invisibles. Le Turner Prize 2001, attribué à Martin Creed pour *Work No. 227: The Lights Going On and Off* (2000), montre par exemple la consécration d'une exposition totalement vide dont la lumière s'allume et s'éteint par intermittence de 5 secondes. Dans un autre registre, Roman Ondak présentait à la galerie Gb Agency à Paris en 2006, *More Silent Than Ever*, une salle

¹ Lucy R. Lippard, *Six Years: The Dematerialization of the Art Object from 1966 to 1972*, (1973), Berkeley, Los Angeles, London, University of California Press, 1997.

² Définition du *Litttré*.

³ Andrea Fraser,
« How to Provide
an Artistic Service:
An Introduction », dans
*Museum Highlights:
The Writings of Andrea
Fraser*, Alexander Alberro
(sld.), Cambridge, Mass.,
MIT Press,
2005, p. 153-163.

⁴ Helmut Draxler
est historien d'art,
critique et commissaire.

⁵ L'exposition et le
groupe de travail ont été
présentés à Stuttgart,
Munich, Genève, Vienne
et Hasselt. Les
participants étaient
Judith Barry, Ute-Meta
Bauer, Ulrich Bischoff,
Iwona Blazwick, Buro
Bert, Susan Cahan, Clegg
& Guttman, Stefan
Dilleuth, Helmut
Draxler, Andrea Fraser,
Renée Green, Christian
Philipp Muller, Fritz
Rahmann et Fred Wilson.
Michael Clegg, Martin
Guttman, BuroBert, et
al. « Serving
Communities », *October*,
Vol. 80, Printemps, 1997,
p. 128-148 ; Iwona
Blazwick, Susan Cahan,
Andrea Fraser, « Serving
Audiences », *ibid.*,
p. 128-139 ; Judith Barry,
Renee Green, Fred
Wilson, « Serving
Institutions », *ibid.*,
p. 120-129.

entièrement vide, avec un « dispositif de mise sous écoute caché » (selon le cartel) ; dispositif qui s'avérait être totalement fictif. Les exemples sont nombreux depuis les années 1990. La production matérielle disparue, l'artiste contribue donc à mettre en exposition le dispositif de présentation et le système qui le sous-tend.

La notion de service peut nous aider à clarifier une mise en exergue de l'économie institutionnelle. Cette prépondérance de la tertiarisation de l'activité artistique est parallèle à un changement des régimes de visibilité. En adoptant des formes caractéristiques de la critique institutionnelle – le rejet de la matérialité, les formes discursives, l'in situ – l'artiste prestataire de service soutient l'appareil d'exposition, confirmant par là une institutionnalisation de la critique institutionnelle. Comment les formes de la critique institutionnelle ont-elles pu prendre les apparences d'un service artistique ?

La notion de « service artistique »

Avant de relever les formes artistiques et esthétiques les plus caractéristiques d'un art où l'artiste devient prestataire, il faut analyser la notion de service en regard de l'activité artistique. Cette association a priori incongrue de l'art et du service a été proposée par une artiste américaine. Généralement considérée comme artiste de la critique institutionnelle de la deuxième génération, Andrea Fraser a cherché à faire reconnaître le travail invisible qu'elle avait réalisé avec différentes institutions³. C'est à la suite de différends avec celles-ci et avec les commissaires, qu'elle ressent la nécessité de revendiquer cette partie du travail dans ses activités de projets. Il s'agit pour elle d'identifier un des aspects de l'art qualifié selon les auteurs d'art in situ, d'art spécifique au site, d'art contextuel, d'art de la critique institutionnelle ou d'art *post-studio* et de qualifier une de leurs caractéristiques majeures : la mise en projet qui parfois supplante la production finale, sans pour autant que le travail en soit diminué. C'est le désir d'une « méthode » – probablement de négociation – qui l'amène en 1994 à initier un groupe de travail avec Helmut Draxler⁴ au Kunstraum de l'université de Lüneburg⁵ pour établir les conditions et les relations des pratiques artistiques fondées sur ce type de projet. Avec l'inflation des demandes de projets des différentes organisations, plusieurs problèmes nouveaux se posent : des questions pragmatiques comme celle de savoir si l'artiste va être payé pour le travail effectué ou plus fondamentales comme l'apparition de risques plus élevés de censure, voire d'auto-censure. La possession des œuvres n'étant plus liée à un achat classique, mais à une commande que l'artiste exécute le temps d'une

exposition par exemple, les risques de renoncement à certaines parties du projet sont facilités. La question plus générale mais non moins problématique est celle de la préservation ou non de l'autonomie de l'artiste⁶. Certaines institutions n'hésitent pas à demander des travaux in situ, sans contrepartie financière ; d'autres se sont habituées à ce que les artistes conçoivent invitations, affiches, annonces et catalogues, sans compensation. Andrea Fraser note que certains artistes, parvenant à négocier de l'argent, sont généralement qualifiés de « difficiles » et sont montrés en contre-exemple à côté d'autres artistes moins demandeurs. Au terme d'une exposition, il n'est pas rare d'apprendre que le budget a été intégralement dépensé et qu'il n'est plus possible de les payer. Enfin, certains commissaires ou conservateurs désinstallent, pendant l'exposition, la partie visible du travail sans en informer les artistes, d'autres la détruisent à la fin de l'exposition. Parfois, dit-elle, les artistes s'aperçoivent après l'exposition qu'ils n'ont aucun droit sur les informations produites sur leur travail et qu'ils doivent payer pour s'en servir⁷.

Ainsi appliqué au domaine artistique, le service doit permettre de décrire un certain type de travail et les conditions sous lesquelles celui-ci est entrepris. Et au passage de mieux distinguer l'intangible face à la production d'objets tangibles. Lors de leur rencontre, Andrea Fraser et Helmut Draxler distinguent ainsi quatre modalités de service artistique : le travail d'interprétation et d'analyse de sites et de situations hors et dans l'institution culturelle ; le travail pédagogique hors et dans l'institution ; le travail de présentation et d'installation ; le travail de promotion avec le public incluant l'organisation, la pédagogie, la production documentaire et la création de structures alternatives. La notion de service artistique, telle qu'elle est construite par Andrea Fraser⁸, s'appuie directement sur une théorie économique. *The New Service Economy: The Transformation of Employment in Industrial Societies* (1983) de Jonathan I. Gershuny et Ian D. Miles, socio-économistes anglais, considère que la vitalité de l'économie des sociétés occidentales sera surtout liée à l'impact des services et les effets des nouvelles technologies sur ces derniers. Le propos donne les outils pour transposer les activités économiques aux activités artistiques. Reprenant les distinctions des auteurs, Fraser isole les « produits de service » caractérisant les biens intangibles et éphémères, les « occupations de service » désignant tout ce qui relève de la maintenance ou de la formation, ou de la gestion de l'information et les « fonctions de services » impliquant les individus

⁶ Andrea Fraser, « What's Intangible, Transitory, Mediating, Participatory, and Rendered in the Public Sphere: Part II », dans *Museum Highlights: The Writings of Andrea Fraser*, Cambridge, The MIT Press, 2005, p. 55-80.

⁷ Andrea Fraser, « Services: A Working-Group Exhibition », dans Beatrice Von Bismark (ed.), *Games, Fights, Collaborations. Das Spiel von Grenze und Überschreitung*. Kunstraum der Universität Lüneburg, 1996 (www.uni-lueneburg.fr/interarchiv/texte/efraser.html).

⁸ Le glissement de la production artistique en tant qu'objet à la production artistique en tant que service est selon elle à dater de 1969, date à laquelle le Art Workers' Coalition commence à réfléchir à un accord sur les ventes d'œuvres d'art et les droits afférents (Artist's Reserved Rights Transfer Sale Agreement, 1971). Cet accord prévoit un droit de regard sur les œuvres d'art après la vente de celles-ci afin de remédier au manque de contrôle des artistes sur leurs œuvres. En faisant passer l'œuvre d'un bien de consommation à une propriété intellectuelle, ils lui donnent ainsi une valeur intangible. Andrea Fraser, « What's Intangible, Transitory,

Mediating, Participatory, and Rendered in the Public Sphere? Part II », dans *Museum Highlights: the Writings of Andrea Fraser*, MIT Press, 2005, p. 55-80.

⁹ En prolongeant la comparaison, il serait pourtant possible de caractériser certaines institutions généralisant les événements et autres actions spectaculaires comme des industries de services produisant majoritairement des biens immatériels et éphémères.

¹⁰ Dans *Little Frank and His Carp* (2001), elle incarne une visiteuse du musée Guggenheim de Bilbao écoutant un audioguide et réagissant exagérément à la voix de celui-ci et à l'incitation à apprécier la sensualité de l'architecture, se frottant au passage à l'architecture de Franck Gehry.

¹¹ Vidéo conservée au Centre Georges Pompidou, Paris (Collection nouveaux medias) : *Andrea Fraser, Museum Highlights: A Gallery Talk*, 1989, 30', PAL, couleur, son.

dans un travail de service mais pas nécessairement dans l'économie monétaire. Elle y ajoute la notion de « relations de service » et rejette la notion d'industrie de service, peu applicable, selon elle, à l'art⁹.

En somme, toute œuvre qui se consomme au moment de sa réalisation ou qui implique pour être consommée d'être dans une relation directe avec elle et qui n'existe que dans cette temporalité peut relever d'un service artistique. La notion de service est associée soit au travail préalable entrepris par l'artiste, soit à l'exécution de fonctions qui donne à l'œuvre une valeur uniquement dans son utilisation immédiate. Cette provision de service désigne donc un travail entrepris dans une relation immédiate avec l'utilisateur (le public), la valeur n'étant souvent produite qu'avec la participation directe de celui-ci. Il y a peu ou pas de distance physique ou temporelle entre la production et la consommation de l'œuvre.

C'est en intégrant le discours de l'institution et en créant des provisions de service propres à l'institution dans l'intention d'en faire la critique que l'artiste est paradoxalement amenée à réfléchir sur les risques des projets prenant la forme d'un service. Dès le milieu des années 1980, elle endosse le rôle de guide et réalise des visites guidées dans différents musées ; elle est tour à tour commissaire, collectionneuse, critique, visiteuse d'exposition¹⁰. Dans *Museum Highlights: A Gallery Talk*¹¹ (Les chefs-d'œuvre du musée : une visite guidée, 1989), elle propose d'explorer le musée de Philadelphie, son histoire, ses collections en prenant les traits d'un personnage fictif, Jane Castleton, vêtue d'une tenue très classique, tailleur gris et cheveux noués par un ruban, typique selon elle du guide américain. Adoptant un discours de visite décalé, incohérent, dont la grandiloquence est typique du discours habituel sur la valeur esthétique des chefs-d'œuvre, elle se focalise aussi bien sur des objets non artistiques, sur les toilettes ou le magasin ; moyen pour elle de situer la place réelle du musée dans l'ordre social et de révéler sa domination symbolique. La notion de « service artistique » semble parfois difficile à cerner et à distinguer d'une performance traditionnelle. Dans celles d'Andrea Fraser, la consommation se situe à deux niveaux : soit le visiteur note quelque chose d'incongru – une visiteuse extravertie avec un audioguide à la main dans *Little Frank and His Carp* –, soit l'initié vient spécialement pour voir la performance lorsque celle-ci est annoncée ou consulte son archive en vidéo. Nous sommes loin ici d'un simple service économique pour le public. Sa consommation en tant qu'œuvre nécessite le temps de la connaissance et de la réflexion, il faut connaître son travail pour

l'apprécier comme œuvre. Ici le service doit être documenté, il reste avant tout un travail artistique. Ce sont donc les conditions de réalisation qui intéressent surtout Andrea Fraser, mais la question du service se pose aussi dans les formes de la production. Sous quelles formes se traduit-elle ? A-t-elle des conséquences proprement esthétiques ? L'appropriation de fonctions institutionnelles (médiation, discours inaugural de vernissage...) rejoint bien la notion de service, mais souligne une des formes corollaires de ce type d'intervention : l'invisibilité. Le désir de montrer l'appareil d'exposition, ici le musée et ses dominations symboliques, conduit l'artiste – au moins le moment du service – à une certaine invisibilité. Son travail préalable est invisible (script, tractations diverses avec l'institution) et son statut d'artiste tend aussi à devenir invisible. Elle donne visibilité aux dominations symboliques du musée en montrant ce qui reste souvent invisible : l'appareil d'exposition.

Les fonctions de service sont apparues dans l'art pour donner – aussi paradoxalement que cela puisse paraître – une visibilité à des œuvres dont l'invisibilité pouvait être menaçante. L'art conceptuel en promouvant l'idée au détriment de la forme a été l'occasion de faire appel à des fonctions typiquement institutionnelles pour la communication des œuvres. Cela a même dépassé l'« esthétique d'administration » que Buchloh avait identifiée¹². Alexander Alberro a montré en effet comment Seth Siegelaub, marchand d'art, a ouvert la voie aux techniques de publicité et de marketing pour contribuer à la visibilité de l'art conceptuel¹³. Le travail de ces artistes a tendu vers une réduction maximale de la dimension matérielle et donc consommable de l'œuvre d'art, mais a fini par intégrer le système d'exposition. Les artistes du Land Art aussi ont montré la nécessité de finalement se situer dans l'institution¹⁴. Marcel Broodthaers lui-même était déjà conscient avec son musée fictif¹⁵ de l'idée que l'œuvre exposée se met au service de la structure qui l'héberge, de son contexte. C'est précisément ce qu'il voulait déjouer : « Avis selon lequel une théorie artistique fonctionnerait comme publicité pour le produit artistique, le produit artistique fonctionnant comme publicité pour le régime sous lequel il est né¹⁶. ».

Le manque de visibilité artistique de certaines activités semble avoir deux conséquences d'un point de vue esthétique. La première, illustration d'un fantasme d'utilité socio-politique, est celle d'une multiplication du nombre d'artistes ou d'associations d'artistes proposant littéralement leurs services. La seconde, plus importante, tient à la récurrence des formes d'invisibilité de

¹² Benjamin Buchloh, « Conceptual Art 1962-1969 : From the Aesthetic of Administration to the Critique of Institutions », *October*, Vol. 55, Hiver 1990, p. 105-143. Le terme d'esthétique d'administration est utilisé par Buchloh pour désigner un art conceptuel qui trie, classe, archive... à la manière d'un système bureaucratique.

¹³ Alexander Alberro, *Conceptual Art and the Politics of Publicity*, Cambridge, MIT Press, 2003.

¹⁴ Anne-Françoise Penders, *En chemin, le land art, t. II : Revenir*, Bruxelles, La Lettre volée, Coll. Essais, 1999.

¹⁵ *Musée d'art moderne, département des aigles, section 19^e siècle*, Bruxelles, 1968.

¹⁶ *Marcel Broodthaers*, Paris, Éd. du Jeu de Paume/RMN, 1991, p. 260.

¹⁷ Stephen Wright,
« Vers un art sans
œuvre, sans auteur,
et sans spectateur »,
dans *15^e Biennale
de Paris*
<http://www.biennaledeparis.org/pdf/textes/txt-sw.pdf>.

l'exposition. L'institutionnalisation de la critique donne au support d'exposition, à l'institution, et même à l'artiste, une visibilité parfois supérieure à celle du travail artistique. Par un renversement, l'idée non matérialisée ou le service sont devenus exposables sans exposer d'œuvres. La documentation n'est plus nécessaire pour témoigner du travail accompli, le temps de l'œuvre se fait le temps de l'exposition. Il ne s'agit plus d'action temporelle, comme une performance se faisant sur un temps limité, mais d'un type d'exposition performative ou à énoncé performatif dont la durée plus longue met en valeur le système.

Des entreprises de services

La prégnance de la notion de service est visible dans les pratiques qui en empruntent directement et littéralement le terme. En quittant le simple projet commandé par l'institution, certains artistes se sont affairés à créer leurs propres « entreprises de services ». On a beaucoup parlé de l'artiste entrepreneur, à juste titre lorsqu'il s'agit de décrire les activités invisibles de sa production, mais il faut revenir sur l'idée d'entreprise. Si l'on analyse le type de biens proposés par l'entreprise d'artiste, il faut reconnaître qu'il s'agit souvent d'un fantasme du tertiaire, cherchant à faire de l'art visant l'utile. Les services proposés relèvent d'une prestation qui n'a souvent de réalité que la fiction ou le contexte institutionnel. La 15^e Biennale de Paris est caractéristique de ce fantasme : « Vers un art sans œuvre, sans auteur, et sans spectateur », où « les artistes sont devenus des managers de signes, de gestes, bref des gestionnaires de contingences qui surviennent dans un processus sans finalité¹⁷ ». La biennale se propose de rassembler « une centaine de projets à très faible coefficient de visibilité artistique » avec un catalogue comme document performatif pour « activer ces projets hétérogènes ». Parmi ceux-ci, un nombre non négligeable d'artistes déclarent relever de la prestation de service. Bernard Brunon propose ses services de peintre en bâtiment via son entreprise, *That's Painting* ; Soussan Ltd se dit fournisseur de musées ; OSTSA (Olivier Stévenart, Technicien de Surface et Ambassadeur) construit des paravents, tond des gazons ; DAILY SERVICES propose des services dans la rue ; IKHÉA@SERVICES (Jean Baptiste Farkas) crée une marque, Glitch, et propose des déménagements ou d'autres types de « services » comme des « annulations d'espace ». Si certaines entreprises présentent un projet social qui se rapproche d'une utilité de service public – beaucoup de « services », très répandus, sont liés à un désir d'économie alternative, troc ou échange avec la population –,

la plupart n'oublie pas le service qu'ils peuvent rendre à l'institution (déplacement d'œuvres, location de chaises de toiles (Sousan), destruction de lieux d'exposition, buffets de vernissages (marque Glitch). Asservissement littéral ou au deuxième degré, le capital symbolique de Brunon qui peint les murs d'une galerie comme un artisan le ferait reste fortement attaché à la valeur que l'institution est susceptible de donner au travail de l'artiste.

La plupart de ces services relèvent de la fiction. Dès lors qu'il s'agit d'entrer dans une économie réaliste qui devrait caractériser le service dans sa dimension marchande, l'action ne peut plus être qualifiée de simple service. Si IKHÉA©SERVICES construit clairement son projet sur la prestation de service, c'est la prestation qui l'intéresse davantage que le service rendu. Le propos, presque une autocritique, est néanmoins intéressant : « L'art prestataire est-il un modèle viable ? Mis à l'épreuve du réel, IKHÉA ne va pas sans ratés. Le fait que les clés d'une indépendance financière soient encore insaisissables contraint la prestation en art à composer quotidiennement avec une économie "attardée" qui, parce qu'elle s'articule sur la marchandise (les objets d'art), lui est mal ajustée. Comme cette économie modèle la création et "l'oblige" de multiples façons, la prestation en art – qui poursuit d'autres buts – ne peut être autrement que braconnière : elle consiste dans des interstices, souvent invisiblement. Faisons de cette sanction accomplie par voie économique une opportunité. Celle de méfaire loin de l'Histoire, en toute tranquillité. Car la prestation en art est d'autant plus agissante qu'elle est excentrique. Elle triomphe à chaque fois qu'elle s'offre à nous comme une éventualité pour laquelle on optera librement. Tandis que si celle-ci devenait un jour standard, il faudrait alors produire d'interminables efforts consistant, pour le prestataire, à rappeler que fournir souhaite "rendre service" et non "se mettre au service" ¹⁸ ». Cet aveu de lucidité sur l'asservissement possible de ce genre de pratique montre en quoi la part d'invisibilité du service artistique ne peut être qu'au service de l'institution. Elle est aussi symptomatique d'une autonomie revendiquée, mais difficile à conquérir. François Deck, dans le même esprit, se déclare artiste consultant : « De plus en plus souvent, on constate que ce qui se négocie dans le champ de l'art, ce sont des produits dérivés d'une activation dont l'intérêt est ailleurs. Pourquoi alors ne pas prendre directement en compte cette activation même, de la même manière que dans l'économie générale, l'économie des services a remplacé l'économie de la production de l'objet ? ¹⁹ ». « En tant qu'artiste consultant, je fonctionne sur des prestations d'honoraires, en me faisant payer les interventions sur un temps d'activation. Je produis

¹⁸ « Ikhéa©Services », dans *15^e Biennale de Paris*, [En ligne]. <http://www.biennaledeparis.org> (page consultée le 15 octobre 2007).

¹⁹ <http://www.biennaledeparis.org/>

²⁰ François Deck,
« Le partage des
décisions est-il un art ? »,
entretien avec Stephen
Wright, *Mouvements*,
n° 17 septembre-octobre
2001, p. 14-16.

²¹ Par exemple : *Free
Shop* (tous les produits
d'un magasin
sont gratuits pendant
une période donnée).

²² Rasmus Nielsen,
Jakob Fenger et
Bjørnsterne Christiansen
ont présenté leur
exposition
« SUPERSHOW –
More Than a Show »
à la Kunsthalle de Bâle
du 17.04 au 29.05.2005.

des outils, et bien que les outils soient matériels, je ne les vends pas. Je vends le travail spécifique, le travail de construction ou d'accompagnement de projet²⁰. ». On retrouve dans ces termes la pré-occupation d'Andrea Fraser sur la définition d'un service artistique, mais un déplacement s'est fait d'une analyse « spécifique au site » à un travail spécifique en soi.

Une économie du visible

Quand le service artistique ressemble à un service économique, quand l'œuvre s'apparente au travail d'un consultant ou d'un artisan qualifié, comment peut-on les différencier ? C'est probablement du côté de la valeur attribuée au service qu'une distinction est possible. Derrière la notion de service, c'est en effet la notion de valeur qui est fondamentale et ici la valeur que l'on donne à la prestation n'est simplement pas une valeur marchande mais symbolique. Dans l'institution artistique la valeur ajoutée que l'on donne à des œuvres essentiellement invisibles finira par avoir une valeur autant symbolique qu'économique. À côté de ces « entreprises » artistiques, certains projets semblent pouvoir être vus d'un point de vue esthétique comme la quintessence de cette question du service artistique et des valeurs qu'on peut leur attribuer malgré leur immatérialité. Il s'agit de certaines expositions qui jouent de l'invisibilité de la fonction de service et finissent par n'exposer que cela.

L'exposition qui pourrait faire le lien entre l'entreprise prestataire de service et l'exposition « invisible » est celle d'un groupe danois qui, par ailleurs, a une activité de service sur le mode de l'utilité publique²¹. Superflex a ainsi réalisé une exposition cherchant à montrer les valeurs immatérielles d'une exposition dans un lieu prestigieux et par la même occasion l'incidence du facteur institutionnel sur la valeur ajoutée donnée aux œuvres. Le propos de l'exposition²² était de souligner « l'inflation des valeurs immatérielles des institutions depuis ses débuts ». Les différentes salles d'exposition étaient vides et sur les murs étaient inscrites des données factuelles sur les salles d'exposition : mètres carrés, couleur des murs, nombre de personnes maximum autorisées, débit du réseau internet... Les visiteurs étaient payés deux francs suisses pour entrer au lieu d'en payer dix et repartaient avec un sac de la Kunsthalle sur lequel était inscrit : « J'ai été payé pour y aller ». La Kunsthalle devient une marque créatrice d'une valeur ajoutée répondant au « Kunsthalle Basel factor », différence moyenne entre l'ancienne valeur des objets exposés et leur valeur courante sur le marché de l'art. Insistant sur le fait que le public lui-même contribue à cette

valeur ajoutée, leur projet a occulté le fait qu'ils contribuaient eux-aussi avec cette « exposition invisible » à la mise en valeur du système d'exposition. En exposant le lieu lui-même, ils révèlent avant tout cette relation de service artistique avec l'institution, tout en croyant être dans une logique de critique institutionnelle. L'exposition rappelle le *Measurement Room* de Mel Bochner (1967) – une œuvre consistant à figurer les dimensions de la galerie par des lignes métrées – que certains ont vu comme une « sorte d' "hommage" aux conditions matérielles et aux proportions de la galerie²³ » ; hommage aux conditions économiques devrait-on ajouter aujourd'hui.

Si le travail en lui-même n'a pas de valeur marchande – aucun objet de l'artiste ne peut être vendu²⁴ –, il est indéniable qu'il produit une valeur ajoutée. Loin de la critique institutionnelle, cet art invisible rend littéralement service à l'institution. En révélant la structure de la galerie ou du musée, il concourt à la mettre en exergue. Rirkrit Tiravanija est peut-être l'artiste qui a poussé le plus loin cette esthétisation du service artistique dans une exposition au Couvent des Cordeliers en 2005, « Tomorrow is Another Fine Day²⁵ », qui a été produite à Rotterdam et à Londres. Dans cette exposition présentée comme une rétrospective, il n'y a rien à voir. Après l'attente de la visite dans le hall d'entrée – l'exposition n'est visitable qu'à condition d'être guidé – les visiteurs se retrouvent face à une construction rectangulaire blanche, fermée par une façade en verre, qui singe le *White Cube* des galeries et qui n'est en fait que la reproduction de l'« aquarium » du Musée d'Art Moderne. Le visiteur est ensuite conduit dans le reste de l'exposition ; le plan de celle-ci, matérialisé par des panneaux en contreplaqué brut, étant calqué sur celui du Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris. Sept œuvres y sont présentées oralement, mais l'espace est vide. Il est intéressant de noter qu'il s'agit d'un artiste souvent associé à l'« esthétique relationnelle ». À ce titre, il s'est fait spécialiste d'un type de prestation de services comme celui de proposer des repas thaïs lors de vernissages. Son travail montre en quoi l'esthétique relationnelle – selon Nicolas Bourriaud un art qui « n'a plus forcément besoin de la médiation de la relation commerciale²⁶ » – se trouve certainement davantage liée à une notion de service institutionnel qu'à une idée de relation désintéressée. Le but n'étant pas la relation pour elle-même, mais le capital symbolique et donc économique que le travail va engendrer.

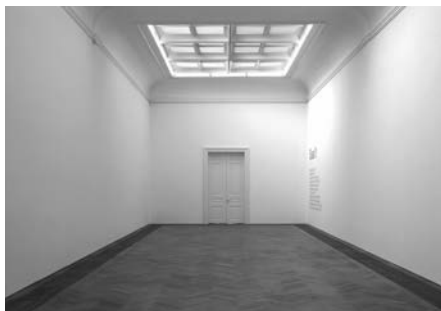
D'autres formes d'art relationnel semblent caractéristiques d'une l'esthétisation de la tertiarisation. Tino Sehgal par exemple propose

²³ Isabelle Graw, « Beyond Institutional Critique », *Institutional Critique and After – SoCCAS Symposium Vol. II*, J.-C. Welchman (sd), Zurich, JRP/Ringier, 2006, p. 137-151.

²⁴ À l'exception dans certains cas de produits dérivés.

²⁵ Laurence Bossé, Anne Dressen, Hans Ulrich Obrist, *Rirkrit Tiravanija. Une rétrospective*, Paris, Paris Musées, 2005, p. 15.

²⁶ « Interview de Nicolas Bourriaud », <http://www.lafriche.org/nta/ressources/contributions/nbourriaud.html>



Page de gauche et page de droite (haut)
 Rasmus Nielsen,
 Jakob Fenger et
 Bjørnstjerne Christiansen,
 « SUPERSHOW –
 More Than a Show »,
 Kunsthalle de Bâle,
 17.04 au 29.05.2005.

Page de droite (bas)
 Sac « I was Paid
 to go There » distribué
 pendant l'exposition
 « SUPERSHOW –
 More Than a Show ».

Saal 3

Bodenfläche: 69 m²
Raumhöhe: 3.43 m
Boden: Parkett, Eiche, geölt
Wand: gestrichen, NCS S 0500-N
Decke: Gipsplatten, abgehängt
Bodenbelastung: 400 kg/m²
Strom: 3x230V, 13A
Netzwerk: LAN, Internet 600/500
Kunstlicht: FQ/T5/840, dimmbar
Klimasollwerte: 20°C ±2°, 50% rF ±5%
Personen max.: 30 von 260 im 1.OG

Saal 2

Bodenfläche: 48 m²
Raumhöhe: 3.50 m
Boden: Parkett, Eiche
Wand: gestrichen, NCS
Decke: Gipsplatten, abgehängt
Bodenbelastung: 400 kg/m²
Strom: 3x230V, 13A
Netzwerk: LAN, Internet
Kunstlicht: FQ/T5/840
Klimasollwerte: 20°C, 50% rF
Personen max.: 20



²⁷ Sebastian Frenzel, « "Ceci n'est pas le vide" An Encounter with the Artist of Transience Tino Sehgal », *Signandsight*, 09.06.2005 (<http://www.signandsight.com/features/203.html>).

²⁸ Anne Cauquelin, *Fréquenter les incorporels: contribution à une théorie de l'art contemporain*, Paris, PUF, 2006, p. 55.

²⁹ *Institutional Critique and After - SoCCAS Symposium Vol. II*, J.C. Welchman (sd), Zurich, JRP/Ringier, 2006.

des expositions exacerbant la valeur du cadre d'exposition. En 2006, l'Institute of Contemporary Arts de Londres a accueilli *Is This What We Call Progress?* [*est-ce cela ce que nous appelons le progrès?*] Cette exposition, qui débute dans un espace vide, se présente comme un échange de conversations entre le public et différents interlocuteurs se succédant au fur et à mesure que l'on parcourt l'espace d'exposition. Une petite fille de 7 ans vient vous chercher à l'entrée, se présente, pousse une porte blanche, vous emmène au fond d'une salle vide et vous demande: « C'est quoi le progrès? », « Pourquoi? ». Les conversations s'enchaînent ensuite avec d'autres personnes, jusqu'à ce qu'un personnage plus âgé commence à synthétiser l'idée de progrès. C'est la prestation et le lieu qui conditionne la visibilité de l'exposition. D'ailleurs Tino Sehgal n'hésite pas à dire – malgré la dimension performative de son travail – que ses « travaux appartiennent au musée²⁷ ».

L'invisibilité tend ainsi à la promotion de la puissance institutionnelle. Cette hypothèse est soulignée par Anne Cauquelin. Pour elle, ce processus montre que le « corps de l'œuvre » tend à promouvoir l'espace qu'elle habite et ses alentours. Elle qualifie ce passage comme une transformation de l'aura en *area*: « Comme la visibilité de l'œuvre ne dépend plus d'elle, qui est devenue invisible, toute la visibilité se reporte sur la périphérie, qui devient alors une zone de *survisibilité* et passe au premier plan, devenant le centre même de l'œuvre. La galerie acquiert dès lors une dimension artistique, elle devient œuvre et réclame un statut d'auteur à part au moins égale à celui de l'artiste²⁸. ».

L'infléchissement de la production artistique vers une production où l'invisibilité est de plus en plus prégnante peut tendre à une forme d'asservissement. Les fonctions institutionnelles sont en effet de plus en plus souvent incarnées par l'artiste. L'artiste est souvent commissaire de son propre travail. Sur le terrain, le service doit conserver une dimension artistique, ce qui est probablement le plus difficilement conciliable: maintenir l'art derrière une notion ouvertement économique. Cette crainte de la perte d'autonomie liée à un art serviable a été interrogée par les artistes de la critique institutionnelle, mais un consensus existe aujourd'hui pour dire qu'à force de questionner et de chercher les limites de l'institution, l'artiste a contribué à étendre l'espace institutionnel²⁹. Lorsque l'invisibilité de la production de l'artiste se traduit par un autre type de service qui dessert cette fois l'institution, les réactions ne sont plus les mêmes. Lorsque Svetlana Heger et Plamen Dejanov donnent congé au personnel de la galerie Mehdi Chouakri à Berlin (« Gallery Closed for the Holidays ») ou partent eux-mêmes en vacances au

moment d'exposer à la Wiener Secession (Vienne), rien n'est choquant, d'autant que l'expérience de fermer la galerie le temps de l'exposition a souvent été faite³⁰. Cependant, lorsqu'ils transforment leur exposition en espace commercial pour BMW à l'exposition « Dream City » de Munich en 1999³¹, en négociant au passage un coupé sport qu'ils vendent au MAK de Vienne (comme « partie de la collection nomade » qu'ils doivent pouvoir utiliser quand ils le désirent), les réactions sont bien différentes. En mettant en évidence les relations commerciales sous-jacentes à l'exposition, ils déclenchent un conflit avec l'équipe curatoriale. Le service devenant clairement commercial, les bénéfices symboliques ne sont plus les mêmes pour l'institution qui continue à revendiquer une image faussement désintéressée, comme celle d'exposer l'art pour l'art même si celui-ci ne donne pas lieu à production d'objets.

Bien que le transitoire, l'éphémère et l'impalpable ne soient pas des données nouvelles, le monde de l'art est encore largement dominé par le visible et le matériel. Ce qui est nouveau est peut-être cette part assumée d'économie liée à la prestation de service. Depuis les années 1990, l'« esthétique de l'administration » – au sens de Buchloh – tend à se transformer en esthétique du service. L'artiste devient prestataire. Miwon Kwon souligne même que certaines pratiques in situ, éphémères par nature, tendent à être recrées pour certaines expositions historiques avec la complicité des artistes paradoxalement autrefois critiques de l'idéologie dominante, du capitalisme ou de l'institution³². Par osmose, les managers des institutions artistiques s'inspirent à leur tour de fonctions typiquement artistiques, en s'emparant par exemple du statut d'auteur, – l'auteurisation du commissariat le montre. Le service artistique, à condition qu'il ne se transforme pas en asservissement des artistes ou en sur-exposition de l'institution, doit probablement permettre d'établir de nouveaux rapports aux œuvres.

Nathalie Desmet

³⁰ La plus connue étant celle de Robert Barry, *Closed Gallery Piece* (1969), [During the exhibition the gallery will be closed.], mais Maurizio Cattelan a aussi proposé des expositions fermées.

³¹ L'exposition se tient dans différents endroits de la ville : Kunstraum München, Kunstverein München, Museum Villa Stuck et Stadtraum München du 25.03 au 20.06.1999 avec le programme de mécénat de Siemens « Art Program ».

³² Miwon Kwon, « One Place after Another: Notes on Site Specificity », dans Zoya Kocur, Simon Leung (sld), *Theory in Contemporary Art since 1985*, Malden, Blackwell Publishing, 2005, p. 32-54.