

ASSOCIATION MARCEL HICTER
POUR LA DÉMOCRATIE CULTURELLE - FMH

ANALYSE D'UNE FORMATION CULTURELLE ENGAGÉE

2/6 UN TROISIÈME PARADIS

Par Frédéric Jacquemin, collaborateur de l'Association Marcel Hicter

JUILLET 2012

ANALYSE D'UNE FORMATION CULTURELLE ENGAGÉE

2/6 UN TROISIÈME PARADIS

Par Frédéric Jacquemin,

collaborateur de l'Association Marcel Hicter

Depuis plusieurs années, des démarches artistiques dites "engagées" et des oeuvres labellisées "politiques" sont régulièrement présentées lors de manifestations internationales prestigieuses, suscitant l'intérêt croissant des médias, des collectionneurs et des autorités publiques. Dans les pages culturelles des quotidiens, on ne s'étonne plus de voir, à côté de la recension de tel ou tel événement, l'entretien d'un directeur de festival détaillant non plus le programme de la manifestation, mais son ancrage politique, social et économique.

Cette visibilité accrue du politique réactive immanquablement les débats sur le rôle, effectif ou présumé, de la culture et des arts dans la société. L'appareil critique s'étoffe de jour en jour de nouvelles publications sur le sujet. Certaines analyses récentes retracent la généalogie de ces oeuvres – de ce mouvement ?- à la lumière des avant-gardes artistiques et en dressent les catalogues raisonnés. D'autres déclinent les différentes postures des artistes politiques face au pouvoir constitué – de la collusion à l'opposition ainsi qu'avec le pouvoir constituant : entre sédition et empowerment. Convaincues du bien-fondé des revendications exprimées, les analyses les plus militantes dessinent les contours théoriques d'une véritable guérilla culturelle. Sans doute par peur du dogmatisme, elles portent sur le développement de tactiques et de logistiques spécifiques et à chaque fois renouvelées, à défaut d'un fondement stratégique monolithique. Dès lors, on ferait fausse route en considérant ce phénomène comme le bras culturel d'un mouvement altermondialiste ou anti-globaliste. Ce qu'on a appelé "activisme culturel" est en effet loin de représenter un mouvement homogène entièrement dédié à une cause. Il comporte une diversité de pratiques contradictoires qui travaillent à l'intérieur du champ artistique, parfois en opposition, mais le

plus souvent en constante négociation avec les structures de pouvoirs qui le régulent. A la multiplicité des pratiques s'ajoute une explosion terminologie : activisme culturel, décontamination culturelle, art contextuel, relationnel, artivisme... brouillant le paysage culturel contemporain déjà complexe.

Le documentaire *le troisième paradis* formule une première prise de distance par rapport à cette inflation du politique dans la sphère artistique et une délimitation subjective de la problématique. Ce documentaire s'est également voulu l'occasion de créer un outil pédagogique accessible à tous ceux qui s'interrogent sur les possibilités d'articulation entre des démarches réellement porteuses sur le plan politique et les conditions actuelles prévalant dans le monde de l'art. L'observateur même le moins attentif est en effet en droit d'être dubitatif devant la spectacularisation de certains projets, même les plus subversifs, dans des lieux culturels les plus "légitimants".

Sous la forme d'un road movie culturel, le troisième paradis propose une excursion, dispersée et sélective à travers le paysage culturel européen, dont les centres d'art, institutions reconnues et structures informelles fournissent les différentes étapes. D'Amsterdam à Zagreb, en passant par Londres et Riga, ce parcours en forme de zigzag dessine une sorte de cartographie inédite, forcément incomplète, où chaque halte est prétexte à une série d'entretiens avec des curateurs, des artistes, des activistes et des théoriciens célèbres ou inconnus, partageant leurs observations ou leurs convictions : Carl Biormask, Catherine David, Brian Holmes, Ntasa Ilic, Gerald Matt, Hans Ulrich Obrist, Michelangelo Pistoletto, Gerald Raunig, Jérôme Sans, Anna Tilroe, entre autres.

Bien qu'il centre son propos sur l'art contemporain, sans doute le théâtre des démarches politiques les plus visibles, le documentaire s'est également tourné vers des lieux plus généralistes de l'action culturelle. *Le troisième paradis* commence son périple à Liepaja, ancien port militaire, logé sur la côte lettone de la mer Baltique. Abandonnée par les Soviétiques en 1991, l'activité du port s'arrête brutalement, ruinant d'un seul coup l'économie locale. Des projets culturels tels que des ateliers pour enfants, des expositions et des festivals organisés par le "camp d'entraînement culturel" Karosta apportent une réponse, modeste et symbolique, aux conditions économiques et sociales tout à fait extrêmes de cette région où le chômage atteint 80%. Les plus critiques diront que cette action autant culturelle que sociale ressemble aux soins palliatifs alors que d'autres, plus optimistes, y verront la possibilité pour cette région de se doter d'une identité différente de celle d'une zone sinistrée.

Changement radical. Le cas du MuseumsQuartier à Vienne exemplifie à quel point les institutions largement subventionnées éprouvent des difficultés croissantes à combiner leurs missions sociales et éducatives traditionnelles avec des impératifs de marché. Gerald Raunig, philosophe et théoricien autrichien de la culture, nous explique, en visitant cet immense complexe culturel, que les nombreux musées, implantés dans cette véritable ville dans la ville consistent essentiellement à servir d'interface, la plus poreuse et discrète possible, entre les magasins "bios" et les discothèques qui agrémentent le shopping postmoderne des visiteurs. A Barcelone, le premier Forum Mondial des Cultures, réplique mégalomane des Forums Sociaux, illustre comment l'establishment culturel, allié à des entreprises commerciales extrêmement puissantes, tente de canaliser des formes d'engagement vers des expressions touristiques, vidées de leur potentiel subversif. Les thématiques de ralliement de cette grande messe du politique-ment correct, drainant un public international et assez fortuné pour payer un prix d'entrée de 21 euros, appelaient à la diversité culturelle, au développement durable et à la culture en tant que condition nécessaire de la paix. Reflet de

l'intérêt des multinationales pour le marché en expansion de la consommation "éthique" dans les pays surdéveloppés : les sponsors principaux de l'événement n'étaient autres que Coca-Cola (champion douteux de la diversité culturelle), Nestlé (ennemi numéro 1 des militants de la biodiversité) et un groupe espagnol spécialisé dans la fabrication d'optique de précision pour l'armée.

Au même moment, dans les mêmes villes, des activistes culturels jettent les bases de zones culturelles d'autonomie temporaire, pour paraphraser Hachim Bay, et fomentent des coups, intelligemment médiatisés, de guérilla culturelle. A Vienne, un collectif s'empare de la Karlsplatz et la renomme Nike-Platz. En affirmant leurs droits – leurs devoirs, selon eux – de manipuler les symboles, ces activistes luttent contre l'appropriation de l'espace public par des intérêts privés et sensibilisent les usagers de cet espace public à la domination croissante des multinationales dans l'imaginaire collectif. A Barcelone, à quelques pas du complexe architectural grandiose levé de terre pour le Forum des Cultures, d'autres collectifs mettent en place des projets culturels hybrides, militants, souvent ludiques, rassemblant un public très large et non affilié au domaine de l'art. Croisant agit-prop traditionnelle, formes très libres "d'art public" et "hactivisme" (résistance de "hackers" à l'intérieur du Net), ces dispositifs informels témoignent de cette multitude d'expressions politiques et culturelles originales qui refusent l'aide des structures officielles et restent en marge du système artistique traditionnel.

Dans la ville de Biella, en Italie, la Fondation Cittadellarte, animée par Michelangelo Pistoletto, adopte une stratégie totalement différente. Elle mobilise artistes, économistes et scientifiques autour de projets multidisciplinaires visant une transformation responsable de la société à travers l'art. Pour Cittadellarte, ce changement ne peut s'accomplir que si l'art communique avec le pouvoir, c'est-à-dire avec les entreprises. Et le directeur du bureau économique de Cittadellarte de préciser : "Si nous voulons changer la société, nous devons parler avec les entreprises. Elles seules définissent le pouvoir aujourd'hui. Si nous devons rétablir un dialogue avec toute la société, ce serait impossible. Ce serait une révolution". Cette position pragmatique contraste avec celle, par exemple, du musicien Matthew Herbert. Lorsque nous l'avons rencontré dans son studio londonien, il nous a expliqué à quel point il était nécessaire de mettre en place des alternatives aux canaux classiques de distribution si on ne voulait pas que la musique, dans un futur proche, ne soit plus qu'un jeu de marketing entre quelques conglomerats propriétaires des "copyright".

Si certaines personnalités ont pu, par leur force de conviction et leur sincérité, remporter notre adhésion, *le troisième paradis* n'a pas voulu prendre parti pour l'une des nombreuses stratégies qui coexistent dans le monde de

l'art. Il expose leurs déploiements profonds dans la société contemporaine. Il tente de faire comprendre que personne ne peut être producteur de culture aujourd'hui sans être conscient du système qui limite, canalise et récupère les initiatives qui expérimentent selon d'autres modalités et d'autres valeurs que les siennes.

