

**FONDATION MARCEL HICTER
POUR LA DÉMOCRATIE CULTURELLE ASBL**

PORTRAIT DU TRAVAILLEUR EN ARTISTE

une analyse de Frédéric Jacquemin

**DECEMBRE
2006**

PORTRAIT DU TRAVAILLEUR EN ARTISTE

Par Frédéric Jacquemin

PIERRE-MICHEL MENGER, DANS SON LIVRE « PORTRAIT DE L'ARTISTE EN TRAVAILLEUR. MÉTAMORPHOSES DU CAPITALISME »¹, DRESSE UN INVENTAIRE DES CONDITIONS ÉCONOMIQUES ET SOCIALES À L'INTÉRIEUR DESQUELLES S'EXPRIMENT, AUJOURD'HUI, LE TRAVAIL ARTISTIQUE. À PARTIR DE CET ANGLE, MENGER ESSAYE DE COMPRENDRE LES MUTATIONS DU TRAVAIL DANS NOS SOCIÉTÉS POST-INDUSTRIELLES. CE SCIENTIFIQUE CHEVRONNÉ, DIRECTEUR DE RECHERCHE AU CNRS (CENTRE NATIONAL DE RECHERCHE SCIENTIFIQUE) ET PROFESSEUR À L'ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES EN SCIENCES SOCIALES N'EST CEPENDANT PAS LE SEUL À SE PENCHER SUR LA QUESTION. LE MONDE DES ARTS ET DE LA CULTURE NE CONCERNE PAS UNIQUEMENT LES ARTISTES ET LES HISTORIENS DE L'ART, IL INTRIGUE AUSSI UN NOMBRE DE SOCIOLOGUES, PHILOSOPHES ET ÉCONOMISTES CONTEMPORAINS. POURQUOI CET ENGOUEMENT ?

Sans doute faut-il rappeler que cet intérêt n'est pas soudain : il prend sa source dans la plus profonde tradition philosophique occidentale. Qu'elle soit abordée par l'éthique, la philosophie politique ou la métaphysique, l'activité artistique (en tant que processus aboutissant à la réalisation d'une œuvre) a de tout temps été auscultée par la pensée. La pratique des arts est condamnée en tant qu'acte impie par Saint Augustin, Kant la considère comme le point d'orgue de l'éthique, Hegel y voit l'apogée de l'action humaine alors que Marx la présente comme l'approximation la plus satisfaisante de ce que sera le travail dans la société communiste idéale. Tantôt loués, tantôt abhorrés, l'art et ceux qui le créent représentent des « états limites » de la réflexion philosophique lorsqu'elle s'empare de la question du sens de l'activité humaine. Le métier d'artiste trace une ligne de démarcation par rapport à laquelle tout philosophe doit se positionner. Rien d'étonnant dès lors, à ce que les intellectuels contemporains poursuivent cette démarche et confrontent au monde d'aujourd'hui les pratiques artistiques qu'il produit.

La deuxième raison est liée à la célébration actuelle des valeurs attachées à la création artistique dans la société. À l'instar d'autres auteurs, Menger est frappé par le fait que des notions telles que créativité, expression de soi, accomplissement de sa personnalité dans le travail soient à ce point devenues des valeurs cardinales du monde de l'entreprise. Or, le discours et les pratiques managériales deviennent de plus en plus prégnants dans les médias mais aussi dans le

domaine universitaire et dans la recherche.

Quant au fond de son analyse, l'auteur part de l'hypothèse selon laquelle l'étude précise des rouages de la production artistique nous permettrait de mieux comprendre le nœud de l'économie contemporaine dont l'innovation est le carburant principal. À travers un examen minutieux de ces pratiques, nous pourrions être en mesure de découvrir le secret de la croissance économique. De même, par des mécanismes de transfert d'innovation entre artistes et entrepreneurs, il nous serait possible d'alimenter la croissance et ainsi d'augmenter le bien-être de la population. Nous ne partageons pas cette vision mais l'argument ne manque pas de poids.

En effet, le « modèle » artistique tel que le décrit l'auteur, possède nombre d'attributs permettant de répondre à l'un des problèmes les plus cruciaux du capitalisme contemporain, c'est-à-dire la stimulation et le maintien de l'innovation. À la différence des scientifiques (par ailleurs tout aussi novateurs), les artistes ne fabriquent pas des « produits intermédiaires » (tels des fonctions mathématiques ou des formules chimiques, etc.) dont on pourrait déduire des applications commerciales ou en tirer avantage grâce aux brevets. Ils créent pour créer. Dans un vocabulaire très kantien (on se souvient de la définition de Kant « l'œuvre d'art est une finalité en soi, une fin sans fins »), Menger voit dans la création artistique une activité purement hédoniste, positivement inutile et résistant à l'instrumentalisation. Ce désintéressement, essence même de l'art, fascine la sphère économique. Et plus est-il dénué de finalités, plus son pouvoir de fascination est fort. Avec ce qu'il implique d'ingéniosité et d'abnégation et avec pour unique satisfaction son propre accomplissement, cet esprit d'innovation « pure » cristallise les phantasmes les plus fous de tout chef de département recherche & développement.

Le directeur marketing quant à lui, est également en droit d'éprouver une admiration sans borne envers l'innovation artistique. Celle-ci se met en mouvement de manière spontanée, sans avoir besoin de demandes préalables. Pourtant, elle arrive à fabriquer de la valeur et à soutenir son propre développement économique sur base d'une production de biens qui n'épuise jamais le besoin de son marché. Alors

que les autres objets commerciaux (des poudres à lessiver à l'avion à réaction) sont inéluctablement amenés à céder la place à d'autres produits plus en phase avec la technologie ou plus adaptés à la demande, les biens artistiques ne succèdent qu'à eux-mêmes. On peut très certainement éprouver le désir d'acquérir telle œuvre plus que telle autre, mais selon des critères indépendants du progrès technique, du respect de l'environnement ou d'autres raisons objectives qui conditionnent l'achat de tout autre produit. Les théorèmes économiques sur les produits de substitution (café/thé, margarine/beurre, etc.) ne s'appliquent pas à l'art : l'art ne peut être substitué par rien d'autre que lui-même. Le rêve du marketing !

UNE ENTREPRISE RISQUÉE

Cependant, le monde de la création n'est pas protégé de toutes les règles contraignantes et souvent féroces du marché. En premier lieu : le risque. Propre à toute entreprise innovante, le risque s'impose dans le monde des arts en facteur totalement déterminant. L'art est un terrain fluctuant constamment et ceux qui s'y aventurent ne sont jamais certains d'y réussir. S'engager dans cette voie implique par ailleurs un investissement considérable pour une probabilité de succès très faible. Investissement cognitif d'abord. Conséquence des ruptures majeures provoquées par les avant-gardes artistiques, le métier d'artiste n'a fait que s'intellectualiser, donnant raison à Da Vinci (la peinture est avant tout une « **cosa mentale** », une chose de l'esprit). Pour le créateur, il s'agit donc d'acquérir tout au long de sa carrière, des connaissances, non seulement dans les écoles d'art mais aussi dans des cursus universitaires de très haut niveau et des séminaires internationaux. Investissement en temps également. À de rares exceptions près, la plupart des artistes ne « percent » qu'après une longue période de maturation et la reconnaissance dont ils pourront tirer un jour le bénéfice pécuniaire se fait très longtemps attendre². La mise financière de départ n'est pas le moindre des efforts auxquels un jeune artiste devra sacrifier. L'art coûte cher, non seulement pour ses acquéreurs mais aussi pour ses créateurs. L'entreprise s'avère donc extrêmement risquée.

L'enthousiasme d'un nombre croissant de personnes pour les professions créatives (qu'il s'agisse des artistes ou des métiers liés au spectacle, à la culture, etc.) gonfle de manière disproportionnée l'offre par rapport à ce que la demande peut accepter. Par ailleurs, les barrières à l'entrée sont diverses et difficilement contournables : les accès aux consommateurs de biens et services artistiques sont farouchement gardés par ceux qui déjà les possèdent et les font fructifier. Enfin, le climat apparent de fraternité entre créateurs masque une réalité plus cruelle, dominée par une concurrence très forte entre individus. Ces quelques éléments - innova-

tion, risque, concurrence, individualisation - s'expriment, selon Menger, de manière superlative dans la production créative et condensent, certes dans un secteur assez marginal, les principes constitutifs du capitalisme cognitif, protagoniste principal de l'économie contemporaine.

On pourrait croire que Menger dresse un portrait par trop idyllique et factice du monde de l'art où l'innovation serait toujours au rendez-vous et où les tensions concurrentielles entre individus seraient systématiquement fécondes. Cela doit évidemment être pondéré, ce que fait l'auteur lui-même.

En effet, il ne nie pas que la concurrence propre au secteur créatif est productrice d'inégalité et d'exclusion à l'encontre de ses travailleurs (Cfr. la crise des intermittents). Il dénonce, comme d'autres, le mythe hollywoodien du sujet luttant pour affirmer son individualité contre un environnement hostile. Cette image, largement diffusée dans l'imaginaire collectif, contribue à l'atomisation sociale que nous connaissons. Enfin, il est parfaitement conscient de la duplicité qui sous-tend les arguments louant les vertus de la concurrence entre acteurs économiques, peu importe qu'elle s'exerce dans le secteur de l'automobile, des télécommunications, de l'enseignement ou des industries culturelles. Cette compétition serait la condition nécessaire et suffisante à l'émulation entre acteurs, garantissant une qualité croissante des biens offerts au consommateur. L'observateur le moins attentif ne pourra toutefois que constater l'indigence et le caractère souvent affligeant des produits livrés par les conglomerats culturels (télévisions, journaux, cinémas, labels musicaux, etc.) depuis leur mise en concurrence. La prise de distance qu'il convient, selon nous, de prendre avec l'argumentaire de Menger n'est donc pas liée à sa passion aveugle pour le génie créatif.

Deux scientifiques français (Boltanski et Chiapello) nous apportent des éléments critiques plus valables à l'encontre des thèses de Menger. Ils relèvent tout d'abord l'anachronisme que contiennent certaines de ses recommandations. Selon eux, en effet, cette symbiose entre l'esprit d'innovation et le monde de l'entreprise que le sociologue appelle de ses vœux, s'est déjà effectuée il y a une vingtaine d'années. Leurs recherches, rassemblées dans un ouvrage intitulé « **Le nouvel esprit du capitalisme** », se basent sur l'examen poussé de données économétriques et démographiques, d'indicateurs sociologiques ainsi que de diverses publications et articles de presse, de 1959 à 1969 et de 1989 à 1994. L'examen de textes de management est particulièrement révélateur de la politique menée par le capitalisme au sein de l'entreprise. Ils permettent d'identifier la formation d'un mouvement interne au capitalisme défini comme « **l'idéologie qui justifie l'engagement dans le capitalisme** ». Ce

nouvel esprit du capitalisme se met en mouvement dans les années 70 et s'affirme au milieu des années 90; il a pour but de fournir aux individus des raisons tant personnelles que des justifications collectives pour adhérer à sa logique. La force du capitalisme est de savoir se servir des critiques qui lui sont proférées en les intégrant dans ses fondements. Cette capacité d'assimilation constitue sans doute le secret de la longévité dont il témoigne depuis le XIXe siècle.

COMMENT CETTE ADHÉSION A-T-ELLE ÉTÉ RENDUE POSSIBLE ?

Pour Boltanski & Chiapello, l'une des critiques les plus percutantes - mais également les plus bénéfiques ultérieurement pour le capitalisme - a pris forme dans ce qu'ils dénomment « la critique artiste ». Une précision s'impose toutefois. Il ne faut pas se méprendre sur l'emploi du terme artiste. Il ne s'agit pas d'un mouvement de contestation organisé par des artistes prenant la forme de manifestations aux portes des usines. La critique artiste s'entend comme un phénomène plus profond affectant le monde du travail dans sa globalité (ouvriers, salariat et fonctionnaires). Celui-ci est appelé « critique artiste » parce qu'il veut dénoncer le capitalisme en tant que source de désenchantement, d'inauthenticité et d'oppression qui brime la créativité, la liberté et l'autonomie, bref le côté « artiste » des travailleurs. C'est grâce à la récupération de la critique artiste (dont l'étincelle est mai 68) que le capitalisme s'est revivifié en intégrant des éléments qu'il refusait au temps de sa phase fordiste : l'imaginaire au centre du système de production, la liberté et l'auto-responsabilisation des travailleurs. Un développement économique nouveau, lié non pas à l'efficacité contrôlée de la production mais à son inventivité, est devenu possible. De nouvelles modalités de travail vont alors se mettre en place. Organisé en réseau, mobile, flexible, avec des salariés autonomes, créatifs et internationalisés, le monde de l'entreprise va pouvoir offrir une plus large autonomie et une plus grande mobilité à ses salariés.

Simultanément, de nouvelles contraintes et dépendances apparaissent. L'implication individuelle semble de nos jours indispensable à tous les échelons de l'organigramme d'une société commerciale ou d'un service public. Cet engagement ne touche pas que les postes à responsabilité, il est également exigé des fonctions les plus subalternes. Les prospectus de « motivation » à l'adresse des postes les moins valorisés dans la pyramide salariale font à présent appel au « don de soi » et à la « l'initiative personnelle ». Au fil des ans, obéissant aux mots d'ordre répétés par la communication d'entreprise, la créativité du travailleur a, de manière imperceptible, migré de sa sphère privée vers son univers professionnel. Aujourd'hui l'artiste et le travailleur des

temps post-fordistes fusionnent dans une seule et même figure, celle du « créatif ». Si l'absorption des revendications « artistes » a engendré un gain d'autonomie et de richesse, la flexibilité résultant de cette autonomie s'est également traduite par une précarisation croissante pour la plupart des travailleurs.

Ainsi, la véritable critique qu'on peut adresser à Menger tient à l'indulgence dont il fait preuve face aux profonds bouleversements, souvent extrêmement régressifs sur le plan social, engendrés par l'exploitation de la créativité des individus. Ce bilan, assez mitigé socialement, devrait-il pour autant nous interdire de croire dans le potentiel de la créativité en tant que source de richesses, non seulement économiques mais également sociales ?

Cette interrogation, éternelle et banale, peut cependant être spécifiée et réexaminée à la lumière des arguments de Menger. Malgré les distances que nous avons prises avec ses arguments, cela ne nous empêche cependant pas de saluer leur contribution dans la nécessaire démythification de la figure romantique de l'artiste. Alors même que les créateurs évoluent quotidiennement dans les modèles économiques les plus conformes aux exigences du nouveau capitalisme -hyper flexibilité, autonomie, tolérance aux inégalités, etc.-, l'image de l'artiste rétif aux conventions sociales et figure de proue de la contestation anti-marchande restent encore malheureusement fortement enracinées dans l'inconscient collectif. L'instrumentalisation de cette image d'Épinal ne sert qu'à masquer des processus finalement très peu redistributeurs et de plus en plus exploitateurs ? Enfin, la lecture de ces différentes recherches renforce notre conviction que les protagonistes du secteur artistique, pour autant qu'ils puissent résoudre leurs contradictions internes, doivent s'emparer de la question du travail - non pas uniquement du travail créatif - mais du travail en général. Les oppositions dialectiques renvoyant dos-à-dos le labeur pénible, nécessaire à la survie de l'individu d'un côté et l'exercice dilettante, superflu de l'art de l'autre, n'ont tout simplement plus cours dans la société d'aujourd'hui. La création n'est plus le reflet inversé du labeur, elle en est le « prototype » préfigurant les métamorphoses en cours du capitalisme.

Dire que l'économie de marché a, pour cette raison, une « dette » à payer envers la créativité en général et les arts en particulier, serait sans doute abusif. Toutefois, au vu de ces observations, il nous semble que le rapport de force presque exclusivement en faveur des acteurs économiques devient de plus en plus difficile à justifier. L'état des relations entre art et économie ne paraît guère avoir varié depuis Mécène... Les activités culturelles demeurent les éternelles demanderesse alors que les opérateurs économiques remplissent, suivant des motivations parfois ambiguës, leur rôle traditionnel de bienfaiteurs.

Quel modèle peut-on dès lors concevoir pour sortir de cette situation binaire ? Comment trouver un partenariat rééquilibrant la balance entre le don créatif et le contre don financier ? Vaste chantier. Peut-être la formule superbement réversible de Ben⁴ est-elle la seule conclusion possible : là où l'art apparaît, l'argent disparaît.

Notes

1 - *Édition Seuil, La république des idées, Paris, 2003.*

2 - À ce sujet, Bert Anciaux, pour défendre son soutien (60,000 euros) à Kate Ryan, représentante malchanceuse de la Belgique au concours Eurovision, a évoqué très justement que Luc Tuymans avait bénéficié durant plus de 20 ans de subsides du ministère de la Culture flamand avant de pouvoir être autonome financièrement. Cet artiste plasticien, désormais consacré sur la scène internationale, s'était en effet offusqué de ce soutien à l'industrie du show-business. « *Uit Vlaanderen | Quelle type de politique culturelle en Flandre ?*, in *Politique, revue de débats*, juin 2006. <http://politique.eu.org/archives/2006/06/index.html>

3 - Luc Boltanski, Eve Chiapello, 1999, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, Coll. NRF Essais, Paris.

4 - Ben Vautier, artiste français ayant participé au mouvement Fluxus durant les années 70, célèbre pour ses aphorismes. <http://www.ben-vautier.com>