

## Cadrer l'art numérique

Pau Waelder and Josette Lanteigne

Number 104, February–June 2015

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/73600ac>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

### ISSN

2368-030X (print)

2368-0318 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this article

Waelder, P. & Lanteigne, J. (2015). Cadrer l'art numérique. *ETC MEDIA*, (104), 54–57.



Lookbook. Photos : Electric Objects.  
Images promotionnelles de FRAMED 2.0.  
Avec l'aimable autorisation de FRM et  
d'Electric Objects.



# CADRER L'ART NUMÉRIQUE

À partir du moment où les œuvres produites par les artistes sont devenues indiscernables de l'objet de tous les jours, le contexte a occupé une place centrale dans la manière de percevoir l'art. En 1964, le critique d'art et philosophe Arthur Danto soulignait que « Pour voir quelque chose comme art, il faut que ce quelque chose ne soit pas rejeté par l'œil – l'objet doit baigner dans une atmosphère de théorie artistique et de connaissance de l'histoire de l'art : il doit faire partie du monde de l'art<sup>1</sup>. » Danto est parvenu à cette conclusion après avoir visité l'exposition solo d'Andy Warhol à la Stable Gallery, à New York. L'artiste avait investi les lieux au moyen de ce qui avait toutes les apparences de boîtes d'emballage de produits qu'on trouve couramment dans les supermarchés, dont les désormais célèbres boîtes Brillo. Danto soutenait que les œuvres de Warhol, de même que toutes celles qui ressemblent à s'y méprendre à des objets ordinaires, ont besoin d'une ambiance et d'un contexte appropriés pour que l'on puisse les percevoir comme œuvres d'art. Douze ans plus tard, dans une série d'articles marquants publiés dans *Artforum*, Brian O'Doherty remarquait que l'espace galerie distille cette ambiance particulière : « La galerie idéale retranche de l'œuvre toutes les marques qui pourraient interférer avec le fait qu'il s'agit d'un objet d'art. Le travail est détaché de tout ce qui pourrait gêner sa propre évaluation de lui-même. » Suivant O'Doherty, le contexte créé par cet espace est si puissant que « les objets s'y transforment en œuvres d'art<sup>2</sup> ».

Tout comme les œuvres d'art doivent être abstraites du paysage de la vie quotidienne, puis placées dans un contexte particulier, toutes les œuvres d'art sur écran doivent se démarquer des autres contenus avec lesquels elles ont en commun un environnement polyvalent. Les œuvres d'art numériques conçues pour les écrans d'ordinateur, les navigateurs ou les appareils portatifs tels que les téléphones intelligents ou les tablettes font partie d'un écosystème complexe qui englobe différents aspects des activités quotidiennes de l'utilisateur, y compris le travail, les loisirs, les jeux, les études et les activités sociales. Les applications de conception et de productivité, les jeux vidéo, les lecteurs de musique et les vidéolecteurs, les réseaux sociaux et les possibilités infinies de la navigation sur le web gravitent tous autour du même appareil et du même écran. Ils revendiquent tous une part de l'attention de l'utilisateur, dans la mesure où ses obligations, son temps libre, ses passe-temps et la nécessité d'interagir avec les autres déterminent les différentes manières dont il se sert de l'ordinateur tout au long de la journée. Beaucoup de gens ont un ordinateur au travail et un autre à la maison, qu'ils

utilisent à des fins différentes; il arrive que la tablette ou le téléphone intelligent servent uniquement à des fins de divertissement, mais dans tous les cas, l'écran sur lequel est fixé le regard de l'utilisateur définit un environnement qui répond à toutes sortes de motivations qui, parfois, sont concomitantes.

Depuis plusieurs années, les théoriciens, conservateurs et artistes ont abordé la question du contexte des œuvres numériques sur écran de multiples façons. L'art Internet a subi des tensions dues à sa dépendance (non désirée) aux fenêtres de navigateur et aux écrans d'ordinateur, tensions qu'on a pu remarquer, par exemple, lors de la Documenta X, en 1997. Une sélection d'œuvres d'art Internet présentées sur plusieurs écrans d'ordinateur, dans une pièce, a été comparée à « une salle de classe avec un gros logo IBM sur le mur<sup>3</sup> ». La commissaire Christiane Paul estime que la pire chose à faire est de présenter plusieurs œuvres sur un seul écran d'ordinateur. Pour elle, mieux vaut exposer les œuvres en tant qu'installations ou projections. Paul a également remarqué que les visiteurs ont tendance à rejeter une œuvre présentée sur écran d'ordinateur parce que cela ressemble trop à ce qu'ils voient quotidiennement au bureau<sup>4</sup>. Plusieurs tentatives ont été faites pour « échapper » à l'écran d'ordinateur. Souvent, comme Paul le suggère, on peut remplacer une œuvre d'art sur écran par une projection sur un mur, flanquée d'une souris ou d'un autre dispositif de contrôle placé sur un socle. L'artiste peut aussi exprimer sa créativité en intégrant l'écran à l'œuvre sous forme d'objet ou de sculpture. Les expositions organisées à Paris par l'artiste Aram Bartholl, à la Galerie XPO, constituent de bons exemples : *Offline art : new2* (2013) présentait des œuvres créées sur Internet, rendues accessibles par une série de routeurs accrochés aux murs de la galerie, comme s'il s'agissait des œuvres elles-mêmes. En sélectionnant un des réseaux locaux à l'aide d'un téléphone intelligent, d'une tablette ou d'un ordinateur portable, les visiteurs pouvaient voir l'œuvre sur leur écran privé<sup>5</sup>. Un an plus tard, à la même galerie, Bartholl invita plusieurs artistes à présenter leur travail sur une série de montres intelligentes pour l'exposition *Full Screen* (2014). Les artistes adaptèrent leurs œuvres aux petits écrans à haute résolution (320 x 320 pixels, 275 pixels par pouce) des montres, qui étaient exposées dans la galerie à titre d'objets pouvant être observés aussi bien que portés<sup>6</sup>.

Les expériences menées par Bartholl avec les formats d'exposition mettent en lumière un autre aspect de la dépendance à l'écran, du point de vue des collectionneurs. Règle générale, ceux qui font l'acquisition d'une œuvre sur écran doivent penser à la manière

de l'exposer dans leur demeure. La solution la plus évidente est d'affecter un ordinateur et un écran à cet usage. En 2003, lors de l'Ars Electronica Festival, Steve Sacks, directeur de la bitforms gallery à New York, proposait une série de « Stations d'art numérique » consistant en un écran dissimulant une unité centrale de traitement (CPU), une connexion réseau sans fil, une souris et un clavier d'ordinateur<sup>7</sup>. Ces dispositifs permettaient aux collectionneurs de sélectionner et d'afficher les œuvres numériques de leur collection, un peu comme on sélectionne une liste de lecture sur un baladeur numérique. Même si cette option ne s'est pas propagée, des années plus tard, Sacks envisageait l'existence d'un « monde de l'art où de nombreux collectionneurs auraient chez eux des écrans spécialisés où seraient affichées tour à tour diverses œuvres numériques<sup>8</sup> ». La proposition de Sacks continue de faire sens aujourd'hui, même si des limitations techniques persistent.

En 2014, une entreprise américaine (Electric Objects) et une entreprise japonaise (FRM) organisaient sur Kickstarter deux campagnes de collecte de fonds pour deux expositions d'art numérique concurrentes. Poussées par un même besoin de trouver un nouveau dispositif pour afficher les contenus numériques, ces deux entreprises mirent au point des écrans réservés à cette fin et équipés d'une interface permettant de sélectionner et d'acheter les contenus affichés.

Electric Objects a été fondée en 2014 par Jack Levine, un ex-employé de Betaworks, où il avait réuni 1,7 million de capital-risque pour lancer la production des prototypes de son appareil. Le 7 août, suite à la collecte de fonds sur Kickstarter, le dispositif EO1 profita de promesses d'investissements totalisant 787 612 \$ (3 150 % de l'objectif de la campagne)<sup>9</sup>. EO1 est un dispositif de 23 po, avec une résolution de 1080 px. Il est monté sur un cadre blanc ou noir (un cadre de bois mis au point par un concepteur est également offert), un processeur intégré ainsi que des modules WiFi et Bluetooth. Contrôlé par une application gratuite pour les téléphones intelligents Android et iOS, il peut être monté sur un mur (uniquement en orientation portrait). Electronic Objects a conçu un dispositif qui doit « se fondre dans le décor » : la luminosité minimale et l'absence de haut-parleurs incitent à le percevoir comme un cadre photo plutôt qu'une télévision. Par conséquent, le dispositif peut afficher des images statiques ou animées, ou des œuvres s'alimentant à des données accessibles sur Internet, mais il n'y a pas d'interaction directe entre l'utilisateur et l'écran. En 2011, le directeur de la création, concepteur et ingénieur Yugo Nakamura et le producteur William Lai fondaient FRM. En 2012, ils lançaient



FRAMED 1.0, « une nouvelle forme de cadre pour œuvres d'art », composé d'un écran DEL de 55 po, un processeur PC intégré, une caméra web équipée d'un microphone ainsi qu'un module WiFi. Le 20 août, la deuxième version, FRAMED 2.0, avait recueilli 529 339 \$ (706 % de l'objectif initial) en fonds promis<sup>10</sup>. FRAMED 2.0 possède un affichage à pleine résolution avec PC intégré, une caméra 720p, un microphone, des haut-parleurs stéréo, un module WiFi ainsi que des détecteurs de mouvement et de reconnaissance de gestes. L'appareil a un cadre en noyer fabriqué à la main. Il est disponible en deux formats : 24 po ou 40 po. Il peut être monté sur un mur, en orientation portrait ou paysage. Contrairement à EO1, il permet à l'utilisateur de contrôler l'interface avec des gestes de la main, et d'interagir avec les œuvres qui incluent cette possibilité. Cela suppose une relation plus dynamique avec le dispositif, qui peut aussi émettre des sons et qui

est donc moins susceptible de « se fondre dans le décor ». FRM a également amélioré l'affichage des contenus provenant du web, auxquels on peut accéder à partir d'un téléphone intelligent pour les faire ensuite glisser vers l'écran.

Il est remarquable que les deux entreprises annoncent leur produit comme plateformes pour l'art, en soulignant la difficulté de trouver un affichage approprié pour les œuvres d'art sur écran. Selon William Lai, l'objectif de FRM est d'« offrir aux artistes visuels une manière simple d'encadrer leurs œuvres et d'en proposer une expérience comparable à celle que nous avons devant une œuvre d'art traditionnelle ou un tableau accroché dans une pièce ». De son côté, Jack Levine (Electric Objects) soutient qu'« il y a plus d'œuvres d'art sur Internet que dans toutes les galeries et tous les musées qui existent sur terre. Mais beaucoup de ces magnifiques objets sont tenus captifs [...] à l'intérieur de dispo-

sitifs [...] qui favorisent la distraction. Nous avons donc voulu trouver une nouvelle façon de faire entrer dans votre maison l'art créé sur Internet. » Electric Objects s'est associée avec plusieurs institutions, le Musée de l'image en mouvement et la bibliothèque publique de New York, par exemple, et présente les œuvres d'artistes comme Casey Reas, Aaron Koblin et Nicolas Sasso. En outre, l'entreprise a ouvert un programme d'artistes en résidence qui invite les artistes à produire des œuvres originales pour EO1. En retour, ils reçoivent une allocation ainsi qu'un prototype. FRAMED 2.0 de FRM présente également des œuvres d'Aaron Koblin, et aussi celles d'artistes comme Takashi Kawashima, Universal Everything et Mirai Mizue. L'entreprise mandate des artistes et des conservateurs qui doivent créer des œuvres originales et des collections nouvelles pour sa plateforme. Comme c'est désormais la norme dans l'industrie des technologies de l'information, particulièrement



dans le cas des produits Apple, l'appareil ne se limite pas à sa fonction utilitaire, mais il crée son propre écosystème. Dans le cas qui nous intéresse, Electric Objects et FRM doivent fournir la sélection d'œuvres d'art la plus intéressante qui soit afin d'attirer les consommateurs sur leurs plateformes respectives. Par conséquent, non seulement les caractéristiques techniques de chaque appareil, mais aussi les contenus auxquels ils permettent d'accéder deviennent des facteurs clés pour séduire les consommateurs. Des animations ou des applications accrocheuses peuvent certainement attirer un large éventail de consommateurs. Mais il est improbable que les œuvres d'un artiste, si célèbre soit-il, réussissent à intéresser des milliers de consommateurs. La raison en est que l'art est fondé sur la différence et l'exclusivité. En ce sens, le fait d'accueillir sur le même support des œuvres d'art et d'autres types de contenus peut finir par miner la perception des œuvres, qui doivent



être adaptées au format-écran (ceci est particulièrement vrai pour EO1, qui n'accepte que l'orientation portrait) et se trouvent placées sur le même plan que n'importe quel autre contenu visuel sur le web.

Electric Objects et FRM ont mis au point un produit – un nouveau cadre pour contenus numériques – qui sera sans doute omniprésent au bureau comme à la maison. Le problème de savoir comment présenter l'art sur un écran d'ordinateur trouve ainsi sa solution. Toutefois, dans la mesure où ces appareils sont conçus pour afficher n'importe quel contenu, un peu comme les lecteurs MP3 peuvent jouer toute la musique et les lecteurs multimédias peuvent repasser tous les vidéofilms, ce ne sont pas là des plateformes appropriées pour l'art. L'ambiance de l'espace galerie, décrite par Danto et confirmée par O'Doherty, risque d'être perdue : les œuvres ne feront que s'ajouter à une collection de contenus numériques, perdant leur spécificité. Paradoxalement, c'est en limitant leurs possibilités que ces appareils pourront être utiles au marché de l'art, soit en affichant une seule œuvre ou une série d'œuvres soigneusement sélectionnées, tout en limitant le nombre de copies en circulation. La question de savoir si ces cadres numériques seront assimilés à la catégorie de l'électronique grand public ou s'ils seront adoptés par le monde de l'art reste donc ouverte.

Pau Waelder

Traduction : Josette Lanteigne

**Pau Waelder** est critique d'art, conservateur et chercheur en art numérique et culture. Parmi ses derniers projets, on note les conférences *En\_lloc (Now\_Here)*, *Digital Culture* (Fondation Pilar et Joan Miro à Majorque en Espagne). À titre d'auteur auteur et éditeur, il a collaboré avec plusieurs revues d'art. Il est rédacteur en chef en nouveaux médias pour la revue *art.es*.

- 1 Arthur Danto, « The Artworld », *American Philosophical Association Eastern Division Sixty-First Annual Meeting*, numéro spécial de *The Journal of Philosophy*, vol. 61, n° 19 (15 oct. 1964), p. 580.
- 2 Brian O'Doherty, *Inside the White Cube. The Ideology of the Gallery Space*, Berkeley-Los Angeles-London, University of California Press, 1999, p. 14.
- 3 Sarah Cook et Beryl Graham, *Rethinking Curating. Art After New Media*, Cambridge and London, et The MIT Press, 2010, p. 219.
- 4 Christiane Paul, « Challenges for a Ubiquitous Museum. From the White Cube to the Black Box and Beyond », in Christiane Paul (dir. de l'édition), *New Media in the White Cube and Beyond. Curatorial Models for Digital Art*, Berkeley, University of California Press, 2008.
- 5 Aram Bartholl, *Offline Art : new2*, <http://slash-paris.com/evènements/offline-art-new2-commissariat-aram-bartholl>.
- 6 *Idem*, *Full Screen*, <http://datenform.de/blog/full-screen>.
- 7 « bitforms gallery », *Ars Electronica Archive*, [http://90.146.8.18/en/archives/center\\_projekt\\_ausgabe.asp?iProjectID=12346](http://90.146.8.18/en/archives/center_projekt_ausgabe.asp?iProjectID=12346).
- 8 Pau Waelder, « *Media Art and the Market (1)* », *ars.es*, n° 38, Madrid, Salami, 2009, p. 71.
- 9 « Electric Objects: A Computer made for Art by Electric Objects », Kickstarter, <https://www.kickstarter.com/projects/electricobjects/electric-objects-a-computer-made-for-art>.
- 10 « FRAMED – A Revolutionary Platform For Digital Art by FRM », Kickstarter, <https://www.kickstarter.com/projects/1353046055/framed-a-revolutionary-platform-for-digital-art>.

Lookbook. Photo : Electric Objects. Images promotionnelles de FRAMED 2.0. Avec l'autorisation de FRM et d'Electric Objects.