

ETC



Louis Couturier

Louis Couturier

Numéro 50, juin–juillet–août 2000

Les artistes en 2000

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/35781ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

0835-7641 (imprimé)

1923-3205 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Couturier, L. (2000). Louis Couturier. *ETC*, (50), 18–19.



Louis Couturier



Les enjeux esthétiques et sociaux, peu importe le terrain exploré et les techniques (ou les technologies) employées, sont toujours les mêmes : combattre la bêtise, bousculer les idées reçues, déciller les yeux, les sens et l'esprit, abattre les certitudes prêt-à-porter, secouer le confort intellectuel et les habitudes lénifiantes, stimuler l'imagination collective...

Depuis 1992, je forme avec Jacky Georges Lafargue un duo sous le label attitude d'artistes. Notre activité commune comporte deux versants. Le premier met en relief les mécanismes qui animent le milieu de l'art. Le deuxième sort du contexte habituel de présentation de l'art pour investir l'espace public urbain. Ces deux parties sont élaborées à partir d'un processus de travail similaire : correspondances, rencontres, interviews, collectes de documents, enregistrements vidéo et/ou prises de vue photographiques. Dans les deux cas, nous jouons avec les règles établies : subversion de l'expression artistique, détournement des messages médiatiques, ou encore utilisation iconoclaste des symboles collectifs.

Le contexte ? Investir un contexte d'exposition autre, en l'occurrence l'espace urbain, nous intéresse tout particulièrement, puisqu'il ne désigne plus notre travail comme étant de l'art. Les passants (et non plus un public averti) se retrouvent face à des images qui se mêlent à la publicité et aux multiples symboles qui animent la ville.

Le marché ? Le plus important pour nous est de diffuser notre travail de la meilleure manière possible. Nous ne développons aucune stratégie afin de le commercialiser, et personne jusqu'à ce jour ne l'a fait pour nous. Nous ne sommes pas réfractaires à la réalité commerciale qui anime le monde l'art, mais celle-ci ne saurait être un but préalable à l'élaboration de nos projets.

Les artistes qui m'intéressent, le plus souvent, sont ceux qui remettent en question des habitudes et des comportements artistiques. Voici trois exemples : un plateau de télévision, création d'émission en direct par Fabrice Hybert (Biennale de Venise 97); l'organisation d'une course de *stock-cars*, prétexte à une conversation entre artistes concurrents, par le danois Peter Bonde et l'américain Jason Rhoades (Venise 99); une aire de détente composée d'un *baby-foot* et un frigo plein de cannettes de Pepsi offerts gratuitement par Rikrit Tiravanija (Nouveau musée de Villeurbanne, 99). Ces « œuvres » sont avant tout le fruit d'une attitude, d'un comportement. Elles ne relèvent d'aucune discipline particulière. Leur principale qualité est de refuser les limites imposées, consciemment ou inconsciemment, à l'activité artistique.