

L'Art doit-il séduire?

Le recours à un esthétisme marqué est devenu incontournable dans une partie de la création contemporaine.

Cette tendance s'insinue-t-elle dans l'esprit des artistes pour répondre aux attentes du public ou du monde des Arts? Cherche-t-elle le réconfort par une signature séductrice et une expression qui magnétise? Ou bien souhaite-t-elle, par le biais du détournement, dénoncer nos égarements devant des questions essentielles?

À l'heure où le monde de l'art s'interroge sur son organisation, ses institutions et son économie, il est pertinent de questionner le positionnement de l'œuvre. De nouvelles problématiques influencent la nature des œuvres exposées, les préférences du public et le choix des acquéreurs et diffuseurs.

L'œuvre contemporaine réside-t-elle dans l'objet en soi ou dans l'expérience que celle-ci provoque dans son contexte actuel?

Les fondements de la société moderne, échafaudés autour de l'éphémère et d'un certain idéal de beauté, ont une incidence sur une part de la production artistique.

Les symboles que crée la société de consommation par le biais des différents médias de masses font désormais partie de notre champ visuel quotidien et influencent nos choix identitaires. Cette tendance universalise les goûts et les références en mettant en avant une facture éloignée des courants subversifs ou conceptuels.

Le glamour - en tant que recherche de séduction et d'attraction - s'impose alors en forgeant des critères de beauté qui répondent aux besoins populaires.

Cette tendance se traduit par exemple par des installations caractérisées par un langage visuel accrocheur ou impactant ou encore dans des productions d'Art monumental ou in situ.

De même, avec le développement des foires internationales, nous assistons au déploiement d'un art attrayant, nourri par des gestes éclatants, prestigieux ou provocants.

Jusqu'au XIX^e siècle, les grands mécènes qui soutenaient les artistes appelaient généralement une rétribution, que ce soit en termes d'image, de reconnaissance ou de propagande. Aujourd'hui, quelles sont les retombées du Marché de l'art et du nombre grandissant de collectionneurs- néophytes ou connaisseurs- sur la production artistique? En quoi cela influence-t-il les tendances et les orientations? Ont-ils une incidence sur la création de ceux qu'ils soutiennent et en attendent-ils un bénéfice?

Certains précurseurs et grands producteurs de cette expression (parfois qualifiés eux-mêmes de « Stars») comme Jeff Koons, Damian Hirst, Maurizio Cattelan, Takashi Murakami ou dans un autre style Mike Kelley et Tracey Emin, recourent à la provocation, l'humour ou l'imagerie pop dans leur création.

Ils font pourtant naître un questionnement sur la production d'un art industrialisé et mondialisé et jouent avec les travers de cette société « glamour ». Le langage visuel séducteur est alors utilisé alors comme un outil pour amener le spectateur sur les chemins de la réflexion, et non comme une fin en soi.

Toutes ces nouvelles problématiques soulèvent un débat quant à l'origine des choix artistiques.

« Pour certain, l'art contemporain est un révélateur désolant et une caricature navrante des travers les plus infantiles de l'époque. Pour d'autres, c'est au contraire un outil de réflexion fascinant et même une catharsis saine et souhaitable »².

Que cherchent alors les artistes contemporains dans ce recours croissant aux dimensions esthétiques impactantes ? La création contemporaine peut-elle trouver une résonance sans glamour?

2. Heinich, Nathalie, (2014), Le paradigme de l'art contemporain. Paris, ed. Gallimard

