



La Solitude de la commissaire d'exposition

A propos de l'affiche de l'exposition Post Tenebras Luxe

Fabienne Radi, Genève

La dernière campagne *Chanel* est sortie récemment et en exclusivité à Genève sur la façade du Musée Rath. Sans que cela coûte le moindre rouble ni le quart d'un dirham à la célèbre Maison de la rue Cambon. Avec un visuel chic et décalé accompagné d'une *headline* à faire glousser les rédactions de mode de Paris à New York en passant par Tokyo et Dubaï : *Post Tenebras Luxe*. Coco peut dormir tranquille emmaillotée dans ses sautoirs en perles de verre au cimetière vaudois de Bois-de-Vaux. A quelques brasses lémaniques de là, une institution genevoise réinterprète, à sa façon et en grand format, l'attitude à la fois désinvolte, condescendante et autoritaire peaufinée par Gabrielle Chanel dans la première moitié du siècle dernier pour suggérer le luxe dans ses dimensions matérielle, spirituelle et intellectuelle.

Bon. Gageons que le staff de *Vogue* n'est pas nécessairement au parfum du détournement de la phrase extraite du Livre de Job et adoptée comme devise par Jean Calvin, et que certains en son sein doivent peut-être prendre le nom du théologien protestant pour une marque dérivée du roi de la culotte Calvin Klein. On n'a pas tous une bibliothèque de 300'000 ouvrages sous la main comme Karl Lagerfeld, qui utilise cette dernière pour simultanément, patiner son image de dandy éclectique dans les magazines people, servir de toile de fond à ses photographies d'art, épater ses nouveaux gitons et enfin et surtout recouvrir d'un voile d'érudition son empire commercial. Se farder les paupières avec l'ombre *Murano Duo Acqua Alta* de Chanel n'équivaut-il pas finalement à lire quelques pages de Walter Benjamin ?

Mais revenons sur cette photographie qui expose la curatrice dans une mise en scène savamment tricotée pour titiller la curiosité du badaud attendant le tram 12 aux Bastions. Hormis la référence aux codes esthétiques de la photo de mode croisée à celle de certains canons de l'histoire de l'art, quels sont les messages transmis par cette image ? La figure écrasante du curateur qui phagocyte les artistes ? Les accointances toujours plus incestueuses entre l'univers de la mode et celui de l'art contemporain ? Oui évidemment mais pas seulement. Ce serait plutôt le signe du *retour des Maîtres*.

Mais attention, des nouveaux Maîtres qui, en plus de connaître leurs classiques, maîtrisent les modernes et les postmodernes, Adorno, Foucault, Derrida et tout ça. La déconstruction est passée par là et il s'agit de subtilement l'incorporer, combiner tous les degrés, jongler avec les valeurs et renverser les codes. Donc une Maîtresse qui tient autant d'Ines de la Fressange que de l'*Olympia* de Manet. Donc une pile de livres sortis de la bibliographie d'une thèse en philosophie critique de l'art. Donc un graffiti flirtant avec une chaise design éditée par Vitra. Donc une panoplie dentelle-résille-manchette-gomina qui fleure bon le concept *porno-chic* inventé par Helmut Newton dans les années 70 et usé jusqu'à la corde du string par Tom Ford dans les années 90 et 2000.

La volonté de brouiller les codes se retrouve dans le statut même de l'image : est-ce l'affiche annonçant la manifestation ou l'œuvre maîtresse de l'exposition ? A t'on affaire ici à la curatrice ou à l'artiste ? Dans le premier cas, pourquoi n'y a t'il aucun artiste de l'exposition mentionné sur l'affiche ? Dans le second, pourquoi l'image n'est-elle pas dans le catalogue ? Quels buts dans ce choix de redistribuer les rôles, ou plutôt de les

endosser tous les uns sur les autres (curatrice, artiste, modèle) en reléguant les participants aux oubliettes, hormis évidemment le plaisir ambigu de l'omnipotence et l'assurance d'un bon coup en matière de communication ? Nul doute qu'avec cette affiche, Donatella Bernardi s'est offert un luxe que nombre de curateurs doivent secrètement lui envier. En cela, elle répond pleinement à la thématique de l'exposition, en exprimant une attitude contemporaine (1) qui renvoie davantage à Victoria Beckham qu'à Isaac Pictet .

Tout comme l'exposition actuelle de Xavier Veilhan à Versailles, intitulée en toute simplicité *Veilhan/Versailles*, où l'on peut découvrir les portraits en 3D des stars de l'architecture contemporaine, et toutes proportions locales gardées, l'affiche de *Post Tenebras Luxe* sur la façade du Rath révèle deux symptômes en croissance accélérée dans l'art contemporain : d'abord un besoin difficilement avouable (après des années de volonté de table rase) et néanmoins incompressible d'avoir des repères, donc des figures, vite transformées en maîtres, puis carrément portées au pinacle comme des idoles, sur lesquelles on va pouvoir cristalliser des kilos de fantasmes, besoin que l'on exprime sur un mode ironique permettant de jouer sur plusieurs tableaux (*je m'absous de ce que je fais en le dénonçant simultanément*). L'efficacité marketing couplée à la pensée critique. Richard Branson cloné avec Michel Foucault.

Ensuite une tendance à l'*hyperindividualisation* qui prône aujourd'hui, après la libération de soi des années 70, l'accomplissement de soi des années 80-90, carrément la jouissance et le ravissement de soi. Karl Lagerfeld est l'exemple parfait de cette tendance, en véritable stratège de la mise en scène (et en abyme) de soi concoctée par maintes pirouettes gantées. Une figure cosmopolite qui manie dandysme, érudition et ironie avec la même aisance qu'elle poudre son catogan et à laquelle fait allusivement référence Peter Sloterdijk dans sa définition du *dernier homme* de notre société contemporaine : *un consommateur mystique, l'utilisateur intégral du monde, c'est à dire un individu qui ne se reproduit pas, mais éprouve un ravissement religieux à l'idée de sa propre existence et jouit de lui-même comme d'un état final de l'évolution*. Pour le philosophe, qui partage ses origines allemandes avec le créateur de mode mais pas nécessairement son mode de pensée, *nous avons quitté l'espace des révolutions politiques pour entrer dans celui des révolutions techniques et mentales, ce qui met obligatoirement fin au rôle classique de l'intellectuel, remplacé aujourd'hui par le designer et le consultant* (2).

Dans la suite du *cauchemar climatisé* décrit par Henry Miller, on pourrait peut-être envisager le luxe aujourd'hui comme une forme de *néant design*. Cela donnerait quelques pistes pour comprendre la solitude volontaire de la commissaire d'exposition (3) .

(1) adoptant le *star system* comme le nouveau modèle économique universel. « Un système où le *winner takes all*, le gagnant prend tout. Les artistes vivent misérablement, sauf les stars. Et tout le monde l'accepte, car tout artiste aspire à être une star. » Daniel Cohen, économiste, in *Les Inrockuptibles*, No 720

(2) Peter Sloterdijk, *Essai d'intoxication volontaire*, 1999.

(3) en référence à *La Solitude du coureur de fond*, une nouvelle écrite en 1959 par Alan Sillitoe racontant l'histoire d'un adolescent en prison qui refuse délibérément de gagner une course organisée par le directeur de l'établissement parce qu'il pense que sa réussite va faire le jeu de ce dernier. Une situation qui évoque le dilemme d'un certain nombre d'artistes devant le marché de l'art. Il serait donc plus approprié de parler de *la solitude de l'artiste dans l'exposition*. Mais ceci appelle d'autres circonvolutions que l'on n'a pas le temps de développer dans une note en bas de page et qui fatigueraient de toute façon vite le lecteur peu disposé à se farcir des dizaines de lignes en petits caractères.