

Le cube blanc est-il une arme de guerre culturelle ?

Essai de déconstruction de *White Cube*

Tout récemment publié en France, le livre de Brian O'Doherty *White Cube, L'espace de la galerie et son idéologie*¹, présente le *White Cube*, symbole de l'espace vide et blanc de la galerie.

A la fois livre et concept, le *White Cube* est préfacé par Patricia Falguières, directrice de l'ouvrage : « *Inside the White Cube, The Ideologie of the Gallery Space*, constitue l'une des plus belles boîtes noires dont disposent aujourd'hui artistes, critiques, curateurs et collectionneurs. On nomme ainsi, dans les laboratoires de recherche, un dispositif dont on étudie les échanges sans jamais interroger le contenu ou le mode de fonctionnement interne. (...) On peut y reconnaître un lieu commun : un énoncé valide en toutes circonstances, une démonstration reçue une fois pour toutes, (...) autant qu'un mot de passe et un signe de reconnaissance. Le « cube blanc » est (...) le plus répandu des lieux communs. Il s'est fait, à travers le monde, titre d'exposition, noms de galeries. Il surgit régulièrement au fil des textes qui ne prennent plus la peine d'en expliciter le sens, ni l'origine parce qu'il a acquis statut d'évidence. *²»

Cette prétention demande que l'on s'y arrête. Essayons de déconstruire le contenu de cet « énoncé valide en toute circonstance », pour tenter de connaître son origine, son mode de fabrication et sa cible.

Quatre essais et une postface écrits entre 1976 et 2007, *Notes sur l'espace de la galerie, L'œil et le spectateur, Le contexte comme contenu, La galerie comme geste*, et le dernier né *L'atelier et le cube*, présentent un vaste échantillon de procédures : assujettissement du sujet pensant, délestage systématique du contenu, récurrence du vide, anesthésie idéologique, castration esthétique, agression du spectateur... Ces postures s'entrecroisent en constats, affirmations et paradoxes, non pas pour façonner une pensée, ce qui supposerait un développement raisonné des concepts, mais pour tisser un feutre impénétrable de lieux communs dont l'espace de la galerie serait le grand bénéficiaire.

C'est pourquoi Patricia Falguières dit du *White Cube* qu'il est « un mot de passe et un signe de reconnaissance, (...) le plus répandu des lieux communs (...) qui (...) a acquis statut d'évidence »*.

Ce statut d'évidence est donné par ce rassemblement de procédures que les personnels de l'AC³ (artistes, critiques, galeristes, médias, fonctionnaires de la culture) qui participent en France comme ailleurs dans le monde, à la défense de ce pouvoir esthétique, utilisent comme trousse à outil conceptuelle.

Le *White Cube* est donc un témoignage sans état d'âme et assez complet d'un mode de pensée qui prévaut depuis un demi siècle de règne de l'AC international.

Mais il fait plus, il dote l'espace de la galerie d'art d'une histoire et d'une idéologie. Le volume cubique muni de ces lettres de noblesse devient le bénéficiaire « légitimé » de la valeur accordée traditionnellement à l'œuvre d'art. Ce transfert est la suite logique d'une opération massivement utilisée dans l'art contemporain depuis les années 60, qui consiste à vider l'œuvre de tout contenu : « *Le cube blanc (...) a cultivé en serre le délestage systématique du contenu* »*. L'espace de la galerie prend la place du tableau dans l'ordre des valeurs culturelles en cours : « (...) un espace blanc, idéal, qui, mieux que n'importe quel tableau, pourrait bien constituer l'archétype de l'art du XX^e siècle (...) »*

Cette opération relègue la peinture et la sculpture dans une position d'art révolu, voire mort et valorise l'espace immobilier. C'est là que réside son efficacité meurtrière, car loin d'être un instrument supplémentaire, comme l'affirme Patricia Falguières, le *White Cube* prive les réseaux professionnels qui assurent l'entretien de la valeur symbolique et financière des œuvres d'art, des cohérences conceptuelles qui leur ont permis de fonctionner jusqu'alors pour les remplacer par une sublimation autoréférentielle.

BOD⁴ impose ainsi une distorsion conceptuelle à l'espace de la galerie qui ne peut en même temps s'auto-sublimer et promouvoir les œuvres d'art qu'elle contient. Cette prise de pouvoir signe la mort des artistes et peut être à ce titre considérée comme une arme de guerre culturelle.

L'hypothèse d'une offensive peut être confirmée par le fait que la traduction du *White Cube* n'est pas arrivée à Paris comme un phénomène isolé. Au moment où *La Maison Rouge* organisait une conférence à

¹ *White Cube, L'espace de la galerie et son idéologie*, Brian O'Doherty. Traduction Catherine Vasseur, directrice d'ouvrage Patricia Falguières (collection Lectures Maison Rouge), édition JRP/Ringier Kunstverlag AG, déc. 2008.

² * l'astéris signifie que la citation est tirée de *White Cube, L'espace de la galerie et son idéologie*.

³ AC, acronyme de art contemporain employé par Christine Sourgins dans son livre « *Les Mirages de l'art contemporain* » pour éviter toute confusion avec un mouvement artistique naturel et légitime.

⁴ BOD, acronyme de Brian O'Doherty

l'occasion de sa sortie, les écrans de cinéma et les murs du métro parisien diffusaient et diffusaient encore quelques mois plus tard, une publicité mettant en scène un cube blanc incubateur de sensations, senteurs et impressions visuelles aux mains d'un jeune touriste européen en voyage au Maroc. Le concept du *White Cube* est présenté au public parisien. Les mondes de la publicité et de l'art contemporain convergent pour imposer le *WC*⁵ comme icône et concept, icône conceptuelle ou concept iconisé.

La simultanéité de la performance ne peut pas être le fruit d'un hasard, cela ressemble plutôt à une campagne de propagande bien menée.

Le livre de O'Doherty peaufine son concept de *White Cube* durant trente années d'écriture (1976-2007). Le projet apparaît non pas comme artistique mais de *politique artistique*. De texte en texte, BOD assassine progressivement toutes les fonctions du monde de l'art : celle de l'artiste, du spectateur, du cadre, du tableau, du critique, de l'historien d'art, et finit même par détruire le charme de l'imaginaire romantique lié à l'atelier d'artiste pour imposer le *WC* comme concept central de la modernité. Mais la modernité vieillissant, d'autres adjectifs sont proposés, le célèbre *post-moderne*, un *tardo-moderne* assez inesthétique ou encore un *moderne tardif* bâti sur le modèle du *gothique tardif*, peu convaincant.

La tentative de prise de pouvoir sur l'évolution des styles esthétiques s'accompagne d'une sélection d'artistes européens élus pour avoir ouvert la voie à la perception du vide de l'espace cubique : Schwitters, Duchamp, Mondrian, Brancusi, Les Nouveaux Réalistes (Yves Klein), mais aussi les artistes américains qui l'ont rempli, à l'instar d'Arman à partir des années 60-70, Kienholz, Oldenburg, Segal, Kaprow, Hanson, De Andrea, etc... La propagande travaille à plaquer le *WC* comme icône suprême et imposer un mouvement artistique dont l'espace vide serait la matière première, et le volume cubique le principe ordonnateur.

« (...) pour O'Doherty (...) l'accession définitive du cube blanc au statut de « grand convertisseur », de « chambre de transformation », ouvre la voie à la colonisation (esthétique) du monde. »*

La messe est dite, le *WC* est un objet de culte, l'icône de référence au cœur d'une mission que l'Amérique se donne à elle-même : « la colonisation esthétique du monde ». Le Centre George Pompidou répond présent à ces injonctions en programmant une exposition consacrée au vide, *Vides*, du 24 février au 24 mars 2009 et un festival de la création vivante 2009 dont toute peinture est exclue.

Pourtant le projet de Brian O'Doherty date. Il a débuté en 1976, époque où la carrière de celui-ci se réoriente au sein de la NEA⁶. Pendant près de trente ans, de 1969 à 1996, il fut un haut fonctionnaire de la culture à Washington. Sa bibliographie montre qu'il a travaillé dans toute sorte d'instances de production et de diffusion culturelles aux USA, NEA, universités (Berkeley, Columbia university NY, Long Island university), maisons d'éditions, musées nationaux, grands journaux, télévisions nationales, expositions renommées. Il a écrit des ouvrages traitant de la gestion de la culture aux USA dont *Arts Matters. How the Culture Wars Changed America*⁷ édité en 1999, année de la deuxième édition américaine de *Inside the White Cube*.

Pourquoi le cube blanc de la galerie peut-il fonctionner comme une arme de guerre culturelle ?

Pour répondre à une telle question revenons brièvement à l'origine de l'art contemporain. De nombreuses sources traitent de ce sujet⁸ dont François Dérivéry qui assimile origine de l'art contemporain et guerre froide : « L'art contemporain est né après la 2^e guerre mondiale et s'est développé en tant qu'outil de propagande culturelle accompagnant la relance néolibérale du capitalisme international et celle, du marché de l'art en train de se structurer à l'échelle mondiale. Sur le plan artistique comme sur le plan idéologique il est l'héritier de l'art abstrait nord-américain expédié en Europe dans les valises du plan Marshal, sous l'égide de la CIA et dans des avions de l'US Air Force. »⁹.

Frances Stonor Saunders confirme les faits : « Au plus fort de la guerre froide, le gouvernement des Etats-Unis consacra d'énormes ressources à un programme secret de propagande culturelle en Europe occidentale. Un trait essentiel de ce programme était de prétendre qu'il n'existait pas. Il était dirigé, dans le plus

⁵ *WC*, acronyme de *White Cube*.

⁶ En 1969 Brian O'Doherty succède à Henri Geldzahler comme directeur du *Visual Arts Program* du NEA (National Endowment for the Arts) à Washington. En 1976 il démissionne de ce poste et prend la direction du *Media Arts Program* : Film, radio, Télévision. En 1996, il prend sa retraite de directeur du *Média Arts Program*.

⁷ *Arts Matters* (en matière d'arts, affaires d'arts). *How the Culture Wars Changed America*, (Comment la guerre culturelle a changé l'Amérique), Brian O'Doherty, Brian Wallis éd., New-York University Press, 1999.

⁸ Le site <http://art-contemporain-dissident.blogspot.com>, donne accès à la bibliographie de Laurent Danchin, 25 pages de références concernant le débat français sur l'art contemporain (origine, esthétique, enjeux politiques, etc...).

⁹ *L'art contemporain de marché, vitrine du néolibéralisme*, François Dérivéry, éd. Critique/histoire/art, 2008.

grand secret, par le bras armé de l'espionnage américain, l'Agence centrale de renseignements, la CIA. (...) Son œuvre – pour ne pas parler de sa longévité - fut considérable. À son apogée, (il) (...) possédait des bureaux dans trente-cinq pays, employait des douzaines d'équipes, publiait plus de vingt magazines de prestige, organisait des expositions artistiques, possédait un service d'information et de presse, organisait des conférences internationales de grand renom et récompensait musiciens et artistes par des prix et des spectacles. Sa mission était de détourner l'intelligentsia de l'Europe occidentale de sa fascination persistante à l'égard du marxisme et du communisme et de favoriser une vision plus engageante du « mode de vie américain ».¹⁰

Contrairement à la plupart des mouvements artistiques, l'AC ne serait donc pas né d'un questionnement artistique mais d'un projet des services secrets US. L'art contemporain serait une contre-offensive de la CIA en réponse à la propagande culturelle internationale soviétique.

Le contexte actuel n'est plus celui de la guerre froide mais le *White Cube* semble s'inscrire dans une lignée politique qui a assimilé ses leçons⁷. Cette intégration est détectable à des postures invariantes qui n'ont d'artistiques que le nom. En effet les procédures de l'AC ne sont ni l'expression d'une souffrance individuelle, ni celle d'une radicalité politique, mais les outils d'une colonisation esthétique du monde.

Penchons-nous sur le mode de fabrication du concept du *White Cube*. Le livre fédère et rationalise ces procédures caractéristiques de l'AC grâce à quatre opérateurs récurrents et stables qui s'adressent au lecteur, non pas au niveau de sa culture ou de sa sensibilité, mais sur le plan de sa capacité à intégrer le réel par réaction psychoaffective :

- L'obéissance
- L'inversion
- La sublimation
- L'agression

L'obéissance est un opérateur inconscient, qui ne se définit, ni ne se décrit, ni ne s'interroge. Il s'infiltré dans l'écriture de BOD en imposant le respect d'un référent idéologique qui confère une souveraineté à des faits choquants ou violents. Requise de la part du lecteur comme de l'auteur, cette obéissance évite tout ce qui ressemble à une attitude critique ou à une pertinence intellectuelle. Elle préconise le déni des valeurs sensibles et intellectuelles de l'œuvre d'art et fédère, au contraire, un consensus dépréciatif à son propos.

Notre intérêt pour l'art repose au contraire sur une curiosité pour les évolutions intellectuelles ou sensibles jugées supérieures à la stricte survie, et de ce fait dignes d'attention. Mais le *WC* s'inscrit à rebours de cette tradition humaniste. Il ne s'intéresse pas au contenu de l'art qu'il juge mineur, parce que sans effet idéologique massif : *« le producteur n'a qu'un contrôle limité sur le contenu de son art. (...) Quand au contenu originel, il n'a, (...) aucun effet idéologique massif. »**

Le déni de la valeur symbolique de l'œuvre est donc au centre de l'entreprise du *WC*. Au creux de cette catastrophe culturelle s'esquissent les contours de quelques survivances d'une sensibilité commune. Les remises en question institutionnelles et les attaques contre le capitalisme des années 70 restent vives. BOD consacre une application toute particulière à la construction de son identité « éthiquable ». Il se veut être une personne authentique, avec une conscience politique et une participation aux combats de sa société. Mais cette identité semble se limiter aux années 70, car l'homme de conscience et d'engagement ne résiste ni au changement d'époque, ni aux impressions véhiculées par le « monde réel ». Toutes sortes de lieux communs dégringolent sans retenue dans son discours :

*« C'est ainsi que la galerie reflète le monde réel situé au dehors. La confusion entre l'art et la vie incite aux gestes extrêmes – un meurtre dans une galerie, peut-être ? Serait-ce de l'art ? Est-ce que l'œuvre pourrait être vendue ? »**

Ou encore : *« Posséder une conscience supérieure autorise (...) à exploiter ses inférieurs dans la chaîne de l'évolution. »**

Sont exposées ainsi les idéologies les plus douteuses, comme l'instrumentalisation d'autrui, la banalisation du meurtre, l'idée d'une domestication de la pensée, ou celle de la compromission de l'art :

¹⁰ *« Qui mène la danse ? La CIA et la guerre froide culturelle »*, thèse de Frances Stonor Saunders, traduit de l'anglais par Delphine Chevalier, éd. Denoël/Impact. 2003. Diplômée d'Oxford University, Frances Stonor Saunders vit à Londres. Elle écrit et produit des documentaires historiques pour la BBC.

« (...) un des fétiches favoris du modernisme tardif : la domestication de ce foyer de pensée radicale que fut l'atelier sera accomplie, et avec elle, jusqu'à un certain point, la compromission de l'art. »*

Tout cela est écrit dans une tonalité neutre, comme s'il s'agissait d'admettre le travail d'une création irrémédiable. BOD décrit ainsi sans s'émouvoir les pratiques les plus perverses. Il remarque sans effroi que l'anéantissement de pans entiers de culture humaniste se décide en toute conscience :

« Ce qu'on préserve et ce à quoi on permet de disparaître, voilà ce qui produit notre idée de l'histoire. »* Ce à quoi on permet de disparaître, voilà exprimées sans paraître y toucher les pratiques de mise à mort culturelle des millions d'artistes qui restent attachés à la notion d'art et d'œuvre.

L'apparente neutralité de l'auteur pourrait se lire comme une obéissance sans objection de conscience, une distance professionnelle qui se fait malgré lui courroie de transmission au service de dérives totalitaires. À l'exception d'une *panoplie politique des années 70*, à aucun moment BOD ne prend de position éthique. Pourtant par l'effet d'un singulier retournement, la prétention de son projet est telle que l'absence de point de vue critique se mue en témoignage des comportements de la sphère politicienne de l'art au USA.

Mais sa complaisante obéissance embrase une inéluctable catastrophe. Quel que soit l'angle par lequel BOD aborde son sujet, il tourne autour d'un centre immobile qui condamne invariablement la liberté de pensée et de jouissance du sujet. La mise à mort de l'art, de l'artiste, du sujet pensant et sentant, est l'épicentre du WC. Il s'attaque ni plus ni moins qu'à l'autonomie du jugement de goût. En s'introduisant au cœur du désir d'art et d'esthétique, le WC exige l'aliénation comme prix de l'expérience esthétique.

« (...) l'expérience (...) passe par (...) l'épreuve de l'aliénation. En vérité l'aliénation pourrait bien être devenue le prélude nécessaire à l'expérience. »*

Le meurtre de la valeur symbolique de l'art n'est pas direct, il advient en conséquence d'une procédure mi-consciente, mi-inconsciente, utilisée à diverses reprises : l'inversion. La thèse du WC est elle-même la construction d'une inversion : le transfert de la valeur de l'œuvre d'art au bénéfice de l'espace de la galerie.

Ce trafic de valeurs se réalise à travers plusieurs inversions, dont certaines paraissent inconscientes. L'une d'elles concerne l'origine du concept du cube blanc.

En 1956, Yves Klein organisait une exposition intitulée *Le Vide* dans la galerie blanche et vide d'Iris Clerc. Cet événement semble être à l'origine de l'intuition de l'identité esthétique du cube blanc. La *Spécialisation de la sensibilité à l'état de matière première en sensibilité picturale stabilisée* de Yves Klein n'est-elle pas ce que Brian O'Doherty promeut vingt ans plus tard en 1976, sous le concept de *White Cube* ? Mais il n'en avoue rien. Il voile son admiration pour les œuvres des Nouveaux Réalistes sous une couverture de regret, «*La portée de leur œuvre fut court-circuitée par la politique internationale de l'art.* »*. Il pourrait payer sa dette en exprimant ce qu'il doit à Yves Klein. Mais à la place de ce dernier, il instaure Marcel Duchamp, comme tous les adhérents à l'AC, en position d'ancêtre fondateur.

Pour le WC ce n'est pas l'urinoir qui est encensé mais la mise en espace de deux expositions, *1.200 sacs de charbon* (Paris, 1938) et *Mile de ficelle* (New-York, 1942). «*Ce renversement (sacs de charbons cloués au plafond) a valeur inaugurale : ce fut la première fois qu'un artiste subsumait la totalité d'une galerie d'un seul geste* »* ! Que de sublimation pour une simple mise en espace ! Les peintres de l'époque étaient rodés au changement d'espace, passant de la toile peinte au décor de théâtre, comme au changement de support, travaillant sur toile, ou en gravure, en céramique, ou encore pour le domaine textile et les arts appliqués.

L'inversion ne touche pas seulement l'origine. Elle s'étend aussi au processus créatif. BOD s'approprie le processus créatif décrit par Marcel Duchamp en lui assignant une localisation spatio-temporelle : l'espace de la galerie. Un tel détournement, nullement exprimé ni sous-entendu dans les propos de l'artiste, permet à BOD de doter son concept d'une valeur symbolique usurpée.

Ce trafic de valeurs commence en 1967 avec *Aspen 5+6*, une œuvre conceptuelle de BOD¹¹ décrite par Patricia Falguière : «*Aspen 5+6 est une boîte blanche cartonnée, au format 21 x 21x 5,5 cm, rassemblant textes et images, graphiques, partitions, bobines de film 8 mm (...) en tout 28 éléments numérotés(...). On y découvrirait des œuvres des avant-gardes historiques (Moholy-Nagy, Hans Richter, Gabo et Pevsner) comme des contemporains (William Burroughs, Samuel Becket, (...) Dan Graham, Robert Morris, Sol Le Witt) (...) l'une des premières « expositions » d'art conceptuel (...) Deux des textes présentés contribuèrent à faire de la boîte blanche un événement. Le premier est un texte inédit de Roland Barthes qu'avait sollicitée Brian O'Doherty en*

¹¹ *Aspen 5+6*, est conçue l'année de la nomination de Brian O'Doherty à la tête du Visual Art Programme, principal organe d'intervention publique dans le champ culturel aux Etats-Unis, (NEA, National Endowment for the Arts).

1967 (...) « *The death of the Author* »¹². Le second est une conférence de Marcel Duchamp prononcée en 1957, (...) enregistrée (...) « *The creative Act* »¹³. On ne dira jamais assez l'importance de cette double publication. »*

Dans leurs textes respectifs, Marcel Duchamp et Roland Barthes inaugurent une ouverture vers le lecteur/spectateur. Leurs conceptions de la fabrique de l'œuvre incluent la réception dans le processus créatif. Marcel Duchamp montre la complexité du concept de l'œuvre d'art : « *Somme toute, l'artiste n'est pas seul à accomplir l'acte de création car le spectateur établit le contact de l'œuvre avec le monde extérieur en déchiffrant et en interprétant (...) et par là ajoute sa propre contribution au processus créatif.* »¹⁴

Quant à la formulation de Roland Barthes : « *La naissance du lecteur doit se payer de la mort de l'auteur* », elle dramatise l'enjeu et transforme la question en transfert de pouvoir de l'auteur vers le spectateur. BOD tire des conséquences inattendues de ce déplacement. Il note une déperdition du contenu de l'œuvre dans les années 70 : « *à mesure que le modernisme vieillit, le contexte devient le contenu* »* qui inverse la hiérarchie des relations spatiales entre objet et espace, puis il radicalise la tendance : « *Aujourd'hui l'espace n'est plus ce dans quoi quelque chose advient, ce sont les choses qui font advenir l'espace.* »*. Cette radicalisation lui permet de promouvoir l'espace de la galerie comme symbole du lieu d'incubation des spectateurs et de la mise en cohérence de la multiplicité des dimensions de réception de l'œuvre : « *Le cube blanc, théâtre de ces interactions, est le lieu où cette multiplicité se rassemble – ce qui en fait le grand convertisseur, la « chambre de transformation » en art. Son autorité est incontournable en effet : l'œuvre moderne a lieu dans le cube blanc.* »*

BOD utilise le déplacement de Barthes sur l'enjeu de pouvoir pour transférer la fonction très prisée d'agent créateur au cube blanc. Se faisant il tire un trait sur l'auteur ou l'artiste. Ce que les propos de Duchamp ne permettaient pas de faire.

Une telle radicalité se justifiait-elle ? L'ouverture vers le spectateur était une intuition porteuse. Depuis *Aspen 5+6*, elle s'est développée grâce aux technologies numériques. L'interactivité est devenue une source de créativité. Le déploiement vers le spectateur a ouvert des espaces à dimensions multiples mais cette révolution s'est payée du prix fort et sans retour de la contestation de l'autorité de l'artiste qui brouille aujourd'hui la compréhension du processus créatif. Le livre du *White Cube* ne contribue pas à l'éclaircir.

Brian O'Doherty assigne à la réception de l'œuvre sa localisation, le *WC*, comme si les jeux d'interprétations de ces êtres multiples que sont les spectateurs pouvait être contenus dans un lieu unique. Cette concentration réductrice gêne l'action de l'ensemble des partenaires sociaux du monde de l'art, grandes expositions, maisons de ventes, collections privées, enseignements et médias artistiques, rencontres et échanges informels. Et influence leurs rôles d'incubateurs-formateurs par un environnement idéologique de type *pensée unique* qui paralyse le mouvement de leurs libertés esthétiques.

Le processus créateur est pourtant bien le sujet central du *White Cube* : « *Il s'agit moins pour BOD, de dresser l'inventaire des lieux d'exposition de l'œuvre d'art (...) que de localiser ce que Duchamp nomme le processus créatif. (...) C'est pourquoi (il) reviendra trente ans plus tard sur le sujet en s'attachant, cette fois, à l'atelier.* »*. Mais son approche est si simplificatrice qu'elle le réduit à deux espaces, la galerie et l'atelier. Il ne problématise pas les relations entre développement psychique et lieu architectural, il se contente de les coller intellectuellement l'un sur l'autre. Il crée ainsi un lien symbolique au sens défini par Souriau : « *une représentation sensible évoquant par quelque analogie ou contiguïté un être spirituel.* »¹⁵. La représentation que BOD se fait du processus créatif est assimilable à une réalité spirituelle, aussi sublimée et inaccessible qu'une déité. Par cette opération de collage, l'espace de la galerie et l'atelier deviennent des symboles de l'acte créateur : « *(...) l'atelier-reflet du processus de production, le lieu devenant l'anatomie de l'acte créateur.* »*

S'il crée le symbole, BOD ne questionne donc pas l'acte de collage par lequel il opère, contrairement à ses inspirateurs qui réfléchissaient à la fabrique de l'œuvre. S'il le faisait, il inaugurerait une réflexion sur les fonctionnements de la pensée symbolique moderne post-années 60 et son histoire de l'esthétique des avant-gardes en serait valorisée. Mais au lieu de nourrir la réflexion, il esquivait la difficulté et stérilise les concepts mis au point par d'autres, dans un emballage commercial.

¹² Roland Barthes, « *La mort de l'auteur* », in *Œuvres complètes, III (1968-1971)*, Éric Marty édit., Paris, Le Seuil.

¹³ *Le processus créatif dans Duchamp du signe*, Écrits, Michel Sanouillet édit., Paris, Flammarion 2007.

¹⁴ *Le processus créatif*, op. cit. p. 189

¹⁵ *Vocabulaire d'esthétique*, Etienne Souriau, éd. Puf, Paris 1990

L'origine du WC étant occultée et subvertie, la pensée dérape et ce qui fut de la part de Roland Barthes et de Marcel Duchamp une tentative de démythification pour libérer l'auteur d'un mythe accablant, se mue avec BOD en rétablissement d'un commerce d'idéalités.

Adjectifs et substantifs ayant trait au sacré se tressent à travers les cinq essais pour façonner un rayonnement subliminal autour de son WC : « *La dimension sacramentelle de cet espace se révèle clairement (...)* », ailleurs : « *Quelque chose de la sacralité d'une église, du formalisme de la salle d'audience, de la mystique du laboratoire expérimental s'associe au design chic pour produire cette chose unique : une chambre d'esthétique. À l'intérieur de cette chambre, le magnétisme perceptif est si puissant que (...)* » Le WC est paré de tous les attributs liés au culte de l'absolu, neutralité, intemporalité, incorporité, et efficacité : « *Le cube blanc est (...) l'espace neutralisé, hors du temps et de l'espace, (...). Il est l'«en puissance» de l'art.* », « *Cet espace sans ombre, blanc, propre, artificiel est dédié à la technologie de l'esthétique.* », « *Le déploiement du cube blanc dans sa pureté originelle et intemporelle est l'un des triomphes du modernisme (...)* », « *(...) les choses deviennent art dans cet espace où de puissantes idées de l'art se concentrent sur elles.* »*.

Pour BOD l'espace vide est le nouveau dieu, qui a définitivement remplacé l'œuvre d'art « *Le nouveau dieu - l'espace extensif et homogène - étendit sans peine son emprise (...) Est-ce que la galerie vide, désormais pleine de cet espace élastique qu'on peut identifier comme Esprit ne serait pas la plus grande invention du modernisme ?* »*

Ayant évacué la gêne que constitue pour lui le caractère mouvant et impondérable d'un esprit créatif, il le remplace par un bien immobile et immobilier, au grand bénéfice des architectes et des agents immobiliers. Pendant les années 80 et 90, l'espace est devenu la valeur phare des sociétés libérales. Mais la question est de savoir si le WC, qui se place aujourd'hui comme icône de l'art contemporain, est apte à assurer une position de leader au moment où la crise financière américaine prouve la faillite de ce mode de fonctionnement idéologique.

La fabrication du WC montre l'utilisation de concepts intellectuels et artistiques français des années 50-60, vidés de leur contenu et recyclés sous habillage US. Cette opération s'appelle de la contrefaçon quand l'objet contrefait est un sac, une paire de lunettes ou une ceinture. Mais est-ce moins grave quand l'usurpation porte sur des concepts ? Y a-t-il moins de préjudice si l'entreprise d'origine est une entité culturelle au lieu d'être une marque de prêt-à-porter ? Le WC est donc une contrefaçon de l'esprit cultivé et pertinent de la scène artistique et intellectuelle parisienne des années 50-70, c'est assez vulgaire de l'y représenter en 2008 comme une création originale.

La cible du WC est-elle toujours selon la logique de la guerre froide de faire croire à l'intelligentsia mondiale que le mode de vie américain fonctionne comme un modèle ? Ou le projet a-t-il évolué vers un enjeu plus grave ? Le WC ne se propose-t-il pas comme symbole de la capacité structurelle à maîtriser les aléas de l'art et par là l'impondérabilité des mouvements créateurs ?

Cette prétention comporte un risque, celui de commettre une erreur fatale. Ce qu'illustre la fortune, dans le cheminement psychique de BOD, de la formule mélodramatique de Roland Barthes « *La naissance du lecteur doit se payer de la mort de l'auteur* ».

L'idée de vouloir en finir avec les aléas de l'art et les incertitudes de l'esprit créateur apparaît sous une forme inattendue dans le WC : « *La punition du Spectateur est un thème récurrent de l'art avancé. Eliminer le Spectateur en l'identifiant au corps de l'artiste et mettre en œuvre sur ce corps-là les aléas de l'art et du procès de production, voilà une trouvaille extraordinaire.* »* BOD extrapole-t-il la pensée de Barthes en imaginant que la naissance du *White Cube* pourrait se payer aussi de la mort du spectateur ?

En tout cas, il effectue un glissement conceptuel sur l'expression, française à l'origine, de *procès de l'œuvre*. Le mot *procès* en français a plusieurs significations : *développement, processus, contenu sémantique du prédicatif, prolongement d'une partie principale*¹⁶ utilisées par Barthes, sémiologue. Et aussi celle, plus familière de, *litige soumis par les parties à une juridiction*¹⁶. BOD fait un faux sens en prenant le sens familier pour le sens sémiologique, car il utilise la notion de *procès de production* au sens de tribunal qui autorisait la condamnation et donc la mise à mort de l'auteur.

Dans ce petit schisme linguistique se faufile la récurrence de l'arrière fond religieux américain : la figure du Christ crucifié pour son rayonnement et ses dons qui auraient mis en péril les pouvoirs en place.

Martine Salzmänn. Paris, février 2009

¹⁶ Le Petit Robert de la langue française édition 2006.