

Une exposition expérimentale post-COVID-19 : Vestige vert

Corinne Feïss-Jehel et Pierre-Jérôme Jehel

Numéro 136, automne 2020

Exercices de décontamination

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/94589ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions Intervention

ISSN

0825-8708 (imprimé)

1923-2764 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Feïss-Jehel, C. & Jehel, P.-J. (2020). Une exposition expérimentale post-COVID-19 : Vestige vert. *Inter*, (136), 82–87.

UNE EXPOSITION
EXPÉRIMENTALE
POST-COVID-19

:

VESTIGE VERT

CORINNE FEÏSS-JEHEL ET
PIERRE-JÉROME JEHEL

VESTIGE VERT OU L'ACTE MILITANT

L'exposition expérimentale *Vestige vert* est une occupation de l'espace public de Beaussais-sur-Mer, en Bretagne, dans l'ouest de la France. La pandémie de la COVID-19 a paralysé les activités « non essentielles ». Le confinement nous a retiré l'espace du dehors et a restreint notre temps dans l'espace public. Les municipalités ont dû annuler toutes leurs manifestations et expositions jusqu'au mois d'août. La municipalité de Beaussais-sur-Mer s'est lancée dans la proposition du collectif d'artistes Les Balissades qui dès la première phase du déconfinement proposait une expérimentation artistique sur les panneaux d'affichage de la ville.

Protégés dans leur aquarium, des vestiges verts nous interpellent. Des entrées et sorties de ville, ils se diffusent dans l'espace public à travers des panneaux d'affichage comme autant d'amers d'un monde en question. Sans musée ni galerie, les œuvres jalonnent la route. Nous n'allons pas voir l'expo : elle nous côtoie au quotidien. L'espace commun urbain offre sa proximité, un hors-les-murs citoyen. *Vestige vert* est avant tout pour tous, sans porte à franchir, de jour comme de nuit, en roulant ou en marchant.

Cette exposition distend l'art contemporain dit écologique. Né à la fin du XX^e siècle en s'inscrivant au regard des problèmes environnementaux contemporains (pollution, déforestation, réchauffement climatique...), celui-ci est issu lui-même du mouvement précurseur du Earth Art de la fin des années soixante aux États-Unis. L'intérêt de la recherche universitaire comme des critiques pour le rôle de l'art dans la cause environnementale ne fait que s'accroître. L'art écologique et ses différentes « appellations restent en effet constamment discutées depuis la première exposition »¹ en 1992 au Queens Museum, *Fragile Ecologies*, par Barbara Matilsky.

La difficulté de saisir cette exposition tient peut-être à sa vocation de sortir du champ *stricto sensu* de l'art en associant les termes *art*, *participation* et *action*. Lucy R. Lippard, dans son ouvrage *The Lure of the Local: Senses of Place in a Multicentered Society*, posait déjà la question de l'impact de l'art dans l'écologie : « *Local landscapes reflect global crises. Nothing is more local than ecology [...]* »². *Vestige vert* double cette question des répercussions de l'art dans ce temps particulier de la COVID-19.

Les artistes s'impliquent par leur éthique, leurs prises de position dans l'espace public et les liens étroits qu'ils entretiennent avec le politique, la gouvernance et la science. Les œuvres de ces dix artistes succèdent à l'information sur la COVID-19 placardée sur les panneaux d'affichage.

D'une information nationale urgente, unique, dominante, monopolisatrice, douze visuels ouvrent un nouvel espace dans la ville : apartés poétiques et regards entre l'artiste et le passant. Ils donnent à voir quand l'œil se replie sur lui-même ; ils ouvrent sur le hors-champ pour que les repères s'élargissent.

Alors que l'art des années deux mille dix intègre la notion d'anthropocène, « [n]otre représentation du monde évolue ainsi vers une sorte de coprésence avec des sphères autrefois séparées dans la pensée occidentale : le minéral, l'animal, le végétal, la machine et l'humain, qui semblent échanger sans cesse leurs propriétés »³. Qu'en sera-t-il de l'art des années deux mille vingt post-COVID ? L'idée sera peut-être celle d'un développement durable culturel où l'artiste fera corps avec le territoire. Songeons à Joan Miró qui de la terre de Mont-roig se sentait « comme un végétal » : « Ailleurs, tout se mesure par rapport à Mont-roig. L'artiste doit être lié à sa terre, [aux] racines de son sol, [à la] terre qui fait pousser »⁴.

Alors, *Vestige vert* nous interroge. La nature n'est-elle devenue qu'un vestige idéalisé, un espace en voie de disparition ? L'histoire et la structure des villes imposent une place à la nature. Du Moyen Âge, avec la cité dans ses remparts et la campagne autour, à la ville, jusqu'à l'urbanité proliférant des mégapoles du XXI^e siècle, en passant par la révolution industrielle avec ses faubourgs et ses banlieues, la nature est contrainte spatialement. L'humain assigne une place à la nature, et cet espace se réduit non seulement comme peau de chagrin, mais les termes de son libre arbitre sont de plus en plus contrôlés. La nature a d'abord été chassée, extériorisée des murs, contenue dans les jardins, puis maîtrisée dans les parcs, encore paysagée dans les villes et manipulée dans les campagnes.

La nature en ville du XXI^e siècle est de plus en plus « aménagée » et intègre les processus contemporains de fabrication de l'urbain. Elle est considérée comme une « infrastructure ». Les espaces en requalification peuvent donner lieu à de nouvelles pratiques d'agriculture urbaine. Néanmoins, elles s'appuient le plus souvent sur la mobilité, comme l'élevage ovin itinérant pour la tonte des espaces verts publics, et le « hors-sol » (apiculture, culture en bac...) car, finalement, ces pratiques ne nécessitent que peu ou prou d'emprise foncière. Elles restent à leur place sans effet sur l'extension urbaine. L'instauration des trames vertes et bleues, c'est-à-dire un réseau formé de continuités écologiques terrestres et aquatiques comme outil d'aménagement du territoire par le Grenelle de l'environnement, modifie les principes de planification au sens où le végétal devrait être pris en considération de l'échelle supranationale à celle du local, mais admet finalement la vision d'un espace global géré par l'urbain. Les notions de connectivité, de réservoir de biodiversité et surtout de multifonctionnalité ont pris leur essor. Le végétal est analysé, disséqué. Il requiert des indicateurs scientifiques pertinents qui doivent permettre d'évaluer les services procurés par le végétal. La question qui se pose maintenant est de savoir comment transcrire, en valorisant leurs services, les espaces verts publics non plus comme un décor, mais comme un équipement urbain multifonctionnel.

D'une mauvaise conscience est née l'idée d'un espace de nature à la biodiversité préservée, sélectionnée à des fins de gestion écologique et de renaturation. Réserves naturelles nationales, parcs nationaux et réserves biologiques apparaissent comme des scènes de nature. Des capsules homéopathiques contre la prolifération urbaine se manifestent ensuite sous forme de *patches* : trame verte, îlot, corridor écologique... La nature mute peu à peu en agent de marketing urbain. Nous glissons vers la *commodification*⁵ de la nature...

Devenue valeur économique, la nature acquiert un statut pécuniaire, donc monnayable, ce qui introduit l'ère de la compensation écologique. Si l'idée que nous pouvons compenser ailleurs la dégradation, voire la destruction de tel ou tel élément de biodiversité est acceptable, alors nous acceptons la monétisation des espaces naturels et, pourquoi pas, leur cotation en bourse. Autrement dit, la biodiversité devient un élément de la performativité politico-économique.

De l'espace bucolique, champêtre, arcadien, de l'âge d'or des espaces pâturés et néanmoins harmonieux de l'Antiquité grecque, que reste-t-il ? Ne demeure-t-il de ce pays que les *Bucoliques* de Virgile et les *Fastes* d'Ovide ? L'idée même semble avoir déserté nos sociétés. La nature ne se consommera-t-elle plus que comme un vestige idéalisé et fantasmé ? Aurons-nous chacun notre casque de réalité virtuelle comme les vaches russes à qui sont projetés des champs bien verts et fleuris afin qu'elles produisent plus de lait ? De combien de temps disposerons-nous dans ces nouveaux paradis artificiels ? Qui diffusera les programmes ?

Les passe-temps
visuels font office
d'anxiolytique
où les paysages
du divertissement
deviennent des
décors rassurants

mps
ffice
es
ges
ment
es
rants.

LE VERT CONTRE LES NOUVEAUX ENJEUX DU DIVERTISSEMENT

Le divertissement, notait déjà Hannah Arendt en 1972, sert « le processus vital de la société » parce qu'il sert « à passer le temps, [...] le temps vide [...] qui est un hiatus dans le cycle biologique conditionné du travail »⁶. Les temps vides de la COVID-19 ont été largement captés par les fleurons de l'industrie du loisir, la télévision, les plateformes de *streaming* et les jeux vidéo. La télévision française a enregistré un record avec une moyenne quotidienne de 4 heures 40 minutes par personne en avril, selon les données de Médiamétrie du 4 mai. Or, ce média, comme le précisait Patrick Le Lay, ex-PDG de TF1, est destiné à la consommation : « [P]our qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir [...]. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible⁷. » Les Français y ont consommé de l'information et des spectacles de divertissement avec la même appétence, comme si le contenu du premier induisait la dose du second. Les passe-temps visuels font office d'anxiolytiques où les paysages du divertissement deviennent des décors rassurants.

Le deuxième groupe américain de télécom, Verizon, a enregistré une augmentation en une semaine de 75 % du trafic lié aux jeux sur ses réseaux. Les consommateurs ont téléchargé 35 % de jeux mobiles de plus par semaine, par rapport au mois de janvier, selon les chiffres d'App Annie. Ils ont dépensé près de 50 % de plus sur les appareils iOS à l'échelle mondiale, et les dépenses mobiles ont aussi augmenté, établissant un record de 23,4 milliards de dollars au premier trimestre⁸. L'immobilité astreinte par la COVID-19 de plus de 3,38 milliards de personnes, selon le dernier décompte effectué par l'AFP, a aiguisé les convoitises. Le vert ne sera-t-il plus qu'une offre dans les cocktails numériques ?

La nature en réalité augmentée est finalement peut-être plus pratique. Le paysage, la nature traversée, deviennent une argutie visuelle. Albert Borgmann a montré que nombre de visiteurs du parc Yellowstone préféraient les films Imax projetés à l'entrée où tout est bien montré, expliqué, au parc lui-même où, finalement, ils voyaient bien moins les animaux⁹. Que pourrait-il alors nous manquer ? La nature nous sera présentée dans ses stéréotypes où le paysage voyagé virtuellement se superposera exactement à celui que nous souhaiterons.

Voilà pourquoi les œuvres sont descendues dans la rue : elles ont intégré la voie d'affichage public. Il s'agit de dire, de revendiquer, parce qu'une œuvre « ne peut pas ne pas avoir un contenu », qu'elle relève du « monde poétique » comme du « monde intellectuel et moral »¹⁰. L'œuvre est expérimentatrice face à une culture et, en ce sens, elle prend position. Il faut parler de lutte pour une nouvelle culture, c'est-à-dire pour une nouvelle vie morale. L'art est notre œil interne. Il devient une évidence dans une société arrêtée, cloîtrée.

Guy Debord, dans *La société du spectacle* (1967), a écrit que « [t]out le temps consommable de la société moderne en vient à être traité en matière première de nouveaux produits diversifiés qui s'imposent sur le marché comme emplois du temps socialement organisés »¹¹. Comment dès lors consommer du temps qui rapporte ? Quand l'espace du dehors est restreint, le temps se joue en huis clos. Il devient la quantité à valoriser.

Bioy Casares, dans *L'invention de Morel*, projetait une duplication de notre monde. Dans sa nouvelle, un homme évadé échoue sur une île déserte et assiste à l'apparition quotidienne d'un monde disparu, peuplé de personnages et de décors aux apparences réelles. Cette société qui revit devant ses yeux est en fait créée grâce à une machine dont l'énergie est inépuisable. Un rêve qui garantit l'éternité. La « machine à images » provoque chez le fugitif une mise en abîme de la réalité. Elle questionne autant la réalité que la façon dont nous vivons le présent. L'immatérialité serait-elle une dissolution du réel dans un monde clos où les écrans composent les frontières des nouveaux espaces ?

Nos espaces internes et le temps que nous y passons ne sont pas à vendre. Nos errances vertes doivent pouvoir rester libres. Les œuvres crient et scandent sur la voie/voix publique : « Non au virtuel vert ! » L'exposition est un élan pour voir au-delà du divertissement, de l'illusion.

- 1 Bénédicte Ramade, « L'art écologique aux prises avec ses stéréotypes », *Perspectives*, n° 1, 2015, p. 184.
- 2 « Les paysages locaux sont le reflet des crises mondiales. Rien n'est plus local que l'écologie. » Notre traduction. Lucy R. Lippard, *The Lure of the Local: Senses of Place in a Multicentered Society*, New Press, 2014 (1997), p. 111.
- 3 Nicolas Bourriaud, *Crash Test : la révolution moléculaire* [catalogue d'exposition], Les presses du réel, 2018, 4^e de couverture. Bourriaud a été le curateur de cette exposition ayant eu lieu au centre d'art La Panacée-MoCo à Montpellier, du 6 février au 10 mai 2018.
- 4 Joan Miró, entrevue par George Charbonnier, « Couleurs de ce temps », *Les nuits de France Culture*, France Culture, 19 janvier 1951.
- 5 Ce concept peut être traduit par « marchandisation » et est associé à la transformation en marchandise. Cf. Arjun Appadurai, « Introduction: Commodities and the Politics of Value », *The Social Life of Things: Commodities in a Cultural Perspective*, Cambridge University Press, 1986, p. 3-63; *id.*, « Definitions: Commodity and Commodification », dans Martha Ertman et Joan C. Williams (dir.), *Rethinking Commodification: Cases and Readings in Law and Culture*, New York University Press, 2005, p. 34-45.
- 6 Hannah Arendt, *La crise de la culture*, P. Lévy (trad.), Gallimard, 1972, p. 263-265.
- 7 Patrick Le Lay, cité dans Les associés d'EIM, *Les dirigeants face au changement : baromètre 2004*, Huitième jour, 2004 ; repris notamment dans « Nous vendons du temps de cerveau », *Le Nouvel Observateur*, 11 septembre 2004, p. 22.
- 8 Cf. App Annie, « Weekly Time Spent in Apps Grows 20% Year Over Year as People Hunker Down at Home » [en ligne], *Market Data*, 2 avril 2020, www.appannie.com/en/insights/market-data/weekly-time-spent-in-apps-grows-20-year-over-year-as-people-hunker-down-at-home.
- 9 Cf. Albert Borgmann, *Holding onto Reality: The Nature of Information at the Turn of the Millennium*, University of Chicago Press, 1999, 274 p.
- 10 Antonio Gramsci, *Cahiers de prison*, vol. III, NRF Gallimard, coll. « Bibliothèque de philosophie », 1983, p. 272.
- 11 Guy Debord, *La société du spectacle*, Buchet/Chastel, 1967, parag. 151.

p. 87

Douze visuels de 10 artistes (K. Berth, S. Chedeville, F. Crabit, E. Darras, A. Dauchez, G. Faupin, P. J. Jehel, J. M. Haslay, B. Klene, N. Lefeuve), installation *Vestige vert*, Beausais-sur-Mer, Bretagne, 2020. Photos : P. J. Jehel.

