

Les excès salutaires du geste artistique

Marie-Jeanne Musiol

Number 57, May 1990

Ontario, U.S.A.

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/42688ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (print)

1923-2381 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Musiol, M.-J. (1990). Les excès salutaires du geste artistique. *Liaison*, (57), 41–41.

Les excès salutaires du geste artistique

NDLR : Le milieu culturel ontariois, québécois ou canadien s'inscrit dans une nord-américanité qui le teinte, qu'on le veuille ou non, à un point tel que Art et Économie font l'objet d'un discours souvent très similaire.

La grille économique est devenue, depuis un certain temps, l'outil privilégié et même absolu pour analyser des phénomènes qui touchent aussi bien la sphère personnelle, sociale, écologique, éthique qu'artistique. Les médias, les gouvernements, les institutions culturelles n'interprètent plus leurs réalités hors de ce nouveau rationalisme dont le bras scientifique — le marketing — justifie toutes les entreprises dans la mesure où elles sont rentables à court ou à long terme.

Ici commence une gymnastique pour forcer l'intégration de l'entreprise artistique à un système rigoureux qui ne tolère aucune perte et s'accommode mal de dérives non contrôlées. Le simple plaisir de produire, la gratuité et la liberté du geste, des développements imprévisibles, sont suspects dans ce système de production où rien ne se perd et tout se gagne. On doit s'inquiéter de voir réapparaître un puritanisme plus contraignant que celui qui prévalait antérieurement. Ce puritanisme d'ordre économique cherche à normaliser la production artistique en l'inscrivant dans un réseau d'échanges où seules l'offre et la demande font loi.

Non pas que les projets culturels doivent échapper aux exigences du concret : Charles Dutoit à la tête de l'Orchestre symphonique de Montréal a fait la preuve qu'une gestion dynamique peut soutenir le projet artistique sans le diminuer. Mais qu'advient-il du geste plus

expérimental, qui ne répond encore à aucun besoin recensé d'une clientèle? Est-il pour autant négligeable, inutile? L'impératif de la rentabilité a-t-il préséance sur la dynamique artistique?

Dans la philosophie du libre-échange, les productions culturelles doivent théoriquement circuler en fonction de l'offre et de la demande. En réalité, elles sont obligées de se situer rapidement dans les réseaux et les discours dominants, au risque de se voir reléguées dans une marginalité insignifiante par un système ultra-protectionniste.

Aucun geste artistique n'est appelé à être porté par ce système s'il ne rencontre la finalité d'une consommation orchestrée par un marché ciblé. Pas de place vraiment pour les institutions approximatives, les ratés ou la lente maturation qui constituent le lot d'une démarche en évolution. Le marketing culturel exige des produits « finis », sans les traces gênantes du temps et l'imperfection émouvante (parce que vraie).

Il est temps que le monde culturel réagisse à cet aplatissement qui reflète bien l'idéologie dominante d'un utilitarisme puritain, et qu'il affirme sa capacité de subversion en continuant de générer des moments de pur plaisir et de paradoxe.

Marie-Jeanne Musiol