



# Le sexe rapporte

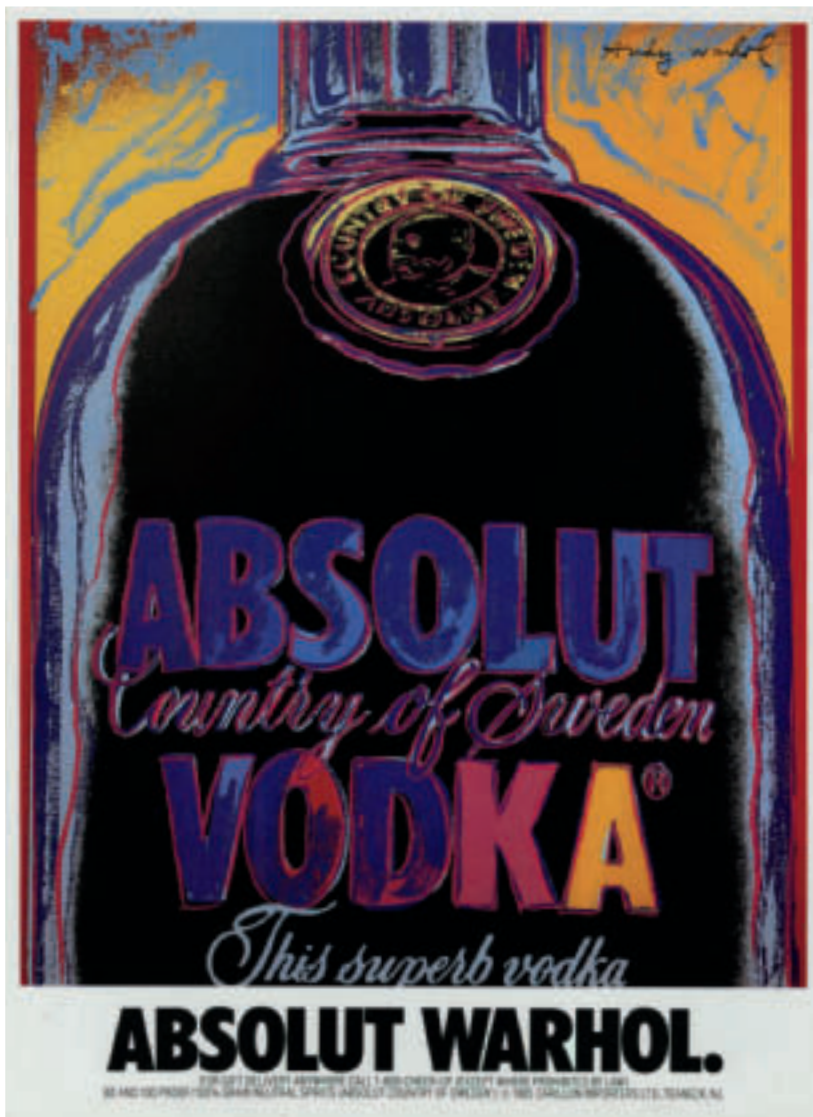
## Art, publicité et la vie en Pop

**L**a célébrité d'Andy Warhol a pratiquement éclipsé son statut d'artiste en 1985, à l'époque où celui-ci était l'invité vedette de la série télévisée *La croisière s'amuse* (*The Love Boat*). Warhol avait cultivé sa personnalité publique comme un produit, que nous appelons aujourd'hui « de marque », la marque « Andy » – à la fois éditeur, polémiste, modèle, publicitaire, producteur de télévision et vedette. Ce Warhol, affirme Jack Bankowsky, co-commissaire de *La vie en Pop* et chroniqueur d'*Artforum*, était un spécialiste du marketing qui avait éliminé la distance critique entre l'art, le divertissement et le marché, voire entre l'art et la vie. Bankowsky et les autres commissaires de l'exposition – Alison Gingeras, conservatrice principale de la Collection Pinault, et Catherine Wood, conservatrice, Art contemporain et Performance au Tate Modern – ont réuni quelques-unes des figures clé qui adhèrent à l'aphorisme de Warhol, « *good business is the best art* » [faire de bonnes affaires est le meilleur art qui soit] et qui ont réussi à créer leur propre « marque » artistique.

L'artiste Jeff Koons, qui s'est improvisé quelque temps spéculateur à Wall Street, est le premier à avoir pris le relais « warholien » et nagé dans les eaux du courant culturel populaire. En 1988, il a eu l'idée d'une série de publicités pour les revues d'art qui avait la particularité d'annoncer trois expositions simultanées et, surtout, l'artiste lui-même. Sur chaque image, il fixe la caméra d'un air assuré, son nom figurant en caractères gras en haut de la page et ses affiliations avec les galeries d'art commerciales, au bas de la page. Dans ces publicités, Koons joue plusieurs rôles artificiels allant du célibataire recherché, entouré de nymphes en bikini, au savant professeur donnant un cours à ses élèves. Ces autopublicités eurent pour effet de faire grimper en parallèle la cote et la notoriété de l'Américain.

En 1990, Koons fusionne son personnage public naissant avec son art et sa vie. Avec *La Cicciolina* – de son vrai nom Ilona Staller –, star du porno hongroise et ex-politicienne italienne, il pose sur un panneau-réclame qui domine le centre-ville de New York et qui semble annoncer le film « *Made in Heaven* ». Sur cette image géante, Koons, dans une nudité affirmée, enlace une Cicciolina langoureusement allongée, en extase, et parée de fines dentelles blanches, une délicate tiare de fleurs dans les cheveux. Tous deux posent dans un paysage à la fois kitsch et sublime, un « Jardin d'Éden » piégé dans l'esthétique laïcisée d'une Amérique consommatrice. Au cours de l'année suivante, Koons sort « *Made in Heaven* », non pas comme un film érotique, mais sous la forme d'une série sexuellement explicite de sculptures réalisées avec des

Organisée par le Tate Modern, *La vie en Pop. L'art dans un monde matérialiste* sera présentée au Musée des beaux-arts du Canada du 11 juin au 19 septembre. Le catalogue de l'exposition est disponible en anglais avec des encarts en français.



Andy Warhol, *Absolut Warhol* (1985), tiré du *Petit album de coupures*, n° 15, 27,6 × 20,6 cm. Andy Warhol Museum, Pittsburgh. Founding Collection, avec le concours de la Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc.

Andy Warhol, *Absolut Warhol* (1985) from *Small Scrapbook* no. 15, 27.6 × 20.6 cm. Andy Warhol Museum, Pittsburgh. Founding Collection, Contribution The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc.

techniques mixtes et des peintures non censurées présentant des gros plans bien trop personnels de Staller et de lui-même en pleine extase charnelle.

*Made in Heaven* [Au septième ciel] fut alors le coup publicitaire le plus réussi de Koons. Sans compter que Staller et Koons sont tombés amoureux pendant la réalisation de la série et se sont mariés lors d'une cérémonie intime au printemps de 1991. L'événement a fait le tour du monde, passant du fil de presse aux rubriques de potins locaux et brouillant définitivement les frontières entre l'art, la vie quotidienne et les médias, comme l'observe Scott Rothkopf dans son essai du catalogue. Selon Rothkopf : « [Koons] et La Cicciolina sont les Adam et Ève modernes; leur manque de pudeur en dévoilant publiquement leurs ébats sexuels aurait aidé les spectateurs bourgeois à abaisser les barrières de leur propre pudeur, leur permettant ainsi de mieux s'accepter et de laisser libre cours à leurs fantasmes, à la manière de Koons qui

a conolé en justes noces avec l'objet de ses plus grands désirs. » Cette série reconstituée pour *La vie en Pop* permet de revoir le double défi explicite lancé par Koons à la bourgeoisie. Loin de risquer l'expulsion du Jardin d'Éden, la fameuse production – vu la tournure des événements – enchâsse carrément la sexualité dans l'une des institutions bourgeoises les plus fondamentales : le rituel sacré du mariage « Made in Heaven ».

Si l'union de Koons et de Staller a valu aux deux partenaires d'être plus ou moins acceptés au sein du maelström culturel quotidien, les performances réalisées 20 ans plus tôt par l'artiste américaine Cosey Fanni Tutti pointent à l'opposé. En 1973, Fanni Tutti, née Christine Carole Newby en 1951, teste les limites des discours féministes émergents sur l'art, la capacité d'agir et le corps de la femme. Au cours des sept années suivantes, elle produit une série de « mises en scène pour des revues », jouant le rôle de modèle adulte et apparaissant dans plus de 40 séances-photos destinées à des revues pornos pour hommes. L'objectif de Fanni Tutti – infiltrer ce que beaucoup appelleraient les aspects les plus dégradants de la vie, sinon de l'art – ne semble pas tant concerner sa célébrité que la création et le contrôle de son image et de son corps en tant qu'objet sexuel. Comme l'explique l'artiste, « mon intention expresse était à la fois d'infiltrer le marché du sexe pour créer (et acheter) ma propre image ... et d'expérimenter moi-même ce que représentait le fait de participer réellement à des activités propres au genre. Pour cela, je ne pouvais pas adopter l'approche voyeuriste ou analytique d'une artiste extérieure ... Il fallait que je devienne "une des filles" ».

*La vie en Pop* propose une de ces incarnations de Fanni Tutti en tant que l'« une des filles ». *And I Should Be Blue* [Et je devrais être bleue] (1977) a été publié dans la revue *Knave* après que l'on eut révélé que la « fille d'à côté » était certes une artiste, mais une artiste avec une expérience authentique de modèle dans l'industrie du porno. D'ailleurs, les images de la séance-photo montrent Fanni Tutti et sa compagne jouant le rôle d'« artistes », chacune couvrant le corps de l'autre d'une peinture bleue et rouge qui éclabousse évidemment les murs. La légende qui chapeaute ces images grivoises donne également des conseils sur ces éclaboussures : « *If they're smart, they'll leave it as it stands, and try and palm it off on the Tate for vast sums of money* » [Si elles sont intelligentes, elles les laisseront telles quelles et les refileront à la Tate contre un paquet d'argent]. L'auteur de cette légende ne pouvait pas prévoir que l'image survivrait 30 ans plus tard, qu'elle serait encadrée et évidemment mise en vente par l'agent londonien de l'artiste qui l'a prêtée pour *La vie en Pop*. Cette remarque n'a pas pour but de ridiculiser les efforts de l'exposition du Tate Modern. Au contraire, elle applaudit ce musée qui s'emploie avec sérieux à révéler comment pour la grande majorité des œuvres



Andrea Fraser, image fixe de *Untitled* (2003). Avec l'autorisation de l'artiste  
Andrea Fraser, still from *Untitled* (2003). Courtesy the artist

d'art contemporain, tout peut se faire et tout peut se vendre, à condition de trouver un acheteur intéressé.

En 2003, l'artiste américaine Andrea Fraser teste la logique du marché de l'art contemporain dans une vidéo tout simplement intitulée *Untitled*. Connue depuis plus de deux décennies pour sa critique des institutions, elle tente d'exposer les incongruités qui circulent au sein de l'ordre établi du monde de l'art. Dans *Museum Highlights* (1989), elle se glisse dans le rôle d'une guide-interprète qui offre aux visiteurs sans défiance des visites hors de l'ordinaire. Dans *Official Welcome* (2001), Fraser incarne l'« artiste » et engage un dialogue savoureux avec des « mécènes ». Tout au long de cette performance, elle retire un à un ses vêtements, exposant son corps à la suffisance de ceux dont l'esprit – et le portefeuille – étaye la base du monde de l'art. Une autre étape de la relation entre l'artiste et le mécène est franchie avec *Untitled*. Dans cette vidéo en plongée de 60 minutes, nous assistons à une relation sexuelle dans une chambre d'hôtel entre Fraser et un collectionneur d'art anonyme. Acceptant l'entente négociée par l'artiste et son agent, ce dernier a payé 20 000 \$ pour faire partie intégrante d'une œuvre d'art scabreuse et obtenir l'une des cinq éditions du DVD intégral de cette relation. Pour Fraser, l'achat et la vente dévoilés dans *Untitled* symbolisent avec pertinence la transaction entre le collectionneur et l'artiste qui, toute esthétique et intimité mises à part, est surtout un échange économique de services rendus. *Untitled*, explique-t-elle, « fait [de celle-ci] une relation très humaine. Le collectionneur a dû "payer" beaucoup plus que de l'argent; il a payé avec son corps et son image dans la vidéo, et avec sa présence. » Toutefois, comme le souligne Catherine Wood, dans sa réflexion sur cette œuvre : « L'acte était trop limite

non seulement pour la presse grand public scandalisée, qui a entre autres qualifiée l'artiste de "putain", mais aussi pour un grand nombre de ses partisans du monde de l'art. »

Ainsi en a-t-il toujours été lorsque des artistes s'approchaient de trop près ou franchissaient les limites de la décence. S'il est devenu normal d'accepter la frivolité d'Hollywood ou les digressions impies et les cruautés intolérables presque quotidiennes des médias, l'art est censé nous élever au-dessus du divertissement abrutissant et du marché. Depuis la fin des années 1970, bien des artistes se sont inscrits en faux contre cette description de tâche. De la façon dont se déroule la trame narrative de *La vie en Pop*, Warhol, à la fin de sa carrière, avait depuis longtemps décidé qu'il n'existait aucun Saint-Graal au-delà de la coquille vide de l'art et de la célébrité. Attiré par un profond intérêt du banal et du superficiel, Koons a étayé cette idée en produisant des œuvres et une aura toutes deux plus grandes que nature. Nourrie de cette pensée, la contribution de Fraser peut paraître moins romantique, mais peut-être aussi plus révélatrice. Il était facile de prévoir l'étiquette qu'accrocheraient les grands médias à *Untitled* puisque l'artiste s'est adonnée au plus vieux métier du monde au sein de l'art contemporain pour voir s'il y avait preneur. Sans surprise dans le sillage de Warhol et de Koons, avec des artistes reconnus pour transformer en or tout ce qu'ils touchaient, nous aurions pu deviner qu'il se trouverait un mécène ou deux prêts à tenter leur chance pour réaliser de bonnes affaires et occuper une place dans l'histoire de l'art.

Jonathan Shaughnessy  
Conservateur adjoint, Art contemporain, MBAC