

Cette année 2020, RECTANGLE fait l'objet d'une double actualité, déterminante. D'abord, la parution, en février dernier, d'une édition revenant sur sept années de projets artistiques et curatoriaux. Ensuite, une importante exposition, *Hearts and Minds*, au Carriage Trade à New-York, au second semestre. Dans les deux cas, il s'agit pour le collectif de redéfinir son identité et de continuer à questionner ce qui l'obsède depuis le début: la tension entre l'objet artistique et les dispositifs de masse.

ACTIVISME SUSCITATEUX



En 2012, Rectangle (fondé par Cédric Alby, Jérémie Boyard, Pierre-Pol Lecouturier et Xavier Pauwels) ouvre un espace éponyme au numéro 189 de la rue Emile Feron à Saint-Gilles. Après avoir expérimenté la gestion d'un *artist-run space* avec le projet Canal 20 au début de la décennie 2010, ils trouvent leurs nom et identité en s'installant sur le toit de l'atelier de Jérémie Boyard. Il s'agit, à l'époque, de mettre en scène des expositions qui soient visibles en permanence, tout en ayant une programmation et une gestion plus souple. Le format du panneau d'affichage de 244 x 366 cm s'impose alors comme la contrainte et le caractère même du projet. Chaque artiste invité a pour nécessité de réaliser une image qui soit vue en permanence par des regards habitués à ce que ce dispositif soit lié à un imaginaire publicitaire. Martin Belou, à l'époque investi dans l'*artist-run space* De la charge et dont la pratique relève de questionnements propres à la sculpture, est le premier convié : son projet *The Creator has a Masterplan* consiste en une photographie d'un fragment minéral issu du bâtiment qu'il restaure à ce moment-là. D'autres joueront directement avec le dispositif du *billboard*. C'est notamment le cas de Nicolas Bourthoumieux qui, en 2014, présente une photographie en noir et blanc du visage tuméfié de l'un de ses amis venant de se faire agresser. Que nous dit cette image de grand format exposée dans l'espace public ? Nous reviendrons sur cette interrogation. Enfin, le format affiche est bientôt accompagné d'une véritable exposition au sein de l'atelier

accueillant le dispositif sur son toit. Après quelques hésitations des membres du collectif, l'image publique est alors combinée à un format d'exposition plus classique, comme un dialogue entre deux types de visibilités.

Lorsque l'on questionne les membres de Rectangle (aujourd'hui composé de Amandine Faugère, Aline Melaet, Pierre-Pol Lecouturier et Xavier Pauwels) sur ce dispositif du panneau d'affichage, ils insistent sur leur intérêt pour l'idée de *soft power* inhérent à la propagande et en arrivent, rapidement, à citer le fondateur moderne de cette logique : Edward Bernays. Ce dernier, neveu de Freud et figure déterminante du XX^{ème} siècle, est celui à qui l'on doit la combinaison des imaginaires marchands et politiques. Auteur notamment de *Propaganda* (1928), Bernays a ouvert une brèche dans le champ des questionnements esthétiques longtemps délaissés par les artistes au profit des acteurs du capitalisme. Toutes ses idées tournent autour de celle consistant à contrôler l'imaginaire et l'opinion des masses, et cela passe, notamment, par les outils de communication que sont la radio, la télévision, et, bien sûr, l'affichage public. Rectangle, nous l'avons bien compris, reprend à son compte ces idées pour les déplacer. Nous

retombons alors sur la question que nous nous posions à propos de la photographie de Nicolas Bourthoumieux : que devient une œuvre à partir du moment où elle ne s'adresse pas uniquement à un public de connaisseurs, mais à la foule des passants ? Force est de constater que cette question a des antécédents au sein de l'histoire de l'art : c'est celle-là même qui, notamment, sépare les iconophiles des idolâtres¹. D'un côté se trouverait une communauté d'individus ayant intellectualisé les potentialités et limites de l'image qui leur fait face, de l'autre se tiendrait une foule fantasmant l'objet à partir de postulats totémiques ou animistes. D'un côté, le public moderne de l'art, de l'autre, la masse désirante des consommateurs.

Rectangle le répète, leur public était tout autant celui des habitués des événements artistiques que celui des passants et des habitants du bas de Saint-Gilles. Lorsque nous étudions l'édition retraçant les sept premières années du collectif, nous comprenons que le *billboard*, tel qu'il a été utilisé par les différents artistes s'étant succédé rue Emile Feron, rejoint finalement un dispositif imaginaire archaïque que seul peut-être le cinéma sut restaurer. Georges Didi-Huberman, dans ses études sur l'historien de l'art Aby Warburg, en est venu à réfléchir aux formes préhistoriques de divination. Après une étude des pratiques babylonienne et assyrienne qui se servaient des foies d'animaux comme d'une base magique à analyser, l'auteur, à la suite de Platon, en vient à comprendre toute image comme étant en tension vers le futur². L'idée est simple : contempler des images, c'est contempler l'avenir. Et l'image d'avenir par excellence est celle qui nous fait lever les yeux. Ce sont, tout d'abord, les oiseaux qui volent dans le ciel quadrillé puis décrypté par l'augure, mais ce sont aussi les *tables* de divination de l'haruspice qui, une fois analysées, deviennent *tableaux* de compréhension du monde. Se catégorisent alors, au fur et à mesure des siècles, plusieurs typologies d'images. Celle que l'on glisse dans sa poche est celle que l'on s'approprie, que l'on regarde à notre hauteur, qui est-à notre dimension et avec laquelle s'ouvre un dialogue. Mais celle, de grande taille, monumentale, que l'on contemple apposée sur un panneau d'affichage délivre, quant à elle, éternellement, un message transcendant. Nous le répétons, c'est cela la puissance de la propagande, et c'est donc aussi l'origine magique des images. En effet, une image violente, sexuelle, dépassant les tabous, si elle est acceptable au sein du musée, devient en revanche choquante lorsque donnée à voir dans cette dimension de l'espace public car elle y devient discours sur notre avenir commun. Elle s'oppose, alors, non à un imaginaire strictement individuel, mais à notre façon de nous représenter nos utopies politiques et sociales.

Dans un texte que l'on retrouve dans l'édition *Rectangle 2012-2018*, le curateur Tom Viene évoque le film *Three Billboards : Les Panneaux de la vengeance* (Martin McDonagh, 2017). Dans ce film, Mildred Hayes (interprétée par Frances McDormand) se sert de trois panneaux publicitaires au bord d'une route pour affirmer que, sept mois après le viol et le meurtre de sa fille, la police n'a toujours pas fait son travail afin de trouver le coupable. Tom Viene rapproche ce film du projet de détournement du panneau publicitaire réalisé par Rectangle. Alors que le film de McDonagh exerce un déport des questions judiciaires dans l'espace commun, Rectangle semble produire un geste similaire pour l'art. Les artistes-curateurs qui composent le collectif ont grandi dans un monde gouverné par les media de masse et, comme beaucoup d'autres artistes de cette génération, ils se demandent si l'art doit demeurer voué à un public restreint ou s'ouvrir à la masse. User du *billboard*, c'est alors user de l'outil de la propagande pour court-circuiter la pauvreté des images qui y sont habituellement représentées, au profit d'images artistiques. Remplacer des productions

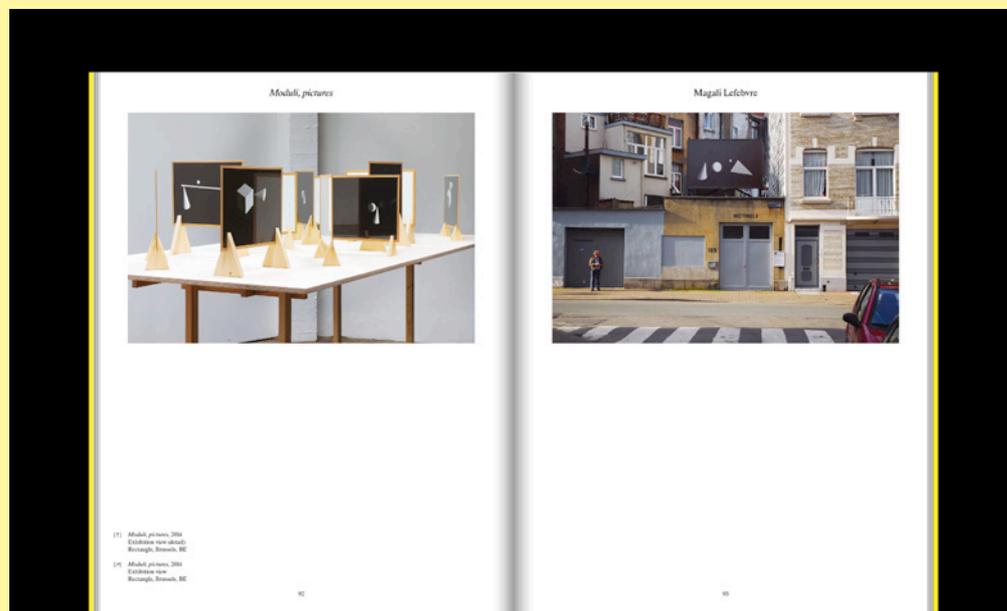
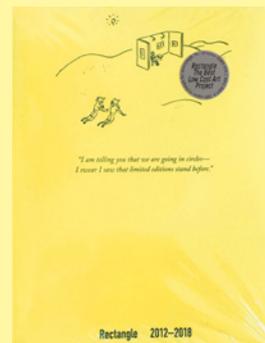
unilatérales au profit d'images polysémiques. Annoncer un autre avenir : en 2013, les artistes de Rectangle désignaient leur geste comme étant de l'"activisme silencieux."

Le projet de la rue Emile Feron ayant pris fin en 2017, Rectangle s'est tourné vers des activités curatoriales plus classiques mais qui gardent en germe ses mêmes réflexions. C'est dans cette continuité qu'ils abordent leur prochain projet : l'exposition *Hearts and minds* qui aura lieu courant 2020 au *Carriage Trade* à New York. Le titre fait référence à la stratégie américaine durant la Guerre du Vietnam consistant à gagner le conflit par le biais d'un immense effort de propagande. Au sein de l'exposition se trouveront trois catégories d'objets : des œuvres fondamentalement pop, d'autres remettant en cause l'imaginaire capitaliste, et des images d'archive. La lutte pour l'éducation des masses, la lutte pour la structuration de son imaginaire et de ses possibles, se retrouve, ici, poussée plus avant. Plutôt que de la conceptualiser à partir de l'unique dispositif du panneau publicitaire, elle est étendue à différentes actions qui, toutes, tentent de jouer avec les différents aspects de la colonisation capitaliste. L'archive devient un constat validant la lutte, l'imaginaire pop devient une ironisation critique de nos désirs consuméristes, lorsque les œuvres critiques, quant à elles, deviennent des porte-étendards. Dan Graham croise Torimitsu et le Roi Baudouin. Le collectif Rectangle, lui, au fur et à mesure des années, affirme ses choix conceptuels comme nécessaires pour la décennie qui vient : repenser les usages discursifs et les territoires imaginaires du capitalisme, voilà l'un des grands enjeux de sa production à venir.

Jean-Baptiste Carobolante

**SAM STEVERLYNCK
ET TOM VIAENE,
RECTANGLE 2012-2018**

128 PAGES
COUVERTURE : PABLO HELGUERA,
ARTOONS, VOLUME 3, 2010
DESIGN : STUDIO BOOKWORM,
FABRICE DEHAESELEER & ALINE
MELAET
ISBN 978-2-8052-0497-5
20 EUROS



¹ Voir notamment W.J.T. Mitchell, *Iconologie* [1986], Paris, Amsterdam/ Les Prairies ordinaires, trad. M. Boidy et S. Roth, 2018, partie III ; et Marie-José Mondzain, *Images, icône, économie*, Paris, Seuil (L'Ordre philosophique), 1996.

² Georges Didi-Huberman, *Atlas ou le gai savoir inquiet*, Paris, Minuit (Paradoxe), 2011, p.38.