

Intervention



Une rue Art-faire

Langage +

Number 13, November 1981

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/57511ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Intervention

ISSN

0705-1972 (print)

1923-256X (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Langage + (1981). Une rue Art-faire. *Intervention*, (13), 34–35.



À l'automne 1980, Alain Ouellet, Jocelyne Maltais et Alain Laroche, professeurs en Arts plastiques du Cégep d'Alma, mettaient en place un projet pour souligner le 10^{ème} anniversaire de l'institution. Le copieur Xérox devenait l'outil et la matière première d'une production multidisciplinaire. Plusieurs créateurs de différents secteurs de l'art furent invités à explorer les possibilités du médium. Le résultat final appelé **un gallon de xérophotographie**, exposé et diffusé au pays et à l'étranger, souleva un intérêt tel, que stimulé par les possibilités de cette machine, Jocelyne Maltais reprit l'idée du copieur, mais cette fois-ci, dans une réalisation de plus grande envergure...

...les conjonctures étaient favorables.

En mai 1981, l'artiste fait des essais de copies avec une personne comme sujet et des objets du quotidien. Fragmentées en sept parties, les copies sont assemblées pour former un poster grandeur nature (34" X 77") de personnages rappelant la frontalité des époques archaïques. Cet aspect visuel est dû à la limite de profondeur de champ de l'appareil.

En juin 1981, la Fête de la St-Jean et son cortège de festivités devient un prétexte intéressant pour une entreprise d'envergure. Un collectif se forme autour de l'idée toute simple de couvrir les vitrines de la rue Sacré-Coeur, l'artère commerciale d'Alma: **Une rue artfaire.**

Des modifications sur la focale sont faites sur une machine "Sharp". L'appareil s'avère efficace, il offre un format de papier 11" X 17". Le copieur au sol, une vitre de 5' X 8' cintrée d'une armature d'acier ainsi qu'une grille de repérage sur le plancher permet de copier le sujet grandeur nature.

Du 18 au 23 juin, l'équipement est installé dans le mail principal du centre commercial d'Alma et une trentaine de personnes sont prêtes à commencer l'événement. Trois équipes se répartissent le travail:

Relationnistes:

faire le contact avec le gérant ou propriétaire du commerce, expliquer et convaincre, choisir les employés et les objets qui identifieront son magasin, etc...;

Producteurs:

deux à trois personnes pour promener l'écran mobile, une personne pour recevoir et classer les feuilles

Accrocheurs:

chargés d'installer les posters fragmentés dans les vitrines, en se souciant des aménagements déjà existants et de l'esthétique finale.

Les vitrines d'une trentaine de commerces ont été couvertes, totalisant 0,5 km linéaire de surface, 12,000 copies, 300 personnes copiées, 30 pro-

ducteurs, pour un coût approximatif de \$4,000.00.

Relevant de l'art d'environnement et de la performance, ce projet monopolise énormément d'individus, autant au niveau des producteurs que de la participation active du public (commerçants et passants). "**Une rue artfaire**" a une portée sociologique par le fait qu'elle travaille en contexte réel. Les commerçants sont hésitants, il faut convaincre, mais

peu à peu, l'évidence est là et ob-
toirement chacun suit le rythme et
trepris et la rue se transforme. L'a-
vité à lieu pendant les heures d'o-
verture des commerces.

Pour le public, cette manifestation
est insolite et inhabituelle. Pour le
commerçants, il faut faire valoir le
moignage visuel de sa propre iden-
tification. L'esprit de la Fête de la S-
Jean, prétexte à l'appartenance, et
met temporairement d'oublier l'in-



Gilles St-Pierre, Agnès Tremblay, Marcellin Tremblay, Jacques Marchand, Thérèse Jean, Danielle Bouchard, Sylvie Hamel, tient à remercier vivement de leur collaboration le regroupement multidisciplinaire **Langage plus**, l'Atelier d'Estampe sagemie, les commerçants de la rue Sacré-Coeur, le comité organisateur des Fêtes nationales, les citoyens d'Alma et plus particulièrement la **Librairie Antonio Girard Ltée**, pour son apport technique.

"Le résultat devient fort différent des désirs et approches. En effet, une telle surface de vitrines de magasins couvertes de manière semblable donne comme finalisation visuelle une dépersonnalisation totale de la rue, et pour l'individu copié, un anonymat global total. Impression étrange, inhumaine. **Une rue artfaire**: symbole de l'anonymat technologique, de la multiplicité humaine pour un but quelconque, anéantissement de l'individu face à la globalité." AGNÈS TREMBLAY.

"Il y eu pendant quelques jours une belle confusion: on ne savait plus qui était l'artiste. Le public a souri. La symbiose fut réussie." GINETTE GODBOUT.

"L'art était descendu dans la rue et les vitrines du centre-ville ont baissé les paupières pour dévoiler une scène tragique à la vue des passants. Un millier de cadavres (hommes, femmes, enfants) compressés en une frise ininterrompue comme si la rue s'était mise à raconter "l'envers du décor". YVES TREMBLAY.

"Ils ont marché dans la rue, ils se sont mirés dans les vitrines et ils se sont reconnus." MARCELLIN TREMBLAY.

"Le collectif change les habitudes, questionne les comportements, interroge les rapports afin de rendre possible l'imaginaire. Pendant cinq jours, on s'insère dans un quotidien qui est celui d'un centre-ville. Pour une journée, la rue Sacré-Coeur passe "D'une rue d'affaires" à "Une rue artfaire". ALAIN LAROCHE.

"Cette traduction de l'apparence devient objet de connaissance en renouvelant notre perception du réel." ALAIN PARADIS.

"Vouloir changer la rue en une journée, c'est très complexe... mais pour atteindre les gens de cette rue, c'est très simple, en voici un exemple!" JEAN-PIERRE CÔTE.

"Une idée qui a su séduire, une participation tout à fait extraordinaire et une transformation des plus originale." LISE MARCOUX.

"Avant de changer un pays, on pourrait peut-être changer une rue." JOCELYN MALTAIS.

"Une longue et pénible fresque, où les objets et les personnages de la réalité quotidienne de la rue commerciale nous apparaissent comme le reflet de notre propre aliénation". JACQUES MARCHAND.

Conception graphique: Michelle Laforest
Photographie: Serge Maltais, Karl Tremblay, Raynald Lesage



une rue ARTfaire

concurrentielle de la réalité commerciale.

participants se retrouvent, s'identifient dans ensemble, dans une collectivité.

collectif, Dany Quellet, Johane Benoît, Darie Lessard, Bernard Pilote, Hélène Pilote, Alain Paradis, Alain Laroche, Michel Angers, Ginette Godbout, Yves Tremblay, Jean-Pierre Côté, Monique Truchon, Jean Laliberté, Lise Marcoux, Geneviève Harvy, Jocelyn Maltais, Réjean Maltais,