

Trading Places
The Story of Defile
Trading Places
La création de Defile comme lieu d'échanges

Adam Carr

Numéro 83, automne 2009, hiver 2010

Matériau : magazines
Medium: magazines

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/63677ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Productions Ciel variable

ISSN

1711-7682 (imprimé)
1923-8932 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Carr, A. (2009). Trading Places: The Story of Defile / Trading Places : la création de Defile comme lieu d'échanges. *Ciel variable*, (83), 41–46.



Ron Terada, *Defile*, 2003, projet de magazine réalisé en collaboration avec / magazine project realized with Art Metropole and YYZ Artists' Outlet, Toronto , 52 pages, 28 x 20 cm.

Trading Places The Story of Defile

BY ADAM CARR

At first glance, the work *Defile* (2003) by Vancouver-based artist Ron Terada seems to be a standard magazine, bearing all of the hallmarks synonymous with art publications. It has front and back covers, a title, and, at 11" by 8", a standard sizing – even an issue number, suggesting that more issues will follow in the future. We could be forgiven, when looking at its content, to assume that it is one art publication among the many currently in circulation; it is full of advertisements. Although we know that art publications contain editorial content, when we flip through them at the newsstand, we find it increasingly difficult to pinpoint where this content actually lies. This is due, in part, to the ever-increasing need for advertising, which pays for production, staff, and contributors. In the case of *Defile*, however, when we look a little closer, it becomes apparent not only that advertising space comprises the magazine's entirety, but that in fact advertising – or, perhaps more correctly, the idea of advertising – is its principle subject and main focus. Each page contains the front-cover image of an art publication. Yet, it is the second part of the work – which exists literally outside of the magazine – that

provides the key to a full understanding of *Defile*'s operation and, in turn, reveals its conceptual simplicity. Terada requested that each magazine advertising in *Defile* should run the front cover of *Defile* in its pages, as an ad, in return. The trade-off that occurred saw the participation of such magazines as *Artforum*, *Afterall*, *Flash Art*, and *Parkett*, and a deviation from internationally recognized publications including *Canadian Art*, *Camera Austria*, and *C Magazine*.

The history of the magazine as a site for artistic expression, consciously considered by Terada or not, certainly provides a significant historical precedent here. Perhaps one of the first instances of the meeting of art and magazine – or the printed, publishing page – is *La Révolution surréaliste*, by surrealist figurehead Andre Breton, who released the first issue in 1924. Appearing sporadically between 1930 and 1933, the magazine was nothing short of revolutionary and lived close to scandal, as did the surrealist movement itself. For the twelve issues of its existence, the magazine was treated as a medium in which the very forefront of surrealism could ultimately be documented, including texts to and repro-



ductions of artworks. A handful of surrealist magazines followed shortly thereafter, *Acephale* and *Documents* most notable among them. Some thirty years later, an example of the magazine as a format for artistic activity can be located in the seminal *Art & Project* bulletin, published between 1968 and 1989 by Adriaan van Ravesteijn and Geert van Beijeren, who ran the eponymous Amsterdam-based gallery. Although they initially utilized *Art & Project* as way to announce upcoming exhibitions in their gallery, their focus soon shifted toward the format as a working medium for artists. The magazine caught the attention of conceptually oriented artists, who formed a rapidly expanding group at the time. This attraction was due partly to the magazine serving as an unconventional medium in which ideas could be conveyed and produced; it was a pre-existing and recognized object, part of the everyday world – systems that artists synonymous with the birth of conceptual art were keen to pursue – and its distribution gave artists a wide-ranging audience on a global scale. Some examples of the bulletin out of the 156 that were produced are Daniel Buren's entirely transparent issue; Sol Le Witt's, which broke the standard format of four A4 pages by folding them down into forty-eight rectangles; and one that provided a home for Robert Barry's *Closed Gallery* piece. As a whole, the magazine ultimately contributed to altering the understanding of what art could or might be and broke new ground for the making of art.

While the magazine as work of art provides a backdrop for Terada's *Defile*, more pronounced, however, is the system set up by the artist to use the magazine as a device to operate in and with. *Defile*'s inherent exchange with and trade-off between two subjects is something of a recurring theme in his work – in actuality, a working and guiding principle for his work. This orchestration and choreographing

In the case of *Defile*, however, when we look a little closer, it becomes apparent not only that advertising space comprises the magazine's entirety, but that in fact advertising – or, perhaps more correctly, the idea of advertising – is its principle subject and main focus.

of a pre-existing situation – or, more precisely, the transposition of its elements by retaining its defining parameters and working within them – can be traced back to the work of artists such as Michael Asher, Hans Haacke, Daniel Buren, Dan Graham, Louise Lawler, and, more recently, Maria Eichhorn. For Asher – whose practice involved the removal and, at

times replacement, of several elements in a gallery, institution, or museum, such as walls, radiators, or the exhibition space itself – his "use of isolated presentation elements disclosed the existence of mediation devices as functioning elements in their own right."¹

This has a particular pertinence to *Defile* and, more pervasively, to Terada's practice as a whole. In 2002, for his second solo exhibition at Catriona Jeffries – his representing gallery in Vancouver – Terada placed a full-scale road sign, declaring "Entering City of Vancouver" (2002), from the road into the gallery, with this being the only element on display and viewable from the outside of the gallery space at all times of day by the passing public. *You Have Left The American Sector* (2005), another work involving road signs, exemplifies the same simple act of transposition, this time underpinned by a much broader narrative: the sign was initially intended for the public space of the city of Windsor, Ontario, but was taken down shortly after its erection for political reasons. Other works by Terada employing pre-existing elements have been purposefully hidden in, camouflaged in, and used the apparatus of an exhibition. For example, *The Show Will Be Open When the Show Will Be Closed* (2006) existed in two versions: the design of the invitation card and the guide for an exhibition of the same name, as did *The Idea of North* (2007). These works, like *Defile*, transformed exhibition ephemera into works of art.



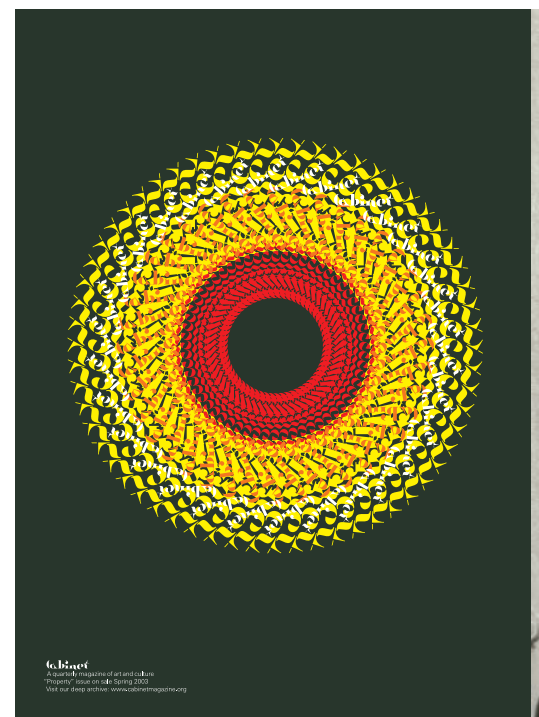
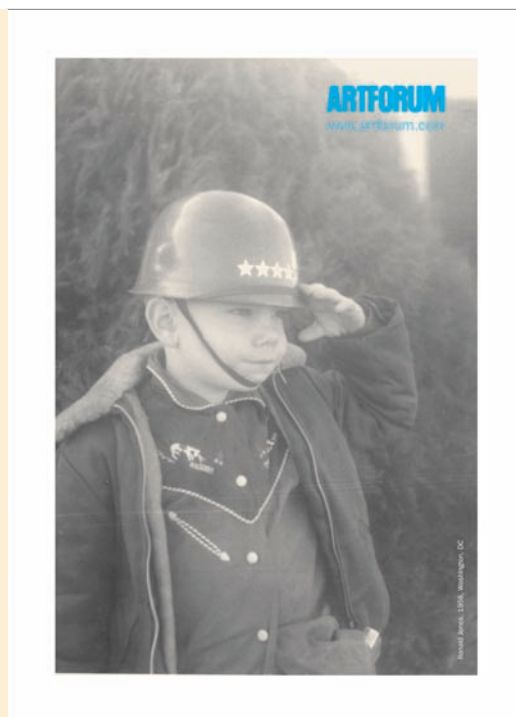
In addition to those mentioned above, there is one work by Terada that is perhaps positioned most closely to *Defile*, simply titled *Catalogue* (2003), that might assist with demystifying *Defile* further. Sharing an involved trade-off between subjects, *Catalogue* was the consequence of a system initiated by the artist that enabled an exchange. The premise was that Terada enabled ten corporate and eighteen private sponsors to use the entire exhibition area of the Contemporary Art Gallery in Vancouver as advertising space. This was the content of Terada's solo exhibition in its entirety; nothing else was displayed. The crucial element missing from the exhibition, however, was the art object – the catalogue for the exhibition – which was paid for by the twenty-eight companies in return for advertising in the gallery space. Albeit lavishly designed and produced, the catalogue contained all of content typical of any monograph – texts, reproductions of artworks, and so on – but its status was elevated. *Catalogue* did what is most brilliantly inherent in *Defile*: it deceptively elevated a common and usually ancillary element to a work of art unto itself, without ever truly abolishing its form.

Interestingly, the story of *Defile* has recently had another chapter. Terada has opened out its hermetic-seeming structure to the public, allowing individuals to participate, by producing the work *Have You Seen This Kitten?* (2008). Functioning as an extension of *Defile*, the work consists of a printed poster that

bears the image on *Defile*'s front cover, a kitten, and makes a request to the public to locate the twenty-one issues of the magazines that participated in *Defile*'s exchange program, that were its content and made the magazine possible. Those who complete this task are asked to photograph all of the issues arranged in a stack and mail the resulting photo to Terada's representing gallery in Vancouver. The poster explains that Terada will sign the photograph, thus authenticating the collected magazines as an artwork. *Defile* has suddenly gone from a game or story that is completed to one that is in progress – and, vitally, one that is at your command.

1 Michael Asher, *Writings 1973-1983 on Works 1969-1979*, edited by Benjamin H.D. Buchloh (Halifax: Press of the Nova Scotia College of Art and Design / The Museum of Contemporary Art, Los Angeles, 1993): 70.

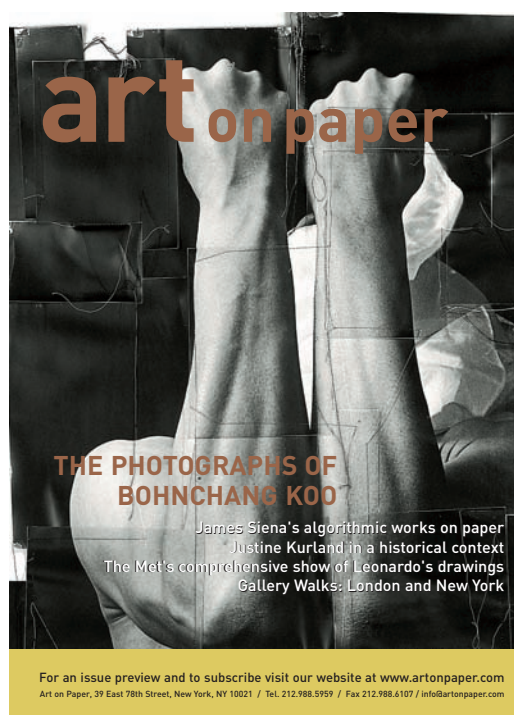
Adam Carr is an independent curator and writer currently based in London.



Trading Places : la création de Defile comme lieu d'échanges

PAR ADAM CARR

À première vue, *Defile* (2003), créé par Ron Terada, basé à Vancouver, ressemble à un magazine standard et présente toutes les caractéristiques habituelles d'une revue d'art. L'œuvre possède une couverture, un titre, un format classique de 8 pouces sur 11, et, de plus, le numéro de publication suggère d'autres parutions à venir. De même, d'après son contenu, on pourrait avec quelque raison la confondre avec l'une des nombreuses revues actuelles sur l'art : elle est remplie d'annonces publicitaires. Lorsqu'on feuillette des magazines d'art dans un kiosque à journaux, il est devenu difficile de découvrir où se situe leur contenu éditorial. Ce phénomène est dû notamment à la nécessité de recourir de plus en plus à la publicité pour financer la production du magazine, rétribuer l'équipe de rédaction et ses contributeurs. Dans le cas de *Defile*, cependant, si l'on y regarde de plus près, il apparaît non seulement que l'espace publicitaire constitue l'intégralité de la revue, mais que la publicité, ou plus précisément l'idée de publicité, se trouve être le sujet principal et le champ d'exploration de l'œuvre. Chacune des pages de *Defile* représente la couverture d'une revue d'art. Mais c'est la seconde partie de l'œuvre – existant littéralement en dehors du magazine – qui permet de comprendre son mode de fonctionnement et révèle, par



la même occasion, sa simplicité conceptuelle. Dans son entreprise, Terada posait comme condition que chaque revue annoncée dans *Defile* insère en échange, dans l'un de ses numéros, la couverture de *Defile* en tant que publicité. Le marché proposé par l'artiste obtint la participation de magazines comme *Art Forum*, *Afterall*, *Flash Art* ou *Parkett*, et séduisit jusqu'à des publications de renommée internationale telles que *Canadian Art*, *Camera Austria*, et *C Magazine*.

Cette démarche de Terada s'inscrit, consciemment ou non, dans une tradition spécifique du magazine vu comme lieu d'expression artistique, dont l'on relève en particulier quelques précédents intéressants. L'une des premières occurrences de la rencontre entre l'art et le magazine, ou avec la page imprimée et publiée, est *La révolution surréaliste*, d'André Breton, chef de file du mouvement du même nom, qui en fit paraître le premier numéro en 1924. Publié sporadiquement entre 1930 et 1934, le magazine était véritablement révolutionnaire et frôlait régulièrement le scandale, à l'image de tout le surréalisme. Dans chacun des 12 numéros qui virent le jour, la revue était considérée comme un moyen privilégié de témoigner des réalisations les plus audacieuses du surréalisme, diffusant des textes et des reproductions d'œuvres d'art. Une poignée de magazines surréalistes apparurent peu après, notamment *Acéphale* et *Documents*. Quelque trente ans plus tard, on retrouve un exemple de magazine comme lieu d'exploration artistique avec le fameux bulletin *Art & Project*, publié entre 1968 et 1989 par Adriaan van Ravesteijn et Geert van Beijer-

Dans le cas de *Defile*, [...] il apparaît non seulement que l'espace publicitaire constitue l'intégralité de la revue, mais que la publicité, ou plus précisément l'idée de publicité, se trouve être le sujet principal et le champ d'exploration de l'œuvre.

ren, directeurs de la galerie éponyme à Amsterdam. *Art & Project* servait initialement à présenter les expositions à venir, mais évolua bientôt vers une forme d'expérimentation artistique. Le magazine attira l'attention des artistes conceptuels, qui formaient à l'époque un groupe s'élargissant rapidement. Cet intérêt était dû entre autres au fait que le magazine représentait un moyen non traditionnel de transmettre des idées et de les mettre en pratique; il existait déjà en tant qu'objet reconnu et intégré à la vie quotidienne – des systèmes que les créateurs de l'art conceptuel recherchaient particulièrement – et sa distribution offrait aux artistes un public varié sur une vaste échelle. Parmi les 156 bulletins parus, on trouve entre autres le numéro créé par Sol Le Witt, qui déconstruisit le format standard de 4 feuilles A4 pour les replier en 48 rectangles, ou celui de Daniel Buren, entièrement transparent; un autre encore accueillait l'œuvre de Robert Barry *Closed Gallery*. Dans son

ensemble, le magazine contribua à modifier la perception de ce que l'art pouvait être ou devenir, et ouvrit de nouveaux territoires à la démarche de création.

Si le magazine conçu comme œuvre d'art a fourni à Terada un point de départ pour la création de *Defile*, plus significatif encore est le système établi par l'artiste, dans lequel le magazine est à la fois le moyen et le support de son action. Ce mode d'échange et de relation implicite entre deux sujets revient de façon récurrente dans l'œuvre de Terada : c'est, en réalité, le principe qui guide et nourrit sa démarche. Cette orchestration, cette chorégraphie d'une situation préexistante – ou, plus exactement, la transposition de ses éléments, en retenant leurs caractéristiques essentielles et en les retravaillant – se remarquait déjà chez des artistes comme Michael Asher, Hans Haacke, Daniel Buren, Dan Graham, Louise Lawler et, plus récemment, Maria Eichhorn. Pour Asher, dont la pratique impliquait de faire disparaître ou de remplacer certains éléments de la galerie, de l'institution ou du musée – murs, radiateurs, voire tout l'espace d'exposition –, son « emploi spécifique d'éléments de présentation isolés révélait leur existence et leur fonction en tant qu'outils de médiation à part entière.

»¹ Cette description est particulièrement pertinente dans le cas de *Defile*, et le même concept est sous-jacent à toute l'œuvre de Terada. En 2002, pour sa deuxième exposition solo chez Catriona Jeffries, galerie qui le représente à Vancouver, Terada installait un panneau routier grandeur nature, *Entering City of Vancouver* (2002) dans la vitrine de la galerie : c'était le seul élément exposé, visible en tout temps depuis



l'extérieur de la galerie par les passants. *You Have Left The American Sector* (2005), une autre de ses œuvres reprenant un panneau routier, illustre encore un acte de transposition simple, cette fois dans le cadre d'une structure narrative beaucoup plus vaste. Le panneau, qui annonçait dans les deux langues : « Vous êtes sortis du secteur américain », devait à l'origine être exposé dans l'espace public de la ville de Windsor, en Ontario, mais il fut retiré peu de temps après son installation, pour des raisons politiques. Avec d'autres créations, Terada reprenait des éléments préexistants pour les dissimuler ou les camoufler dans le matériel d'exposition, ou les détourner de ses fonctions. Ainsi *The Show Will Be Open When the Show Will Be Closed* (2006 & 2006) existait en 2 versions: la réalisation de la carte d'invitation et le guide de l'exposition du même nom, de même que *The Idea of North* (2007). Ces créations, comme *Defile*, transformaient la documentation de l'exposition en œuvre d'art.

Parallèlement aux œuvres que nous venons de citer, une réalisation de Terada intitulée simplement *Catalogue* (2003), sans doute celle qui s'apparente le plus à *Defile*, nous permet d'approfondir notre interprétation. Basé sur une entente qui mettait en relation plusieurs sujets, *Catalogue* était l'aboutissement d'un système instauré par l'artiste pour donner lieu à un échange. Le principe était le suivant : Terada autorisait dix grandes sociétés et dix-huit commanditaires privés à utiliser toutes les salles de la Contemporary Art Gallery de Vancouver en tant qu'espace publicitaire. Le résultat constituait l'exposition solo de Terada dans son intégralité; rien d'autre n'était pré-

senté. Il y manquait cependant un élément crucial : l'objet d'art – le catalogue de l'exposition – financé par les 28 commanditaires en contrepartie de leur affichage publicitaire dans la galerie. Certes élaboré et réalisé avec des moyens luxueux, il gardait toutes les apparences d'une monographie classique : textes, reproductions d'œuvres d'art, etc. – mais son statut avait changé de statut. *Catalogue* accomplissait ce qui est magistralement implicite dans *Defile* : un élément banal et secondaire se trouvait habilement élevé au rang d'œuvre d'art à part entière, sans jamais vraiment perdre sa forme première.

Il est intéressant de noter que la création de *Defile* a récemment connu un nouvel épisode. Terada ouvre au public la structure apparemment hermétique de son œuvre, en proposant aux amateurs de participer au processus créatif de *Have You Seen This Kitten?* (2008). Fonctionnant comme une extension de *Defile*, l'œuvre consiste en une affiche qui représente la photographie du chaton figurant en couverture de *Defile*, et invite le public à retrouver les 21 exemplaires des magazines qui, en participant au programme d'échange, ont permis la création du magazine et constituent son contenu. Les personnes ayant relevé le défi devront alors photographier la pile de magazines ainsi obtenue et poster cette photo à la galerie qui représente Terada à Vancouver. Le texte de l'affiche précise que l'artiste signera la photographie, authentifiant ainsi la collection de magazines comme œuvre d'art. Loin d'être une histoire terminée, *Defile* est inopinément devenu un récit à suivre, un jeu qui se poursuit – et surtout c'est à vous, cette fois, d'en créer le prochain épisode.

Traduit par Emmanuelle Bouet

1 Michael Asher, *Writings 1973-1983 on works 1969-1979*, éd. Benjamin H.D. Buchloh, Press of the Nova Scotia College of Art and Design, Halifax; The Museum of Contemporary Art, Los Angeles, 1993.

Adam Carr est commissaire d'exposition et critique d'art indépendant à Londres.