

Les artistes du modèle d'affaires

Édith Brunette et Olivier Choinière

Numéro 313, automne 2016

Séduits par la droite

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/83386ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (imprimé)

1923-0915 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Brunette, É. & Choinière, O. (2016). Les artistes du modèle d'affaires. *Liberté*, (313), 28–31.

Edith Brunette / Olivier Choinière

Les artistes du modèle d'affaires

Jadis réservée à la grande industrie culturelle, la logique managériale s'imisce désormais jusqu'aux plus petites compagnies artistiques. L'artiste visuelle Edith Brunette et l'homme de théâtre Olivier Choinière font état de ce changement dans les mœurs subventionnaires.

OLIVIER CHOINIÈRE — Le jargon économique a, paraît-il, envahi des sphères d'activité qui n'ont rien à voir avec l'économie. Cela s'entendrait jusque dans les mots que nous utilisons. Au lieu de relever leur présence chez les autres, je me suis mis à relire mes propres communications écrites, dont la lettre que je publiais récemment et qui annonçait mon départ du Théâtre Aux Écuries en tant que directeur artistique. J'y ai déniché quelques termes hérités du vocabulaire guerrier et économique, comme les mots « compagnie », « relève », « projet », « équipe », « produire », « mode (de fonctionnement) », « crise », « intervenir », « structurer », « investir » (qui revient tout de même quatre fois) et « ressources ».

Tu me diras qu'il est un peu normal de parler de « compagnie » quand on en dirige une, d'utiliser le mot « produire » quand on a certains moyens et donc un budget, ou « projet » puisque c'est de cette manière que se nomme la création dans les formulaires de demande de subvention. Les arts, et en particulier le théâtre, ont toujours été intimement liés au contexte économique de l'époque où ils se manifestaient. Au regard de l'histoire, on pourrait même dire que ce sont les puissants et leurs moyens financiers qui ont permis son développement. Reste que, lorsque j'ai fondé ma compagnie de théâtre de création au début des années 2000, le mot « compagnie » signifiait pour moi, plutôt qu'une *forme d'organisation d'entreprise* ou une *petite unité dirigée par un chef d'escadron*, quelque chose comme le contraire de la solitude.

En vingt ans de métier, j'ai pu constater à quel point les logiques marchandes ont envahi d'abord le discours

entourant la création (mes premières demandes de subvention ressemblaient à des essais; celles des dernières années ressemblent à des publicités), jusqu'à s'infiltrer dans les coulisses de la création elle-même. Jamais l'*offre culturelle* ne m'a semblé aussi foisonnante, mais jamais elle ne m'a semblé aussi homogène et impersonnelle; d'abord, dans son traitement dans les médias, qui nous fait entrer dans un jeu de réduction, de comparaison et donc d'équivalence, ensuite dans le discours des artistes, formaté selon l'espace disponible, les lieux de diffusion ou le public visé, et finalement dans les œuvres elles-mêmes, par lesquelles s'expriment les modes de production et de diffusion, qui au théâtre sont devenus extrêmement standardisés et qui ont pour effet d'aplanir les propositions, rendues semblables par des outils de communication qui pourtant célèbrent la singularité.

Slogans archivendeurs, affiches outrancièrement accrocheuses, présence de plus en plus importante de vedettes de la télévision pour vendre des billets (le TNM avait soulevé un tollé il y a quelques années avec son slogan de saison « Venez les voir ailleurs qu'à la télé »; aujourd'hui, la nécessité de *visages connus* sur nos scènes est devenue la norme), influence de la mode et du design dans l'esthétique même des spectacles afin d'attirer une clientèle apparemment friande de

wow contemporain et de *production value* : cette manière de percevoir l'art comme un produit à vendre et une expérience à consommer finit par court-circuiter et peut-être même contredire le sens qui est au cœur d'une pièce tout comme la vision du monde que par elle l'artiste cherche à défendre.

Dans ce contexte, l'œuvre qu'il prétend être la sienne est davantage l'expression d'une maladie (capitaliste) dont il serait porteur, mais dont il feint, durant les 75 minutes que dure le spectacle, d'ignorer l'existence. Ainsi, l'auteur n'est plus *celui qui est la cause, le responsable*, mais devient *celui qui est l'effet, le symptôme*, et sa pièce raconte bien plus les contraintes économiques et les diktats marchands en cours au moment de la création que ce que nous révèle le synopsis dans le programme du spectacle.

EDITH BRUNETTE — Cette idée de l'art comme symptôme est tenace. À mes yeux, elle nie plus ou moins cent cinquante ans de pratiques – notamment toutes les avant-gardes – qui ont cherché avec l'art à construire autre chose que ce qui existait déjà. C'est un art de la résignation, plutôt que de l'utopie, qui accompagne parfaitement les discours néolibéraux justifiant la décomposition de la politique en simple gestion économique : « Il le faut bien », « L'État n'a plus les moyens », « Chacun doit faire sa part », etc. L'utopie, dans ce modèle, est disqualifiée d'un point de vue collectif ou social, pour être transférée tout entière vers la figure de l'entrepreneur. L'entrepreneur, c'est celui ou celle qui prend son destin en main – le sien seul et sans l'aide de personne. « *There is no such thing as society* », comme disait Thatcher.

Le vocabulaire que tu mentionnes, et qui peut à la limite paraître « normal » pour un milieu comme le théâtre, où les créations, coûteuses en main-d'œuvre et en équipements, appellent à des formes d'institutionnalisation et de marchandisation, est aussi à la dérive dans le milieu des arts visuels où j'évolue. C'est un milieu où la création individuelle est la norme, et où l'idée de « compagnie » apparaissait jusqu'à tout récemment comme une hérésie. Ou alors, elle n'apparaissait que sur le mode de la dérision, comme dans le travail d'Andy Warhol ou les produits dérivés de Wim Delvoye. Mais c'est sans dérision aucune que des artistes choisissent aujourd'hui de s'incorporer comme entreprise ou OBNL, avec un comité administrateur qui supervise ses orientations et ses modes de fonctionnement. Cela leur permet d'aller chercher de nouvelles subventions, mais aussi, dans certains cas, de faire compétition aux entreprises de design dans des concours où la démesure, les nouvelles technologies et l'interactivité de

surface sont de plus en plus valorisées. Le modèle Moment Factory ou Daily tous les jours est porté aux nues par des gouvernements qui veulent bien continuer de payer pour ce qu'ils nomment « la culture », mais à condition que ça brille – idéalement jusqu'à l'étranger, pour attirer les touristes.

J'ai assisté récemment à une série de formations offerte par Culture Montréal intitulée *Créer son modèle d'affaires*. J'y ai croisé des enthousiastes de l'entrepreneuriat, mais aussi des artistes un peu désœuvrées (c'étaient surtout des femmes), perdues dans un milieu où les emplois sont précaires ou remplacés par des stages, et où les subventions fondent. À la dérive, elles semblaient

Cette idée de l'art comme symptôme [...] nie plus ou moins cent cinquante ans de pratiques [...] qui ont cherché avec l'art à construire autre chose que ce qui existait déjà.

— Edith Brunette

aller là où l'argent va (ou promet d'aller) : dans la course entrepreneuriale. L'un des modules de la formation annonçait « Adapter les principes du “Lean Startup” à un projet entrepreneurial artistique ». Le Lean, c'est une technique gestionnaire inspirée du toyotisme, dans laquelle rien n'est produit avant d'avoir trouvé son acheteur, pour éviter les frais d'entreposage et la surproduction, et où aucun geste n'est posé qui ne génère immédiatement une valeur ajoutée. La technique Lean vise une efficacité à 100 %, sans perte et sans excès. Appliquée à l'entreprise en général, c'est déjà pressurant. Appliquée au milieu de l'éducation ou de la santé, comme cela se fait en ce moment, c'est dramatique : les notions de soin, d'accompagnement, de questionnements ou de recherche en sont fondamentalement exclues. Appliquée aux arts, c'est tout simplement absurde : cela suppose de définir le « produit » (c.-à-d. l'œuvre) en fonction des demandes et besoins du consommateur, en réduisant les composantes « inutiles » d'expérimentation, de digression, d'erreurs. Faut-il vraiment rappeler qu'il n'y avait pas de demande

pour *Carré blanc sur fond blanc*, *Speak White* ou la musique dodécaphonique ?

OC — Les diffuseurs en théâtre agissent comme si une telle demande existait. Ainsi, ce n'est pas eux, mais le public qui exigerait toujours plus d'humour, de cirque et de comédie musicale. Combien de fois ai-je entendu dans la bouche d'un directeur artistique : « Personnellement, j'ai beaucoup aimé ta pièce, mais ça ne plaira pas à mon public », phrase qui témoigne à la fois d'une arrogance de la part de celui qui prétend pouvoir parler au nom des autres et d'un mépris pour l'intelligence de ceux dont il croit défendre les intérêts. Ainsi, le directeur artistique fait porter (l'odieux de ?) ses choix artistiques par le public composé de *monde ordinaire*, comme s'il s'agissait d'une seule et même personne, d'une seule entité dont on pouvait aisément comprendre les désirs et évaluer les besoins.

EB — À ce sujet, l'ancienne ministre française de la Culture Fleur Pellerin avait eu une expression mémorable : « L'attention est la ressource rare et pas les contenus. » Comme dans la conception de Patrick Le Lay – ex-PDG de TF1 – du rôle des chaînes de télévision, à savoir vendre à Coca-Cola du temps de cerveau humain disponible. Ainsi, le rôle des institutions publiques n'est plus de soutenir les artistes dans la création d'une culture qui bénéficie à tous, mais d'accompagner le contribuable dans sa consommation culturelle, en déterminant ses préférences afin de mieux y arrimer la production. Comme dans la gestion Lean, on peut alors éliminer la production « inutile » : l'art est considéré a priori comme un excédent à rationaliser.

OC — L'intérêt s'est déplacé de la parole de l'artiste vers l'expérience du spectateur, de la diffusion d'une œuvre vers sa réception, sans doute parce que c'est là que l'argent se trouve. Si les théâtres mettent de plus en plus l'accent sur la médiation culturelle, c'est d'abord parce qu'il s'agit d'une façon de financer des projets de création, une partie non négligeable des budgets des subventionneurs étant allouée à *construire de nouveaux liens entre les citoyens et la culture*. Je peux comprendre l'intérêt de multiplier les portes d'entrée vers l'art, mais force est de constater que la médiation culturelle participe à un renversement où l'on est moins intéressé par la vision de l'artiste que par la manière dont celle-ci sera perçue, *vécue* par le public.

On souhaite préparer les spectateurs au « choc » que peut constituer la « rencontre » avec l'œuvre, reconduisant le cliché que le théâtre est un art auquel on doit absolument être initié, sous peine d'être totalement largué, alors qu'il n'y a rien de plus inoffensif comme expérience humaine que d'être assis dans une salle de théâtre au Québec. Que l'expérience soit agréable ou violente, on s'adresse au spectateur comme à un client que l'on cherche à satisfaire et à fidéliser. Dans la multiplication et la surabondance de l'offre culturelle, les brochures de saison des théâtres ressemblent à des catalogues Ikea où l'on retrouve, mises à plat sur une même page, une chose et son contraire, et dans laquelle, surtout,

une chose *vaut* son contraire. D'ailleurs, ce qu'on peut reprocher aux critiques de théâtre et d'art en général, ce n'est pas tant de manquer de rigueur et de profondeur, mais de juger de la qualité d'une œuvre par rapport à sa publicité (« Nous nous attendions à beaucoup. Hélas, la pièce ne remplit pas ses promesses. ») et de tout observer avec la même lunette, à travers laquelle un spectacle en *vaut* un autre, théâtre de répertoire et théâtre de création, projet communautaire et production commerciale, budget de 200 000 \$ et budget de 20 000 \$.

EB — J'aurais plutôt tendance à croire que c'est aux médias qui les embauchent qu'il faut reprocher d'imposer cette lunette.

OC — Oui, tu as raison, et c'est là que bien souvent nos critiques envers la critique manquent de perspective. Critiques et artistes se retrouvent au fond pris dans une guerre économique à l'intérieur de laquelle ils sont engagés, sans le savoir, par la même armée. Mais tandis que les artistes s'entraînent au camp et se plaignent, disons, du bruit des combats, les critiques, eux, sont envoyés au front et meurent dans les tranchées.

EB — Avec cette accélération néolibérale, nous nous retrouvons pris dans un étau qui nous rend nostalgiques de la vision libérale des arts – le libéralisme d'avant le « néo ». Les arts étaient alors considérés comme un vecteur d'émancipation sociale : le salut culturel pour une nation risquant l'assimilation (le Québec, mais aussi le Canada face aux États-Unis) et l'émancipation de l'individu quant à sa situation sociale ou économique. Dès lors, le milieu culturel jubile de l'arrivée au pouvoir de Trudeau fils et de son engagement à doubler le budget du Conseil des arts du Canada en cinq ans. Or, si les coupes que l'on craignait sous Harper n'ont pas eu lieu, les programmes, eux, ont bel et bien changé, portés par le culte que Simon Brault, son directeur, voue à la démocratisation culturelle. Selon sa propre rhétorique, le CAC devrait aujourd'hui se concentrer sur le développement de « la demande », maintenant que « l'offre culturelle » foisonne. « L'offre » ne va pas bien, l'offre vit sous le seuil de la pauvreté, mais ça, ça n'intéresse personne.

Les politiques publiques du soin ont été remplacées par des politiques de l'arène : la précarisation des subventions a été déguisée en saine compétitivité et en liberté accrue, alors que tout le monde s'épuise pour se tailler une place sous un soleil bien pâle – dans le milieu culturel comme ailleurs. Les politiques de marché occultent l'absence, au Canada et plus encore au Québec,

d'un marché de l'art capable d'assurer la vie de ses artistes, même les plus connus.

Récemment, Simon Brault annonçait, dans une entrevue accordée au *Devoir*, le « retour de la diplomatie culturelle », en donnant comme exemple le réaménagement des programmes de résidences du Conseil. Le CAC met fin cette année à ses résidences récurrentes dans les grandes villes comme New York ou Berlin, arguant que l'argent sera réinvesti dans un plus grand nombre de brèves résidences que les artistes pourront proposer eux-mêmes, selon leurs besoins. Bref, si je veux partir à Ljubljana ou à Quito pour y développer un projet, je n'ai qu'à trouver l'organisme qui m'accueillera, mon hébergement, mes partenaires, etc. Ça peut paraître sympa, ouvrant sur tout un éventail de possibilités, mais ultimement, ça veut aussi dire que je devrai me taper seule toute la job de recherche, de réseautage, de budgétisation... *avant même* de poser ma candidature au programme. Là où les « grandes résidences » du CAC offraient un cadre d'accueil clefs en main et un accompagnement pour créer des réseaux, ces petites résidences, plus courtes, demandent à l'artiste d'assumer tous les rôles. Le « retour de la diplomatie culturelle », c'est plutôt le retour de l'artiste ambassadeur, sur qui l'on se déleste de tout le travail.

OC — Le modèle de l'artiste-entrepreneur, quant à lui, est déjà implanté depuis longtemps. C'est ce modèle que j'ai épousé, pour le meilleur et pour le pire, le pire étant tout ce temps que je consacre à ce qui entoure la pratique artistique sans en être et qui remplit effroyablement mes journées.

Chef d'entreprise, administrateur, demandeur de subvention, rédacteur de communiqué, agent de tournée, photographe, vidéaste, webmestre, publicitaire et graphiste, tous sont des postes ou des métiers forts passionnants, qui sont peut-être aussi de l'art, mais qui ne sont pas les raisons pour lesquelles j'ai désiré faire ce métier.

J'évolue dans un milieu qui joue sans ironie ni distance le jeu du néolibéralisme. Or dans les programmes de spectacles, les directeurs artistiques, les auteurs et les metteurs en scène continuent de nous parler du théâtre comme d'un dernier espace de liberté, d'un rempart nous sauvant du déluge marchand, alors que sur scène ces idées se retrouvent souvent contredites par la nature même du spectacle. C'est comme si l'art avait fini par intégrer le double discours, prétendant déjouer le capitalisme pour au fond le reconduire, et ce, afin de le rendre plus supportable.

EB — Au milieu de ces contraintes qui font de nous des petites machines de production, le glissement est facile et il paraît souvent plus simple de

s'abandonner à une séparation entre le contenu de l'œuvre et les formes de travail et d'organisation qui la produiront. Pourtant, travailler dans ces rouages nous offre une étendue d'occasions d'assurer nos prises (de « faire prise » plutôt que de nous laisser prendre), de sites de résistances, de gestes par lesquels produire de la friction. Autour de moi, je vois plein de gens, artistes professionnel·les ou non, qui, tout en acceptant de composer avec certaines règles pour poursuivre leurs projets, en combattent néanmoins les principes par une panoplie de moyens. Elles et ils

J'évolue dans un milieu qui joue sans ironie ni distance le jeu du néolibéralisme. Or dans les programmes de spectacles, les directeurs artistiques, les auteurs et les metteurs en scène continuent de nous parler du théâtre comme d'un dernier espace de liberté, d'un rempart nous sauvant du déluge marchand.

— Olivier Choinière

font des œuvres que l'on n'attend pas, s'entêtent à défaire les rôles et les hiérarchies, à dire et à faire en opposition complète avec les exigences d'une « bonne carrière ». Elles et ils combattent ces « règles » pour garder, toujours, dans la définition de leurs manières de faire, un mouvement qui soit politique. Choisir de « perdre son temps » à bousculer ces règles, c'est réintroduire du politique là où l'idéologie gestionnaire voudrait que le politique disparaisse. La victoire du geste n'est pas dans ses effets mesurables, mais dans l'improductivité même de son existence. **L**

♦ **Edith Brunette** est artiste et auteure. Son intérêt pour l'influence des politiques culturelles sur les pratiques artistiques l'a menée à coorganiser la Journée sans culture en 2015. ♦ **Olivier Choinière** œuvre comme auteur, metteur en scène et traducteur pour le théâtre. Il est directeur général et artistique de la compagnie de création L'ACTIVITÉ.