

CHAPITRE 1

**L'art n'est pas innocent : il
choisit toujours un camp,
même quand il prétend
décorer**

Il y a des images qui ne demandent rien. Elles sont là, bien cadrées, bien éclairées, polies par l'habitude. On les traverse sans les voir vraiment. Un portrait officiel dans une mairie. Une statue au centre d'une place. Une fresque religieuse au-dessus d'un autel. Une façade monumentale devant laquelle les passants ralentissent sans savoir s'ils admirent la beauté ou s'ils obéissent encore à une vieille mise en scène du pouvoir. Une publicité immense sur un mur d'immeuble, vendant un parfum, une voiture, un corps lisse, une vie plus nette que celle des gens qui attendent le bus dessous.

Ces images ne crient pas. Elles n'ont pas besoin de crier. Elles ont mieux : elles occupent l'espace, elles s'installent dans le décor, elles deviennent normales. C'est souvent ainsi que l'art travaille le plus efficacement. Pas en agitant un drapeau. Pas en posant devant une caméra avec un regard de prophète épuisé. Mais en organisant le regard jusqu'à ce que l'organisation disparaisse. Quand une image est assez présente, assez répétée, assez bien placée, elle cesse d'avoir l'air d'une proposition. Elle devient l'arrière-plan du monde.

L'art n'est jamais seulement une forme. Même lorsqu'il prétend décorer, il transporte une vision du monde. Il indique ce qui mérite d'être montré, ce qui doit être embelli, ce qui peut être ignoré, ce qui doit inspirer le respect, la peur, la tendresse ou le désir. Une œuvre peut sembler paisible, parfaitement inoffensive, accrochée au-dessus d'un canapé ou protégée derrière une vitre. Mais elle porte toujours avec elle une hiérarchie : des corps, des classes, des douleurs, des récits, des goûts, des mémoires. Elle dit, parfois sans prononcer un mot, qui compte et qui sert de décor aux autres.

La grande erreur consiste à croire que l'art devient politique uniquement lorsqu'il dénonce. C'est pratique. Cela permet de ranger l'art engagé dans une case bien visible, avec ses slogans, ses colères, ses visages graves, ses couleurs trop rouges et ses intentions déclarées. Le reste serait neutre. Une peinture religieuse serait spirituelle. Un palais serait architectural. Une statue serait patrimoniale. Une publicité serait commerciale. Une chanson légère serait seulement légère. Une affiche électorale serait seulement informative, ce qui est une belle plaisanterie pour gens très patients.

Mais l'art engagé ne commence pas avec la contestation. Il commence avec l'ordre. Avant de servir les révoltes, les images ont servi les dieux, les rois, les empires, les Églises, les États, les armées, les marchands, les marques et les classes dominantes. L'art a longtemps été l'un des langages préférés du pouvoir, précisément parce qu'il permet de faire passer une vision du monde pour une évidence sensible. La loi ordonne. L'image habitue.

Un empire ne se contente pas de conquérir des territoires. Il doit aussi se donner un visage. Rome l'avait compris avec une clarté brutale. Les statues d'empereurs, les arcs de triomphe, les bas-reliefs militaires, les monuments publics n'étaient pas de simples ornements destinés à flatter les amateurs de marbre. Ils mettaient en scène une puissance. Ils diffusaient une présence. Ils rappelaient aux provinces éloignées que l'autorité avait un corps, un nom, un profil, une couronne, une posture. Le pouvoir impérial se multipliait dans la pierre. Il ne pouvait pas être partout physiquement, alors il envoyait ses images travailler à sa place.

Ce n'était pas seulement de la propagande au sens grossier du terme. C'était plus profond. Une statue ne dit pas uniquement : voici le chef. Elle dit : voici la forme légitime du pouvoir. Voici la verticalité. Voici la stabilité. Voici la grandeur. Voici l'ordre qui te dépasse et devant lequel tu es invité à ajuster ton regard, puis ton comportement. On admire rarement longtemps une domination sans apprendre quelque chose de l'obéissance.

L'architecture monumentale agit de la même manière. Elle ne se contente pas d'abriter. Elle écrase, élève, canalise, impressionne, impose une distance. Un palais, un tribunal, une cathédrale, un parlement, un ministère, une banque centrale : ces bâtiments ne sont jamais seulement des volumes utiles. Ils instruisent les corps. Ils apprennent au visiteur à se sentir petit, à parler moins fort, à ralentir, à lever les yeux. Le pouvoir adore les plafonds hauts. Ils donnent à l'autorité un air naturel, presque géologique, comme si elle avait poussé là toute seule entre deux colonnes.

Il faut regarder les monuments comme des discours qui ont renoncé aux phrases. Leur pierre parle par masse, symétrie, hauteur, axe, perspective. Elle dit : ceci est solide. Ceci durera plus longtemps que toi. Ceci ne se discute pas sur le trottoir. Les régimes changent parfois, les façades restent, et avec elles une certaine idée de ce que le pouvoir doit inspirer. Même lorsqu'un bâtiment devient touristique, il continue de transmettre quelque chose de son ancienne fonction : la beauté peut très bien servir de conservateur à l'intimidation.

L'art religieux a perfectionné cette opération pendant des siècles. Au Moyen Âge, dans une Europe largement illettrée, l'image n'était pas un supplément décoratif à la foi. Elle était une pédagogie, une scène, une carte mentale, une mise en ordre du monde. Les fresques, les vitraux, les sculptures, les retables, les tympanes des églises racontaient, menaçaient, consolait, orientaient. Ils donnaient aux fidèles une vision de l'univers où chaque chose avait sa place : Dieu, les saints, les anges, les damnés, les élus, les pécheurs, les pauvres, les puissants, les corps glorifiés, les corps punis.

Il serait trop simple de réduire cet art religieux à une pure machine d'endoctrinement. Il a aussi transmis des récits, ouvert des imaginaires, donné accès à des histoires sacrées à des populations qui n'avaient pas les livres. Les vitraux pouvaient instruire, émouvoir, émerveiller. La beauté y avait une vraie puissance. Mais cette beauté n'était pas neutre. Elle organisait le ciel et la terre. Elle distribuait les rôles. Elle rendait visible une autorité invisible. Elle faisait entrer le dogme dans la lumière colorée, ce qui est une méthode assez élégante pour rendre une hiérarchie respirable.

Une scène de Jugement dernier n'est pas une décoration murale vaguement dramatique. C'est une architecture mentale. Elle indique ce qui attend les corps selon leur conduite, leur foi, leur place, leur faute. Elle transforme la morale en image. Elle installe dans les yeux une carte de la peur et du salut. Même sans lire un texte, le fidèle comprend où regarder, quoi craindre, quoi espérer. L'image ne remplace pas seulement le livre. Elle le devance. Elle touche avant l'explication.

L'art de cour poursuit cette logique sur un autre registre. Le portrait royal, la peinture de bataille, la scène mythologique commandée par un prince, le plafond peint où le souverain se compare discrètement aux dieux, tout cela compose un théâtre de la légitimité. Le pouvoir se fait beau parce qu'il veut paraître nécessaire. Il s'entoure d'allégories, de drapés, de victoires ailées, de lumières savamment placées. La domination brute est rarement présentable sans retouche. L'art lui fournit le maquillage historique.

Le portrait officiel est l'un des objets les plus révélateurs de cette vieille alliance. Un souverain, un président, un général, un dignitaire religieux, un grand patron même, ne se fait pas représenter n'importe comment. La posture compte. Le regard compte. Les mains comptent. Le décor compte. Un livre ouvert suggère la sagesse. Une colonne suggère la stabilité. Un uniforme suggère le sacrifice ou la discipline. Une lumière bien dirigée peut donner à un visage ordinaire l'air d'avoir été validé par la Providence, ou au moins par un excellent service de communication.

La peinture de cour ne ment pas toujours frontalement. Elle sélectionne. Elle arrange. Elle hiérarchise. Elle donne à voir un monde où certains corps apparaissent au centre et d'autres en bordure, où certains gestes sont nobles et d'autres serviles, où certains tissus brillent et d'autres travaillent dans l'ombre. Le décor est déjà une politique. La soie, le marbre, les chevaux, les armes, les jardins, les rideaux, les cartes, les globes terrestres, les serviteurs à moitié effacés : tout cela raconte une distribution du réel. Et cette distribution, quand elle est assez belle, finit par ressembler à de l'ordre naturel.

Même l'art bourgeois, plus discret en apparence, n'échappe pas à cette fonction. Il ne s'agit plus toujours de glorifier un trône ou un autel. Il s'agit de stabiliser une manière de vivre, de posséder, de regarder. Le portrait de famille, la scène domestique, le paysage paisible, la nature morte, l'intérieur confortable, la ville propre, la femme élégante, l'enfant sage, le travailleur pittoresque au loin : toutes ces formes peuvent participer à une esthétique de la respectabilité. Elles ne disent pas forcément « obéis ». Elles disent plutôt : voici la vie accomplie. Voici le goût. Voici la réussite. Voici ce qui mérite d'être conservé.

Une peinture accrochée dans un salon bourgeois n'a pas besoin d'être violente pour défendre un ordre. Elle peut simplement éviter certains sujets avec une régularité admirable. Pas de sueur excessive. Pas trop de pauvreté. Pas de corps inconvenants, sauf lorsqu'ils sont mythologiques et donc culturellement lavés. Pas de conflit social au milieu du repas. Pas de colonisation dans le paysage exotique, seulement une lumière agréable. Pas d'exploitation dans la scène de marché, seulement une couleur locale. L'art décoratif a parfois ce génie : il rend l'absence très élégante.

Ce qui n'est pas montré travaille autant que ce qui est montré. Une culture visuelle ne se définit pas seulement par ses icônes, mais par ses angles morts. Quels corps n'entrent jamais dans les cadres ? Quelles douleurs restent hors image ? Quels métiers apparaissent comme nobles, lesquels comme pittoresques, lesquels comme invisibles ? Quels visages deviennent universels, lesquels restent ethniques, sociaux, secondaires, illustratifs ? Qui a droit au portrait ? Qui sert d'arrière-plan ? Qui est nommé ? Qui est réduit à une fonction, une couleur, un costume, un décor ?

L'art populaire intervient souvent comme une réponse à cette distribution. Il surgit là où les institutions n'ont pas prévu de fauteuil. Il prend la forme d'une chanson, d'une affiche, d'un conte, d'un graffiti, d'une danse, d'un motif, d'un théâtre de rue, d'un chant de travail, d'une caricature, d'un récit transmis oralement, d'un objet bricolé. Il ne possède pas toujours les outils de la reconnaissance officielle. Il n'a pas toujours de cartel, de critique, de collectionneur, de conservateur pour expliquer poliment son importance. Mais il porte des mémoires, des colères, des moqueries, des désirs de revanche, des façons de survivre dans les marges.

Il faut se garder ici d'une erreur fréquente : idéaliser automatiquement l'art populaire sous prétexte qu'il viendrait « du peuple », cette entité commode qu'on invoque souvent quand on a besoin d'une caution morale rapide. L'art populaire n'est pas pur non plus. Il peut reproduire des dominations, des clichés, des violences, des exclusions. Il peut être conservateur, brutal, misogyne, xénophobe, nationaliste, soumis aux habitudes qu'il prétend seulement ra-

conter. Mais il possède une force spécifique : il circule autrement. Il ne demande pas toujours la permission. Il se transmet par usage, par répétition, par bouche, par mur, par fête, par détournement, par mémoire collective.

Entre l'art officiel et l'art populaire, le conflit porte souvent sur la légitimité du regard. Qui a le droit de représenter le monde ? Qui décide ce qui est beau, digne, noble, vulgaire, important, secondaire ? Les institutions culturelles ont longtemps fonctionné comme des douanes du visible. Elles contrôlent l'entrée. Elles tamponnent certains gestes, en refusent d'autres, décident qu'une forme mérite la conservation et qu'une autre relève du bruit, de la saleté, du folklore ou du vandalisme. Le musée n'est pas seulement un lieu où l'on accroche des œuvres. C'est un appareil de reconnaissance. Et comme tout appareil de reconnaissance, il produit aussi de l'invisibilité.

L'art contestataire naît souvent de ce refus de rester invisible. Mais il ne faut pas le réduire à ce qui crie. Une œuvre contestataire peut être violente, ironique, silencieuse, minimaliste, grotesque, funèbre, joyeuse, obscène, froide, presque douce. Son engagement ne se mesure pas au volume sonore de son indignation. Il se mesure à ce qu'elle déplace. Une œuvre peut être politiquement faible malgré un slogan énorme. Une autre peut bouleverser l'ordre du regard avec une simple modification du cadre. Il existe des œuvres qui hurlent et ne disent rien. Il en existe d'autres qui murmurent et rendent une époque nerveuse.

La propagande, elle, connaît parfaitement ces mécanismes. Elle n'est pas seulement l'art du mensonge spectaculaire. Elle est l'art de rendre certains récits familiers, désirables, héroïques, inévitables. Elle ne dit pas toujours « croyez ceci ». Elle répète jusqu'à ce que l'idée cesse d'avoir besoin d'être crue. Les affiches politiques, les hymnes, les films officiels, les portraits de dirigeants, les monuments aux morts, les imageries nationales, les cérémonies télévisées, les campagnes visuelles d'État fabriquent un théâtre où la nation, la guerre, le sacrifice, le progrès ou l'ennemi prennent forme.

L'affiche politique mérite qu'on s'y arrête. Elle condense. Elle simplifie. Elle choisit une couleur, un visage, une formule, une silhouette, un geste. Elle transforme une position complexe en signal immédiatement reconnaissable. C'est sa force et son danger. Une bonne affiche n'invite pas à nuancer. Elle appelle, accuse, rassemble, désigne, mobilise. Elle ne cherche pas toujours à faire penser mieux. Elle cherche d'abord à faire voir vite. C'est pourquoi elle peut servir les mouvements d'émancipation comme les régimes les plus sinistres. Le problème n'est pas seulement l'outil. C'est la main qui imprime, le récit qui circule, la foule qui apprend à reconnaître l'ennemi.

L'imagerie nationale fonctionne de manière plus lente, plus profonde. Elle fabrique des emblèmes, des héros, des paysages, des martyrs, des victoires, des blessures choisies. Elle transforme une histoire pleine de conflits, de crimes, de hasards et de compromis en récit presque naturel. Un pays apprend à se voir à travers ses tableaux, ses monuments, ses billets, ses timbres, ses statues, ses manuels, ses cérémonies, ses films d'école, ses chansons officielles ou officieuses. Ce qui entre dans cette galerie devient mémoire commune. Ce qui en reste dehors devient difficulté, gêne, détail, polémique, oubli.

La Renaissance, souvent présentée comme une libération du regard, offre un exemple plus complexe qu'une jolie carte postale humaniste. La perspective, l'étude du corps, la redécouverte des formes antiques, la centralité nouvelle de l'humain transforment effectivement la manière de représenter le monde. L'espace devient mesurable. Le corps devient objet d'observation. L'individu prend une place nouvelle dans l'image. Mais cette révolution du regard ne tombe pas du ciel comme une grâce pure. Elle s'inscrit dans des réseaux de mécènes, de puissants, de cités, de familles, d'Églises, de commandes. Même lorsque l'art ouvre le monde, il le fait rarement hors des circuits d'argent et de prestige.

C'est là que la neutralité de l'art s'effondre encore. Une innovation formelle peut être une libération esthétique et un instrument de prestige social. Une fresque magnifique peut élargir la perception humaine tout en glorifiant ceux qui l'ont financée. Une œuvre peut porter une pensée nouvelle et consolider un pouvoir ancien. L'histoire de l'art n'est pas un combat simple entre artistes libres et puissants stupides. Les puissants ont souvent eu assez de goût pour comprendre que la beauté pouvait travailler pour eux. C'est même l'un des aspects les plus agaçants du problème.

La publicité contemporaine a hérité de cette intelligence en la rendant plus rapide, plus omniprésente, plus souriante. Elle n'a pas inventé l'art comme influence, elle l'a industrialisé. Elle sait composer une image, choisir une musique, associer un produit à une émotion, vendre une identité plutôt qu'un objet. Elle transforme une paire de chaussures en promesse d'autonomie, une voiture en virilité mobile, un parfum en fiction érotique, un téléphone en appartenance sociale, une marque en attitude morale. La publicité ne décore pas l'espace public. Elle l'occupe, le programme, le loue au plus offrant, puis nous explique que tout cela est simplement créatif.

Elle a aussi appris à parler la langue de la contestation. Les marques savent désormais emprunter les codes de la rue, de la diversité, de l'écologie, du féminisme, de l'anti-conformisme, de la rébellion douce. Elles vendent du courage sans risque, de l'indépendance sous abon-

nement, de la liberté avec conditions générales, de l'authenticité produite en série. Elles ne demandent plus seulement au consommateur d'acheter. Elles lui proposent de se sentir moralement situé. Acheter devient parfois une manière de voter avec sa carte bancaire, ce qui est très pratique pour les systèmes qui préfèrent que la politique reste soluble dans le panier moyen.

Ce déplacement est essentiel : l'art ou l'esthétique ne servent plus seulement à glorifier le roi ou le dieu. Ils servent à produire des styles de vie. La domination contemporaine n'a pas toujours besoin d'un portrait géant du chef. Elle peut passer par des ambiances, des interfaces, des campagnes, des clips, des vitrines, des playlists, des intérieurs standardisés, des corps optimisés, des récits de réussite, des images de bonheur suffisamment répétées pour rendre tout écart suspect. La norme ne se présente plus toujours en uniforme. Elle arrive parfois avec une belle typographie.

Il y a donc une politique du goût. Dire cela ne signifie pas que chaque préférence esthétique serait une faute morale ou un bulletin de vote secret. Il ne s'agit pas de transformer le choix d'un canapé, d'un tableau ou d'une chanson en interrogatoire révolutionnaire. Ce serait insupportable, et probablement très mauvais pour les dîners. Mais les goûts ne naissent pas dans le vide. Ils sont formés, orientés, valorisés, ridiculisés, commercialisés. Une société apprend à aimer certaines formes et à en mépriser d'autres. Elle apprend à reconnaître certaines beautés comme universelles et d'autres comme locales, naïves, vulgaires, excessives ou inférieures.

L'art participe à cette éducation invisible. Il ne nous apprend pas seulement ce qu'il faut regarder. Il nous apprend comment regarder. Avec respect, avec désir, avec distance, avec mépris, avec compassion, avec peur, avec consommation. Une peinture de mendiant peut humaniser ou folkloriser. Une photographie de guerre peut dénoncer ou esthétiser. Une représentation du corps féminin peut libérer ou reconduire une vieille économie du regard. Un film sur la pauvreté peut révéler une violence sociale ou offrir au spectateur privilégié une belle excursion émotionnelle dans la détresse des autres.

C'est pourquoi la question de l'innocence est insuffisante. L'art ne se divise pas entre œuvres pures et œuvres coupables. Il se déploie dans des circuits. Une même forme peut changer de sens selon son lieu, son public, son financement, son usage, sa reprise, son marché, sa censure, son histoire. Un chant peut être prière, marche militaire, hymne de résistance ou musique de publicité. Un mur peint peut être vandalisme, mémoire, propagande, attraction touristique ou argument immobilier. Une photographie peut être preuve, trophée, icône,

archive, marchandise ou blessure ouverte. Le sens ne dort pas dans l'œuvre comme un bijou dans une boîte. Il circule.

Cela ne veut pas dire que tout se vaut. Au contraire. Cela oblige à regarder plus précisément. Une œuvre ne devient pas neutre parce qu'elle évite les slogans. Elle ne devient pas profonde parce qu'elle en ajoute. Elle doit être lue dans ce qu'elle rend visible, ce qu'elle rend invisible, ce qu'elle normalise, ce qu'elle trouble, ce qu'elle autorise, ce qu'elle interdit symboliquement. L'art qui maintient l'ordre ne se reconnaît pas toujours à son contenu explicitement conservateur. Il se reconnaît souvent à sa capacité à rendre l'ordre agréable.

Une peinture de cour peut faire aimer la hiérarchie. Une cathédrale peut rendre le dogme lumineux. Une statue impériale peut faire passer la conquête pour la grandeur. Une publicité peut transformer la consommation en identité. Une architecture de pouvoir peut apprendre aux corps à se tenir correctement devant l'autorité. Une imagerie nationale peut convertir des violences historiques en destin collectif. Ce ne sont pas des effets secondaires. Ce sont des fonctions.

À l'inverse, l'art contestataire ne se contente pas de représenter une opposition. Il doit dérégler quelque chose. Il doit abîmer un automatisme du regard. Il doit rendre étrange ce qui passait pour normal, scandaleux ce qui passait pour nécessaire, visible ce qui passait pour inexistant. C'est là qu'il commence à s'armer. Non dans sa bonne intention, mais dans son effet de déplacement.

Un graffiti sur un mur public ne dérange pas seulement parce qu'il ajoute une image. Il dérange parce qu'il conteste le monopole de ceux qui décident normalement de ce qui a le droit d'apparaître dans la ville. Une chanson de lutte ne compte pas seulement par ses paroles. Elle compte parce qu'elle peut être reprise par des corps nombreux, dans une rue, une prison, une marche, une assemblée, un deuil. Une photographie documentaire ne frappe pas seulement parce qu'elle montre la misère. Elle frappe quand elle rend cette misère impossible à maintenir dans la catégorie confortable du lointain, du nécessaire ou de l'inévitable.

L'art engagé dans le maintien de l'ordre a souvent l'avantage de la discrétion. Il n'a pas besoin de se présenter comme engagé, puisqu'il parle depuis la norme. C'est même l'un de ses privilèges. L'image dominante a rarement l'air idéologique à ceux qu'elle arrange. Elle semble naturelle, belle, évidente, de bon goût. L'idéologie, c'est toujours l'image de l'autre, celle qui insiste trop, qui dérange, qui manque de subtilité, qui politise tout. Le pouvoir accuse souvent la contestation de faire de la politique simplement parce qu'elle révèle que lui en faisait déjà.

Regarder l'art sans croire à son innocence, ce n'est pas perdre la beauté. C'est perdre une naïveté inutile. Une œuvre peut être belle et problématique, puissante et récupérée, populaire et profonde, officielle et techniquement admirable, contestataire et médiocre, décorative et idéologique. La lucidité ne détruit pas l'émotion esthétique. Elle lui retire seulement son alibi préféré : « je ne faisais que regarder. »

On peut continuer à aimer une fresque médiévale tout en comprenant l'ordre spirituel qu'elle transmet. On peut admirer une architecture monumentale tout en percevant l'intimidation qu'elle organise. On peut être bouleversé par un portrait de cour tout en voyant la hiérarchie qu'il embellit. On peut rire devant une publicité bien faite tout en sachant qu'elle travaille à nous vendre plus qu'un produit. La maturité culturelle commence peut-être là : dans la capacité à éprouver une œuvre sans lui abandonner son jugement.

Ce chapitre pose donc une base simple : l'art choisit toujours un camp, même lorsqu'il ne le sait pas, même lorsqu'il le nie, même lorsqu'il prétend seulement embellir. Ce camp n'est pas toujours celui d'un parti, d'un slogan ou d'une doctrine. Il peut être celui d'un regard. D'une classe. D'un ordre moral. D'une mémoire officielle. D'une économie de l'attention. D'un marché. D'un silence. D'une absence.

Ce que nous appelons neutralité est souvent une victoire ancienne devenue invisible. Une image neutre est fréquemment une image dont le conflit a été effacé, ou dont les bénéficiaires ont gagné depuis assez longtemps pour ne plus avoir à se justifier. La neutralité culturelle est parfois le nom poli de l'habitude. Et l'habitude, dans les sociétés humaines, travaille rarement sans patron.

Le pouvoir adore l'art neutre, surtout quand cette neutralité travaille gratuitement pour lui.