

OBJECTIF MARS

*L'image est une création pure de l'esprit. Elle ne peut naître
d'une comparaison mais du rapprochement de deux réalités
plus ou moins éloignées.*

Pierre Reverdy

Le point à partir duquel la réalité devient visible s'éloigne ou s'approche en fonction de la distance que chaque époque instaure entre les hommes et leurs représentations religieuses, politiques et économiques. Dans *Les Lettres persanes*, Montesquieu choisit de décrire les mœurs du XVIIIème siècle français à travers le regard d'un voyageur oriental ; pour observer les mœurs de la dernière partie du XXème siècle et du XXIème, il semble qu'aucun point de vue ne soit assez distant sur la terre. L'étrangeté croissante d'une culture mondialiste qui produit simultanément Courtney Love et Nelson Mandela, Bill Gates et Saddam Hussein, la guerre des étoiles et le commerce de la pizza ne peut s'observer qu'à partir d'un point de vue extraterrestre : les objets, les situations, les noms les plus familiers ne sont pas produits en vue d'une utilité quelconque mais en fonction de la production elle-même, d'où le croissant sentiment d'habiter le cerveau d'un ordinateur malade ou de vivre une « Existenz » de « pod », pour parler comme David Cröenberg. Qu'est-ce qu'une star, un monde virtuel, un système de déformation médiatique généralisé ou la gadgétisation des objets sinon l'absence de mesure humaine dans une surenchère d'illusion hostile à l'intelligence et à l'expérience concrète. Qu'est-ce qu'un homme qui agit hors de toute logique et toute réalité - un martien.

STAR TRUC

Au milieu des années 90 Ingrid Luche a entrepris d'explorer l'étonnant processus à travers lequel le familier devient monstrueux et le monstrueux une donnée familière. L'artiste retrace ainsi, pas à pas, les étapes de la déshumanisation qui façonne notre environnement aux normes martiennes. En 1994, elle fait émerger de matériaux d'emballages une première génération de créatures rutilantes et froissées, « les bestioles ». La culture du packaging, démultipliant l'enveloppe externe du produit pour surcompenser une valeur d'usage de plus en plus hypothétique, suscite des représentations sans sujet et des désirs sans objet tel ce « beedegees », petite bestiole anthropoïde de 30 centimètres de haut dont les jambes de mousse écartées soutiennent une turgescence de plastique rose et rouge, vague érection qui s'affaisse sur elle-même, mollement excitée. Renvoyant à la musique sirupeuse d'un groupe de pop « has been », le beedegees, qu'Ingrid Luche fait passer de l'appellation majuscule - le nom propre - à la forme minuscule - le nom commun - est une créature d'ambiance, un fond sonore lancinant identique à celui qui accompagne les pérégrinations du consommateur dans les rayons du supermarché.

La fausse opulence de la société de consommation, vendant une même camelote sous des

enveloppes multiples, ne vise pas le consommateur en tant qu'humain - rien n'est plus étranger à la marchandise que les besoins réels des clients solvables saturés. Puisqu'il s'agit en permanence d'inventer de nouveaux besoins, l'homme, en tant que consommateur limité, est devenu un obstacle au potentiel quasi illimité de la machine productive. Dans ses vitrines intitulées « Sram no tsol », Ingrid Luche présente des objets - ordinateur Powerbook, miroirs déformants, pizza, voiture télécommandée (etc.) dans un environnement qui retrace les étapes de l'exploration de Mars par les sondes Viking I et II. À mesure que le système solaire se révèle infructueux en terme de débouchés, il devient nécessaire à la matrice économique de tester sur terre son matériel extra-terrestre, de réinjecter le programme spatial au sein du monde familier, pour faire naître le martien en l'homme, une créature post-humaine dépourvue de désirs et de logique autonomes, seule capable d'absorber toute la production.

La star, entité médiatique à visage humain, est le prototype de cette post-humanité, un support de dépense absolue dont la fonction est de donner une perspective métaphysique à la production. Utilisée ou portée par le mannequin ou l'acteur de cinéma, la marchandise se drape d'une valeur mythique, un label de « vu à la télé » qui préfigure une inexistence affranchie des contraintes quotidiennes de la vie terrestre. Comme son nom l'indique, la star signifie que la vie est ailleurs, loin, dans les étoiles. Avec ses comparaisons entre (par exemple) Helmut Newton et Robert Altman, Wes Craven et Caroline Grimaldi, Donna Summer et Brigitte Bardot, Ingrid Luche contre-attaque en résumant ses figures médiatiques à quelques données biographiques élémentaires. Extraite de son emballage audiovisuel, la légende mordorée du star système est couchée sur le papier blanc en quelques lignes où s'affirme le cours simple de l'existence. À travers l'inscription minimale des dates et des lieux qui tracent les abscisses et les ordonnées de l'espace et du temps communs à toutes les vies, l'artiste replace ces personnages sur les rails du réel. Cessant de rayonner tels de petits soleils isolés, ils fusionnent dans le langage pour se confondre les uns les autres par le jeu de la comparaison et de l'identité des signes typographiques. Les étoiles, réduites à de simples noms, deviennent des slogans interchangeable et sans contenu, des effets d'annonce, telle cette banderole où l'artiste superpose les noms de Kurt Cobain, Bill Gates et Demi Moore pour constituer l'enseigne aguichante d'un film ou d'une exposition qu'elle s'abstient judicieusement de réaliser - comme dans « American Psycho » de Bret Easton Ellis, l'inflation de noms illustres et de marques devient paradoxalement un facteur de banalisation où les visages, les corps se perdent derrière les étiquettes.

Ingrid Luche donne un contenu à ces noms désincarnés en les rapprochant poétiquement des réalités lointaines qui leur font écho. Ainsi, dans son installation « Pizza Diana », elle télescope la disparition de la princesse Diana, le 31 août 1997, et celle du véhicule Sojourner, qui après avoir accompli, au même moment, ses premiers repérages sur Mars, perdra définitivement contact avec la terre. La route des étoiles n'est pas une voie royale mais une suite de non-mondes, de déserts, tels ces paysages martiens que l'artiste expose en conclusion à l'histoire de la princesse. Dans sa série « Stras », Ingrid Luche ramène la cosmogonie de pacotille du star système à sa juste mesure. Dessins et phrases de faux diamants, incrustés dans les murs de la galerie, forment des propositions simples, « I Love You », « Un peu plus au sud » ou les contours d'un verre à pied... autant de désirs qui pourraient s'accomplir naturellement dans la vie réelle mais que la vanité contemporaine, avide de valorisation, de brillant, projette dans le kitsch, le rayonnement clinquant du strass. Perversion des cailloux blancs qui permettent au petit poucet du conte de retrouver son chemin, les pierreries lumineuses brouillent les pistes entre le désir et sa réalisation ; le strass est l'inverse de la trace, un pur trompe-l'œil. Disposés à côté de ces inscriptions murales, les « Dessins projets », prototypes numériques de chaque « Stras » mettent en abîme cet espace de non être qui ne peut résonner qu'à

partir de lui-même, dans un cycle de vide infini. Les simulacres du strass s'apparentent à ces images fantômes qu'Ingrid Luche obtient en retravaillant des photographies sur ordinateur jusqu'à les rendre totalement abstraites. La réalité de départ, captée par la photographie, elle-même absorbée par l'informatique, disparaît dans un flottement de pixels, un nuage électronique dont les couleurs séduisantes s'alimentent, comme des parasites, de la dilution du sens, la décomposition du monde concret.

L'AXIOME DE PACMAN

La consommation peut se définir comme une suspension du jugement. La relation entre le produit et le discours publicitaire démontre que les marchandises ne sont pas vendues sur une base rationnelle (qui argumenterait à partir de l'utilité du produit) mais dans une perspective rhétorique et fantasmagique qui vaut autant pour les objets manufacturés que pour l'ensemble des événements qui constituent notre environnement historique devenu solvable. Le travail d'Ingrid Luche met en évidence cette consommation du monde à travers la métaphore alimentaire : consommer est une activité digestive dont la finalité est d'absorber la quantité maximum de choses. Tel Pacman, ce fantôme glouton qui fut le premier jeu électronique à succès, le consommateur idéal est programmé pour ingurgiter tout ce qui se présente, sans réfléchir, le plus vite possible. Il ne s'agit plus de corps à nourrir, mais, pour reprendre le titre d'une série de sculptures d'Ingrid Luche, « d'objets à alimenter ». Ces objets à alimenter sont des bouches de céramiques émaillées qui n'ont d'autre organe que ce trou avide qui attend d'être rempli. Ils ne voient pas ; ils ne sentent pas ; ils ne touchent pas, ils gobent. Gober signifie aussi bien avaler sans goûter, que croire n'importe quoi - ce qui constitue l'axiome de base de la consommation.

Face à ces ectoplasmes en régression orale, les événements se présentent sous forme de pizzas. Dans ce devenir alimentaire de l'histoire universelle, la Guerre du Golfe, premier conflit de l'après Guerre Froide, est aussi la première guerre entièrement consommable : c'est à la fois un immense show médiatique interactif et une croisade pétrolière dont le but est de libérer la substance nourricière indispensable à l'industrie moderne. Les « Pizzas Saddam », concoctées par Ingrid Luche à partir d'émail et de céramique, s'inscrivent dans une sorte d'art de la table ; à la fois aliment et assiette, la « Pizza Saddam », posée au sol ou accrochée au mur, est une petite plaque commémorative qui maintient dans les mémoires - c'est-à-dire dans les assiettes - le souvenir de ce grand moment de consommation. Parce qu'elles ne peuvent être mangées - on s'y casserait les dents - elles résistent à la digestion généralisée pour rester dans le visible, pièces à conviction d'un festin pétrifié devant la télé.

L'autre événement de la dernière partie du XXe siècle « pizzatisé » par Ingrid Luche est la mort tragique de Lady Diana. La médiatique « Princesse du cœur » cristallise tout le « glamorama » médiatique, depuis ses menues intrigues sentimentales montées en épingle en passant par l'action humanitaire et l'assaut final des paparazzis qui scelle exemplairement ce destin - qui vivra par l'image, périra par l'image. Dans son installation « Pizza Diana », l'artiste présente un tas de 150 pièces de pâte à sel et tomate grillée racornies et desséchées. Ici, les événements sont laissés au pourrissement ou à la fossilisation, tandis que le sang, identifié à la tomate, devient Ketchup, comme dans cette autre pièce où l'artiste dessine au jus de tomate les scènes principales de la vie de la princesse. Si l'univers de la consommation dégage quelquefois un parfum tragique, c'est dans le pourrissement rapide de ses idoles ; vite fabriquées et portées aux nues, elles se mettent à dégager d'écœurantes effluves quand sonne leur date de péremption.

RESTER HUMAIN

La terre est plate comme une pizza et les étoiles en strass s'enroulent à son cou. Pendant ce temps, le système digestif terrestre assoupi digère lourdement les dernières marchandises, l'esprit brumeux. Le cerveau est anesthésié mais la machine continue à tourner, à produire. Les murs de l'exposition se couvrent de fonds photographiques ; de nouvelles tenues arborant des marques sont disponibles pour les acteurs parés à être télédéportés, incrustés dans l'image. Le Spectacle continue, toujours plus absurde, plus martien. Pour qui tout ce décor est-il disposé ? Pourquoi, se détournant du réel, des possibilités objectives du corps et de l'esprit, de tout ce qui est disponible pour la main et pour le regard, l'existence s'enfoncé-t-elle dans un rêve de pacotille ? Parmi les fausses étoiles, les noms, les objets, les événements qui ne correspondent plus à rien de vérifiable sous leur chape médiatique, Ingrid Luche développe des stratégies pour mettre les vides en évidence et trouver les images, les formes, proches ou lointaines, qui permettent de substantiver les abstractions de la consommation, faire couler leur sang de ketchup, mettre à nu leurs mornes songes de stars au-dessus de leurs faces de Pacman. En dévoilant partout la trame de l'inhumain, l'artiste trace au-dessus du délire un fil de funambule, une ligne de lucidité, un trait d'humanité.

Cyril Jarton

Juin 2000