

L'ART CONTEMPORAIN OU LE FETICHISME DU LUCRE

Marine Crubilé ¹ Détails

MICA - Médiation, Information, Communication, Art

Résumé : La marchandisation de l'art se traduit par une dérive progressive de l'esprit de collection. Elle est notamment perceptible dans le désir de plus-value des collectionneurs, qui va de pair avec le fait que l'aura de la valeur artistique et esthétique d'une œuvre est fonction du prix qu'elle atteint en tant que marchandise de luxe dans les salles de vente. La valeur de l'art s'en est trouvée assujettie à un marché capitaliste dont les guerres ont paradoxalement favorisé la mondialisation. Ce marché de l'art, qui est en cours de restructuration permanente, favorise chez les artistes une course à la « starification » et à des cotations tout particulièrement ambivalentes. Faut-il en conclure que la marchandisation a pris le pas sur l'artistique, le prix sur la valeur de l'œuvre, le lucre sur l'esthétique ? Cette thèse défend l'idée que la force, et la ruse des œuvres d'art, se manifestent dans leur capacité, à se jouer du milieu religieux, idéologique ou imagologique dans lequel elles voient le jour. Cette force se révèle aujourd'hui dans l'aptitude du geste créateur, qui relève — Marcel Mauss l'a bien vu — fondamentalement du don et du contre-don, à faire voler en éclat les illusions engendrées par la marchandisation. En permettant à l'imaginaire de s'incarner à l'égal du réel, l'artiste ouvre le champ infini des possibles. C'est pourquoi la vie des œuvres d'art n'en finit pas de rendre le cosmos cosmétique, quitte à se servir du « lucre » comme d'un appât habile à stimuler le marché, dont se sert in fine, sa « main invisible ».