

Compte-rendu du 4 septembre 2009

“UN DESIGN QUI NE DIT PAS SON NOM”

Informations sur l'évènement	
Date du Café Culture	4 septembre 2009
Thème	Un design qui ne dit pas son nom...
Lieu	CEAAC
Organisateur / Animateur	4.4 DESIGN / Serge Schielin
Intervenants	Anne-Virginie DIEZ, historienne de l'art et médiatrice culturelle Gerald WAGNER, artiste-plasticien et médiateur culturel Serge SCHIELIN, designer
Nombre de participants	15 participants

Thèmes abordés : Identification d'un design marginal / Les non-dits / Effet de mode ou nouvelles pratiques / Production, diffusion, marché / Relation à l'art contemporain / Représentation, intégration et expérimentation du réel / Support de réflexion et de contemplation / Limites d'un tel design

Propos des participants :

La notion de série dans le design : de la pièce unique à la grande série / Statut du designer et statut de l'artiste en termes de production et de fiscalité / Définitions du design / Dessin et dessein / Le sens intrinsèque de l'objet / Rapprochement avec les propos de Nelson Goodman en termes d'œuvres autographiques et d'œuvres halographiques / Objet, produit, proposition et œuvre dans le design et l'art contemporain: question de terminologie / Designer et artiste: intentions communes et paradoxales / L'éphémère, l'immatérialité...

Développement :

Un design s'inspirant des formes et pratiques de l'art contemporain semble se développer sur le marché depuis quelques années. Ce désir de laisser la part plus belle à une créativité qui prend ses distances avec les contraintes industrielles ou le strict fonctionnalisme (minimalisme fonctionnel) a précédemment été mis en œuvre par des pionniers tels que Gaetano Pesce ou Ettore Sottsass à partir des années 1970/1980.

Design émergent, il n'a pas encore été catégorisé pas les créateurs, les marchands, les observateurs, les théoriciens mais n'a de cesse d'être identifié et remarqué par ces derniers. Les médias (presse spécialisée; télévision; radio) qui cherchent à le qualifier nous parlent de design conceptuel, design créatif, figuratif, narratif, surréaliste... Mais ce design qui échappe aux codes habituels du design industriel ne se présente pas encore sous une appellation claire car ses pratiques et ses formes se réinventent chaque jour.

Un tel design intermédiaire se démarque par une plus-value expressive, l'objet atteignant ainsi un niveau de sens plus large. Une démarche miroir face à l'artiste qui se sert aussi de l'objet pour donner du sens à ses créations. Cette porosité naissante entre les deux disciplines que sont l'art contemporain et le design fait apparaître de nouveaux aspects formels dans leurs modes de création et l'influence apparaît comme mutuelle.

A travers certains partis pris créatifs originaux et de nouvelles pratiques, le designer injecte une dimension symbolique à l'objet qu'il concrétise par la figuration, la narration, l'émotion, l'engagement critique ou une nouvelle forme de participation de l'utilisateur.

Mettant de côté la notion de désignation de l'objet par lui-même, il privilégie des objets à l'esthétique ou à la fonctionnalité hors du commun voire mystérieuse. La relation traditionnelle entre objet et utilisateur se voit alors modifiée et trois principales questions se posent à lui :

- N'est-ce qu'un objet utilitaire ?
- Où, quand et comment s'en sert-on ?
- Quelle interrogation ou quel message me propose-t-il ?

Ce caractère plus ou moins expressif du produit interroge l'utilisateur et suscite son intérêt ou sa curiosité, ce dernier n'étant plus seulement consommateur passif. Et le rôle du designer n'est plus seulement de répondre par une solution pratique à un besoin. Il cherche à travers les lignes, les formes, les matériaux et le mode d'assemblage et d'usage d'un objet à poser des questions en rapport avec la production et la fonctionnalité de l'objet mais aussi l'environnement économique, culturel, social et politique dans lequel il est utilisé.

Ne se contentant plus des qualités fonctionnelles et esthétiques d'un produit, certains designers y ajoutent cette plus-value de sens qui offre la possibilité d'une identification ou d'une adhésion de l'utilisateur à une position critique, une idée, un fantasme, etc. Pour ces designers, il s'agit de traiter au même niveau la fonctionnalité et l'expressivité d'un produit. Ce faisant, ils investissent un espace d'expression libre, à ce jour encore peu exploré et exploité, et élargissent, en prenant pour support l'objet utilitaire, l'audience potentielle à une forme d'expression artistique.

Quand un objet design contient en lui une part critique ou d'engagement, le designer cherche non seulement à établir un dialogue, à faire un signe de reconnaissance à ces nouveaux groupes de consommateurs dits engagés qui ne se satisfont pas d'une consommation consumériste et irréfléchie, guidée par la publicité ou la pression sociale, non raisonnée et non responsable mais il s'adresse aussi à tous ceux qui dans le contexte économique et politique que nous connaissons à l'échelle planétaire et après tant d'années de standardisation des produits, des objets et des formes, apprécient la fantaisie, l'inventivité ou l'audace des objets, dans certains cas son caractère artisanal et ses corollaires, et sont séduits par le fait qu'ils expriment leur état d'esprit et leur sensibilité.

Souvent, le designer s'engage, prend position, ouvre la voie pour satisfaire ces nouveaux besoins et impulser cette consommation plus engagée.

En abandonnant les conventions esthétiques propres à un objet, le designer souhaite-t-il, à la manière de l'artiste, nous faire percevoir la réalité autrement, interroger et réinventer cette portion du réel ou désire-t-il simplement se démarquer d'un design conventionnel sur le marché : probablement les deux. Comme dans toutes les disciplines de la création contemporaine, le danger, le risque, la dérive possible serait que la nouveauté et la provocation qui font toujours recette ne basculent dans la surenchère événementielle et/ou spectaculaire, la superficialité ostentatoire, la manœuvre aguicheuse ou la supercherie.

Enfin, un designer intermédiaire créant un objet non neutre, au design expressif et non muet, n'augmente-t-il pas la qualité de ce produit qui en plus de sa fonction offre à l'utilisateur l'espace et le temps propres à la contemplation et la réflexion ?

Et ce design qui ne dit pas son nom... suscite bien d'autres questions qui appellent bien d'autres réponses...



Les thèmes abordés :

Les idées fortes / Le déroulement du café-culture :