

Le grand théâtre du Web

Par Yves M. Larocque

MÓNICA MÁRQUEZ LA VIE DES AUTRES

Orange Art Gallery
233, rue Armstrong
Ottawa
<http://orangeartgallery.ca>

Du 27 octobre
au 7 novembre 2010

Mei Chen, 2010
Impression numérique sur papier,
encre et acrylique
52 x 79 cm

facebook



Il n'y a aucun doute que l'art Pop est aujourd'hui sous la loupe si l'on considère, entre autres, la photographie de Francesco Vezzoli sur les non-événements et l'exubérante folie des grandeurs de Jeff Koons. Quant aux œuvres numériques et de techniques mixtes de la Colombo-Canadienne Mónica Márquez, elles laissent place à l'interface Facebook et à la société consommatrice qui l'entoure, notamment les bouteilles de Coca-Cola de Warhol qu'elle juge durement. Il faut voir ses œuvres en deux temps : le premier sur les relations humaines qu'entretiennent les réseaux sociaux du Web 2.0, le second dénonçant l'apologie des produits de consommation.

LE WEB 2.0

Les œuvres puissantes de Mónica Márquez s'inspirent des réseaux sociaux Web - dont le plus important, Facebook, avec ses 500 millions d'adhérents - comme outils de construction identitaire. Nul doute que cette vaste place contribue à la construction d'une identité virtuelle, surtout celle de sa propre personne, de sa propre image, voire d'un marketing du soi d'où résultent des centaines d'amis s'amoncelant au pied de l'écran. D'abord, Márquez démontre, et avec succès, que l'image publicitaire du soi, bien détourné de sa quotidienneté, permet à de nombreux millions d'utilisateurs de dissimuler leur propre réalité (*Marcela Davila*). Plus souvent que jamais, les adeptes de Facebook portent un masque - comme les demoiselles d'Avignon portent le leur -, et il arrive parfois qu'ils ne puissent plus se reconnaître dans leur image *wébérivée*.

Márquez aborde ensuite la question suivante : est-ce que ces réseaux promeuvent ou permettent une ouverture vers les autres cultures et les personnes « imparfaites » situées hors de nos social clusters (assemblages sociaux) ? Par exemple, *Alimah Kamil*, *Nana Kimura*, *Ted Rowntree*, *Ling Tam*, et *Sherif Ali* peuvent-ils, et avec facilité, s'intégrer à cette mouvance narcissique ? Quelles seraient nos réactions si, dans notre propre réseau Facebook, nous nous trouvions subitement face à face avec ces étrangers ? Devant ces rencontres inopinées, quel comportement emprunter ? Où résident nos critères de consentement ou de refus ? Quelles attitudes adopterions-nous par rapport à leur humanité et à leur réalité, bref à toute la complexité de l'être humain ? L'artiste ques-

tionne également la notion inclusive du réseau, par exemple ceux et celles qui n'y ont pourtant pas accès, comme *Mei Chen* des rizières profondes de Guilin et la toute jeune Amani Jabir de l'oasis de Siwa en plein désert libyen. Cette problématique est également jouxtée au comportement langagier facebookien : *what's on your mind*, *send flowers*, *fortune cookies*, *friend suggestion*, *reconnect with her*, *join a group*, etc.

Cela dit, les œuvres de Mónica Márquez montrent l'autre visage des acteurs de Facebook, leurs intériorités, leurs instants de « vraie vérité », leur double vie, ces têtes que l'on ne voit pas.

L'APOLOGIE

Les œuvres plus récentes de cette série examinent également les habitudes prises envers les produits de consommation, dont le Coca Cola si promu par Andy Warhol. La création du groupe Facebook « *I do not drink Coca Cola* » (*Sevy and Four Other People*) et les bouteilles de Coke renversées visent à chavirer l'apologie de certains produits et de leurs visions simplistes des années 60, lesquelles semblent bien vouloir demeurer ancrées dans les générations. Les photos de Márquez indiquent aussi les divers contextes et habitudes propres aux consommateurs provenant de populations différentes : pays du G20, économies émergentes, « tiers-monde », etc. Quels seront les produits de consommation des nouvelles œuvres de Márquez ? Le temps le dira.

Pour une très grande part, Facebook devient le miroir d'une image fautive et imparfaite de soi : Márquez le souligne. Dans ce merveilleux monde du virtuel, tous les protagonistes se transforment en personnages du grand théâtre du Web, des acteurs pour les autres et, par la force des choses, spectateurs de « la vie des autres », d'où le titre de la série. Quant à la forme, il importe de savoir que tous les éléments des œuvres (composantes interfaces, photos, logos, etc.) proviennent de la main de l'artiste, comme les photos prises sur le vif sur cinq continents. Quelques couleurs ajoutées, quelques paysages peints séduisent un public à convaincre de l'art numérique et actuel et, avouons-le, rappellent notre bonne vieille peinture. Nous sommes ici en galerie commerciale, et à Ottawa! ●