

JUIN-JUILLET 2000

637-638



CRITIQUE

Éros 2000



Revue générale des publications françaises et étrangères

Publiée avec le concours du Centre National des Lettres

Call Girl : remarques sur un bon coup

Nadine Norman

Call Girl

Accompagnée d'une publication,

Call Girl

Paris, exposition au Centre
culturel canadien,

17 décembre 1999-

29 février 2000.

Services culturels de

l'Ambassade du Canada,

2000, 124 p.

Si les voies des pratiques artistiques contemporaines peuvent souvent sembler impénétrables, ce ne fut pas le cas d'une proposition « érotique » qui se fit remarquer il y a quelques mois à Paris sous le titre de *Call Girl 01 44 43 21 65*. Proposition aguicheuse et séduisante, même franchement séductrice, *Call Girl* a été imaginée par une artiste canadienne fréquentant régulièrement la France et frappée par l'omniprésence de la publicité sexuée et sexuelle dans l'environnement urbain hexagonal.

Féministe non vindicative, Nadine Norman a répondu à ce qu'elle trouvait être une caractéristique « bien française » par une mise en scène et en représentation de l'érotisme qui préside, supposons-le, aux relations même rapides entre un client et une *call girl*. Du même coup cependant, en entraînant l'art sur un terrain aussi « chaud », son projet a mis à jour des enjeux inattendus, qu'ils fussent artistiques, érotiques ou politiques. Il vaut la peine d'y revenir.

Non commerciale bien qu'entièrement fondée sur le principe d'un commerce très particulier, cette entreprise a fourni, pendant une dizaine de semaines, un « service gratuit » : offrir à celles et ceux qui le souhaitaient un rendez-vous personnel – mais non privé – avec une *call girl*, et le bénéfice d'un tête-à-tête d'une trentaine de minutes avec elle. Deux limitations fixaient cependant le protocole de l'échange proposé, la pre-

mière fondée sur la nature du service (le respect d'une formule « 100 % dialogue »), la seconde sur le contexte de la rencontre (le lieu officiel et public du Centre culturel canadien, relevant de l'ambassade du Canada).

La promotion de l'agence fictive dénommée *Call Girl* a été contrôlée par l'artiste qui considérait que la gestion de cette phase du projet était essentielle au respect de son concept artistique. Celle-ci est donc entrée en œuvre avant l'inauguration officielle, au travers d'une stratégie de communication jouant sur deux modes de promotion : celui des agences de rendez-vous sexuels (distribution de cartes de visites, élaborées par l'artiste, dans divers lieux publics parisiens ; publicité mystérieuse sous la forme d'encarts reproduisant le modèle de la carte de visite) et celui des événements culturels (cartons d'invitation, attachée de presse et publicité institutionnelle annonçant que le projet de l'artiste se tient dans un lieu d'exposition).

Faite pour appâter le client, la première promotion jouait sur le pouvoir d'un seul mot, *call girl*, qui permettait de tout imaginer – alors même que les informations annexes n'annonçaient rien d'explicitement sexuel. Le prix de la communication était en effet normal (il ne s'agissait que d'un 01 et non d'un 08) et, sous la formule « 100 % dialogue » était écrit « rencontres gratuites sur rendez-vous ».

Destinée à intriguer le consommateur culturel, la seconde opération de promotion annonçait un événement artistique plus qu'un service offert et, en indiquant un lieu et des dates, elle éclairait la formule « un projet de Nadine Norman », inattendue sur une carte d'agence de *call girls*. Du coup, l'annonce s'insérait dans un cadre facilement identifiable par les familiers de l'art contemporain : celui de ces pratiques *relationnelles* où les « œuvres mettent en jeu les modes d'échange sociaux, l'interactivité avec le regardeur à l'intérieur de l'expérience esthétique qu'il se voit proposer, et les processus de communication, dans leur dimension concrète d'outils servant à relier des individus et des groupes humains entre eux ¹ ».

Par son caractère même, érotique, la proposition artistique de Nadine Norman courait cependant un risque – qui en

1. Nicolas Bourriaud, *Esthétique relationnelle*, Dijon, Les Presses du Réel, 1998, p. 45.

confirmait aussi, en cas de succès, l'efficacité et la légitimité. Si le public n'avait pas répondu à l'appel, l'intérêt de sa démarche pouvait être mis en cause – puisqu'elle supposait la participation réciproque de deux protagonistes artificiellement réunis dans un décor. Or l'accroche sexuelle de la proposition ne lui assurait pas d'emblée le succès car son énoncé promettait plus une frustration qu'un assouvissement : une rencontre « 100 % dialogue » est assortie implicitement d'un interdit. Cette tension était cependant titillante, faut-il croire, et elle répondait en tout cas manifestement à une attente puisque la demande excéda les possibilités de l'offre et que les *call girls* de Nadine Norman durent refuser d'innombrables rendez-vous.

Une chose est sûre : cet étrange protocole entrainait dans le cadre du champ artistique contemporain et de sa dimension *relationnelle* où l'on a noté, entre autres, l'importance du rendez-vous : « L'œuvre d'art ne se donne plus à consommer dans le cadre d'une temporalité "monumentale" et ouverte pour un public universel, mais elle se déroule dans le temps événementiel, pour une audience *appelée* par l'artiste » ; « le spectateur est ainsi amené à se déplacer pour constater un travail, qui n'existe en tant qu'œuvre d'art que par la grâce de ce constat ² ». Le projet de Nadine Norman se situait donc dans le contexte de la production contemporaine ; mais il y apportait quelque chose de plus puisqu'il transformait le caractère *événementiel* d'une œuvre en *événement* public.

À travers la présence d'une image de femme-objet désirable-intouchable, le projet a eu en effet le pouvoir de susciter chez un large public une interminable envie de converser sur une scène – la scène d'un jeu aux règles aussi clairement définies pour l'artiste qu'indéfinies pour les protagonistes. Or, de l'aveu des comédiennes comme de certains clients-visiteurs, ce dispositif artificiel a étrangement produit une sincérité de rapports humains. Comme si le désir de parler de soi avait été plus fort que celui de jouer, comme si, devant ce désir, l'actrice elle-même (qui n'était pas une « vraie » *call girl*, une professionnelle) n'avait pu que céder du terrain, se confier puisque rien de ces secrètes conversations ne serait révélé sinon des bribes et des récits fragmentaires.

2. *Ibid.*, p. 29-30.

Call Girl n'était pas une performance, puisque son mode d'expression n'était pas axé sur une action ou sur des gestes, que seules comptaient les conditions de production de l'expression, et que le couple *call girl*/visiteur était livré à lui-même. Ce n'était pas non plus une œuvre « interactive » : souvent utilisé à son propos, ce terme était particulièrement inadéquat étant donné la complexité des rapports que ce projet a engendrés et l'absence de technologie dans sa réalisation, fondée sur l'imprévisibilité des rapports humains. On pourrait dire que, de façon plus subtile, *Call Girl* proposait une action fondée sur le principe d'une *exposition réciproque* de désirs : ceux du visiteur et ceux de l'actrice. Dans le jeu de cette réciprocité, le visiteur avait un statut incertain puisqu'il jouait le rôle de celui qui participe à une entreprise dont il ne saisit pas le but ; l'actrice jouait le rôle d'une *call girl*, difficile à tenir puisque son jeu était entièrement fondé sur l'improvisation face aux attentes diverses des visiteurs.

(Cette exposition réciproque était d'ailleurs mise en scène dans le dispositif même de l'installation : un système de caméras de surveillance en miroir montrait, sur un mur d'écrans placé dans le hall d'entrée, ce qui se passait dans le salon de rencontre et l'on voyait, réciproquement, sur un écran installé dans la salle d'attente attenante au salon, l'arrivée des visiteurs filmés à leur insu quand ils entraient dans le Centre culturel canadien. Ainsi, malgré l'intimité promise par la chaleur du premier contact téléphonique, le visiteur devait, pour mériter son hôtesse, passer par le sas étrange d'un hall public. Il devait faire l'épreuve d'un voyeurisme partagé, affronté qu'il était, avec ceux et celles qui « passaient par là », à cette image, indiscreète mais silencieuse, de l'hôtesse en train de converser avec le client qui le précédait.)

Ce dispositif aurait pu faire fuir le public, le mettre en débandade. Le contraire s'est produit et l'irrésistible ascension de la courbe de fréquentation mérite attention. Sans doute l'image avait-elle le pouvoir de séduire en aiguissant le désir d'en savoir plus sur ce qui se passait dans ce salon, rose et élégant, où se disaient apparemment des choses agréables. Une fois « entré dans l'image », le client oubliait cependant qu'il était filmé, à son tour, et vu par d'autres. Il était apparemment emporté par la « réalité » de la rencontre, comme si celle-ci était *hors représentation*, par la magie des deux personnes en jeu. De la sorte, Nadine Norman jouait avec la question des limites

de l'œuvre en invitant le visiteur à s'interroger sur la manière dont il pouvait se situer lui-même dans cette œuvre et par rapport à elle. Mais il y avait davantage : les conversations n'étant pas enregistrées, l'objet principal de la rencontre, l'échange lui-même, réservé, incommunicable à autrui, restait *intime*. L'attrait paradoxal de *Call Girl* consistait à reposer sur une communication faite pour ne pas être communiquée. Seul chaque client-visiteur pourrait aujourd'hui prétendre connaître le secret de *Call Girl*. Mais sa connaissance ne correspondrait à aucune autre « vérité » que la sienne. Élaborée sur une mise en scène dramatique du moment présent et de la présence, *Call Girl* a été, en fait, une grande entreprise de production de souvenirs individuels (de désirs).

De tous les mots échangés, il ne reste presque rien – sinon des centaines d'images, dont chacune renvoie à un moment habité par la parole. La fréquentation d'une image stéréotypée de la femme, la *call girl*, se résolvait et se concluait dans un rituel destiné à alimenter visuellement les archives de l'artiste. Après chaque rencontre et pour en garder le souvenir, chaque *call girl* proposait au visiteur de le *prendre* (en photo). Cette proposition a été acceptée presque systématiquement – ce qui suggère que chacun (tel le jeune homme amoureux de la *Vénus de Cnide* ?) souhaitait laisser la *trace* de son passage. Cette galerie de portraits amateurs, remarquablement diversifiée, révèle chez le client-visiteur le désir de laisser une image de soi, mi-publique mi-intime. Redoutable piège narcissique du désir qui donnait l'occasion au visiteur de faire partie de la distribution. Ainsi, ironiquement, le rituel a produit plaisir et satisfaction.

Manipulatrice de *clichés* érotiques, Nadine Norman a voulu que l'image vaille mille mots. Destinée à s'inscrire dans un cahier de notes manuscrites tenu par les actrices au fil des rencontres, chaque photographie tient lieu de l'interlocuteur absent dont l'actrice entoure l'image de ses mots, à elle. Archives d'un processus mis en place par l'artiste mais entièrement réalisé en dehors d'elle, ces pages font entendre l'écho de mille et une choses, que leur retranscription banalise à l'extrême. Mise en scène d'une double structure du désir narcissique, *Call Girl* a médiatiquement élaboré l'écho d'une artiste, absente de son œuvre pour mieux y quêter la voix de visiteurs attirés par le miroir de leurs désirs, momentanément incarnés dans des actrices à leur écoute. D'une certaine manière, le suc-

cès de *Call Girl* a été fondé sur la gratuité du non-échange narcissique et sur l'efficacité de sa résonance médiatiquement organisée. C'est le premier intérêt de l'opération *Call Girl* que de montrer le succès public d'une proposition narcissique.

Son deuxième intérêt a résidé dans l'articulation de cet écho dans les médias, qui étaient ses premiers destinataires programmés, nécessaires au succès du projet artistique. Car, si l'intimisme de cet album de souvenirs atteste l'actualité des enjeux *individuels* que Nadine Norman a soulevés, et des murmures qu'elle a suscités, l'intérêt artistique de son projet tient aussi à la réponse spectaculaire et bruyante qu'il a suscitée en France et ailleurs, au point de devenir un événement non plus seulement artistique mais politique et social. Or cette réponse faisait, dès l'origine, partie du jeu et de l'enjeu de Nadine Norman car, si son projet *érotique* était fondé sur un mode de communication privé, son projet *artistique* avait, pour voir le jour, besoin de public et de publicité.

Devenue une attraction sociale et médiatique, cette « exposition » souleva, de fait, un certain scepticisme chez les professionnels qui ne la fréquentèrent pas.

Call Girl était-elle un piège ? Un jeu pervers ? L'institution était-elle piégée par l'artiste ou l'artiste par l'institution ? Ou, plus grave encore, l'institution s'était-elle alliée à l'artiste pour monter de toute pièce une opération purement *culturelle* (et non *artistique*) destinée à attirer l'attention des médias en présentant, sous couvert d'un art féministe, la version sophistiquée d'une formule immanquablement vendeuse, puisque fondée sur la provocation sexuelle ?

Maintenant que le théâtre a été démonté et les passions assagies, que penser de *Call Girl* ?

La démonétisation de la relation sexe-argent mise en scène à cette occasion a montré qu'il existait, chez le public, un refoulement du désir sexuel que la gratuité permettait de surmonter sans pour autant le satisfaire. Mais elle a aussi montré qu'il y avait, dans l'opinion publique, un refoulement de la valeur commerciale associée au sexe, ce refoulement se manifestant à la fois dans le silence sur l'enjeu artistique même de *Call Girl* (le détournement de cette valeur), et dans l'attention excessive portée aux relations entre l'art et le sexe, l'art et l'argent.