

Décodage Image

La pop en quête de divin

Pour sa 14e édition, Electron met un christ sur son affiche. Transgressif? Avant tout marketing!

Fabrice Gottraux

Son regard est vague et bienveillant, quoiqu'un rien concupiscent. Il faut se rendre à l'évidence: c'est un christ en bonne et due forme que le festival Electron placarde sur les murs de la ville. Effet iconique d'une pose immédiatement reconnaissable, tenue ecclésiastique, auréole diffuse, index et majeur levés dans un geste de bénédiction. Mais associé à ce domaine culturel sans lien a priori avec la religion, lequel, lui non plus, ne souffre d'aucune équivoque. Un vinyle en lieu et place du globe céleste, des écouteurs sur les oreilles: c'est un DJ. Celui, anonyme - le photographe a utilisé un modèle - et pourtant si fameux - qui n'a jamais vu une image du Christ? - annonçant la tenue prochaine de la manifestation consacrée aux musiques électroniques, 14e édition du 13 au 16 avril. A Pâques exactement, entre la Passion et la Résurrection. Quatre jours de fête en compagnie de cet apôtre électronique à l'allure d'éphèbe.

Des images pieuses détournées par la culture pop, la photographie contemporaine en a livré son content. Tels la chanteuse Diamanda Galás, crucifiée dans l'objectif d'Annie Leibovitz en 1992, ou le rappeur Kanye West en christ aux outrages, avec couronne d'épines et sang coagulé, par David LaChapelle en 2006. Ici, on évoque la place des Afro-Américains dans une culture essentiellement blanche. Le plus souvent, cependant, on raconte ce statut particulier qu'endossent les vedettes de la musique, de Madonna à Michael Jackson, également consacrés par LaChapelle. Il y a quelques mois encore, le rappeur français Vald, friand d'autodérision, posait en christ ressuscité pour la pochette de l'album *Agartha*. Tandis que Beyoncé jouait à la madone pour annoncer sa dernière grossesse. Egotique, il va sans dire. Mais assumé. Voire politique. Et l'affiche d'Electron? Elle répond tout d'abord aux besoins d'une stratégie marketing.

Où la bonne idée vient à point

L'équipe d'Electron ne s'en cache pas: sa campagne d'affichage vise à communiquer efficacement. D'autant plus que le festival vit actuellement une mauvaise passe financière: il doit cartonner cette année, sinon il risque de disparaître. Or, la manifestation dédiée à la musique électronique a toujours lieu à Pâques et doit sans cesse le rappeler à son public. Le week-end pascal, nombre de citadins quittent la ville; Electron doit les retenir. Ce faisant, toutefois, Electron revendique une certaine «impertinence». «Mais sans dénigrer, précise Emmanuelle Dorsaz, directrice d'Electron. Raison pour laquelle nous avons opté pour une image kitsch, qui crée une distance avec le sujet.»

Bleu électrique pour le fond et cadre doré autour, les couleurs saturées ont une mission précise: se distinguer parmi les quelque 2000 messages visuels auxquels le Genevois se confronte chaque jour en ville: «Avec des couleurs ternes, l'affiche passerait inaperçue», explique sans détour le graphiste, David Pivoda, de l'agence genevoise UNE.

Mais si ce n'était que pour l'aspect commercial, Electron perdrait en pertinence. Les organisateurs le savent et soignent chaque année leur campagne publicitaire. On aura vu ainsi, dans les rues de Genève, des lapins jaunes, des vieux appareils électroniques et un chat noir débordant du cadre. Le festival est réputé pour son visuel, dont les déclinaisons - t-shirts, sacs, banderoles - sont des objets convoités.

Enfin, et c'est en cela que la figure du christ fait sens ici, Electron veut rappeler la place unique du DJ dans le monde de la musique: «Lorsqu'il est sur scène, le DJ concentre sur sa figure solitaire une telle attention qu'il prend un statut iconique», constate Emmanuelle Dorsaz. Elle poursuit: «Le langage aussi fait souvent référence à la religion: on parle de nouvelle



Iconographie religieuse détournée

En haut, l'affiche du 14e festival Electron, réalisée par l'agence genevoise UNE, joue la carte de l'identification aux icônes sacrées, en présentant un christ en gloire portant les attributs du DJ. A gauche, le rappeur français Vald posant en christ ressuscité pour la pochette de son dernier album, «Agartha», paru à la fin de 2016. Enfin, on ne saurait évoquer les détournements de l'iconographie religieuse sans mentionner cette photo de Beyoncé en madone, annonçant sa dernière grossesse au début de 2017. UNE/UNIVERSAL/DR



cathédrale électronique, de chapelle pour décrire les styles. Et de transe, pour expliquer l'expérience du spectateur qui se perd dans la foule des danseurs. De même que les rythmes répétitifs et les psychotropes, qui renvoient également au phénomène religieux.» Le terme de grand-messe de l'électronique n'est pas anodin. Ni celui de «fan», abréviation de «fanatique».

Où le kitsch est toujours très tendance

Un christ, donc. Parce que c'est Pâques. Bénédiction et auréole, écouteurs et vinyle. Le détournement s'opère également dans les détails. Le cadre ovale, la mandorle, est parsemé de câbles électriques, de prises et de boîtiers. Il aura fallu une semaine entière pour mettre en place ce décor avec ses fleurs artificielles, raconte

«Le détournement d'images pieuses montre à quel point les icônes d'origine sont vivantes et continuent de l'être à travers ces variations contemporaines»

Nathalie Dietschy Historienne de l'art

David Pivoda. «Dans un premier temps, on discute avec le festival, puis on propose une maquette, dessinée à main levée.» Il a fallu également chercher dans l'iconographie religieuse, surtout italienne, des XVIIe, XVIIIe ou XIXe siècles. Allait-on faire poser un DJ fameux? Un inconnu s'imposera finalement: un homme jeune, métissé, séduisant. Sa pose rappelle les visuels au fort potentiel homoérotique de Pierre & Gilles. En termes d'inspiration, David Pivoda cite plus volontiers les tableaux de Léonard de Vinci: «Nous avons cherché un traitement particulier de la peau, pour obtenir ce rendu ciré, comme une statue.» Raison esthétique, propre à la communication visuelle. «La notion d'équilibre est capitale, insiste David Pivoda. Mettez-y trop de religieux ou trop d'irrévérence et vous perdez le sens de l'affiche, son impact.»

De la vie éternelle des icônes sacrées

Les christ revisités, l'historienne de l'art Nathalie Dietschy les a longuement étudiés pour aboutir à cet ouvrage paru en 2016 chez Alphil, *Le Christ au miroir de la photographie contemporaine*. Voici ce qu'elle dit de l'affiche d'Electron: «Le cadre lourd, le ciel bleu vif, une palette rose, c'est l'esthétique mièvre, faussement naïve, des images saint-sulpiciennes, ici accentuée pour être revalorisée. Iconoclaste? Au contraire, pareil détournement montre à quel point les icônes d'origine sont vivantes et continuent de l'être à travers ces variations contemporaines.» On songe à la sainte cène de Léonard de Vinci, abondamment reprise depuis les années 80 dans l'art contemporain et dans la publicité.

Ce qui compte ici, c'est la formule iconographique employée. «Pas besoin de comprendre les symboles chrétiens, on reconnaît d'emblée une figure sainte. Sinon, le détournement ne serait pas possible. Raison pour laquelle l'iconographie chrétienne, connue de tous, est si souvent récupérée.» Le christ en gloire d'Electron, comme le christ ressuscité de Vald, suivent des poses archétypales: «Ce détournement apparaît clairement comme volontaire de par l'expression des visages: celle, hautaine, de Vald, et l'autre, affectée, du DJ.» Trop sérieux serait pécher. Et s'il y a de la moquerie, de la dérision, elle concerne les auteurs, jamais l'icône originale. «La culture pop a ceci de particulier, conclut Nathalie Dietschy, qu'elle installe d'elle-même une distance en se moquant de sa propre grandiloquence.»