

Par | le 2012-06-29

CE QUE TOUT ARTISTE EN ARTS VISUELS DEVRAIT SAVOIR



De nombreux artistes en arts visuels, les peintres en particulier, ne semblent pas avoir compris que leur profession n'exige pas uniquement de peindre, mais aussi d'assurer leur réputation sur le marché de l'art, donc de se faire connaître par tous les moyens sérieux de publicité. Il ne suffit pas de présenter leurs œuvres lors d'une ou deux expositions par année, mais d'utiliser les canaux de communications modernes par le biais d'organisations dirigées par des experts en marché d'art.

Les experts de ce genre doivent avoir vingt, trente ou cinquante années d'expérience; ce qui est notre propre cas. Comme président de l'Académie Internationale des Beaux-Arts du Québec, je connais de bons artistes qui craignent encore d'exposer leur travail sur Internet ayant peur de se faire copier. Quelle erreur! Ils devraient pourtant savoir que, depuis des siècles, les bons artistes ce sont toujours fait imiter, mais les plagiaires réussissent très rarement à reproduire l'écriture picturale d'un artiste de qualité.

Aujourd'hui, lors d'un vernissage par exemple, il n'est pas rare de voir un visiteur s'emparer d'un programme qui porte la photo d'un tableau de l'exposant ou même de photographier quelques-uns des tableaux accrochés aux cimaises, en faisant semblant de téléphoner à l'aide de leur téléphone cellulaire; ce faisant ils tentent de s'emparer du genre, du style ou du sujet de l'œuvre. Nous sommes bien placés, Caroline et moi, pour connaître plusieurs « techniciens de la peinture » dont le regard s'attarde sur une photo particulière dans un livre ou dans un magazine, comme le « NATIONAL GEOGRAPHIC » par exemple, pour ensuite reproduire ces photos, tableaux qu'ils ont le culot de signer de leur nom. Ces gens-là n'ont aucune notion de ce qu'est la loi sur les droits d'auteurs. Nous assistons actuellement à des décisions malheureuses prises par le gouvernement canadien,

des décisions tellement évasives au sujet de la loi des droits d'auteur qu'elles ouvriront la porte à tous les abus au détriment, encore une fois, des artistes de toutes les disciplines.

En 2012, c'est l'information qui est le nerf de la guerre. Cette information protège assurément un auteur, un journaliste ou un artiste quant à la paternité d'une œuvre et à sa date de création; plus une œuvre est diffusée et reconnue, par le plus grand nombre, et moins on sera tenté de la copier sans passer pour un vulgaire plagiaire aux yeux de tous. Le grand secret : LA DIFFUSION. Avec la venue de la haute vitesse sur l'Internet, les images ont commencé enfin à circuler librement, les artistes-peintres et les sculpteurs peuvent enfin, eux aussi, profiter de ce médium inespéré et incontournable pour ce mieux faire connaître.

Un voleur trouvera toujours un moyen d'imiter ou de copier s'il en a l'intention. Internet n'existait pas il y a plusieurs siècles et les élèves de plusieurs grands maîtres ont copié ces derniers très souvent au cours de leur carrière. Plusieurs artistes possèdent aujourd'hui leur propre site web dans lequel ils présentent, naturellement, leurs œuvres, et c'est très bien ainsi, mais pour la majorité d'entre eux, leur site n'est pas vraiment valable, car il ne sera visité que par un nombre infime d'internautes, et ce, à condition que le nom de l'artiste soit déjà connu des visiteurs. Il ne suffit pas d'être publié une ou deux fois dans un magazine pour se faire connaître; une telle publicité n'est efficace qu'à condition d'être répétée quinze ou vingt fois, soit durant trois ou quatre ans, au coût approximatif de 2 000 \$ la page.

La majorité des sites web personnels non publicisée reçoit trois, cinq ou dix visites par mois et les résultats s'avèrent très maigres, mais cette vérité, personne ne veut l'entendre. Grâce à une publicité constante, par l'envoi mensuel de milliers de courriels à l'intention d'amateurs d'art (l'Académie reçoit en moyenne 2.5 à 3 millions de clics par mois). Les activités des artistes sont diffusées quotidiennement par l'AIBAQ dans les médias sociaux atteignant hebdomadairement 2 millions et plus de nouveaux intéressés aux arts visuels. Nos membres profitent donc quotidiennement d'une visibilité et d'une diffusion constante.

Un artiste doit consacrer 60% de son temps à produire et 40% de son temps à se faire connaître, en utilisant tous les moyens et services existants pour ce faire.

On ne redira jamais assez ces vérités et les artistes devront utiliser tous les services offerts par l'Académie, placer de nouvelles œuvres chaque mois, suivre les conseils et les recommandations qui leur sont adressés, enfin, il leur faut profiter au maximum de l'ensemble des moyens et outils qui sont mis à leur disposition.

Plusieurs membres de l'Académie utilisent parfaitement ces moyens, mais il en est encore d'autres qui, peut-être, ont des difficultés à utiliser l'ordinateur et donc, ne bénéficient pas totalement de toute la gamme de supports offerts par l'AIBAQ à ses membres et à la colonie artistique des arts visuels. Pourtant, en ce qui concerne les difficultés d'utilisation, il suffit d'écrire un courriel à info@artacademie.com ou de communiquer par téléphone au 819-326-9264 pour obtenir une aide personnalisée dans l'utilisation de leur galerie virtuelle de l'AIBAQ. La méconnaissance des moyens d'utilisation d'un ordinateur n'est pas une excuse valable pour ne pas en profiter, quand il suffit de s'adresser à l'un des services de l'Académie.

En conclusion, l'artiste, donc le créateur, doit prendre conscience qu'il est une partie importante de la culture de son pays, que sa réputation dépend de ses efforts à diffuser son travail et son nom, indépendamment de son âge et de son expérience.

Louis Bruens