

## Entre « être artiste » et « faire de l'art » : Identité et posture

La notion d'artiste est quelque chose qui a beaucoup varié : dans l'Antiquité, les artistes étaient ceux qui cherchaient à s'élever au-dessus de la condition commune en écrivant des traités sur leur propre art. Plus tard, du XIII<sup>ème</sup> au XV<sup>ème</sup>, le statut social de l'artiste se résume à celui de simple artisan. Inversement, l'image des artistes pendant la Renaissance sera façonnée par des personnalités telles que Léonard de Vinci, Michel Ange et des théoriciens comme Dante et Castiglione qui inscrivent « le pouvoir créateur » au cœur de la culture humaniste.

Aujourd'hui, l'Unesco donne une définition centrée sur l'individu : « On entend par artiste toute personne qui crée ou participe par son interprétation à la création ou à la récréation d'œuvres d'art, qui considère sa création artistique comme un élément essentiel de sa vie, qui ainsi contribue au développement de l'art et de la culture, et qui est reconnue ou cherche à être reconnue en tant qu'artiste, qu'elle soit liée ou non par une relation de travail ou d'association quelconque ».

Pour être considéré comme un producteur d'art et prétendre à la Maison des Artistes, il faut que les œuvres répondent à trois critères :

- 1) La création est le fruit du génie de l'artiste ;
- 2) La création est réalisée par la main de l'artiste, ce qui exclut les productions automatisées. En signant, l'artiste achève son œuvre et envisage sa diffusion ;
- 3) La création est unique.

### La place du coaching

Les artistes rencontrés en coaching\* insistent sur leur vocation, sur le plaisir qu'ils éprouvent à exercer un métier choisi. Il en découle un investissement personnel illimité et sans contre-partie, mais ils évoquent aussi les difficultés et la précarité dans le travail.

Alors que le processus de création demeure souvent solitaire, l'organisation du travail repose souvent sur des rencontres, des partages de concepts pour se faire connaître ou reconnaître. Car la non-reconnaissance est terrifiante, c'est la peur du désenchantement et de la perte de créativité.

Même si la créativité reste le moteur de la réussite, les demandes en coaching tournent essentiellement autour de cette fameuse reconnaissance. Le plus souvent, c'est l'approche relationnelle de l'artiste qui va être au cœur des séances, entre être artiste et faire de l'art. Son identité personnelle et sa posture.

Les résultats sont parfois inattendus et paradoxaux... En tant que coach, nous devons nous adapter, nous laisser surprendre, développer une confiance parfois irrationnelle, miser sur les ressources indi-

Par ailleurs, les professions artistiques et culturelles étant subordonnées à un état déclaratif, la légitimité artistique s'obtient aussi par la reconnaissance d'un don original. Les artistes apparaissent donc comme des représentants par excellence du monde inspiré....

Dans la réalité, les choses sont plus complexes. Souvent,

l'artiste crée, administre, communique, commercialise :

quelques-uns en perdent leur identité. Pour valoriser leurs talents, ils associent alors à l'activité d'autres compétences ou dénichent l'agent, le collectionneur, qui va alléger les charges.

Car finalement Bourdieu rappelle que paradoxalement, « le sujet de la production artistique et de son produit n'est pas l'artiste mais l'ensemble des agents qui sont liés avec l'art, qui sont intéressés par l'art, qui ont intérêt à l'art et à l'existence de l'art, qui vivent de l'art et pour l'art, producteurs d'œuvres considérées comme artistiques, critiques, collectionneurs, intermédiaires, conservateurs, historiens de l'art, etc. »



viduelles en gommant parfois les principes des marchés. Notre propre créativité est mise à l'épreuve.

Certains artistes enfilent le costume de « Chef d'Entreprise » alors qu'ils étaient dans le rejet de ce type de responsabilité, d'autres s'entourent de compétences alors qu'ils étaient solitaires ou encore développent des activités parallèles alors qu'ils étaient mono activité, etc ...

A chaque entretien de coaching, nous gardons à l'esprit que les paramètres et la méthode employée peuvent apparaître complexes : c'est la volonté de l'artiste de s'inscrire dans un espace temps qui va modeler son développement artistique et économique.

Notre place n'est pas de conseiller mais de questionner pour confirmer le balisage intuitif de l'artiste. Dans l'écoute, il pourra finalement se reconnaître lui-même et concrétisera lorsque la notion d'économie créative sera acquise.

Irrationalité, paradoxes et complexités fondent ainsi la raison de l'artiste...

Valérie Weidmann

Coach spécialisée dans le secteur artistique et culturel

\*Le coaching professionnel est l'accompagnement de personnes pour le développement de leurs potentiels et de leurs savoir-faire dans le cadre d'objectifs professionnels