

Extrait de la préface par Gérard Wajcman de :
Malte Martin, design&designer N°14, éditions Pyramyd

[...]

Qu'est-ce qui qualifie, qu'est-ce qui singularise l'art de Malte Martin? D'un mot, je répondrai que c'est un art de la communication. Mais entendons-nous, pas dans le petit sens des "communicants", qui aujourd'hui, polluent l'espace et la vie publics, mais dans son sens le plus noble, celui de faire communiquer, disons-le avec de grands mots, l'art et la cité. Quand Malte Martin crée une affiche pour un théâtre, quand il réalise un programme pour un festival de musique, l'objet qu'il confectionne n'est pas, dans son essence, conçu comme un support simplement publicitaire, c'est-à-dire visant à accrocher le passant, à lui faire désirer la représentation ou le concert et au bout du compte à l'y attirer – ce qu'il est évidemment aussi ce qu'il doit naturellement être -, il est pensé en lui-même comme un instant de théâtre descendu sur le quai du métro, un trait de musique joué à un carrefour. Le sens du travail de Malte Martin n'est pas tant de faire venir les gens de l'extérieur vers l'intérieur des salles, mais plutôt d'exposer au grand jour, à l'extérieur, l'art qui se fabrique à l'intérieur; c'est sur le fait de donner à voir un peu de cette création qu'il mise pour faire venir les spectateurs. En cela il considère donc les spectateurs avec la plus grande estime, comme des personnes douées d'intelligence et sensibles et non comme des clients. Malte Martin est moins un publicitaire qu'un publiciste au sens qu'on donnait à ce mot au XVIII^e siècle, c'est-à-dire qu'il rend public. Malte Martin est un publiciste de l'art. Ce qui se concocte dans l'obscurité d'un plateau de théâtre, dans un studio de répétition, la beauté qui s'atteint au terme d'un travail long, difficile, obstiné, il l'expose en pleine lumière sur la place publique. En cela oui, Malte Martin rend public, et même, en y faisant résonner ce que son geste de graphiste contient de générosité, je dirais qu'il rend au public. C'est-à-dire qu'il donne quelque chose aux gens comme si les passants anonymes de la rue, les voyageurs du métro y avaient droit. Graphiste pour des compagnies de danse, pour des théâtres, pour des concerts, un regard négligent doublé d'une pensée médiocre pourrait conclure que, pour résumer toute l'affaire, Malte Martin s'est construit un créneau en se faisant une spécialité de "vendre" de la culture. Il ne s'agit pas du tout de cela. Si on ne comprend pas qu'il ne vend pas la beauté mais qu'il la rend, non seulement on ne comprend rien à ce que sont ces objets spécifiques qu'il fabrique – toutes ces affiches, ces tracts, ces papiers à lettre, ces logos, ces journaux, ces livres – mais on ne comprend pas non plus la démarche intime de Malte Martin ni ce qui le mène aujourd'hui à réaliser des interventions plastiques dans des villes. Parce qu'il y a une logique dans tout cela, parce qu'une grande cohérence organise ce qu'il est légitime de nommer l'œuvre de Malte Martin.

On ne peut manquer en effet d'apercevoir que dans cette attitude que je qualifiais de publiciste, dans cette volonté de rendre public et au public, par-delà la manifestation d'un goût esthétique, il y a chez Malte, attachée profondément au travail de graphiste, une dimension politique. La pensée de la cité ne lui est pas étrangère, tout simplement parce qu'elle ne peut l'être pour aucun graphiste, parce que, de fait, qu'il le veuille ou non, la dimension politique infiltre, occupe l'espace visuel public, elle y est forcément impliquée dans la façon dont aujourd'hui se gère cet espace. Ce qu'on appelle communément la publicité n'est après tout que l'immense entreprise d'organiser la privatisation de l'espace public. Les affiches sont des façons de signer l'espace public au nom d'une firme, de graver sa marque sur la ville, sur les routes, sur les paysages. En ce sens, il y aurait, concernant Malte Martin, une opposition radicale entre ce que

je nomme le publiciste et le publicitaire, puisque le premier veut rendre public et au public ce que le second cherche à toute force à privatiser – plus loin même que l'espace public, la publicité tend aujourd'hui à privatiser le plus privé de nos vies en pénétrant dans nos conversations téléphoniques et jusque dans nos slips où le nom des marques s'imprime désormais en lettres énormes, si ce n'est sur les préservatifs. Or ce n'est pas n'importe quel objet que le publiciste Malte Martin veut rendre public et au public, c'est, le plus souvent, le travail d'un certain nombre d'artistes, le produit de la création, c'est-à-dire ce qui constitue la plus haute activité humaine, celle où s'exerce la liberté la plus précieuse.

Il était donc logique que Malte Martin, le graphiste publiciste, en vienne à réaliser lui-même des interventions plastiques dans des villes – tramways repeint, installations dans les rues, sur des places ou dans des vitrines ce de qu'il appelle des sculptures typographiques. Textes manuscrits, ballets de signes, images levées, manifestations de caractères (sans manifestants, rien que des petites pancartes toutes seules), chaque action revient dans la ville, par le graphisme, à donner ce que j'appellerais ses lettres de noblesse à la beauté, une beauté cette fois pure, et purement ludique, déchargée de tout message pour vanter qui que ce soit ou quoi que ce soit. Une communication de pure beauté. Gaie, fragile, éphémère comme l'est toute beauté.

Sans doute parce qu'il est d'une grande modestie, Malte Martin ne se voit-il pas lui-même en aventurier, libérateur de l'espace public. Il serait plutôt persuadé qu'il ne fait après tout que poursuivre, selon des voies nouvelles pour le temps présent, ce qui avait pu se manifester à l'époque d'un Signac par exemple, quand la publicité imposait la création graphique dans les rues, alors qu'aujourd'hui, il est clair que c'est le contraire qui se fait. L'ordre des raisons s'est renversé et dans nos rues nous voyons une création graphique qui n'est là que pour mieux imposer la publicité, la puissance des firmes sur notre espace et sur nous.

Malte Martin croit, lui, à la puissance du beau. La création graphique serait pour lui ce qui lui permettrait de réaliser comme une infinité d'insurrections minuscules dans les rues, qui sont autant d'instant de liberté. "La beauté sera convulsive ou ne sera pas", disait Breton. Malte Martin en a fini avec toute convulsion, il ne provoque que des insurrections de beauté qui se gardent bien de blesser quiconque, qui ne détruisent rien – sinon, par chance, pour quelques instants, un peu de laideur, qui est, comme on le sait depuis Rousseau, toujours méchante. L'art graphique de Malte Martin, c'est en somme l'organisation d'une multitude de révoltes visuelles microscopiques dans nos vies. Petites insurrections de beauté pour ces temps où l'idée de la Grande insurrection en a pris un vieux coup.

Gérard Wajcman

Ecrivain, psychanalyste, maître de conférence à l'université Paris 8.