

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC EN OUTAOUAIS (UQO)

**SIGNIFIER L'EXPOSITION  
D'ART CONTEMPORAIN DANS LE CATALOGUE :  
RÉFLEXION CRITIQUE SUR LA FORME ÉDITORIALE  
ET L'AUCTORIALITÉ DU DESIGNER GRAPHIQUE**

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE ET PRATIQUES DES ARTS  
CONCENTRATION PRATIQUES DES ARTS

PAR  
ALEXE HOUTART

JANVIER 2021

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC EN OUTAOUAIS (UQO)

[ TITRE DU CATALOGUE ]

CATALOGUE  
PRÉSENTÉ COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE ET PRATIQUES DES ARTS  
CONCENTRATION PRATIQUES DES ARTS

PAR  
[ NOM DE LA DESIGNER-CHERCHEURE ]

JANVIER 2021

Cette publication est réalisée dans le cadre de la Maîtrise en muséologie et pratiques des arts. Elle a été produite en collaboration avec l'École multidisciplinaire de l'image et la Galerie UQO.

**Directeur de la publication**

*Jérôme Vogel*

**Codirectrice de la publication**

*Marie-Hélène Leblanc*

**Textes**

*Alexe Houtart*

**Correction et révision**

*Caroline Lester et Véronique Stahn*

**Design**

*Alexe Houtart*

**Typographie**

*Nimbus Roman N09L*

**Impression**

*Christian Emery, Artopix (Québec)*

**Sérigraphie**

*Albion (Québec)*

**Papier**

*Mohawk*

**Crédits photographiques**

*Christ Lalonde, Photolux*

TOUS DROITS RÉSERVÉS

**Catalogage avant publication**

Houtart, Alexe, 1984 -

1. Recherche-création
2. Design graphique
3. Catalogue d'exposition
4. Art contemporain

ISBN - 978-2-9819671-0-7

Dépôt légal - *Bibliothèque et Archives du Québec*, 2021

Dépôt légal - *Bibliothèque et Archives du Canada*, 2021

**Bibliothèque de l'Université du Québec en Outaouais (UQO)**

Deux versions physiques sont disponibles à la bibliothèque de l'UQO. La première est cataloguée sous le statut de *mémoire*, et la seconde sous celui de *catalogue*. Cette distinction fait référence à l'usage du mémoire-catalogue où l'un est pour consultation seulement, tandis que l'autre peut être feuilleté, lu et regardé à l'extérieur de l'institution.

À Loïc, qui, à l'âge de trois ans, disait que sa maman était «*faiseuse de livres*».

À Émile, qui, encore à quatre pattes, suivait son frère dans la cabane de l'atelier.

Et à tous les créatifs, qui cherchent à faire *acte de design*.

## Remerciements

Il est dit que la maîtrise est un processus solitaire \*.

---

\*

**Remerciements.** J'ai la conviction que la recherche est un travail collectif réalisé à travers de nombreux échanges, apprentissages, critiques et rencontres. Ces remerciements témoignent de ce parcours riche d'expériences.

Je voudrais d'abord remercier mon directeur de mémoire, Jérôme Vogel, professeur en design graphique de l'UQO, pour sa confiance, son dévouement, ses connaissances et la justesse de ses critiques.

Puis ma codirectrice, Marie Hélène Leblanc, directrice et commissaire de la Galerie UQO, pour les occasions qu'elle m'a offertes de collaborer à des projets de catalogues, et surtout pour nos discussions autour du livre et de l'exposition.

Il convient également de remercier tous les professeurs, les intervenants et mes pairs de l'École multidisciplinaire de l'image (ÉMI) qui, par leurs commentaires, leurs écrits, conseils et critiques, ont guidé mes réflexions. Je tiens à témoigner toute ma gratitude à Isabelle Plamondon, ma voisine d'atelier, mon amie, pour nos échanges, nos débats, nos nuits blanches, nos rires, mais surtout pour son soutien. Je tiens aussi à remercier Emanuela Chiriac, bibliothécaire de l'UQO, qui a rendu la forme singulière de ce mémoire possible.

Je voudrais exprimer ma reconnaissance à tous les artistes, designers et commissaires, avec qui j'ai eu la chance de travailler, d'échanger et d'apprendre. Un merci particulier à Catherine Lescarbeau, pour sa confiance et sa générosité, à Karina Pawlikowski qui s'est prêtée au jeu, ainsi qu'à Valérie Yobé, Collectif blanc et Peter Trépanier, pour les occasions qu'ils m'ont offertes d'exposer ma recherche.

Comme le montre ce mémoire-crédation, la forme permet de signifier un contenu. Le design de ce mémoire-catalogue sous forme de publication a bénéficié de précieuses collaborations; je tiens à remercier Johanne Côté de *Spicers* et Christian Emery de l'imprimerie *Artopix*, sans lesquels, ce projet n'aurait pu exister matériellement.

Je remercie mes très chers parents, Marie et John, pour leur soutien inconditionnel, leur patience et leur écoute. Mes papas, Alain et Éric, avec qui je partage d'une passion commune pour l'exposition et la pérennisation des objets et des savoirs. Ma sœur, Caroline, pour son aide précieuse à la relecture et à la correction. Mes enfants, Loïc et Émile, pour leur joie de vivre, leurs petits exploits et leurs rêves, qui me poussent à aller encore plus loin. Et finalement, mes deux frères, William et Jean-Pierre, ma grande amie, Marie-Pier, et mon amoureux, Michel, à qui je peux finalement dire : voilà, j'ai fini!

## Résumé

Cette recherche-création en design graphique explore les possibilit es de signifier un contenu – soit une exposition d’art contemporain –, dans une forme éditoriale : un catalogue d’exposition. Dans une perspective pragmatiste, le catalogue est pensée comme forme signifiante relative à l’exposition. La conception et la publication de plusieurs commandes de catalogues d’exposition d’art contemporain permettent d’inscrire cette recherche-création dans un contexte professionnel. On y interroge l’auctorialité du designer graphique et la possibilité d’un partage d’autorité entre celui-ci, l’artiste et le commissaire au sein d’un mandat de publication. Alors que les interventions graphiques dans le cadre d’une commande classique sont du registre de l’invisible, on cherche ici, par le biais d’une réflexion sur la notion de gabarit, à montrer la contribution originale du design graphique.

Cette recherche-création vise à contribuer à l’avancement des connaissances en poursuivant les objectifs suivants : décrire et expliquer les liens entre la forme du catalogue et le sens de l’exposition; critiquer la notion d’auctorialité dans le contexte du design graphique; et proposer une forme de partage d’autorité entre les intervenants dans la conception et la réalisation d’un catalogue d’exposition. Ces résultats théoriques et pratiques, généralement présentés sous deux formes distinctes – un mémoire et une œuvre –, sont ici rassemblés dans le même ouvrage, ce mémoire-création. Une telle conception permet de faire converger les volets recherche et création, et de rendre compte à la fois de la production théorique et de la production pratique dans une même forme : celle d’un mémoire-catalogue. Il s’agit donc d’une forme éditoriale hybride, à la fois objet de savoir et objet de création.

**Mots clés :** recherche-création, design graphique, catalogue d’exposition, auctorialité, partage d’autorité, gabarit.

## Table des matières

Les entrées entre crochets indiquent les sections habituelles d'un mémoire-crédation tel que prescrit par le gabarit institutionnel de l'UQO\*.

<b>Remerciements</b>	vii	<b>Gabarit</b> [résultat par le design]	217
<b>Résumé</b>	ix	<i>Étude conceptuelle</i> [lexique]	219
<b>Table des matières</b>	x	<i>Usages</i>	233
<b>Liste des œuvres documentées</b> [figures]	xii	<b>Signifier</b> [résultat pour le design]	245
<b>Préface du catalogue</b>		<i>Étude sur le design</i> [lexique]	247
<b>Notes au lecteur</b>	xv	<i>Conditions</i>	273
<b>Introduction</b>	1	<i>Contributions</i>	279
<b>Contours</b> [problématique]	11	<b>Notes sur la forme</b> [matérialisation de la recherche en design]	287
<i>Enjeux</i>	13	<i>Montrer l'étude</i> [lexique]	289
<i>Objet de recherche</i>	15	<i>Forme de la recherche</i>	299
<i>Question de recherche</i>	17	<b>Bibliographie</b> [annexe]	303
<i>Pertinence et objectifs</i>	19	<i>Catalogue</i>	303
<i>Limites</i>	21	<i>Design</i>	305
<b>Design</b> [méthodologie]	27	<i>Pragmatique</i>	309
<i>Étude méthodologique</i> [lexique]	29	<i>Corpus</i>	309
<i>Modèles</i>	37	<b>Biographie</b> [annexe]	313
<i>Méthode</i>	41		
<i>Activités de recherche</i>	43		
<i>Principe de convergence</i>	47		
<i>Matérialisation de la recherche</i>	47		
<b>Interprétation</b> [cadre conceptuel]	51		
<i>Étude pragmatique</i> [lexique]	53		
<i>Concept</i>	63		
<b>Catalogue</b> [objet de recherche]	69		
<i>Étude documentaire</i> [lexique]	71		
<i>Design du catalogue</i>	91		
<b>Reproductions</b> [volet création]	101		
<i>Étude par le design</i> [commande]	103		
<i>Notices</i>	181		

\*

Si le titre général est une condition absolue du livre, les intertitres sont un choix éditorial qui permettent la division du texte. Le catalogue d'exposition, libre de forme, peut faire usage de cet espace paratextuel pour faire écho à la pratique de l'artiste ou du designer graphique. Or, le mémoire exige une structure précise, un gabarit donné, dans la matérialisation de la recherche. Les intertitres du présent volume indiquent un espace de création qui, reprend l'idée du lexique utilisé dans la pratique de la designer-chercheure et témoigne du gabarit scientifique par l'entremise de [crochets].

**Liste des œuvres documentées**  
[FIGURES]

- [01] **Maquette 1 : espace-recherche**  
*Esquisse de forme, 2015*  
Alexe Houtart  
6 po × 8.5 po, 40 pages
- [02] **Maquette 1 : espace-crédation**  
*Esquisse de forme, 2015*  
Alexe Houtart  
6 po × 8.5 po, 20 cartons
- [03] **Maquette 2 et 3 : espace-temps**  
*Esquisses de formes, 2015*  
Alexe Houtart  
Format mixte
- [04] **Maquette 4 : confinement**  
*Esquisse de forme, 2015*  
Alexe Houtart  
6 po × 8 po, 54 pages
- [05] **Maquette 5 : trace**  
*Esquisse de forme, 2015*  
Alexe Houtart  
7.5 po × 9.75 po, 124 pages
- [06] **Maquette 6 : cahier de notes**  
*Esquisse de forme, 2015*  
Alexe Houtart  
7.5 po × 9.75 po, 124 pages
- [07] **Catalogue : dossier de recherche**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, 364 pages
- [08] **Enveloppe : lettre de la commissaire**  
*Opuscule DPB, 2016*  
Simon Guibord, Alexe Houtart  
et Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po (ouvert)  
9 po × 6 po (enveloppe)
- [09] **Chemise : statut dossier**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po
- [10] **Chemise : statut catalogue**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po
- [11] **Gabarit : signifier la recherche et l'exposition**  
*Gabarit Département des plantes, 2016*  
Alexe Houtart  
8.5 po × 11 po
- [12] **Page : donné AT023-N P66**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 66
- [13] **Pages : donnée LB43-N P45**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 45
- [14] **Pages : donnée LB012-N P0180**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 180
- [15] **Page : donnée LB-120-A P238**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 238
- [16] **Plan : intégration du Service des finances à la Galerie UQO**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po
- [17] **Encart : documentation de l'exposition**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
4 po × 6 po
- [18] **Proposition : processus auctorial**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart  
8.5 po × 11 po
- [19] **Quatrième de couverture : trace d'un partage d'autorité**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po
- [20] **Catalogue : outils d'expression**  
*Catalogue Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
Valérie Yobé  
6.75 po × 9.75 po, 128 pages
- [21] **Page couverture : transversalité d'un savoir-faire**  
*Couverture du catalogue*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
Valérie Yobé  
6.75 po × 9.75 po
- [22] **Double page : critique du design graphique**  
*Mise en page du catalogue*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
Valérie Yobé  
6.75 po × 9.75 po
- [23] **Affiche : jaquette du catalogue**  
*Jaquette du catalogue*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
Valérie Yobé  
18 po × 24 po
- [24] **Encart : œuvre collective**  
*Œuvres de l'exposition*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Collectif Formes Vives, Collectif  
*Ne Rougissez Pas!*, Anne Desrivières,  
Guillaume Lanneau, Stéphane Dupont,  
Dugudus, Sébastien Marchal,  
Alexe Houtart, Isabelle Plamondon  
5 po × 6 po, page 39
- [25] **Gabarit : acte de design**  
*Œuvres de l'exposition*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Alexe Houtart  
5 po × 6 po, page 35
- [26] **Doubles pages : texte d'introduction de l'exposition**  
*La Galerie UQO présente ICI :*  
*Harald Szeemann, documenta 5, 2020*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie-Hélène Leblanc  
36 po × 50 po
- [27] **Doubles pages : texte d'introduction**  
*Pages du catalogue La Galerie UQO*  
*présente ICI : Harald Szeemann,*  
*documenta 5, 2020*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po
- [28] **Catalogue : outil commissarial**  
*Design de l'exposition La Galerie UQO*  
*présente ICI : Harald Szeemann,*  
*documenta 5, 2016*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie-Hélène Leblanc  
Formats mixtes
- [29] **Catalogue / exposition / catalogue : réactualisation d'une mise en forme**  
*Catalogue La Galerie UQO présente ICI :*  
*Harald Szeemann, documenta 5, 2020*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po  
Format mixte
- [30] **Chapitre 3 : catalogue**  
*La Galerie UQO présente ICI :*  
*Harald Szeemann, documenta 5, 2020*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie-Hélène Leblanc  
Format mixte

## Notes au lecteur

La présente publication est un mémoire-catalogue qui résulte d'un accord commun et d'un partage d'autorité et d'auctorialité, entre la designer-chercheuse Alexe Houtart, le directeur de recherche Jérôme Vogel, la codirectrice de recherche Marie-Hélène Leblanc, et l'Université du Québec en Outaouais (UQO). Sa forme singulière relève d'une approche théorico-pratique, où l'acte de design s'intègre à même les normes de présentation de l'institution. Les notes au lecteur qui suivent ont pour but d'attirer votre attention sur les conditions de lecture qui font de ce texte un livre : un ensemble de paratexte – éléments graphiques et matériels – pensé afin de produire un effet sur la réception du contenu. Ces indications éditoriales et auctoriales énoncées dans les notes de bas de page sont une invitation à lire, mais aussi à voir l'objet que vous avez entre les mains\*.

---

\*

*Être confiné – ce sentiment est normal, voire nécessaire pour bien des graphistes. Pour reprendre les mots exacts du philosophe Jean-François Lyotard (1990), « les graphistes sont forcément coincés. Très petit espace de liberté de mouvement. Non seulement des contraintes fortes, mais plusieurs sortes de contraintes, et tout à fait hétérogènes ». Dans la pratique professionnelle, ce confinement est lié à la commande, notion qui circonscrit le travail de plusieurs designers graphiques et délimite l'espace de création. Repositionnées dans un contexte universitaire, ces contraintes sont aussi présentes dans la matérialisation de la recherche. Ce qui suit est un petit lexique conçu pour vous sensibiliser à la forme singulière de mon mémoire-crédation et aux divers espaces auctoriaux.*

**[Notes de bas de page]** Telle une frontière, la note permet ici, à l'usage, de délimiter deux discours : le premier, théorique et transférable; le second, créatif et processuel. Ce choix de mise en page permet de ramener au premier plan le volet création, habituellement annexé, afin de le mettre en relation avec le texte théorique. Or, il faut prendre acte du fait que le caractère plus petit de la note de bas de page, l'interlignage étroit et l'aspect de lecture facultative décourageront certains lecteurs. Si vous, membres du jury, chercheurs, lecteurs, acceptez de vous prêter au jeu, la lecture de ces notes vous obligera à un va-et-vient similaire à l'acte de la recherche-crédation : une oscillation entre deux modes, deux discours, deux types de résultats qui créent, certes, une tension, mais amènent aussi une effervescence bien connue des praticiens-chercheurs. Graphiquement, cette oscillation donne à voir l'impact de la création au fil de la recherche et de la production de savoirs. Elle est un premier [petit] espace entre les lignes conventionnées, où l'acte de design est possible. Conceptuellement, ce choix fait écho au débat sur la question du rôle du design dans la recherche, où plusieurs considèrent le design comme un moyen et non un résultat (*Infra*. CHAP. 2). La forme du présent mémoire bouleverse les traditions : elle est une invitation à transformer le regard porté sur la publication académique, sur l'écriture et sur la mise en forme du texte scientifique (*Infra*. CHAP. 8).



---

**Format.** La matérialisation d'un texte à l'usage du public se fait tout d'abord par le choix d'un format. Cette publication, format papier lettre (8.5 po x 11 po), est un premier paratexte qui renvoie aux champs académiques. **Couverture.** Sa couverture de couleur ocre, l'apposition du logo de l'UQO et la mention « mémoire » confirment le statut de la publication. **Page titre.** Or, la proposition d'un second statut est perceptible à la lecture de la double page titre. Doublon qui invite à considérer cet ouvrage comme un ensemble théorico-pratique, à la fois mémoire et catalogue. Par le biais du péritexte éditorial – format, papier, typographie, impression – les conditions du visible et du lisible sont exposées afin d'attester de ce double statut. **Papier.** Implicite, mais présent, le choix du papier guide la lecture; les pages noires divisent les chapitres, les grises relèvent du registre du lexique, les recyclées présentent le contenu textuel et les glacées montrent la documentation visuelle de la pratique. Le changement de type de papier est utilisé pour marquer le passage d'une section à l'autre, le papier mat signifie la recherche et le papier photographique renvoie à l'univers du catalogue. **Gabarit.** Les choix matériels et graphiques informent à la fois sur le statut et le contenu de la publication. Il émane de ma réflexion et de mon interprétation et ce, dans l'objectif de servir le texte. Généralement invisible, le gabarit est ici utilisé pour montrer le résultat de ma recherche-création. **Typographie.** La recherche est matérialisée par la fonte typographique *Nimbus Roman No.9*, plutôt que celle utilisée dans le gabarit Word de l'École multidisciplinaire de l'image (UQO) : le *Times New Roman*. Réalisée par URW Studio en 1987, cette fonte est une version améliorée du *Times New Roman*. Elle se rapproche davantage des subtilités du caractère original en plomb et permet d'obtenir un meilleur équilibre des masses de gris. Cette typographie est un choix conceptuel qui améliore la qualité d'impression et la lisibilité, mais qui reste invisible à l'œil non averti. Un acte de design qui, d'une part, me permet de répondre aux normes de présentation et, d'autre part, d'émettre une critique. **Annexes.** L'ajout de la jaquette est une autre intervention qui me permet de faire acte d'interprétation et de design. Fidèle à sa fonction traditionnelle, selon laquelle une jaquette est un ajout à une publication suite à un événement, celle-ci est conçue pour faire suite à la présentation publique [exigence partielle de ce mémoire]. Dans un premier temps, la jaquette est un objet autonome, un opuscule qui donne à voir et à lire la synthèse des résultats théorico-pratiques. Dans un second temps, la jaquette est une annexe de couverture qui, par son usage, permet de recouvrir le mémoire d'un deuxième paratexte : celui du catalogue. **Forme.** Ainsi, ce mémoire-catalogue reprend la forme conventionnée des mémoires tout en étant une forme singulière, un acte de design. Je vous invite donc à lire la présente étude, tout en faisant l'expérience de sa forme éditoriale; car si un texte est « livre », c'est qu'il y a eu acte de design.

Bonne lecture [du texte et du design].



Alexe Houtart

[Fausse page]

## INTRODUCTION

**La forme du livre est-elle un vecteur de sens ?** Cette question est le point de départ de la présente recherche-création en design graphique. Celle-ci explore les possibilit es de signifier un contenu – une exposition d’art contemporain – dans une forme éditoriale – un catalogue d’exposition. Dans une perspective pragmatiste, le catalogue est pensée comme forme signifiante relativement à l’exposition. La conception et la publication de plusieurs commandes de catalogues d’exposition d’art contemporain permettent d’inscrire cette étude dans un contexte réel. On y interroge l’auctorialit e du designer graphique et la possibilit e d’un partage d’autorit e entre celui-ci, l’artiste et le commissaire au sein d’un mandat de publication. Alors que les interventions graphiques dans le cadre d’une commande classique sont du registre de l’invisible, on cherche ici, notamment par le biais d’une réflexion sur la notion de ce qu’on appelle, dans le design graphique, un *gabarit*<sup>1</sup>, à montrer la contribution originale du design graphique.

---

1

**Gabarit.** Dans la pratique du design graphique éditorial, le gabarit est généralement consid er e comme un « modèle à construire », une étape qui permet la validation d’une mise en page ou en forme d’une publication avant sa production (*Infra*. CHAP. 6). Or, je m’intéresse au gabarit comme élément intrinsèque d’une publication et à sa valeur interprétative, expressive et auctoriale. Dans cette perspective, le gabarit de mon mémoire-création, est pensée à la fois comme un outil d’auctorialit e et un outil de création. Invisible mais présent, le gabarit est une interprétation graphique et tactile de mes recherches : le résultat pratique.

**Ce livre est un mémoire.** Conforme aux attentes d'une recherche<sup>2</sup> scientifique, il est composé d'une problématique, d'un état de la question, d'un cadre théorique, d'une analyse, d'une synthèse des résultats, et il est structuré en huit chapitres.

Le premier chapitre a pour objectif de revenir sur les enjeux théoriques qui ont conduit à prendre le catalogue d'exposition comme point d'ancrage d'un questionnement plus large sur la production de sens par la mise en forme éditoriale d'un contenu. Le deuxième chapitre présente le *design méthodologique* conceptualisé à partir de modèles provenant des sciences du design, soit ceux de Christopher Frayling (1993), d'Alain Findeli (2005) et de Daniel Fallman (2008). Le troisième chapitre définit le concept d'interprétation emprunté au pragmatisme philosophique et explicite son usage. Le quatrième chapitre propose une réflexion sur les usages et les fonctions du catalogue d'exposition. Le cinquième chapitre porte sur le volet création; il reprend les codes du catalogue raisonné, plus précisément la fonction des *notices*, afin de répertorier le travail de recherche. Le sixième chapitre s'attarde au concept de *gabarit* dans l'intention de rendre visible la contribution du designer graphique. Le septième chapitre présente les conclusions de la recherche; il explicite les conditions de la construction de sens dans une commande de catalogue et émet trois propositions transférables à la science du design. Finalement, le dernier chapitre fait état de la forme *mémoire-catalogue* utilisée en vue de la transmission des connaissances de cette recherche : une forme critique, une prise de position et une réponse aux enjeux actuels de la recherche-création en design graphique.

---

2

**Recherche.** Parfois, je substitue le terme recherche à *recherche-création en design graphique* afin d'alléger le texte. Néanmoins, l'usage de ce terme renvoie ici à la fois aux activités de recherche et de création.

Les pages grises placées au début de certains chapitres sont des études qui permettent de contextualiser la recherche. Autonomes et complémentaires, elles affichent un lexique<sup>3</sup> thématique par mots-clés, lequel a pour fonction de rendre compte des écrits de divers auteurs sur les notions de *recherche en design*, de *pragmatique*, de *catalogue d'exposition*, de *commande*, de *gabarit* et de *formes de présentation*. À la première de ces notions, l'objectif est de brosser un portrait des enjeux et des spécificités méthodologiques de la *recherche en design* et ce, dans un contexte où elle n'est pas totalement définie institutionnellement. Au deuxième mot-clé, il s'agit de proposer un bref survol historique des diverses formes du *catalogue d'exposition*. L'intérêt de la troisième notion est de rendre compte du glissement de la *pragmatique* vers le domaine des arts visuels. Au quatrième mot-clé, les notions de *gabarit* et d'*auctorialité* dans un contexte de commande sont définies. Enfin, le dernier mot-clé permet de faire la lumière sur les *normes de présentation* de la recherche en design graphique.

---

3

**Mot.** L'usage du mot est le point de départ de ma pratique professionnelle en design graphique. Il me permet de synthétiser une idée ou encore un contenu afin de les penser en forme éditoriale. Cette méthodologie propre à mon processus créatif sert également dans ma recherche-crédation. Structure de la recherche. Liste de notions. Catalogue d'un concept : le mot et la série de mots fragmentent mes réflexions théoriques.

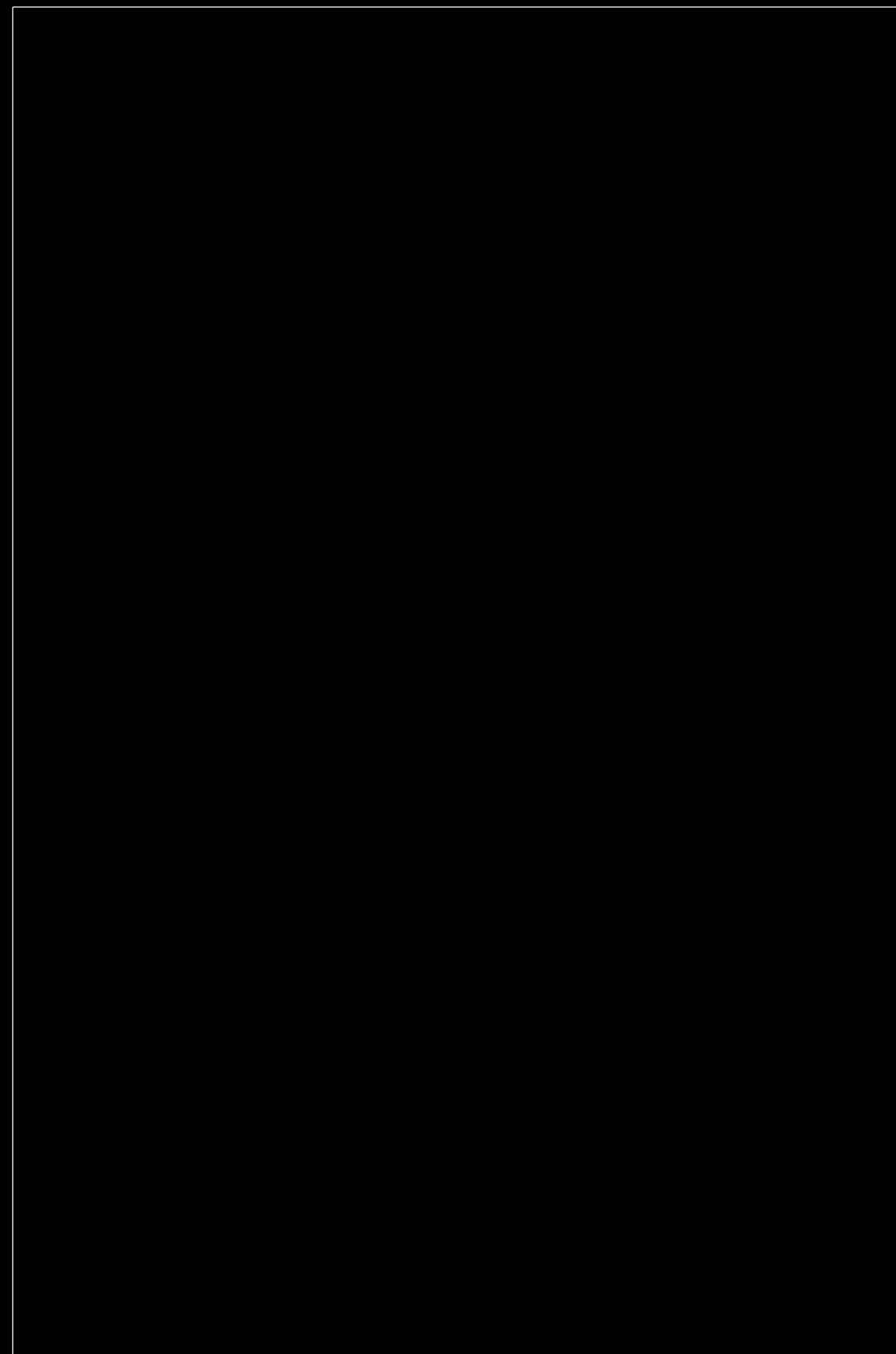
**Lexique.** Ces mots insérés dans un sous-groupe représentent un ensemble de possibilités de relations, d'associations, d'oppositions. Ils permettent les comparaisons, les rencontres et les juxtapositions. C'est à partir de ces connexions que je peux dégager des pistes de réflexion, esquisser des réponses, formuler des énoncés, voir un argumentaire se construire. Le lexique est à la fois un outil méthodologique et une structure qui présente ma recherche.

**Usage.** Ces lexiques, imprimés sur papier gris, ont le statut de lecture facultative et n'intéresseront que certains lecteurs, selon leurs intérêts et leurs connaissances du sujet abordé dans chacun des chapitres. Tout comme le dictionnaire, la liste des termes est présentée de manière fragmentaire et peut être lue de manière linéaire, ou dans un va-et-vient entre les notions présentées et le texte principal. Si l'usage du lexique comme structure vient bouleverser les codes de lecture habituelle du mémoire, celle-ci permet de signifier mon processus de design et de recherche dans la présentation du savoir. Ainsi, ces lexiques sont complémentaires, une sorte de mise au point qui permet de contextualiser la recherche.

**Ce livre est un catalogue.** Contrairement au mémoire, le catalogue ne se définit pas par une structure ou par un contenu spécifique, mais par rapport à un contexte (DUPEYRART, 2012; LEINMAN, 2011). Repositionnée dans le secteur de l'édition d'art, la présente publication se veut un objet de trace, un catalogue qui répertorie, décrit, classe, reproduit et critique le corpus d'œuvres réalisées par Alexe Houtart entre 2015 et 2018. Ainsi, fidèle à la tradition du catalogue, l'ouvrage se compose selon trois grands axes : la description, l'interprétation et la critique. Concrètement, on y retrouve une préface, des notes au lecteur, la liste des œuvres, des notices, des reproductions et la biographie de la designer-chercheuse.

**Ce livre est le résultat d'une recherche.** Selon l'usage et le contexte, la présente publication peut donc être reçue comme un mémoire ou comme un catalogue. Il est un mémoire-catalogue : le résultat théorico-pratique d'une recherche-crédation en design graphique, une forme singulière en laquelle convergent l'intention d'une designer-chercheuse et les exigences d'une institution académique. Cette forme est aussi une création graphique en soi. L'acte de design intervient dans la mise en forme de la publication, c'est-à-dire au niveau des éléments *spatiaux* ou *matériels* du paratexte (au sens de GENETTE, 1987 : 2-40) que sont la jaquette, le format, la page titre, le papier, l'encart, la typographie, les annexes. Ainsi, ce mémoire-catalogue nécessite à la fois d'être lu et regardé !

**Apostille //** Les marges sont les espaces blancs à l'extérieur d'un texte. Définies par le gabarit institutionnel, elles sont un cadre pour le texte du mémoire-crédation. Mais peut-on penser en dehors de cette boîte ? Ce blanc est un espace de design, une marge de liberté de création. C'est à nous, designers-chercheurs, de prendre acte de cet espace, d'en repousser les limites et de présenter des recherches en design graphique qui sont à la fois rigoureuses et créatives.



## **CONTOURS**

### **[PROBLÉMATIQUE]**

Ce premier chapitre met en contexte l'objet de la recherche : la forme du catalogue d'exposition d'art contemporain. L'angle d'approche et les différents aspects du problème y sont détaillés. La question de la recherche est posée clairement et la pertinence de cette étude apparaît rigoureusement. Finalement, les contours sont bien délimités et les objectifs établis nettement.



## Enjeux

Le design graphique est un outil qui permet de traiter visuellement les informations et les savoirs (LANTENOIS, 2013 : 7). Suivant l'analyse d'Annick Lantenois, on peut affirmer qu'il contribue à l'organisation de la lecture en structurant les conditions du lisible et du visible. Les gestes du designer graphique, tels que la mise en page, le choix de la typographie ou la mise en relation du texte et de l'image, permettent « d'infléchir l'orientation de la lecture » (*Ibid.*).

Ces informations et ces savoirs représentent les matériaux premiers d'une commande soumise au designer graphique. Celui-ci, en dialogue avec le commanditaire, interprète un contenu donné et conçoit la forme du dispositif de présentation. Ainsi, la réponse graphique à la commande cherche, d'une part, à satisfaire les besoins du commanditaire et, d'autre part, à établir les conditions d'accès à l'information en vue de transmettre le contenu à l'utilisateur (LANTENOIS, 2013 : 8). La notion d'usage est ici à souligner, car elle représente le domaine précis où les règles du visible sont interprétées (généralement de manière inconsciente), donnant ainsi à l'utilisateur les clés menant à la compréhension du contenu. Dans cette optique, le design graphique est indissociable, non seulement des notions de commande ou de projet (LANTENOIS, 2013 : 8), mais aussi d'interprétation et d'usage (*Infra.* CHAP. 3).

Afin de répondre à une commande, le designer graphique étudie d'abord diverses solutions, relativement au problème posé, puis prend position. Bien que sa réponse relève d'une interprétation singulière, cette interprétation doit être confirmée par les volontés et les choix de son commanditaire (LANTENOIS, 2013 : 9). Selon Lantenois, le designer graphique fait acte d'interprétation et son rôle ne peut être réduit à celui d'exécutant. Toutefois, c'est aussi vrai pour le commanditaire : celui-ci ne peut être défini uniquement par son rôle de client, car, lui aussi, par le biais de choix et de décisions, prend part au processus d'interprétation. Dans cette perspective, la présente étude soutient que la réalisation d'un projet d'édition est la collaboration de deux niveaux d'interprétations et de responsabilités distinctes : celles du commanditaire et celles du designer graphique. Réfléchir au design

graphique de cette manière, c'est donc interroger les relations d'autorité et, comme on le verra, les relations d'auctorialité dans l'élaboration d'une commande ou d'un projet. Plus largement, c'est réfléchir au rôle du designer graphique et à sa contribution dans la communication du sens. À partir des notions spécifiques d'auteur et de gabarit, on cherche ici à s'inscrire dans cette réflexion et à rendre visible la contribution du designer graphique dans quelques situations de commandes particulières.

Les enjeux auxquels cette recherche s'intéresse sont les conditions de la construction du sens, particulièrement dans le cas d'un objet éditorial. Réfléchir à la possibilité qu'un designer graphique puisse signifier un contenu par la mise en forme d'une publication, c'est s'ouvrir à l'idée que la matérialité, le format, le type de papier, la reliure ainsi que les procédés d'impression et de finition peuvent contribuer à la transmission du contenu et à la réception du sens. En accord avec cette orientation et en vue d'interroger le design graphique comme une relation entre la commande et l'interprétation, trois catalogues d'exposition ont été réalisés. Parallèlement à une recherche théorique, il s'agit aussi de mener une forme de recherche *par* le design (*Infra*. CHAP. 2 : 37) qui permette une réflexion pratique sur la forme du catalogue comme dispositif producteur de sens relatif à l'exposition d'art contemporain.

### **Objet de recherche**

Il appert que, « [l]e design graphique est toujours au sujet de quelque chose d'autre que le design graphique » (PHILIZOT, 2017). En l'occurrence, la présente recherche porte sur un objet précis du domaine de la muséologie – le catalogue d'exposition –, pour ensuite dégager des conclusions propres à la discipline du design graphique. Le catalogue d'exposition est généralement un outil de recherche et, de ce fait, très rarement un *objet* de recherche. Élément « protéiforme » (CRIQUI, 1996 : 3 ; LEINMAN, 2011 : 52), il est traditionnellement une publication complémentaire qui a pour fonction de documenter, de représenter et de

commémorer un événement précis. Pour le designer graphique, le catalogue d'exposition est avant tout un objet issu d'une technique – le résultat d'une *opération de mise en forme* d'un contenu. Ce travail de mise en forme est généralement associé à un mandat de mise en page et à une réflexion sur le rapport entre texte et image (JUBERT, 1996 : 38 ; LANTENOIS, 2013) plutôt qu'à une réflexion matérielle, tactile et graphique de l'objet lui-même.

### Question de recherche

Dans ce contexte, Roxane Jubert (1996) associe le travail du designer graphique à celui de traducteur. « Pour le concepteur qui met en forme un catalogue, [écrit-elle], il s'agit en premier lieu de traduire sur l'espace papier une manifestation culturelle, déjà présentée sous un certain éclairage » (JUBERT, 1996 : 38). Dans une perspective sémiotique, l'auteure affirme qu'un bon design de catalogue consiste à « penser l'image comme signe » et que cette image-signe « s'apparente à une denrée de base que le graphiste crée ou se réapproprie, en la nourrissant de sa propre réflexion pour lui donner du sens » (*Ibid.*). Jubert associe la notion de traduction à la production de sens issue d'une réappropriation d'un contenu initial. La présente recherche suit la même voie, mais substitue au concept de traduction celui d'interprétation (*Intra*, CHAP. 3). Ainsi, le passage de l'exposition au catalogue, que Jubert définit comme une traduction bidimensionnelle, est une interprétation réalisée par le designer graphique au moyen d'un travail de réappropriation des signes.

Partant de là, la présente étude cherche à élever le travail de mise en forme à un niveau qui permettrait de concevoir toute la création graphique, y compris les recherches de format, d'impression et de reliure, comme un vecteur de sens. La forme du catalogue d'exposition est envisagée comme une structure conceptuelle élaborée par des actions de mise en page et de mise en forme matérielle permettant de signifier l'exposition. Ainsi comprise, la production de sens par le design graphique est le point de départ pour réfléchir au rôle et à l'auctorialité de celui-ci au sein d'une commande éditoriale.

La question fondamentale qui oriente cette recherche est la suivante : en quoi et comment la forme du catalogue d'exposition peut-elle contribuer à signifier une exposition d'art contemporain?

### **Pertinence et objectifs**

Plusieurs points de vue peuvent témoigner de la pertinence de cette recherche : celui du design graphique – c'est la discipline dans laquelle s'inscrit la recherche –, celui des arts visuels – c'est la discipline dans laquelle s'inscrit l'objet de recherche –, et celui de la recherche-création – c'est le type de recherche.

Du point de vue du design graphique, la pertinence de cette recherche se situe tant sur le plan de la forme éditoriale que sur le plan de la forme relationnelle entre le designer et le commanditaire. Concrètement, l'intérêt est d'enrichir la définition du travail de mise en forme afin d'y inclure une conception graphique étendue de la publication, une conception sémiotique de la relation entre le contenu et la forme ainsi qu'une conception éthique du partage d'autorité entre le designer graphique et le commanditaire.

Du point de vue des arts visuels, la pertinence se distingue de trois manières : il s'agit (1) de retracer l'histoire des diverses formes du catalogue d'exposition depuis son apparition au XVI<sup>e</sup> siècle; (2) de faire voir les relations entre la forme du catalogue et son exposition, qui permettent de contribuer à la réception de sens; (3) d'interroger la possibilité d'un partage d'autorité et d'auctorialité entre l'artiste, le designer graphique et le commissaire dans le but de produire un catalogue qui contribue à la réception du sens de l'exposition.

L'intérêt pour la recherche-création en design résident dans le fait d'interroger, de déconstruire et de déplacer les formes de la recherche universitaire. Cette réflexion critique sur les formes et les formats de la science, et plus spécifiquement sur la forme du mémoire lui-même, permet de repenser la transmission des connaissances dans le contexte de la recherche en design.

Ainsi, cette recherche-création interroge le catalogue d'exposition du point de vue du design graphique dans le but de produire des résultats qui portent (1) sur la relation entre le sens et la forme d'une publication, (2) sur le partage d'autorité comme condition de production, (3) sur l'acte auctorial du designer graphique dans le cadre d'une commande, et (4) sur le gabarit comme espace d'interprétation.

Si cette recherche tente d'établir les liens entre le catalogue et l'exposition que ce catalogue cherche à signifier, ce n'est pas pour trouver *la* forme d'un catalogue unique, mais bien pour proposer *une* forme signifiante d'*une* exposition donnée. Dans le contexte du design graphique, l'espace de création est délimité par la notion de commande et de contraintes. Cette recherche est une invitation à réfléchir aux enjeux, aux statuts et aux pratiques du design graphique dans la conception de catalogues d'expositions où plusieurs intervenants sont concernés. Bien que chacun – designer graphique, artiste et commissaire – ait son interprétation singulière, l'objectif est d'arriver à un partage d'autorité et d'auctorialité dans la mise en forme du catalogue.

### **Limites**

Le sujet de recherche se situe au croisement des domaines du design graphique, des arts visuels et du commissariat. Bien qu'il se dégage des conclusions spécifiques pour le design graphique, en raison de l'angle de recherche, plusieurs autres pistes intéressantes ont des répercussions sur le domaine des arts et celui du commissariat. Dans cette perspective,

les recommandations de la présente étude, en lien avec le processus de production d'un catalogue d'exposition (*Infra*, CHAP. 7), mériteraient une étude plus approfondie dans le domaine de la muséologie, où divers groupes d'intervenants (artistes, designers graphiques et commissaires) mettraient en pratique les résultats dans différents types d'institutions d'art : galeries, centres d'artistes, musées. Enfin, il faut remarquer que la forme singulière de cette recherche – texte et œuvre –, bien que conforme aux normes éditoriales de l'UQO, ne correspond pas à la tradition, qui suppose une production séparée du texte et une présentation publique d'œuvres (une exposition).



## **DESIGN**

### **[MÉTHODOLOGIE]**

**Design.** Selon le designer Norman Potter, l'acte de design doit résulter d'une symbiose entre des éléments de savoir, de savoir-faire, de créativité et de compréhension, consolidée par l'expérience (POTTER, 2011: 24). La recherche en design, selon Stéphane Vial (2015) et Alain Findeli (2015), doit se différencier de l'acte de design. Findeli affirme qu'une distinction entre le volet théorique et le volet pratique doit être maintenue afin de produire et de communiquer des connaissances scientifiques. À l'opposé d'une telle affirmation, la présente recherche propose une zone de convergence entre théorie et pratique. À cet effet, la symbiose proposée par Potter pour l'acte de design est ici transposée à l'acte de recherche en design graphique : il s'agit donc encore d'une combinaison de savoir, de savoir-faire, de créativité, d'expérience et de compréhension. Ce deuxième chapitre présente, d'une part, les modèles méthodologiques retenus et, d'autre part, la méthode spécifique employée dans cette recherche.



## N°1

**Étude méthodologique**

## Lexique

*Qu'est-ce que faire de la recherche en design graphique ? Est-ce que le design est considéré comme une discipline scientifique ? Quels sont les modèles méthodologiques ? Est-ce que la recherche-crédation enseignée dans les universités québécoises s'applique au design graphique ? Comment les notions de projet ou de commande peuvent-elles se concrétiser au sein d'une recherche-crédation ? Cette première revue de littérature rend compte des enjeux actuels en ce qui a trait à la recherche en design graphique par l'entremise d'un court aperçu des notions de science du design, de recherche-crédation, de recherche-projet et de design graphique.*

**Science du design.** Cette science qui concerne le design graphique est introduite et développée par Stéphane Vial et Alain Findeli dans le premier numéro de la revue *Science du design* (2015). Dans son texte *Qu'est-ce que la recherche en design ? Introduction aux sciences du design*, Vial (2015) reconstruit le récit des origines du design et définit ce type de recherche comme science et discipline. Il présente, par la même occasion, un bref état de la recherche internationale et de la situation francophone en particulier. La notion de *science du design* est abordée dans la quatrième partie de l'article où l'auteur expose, à partir des définitions et des modèles de Bruce Archer, Nigel Cross et Alain Findeli, le passage d'un « savoir en design » à celui d'une « science » (*Ibid.*:31-33). Quant à la recherche actuelle, deux perspectives sont distinguées par Vial : la recherche-crédation et la recherche-projet. ↯

**Recherche-création.** Théorisée notamment par Éric le Coguiéc (2006; 2007), Monik Bruneau (2006) et Pierre Gosselin (2007), la recherche-création a été introduite dans les Universités du Québec (UQ) afin de permettre aux praticiens du domaine de l'art de faire de la recherche et de prendre ainsi part à ce que l'institution qualifie de « recherche scientifique » (LE COGUIEC, 2006; GOSSELIN, 2007; LÉCHOT HIRT, 2010). Lysianne Lécho Hirt (2010; 2015) contribue à cette extension en développant un cadre théorique et un modèle de recherche-création en design. Dans son livre, elle opère un rapprochement entre la pratique en arts visuels et celle du design. En substituant à la définition ontologique de l'art une définition pragmatique, l'auteure donne une légitimité aux dimensions expérimentales et les rend applicables au design. En d'autres termes, par le rejet des définitions centrées sur l'œuvre au profit de celles portant sur le processus créatif, elle établit un lien entre la recherche-création pensée par Le Coguiéc, Gosselin et Bruneau et la recherche-projet développée par Findeli. La théoricienne souligne qu'il ne s'agit pas seulement d'étudier la création, mais plutôt de se servir de celle-ci dans une démarche de recherche et de production de connaissances (2010: 29).

Toutefois, Lécho Hirt admet que la méthodologie de la recherche-création ne fait pas l'unanimité. L'article *De la recherche-création à la recherche-projet : un cadre théorique et méthodologique pour la recherche en architecture*, écrit en 2007 par Alain Findeli et Anne Coste, condamne le manque de rigueur scientifique de la recherche-création et propose de la remplacer par un modèle de recherche-projet. En réponse à cette critique, Lécho Hirt publie *Recherche-création en design, modèles pour une pratique expérimentale* (2010) et fait valoir que, du point de vue pragmatique, la recherche-création et la recherche-projet sont fondamentalement semblables (2010: 33). Par ailleurs, on note que la préface de cet ouvrage est de Findeli qui, trois ans plus tôt, avait lourdement critiqué la scientificité de son modèle de recherche-création. Findeli affirme cette fois-ci dans cette préface que ce modèle a su « mériter sa place dans la communauté de recherche » (2010: 14). Cependant, la conclusion quelque peu pessimiste de la préface de Findeli souligne encore deux lacunes du modèle de recherche-création en design de Lécho Hirt. D'une part, il indique que la

discipline « art & design » n'a pas encore été établie et, d'autre part, que le critère de « contribution originale et significative des connaissances dans la discipline », c'est-à-dire les résultats de la recherche comme production de savoir, demeure une question non résolue (FINDELI, 2010: 11).

Ce thème est aussi abordé dans l'article de Vial (2015), qui déplore un manque de production de connaissances dans le modèle de recherche-crédation en design de Lécho Hirt. D'un point de vue épistémologique, Vial (*Ibid.*: 27-28) fait une distinction entre la recherche scientifique et la quête créative. En se fondant sur les postulats théoriques des chercheurs Nigan Bayazit (2004), Nigel Cross (2007) et Lysianne Lécho Hirt (2010), l'auteur considère que l'acte de design, qui consiste à imaginer et produire un objet, ne peut être confondu avec l'acte de recherche (*Ibid.*). Vial souligne qu'« [ê]tre à la recherche de quelque chose au sens de l'art n'est pas la même chose que faire de la recherche au sens de la science » (*Ibid.*: 27). Selon l'auteur, il faut faire preuve d'une « grande prudence » à l'égard des « pratiques émergentes dites < recherche-crédation > » (*Ibid.*). ↯

**Recherche-projet.** Ce modèle, développé par Findeli (2005 ; 2007; 2015), fait autorité aujourd'hui dans le domaine du design. Selon Lécho Hirt (2010 : 31), Findeli est l'auteur francophone ayant le plus réfléchi à la notion de conception de projet dans un contexte de recherche. Son modèle puise sa théorie dans la philosophie pragmatique américaine de Charles Peirce puis de John Dewey (*Infra.* CHAP.3) et se fonde sur une méthode de « théorisation située » (FINDELI, 2007). Selon cette méthode, la création n'est pas considérée comme un outil de vérification d'hypothèses, mais comme une « mise au travail » des concepts, permettant d'en dégager des connaissances. Selon Findeli, la problématique de la recherche doit faire une distinction entre le projet de recherche (volet théorique), qui a pour objectif de produire des connaissances transférables, et le projet de design (volet création), qui répond à une commande réelle (volet projet) (*Ibid.*). En vertu de sa cohérence pragmatique, le modèle de Findeli prévoit une phase en aval du projet comprenant la réception, l'usage et l'interprétation. ↯

**Design graphique.** La pratique du design graphique est considérée comme intégrée dans la discipline du design, mais elle est aussi une discipline en soi. Or, Jean Olivier Noreau (2008), constate un déficit de « théorie forte », c'est-à-dire de recherches fondamentales qui ont pour but de comprendre, décrire, expliquer et rendre intelligible la pratique du design graphique. Dans son mémoire, *À la recherche d'un cadre théorique pour la pratique du design graphique* (2008), Noreau définit la pratique du design graphique et propose une topologie de la recherche en design graphique. Il montre comment cette recherche est *de facto*, grâce à son histoire, une discipline. Finalement, dans le but de pallier le manque théorique, il présente un « modèle synthèse » fondé sur la nature intersubjective de l'activité en design graphique, inspiré de trois théories : le *wicked-problem* de Hörst Rittel, la *réflexion-en-action* de Donald Schön et l'herméneutique de Adrian Snodgrass et Richard Coyne. ↯

*Ce bref survol permet d'affirmer que le design, tout comme le design graphique, sont des disciplines qui peuvent être considérées de façon scientifique* (VIAL, 2015; NOREAU, 2008).

*Se distinguent deux postures distinctes : la recherche-crédation* (LE COGUIEC, 2006 ; GOSSELIN, 2007; LÉCHOT HIRT, 2010) *et la recherche par projet* (FINDELI, 2005 ; 2007; 2015). *Dans les institutions québécoises, une recherche en design s'inscrit obligatoirement dans le cadre d'une recherche-crédation. Or, cette forme de recherche ne répond pas aux critères méthodologiques propres à la discipline du design graphique, qui fait généralement usage de la commande comme élément moteur de la recherche. C'est dans cette perspective qu'une méthodologie à la croisée de ces deux postures est élaborée dans la présente recherche. Finalement, c'est avec grande prudence, mais aussi avec une ferme conviction que le savoir-faire propre au design graphique est utilisé pour signifier les résultats.*

La méthodologie de la présente recherche suit l'approche "*pick-and-mix*" (YEE ET AL., 2011). Connue dans les sciences du design, cette approche fait écho au concept de « bricolage » de Claude Lévi-Strauss (2014), établi dans le domaine des sciences humaines. Elle guide le processus de réponse à la question de recherche, puisqu'il convient en effet d'opérer une sélection (*pick*) et une combinaison (*mix*) de méthodes qualitatives et interprétatives situées dans l'action. Ce qu'on pourrait appeler le *design méthodologique* de la présente étude prend forme à partir de trois modèles des sciences du design, soit ceux de Christopher Frayling (1993), Alain Findeli (2005), et Daniel Fallman (2008), afin de repositionner la recherche-création dans la discipline du design graphique.

### Modèles

**Recherche pour / sur / par le design.** À la suite de Herbert Read, Frayling (1993) distingue trois types de relations possibles entre les activités de recherche et de création, permettant de définir la recherche dans la discipline des arts et du design : "Research for art and design, research *into* art and design, research *through* art and design". Findeli (2005) déplace ce découpage typologique dans les sciences du design. Ainsi, en français, on peut lire : recherche *pour* le design, recherche *sur* le design et recherche *par* le design. Une recherche *pour* le design est réalisée dans le but de concevoir une réalisation, un objet. Ce type de recherche guide la pratique professionnelle et est rarement communiquée puisqu'elle prépare le projet. Une recherche *sur* le design s'intéresse aux objets et à leurs usages. Elle mène généralement à l'analyse des perspectives historiques, théoriques ou sociales d'une discipline. Bien qu'elle résulte généralement en une publication scientifique, ce type de recherche produit des connaissances théoriques dites « faibles » (*Ibid.*). Une recherche *par* le design fait, au contraire, usage du design comme moyen de conduire la recherche. De type fondamental, elle s'articule autour d'une production spécifique, documente le processus de création et produit des connaissances définies comme étant « fortes » (*Ibid.*).

Il faut souligner que la distinction entre « théories faibles » et « théories fortes » ne doit pas être connotée négativement, mais relève plutôt d'une différenciation au niveau des objectifs de recherche. La théorie « faible » est associée aux recherches appliquées, tandis que la production de théorie « forte » est associée aux recherches fondamentales. Jean-Olivier Noreau reprend cette distinction dans le domaine du design graphique : « les théories faibles portent sur la portion graphique de l'expression < design graphique >, alors que les théories fortes, elles, porteront sur la portion *design* » (2008: 25). Ainsi, les travaux visant à rendre intelligible la création produiront des théories fortes, par le biais de modèles théoriques sur l'épistémologie et de méthodologies propres à la pratique du design graphique.

**Recherche-projet.** Ce modèle, proposé par Findeli, est un modèle dans lequel la recherche est conduite par le projet de design. Selon Findeli, ce type de recherche se fonde sur ce qu'il comprend de « la maxime d'inspiration pragmatique voulant que, pour penser juste, il convenait de penser < en projet > » (2015:44-54). Le concept de projet est l'équivalent du terrain en sciences sociales ou du laboratoire en recherche expérimentale. Ainsi positionnée dans un contexte professionnel, la recherche-projet se livre à un travail réflexif « en action », et interprétatif « hors action » (*Ibid.*). Elle repose toutefois sur la distinction entre projet de design et projet de recherche en design. Ce type de recherche-projet propose d'observer tant le « monde extérieur » sur lequel porte le projet que le « monde intérieur » du projet lui-même (processus, acteurs, intentions, valeurs, attentes, usage, etc.) (*Ibid.*). Ce modèle considère l'espace à la fois en amont et en aval du projet. En amont, c'est-à-dire dans la phase de conception, un déplacement se produit où la recherche n'est plus centrée sur l'objet, mais plutôt sur les acteurs du projet. En aval, le centre de l'intérêt se déplace de l'objet vers l'expérience des usagers (FINDELI ET BOUSBACI, 2005). Il en résulte en pratique une production écrite scientifique dans laquelle les projets de design prennent très peu de place et se voient généralement annexés.

**Triangle de la recherche en design.** Le modèle réalisé par Daniel Fallman (2008) cherche à rendre compte des relations entre les artefacts, le contexte de production et l'utilisateur. Ce modèle présente trois activités dans le contexte de la recherche en design : la pratique professionnelle [*design practice*], la recherche en design [*design studies*] et l'exploration en design [*exploration design*]. Bien que les méthodes, les techniques et les outils soient similaires dans les trois activités, ce sont les « traditions » et les « perspectives » qui diffèrent. Ainsi, il est possible de se positionner dans chacune des activités lors d'une même recherche en design. L'objectif est, dans ce cas, de naviguer entre ces perspectives pour créer des tensions et produire des résultats.

Les trois modèles décrits jusqu'ici constituent le socle du « design méthodologique », toutefois adaptés et réappropriés afin de correspondre (1) au type de recherche en design graphique envisagé, (2) à la nature des objectifs et (3) à la transférabilité des connaissances en design graphique.

### **Méthode**

La présente recherche est pragmatique et appliquée. Conduite par l'idée d'une « pensée en action », elle considère en effet le design graphique comme une méthode de recherche dont le savoir-faire constitue une partie intégrante. Pour reprendre la tripartition de Frayling (1993) et de Findeli (2004), cette recherche est menée *par* le design graphique. Elle est orientée par des commandes (FINDELI, 2004), soit trois mandats de catalogues d'expositions, et réalisée dans trois contextes : professionnel (commande), exploratoire (volet création) et théorique (volet recherche) (FALLMAN, 2008; FINDELI, 2004).

À cet effet, la recherche se voit confrontée à divers intervenants – le ou les commanditaires du projet de catalogue (artiste, commissaire), les pairs de la recherche et les usagers –, tous susceptibles d'intervenir au cours des différentes phases du processus de recherche. Ainsi, le déplacement entre divers contextes permet d'élargir les perspectives de la recherche, de la création (exploration et commande), de l'analyse et de la communication des résultats.

### Activités de recherche

Les termes *exploration*, *interprétation*, *commande* et *recherche* permettent de synthétiser la méthode choisie pour le présent projet. Ces termes désignent à la fois les activités de la recherche et ses outils méthodologiques, dont la fonction et le statut varient selon l'étape de la recherche. Ce ne sont pas des étapes préétablies : leur ordre d'exécution s'élabore en fonction des besoins de recherche, au moyen d'allers-retours. Dans cette optique, l'usage de l'ordre alphabétique est choisi afin de présenter les termes comme des éléments autonomes. Ils sont définis comme suit :

**Exploration.** Associée au volet création, l'exploration permet de faire autrement, de réfléchir aux possibilités en dehors des paradigmes établis en cherchant à répondre à la question "what if ?" (et si ?) (FALLMAN, 2008). L'exploration s'éloigne ainsi des contraintes de la commande et s'ancre dans le savoir-faire. L'exploration est ici considérée comme un acte de recherche scientifique et non comme une quête créative. L'ouverture sur les alternatives est un moyen de conduire cette recherche, mais aussi un outil de communication, de critique, voire de provocation. Les résultats de cette activité se manifestent sous plusieurs formes : gabarit, propositions ou critiques.



**Interprétation.** Liée à l'analyse du savoir, du savoir-faire ainsi qu'à la production de résultats, l'interprétation est la passerelle qui permet les déplacements entre les trois zones de la recherche – théorie, exploration et commande. En raison de cette fonction centrale, l'interprétation fait l'objet d'un cadre conceptuel au chapitre suivant (*Infra.* CHAP. 3).

**Commande.** La commande permet de circonscrire la recherche dans une pratique professionnelle. Dans ce contexte, la designer-chercheuse s'engage comme créatrice et non comme observatrice (FALLMAN, 2008). C'est dans le savoir-faire, dans la conception et dans la réalisation de mandats spécifiques que la réflexion *par* le design graphique est possible. La commande en milieu professionnel favorise l'échange entre les intervenants, la multidisciplinarité et, dans certains cas, le co-design (FINDELI, 2015). L'engagement sur le terrain permet la mise au travail des concepts en vue d'en établir de nouveaux. En d'autres termes, la création de catalogues d'expositions, dans un contexte professionnel, nourrit les réflexions de recherche, du cadre académique, et permet de dégager des connaissances pour la discipline.

**Recherche.** Associée au volet théorique, la recherche est une activité qui a pour objectif de découvrir des connaissances et d'en dégager des résultats généraux. Or, cette étape permet aussi de sortir du cadre solitaire du chercheur afin de nourrir les réflexions par la discussion et les échanges avec la communauté scientifique (FALLMAN, 2008). Dans le cas présent, la recherche est une activité menée sur des textes théoriques et des catalogues d'expositions. Le résultat de cette activité est une contribution aux savoirs de la discipline, d'un point de vue théorique et méthodologique. Cette contribution se manifeste en l'occurrence par le biais de communications, d'expositions et d'un mémoire-catalogue.

**Apostille** // Selon Nigel Cross (1982), la « préoccupation dans le domaine de la recherche en design doit être le développement, l'articulation et la communication du savoir en design ». Cette recherche met de l'avant l'idée que le design graphique est un outil de communication pouvant participer à cette articulation et à améliorer la diffusion du savoir théorique (*Infra*. CHAP. 8). En supplément au *Notes au lecteur*, quelques annotations en marge sont ajoutées dans la publication afin d'informer sur son usage et de montrer certains espaces de création.

### Principe de convergence

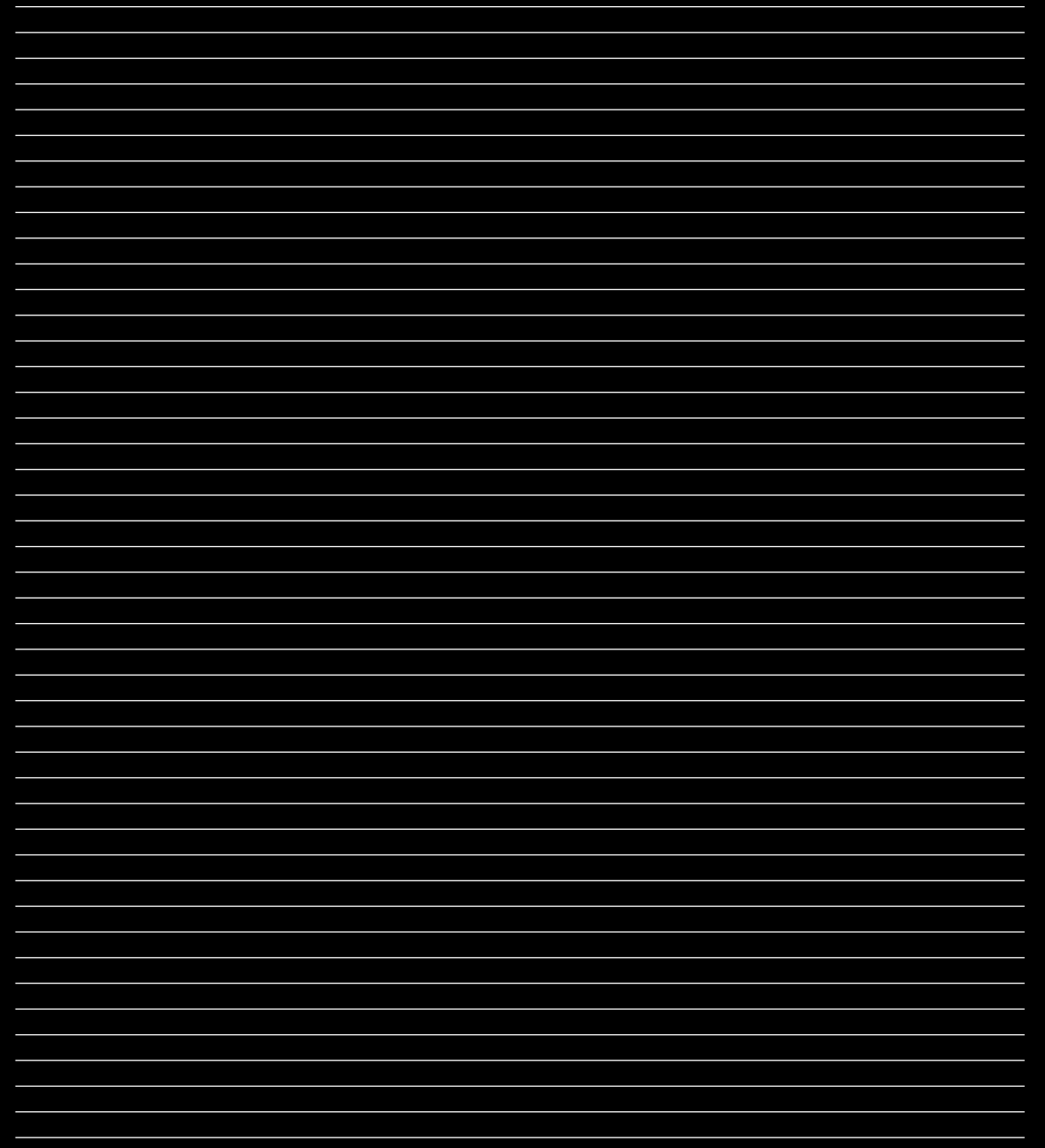
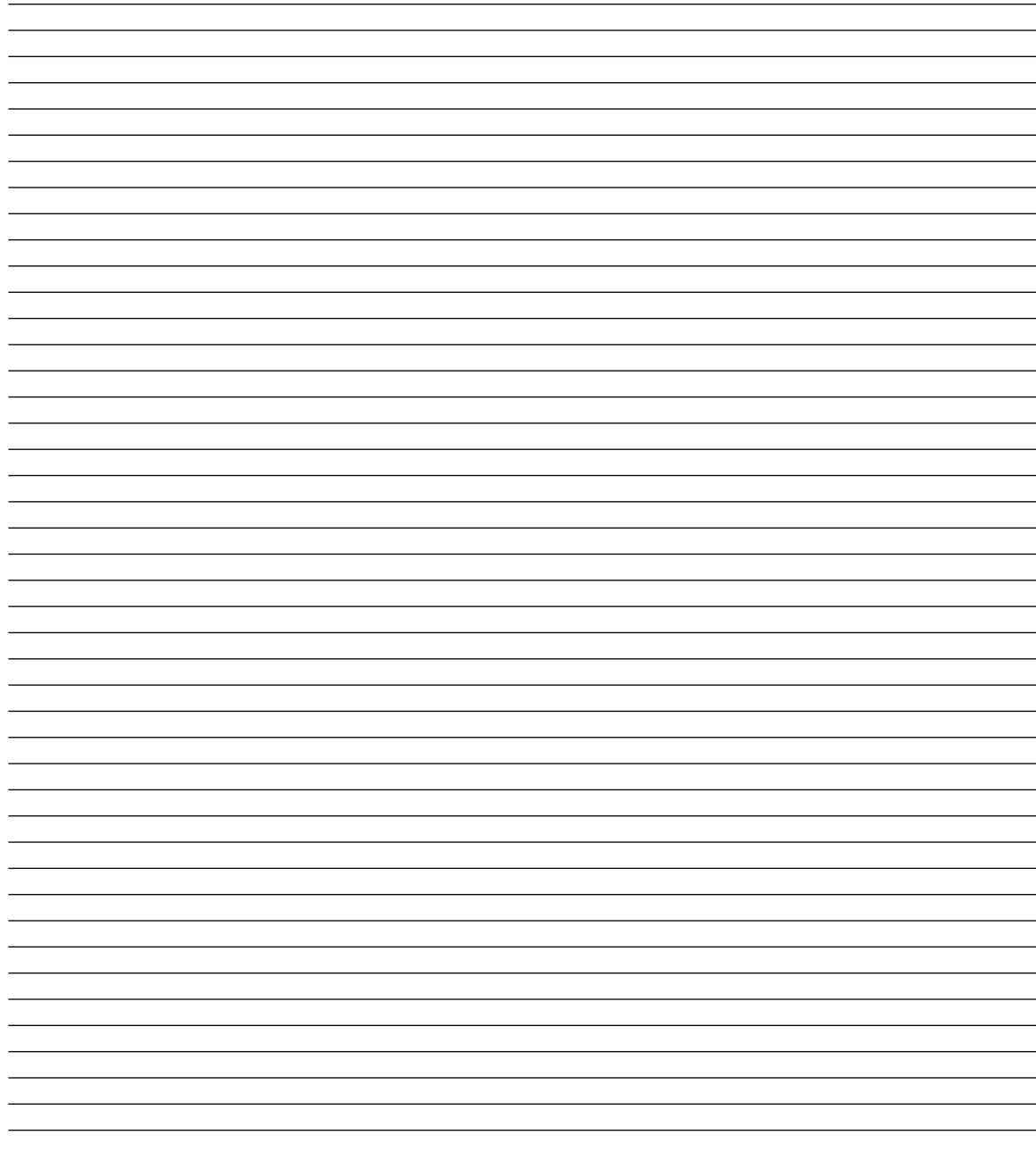
Le concept méthodologique général est celui de *convergence* : les diverses activités de recherche se nourrissent mutuellement afin d'amener la designer-chercheuse à faire des allers-retours entre le savoir et le savoir-faire. Les étapes – recherche, création, analyse, résultat, communication – s'effectuent dans un contexte à la fois de recherche (volet théorique), d'exploration (volet création) et de commande (contexte professionnel). Cette approche heuristique se base sur l'exploration, la succession de projets et l'analyse de ceux-ci dans différents contextes. Finalement, l'objectif n'est pas la validation par étapes, mais plutôt le travail dans une zone de convergence définie par le va-et-vient entre le projet de recherche et le projet de design, afin de favoriser la découverte.

### Matérialisation de la recherche

Actuellement, la matérialisation d'une recherche-crédation en design graphique au Québec est un double rendu : la production d'un texte et la diffusion publique d'une œuvre. Or, le principe de convergence invite à faire usage du design graphique dans la matérialisation de la recherche elle-même. Ainsi, la production de connaissances est présentée sous forme d'un produit *de* design graphique (volet création) portant *sur* le design graphique (volet théorique) et produisant des connaissances (recherche-crédation) *pour* le design graphique. Dans cette perspective, la pratique peut contribuer à la théorie tout comme le savoir peut contribuer à la production. En d'autres termes, c'est dans son ensemble – théorie et pratique – que l'utilisateur peut prendre pleinement connaissance de la recherche-crédation. Toutefois, ce principe de convergence, qui résulte en un objet de recherche singulier, ralliant œuvre et production écrite, ne doit pas nuire à la transférabilité des connaissances, mais bien y contribuer.



**Apostille // La grille de ligne de base**  
est utilisée pour forcer les lignes  
du texte courant à s'aligner entre elles  
d'une colonne à l'autre.



L'interlignage simple  
ou double se traduit  
dans Indesign  
par la grille de base.



## **INTERPRÉTATION**

[CADRE THÉORIQUE]

Ce troisième chapitre présente le concept d'interprétation, fondement théorique du travail de recherche. Outil à la fois théorique et pratique, l'interprétation permet de problématiser et de rendre intelligible l'étude. Empruntée au pragmatisme philosophique, elle est adaptée au domaine du design graphique et au contexte spécifique de la présente recherche.

## N°2

**Étude pragmatique**

## Lexique

« *La science est liée au pragmatisme. Non la science comme résultat, ni même comme technique, mais la science comme méthode* » (DELEDALLE, 1979 : 51). *Ces mots empruntés à Gérard Deledalle, spécialiste français de la philosophie pragmatique américaine, permettent de contextualiser la deuxième revue de littérature qui suit. Les notions d'expérience, d'usage et d'interprétation, explicitées dans ce lexique, informent sur la méthodologie et sur le cadre d'analyse de la présente recherche.*

**Pragmatique.** L'étymologie grecque renvoie à « pragma » ou « praxis », termes associés au *faire*. Or, selon Deledalle, si cette filiation du mot *pragmatique* est pertinente, elle n'est qu'indicielle (1979:148). L'idée générale de la pragmatique, pour ce qui concerne le sujet dont il est ici question, est à comprendre dans le contexte de la *sémiotique*, c'est-à-dire l'étude de la logique des signes et de leur signification : c'est l'idée que le sens d'un concept se manifeste à l'usage. Selon le mot d'ordre formulé par John Wisdom : « Ne cherchez pas la signification, cherchez l'usage » (1952:258; cité par deledalle, 1979:148).

Le pragmatisme en philosophie naît et se développe aux États-Unis à la fin du 19<sup>e</sup> et au début du 20<sup>e</sup> siècle. Charles S. Peirce (1839–1914) en a énoncé le principe théorique, John Dewey (1859 – 1952) l'a introduit dans la philosophie de l'art tandis qu'en Europe, Ludwig Wittgenstein (1889 – 1951) a énoncé des idées voisines, en insistant notamment sur la notion d'usage. Les perspectives tirées de ces philosophes présentées ici s'appuient sur des extraits de leurs écrits ainsi que sur les recherches de François Latraverse (1987), Jean-Pierre Cometti (2010) et Gérard Daledalle (1979).

La notion de pragmatique fait l'objet d'une enquête dans l'essai *La pragmatique, histoire et critique*, du professeur de philosophie québécois François Latraverse (1987), qui dresse un portrait historique de l'intuition pragmatique et explique les relations entre les trois composantes de la théorie énoncée par Charles Morris (*syntactique, sémantique et pragmatique*) à partir des travaux du philosophe américain Charles S. Peirce. Latraverse indique qu'il n'existe pas, à ce jour, d'unité de sens permettant d'établir un programme pragmatique théorique en sémiotique. Si la notion d'*usage* est le fil conducteur, il reste que les compréhensions sont multiples et entremêlées (LATRAVERSE, 1987 : 252). ↯

**Maxime pragmatique.** Selon Jean-Pierre Cometti, la théorie du sens de Peirce se caractérise par une relation à l'expérience (2010 : 57). Ainsi, le sens d'une pensée rationnelle se conçoit en considérant l'ensemble des effets impliqués par l'expérience de cette pensée (*Ibid.* : 58). C'est la fameuse *maxime pragmatiste*, que Peirce formule ainsi : « Considérer quels sont les effets pratiques que nous pensons pouvoir être produits par l'objet de notre conception. La conception de tous ces effets est la conception complète de l'objet » (CP 5.402, cité par Cometti, 2010)<sup>1</sup>. En d'autres termes, le processus de la signification est orienté vers la pratique, l'expérience et l'usage. Pour Cometti, le pragmatisme est « le point de départ d'une préconception de la rationalité, d'une théorie de l'action et d'une philosophie de l'invention et de la créativité » (*Ibid.* : 18).

---

1

CP – suivi du numéro de volume, d'un point et du numéro de paragraphe, renvoie aux *Collected Papers Of Charles Sanders Peirce* (PEIRCE, 1931–1958).

**Expérience.** La notion d'expérience est repositionnée dans le milieu des arts par le philosophe pragmatiste John Dewey. Dans son livre *L'art comme expérience* (DEWEY, 2010), il développe une esthétique pragmatiste qui vise non pas à privilégier le sujet, mais l'*expérience*. L'auteur affirme que, lorsqu'on s'éloigne de l'objet artistique pour réfléchir sur les *actions* et sur les *effets* engendrés par l'expérience de cet objet, il est possible d'en dégager une signification générale (*Ibid.*:22). C'est en repositionnant l'œuvre d'art dans un « contexte humain », un contexte d'« expérience ordinaire », qu'il est possible de comprendre l'objet artistique dans sa relation avec le monde (*Ibid.*:32). Ainsi, Dewey fait de l'expérience l'assise principale de sa méthode et cherche à comprendre le sens de l'œuvre du point de vue de ce qu'elle *peut faire* plus que du point de vue de ce qu'elle *est*. Selon l'auteur, le terme *sens* renvoie à « une vaste gamme de contenu : le sensoriel, le sensationnel, le sensible et le sentimental, sans oublier le sensuel » (*Ibid.*:41). Toutefois, le sens en tant que signification découle d'un processus d'intellectualisation : si l'expérience de l'objet d'art se vit par les sens, c'est l'esprit qui permet d'en extraire sa signification (*Ibid.*:42). Dans cette perspective, le cadre de l'expérience élimine la distinction entre la dimension esthétique et la dimension intellectuelle, pour les faire converger dans un seul processus : l'expérience de l'objet d'art. Ainsi, cette approche pragmatique rend possible une rencontre entre l'art et la science (*Ibid.*:36), termes qu'on a pourtant l'habitude de considérer comme opposés.

**Usage.** Des travaux de Wittgenstein, qui prennent forme à partir de 1918 dans le *Tractatus logico-philosophicus* (LATRAVERSE, 2001), on peut notamment tirer cette idée que, lorsqu'on cherche la signification d'un mot, ce n'est pas vers l'étymologie qu'il faut se tourner, mais bien vers les effets produits à l'usage du mot, comme l'indique par ailleurs aussi la maxime de Peirce citée plus haut. Dans son livre *Théorie et pratique du signe*, à la section « signe et signification » (1979:147-155), Deledalle explique que l'interprétation, ou ce que Peirce appelle le signe « interprétant », est le moyen, le support permettant de donner le sens. Ce moyen n'est pas en lui-même le sens. Ainsi, le sens d'un mot (ou de tout autre signe) s'établit à travers l'usage que nous en faisons dans l'expérience, dans le monde des objets

(1979:147-155). Selon Wittgenstein, cette relation à l'usage est nécessaire pour animer et donner sens aux signes :

Privée de sens ou privée de pensée, une proposition est une chose morte. Il est clair en outre que pour donner vie à une proposition, il ne suffit pas de lui ajouter quelques signes abstraits. Nous en concluons que pour donner vie à la proposition, il faut que s'ajoute au signe inerte un élément immatériel, doué de qualités toutes différentes de celle d'un simple signe. Et si l'on nous demande de donner un nom à ce qui anime le signe, nous dirons que c'est son utilisation.  
(WITTGENSTEIN, cité par deledalle, 1979: 149).

Wittgenstein appelle l'environnement où les messages prennent leurs significations le « jeu de langage », jeu défini par des règles que l'on peut partager (DELEDALLE, 1979). Tel que nous l'avons vu, l'usage est une condition d'activation des signes. « Dans un jeu de langage, une phrase ne possède pas un sens en raison de sa forme, mais en relation avec un contexte d'échanges et d'interactions qui, tout en présupposant un certain type d'apprentissage et d'habitudes préalables, en détermine les possibilités de compréhension » (COMETTI, 2007: 166). Selon Cometti, cette condition nécessaire pour la compréhension du sens du mot ou d'une expression dans le jeu de langage peut être transposée à l'objet d'art (2007: 166). Ainsi, dans la présente recherche, la *forme* du catalogue n'est pas elle-même le sens, mais un ensemble de signes qui, par l'expérience, et l'usage d'une communauté d'interprètes, permet à la signification de se déployer. ↯

La notion d'interprétation développée par Peirce permet d'expliquer comment l'usage d'un signe participe à la communication du sens. Le philosophe définit l'interprétation par le biais d'une conception triadique du signe, dans laquelle coopèrent trois instances ordonnées comme suit : (1) le signe lui-même, (2) l'objet du signe et (3) l'interprétant du signe. Voici ce qu'écrit Peirce en 1902 :

Un Signe, ou Representamen, est un Premier qui a, par rapport à un Second, appelé son Objet, une relation triadique authentique telle qu'il peut déterminer un Troisième, appelé son Interprétant, à entretenir la même relation triadique avec l'objet que celle qu'il a lui-même avec cet objet.  
(CP 2.274, traduit par Deledalle, 1990).

Plus simplement, sans entrer dans l'analyse des concepts de « Premier », « Second » et « Troisième », le signe chez Peirce se constitue de trois relations : (1) une relation à la



forme qui représente le matériel signifiant, le support, le véhicule de la signification;  
 (2) une relation à la chose représentée ou signifiée; (3) une relation à l'interprétant,  
 c'est-à-dire à un autre signe qui vient activer la relation entre le premier signe et son objet.  
 Le signe peut ainsi être interprété par une quantité indéfinie d'interprétants.

On pourrait introduire, à la suite de Gilles-Gaston Granger, une distinction entre le sens, qui renvoie à la relation entre le signe et l'objet, et la signification, qui relate le « jeu des interprétants » pouvant varier d'un récepteur à l'autre (LATRAVERSE, 2010:58). Ainsi, Klinkenberg (1996:314) souligne que deux interprètes peuvent obtenir des interprétations différentes d'un même signe s'ils ont opéré à partir d'interprétants différents. Selon les auteurs, l'interprétant est un élément dynamique, et ce doublement : par la production d'une expérience ou d'une action et par son principe d'interprétation théoriquement illimité. Puisqu'un interprétant est lui-même, par ailleurs, un signe, il possède à son tour un interprétant, lequel est de même un signe, et ainsi de suite. Granger (1977) et Latraverse (2010) suggèrent que l'interprétation, chez Peirce, trace une voie vers la pragmatique. Selon Klinkenberg, en considérant le signe non plus comme une relation binaire entre signifiant et signifié (sémiologie européenne issue de Ferdinand de Saussure), mais comme un processus continu entre l'objet, le signe et l'interprétant, « la perspective pragmatique restitue sa place à l'interprète et à son action sur le monde » (1996 : 315). ↯

*Tout comme la pragmatique, la recherche-crédation, de facto, prend son ancrage dans le faire, dans l'action, dans l'invention et dans la pratique du design. La méthodologie retenue pour la présente recherche s'inspire donc de ce mouvement, qui prend en considération à la fois le contexte de production et le contexte de réception des signes (Supra, CHAP. 2). Dans un premier temps, cette étude propose une réflexion sur la nature du catalogue comme ensemble de signes, aux diverses formes types et aux effets d'un design signifiant un contenu (Infra, CHAP. 4 et 5). Dans un second temps, les notions d'interprétation et d'usage permettent de s'éloigner un instant de l'objet et de s'intéresser aux effets que produit la forme du catalogue sur la réception (Infra, CHAP. 7).*

Le concept d'*interprétation*, emprunté à la pragmatique, guide l'analyse de la présente recherche. Il permet de réfléchir au double processus qui relie l'exposition et le catalogue : d'une part, le travail interprétatif de la designer-chercheuse par la forme éditoriale; d'autre part, l'interprétation de l'utilisateur qui active le sens par l'expérience du catalogue.

**Interprétation.** Le catalogue est un ensemble de signes qui, à l'usage, peuvent être interprétés de manière à contribuer à l'activation du sens de l'objet auquel ces signes se réfèrent, soit l'exposition. En d'autres termes, le travail de mise en forme d'un catalogue donne à voir les conditions du lisible et du visible, qui permettent à l'utilisateur d'activer le sens de l'exposition.

**Acte de design.** Le philosophe pragmatiste John Dewey définit l'acte d'expression comme « l'interprétation réfléchie qui émane de l'observateur » (2010: 85). Du point de vue du design graphique, cet acte se traduit dans l'objet du catalogue d'exposition par les choix graphiques et matériels qui le constituent. Ainsi, le design du catalogue est une interprétation de forme qui, au sens de Dewey, produit des *effets* lorsqu'un utilisateur en fait l'expérience. C'est dans une perspective de ce qui *peut faire* et non ce qui *est* que le design du catalogue doit être pensé afin de dégager son potentiel signifiant. Partant du principe qu'interpréter est l'action qui, dans un premier temps, relie le travail de l'artiste à son œuvre et, dans un second temps, son œuvre à l'utilisateur, il devient possible de transposer cette notion d'expression de Dewey à l'acte de design. De tel sorte que l'acte de design est à la fois l'interprétation du designer graphique face à une commande donnée et l'expérience du catalogue qui amène l'utilisateur à en saisir le sens. Or, quelle place l'interprétation a-t-elle au sein d'une commande éditoriale? L'interprétation s'oppose aux traditions qui relient la commande à la fonction d'« exécution ». Toutefois, s'ouvrir à un contexte de production qui permet l'interprétation comme réponse graphique à une commande est nécessaire pour qu'une forme de catalogue puisse signifier l'exposition. Ainsi, l'acte de design ne peut s'opérer que s'il prend place dans un lieu de collaboration, de cocréation et de coauctorialité entre les divers acteurs de la commande (*Infra*. CHAP. 7).

**Usage.** Selon Dewey, l'interprétation désigne à la fois l'action et le résultat (*Ibid.* : 109)  
– elle est l'acte et l'objet. Dans cette perspective, l'acte de design se manifeste lorsque le designer graphique matérialise son interprétation dans la forme du catalogue d'exposition, et dans le catalogue lui-même. Or, le catalogue n'est pas le sens. C'est l'usage du catalogue qui permet la réception de sens. En s'appuyant sur la théorie du signe de Peirce, trois relations peuvent être définies : (1) une relation à la forme qui est représenté, soit le catalogue; (2) une relation à l'objet représenté, soit l'exposition; (3) une relation à l'interprétant, c'est-à-dire à tout autre signe qui vient activer la relation entre le premier signe et son objet. Puisque chaque usager peut opérer à partir d'interprétants différents, il est possible qu'il y ait des variantes dans l'interprétation des signes et, par le fait même, dans la réception du sens du catalogue. Ainsi, de même que deux designers graphiques interprètent une exposition par la forme du catalogue de manière singulière, deux usagers vivent une expérience singulière du catalogue et en dégagent leurs propres interprétations.

Si l'acte de design est d'abord l'interprétation du designer graphique, il n'en reste pas moins encadré par l'intention du commanditaire, les exigences de la commande et l'expérience de l'usager.



## CATALOGUE

[OBJET DE RECHERCHE]

**Catalogue.** Ce terme fait référence aussi bien à une pièce (une salle de bibliothèque contenant le catalogue des œuvres), qu'à un registre (une liste énumérative et descriptive d'œuvres, d'objets) ou qu'à une publication (un ouvrage contenant cette liste) (LEINMAN, 2011 : 52). Positionnée dans le domaine de l'édition, la présente recherche emploie le terme catalogue pour se référer à l'objet éditorial lié à une exposition d'art. Or, quelles formes prend ce type de publication ? Quelles sont les fonctions du catalogue d'exposition ? Selon Colette Leinman, ce que doit être un catalogue d'exposition, autant du point de vue de la forme que de la fonction, est une chose difficile à définir (2011). Toutefois, plusieurs auteurs s'entendent sur son rôle d'auxiliaire de la pérennisation de l'art contemporain qui assure une forme de mémoire et une diffusion des œuvres et de l'exposition (RECHT, 1996; POINSOT, 2008 ; LEINMAN, 2011; MAYON, 2016). L'historienne de l'art Claire Barbillon le définit comme un « outil d'une mise en histoire de l'art » (2012). À partir du terme outil, il est possible de penser le catalogue comme un moyen d'action, un instrument ou encore un médium et ainsi faire ressortir certains de ses usages et fonctions. Ce quatrième chapitre présente une réflexion sur la relation entre la forme et la fonction du point de vue du designer graphique, et ce sous trois instances : la commande, le design du catalogue et sa réception.

## N°3

**Étude documentaire**

## Lexique

*Le catalogue d'exposition est généralement un outil de recherche et non un objet de recherche. Bien que le corpus théorique traitant de ce sujet soit limité, quelques écrits fondamentaux, dont l'ouvrage Du catalogue publié en 1996 par le Centre Georges Pompidou dans Les cahiers du Musée national d'art moderne, ont permis de brosser un portrait historique de la forme du catalogue. Ce troisième lexique offre ainsi une brève typologie de ces formes et fonctions.*

**Inventaire.** Selon les historiens de l'art Patricia Falguières (1996) et Roland Recht (1996), l'inventaire est l'ancêtre du catalogue. Le terme étymologique latin catalogue désigne « une énumération ou une liste, le place comme un outil scientifique d'inventaire » (MAYON, 2016). Toutefois, les termes *catalogue* et *inventaire* ne sont pas synonymes. Falguières en fait la distinction dans son texte *Les raisons du catalogue* (1996) : le catalogue participe au « protocole de la raison », à une logique de comparaison, contrairement à l'inventaire, qui est « soumis à l'irrépressible afflux du mémorable », donc au répertoire. L'historienne de l'art affirme que le catalogue relève de la logique et qu'il est un instrument de structure : « le catalogue témoigne de cette intelligence mécanicienne qui est apte à mettre en place des procédures, à édifier des dispositifs, à décliner les agencements montrer-orienter-classer » (*Ibid.* : 7-8). En prenant appui sur la notion de *comparaison* de Michel Foucault, Recht ajoute que le catalogue n'est pas seulement un inventaire répertoriant les objets d'un lieu commun, mais bien une construction à partir de la comparaison (RECHT, 1996 : 24). Ainsi, contrairement à l'inventaire, le catalogue oriente le lecteur dans la réception des informations, en lui offrant des liens établis entre chaque élément montré.

**Catalogue strict.** Celui-ci fait son entrée dans le domaine de la botanique au 16<sup>e</sup> siècle, dans les jardins de Padoue en Italie : un petit opuscule, publié en 1591, destiné à guider et informer les visiteurs des jardins (FALGUIÈRES, 1996). Le catalogue strict était le premier dispositif où des objets résolument disparates étaient agencés et ordonnés, permettant au visiteur d'établir des relations entre l'objet à voir, le lieu et leur usage (*Ibid.*:9). L'opuscule, encore utilisé dans les expositions en art contemporain, est un outil d'orientation qui a pour fonction de guider, d'orienter, en vue de faciliter les liens et de transmettre l'information. ↯

**Catalogue d'exposition.** Celui-ci apparaît sous le règne de Louis XIV et serait, à l'origine, une publication exclusivement textuelle (GUIFFREY, 1869). L'*Avertissement* du premier tome de la *Collection des livrets des anciennes expositions*, rédigé par l'historien de l'art Joseph-Jules Guiffrey (1869), atteste que la première parution d'un catalogue d'exposition est liée aux *Expositions de l'Académie* en 1673. Ce livret faisait l'énumération de Messieurs les peintres et sculpteurs de l'Académie Royale et établissait la liste des œuvres exposées dans la cour du Palais royal (*Ibid.*). Bien que la mention de *catalogue* soit attribuée par Guiffrey à cet objet éditorial, Colette Leinman (2011:52) le définit plutôt comme un « texte fondateur » et un « ancêtre du catalogue ».

Roland Recht démontre que, très tôt, l'estampe, et par la suite la gravure, ont conditionné la forme visuelle du catalogue d'exposition. Selon l'historien de l'art, c'est précisément cet ajout graphique qui a permis « le sens de la comparaison » et le développement de l'analyse de l'art (1996 : 22). Le rapport entre texte théorique et documentation visuelle, qui documentent et critiquent l'exposition et les œuvres, est encore aujourd'hui une des caractéristiques significatives du catalogue d'exposition. Le catalogue est un document, un outil qui permet l'analyse et l'écriture de l'art (*Ibid.*): un objet *protéiforme, documentaire et scientifique*.

*Protéiforme*<sup>1</sup>. Le catalogue d'exposition ne correspond pas à une forme précise, il peut prendre la structure formelle et graphique d'un dépliant, de quelques pages, tout comme celle du dictionnaire, où le nombre de pages est alors sciemment démesuré (LEINMAN, 2011). Quoi qu'il en soit, la tradition du catalogue d'exposition permet d'en dégager une structure composée de trois éléments clés : la description, l'interprétation et l'évaluation de l'art exposé (*Ibid.*). Concrètement, le catalogue est généralement constitué d'un texte de présentation ou d'une préface, d'une biographie de l'artiste, d'une liste d'œuvres ainsi que de reproductions (*Ibid.*; MOEGLIN-DELCROIX, 2011 : 41; MORINAU, 1996 : 156). Or, l'objet catalogue ne renvoie pas à une forme et à un contenu spécifique, mais est affaire de contexte (DUPEYRART, 2012; LEINMAN, 2011; MAYON, 2016 : 11). Michel Gauthier (1996) affirme que c'est sa fonction et non sa structure qui permet d'attribuer son statut au catalogue.

---

1

**Protéiforme.** Dans son texte *Un corpus emblématique? Les catalogues d'expositions du Musée national d'art moderne de 1947 à 1977*, Camille Morineau retrace l'évolution formelle du catalogue d'exposition en le repositionnant dans l'histoire du livre d'art. La recherche de Morineau dresse un portrait historique et relate le rapport entre texte et reproduction (image), qui varie entre les années 1940 et 1970. Ainsi, à partir d'une analyse statistique issue d'un corpus de 220 catalogues muséaux, Morineau « confirme la présence d'une parenté entre la forme [type] de l'exposition et celle du catalogue » (1996 : 157). Or, la seule remarque qui correspond à un choix matériel du catalogue est que, dans les années 50, une distinction entre le texte et les reproductions est visible par l'entremise d'un papier ordinaire, pour le premier, et glacé, pour le second (1996 : 167).

De plus, Colette Leinman (2011) souligne que la diversité des types de catalogues amène parfois la publication de deux formes de catalogues d'expositions pour le même événement. Ainsi, il est possible que, pour une même exposition, un catalogue « monument » et un catalogue « dépliant » coexistent (*Ibid.*, 53). À titre d'exemple, le catalogue de l'exposition Pierre Soulages (2011) au Centre Pompidou, comporte 257 pages contrairement à l'album *Image et sens* qui se limite à 60 pages et 46 reproductions.



*Documentaire.* Initialement, le catalogue prenait la forme d'un accompagnement à l'exposition, sa fonction d'orientation était centrale. Consulté pendant l'exposition, le catalogue avait pour objectif de guider le visiteur en l'informant des relations entre les œuvres et l'exposition (RECHT, 1996 :32). Plus précisément, le catalogue était conçu sous le principe « d'agencements du montrer-s'orienter-classer » (FALGUIÈRES, 1996 :8). Il permettait au visiteur de s'informer textuellement sur ce qui lui était montré et de le contextualiser par rapport à un ensemble. Toutefois, l'évolution de la forme du catalogue tend à détourner cette fonction d'orientation au profit d'un éventail de possibilités se situant entre le documentaire et l'artistique, entre l'objet de trace et l'objet d'exhaustivité. Ainsi, il est possible qu'un catalogue rende compte d'une série d'expositions; qu'il soit aussi une œuvre; ou qu'il soit produit en vue de réaliser une exposition. Si les fonctions du catalogue d'exposition sont aujourd'hui multiples, l'une d'entre elles demeure commune : la fonction documentaire. Anne Bénichou, muséologue et professeure à l'Université du Québec à Montréal, associe cette fonction à trois acceptions : la « valeur de preuve » (trace), la « valeur testimoniale » (preuve d'existence) et la « valeur informative » (instruit) (2010 :47). Bénichou souligne que sa nature indicielle permet au catalogue de rendre compte d'un événement artistique qui n'est plus, par le biais de « signes de reconnaissance » (*Ibid.*). Ainsi, le catalogue d'exposition correspond au « visible ici et maintenant » et permet l'écriture de l'art (*Ibid.*; POINSOT, 2008 ; RECHT, 1996).

*Scientifique,* le catalogue d'exposition se doit d'être rigoureux quant à sa présentation et à l'authenticité des informations (LEINMAN, 2011 : 54). La scientificité de ce type de publication renvoie à sa qualité intellectuelle et à sa dimension critique (MAYON, 2016). Selon Mayon, le catalogue d'exposition est un outil de diffusion des savoirs : « [d]ans cette perspective, les catalogues d'exposition ont pour rôle d'établir la synthèse de l'état actuel des connaissances, tout en apportant une contribution substantielle à la recherche » (2016:7). Leinman et Mayon soulignent que les textes de réflexions et d'analyses du catalogue se veulent des contributions à l'histoire de l'art, contributions rarement unilingues : Reesa Greenberg (2009) précise que le catalogue est souvent écrit dans sa langue d'origine et traduit en anglais. ↪

**Catalogue muséal<sup>2</sup>.** Dans son texte *Le catalogue d'art contemporain*, Colette Leinman affirme que, ces dernières années, le catalogue muséal a près de plus en plus d'ampleur (2011:55). Or, si ce type de catalogue prône une approche scientifique et une dimension critique (*Ibid.*), il se trouve par ailleurs à cheval entre deux marchés : entre le livre d'art et le produit institutionnel. Ainsi, celui-ci s'autonomise par rapport à l'exposition tout en s'éloignant de sa fonction première (la médiation) et ce, au profit de l'identité de l'institution (MORINEAU, 1996:176; LEINMAN, 2011:53). Leinman ajoute que sa forme se rapproche alors de celle du livre d'art qui, par sa fonction commerciale, valorise la position du musée (*Ibid.*:51). « Si la recherche conceptuelle et plastique du catalogue semble chercher à accéder à la qualité et à l'unité formelle du livre d'art, l'accent mis sur la disposition des textes scientifiques révèle l'importance accordée à la place symbolique de l'institution » (*Ibid.*:55). Ainsi, les musées développent des lignes éditoriales propres à leurs images par le biais du savoir-faire des agences de design qui œuvrent dans le domaine de l'art (*Ibid.*). L'édition muséale se spécialise et se tourne vers les catalogues de collections et les monographies qui s'apparentent par leur forme aux livres d'art (*Ibid.*). Ainsi, l'enjeu n'est plus l'unicité du catalogue comme livre, mais l'homogénéité de la collection dans laquelle ce livre prend place (MORINEAU, 1996:176). ↯

---

2

**Catalogue muséal.** Bien que la production des catalogues d'exposition muséale tende vers une uniformisation de ses publications, certaines lignes éditoriales se différencient par l'unicité de leurs catalogues. En 1977, la ligne éditoriale du Centre Georges Pompidou se caractérise par le fait que « ce qui va plutôt caractériser ces éditions c'est l'unité dans la diversité » (LE BON, 2013). Le commissaire Laurent Le Bon, affirme dans un entretien avec Roland Huesca, qu'« en fait, on ne peut pas véritablement dire qu'il y a une ligne éditoriale, car ce qui frappe au Centre Pompidou c'est cette idée de singularité, de flexibilité et de mouvement qui caractérise les scénographies de chaque exposition et dont le catalogue porte la trace » (*Ibid.*). Le Bon précise que la singularité et l'originalité graphique de chaque catalogue proviennent d'une collaboration avec le designer graphique. Ainsi, la ligne directrice du Centre Pompidou cherche à prendre en compte, de manière significative, les liens qui unissent l'exposition à son catalogue (MORINEAU, 1996:176; LE BON, 2013). Cette approche offre au designer graphique un cadre de création beaucoup plus grand que lorsqu'il y a une collection, un gabarit à respecter.

**Catalogue de collection.** Ce type d'ouvrage répertorie, en partie ou en totalité, les œuvres d'art appartenant à un musée. Sa fonction est de documenter la collection de l'institution et de mettre en lumière les faits saillants ayant marqué son histoire. Toutefois, Camille Morineau explique que, si les catalogues de collections gagnent au plan de la valorisation identitaire par leur homogénéité, ils s'éloignent par ailleurs de la tradition du catalogue comme témoin d'une exposition; « en effet, la présentation des différentes collections de catalogues sous-entend l'autonomie à la fois formelle et scientifique du catalogue, dont le rôle de document ou témoin de l'exposition apparaît clairement secondaire » (1996:176). ↯

**Catalogue raisonné.** Document scientifique et de référence, le catalogue raisonné se veut un répertoire exhaustif, voire une liste rigoureuse de toute la production authentifiée d'un artiste (DUPONT-TANGUAY et LONGCHAMPS, 2004:36-37). La paternité de l'appellation *raisonné* revient à Bernard Lépicié – artiste peintre, écrivain et historiographe à l'*Académie de peinture de France* – ayant réalisé en 1751 un catalogue raisonné des tableaux du Roi (JORNOD, 2007:20). Or, ce n'est qu'à la fin du 19<sup>e</sup> siècle que le terme *raisonné* est associé à des commentaires biographiques de l'artiste et aux techniques des œuvres. Aujourd'hui, ce qualificatif est employé pour un ouvrage qui a pour fonction « d'établir l'argument de provenance » (FRANÇOIS-MARC GAGNON, citée dans HUQUET, 1998; DUPONT-TANGUAY et LONGCHAMPS, 2004:36-37) et d'informer sur le parcours de l'œuvre (*Ibid.*; HUGUET, 1998). Sa forme varie selon l'auteur: composé uniquement de fiches techniques ou bonifié de textes critiques; photocopié en noir et blanc ou reproduit en couleur. Aucune caractéristique matérielle et structurelle ne conditionne le catalogue raisonné (JORNOD, 2007), il se distingue par une liste historique des œuvres. La fonction du catalogue raisonné est de contribuer à la contextualisation et à la compréhension du cheminement artistique, technique et méthodologique d'un artiste et de retracer le parcours de chacune de ses œuvres afin d'en attester leur authenticité (*Ibid.*). Il consiste en une accumulation de tout le paratexte sur les œuvres et leur conception: les esquisses, les photographies, les épreuves, les coupures de journaux, les histoires entendues, les conversations, les notes, les textes qui les ont inspirées.

Par une approche scientifique et historique, l'auteur du catalogue raisonné retrace l'histoire de chaque œuvre à partir des archives personnelles de l'artiste, de correspondances, de carnets, de textes, de conférences, d'entrevues. Sont aussi mis à profit des banques de données constituées par les fonds de bibliothèques, de musées, de galeries et de collectionneurs. S'il y a lieu, des ouvrages consacrés à l'artiste sont consultés (*Ibid.*). Par sa nature archivistique, ce type de catalogue doit tenir compte de l'évolution du parcours des œuvres en circulation, et de ce fait même, de toute documentation qui en témoigne. Ainsi, le catalogue raisonné « papier » semble muter vers le numérique afin de faciliter ses mises à jour (*Ibid.*). Peu importe la forme qu'il prend, le catalogue raisonné est un outil inestimable pour la recherche. Un document de consultation et de référence au service de la communauté des chercheurs, des marchands et des collectionneurs (GAGNON, 2020). ↵

**Monographie.** Ce type de publication est associé à l'analyse biographique axée sur l'analogie « homme et œuvre » (PRIOUL, 2009). L'origine exacte de cette forme éditoriale qui domine l'histoire de l'art au 19<sup>e</sup> siècle ne fait pas l'unanimité. Toutefois, les auteurs reconnaissent qu'elle puise dans les débuts de l'écriture biographique et, plus spécifiquement, chez Giorgio Vasari (AGOSTI, 1987; PRIOUL, 2009; AUBENAS et CHASSEY, 2006) qui cherchait à légitimer à la fois son nom et une œuvre singulière dans un objet imprimé (RECHT, 1996 :22). D'abord lié à une œuvre singulière, cette application du modèle monographique a évolué au fil du temps – formes et fonctions –, pour finalement s'étendre vers un amalgame de publications hybrides, entre monographie, catalogue d'exposition, catalogue raisonné, et même œuvre à part entière (AGOSTI, 1987:96). Proposant davantage un discours qu'un texte théorique, il arrive que son caractère scientifique soit parfois délaissé au profit d'un public populaire (AGOSTI 1987:95). Or, malgré son statut ambigu et son renouvellement méthodologique guidé par le fil de l'histoire, la monographie se caractérise encore aujourd'hui par sa fonction biographique. ↵

**Œuvre.** Le catalogue d'exposition est entendu comme « œuvre » lorsqu'il est conçu, reçu et analysé comme tel (BÉNICHOU, 2010:55). L'essor des années 1960-1970 amène une esthétisation du catalogue d'exposition, où l'artiste s'implique dans une « mise en ordre » du catalogue, en quelque sorte déterminée par ses habitudes de travail (RECHT, 1996:32). Lorsqu'il y a cohérence plastique entre le catalogue d'exposition et la production de l'artiste, cela permet une expérience esthétique du document et celui-ci peut alors être considéré comme une œuvre à part entière (BÉNICHOU, 2010:55 ; RECHT, 1996:32). Or, en transposant l'esthétisation – caractéristique propre à l'œuvre d'art – au document, un brouillage se fait lors de la réception et peut amener à remettre en cause la fonction documentaire et testimoniale du catalogue (*Ibid.*:55). Dans d'autres cas, le catalogue est utilisé comme médium. La « documentation comme art », expression utilisée entre autres par Mœglin-Delcroix (2010), fait référence à la dynamique « œuvre/archive » qui autoriserait le document à être une « œuvre ». Si cet acceptation du catalogue est souvent associée au statut du livre d'artiste, l'auteure nous démontre que la pratique de certains artistes consiste à réaliser des documents qui, en apparence, sont conformes à la structure et aux contenus attendus des catalogues, mais qui sont en fait des œuvres fictives à part entière (*Ibid.*). ↯

**Exposition.** L'historien de l'art Jérôme Dupeyrat propose deux renversements possibles entre l'exposition et le catalogue. Le premier place le catalogue comme raison de l'exposition et le second identifie le catalogue comme dispositif d'exposition. Ce premier renversement s'exerce lorsque la subordination entre le catalogue et l'exposition s'inverse. Autrement dit, lorsque le catalogue devient la matière, l'origine, voire le contenu de l'exposition. Dupeyrat souligne que ce déplacement engendre une valeur critique, car le catalogue d'exposition ne répond plus uniquement à sa fonction de trace et à sa spécificité documentaire, mais en devient l'élément central (*Ibid.*: 36). Le deuxième renversement s'opère lorsque le catalogue peut être considéré comme un « espace », un « moyen » ou un « dispositif » (DUPEYRAT, 2012; 2012B) ; une substitution de l'espace imprimé à l'espace physique (DE BOÛARD, 2015). Selon les auteurs, ce mode de visibilité de l'art fait partie actuellement des « pratiques alternatives à l'exposition ».

Le point d'ancrage qui permet à Dupeyrat d'affirmer que le catalogue peut être un espace d'exposition pour les pratiques contemporaines est la théorisation benjaminienne de la réception des œuvres d'art. Dans *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* (2000), le philosophe Walter Benjamin met l'accent sur deux pôles, l'un étant la « valeur culturelle » de l'œuvre et l'autre, la « valeur d'exposition » (*Ibid.* : 282). La première renvoie à la notion de rituel; elle est destinée à l'esprit et suppose que l'existence de l'œuvre d'art est plus importante que le fait qu'elle soit vue (*Ibid.* : 282). Benjamin ajoute qu'« [à] mesure que les différentes pratiques artistiques s'émancipent du rituel, les occasions deviennent plus nombreuses de les exposer » (*Ibid.* : 284). Dupeyrat, définit ce passage comme celui de l'invisible au visible: une œuvre existe sans avoir à être diffusée ou exposée (2012:389). La valeur de l'exposition est augmentée par les diverses méthodes de reproduction technique de l'œuvre (*Ibid.*:284) qui, selon Benjamin, « l'ont rendue exposable à un tel point que [...] le déplacement quantitatif intervenu entre les deux pôles de l'œuvre d'art s'est traduit par un changement qualitatif, qui affecte sa nature même » (*Ibid.*). Cette phrase permet alors de comprendre l'argumentaire de Dupeyrat, qui souligne le changement dans l'édition de l'art, lorsque celle-ci ne permet pas seulement la reproduction des œuvres existantes, mais aussi la production d'œuvres en soi, reproductibles par le procédé d'impression. La logique selon laquelle l'imprimé tient lieu d'exposition, d'« espace de monstration », est ainsi une fonction héritière des pratiques conceptuelles des années 1960-1970 (DUPEYRAT, 2012; DE BOÛARD, 2010). Les auteurs s'entendent pour dire que le catalogue comme exposition, voire comme outil commissarial, s'est développé à la suite du travail de Seth Siegelaub (*Ibid.*). Kate Linker déclare que « [l]e rôle fondamental du livre comme espace alternatif fut définitivement établi en 1968, lorsque le marchand Seth Siegelaub commença à éditer ses artistes au lieu d'organiser des expositions » (DUPEYRAT, 2012 : 305). Si l'exposition a habituellement lieu dans un espace physique au premier plan, De Boüard souligne que Seth Siegelaub inverse cette tendance et fait passer l'objet éditorial au premier rang (DE BOÛARD, 2010 : 5); le *Xerox Book* (SIEGELAUB,1968) en est un exemple.

Dans le texte *On Exhibitions and the World at Large, Seth Siegelaub in Conversation with Charles Harrison*, Sigelaub souligne qu'il est possible de déplacer la fonction primaire conventionnellement associée à l'exposition et de la transposer à l'objet imprimé :

« le catalogue peut maintenant jouer comme information de premières mains [primary information] pour l'exposition, en opposition avec l'information de seconde main [secondary information] au sujet de l'art dans les magazines, catalogues, etc., et, dans certains cas, l'« exposition » peut être le « catalogue » ». (Cité et traduit par Anne Mœglin-Delcroix, 2006 : 305).

Ces catalogues ont la particularité de ne pas renvoyer à la représentation, mais bien à la présentation des œuvres (DUPEYRAT, 2012 : 315). Ainsi l'espace imprimé devient l'espace d'exposition et délimite le contenu artistique en créant des œuvres qui n'existent pas en dehors des pages du catalogue (DE BOÛARD, 2010 : 5). Dans cette perspective, une corrélation peut être établie entre les œuvres réalisées *in situ* et celles réalisées dans l'espace du livre (DUPEYRAT, 2012 : 331). Ainsi, la nature de ces œuvres imprimées impose des formes alternatives, en fusionnant la fonction de monstration propre à l'exposition à celles documentaire et testimoniale du catalogue. Réfléchir au catalogue comme un outil commissarial remet en cause les modèles conventionnels de l'exposition et de sa documentation et ouvre un tout autre espace de création pour les commissaires, artistes et designers graphiques. ↪

*Ces divers types de catalogues démontrent l'importance du rapport fonction/forme ainsi que du paratexte dans l'interprétation du statut d'un catalogue. Lorsque le designer graphique se voit confier la conception d'un catalogue d'exposition, il doit, comme dans toute commande, s'informer des contraintes et du sujet. Or, la particularité des fonctions de cet objet éditorial est cruciale dans la réflexion sur sa mise en forme. Bien que la valeur documentaire soit requise, tout un spectre de fonctions s'ouvre au commanditaire selon le projet de catalogue. C'est précisément ces fonctions et ces relations avec l'exposition qui déterminent l'espace de création pour le designer graphique : un catalogue-œuvre n'a pas le même espace de création qu'un catalogue de collection. Ainsi, le designer graphique doit penser la forme du catalogue selon les usages et les fonctions en puisant dans l'exposition. À cet effet, la nature indicielle du catalogue est intéressante, car elle est un élément clé dans l'intégration de signes de reconnaissance.*

Du point de vue du design graphique, le catalogue est considéré comme un objet éditorial dont la fonction première est de documenter l'exposition (commande) et dont la forme résulte de l'interprétation du designer graphique (réponse à la commande). Dans cette perspective, cette présente recherche interroge le rôle du design graphique dans la réalisation d'un catalogue et ses modes de production afin de comprendre comment la forme éditoriale peut signifier l'exposition.

**Commande**<sup>3</sup>. Du point de vue du designer graphique, le catalogue d'exposition est une réponse graphique à une commande de design éditorial. Issue d'une relation entre le designer graphique et son commanditaire, la mise en forme du catalogue d'exposition est conceptualisée à partir de l'analyse du mandat : (1) les valeurs et traditions éditoriales de l'institution; (2) les fonctions du catalogue; (3) les objectifs et les intentions du commissaire et de l'artiste; (4) le contenu donné. De manière générale, la commande d'un catalogue d'exposition consiste à mettre en forme un outil documentaire dans le but de rendre disponibles des reproductions d'œuvres et une contribution théorique portant sur une exposition.

---

3

**Commande.** La commande est aussi une activité méthodologique de la présente recherche (*Supra*. CHAP. 2). Ainsi, la recherche *par* le design permet de réfléchir à la possibilité que la forme du catalogue soit une interprétation du designer graphique qui informe sur le sens de l'exposition. Les données obtenues, soit les formes de catalogue (réponses graphiques et matérielles des commandes), ainsi que leur analyse sont présentées au chapitre suivant (*Infra*. CHAP. 5).



**Contexte de production**<sup>4</sup>. Le mandat vient habituellement à la suite d'une exposition. Le commissaire impliqué ayant dirigé l'équipe de production de l'exposition assure ensuite la direction de l'équipe de rédaction du catalogue (artiste, historien de l'art, photographe, etc.). Dans ce contexte, ce n'est qu'une fois les textes et les reproductions réalisés que le designer graphique est invité à se joindre à l'équipe. Or, la présente recherche tend à bousculer cette manière de procéder au profit de l'intégration du designer graphique dès l'élaboration de l'exposition. L'hypothèse est que ce contexte de production permettrait ainsi au designer graphique de bien comprendre la commande, l'intention du commissaire, la pratique de l'artiste et le sens de l'exposition. Il serait donc plus à même de réfléchir aux relations existantes entre l'exposition et la forme du catalogue, de produire une réponse adéquate à la commande, mais surtout d'intégrer des clés de reconnaissance dans la forme du catalogue, permettant une meilleure réception de sens.

---

4

**Contexte de production.** Il est important de préciser que le cadre de production retenu est celui d'une commande émise par une institution, qu'il s'agisse d'un centre d'artistes, une galerie ou un musée. Ainsi, il renvoie à un mode opératoire collaboratif entre le commissaire, l'artiste et le designer graphique et exclut les créations dont l'auctorialité relève d'un créateur unique. Dans cette perspective, toutes les commandes du présent projet de recherche s'appuient sur un contexte de production à plusieurs voix. Celui-ci est inspiré des pratiques de la designer graphique Irma Boom et du commissaire Laurent Le Bon. Bien que leurs démarches soient issues de sphères artistiques différentes, elles se rejoignent dans leurs méthodologies. Tous deux travaillent dans un contexte de collaboration et ce, dès le début du processus de création. Selon Boom, la commande doit être exécutée dans une dynamique d'effort partagé, où le designer graphique travaille *avec* et non *pour* un commanditaire (BILAK, 2012). Elle refuse de seulement mettre en page les images et les textes donnés; son intérêt est de faire partie de l'équipe d'édition et de production (*Ibid.*). Cette idée est partagée par Le Bon, qui amène le designer graphique à participer à la réalisation du concept, soit à toutes les étapes de conception, de réalisation et de production d'un catalogue. Dans cette perspective, certaines pistes de recherche-création semblent pertinentes : (1) est-ce que la collaboration entre l'artiste, le commissaire et le designer graphique est une valeur ajoutée ?; (2) est-ce que cette collaboration constitue un cadre nécessaire pour réellement signifier un contenu par la forme du catalogue ?; (3) quelles sont les interventions auctoriales possibles pour le designer graphique ?; (4) quelles sont les répercussions de ses interventions graphiques sur la réception du sens et l'usage du catalogue ? Dans un premier temps, ces interrogations concernent le savoir-faire, soit la recherche *par* le design (*Infra*. CHAP.5). Dans un second temps, les formes de catalogues ainsi que leurs contextes de production font l'objet d'analyses (*Infra*. CHAP.6). Finalement, ces données issues de l'exploration, des commandes et de l'interprétation sont juxtaposées aux notions théoriques dans l'objectif de présenter un résultat fondamental (*Infra*. CHAP.7 et 8).

**Interprétation.** Prenant comme point de départ le texte *Entre voir et lire* de la chercheuse Roxanne Jubert (1996), il est possible de positionner le travail du designer graphique comme moyen de contribuer à la réception d'un contenu. Jubert affirme qu'une mise en forme réfléchie ajoute au catalogue des atouts esthétiques et fonctionnels qui contribuent à une satisfaction visuelle et intelligente, même inconsciente (1996 :38). Inversement, un design inadéquat est un facteur qui peut rendre la lecture confuse et même avoir une influence négative sur la réception de l'objet éditorial (*Ibid.*). L'auteur énonce qu'« à plus d'un titre, la conscience du graphisme apparaît, sinon comme une nécessité, du moins comme un apport indéniable » (*Ibid.*). Ainsi, selon la chercheuse, le rôle du designer graphique dans la réalisation d'un catalogue est de valoriser la nature documentaire de celui-ci par le biais de son savoir-faire (JUBERT, 1996 :37) et elle ajoute qu'un bon designer est celui qui a « la capacité de penser l'image en signe », de créer ou de se réapproprier l'image, « en la nourrissant de sa propre réflexion pour lui donner du sens » (*Ibid.*). La possibilité de signifier l'exposition par la forme du catalogue repose en grande partie sur le principe de référentialité, permis par le design graphique. Le contenu (textes et reproductions) constitue la base à partir de laquelle le designer graphique peut créer. Il peut soustraire, ajouter, se réapproprier ou interpréter des éléments de manière à produire une forme éditoriale qui renseigne sur le sens de l'exposition. *De facto*, le catalogue est de nature indicielle puisqu'il rend compte d'un événement artistique qui n'est plus (BÉNICHOU, 2010 :47). Ainsi, en faisant usage de son savoir-faire, le designer graphique peut intégrer à la forme du catalogue des signes de reconnaissance graphiques et matériels, qui, en fonction du lecteur, aident à la réception et à la compréhension du sens et du contenu. Cette potentialité de sens peut, selon les objectifs du designer graphique, de l'artiste et du commissaire, faire référence à la pratique de l'artiste, aux œuvres exposées ou encore à la scénographie.

---

3

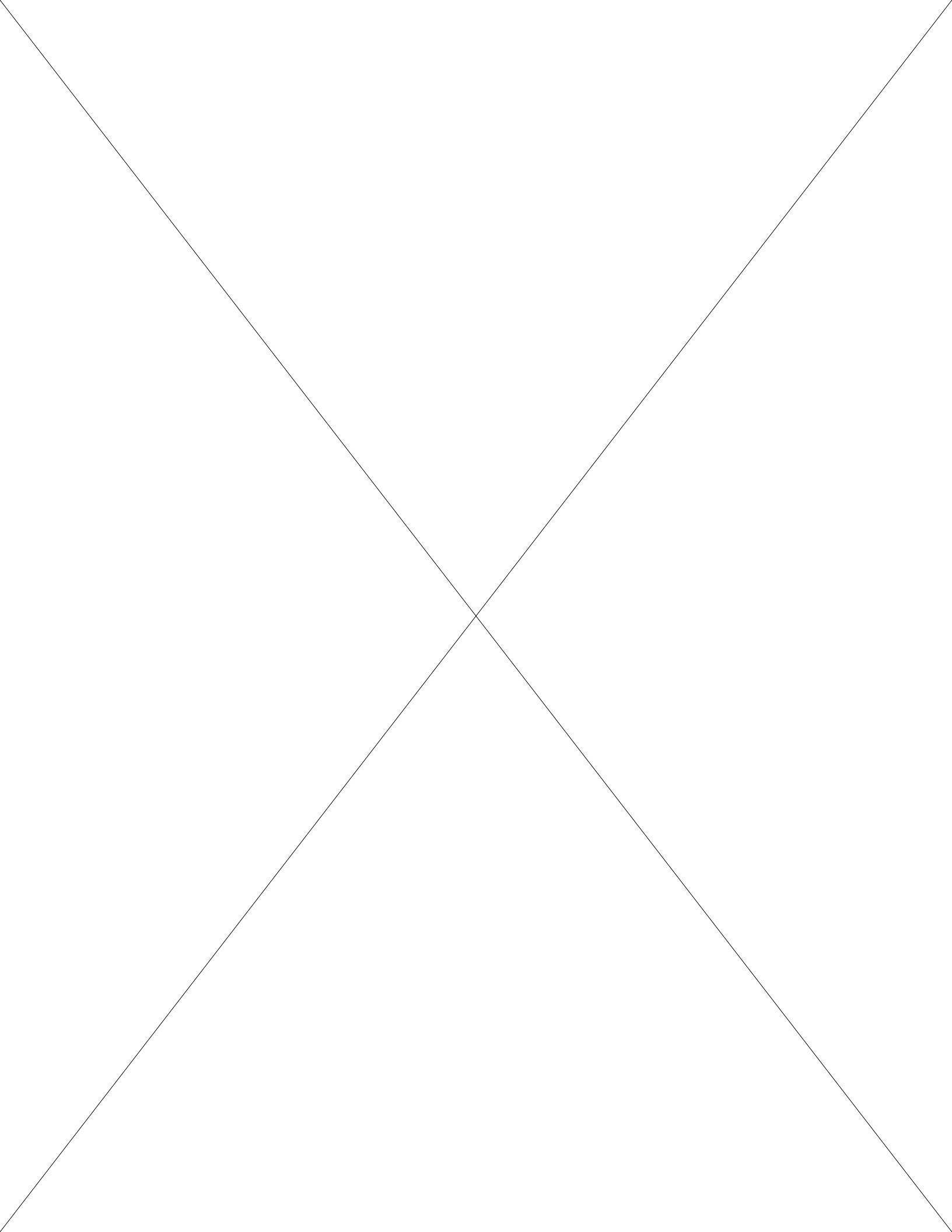
**Interprétation.** Les éléments graphiques et matériels qui permettent d'insérer des clés de reconnaissance, et par le fait même, de signifier un contenu, sont tous les éléments du péri-texte éditorial (*Infra*. CHAP. 7 : 251-269) : le format, le papier, l'impression, la finition, la reliure, la couverture, la composition, la typographie en sont quelques exemples.

**Reception de sens**<sup>4</sup>. « La mise en page joue un rôle qui, s'il se doit d'être généralement plutôt discret, n'en est pas moins substantiel » (JUBERT, 1996:37). Cet énoncé de Roxanne Jubert rejoint l'objectif de cette étude qui n'est pas d'autoriser un design extravagant, mais de faire valoir un design au service du catalogue, qui contribue à la communication du sens de l'exposition. Conçue dans la perspective de signifier un contenu, la forme du catalogue comprend des clés de potentialité de sens qui peuvent être perçues et interprétées par le lecteur. Ainsi, c'est lorsque le catalogue est feuilleté, manipulé, regardé et lu que l'utilisateur peut en dégager son sens et celui de l'exposition. À partir de la notion d'usage, il est possible d'analyser la contribution du designer graphique dans la communication du sens. Est-ce que la forme renseigne sur son statut ? Est-ce qu'elle guide son usage, sa lecture ? Est-ce qu'elle contribue à la réception du sens ? Dans cette perspective, la présente recherche tend à amorcer la réflexion sur les conditions qui permettent au designer graphique de créer des formes de catalogues signifiantes. Le chapitre suivant présente le volet création et les pistes de réflexions qui répondent au « comment » et « en quoi » le design du catalogue peut contribuer à la réceptivité du sens et à la compréhension de sa dimension scientifique.

---

3

**Communication de sens.** Deux vecteurs guident le volet création de ma recherche : (1) penser le catalogue comme un espace de design tridimensionnel afin de proposer une réponse graphique et matérielle à une commande donnée; (2) participer dès la genèse du projet à la conceptualisation du catalogue en même temps que l'exposition. Ainsi, mon objectif est de travailler avec les commissaires et les artistes afin de produire des catalogues d'expositions qui documentent et signifient à la fois l'exposition.



## REPRODUCTIONS

[VOLET CRÉATION]

**Catalogue**<sup>1</sup>. «*Là où on ne peut parler, on doit se taire*» (WITTGENSTEIN, 2001 : §7). Empruntée au philosophe Wittgenstein, cette citation aborde de manière implicite la distinction entre le *dire* et le *montrer*. La théorie du *Tractatus* suppose une relation entre l'impossibilité de dire et la possibilité de montrer. Repositionnée dans le cadre d'une recherche-crédation, cette distinction est pertinente car elle témoigne d'une limite à la description des œuvres – catalogue – et justifie la documentation visuelle du volet création. L'aspect du papier, la couleur bleue d'une impression Riso ou encore la différence entre deux caractères typographiques, ne peuvent être dits, mais peuvent être montrés. Ce chapitre a pour fonction de donner à lire, mais aussi à voir la production graphique et matérielle des commandes de catalogues d'expositions réalisés par la designer-chercheuse Alexe Houtart dans le cadre de la présente recherche.

---

1

**Catalogue.** Il est à noter que les catalogues présentés dans ce chapitre sont les données de ma recherche produites *par* le design et non *la* création comme résultat final de la recherche. Ma création comme exigence partielle du mémoire-crédation est la mise en forme de la recherche, la réflexion graphique et matérielle de ce mémoire-catalogue.

## N°4

**Étude par le design**

## Lexique

*Entre pratique professionnelle du design graphique et pratique de la recherche, trois catalogues d'exposition sont réalisés en collaboration avec la Galerie UQO, des artistes, des designers et des commissaires<sup>2</sup>. Ces catalogues conceptualisés et produits dans le cadre de la présente recherche s'inscrivent d'abord dans un contexte professionnel et dans une relation avec un commanditaire. Ce lexique a pour objectif de donner à lire et à voir une sélection précise de l'épître public: une description du projet artistique signé par le commanditaire et une documentation visuelle de l'exposition. C'est à partir de ces informations qu'il est possible de définir si l'interprétation des formes éditoriales réalisées par la designer-chercheuse Alexe Houtart a permis de contribuer à la réception du sens des expositions.*

---

2

**Atelier.****Esquisse de forme.**

Alexe Houtart [designer-chercheure]

Canada, 2020

—

«Présentations des étudiants de la maîtrise en muséologie et pratiques des arts qui exposent l'état de leur recherche dans le cadre du cours Atelier 1». – Extrait du communiqué de la Galerie UQO

**Exposition.** À cette étape du parcours académique, plusieurs questions méthodologiques influent sur la création. Qu'est-ce que la recherche-création? Peut-on pratiquer ce type de recherche dans le domaine du design graphique? Quelles sont les possibilités méthodologiques? Quelle place a la commande dans les activités de recherche? C'est dans le cadre de ce cours et plus spécifiquement lors de la conceptualisation de propositions de forme de catalogue pour l'artiste Karina Pawlikowski, que le sujet et la méthodologie de la présente recherche se sont affirmés.



Exposition – L’imagier  
Suite de paysages étiolés de l’artiste Karina Pawlikowski, 2015  
Crédit photo // Karina Pawlikowski



Atelier – UQO  
Papier transfert utilisé dans la réalisation de l’exposition, 2015  
Crédit photo // Karina Pawlikowski

---

**Commande 1.****Catalogue Département des plantes de bureau**

Marie-Hélène Leblanc, Catherine Lescarbeau et Galerie UQO [commanditaires]

Alexe Houtart [designer-chercheur]

Canada, 2020

« Le département des plantes de bureau est un projet qui se démarque par son développement contextuel dans une institution académique, mais aussi par le tracé de circuits hors du cadre habituel de création et de diffusion. Le projet développé dans ce cas-ci à partir du statut de la plante de bureau au sein de l'Université du Québec en Outaouais repose sur une construction sémantique et fictive de ce que représente un département, en l'occurrence celui des plantes de bureau. Catherine Lescarbeau nous offre son expertise issue de ses précédents projets reliés au statut de la plante dans une institution en proposant un inventaire à la fois exhaustif et sélectif de la situation actuelle à l'UQO. L'inventaire des plantes trouvées dans les pavillons Alexandre-Taché et Lucien-Brault a permis de recenser plus de 350 spécimens naturels et artificiels, mais aussi d'isoler les spécimens récurrents et d'identifier le département qui en possède le plus grand nombre. Le Service des finances s'est ainsi démarqué, devenant un partenaire privilégié. La structure du projet, mais tout autant la structure organisationnelle de l'université se rencontrent par la présence de la plante dans le domaine de la gestion. Ainsi différents registres institutionnels tels que le bureau, le département et l'architecture des bâtiments convergent dans l'espace de la galerie universitaire où les codes bureaucratiques coexistent avec les codes de la mise en exposition ». – Extrait du communiqué de la Galerie UQO

**Exposition.** Au sol est tracé le plan architectural de l'espace occupé par le Service des finances dans l'UQO; chaque bureau est identifié par son numéro de local respectif. Les plantes sont positionnées dans l'espace de la galerie de façon à correspondre à leurs emplacements réels dans les bureaux du Service. Huit bannières montrent les spécimens récurrents, identifiés par une étiquette d'herbier qui sert de cartel. Le mur du fond de la galerie est composé de 348 photos et d'un fichier posé sur un socle: le gabarit du catalogue d'exposition.





**Exposition – Galerie UQO**  
*Département des plantes de bureau de l'artiste Catherine Lescarbeau  
et de la commissaire Marie-Hélène Leblanc, 2016*  
Crédit photo // Galerie UQO, Pavel Pavlov



**Atelier – UQO**  
*Atelier de la designer-chercheuse Alexe Houtart, 2016*  
Crédit photo // Alexe Houtart

---

**Commande 2.*****Pendant ce temps-là en France***

Commanditaires : Valérie Yobé et Galerie UQO [commanditaire]

Alexe Houtart [designer-chercheur]

Canada, 2016

« *Pendant ce temps-là en France propose de poser un regard sur les pratiques artistiques françaises contemporaines de cinq graphistes indépendants et de deux collectifs, dont les œuvres n'ont encore jamais été exposées au Québec ni au Canada, et qui incitent à réfléchir sur leur rôle au cœur de la cité comme acteurs du changement social, politique et culturel. Inspirée par leur savoir-faire, la commissaire Valérie Yobé a invité Julia Chantel et Estelle Henriot du collectif Ne Rougissez pas à s'installer dans la Galerie UQO durant une semaine pour activer cet espace et concevoir un atelier destiné aux élèves de deux classes de l'École primaire St-Jean Bosco de Gatineau. [...] Pendant ce temps-là en France veut inspirer créateurs, enseignants, étudiants, décideurs et publics à s'investir et à soutenir ce type d'intervention artistique et sociale comme moyen de coconstruire la ville, l'environnement et de provoquer le dialogue.* »

– Extrait du communiqué de la Galerie UQO

**Exposition.** Des affiches imprimées et sérigraphiées sur grands et petits formats réalisées par Dugodus, Sébastien Marchal, Anne Desrivières, Guillaume Lanneau, Stéphane Dupond, *Ne rougissez pas!* et Formes vives tapissent le mur du fond de la galerie. Au centre, un bassin d'eau permet au visiteur de faire flotter le bateau qu'il fabrique à l'aide d'un pliage simple [œuvre d'Anne Desrivières]. Puis, un espace laisse voir l'atelier du collectif *Ne rougissez pas!* et le résultat de leurs travaux: installations, affiches, publications, cartons, et œuvres. L'exposition dans son ensemble présente diverses formes et moyens d'expression en graphisme social. Finalement, un journal et des « flyers » peuvent être ramassés à la sortie, geste qui fait écho aux distributions de ces objets graphiques dans les rues de France.



**Exposition – Galerie UQO**

*Pendant ce temps-là en France des artistes Dugudus, Sébastien Marchal, Anne Desrivières, Guillaume Lanneau, Stéphane Dupond, Ne rougissez pas!, Formes vives et la commissaire Valérie Yobé, 2016*  
 Crédit photo // Galerie UQO, Alexe Houtart (photographies du vernissage, 16 novembre 2016)



**Atelier – UQO**

*Écran de sérigraphie utilisé dans la réalisation de l'exposition et du catalogue par les artistes du Collectif Ne rougissez pas!, la designer graphique Alexe Houtart et la commissaire Valérie Yobé, 2016*  
 Crédit photo // Alexe Houtart

---

**Commande 3.**

**La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5**

Mélanie Boucher, Marie-Hélène Leblanc et Galerie UQO [commanditaires]

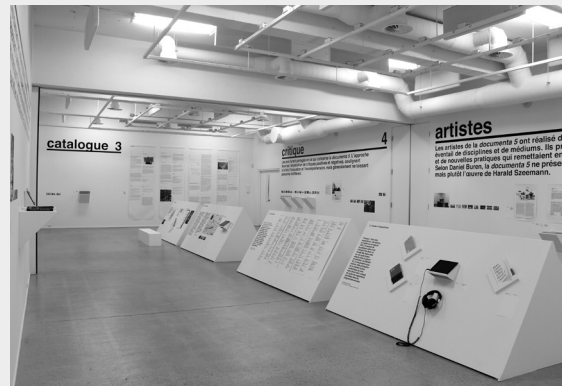
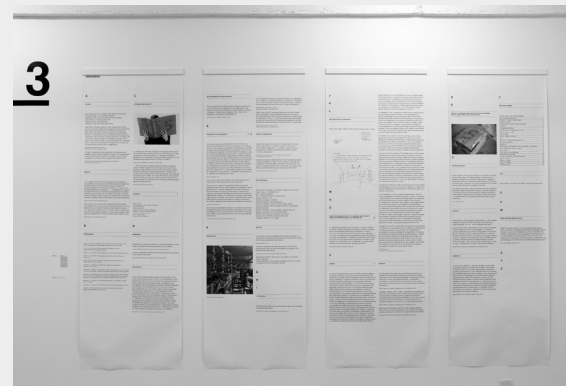
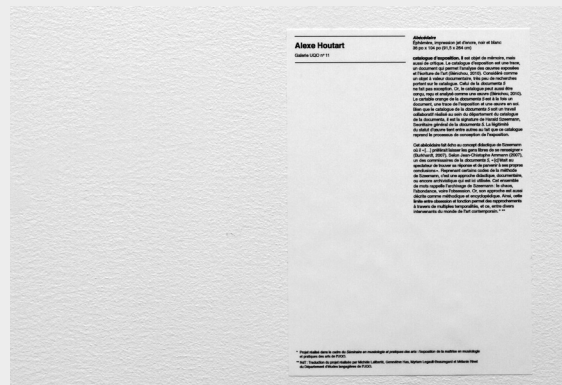
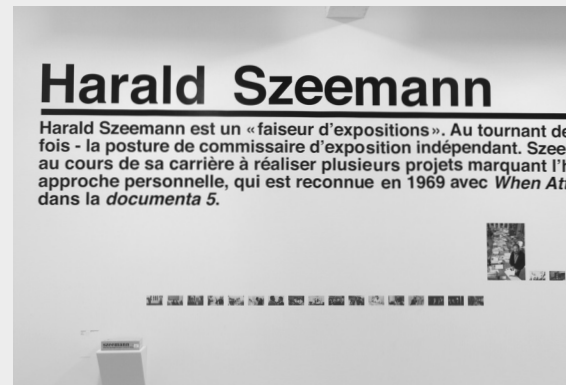
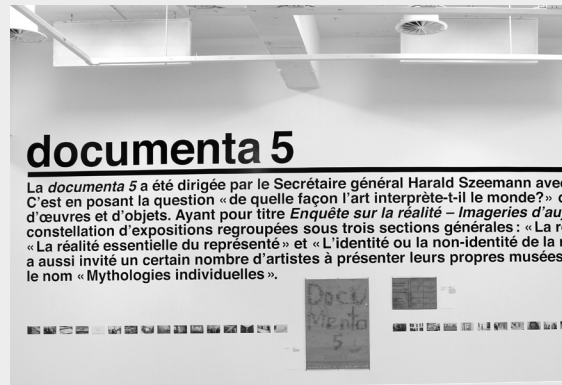
Alexe Houtart [designer-chercheur]

Canada, 2020

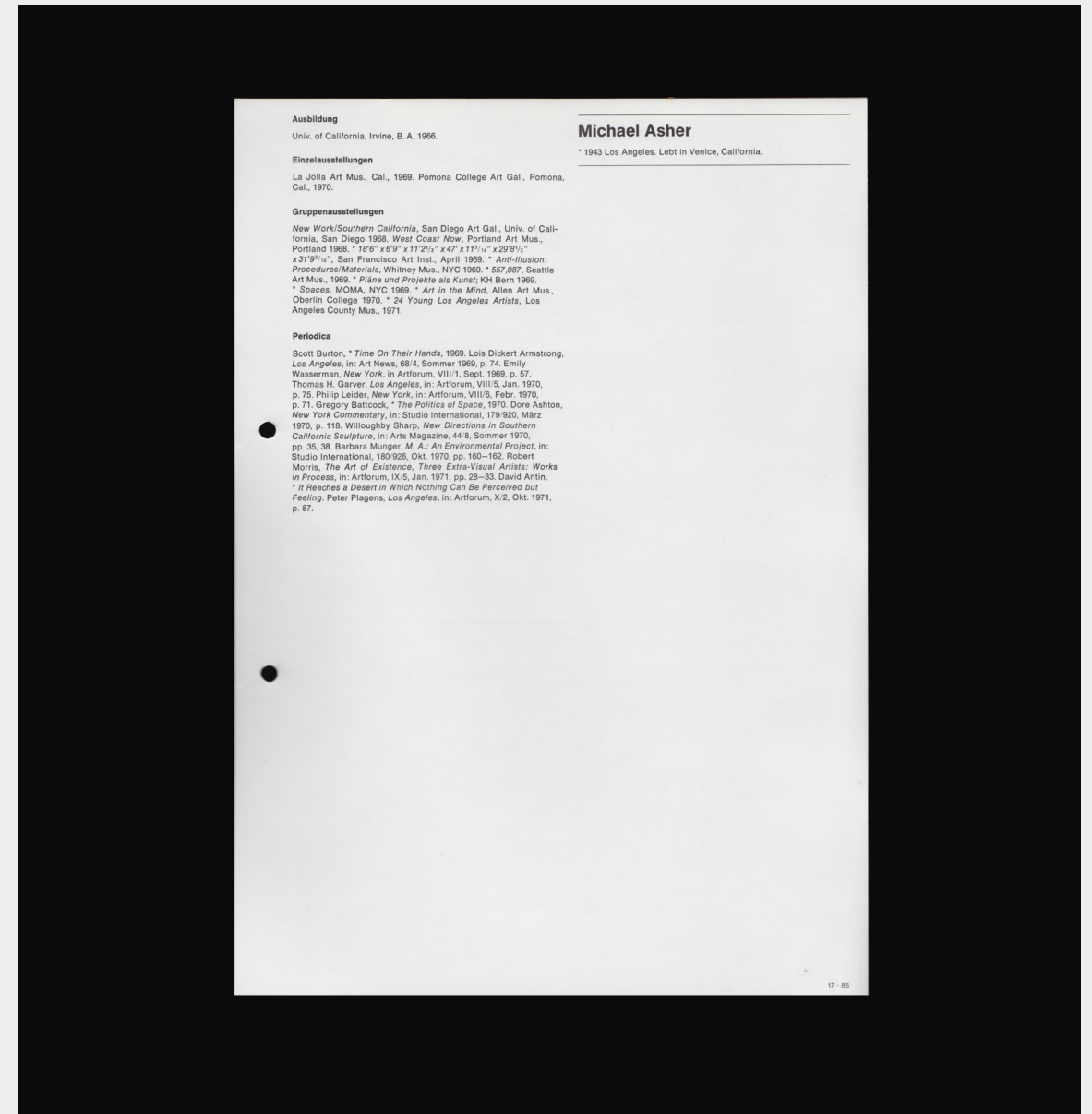
---

«L'exposition à la Galerie UQO regroupe des œuvres et des documents sur la documenta 5 et sur ses principaux intervenants, qui ont été colligés par le commissaire David Platzker. À ce matériel, mis en circulation par ICI, se greffe un apport en recherche et en création d'étudiants de la maîtrise en muséologie et pratiques des arts ainsi qu'en études langagières de l'UQO. Cinq sections dialogiques mettent en lumière les enjeux artistiques et sociaux soulevés dans le contexte de la documenta 5 et les inscrivent dans une perspective contemporaine. Ces sections portent sur Harald Szeemann, sur la documenta 5, sur le statut de son catalogue d'exposition, sur la critique de l'évènement et sur l'apport de l'art et des artistes à l'évènement et au débat ». – Extrait du communiqué de la Galerie UQO

**Boîte.** L'exposition *Harald Szeemann : documenta 5* commissariée par David Platzker et mise en circulation par *Independent Curators International (ICI)* est, une fois louée, livrée dans une boîte de carton. Son contenu regroupe 40 éléments, dont des œuvres d'art de Joseph Beuys, de Art & Language, de Edward Ruscha et de Laurence Weiner, mais aussi des revues, des livres et des coupures de journaux. L'objet phare de la boîte est le catalogue d'exposition publié pour la *documenta 5* et signé Harald Szeeman. Ce catalogue dense consiste en un cartable à deux anneaux, avec une couverture en vinyle orange, dont le format est conforme aux normes européennes. Divisé en deux volumes, il comprend un index des artistes, une section d'introduction ainsi que vingt-quatre onglets numérotés. Les textes sont en allemand, en anglais et en français.



Exposition – Galerie UQO  
 La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5 des commissaires Mélanie Boucher et Marie-Hélène Leblanc et designer par Alexe Houtart, 2017  
 Crédit photo // Galerie UQO, Alexe Houtart



Atelier – UQO  
 Photographie d'une page du catalogue original de la d5 et utilisé dans la réalisation de l'exposition et du catalogue, 2017  
 Crédit photo // Alexe Houtart

**Apostille** // Selon Jubert, les reproductions dans un catalogue sont généralement présentées en belle page (droite) et celles de gauche sont dédiées au texte ou laissées vierges (1996:38). Or, dans les pages qui suivent, ce principe est inversé de manière à présenter la création sur les fausses pages. Ce geste graphique est une critique de la recherche en design graphique qui trop souvent exclut le volet création et ne montre que le volet théorique.

### Reproduction<sup>3</sup>.

Selon l'historien de l'art Roland Recht (1996:22), le catalogue est basé sur le principe de la comparaison (*Supra*. LEXIQUE3), « À la différence de l'inventaire, le catalogue organise un ensemble de données et les range par objet, de façon à les rendre comparables entre elles » (*Ibid.*). L'organisation des reproductions dans le catalogue est, pour Roxane Jubert, la responsabilité du designer graphique : « sa tâche consiste plutôt à trouver aux reproductions un mode d'organisation (structure implicite) et de présentation (structure visible) » (1996:38). La chercheuse ajoute que la mise en page de celles-ci doit être répartie sur une grille de manière à « laisser respirer l'œuvre » et à « respecter son rythme ». Si les reproductions sont mises au premier plan dans le catalogue, elles sont toutefois secondaires dans la mise en page du mémoire. La documentation du volet création est ici présentée, non pas comme un élément en marge de la théorie, mais comme un élément essentiel à l'articulation recherche-crédation. Ainsi, sa mise en page s'éloigne de celle du mémoire traditionnel – qui cherche l'économie d'espace dans la présentation de ces figures – pour se rapprocher de la mise en forme du catalogue – où les reproductions sont centrales. Finalement, cette section présente les reproductions des catalogues produits de manière à montrer les résultats spécifiques issus des activités méthodologiques (exploration, commande, l'interprétation).

---

3

**Reproduction.** Dans le contexte de la recherche, ce principe de comparaison permet de mettre en relation les données spécifiques – forme de catalogue – afin d'établir les similitudes et différences.



[01]

**Maquette 1 : espace-recherche**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

6 po × 8.5 po, 40 pages



[02]

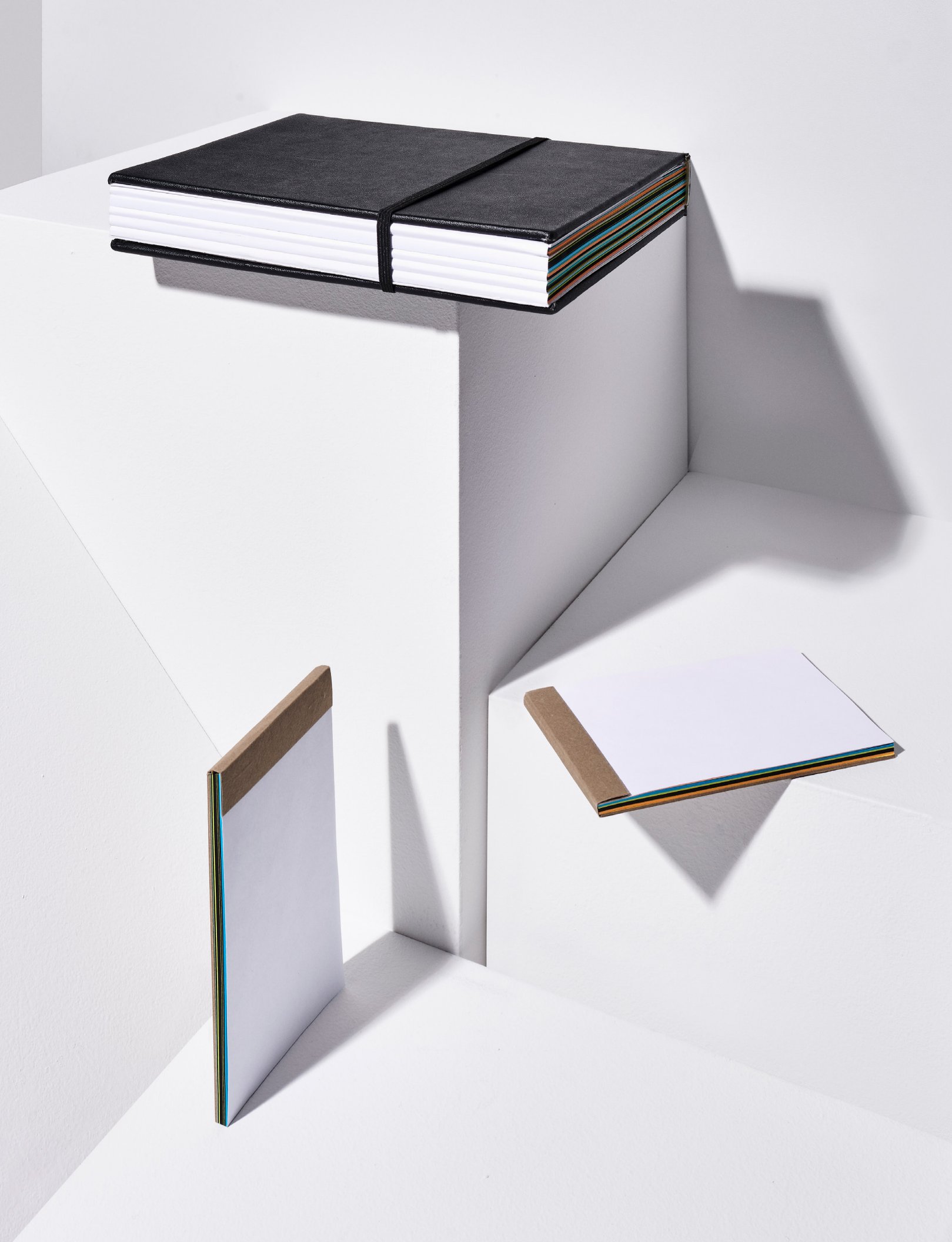
**Maquette 1 : espace-création**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

6po × 8.5po, 20 cartons





[03]

**Maquette 2 et 3 : espace-temps**

*Esquisses de formes, 2015*

Alexe Houtart

Format mixte



[04]

**Maquette 4 : confinement**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

6po × 8po, 54 pages



[05]

**Maquette 5 : trace**  
*Esquisse de forme, 2015*  
Alexe Houtart  
7.5 po × 9.75 po, 124 pages



[06]

**Maquette 6 : cahier de notes**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

7.5 po × 9.75 po, 124 pages



[07]

**Catalogue : Dossier de recherche**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, 364 pages



[08]

**Enveloppe : Lettre de la commissaire**

*Opuscule DPB, 2016*

Simon Guibord, Alexe Houtart

et Marie-Hélène Leblanc

8.5 po × 11 po (ouvert)

9 po × 6 po (enveloppe)



[09]

**Chemise : statut dossier**

*Catalogue du Département des plantes, 2020*

Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,

Marie-Hélène Leblanc

8.5 po × 11 po



[10]

**Chemise : statut catalogue**

*Catalogue du Département des plantes, 2020*

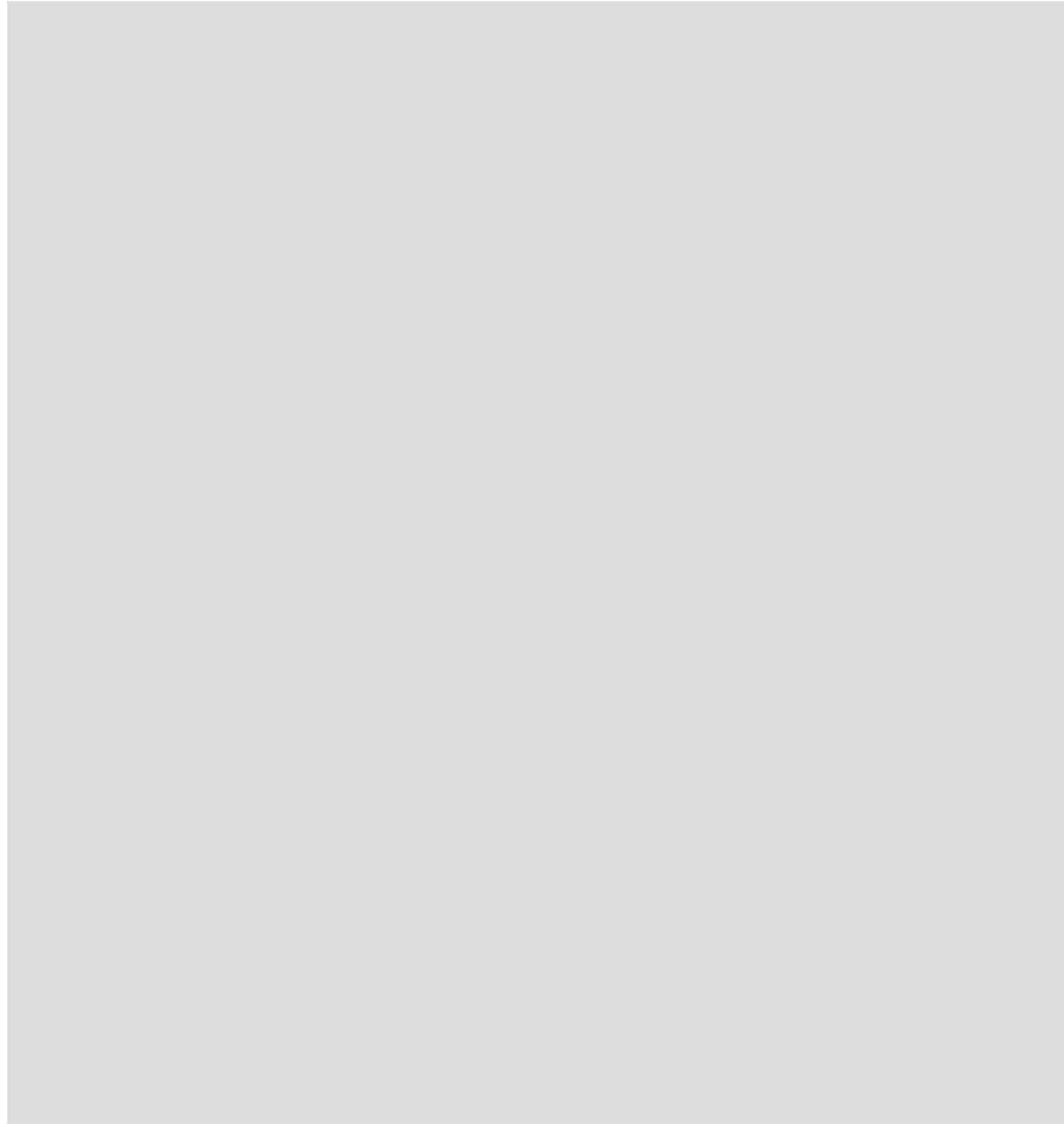
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,

Marie-Hélène Leblanc

8.5 po × 11 po



PAVILLON



[11]

**Gabarit : signifier la recherche et l'exposition**

*Gabarit Département des plantes, 2016*

Alexe Houtart

8.5 po × 11 po

Nom du département  
Local A- 0000

*Nom latin*  
Nom commun

CODE-N P0

ALEXANDRE-TACHÉ



Module de l'informatique  
Local B-0122

*Cleistocactus*  
Cactus

AT023-N P66

[12]

**Page : Donné AT023-N P66**

*Catalogue Département des plantes, 2020*

Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,

Marie-Hélène Leblanc

8.5 po × 11 po, page 66

LUCIEN-BRAULT



Galerie  
Local A-0115

*Bryophyta*  
Lichen

LB43-N P45

[13]

**Pages : donnée LB43-N P45**

*Catalogue Département des plantes, 2020*

Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,

Marie-Hélène Leblanc

8.5 po × 11 po, page 45

ALEXANDRE-TACHÉ



[14]

**Pages : donnée LB012-N P180**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 180

ÉMI - Atelier d'Alexe  
Local C-0124

*Ficus elastica*  
Caoutchouc

AT012-N P180

LUCIEN-BRAULT



[15]

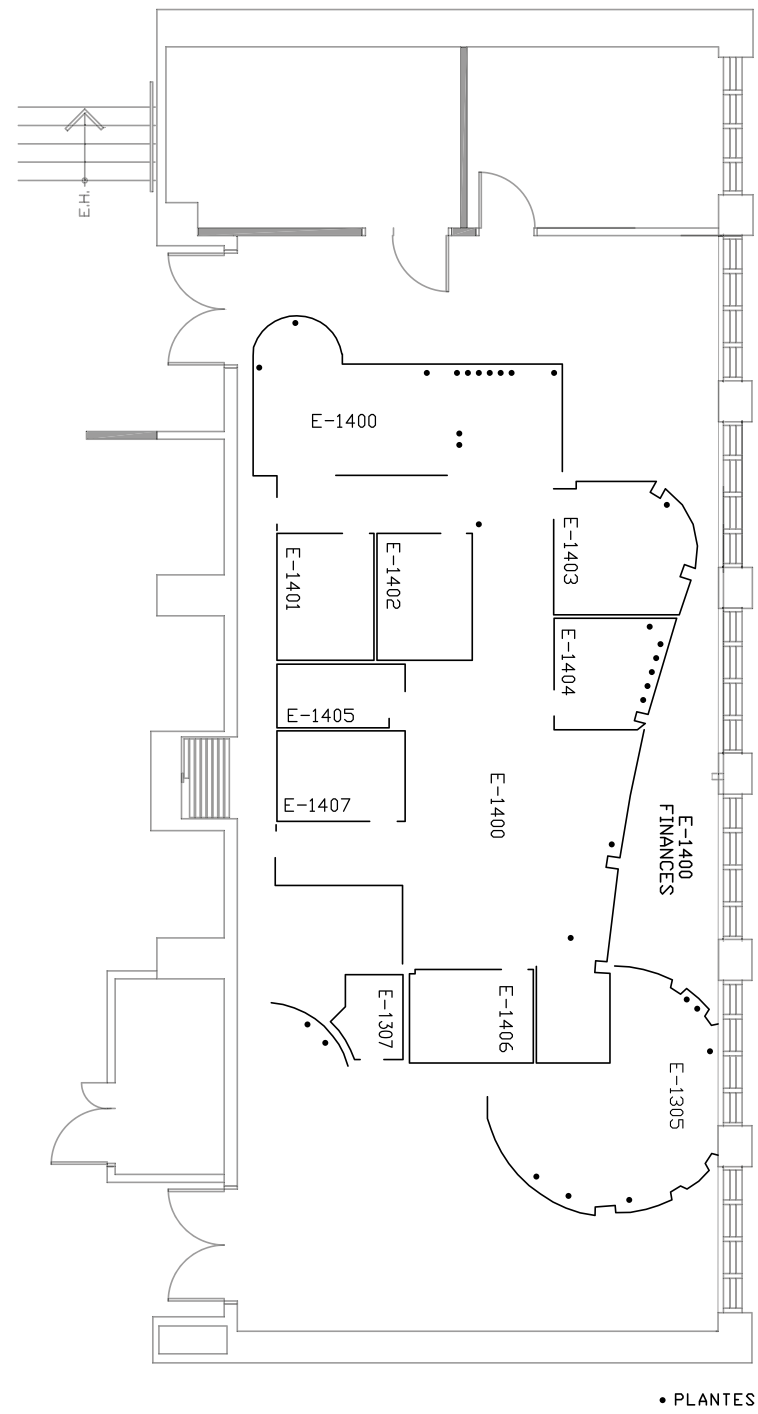
**Page : Donnée LB-120-A P238**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 238

Sciences administratives  
Local B-0108

*Phalaenopsis*  
Orchidée

LB120-N P238

GALERIE D'ART UQO  
101, RUE ST-JEAN-BOSCO



[16]

**Plan : intégration du Service des finances  
à la Galerie UQO**

*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po



[17]

**Encart : documentation de l'exposition**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
4 po × 6 po



[18]

**Proposition : Processus auctorial**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart  
8.5 po × 11 po



No.

NAME  
NOM

Le catalogue des plantes de bureau de l'UQO est un inventaire des plantes de l'Université du Québec en Outaouais (UQO). Il a été réalisé par Catherine Lescarbeau en 2015 lors de deux résidences de recherche au sein de l'université. Ce projet a mené à une exposition à la Galerie UQO du 4 mai au 4 juin 2016 et à la Fonderie Darling du 16 juin au 21 août 2016. Ce catalogue a été réalisé en partage d'autorité entre Catherine Lescarbeau, artiste, Alexe Houtart, designer graphique, Marie-Hélène Leblanc, commissaire.

[19]

**Quatrième de couverture :****Trace d'un partage d'autorité***Catalogue Département des plantes, 2020*

Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,

Marie-Hélène Leblanc

8.5 po × 11 po



[20]

**Catalogue : outils d'expression**  
*Catalogue Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
Valérie Yobé  
6.75 po × 9.75 po, 128 pages



[21]

**Page couverture :**  
**Transversalité d'un savoir-faire**  
*Couverture du catalogue*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
Valérie Yobé  
6.75 po × 9.75 po



[22]

**Double page : critique du design graphique**  
*Mise en page du catalogue*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
 Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
 Valérie Yobé  
 6.75 po × 9.75 po



[23]

**Affiche : jaquette du catalogue**

*Jaquette du catalogue*

*Pendant ce temps-là en France, 2016*

Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,

Valérie Yobé

18 po × 24 po



[24]

**Encart : œuvre collective**  
*Œuvres de l'exposition*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
Collectif Formes Vives, Collectif  
*Ne Rougissez Pas!*, Anne Desrivières,  
Guillaume Lanneau, Stéphane Dupont,  
Dugodus, Sébastien Marchal,  
Alexe Houtart, Isabelle Plamondon  
5 po × 6 po, page 39



[25]

**Gabarit : acte de design***Œuvres de l'exposition**Pendant ce temps-là en France, 2016*

Alexe Houtart

5 po × 6 po, page 35

## Introduction

En 1972, Harald Szeemann organise et présente, à titre de Secrétaire général, la *documenta 5*. Cette cinquième édition de l'évènement quinquennal, qui se déroule encore aujourd'hui à Kassel en Allemagne, était radicalement différente des éditions précédentes. Elle regroupait sous le titre *Enquête sur la réalité – Imageries d'aujourd'hui* des œuvres éclectiques réalisées par 222 artistes internationaux en plus d'objets de la culture matérielle. Les expositions et les projets performatifs réunis comprenaient des musées d'artistes, des œuvres conceptuelles ou politiquement engagées, des représentations hyperréalistes, des affiches, de la bande dessinée, des objets kitsch et plus encore. L'objectif était de cerner la façon dont l'art interprète le monde dans une période de changements artistiques et sociaux sans précédent. Cette ambition reflétée dans la sélection et l'agencement des œuvres et des objets souleva maintes réflexions de la part de la critique et des artistes. Le statut de l'art et de l'artiste par rapport à l'exposition et à ses organisateurs fut pour la première fois clairement débattu dans ce contexte.

La présente exposition regroupe des œuvres et des documents sur la *documenta 5* et ses principaux intervenants qui ont été colligés par le commissaire David Platzker. À ce matériel, mis en circulation par Independent Curators International (ICI), se greffe un apport en recherche et en création d'étudiants des maîtrises en muséologie et pratiques des arts ainsi qu'en études langagières\* de l'UQO. Cinq sections dialogiques mettent en lumière les enjeux artistiques et sociaux soulevés dans le contexte de la *documenta 5* et les inscrivent dans une perspective contemporaine. Ces sections portent sur : Harald Szeemann (1), la *documenta 5* (2), le catalogue (3), la critique (4) et les artistes (5).

**Mélanie Boucher**  
**Marie-Hélène Leblanc**

\*NdT : Les textes de cette exposition ont été, en partie, traduits de l'anglais et de l'allemand. Nous avons pesé le poids des mots traduits et révisés; exploré la nature sociohistorique, culturelle et politique des contextes. Nous avons opté pour une posture de traduction-dévoilement visant à donner un accès-vérité à l'exposition. Les différentes notes de la traduction (NdT) que nous avons rédigées permettront d'accéder à une partie de nos réflexions. Les textes de l'exposition ont été rédigés et traduits selon les règles de l'orthographe rectifiée.

[26]

**Doubles pages : texte**  
**d'introduction de l'exposition**  
*La Galerie UQO présente ICI : Harald*  
*Szeemann, documenta 5, 2020*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie-Hélène Leblanc  
36 po × 50 po



## Introduction

En 1972, Harald Szeemann organise et présente, à titre de Secrétaire général, la *documenta 5*. Cette cinquième édition de l'évènement quinquennal, qui se déroule encore aujourd'hui à Kassel en Allemagne, était radicalement différente des éditions précédentes. Elle regroupait sous le titre *Enquête sur la réalité – Imageries d'aujourd'hui* des œuvres éclectiques réalisées par 222 artistes internationaux en plus d'objets de la culture matérielle. Les expositions et les projets performatifs réunis comprenaient des musées d'artistes, des œuvres conceptuelles ou politiquement engagées, des représentations hyperréalistes, des affiches, de la bande dessinée, des objets kitsch et plus encore. L'objectif était de cerner la façon dont l'art interprète le monde dans une période de changements artistiques et sociaux sans précédent. Cette ambition reflétée dans la sélection et l'agencement des œuvres et des objets souleva maintes réflexions de la part de la critique et des artistes. Le statut de l'art et de l'artiste par rapport à l'exposition et à ses organisateurs fut pour la première fois clairement débattu dans ce contexte.

La présente exposition regroupe des œuvres et des documents sur la *documenta 5* et ses principaux intervenants qui ont été colligés par le commissaire David Platzker. À ce matériel, mis en circulation par Independent Curators International (ICI), se greffe un apport en recherche et en création d'étudiants des maîtrises en muséologie et pratiques des arts ainsi qu'en études langagières\* de l'UQO. Cinq sections dialogiques mettent en lumière les enjeux artistiques et sociaux soulevés dans le contexte de la *documenta 5* et les inscrivent dans une perspective contemporaine. Ces sections portent sur : Harald Szeemann (1), la *documenta 5* (2), le catalogue (3), la critique (4) et les artistes (5).

**Mélanie Boucher**  
**Marie-Hélène Leblanc**

[27]

### **Doubles pages : texte d'introduction**

*Pages du catalogue La Galerie UQO  
présente ICI : Harald Szeemann,  
documenta 5, 2020*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po

\*NdT : Les textes de cette exposition ont été, en partie, traduits de l'anglais et de l'allemand. Nous avons pesé le poids des mots traduits et révisés; exploré la nature sociohistorique, culturelle et politique des contextes. Nous avons opté pour une posture de traduction-dévoilement visant à donner un accès-vérité à l'exposition. Les différentes notes de la traduction (NdT) que nous avons rédigées permettront d'accéder à une partie de nos réflexions. Les textes de l'exposition ont été rédigés et traduits selon les règles de l'orthographe rectifiée.

Documenta 5

Arnold Böcklin

Karlheinz Struss

Bazon Brock

Peter Stein

Alexander Kluge

Edvard Ruscha

Harald Szeemann

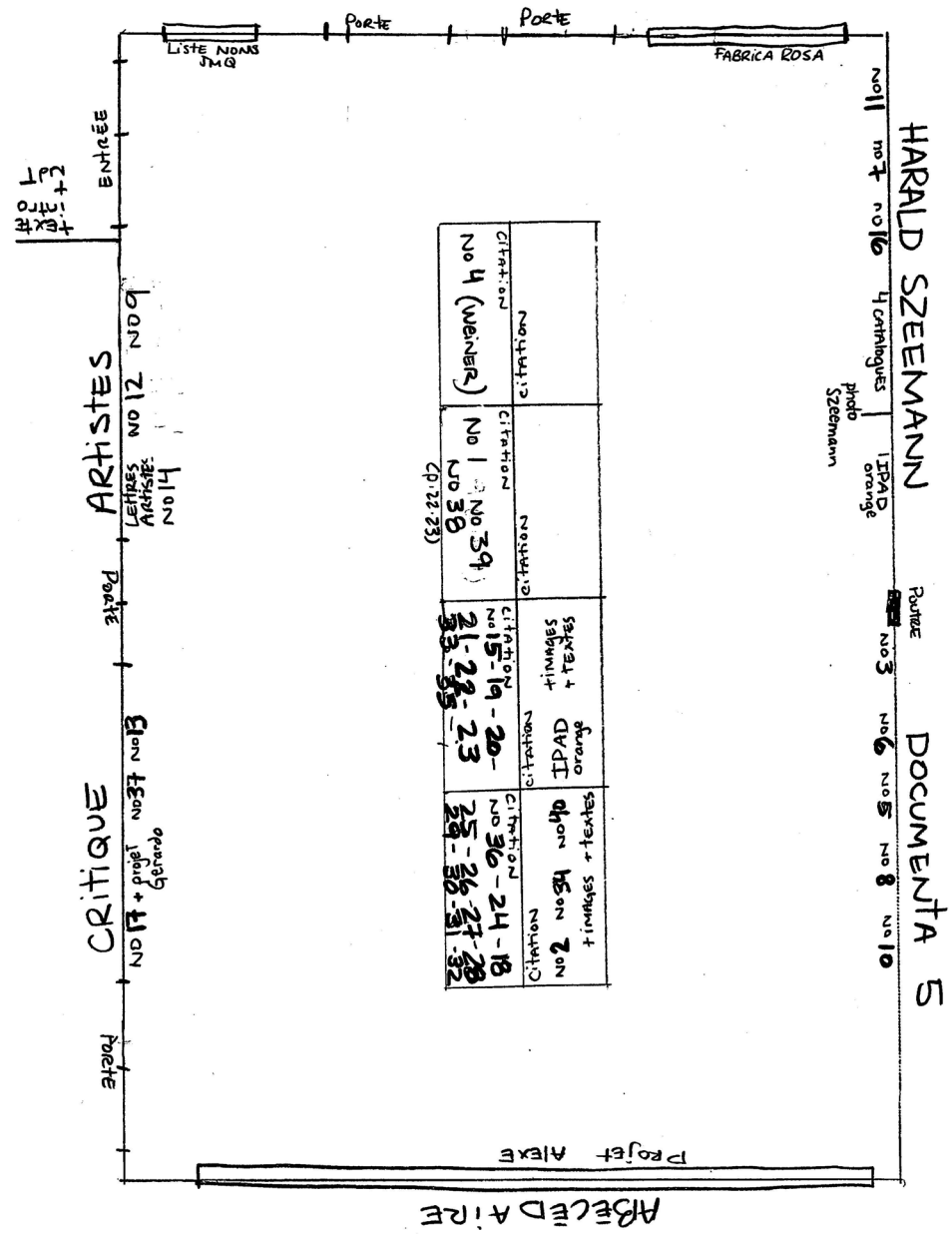
documenta 5, 1972  
Catalogue d'exposition, deux volumes, reliés  
séparément et portable à deux anneaux, impression offset,  
voir de l'école et de l'atelier - 770 pages  
11 po x 8 po x 3 po (28 cm x 19 cm x 8 cm)  
Catalogue exhaustif publié pour la documenta 5.  
La collection est organisée en catalogue par une œuvre  
de Edward Ruscha. Ce catalogue forme composé en un  
carnet à deux anneaux, avec une couverture en vinyle  
et dont le format est conforme aux normes européennes.  
Il comporte un index des artistes, une section d'introduction  
avec des textes séparés. Les textes sont en  
allemand, en anglais et en français.

2017 documenta 5

1972 documenta 5

[28]

**Catalogue : outil commissarial**  
*Design de l'exposition La Galerie UQO*  
*présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5, 2016*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie Hélène Leblanc  
Formats mixtes



[29]

Catalogue / exposition / catalogue :  
 réactualisation d'une mise en forme  
 Catalogue La Galerie UQO présente ICI :  
 Harald Szeemann, *documenta 5*, 2020  
 Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
 et Marie Hélène Leblanc  
 8.5 po × 11 po

---

## Alexe Houtart

Galerie UQO n° 11

---

### **Abécédaire**

Éphémère, impression jet d'encre, noir et blanc  
36 po x 104 po (91,5 x 264 cm)

**catalogue d'exposition.** Il est objet de mémoire, mais aussi de critique. Le catalogue d'exposition est une trace, un document qui permet l'analyse des œuvres exposées et l'écriture de l'art (Bénichou, 2010). Considéré comme un objet à valeur documentaire, très peu de recherches portent sur le catalogue. Celui de la *documenta 5* ne fait pas exception. Or, le catalogue peut aussi être conçu, reçu et analysé comme une œuvre (Bénichou, 2010). Le cartable orange de la *documenta 5* est à la fois un document, une trace de l'exposition et une œuvre en soi. Bien que le catalogue de la *documenta 5* soit un travail collaboratif réalisé au sein du département du catalogue de la *documenta*, il est la signature de Harald Szeemann, Secrétaire général de la *documenta 5*. La légitimité du statut d'œuvre tient entre autres au fait que ce catalogue reprend le processus de conception de l'exposition.

Cet abécédaire fait écho au concept didactique de Szeemann où il « [...] préférerait laisser les gens libres de se renseigner » (Burkhardt, 2007). Selon Jean-Christophe Ammann (2007), un des commissaires de la *documenta 5*, « [c]'était au spectateur de trouver sa réponse et de parvenir à ses propres conclusions ». Reprenant certains codes de la méthode de Szeemann, c'est une approche didactique, documentaire, ou encore archivistique qui est ici utilisée. Cet ensemble de mots rappelle l'archivage de Szeemann : le chaos, l'abondance, voire l'obsession. Or, son approche est aussi décrite comme méthodique et encyclopédique. Ainsi, cette limite entre obsession et fonction permet des rapprochements à travers de multiples temporalités, et ce, entre divers intervenants du monde de l'art contemporain. \* \*\*

[30]

**Chapitre 3 : Catalogue**  
*La Galerie UQO présente ICI :*  
*Harald Szeemann, documenta 5, 2020*  
Mélanie Boucher, Alexe Houtart  
et Marie Hélène Leblanc  
Format mixte

\* Projet réalisé dans le cadre du *Séminaire en muséologie et pratiques des arts : l'exposition* de la maîtrise en muséologie et pratiques des arts de l'UQO.

\*\* NdT : Traduction du projet réalisée par Michèle Laliberté, Geneviève Has, Myriam Legault-Beauregard et Mélanie Rivet du Département d'études langagières de l'UQO.

## Notices

Les notices<sup>4</sup> de catalogue sont généralement utilisées comme des instruments de recherche. Elles sont rédigées de manière à être autonomes et donner à lire les informations complètes sur les œuvres, ses auteurs, son contexte de production et ses expositions. Dans cette perspective, l'usager peut consulter seulement l'entrée désirée et obtenir l'ensemble des renseignements sur l'œuvre. Or, si cette mise en forme répond à l'usage du catalogue, la répétition des informations alourdit la lecture en continu. Ainsi, les notices de ce mémoire-catalogue informent seulement sur un aspect spécifique de l'œuvre afin de permettre la lecture habituelle du mémoire, soit d'une couverture à l'autre. Elles ont pour objectif de *dire* en quoi la forme du livre peut signifier un contenu et par quel moyen le créateur peut réfléchir la forme éditoriale comme véhicule de sens. Ces énoncés descriptifs sont accompagnés par quelques commentaires de l'auteure, des notes *pour* la recherche, qui offre un premier regard sur la production de données obtenu *par* le design graphique. Cette rétroaction du volet création est le pont entre les résultats spécifiques des commandes de catalogues et les conclusions générales et transférables données à lire dans les chapitres ci-après.

---

4

**Notices.** Les notices un à six (1-6) se rapportent aux réalisations du cours *Atelier 1*, de la Maîtrise en muséologie et pratiques des arts, présentées lors d'une installation à la Galerie UQO en décembre 2015. Du point de vue de la recherche, la réalisation de ces maquettes de formes interroge la possibilité de signifier un contenu par la forme éditoriale. Du point de vue méthodologique, ces créations amènent à réfléchir au contexte de création dans le cadre d'une recherche en design graphique. Les entrées sept à dix-neuf (7-19) sont attribuées à la première commande, soit le catalogue d'exposition *Le département des plantes*, qui fait suite à deux itérations de l'exposition réalisée par la commissaire Marie-Hélène Leblanc et l'artiste Catherine Lescarbeau à la Galerie UQO et à la Fonderie Darling en 2016. En plus d'informer sur la forme du catalogue d'exposition comme élément potentiel d'activation de sens, ces notices rendent compte des premières réflexions sur le rôle du designer graphique dans l'élaboration d'un catalogue et de son apport au contenu. Les notices vingt à vingt-cinq (20-25) relatent du projet du catalogue *Pendant-ce temps-là en France*, commandité par la chercheuse et designer Valérie Yobé. Celles-ci font états des relations et influences perceptibles entre le catalogue et l'exposition lorsque réalisées simultanément. Finalement, les quatre dernières entrées soit, vingt-six à trente (26-30), commentent l'exposition *La Galerie UQO présente ICI: Harald Szeemann, documenta 5* ainsi que son catalogue et pose une réflexion sur la possibilité qu'un catalogue d'exposition soit un outil auctorial et commissarial.

**Apostille //** Les notices présentent deux états de la recherche; l'un décrit le contexte de création et de production du projet de catalogue réalisé, l'autre présente les réflexions qui ont permis d'émettre des conclusions génériques. Ce changement de registre engendre aussi une variation dans l'écriture et plus spécifiquement dans l'usage du féminin. Dans le mode descriptif, la designer et la commissaire font référence à des personnes précises. Toutefois, dans les *Notes pour la recherche*, tout comme dans l'ensemble de la publication, l'emploi du masculin générique est utilisé pour faire référence à l'ensemble des designers graphiques.

---

**[01] Maquette 1 : espace-recherche**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

6 po × 8.5 po, 40 pages

—  
La forme de cette maquette tente de signifier la recherche-crétation, un acte qui oscille entre pratique et théorie. Cet objet éditorial consiste en une série d'éléments reliés par un bandeau de papier blanc. Cette esquisse formelle est une première réflexion sur la possibilité de faire coexister les résultats pratique et théorique dans le même objet éditorial. Deux cartons recyclés faisant office de couvertures retiennent un petit livret broché (volet recherche) et une série de carton noir (volet création).

**Notes pour la recherche :** l'usage d'éléments matériels permet de signifier un concept, une idée ou un contenu (CHAP. 7). Cette réflexion de forme est ensuite transposée dans l'objet mémoire (CHAP. 8), par l'entremise de plusieurs choix du paratexte éditorial tels que le papier et la jaquette.

**[02] Maquette 1 : espace-crétation**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

6 po × 8.5 po, 20 cartons

—  
À l'aide de la perforation – procédé de finition – la designer-chercheuse rend compte d'une interprétation matérielle du processus créatif: soit le projet, la collecte, les liens, l'idéalisation, la conception et la validation.

**Notes pour la recherche :** Tout comme les éléments matériels d'un objet éditorial, les procédés d'impression et de finition sont des composantes qui permettent au designer graphique d'interpréter un contenu. Or, la réception du sens n'est pas nécessairement saisie par le lecteur. Le cas échéant, la majorité des lecteurs

associe les pages noires de cette maquette à un travail processuel, à la construction d'une image, mais ce sont uniquement les gens du milieu des arts et du design qui pourront recevoir cette image comme une interprétation du processus créatif. Ainsi, le contexte, l'usage et le bagage de connaissances du lecteur sont des facteurs dans la réception de sens (CHAP. 3).

**[03] Maquette 2 et 3 : espace-temps**

*Esquisses de formes, 2015*

Alexe Houtart

Format mixte

—  
Afin de matérialiser la recherche-crétation, la designer-chercheuse fait une collecte de données qui consiste à noter une activité faite par chaque étudiant de sa classe pour une journée de semaine donnée. Les informations récoltées sont présentées sous deux formes – un carnet et cinq blocs-notes – où le résultat de chaque étudiant est signifié par un jeu de pages de couleur.

La *maquette 2* est un carnet de notes constitué d'une couverture noire et de pages colorées. Cette publication est structurée en 5 chapitres qui sont divisés par des rabats de papier blanc. Un encart donne accès rapidement aux titres des cinq chapitres – Alexe, Christian, Karina, Isabelle, Thomas –, à une légende – « créer du orange », « obliger le noir », « manger du vert », « rêver en bleu » –, et à une note – « si pour certains le cours *Atelier 1* est un espace-temps de création, il est pour d'autres une obligation ».

La *maquette 3*, utilise la même collecte de données, mais cette fois elle est présentée sous forme de petits blocs-notes afin de signifier que la recherche-crétation est réalisée dans un espace-temps commun – *Atelier 1* –, tout en étant un acte solitaire.

**Apostille //** La mise en page de ce chapitre est un exemple d'exploration de design au sein du gabarit normé par l'institution. Par défaut, le texte courant doit avoir un interlignage double, ce qui ne permet pas la mise en page en deux colonnes. Or, l'interlignage simple des notes de bas de page permet une nouvelle mise en forme. Ce petit espace de création m'a amenée à repenser la forme du mémoire afin de me rapprocher de la structure du catalogue. Ainsi, l'usage de deux colonnes dans les mises en page des notices, a trouvé ici sa place malgré les contraintes du mémoire.

**Notes pour la recherche :** Cet objet éditorial est conceptualisé et produit à partir d'un savoir-faire propre au domaine du design graphique. Or, sa réception est généralement associée à celui d'un livre d'artiste, pratique du domaine des arts visuels. Alors, comment peut-on réfléchir à la possibilité d'interpréter un contenu et de contribuer à la réception de sens tout en restant dans un cadre de recherche en design graphique ?

Du point de vue théorique, une première piste de réflexion se trouve dans les écrits sur l'intégration de la commande dans la méthodologie du professeur et chercheur Alain Findeli (CHAP. 2).

Du point de vue de la création, une seconde piste de réflexion se situe dans la pratique de la designer néerlandaise Irma Boom, qui cherche à réfléchir le livre non pas comme un objet d'art, mais comme un objet d'usage (2020) et dont la reproduction est industrielle (2014) (CHAP. 7).

**[04] Maquette 4 : confinement**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

6 po × 8 po, 54 pages

—  
Lors d'un entretien, la designer-chercheuse, Alexe Houtart, demande à l'artiste Karina Pawlikowski, de décrire le concept de son exposition en un mot. Le terme confinement apparaît. Cette notion est signifiée sur la page couverture de la publication qui, entre deux plexiglas, renferme un morceau de papier-transfert utilisé par l'artiste dans la réalisation de ses œuvres. Le choix du plastique fait écho aux dessins de l'exposition qui montrent l'impact du confinement d'une espèce végétale ou animale; un poisson enfermé dans un sac de plastique à son achat, les racines moulées par son pot, lorsque dénudées. Les pages du livre, confinées à leur couverture, sont moulées

par celle-ci de manière à former un pli dans le papier qui, lors de la lecture, provoque une coupure. Cet aspect physique de la publication renvoie à un second entretien, dans lequel Pawlikowski admet avoir ressenti un « décalage », un écart entre l'exposition conceptualisée dans son cahier de recherche et l'exposition réelle. Ces deux états sont identifiés par le choix du papier : le papier beige pour les reproductions du cahier de recherche, les esquisses, les dessins, les notes et le papier blanc pour la documentation de l'exposition et les textes critiques.

**[05] Maquette 5 : trace**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

7.5 po × 9.75 po, 124 pages

—  
Cette esquisse de forme cherche à rendre compte du lien entre le médium utilisé par l'artiste et la forme éditoriale. L'usage du papier carbone en couverture – médium de l'artiste – permet de marquer l'impact de la production et de la manipulation du livre. Ce choix matériel renvoie à la pratique de Pawlikowski et à ses illustrations réalisées à l'aveugle avec du papier carbone. La reliure française des pages permet une double lecture; au-dessus, la reproduction du cahier de notes – version que Pawlikowski considère conforme à sa vision –, et, à l'intérieur, la documentation de l'exposition – version réelle.

**[06] Maquette 6 : cahier de notes**

*Esquisse de forme, 2015*

Alexe Houtart

7.5 po × 9.75 po, 124 pages

—  
Pawlikowski affirme lors d'un entretien que le processus d'exposition est en quelque sorte confinant en soi. L'esquisse

**Apostille //** Les textes qui informent sur les catalogues sont imprimés à 50% de noir. Ce choix graphique permet de faire une distinction entre les projets de design (volet création) et le projet de recherche (volet théorique). Cette différence de tonalité renforce l'acte de recherche-crédation en présentant graphiquement le va-et-vient entre les activités de recherches – commande, exploration et interprétation – ainsi que le passage de la pratique vers la théorisation.

formelle du catalogue *Maquette 6* cherche à rendre compte de cet énoncé en confinant le catalogue d'exposition. Ainsi, sa forme reprend les dimensions, les matériaux et la reliure exacts du cahier de recherche de Pawlikowski : lieu où loge la version complète et authentique de l'exposition. Or, le livre est renversé et confiné par une pellicule de plastique. Ainsi, la couverture grise est au centre et les pages centrales blanches devenues visibles rendent compte de la couture de la reliure.

**Notes pour la recherche :** Les échanges avec l'artiste ont permis de se rapprocher du contexte de commande, où le travail du designer graphique est structuré par les objectifs et les intentions du commanditaire. Or, un aspect important manque : le contenu du catalogue. Ces esquisses de forme sont créées dans l'objectif de signifier un concept, une idée ou un mot par la forme, mais elles ne permettent pas de valider cette possibilité. La relation contenu et forme est nécessaire dans la validation du design éditorial comme contribution à la réception de sens. Dans cette perspective, un partenariat est créé avec la Galerie UQO afin de travailler sur des commandes de catalogues d'expositions qui, d'une part, relèvent d'un contexte professionnel et d'autre, mènent à l'édition.

[07] **Catalogue : dossier de recherche**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescaubeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8,5 po × 11 po, 364 pages

—  
À première vue, la forme du catalogue s'apparente à celle d'un simple dossier : une chemise recyclée contenant un grand nombre de pages photocopiées en noir et blanc. Sur une feuille amovible, le texte de la commissaire reprend les codes

et le gabarit d'une lettre officielle de la Galerie UQO. Cet encart présenté dans une enveloppe scellée peut être ajouté au catalogue d'exposition, ce qui réitère la fonction du dossier comme choix de support. Fait de papier 100% recyclé, le catalogue est relié par une attache à broche. La page couverture et les textes des auteures reprennent les erreurs courantes de mise en page produites par les logiciels de bureautiques de type *Microsoft Word*. La césure, l'interlettrage et l'interlignage sont ainsi exploités et détournés afin de les rendre graphiquement intéressants. Le dossier-catalogue permet la documentation de l'ensemble des fiches de données (photo, le nom de la plante ainsi qu'un numéro d'identification), l'insertion du plan de l'exposition, ainsi que l'ajout de textes critiques et de photographies documentaires. La particularité est que sa mise en forme (gabarit) s'est faite au même moment que les deux résidences de l'artiste au sein de l'université en vue de l'exposition. Ainsi, il rend compte de deux instants : la recherche d'une mise en exposition et l'exposition elle-même.

**Notes pour la recherche :** Les objectifs et les intentions de la commissaire et de l'artiste permettent d'établir l'espace de création du designer graphique dans la réalisation d'un catalogue d'exposition. Ainsi, le concept, le contenu et les fonctions du catalogue guident les choix de sa mise en forme. Le designer graphique peut utiliser le paratexte éditorial du catalogue pour accentuer son rapport avec l'exposition et, par ce fait, signifier le contenu. En d'autres termes, les choix du format, du papier, de la grille et de la typographie peuvent contribuer à la réception du sens. Dans une perspective de recherche *sur* le design, la matérialité du livre comme véhicule de sens est observable dans les pratiques du commissaire



---

Laurent Le Bon et de la designer graphique Irma Boom. Réfléchir le catalogue en même temps que son exposition permet d'ouvrir le spectre de ses fonctions, au profit de la diversification des relations qu'il entretient avec l'exposition et même, dans certains cas son statut (CHAP. 4). Dans le cas présenté, les fonctions et le statut du catalogue se brouillent, entre document, catalogue et œuvre; la réception de celui-ci dépend du contexte et de son usage.

- [08] **Enveloppe : lettre de la commissaire**  
*Opuscule DPB, 2016*  
 Simon Guibord, Alexe Houtart  
 et Marie-Hélène Leblanc  
 8.5 po × 11 po (ouvert)  
 9 po × 6 po (enveloppe)

—  
 À l'entrée de la galerie, des enveloppes «à l'intention du visiteur» sont disponibles. Cet opuscule de l'exposition *Département des plantes* est une lettre de la commissaire Marie-Hélène Leblanc imprimée sur la papeterie officielle de la Galerie UQO. Celui-ci informe sur la pratique de l'artiste Catherine Lescarbeau et peut être ajouté au dossier par la suite: le catalogue d'exposition.

**Notes pour la recherche :** la papeterie institutionnelle a une identité distinctive qui contribue à l'ambiguïté du statut du catalogue. La reprise de la signature graphique permet de renforcer la notoriété, et, par le fait même, de signifier la notion de document institutionnel qui correspond à la démarche de l'artiste.

- [09] **Chemise : statut dossier**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
 Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
 Marie-Hélène Leblanc  
 8.5 po × 11 po

—  
 Le catalogue utilise une chemise comme couverture, choix qui fait à la fois écho aux environnements de bureaux génériques et à la pratique de l'artiste. Cet élément, que l'on retrouve habituellement dans les tiroirs de classeurs ou sur les bureaux, renvoie au statut et à la fonction d'un dossier. Pour la publication, la chemise a pour fonction de contenir toutes les feuilles documentant les plantes de bureaux, en plus d'être la page couverture. Le dossier permet de montrer l'ampleur de la recherche, de signifier la pratique de l'artiste, mais surtout d'en faire usage et d'ajouter des éléments, une lettre (opuscule), des photos (documentation), des documents (textes rétrospectifs).

**Notes pour la recherche :** Afin de s'arrimer à la pratique de l'artiste, l'objet «chemise» est utilisé mais non représenté. Cette distinction est importante pour l'artiste, car elle permet de s'éloigner du registre de l'esthétisation et de l'illustration, au profit d'un usage concret des composantes de la publication (forme-fonction). Or, cette décision impose des défis de production car la couverture doit être assujettie à une série de procédés d'impression et de finition : pelliculage, perforation, sérigraphie.

**[10] Chemise : statut catalogue**

*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po

—  
La sérigraphie d'une encre photosensible sur la page couverture du catalogue fait en sorte que le lieu de consultation influe sur la compréhension du statut de la publication. Consulté dans un endroit sans lumière naturelle, tel un espace de bureau sans fenêtre, le texte de la page couverture est invisible et l'aspect « dossier » est dominant. Par contre, dans un espace lumineux, l'encre est activée et permet de lire la mention « Catalogue ». Ainsi, le statut du simple dossier devient celui d'un objet d'art, d'un catalogue.

**Notes pour la recherche:** Du point de vue du design graphique, la forme du catalogue répond à la commande, aux objectifs et aux intentions des commanditaires. Dans la perspective de la recherche, elle permet de confirmer qu'il est possible de signifier un concept, une pratique, un contenu par la forme du catalogue. Or, la réception de cet objet éditorial dans le domaine de l'art mène à un questionnement: est-ce que le fait de signifier la pratique de l'artiste par la mise en forme provoque une confusion dans la réception de son statut, à savoir un objet hybride entre document, œuvre et catalogue? Partant du principe que le catalogue documente, présente et pose un regard critique sur l'exposition, le catalogue *Département des plantes en* est un. Celui-ci donne la liste des œuvres, présente leurs reproductions, documente leurs dispositions et la scénographie, et des textes analytiques les commentent. Toutefois, le fait que la pratique de l'artiste soit réactualisée dans la forme du catalogue brouille son statut. Selon Anne Bénichou

(2010 : 55) et Roland Recht (1996 :32), lorsqu'il y a une reprise de la pratique dans le catalogue, il doit être considéré comme œuvre à part entière. Dans cette perspective, le catalogue *Département des plantes* peut être reçu comme une œuvre. Or, sa mise en forme n'est pas le médium de l'artiste, mais celui de la designer-chercheuse. Il est une reprise de la pratique de l'artiste, mais une interprétation de la designer graphique. Dans cette perspective, est-il œuvre? Si oui, qui en détient l'auctorialité? La commissaire? L'artiste? La designer graphique? (CHAP. 7)

**[11] Gabarit : signifier la recherche et l'exposition**

*Gabarit Département des plantes, 2016*  
Alexe Houtart  
8.5 po × 11 po

—  
Lors de deux résidences à la Galerie UQO, l'artiste Catherine Lescarbeau parcourt les espaces de bureau des pavillons Lucien-Brault (LB) et Alexandre-Taché (AT) afin de réaliser un inventaire photographique de toutes les plantes d'intérieur présentes dans l'UQO. Cette base de données est le matériau de travail pour l'artiste et la designer-chercheuse qui aspirent à rendre compte de la recherche et de ses résultats dans une forme de présentation; Lescarbeau dans l'espace de la galerie et Houtart dans l'espace du catalogue. L'objectif était de réaliser un objet éditorial qui était à la fois un dossier, tel que retrouvé sur les bureaux de l'UQO, et un catalogue d'exposition, qui s'arrime à la production éditoriale de la Galerie UQO. La chemise, le format lettre, le papier blanc, l'impression noir et blanc permettent, non pas de représenter le dossier, mais de faire usage de ce qui est disponible dans l'institution. Après un sondage auprès des responsables des communications de l'UQO, il a été

**Apostille //** Times New Roman est une police de caractère avec empattement connu et répandu, faisant partie de la famille des réales. Adaptée pour faciliter la lecture et occuper moins d'espace, elle a longtemps été la typographie par défaut du logiciel Microsoft Word. Cette police de caractère est aussi celle privilégiée dans le guide de normes de présentation de la recherche à l'UQO. Toutefois, la typographie utilisée dans ce mémoire-catalogue est la *Nimbus Roman No.9* qui se rapproche davantage des subtilités du caractère Times New Roman original en plomb. Dessiné par Stanley Morison et Victor Lardent, cette typographie sérif offre une belle qualité d'impression et optimise la lecture soutenue. Ce choix typographique est un exemple de choix conceptuel qui restera probablement invisible à l'œil non averti, mais qui, selon moi, représente un espace de création.

déterminé que la typographie la plus utilisée était celle du Times New Roman. Or, celle utilisée dans le catalogue est la *Nimbus Roman No.9*. Réalisée par URW Studio en 1987, cette typographie est une version améliorée du *Times New Roman*.

Quant à elle, la mise en page du catalogue prend, son ancrage dans la structure graphique et éditoriale de la Galerie UQO, lieu central du projet de recherche. C'est à partir de l'identité visuelle de la Galerie UQO, réalisée par Simon Guibord, que la designer-chercheuse se réapproprie la grille de base afin de produire un document propre au *Département des plantes*, mais qui est toutefois cohérent avec ceux de la galerie. À cette structure, elle ajoute les codes de l'identification en botanique (fiches taxonomiques) afin de créer un gabarit de page qui montre, identifie et localise chaque plante dans le catalogue.

La table des matières est une marque de scientificité mais peut aussi être un médium (GENETTE, 1987 : 319); ce catalogue présente une forme singulière, où la table des matières est un intermédiaire entre la recherche et la création. Dans cette perspective, elle est utilisée comme moyen de signifier et montrer la recherche, la répartition des plantes dans l'institution, la mention de naturel ou artificiel ainsi que l'exposition des plantes. Chaque plante est associée à un code, la première série de chiffres renvoie à la recherche – abréviation du pavillon (AT ou LB), numéro de la plante et la mention naturelle (N) ou artificielle (A) – contrairement à la deuxième série qui se rapporte à la page du catalogue. La liste alphabétique montre la proportion de chaque type de plante retrouvée dans l'UQO et le surlignage jaune rend compte des plantes (œuvres) exposées, soit celles du Service des finances.

**Notes pour la recherche :** Le gabarit permet de voir le travail du designer graphique. Dénudé de contenu, le paratexte du gabarit informe du contenu à venir tout en montrant la réponse graphique et matérielle de la commande; le choix du papier, le type d'impression, espace prévu pour le visuel, de la typographie, l'usage de l'italique, etc. C'est une étape du processus éditorial qui permet de s'attarder à la mise en forme et possiblement de rendre compte de l'interprétation graphique. Or, une fois le contenu ajouté, l'expression du designer graphique s'efface au profit du discours du commanditaire et du contenu. C'est ici que se situe le seuil de la visibilité de l'acte créateur du designer graphique. Difficilement perceptible, mais présent, le gabarit de page est l'acte de design, l'interprétation du designer graphique (CHAP. 6).

[12] **Page : donné AT023-N P66**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 66

—  
Cette soixante-sixième page du catalogue représente la vingt-troisième donnée collectée par le *Département des plantes* : un cactus naturel, *Cleistocactus*, situé au local B-0122 au Module d'informatique du pavillon Alexandre-Taché.

**Notes pour la recherche :** Le passage entre l'image onze (11) et douze (12), est précisément le moment où l'expression du designer graphique s'efface au profit du contenu (CHAP. 6).

**[13] Pages : donnée LB43-N P45**

*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 45

—  
Le local A-0115, muni de quelques plantes, est le lieu où opère le *Département des plantes*, le temps d'un projet d'exposition dont le terrain d'étude est l'UQO.

Un bureau blanc. Une chaise noire. Point d'ancrage au projet, la Galerie UQO est au départ l'espace bureau de l'artiste Catherine Lescarbeau, pour ensuite devenir l'espace d'exposition de sa recherche.

**Notes pour la recherche :** La galerie est aussi le lieu où les échanges entre les commanditaires et la designer graphique prennent place. Or, ce qui importe n'est pas son espace physique mais son espace communicationnel et collaboratif. Ainsi, dans une dynamique d'effort partagé, où le designer graphique travaille *avec* et non *pour* les commanditaires, l'exploration de la mise en forme et la recherche de procédés d'impression signifiants sont possibles (CHAP. 7).

**[14] Pages : donnée LB012-N P0180**

*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po, page 180

—  
Le 11 novembre 2015, à l'atelier situé au Local C-0124 du Pavillon Lucien-Brault, l'artiste Catherine Lescarbeau charge Alexe Houtart, designer-chercheuse, de la conceptualisation et de la réalisation du catalogue de l'exposition.

**Notes pour la recherche :** Cet atelier est à la fois un lieu de design, l'endroit où la réponse graphique d'une commande prend forme, et un lieu de recherche,

où les activités d'exploration, de lecture et d'écriture s'entremêlent. Sur la table, les propositions de gabarit de forme s'accumulent, chacune d'elles visant à établir des liens entre la forme de l'objet éditorial et le contenu qui doit être signifié. Or, le désir de contribuer au discours et de répondre à la commande sont souvent en tension. Au sol, des piles de livres, de photocopies d'articles, nourrissent la réflexion sur l'espace de création et l'expression du designer graphique (CHAP. 6). Entre pratique et recherche, les pôles *interprétation* et *commande* ne semblent plus incompatibles et un équilibre s'établit par le biais d'une dynamique collaborative et d'un partage d'autorité (CHAP. 7).

**[15] Page : donnée LB-120-A P238**

*Catalogue Département des plantes, 2020*  
Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau,  
Marie-Hélène Leblanc  
8.5 po × 11 po

—  
La plante documentée sur cette page est une *Phalaenopsis*, connue sous le nom commun d'orchidée. Comme la majorité des plantes du Pavillon Lucien-Brault, celle-ci est artificielle. Suite à son projet de recherche, l'artiste Catherine Lescarbeau remarque qu'il y a davantage de plantes naturelles au Pavillon Alexandre-Taché. Ce constat s'explique par l'architecture de l'édifice, qui offre des espaces de bureau beaucoup plus lumineux. Cette observation est signifiée sur la page couverture du dossier, où une encre photosensible est activée lorsque déposée près d'une fenêtre : on y voit apparaître la mention « Catalogue ».

- 
- [16] **Plan : intégration du Service des finances à la Galerie UQO**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
 Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau, Marie-Hélène Leblanc  
 8.5 po × 11 po  
 —  
 L'expographie prend son ancrage dans la division des locaux du Service des finances (E-1400, Pavillon Alexandre-Taché) car on y trouve le plus grand nombre de spécimens de plante trouvés à l'UQO. Le passage de l'espace bureau réel dans l'université à celui de l'espace galerie nécessite une mise à l'échelle : un plan. Celui-ci est réalisé par la designer chercheuse Alexe Houtart et s'ajoute au dossier de recherche : le catalogue.

**Notes pour la recherche :** La forme du catalogue est conceptualisée lors de la recherche terrain de l'artiste et de la création des œuvres. Ainsi, à l'étape de la scénographie, le gabarit est déjà réalisé, ce qui entraîne une prise de conscience sur le statut et les fonctions du catalogue; est-il davantage trace du processus, des résidences de l'artiste, de la recherche que de l'exposition? Quelles relations les unissent? Réfléchir au catalogue au moment même où la création du contenu et la scénographie influence la forme du catalogue qui, à son tour, influence la forme de l'exposition. L'avantage est la possibilité d'avoir une cohérence graphique et de réaliser deux mises en forme à la fois autonomes, donnant à voir et à lire une interprétation de la recherche, et complémentaires, où chaque espace (galerie et catalogue) informe sur le contenu de l'autre et contribuant à leur réception de sens.

- [17] **Encart : documentation de l'exposition**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
 Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau, Marie-Hélène Leblanc  
 4 po × 6 po  
 —  
 Six photographies, imprimées en couleurs sur du carton recyclé documentent les deux itérations du projet d'exposition. Le premier encart montre l'espace de la Galerie UQO, le plan des bureaux du Service des finances au sol et la disposition des œuvres (plantes) dans cet aménagement. Le deuxième encart rend compte de la collecte de données, soit 348 photographies noir et blanc des plantes répertoriées dans l'université et fixées au mur lors de l'exposition. Le troisième encart oriente le regard sur un document déposé sur un socle, le gabarit du catalogue. Les trois encarts suivants rendent compte de l'itération de l'exposition à la Fonderie Darling, de la scénographie et d'une plante dans l'exposition. L'encart présenté est celui qui donne à voir le gabarit. Dans la perspective de la commande, le gabarit est un objet procédural, qui permet l'échange entre la designer graphique, l'artiste et la commissaire. Exposé, le gabarit est présenté comme une œuvre de la designer-chercheuse Alexe Houtart. Celui-ci sera réexposé lors de la deuxième itération de l'exposition. Puis, en 2018, le gabarit sera une des œuvres d'exposition *Édition/forme/expérimentation (remix)* du Collectif blanc à Arprim. Finalement, le gabarit du catalogue, imprimé à petit tirage en 2020, devient un objet publié. Celui-ci reprend les mêmes procédés d'impression et de finition que le catalogue original. Tout comme le catalogue *Département des plantes*, il est disponible à Bibliothèque et Archives

nationales du Québec, Bibliothèque et Archives Canada ainsi que dans la collection de Bibliothèque et Archives du Musée des beaux-arts du Canada et d'Artex. Côte à côte, le gabarit et le catalogue sont deux objets autonomes et interreliés qui permettent de rendre compte du travail de la designer-chercheuse, mais surtout d'un travail collaboratif entre les intervenantes.

**Notes pour la recherche :** Le gabarit, pensé comme version du catalogue en attente de contenu, est ce qui se rapproche le plus de l'acte de design. Il donne à voir l'interprétation du contenu et, par le fait même, l'expression du designer graphique. Ainsi, à partir des étapes de conception, réalisation et production d'un objet éditorial, tel que le catalogue, il est possible de considérer le gabarit comme un cadre opératoire et comme une œuvre.

- [18] **Proposition : processus auctorial**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
 Alexe Houtart  
 8.5 po × 11 po  
 —  
 En vue d'obtenir une forme singulière et signifiante du projet de recherche et de l'exposition, la designer-chercheuse présente 6 propositions de forme : des réponses aux qualités graphiques et matérielles qui correspondent aux besoins du projet et à l'intention de l'artiste et de la commissaire. L'espace livre est à la fois réfléchi dans les contextes professionnel et de la recherche, ce qui suscite une réflexion sur les paramètres physiques qui informent, signifient ou commentent le contenu à mettre en forme. Ainsi, les propositions prennent ancrage dans la pratique de l'artiste, mais aussi par la lecture des données de sa recherche et des textes théoriques.

Les formes varient entre herbier, enveloppes, bloc-notes et fichiers. Si la forme retenue est celle du dossier, celle préconisée par la designer-chercheuse est celle du bloc-notes. Un objet bureautique qui, par sa forme, interprète le cube blanc, la galerie.

**Notes pour la recherche :** Chaque proposition est une interprétation du contenu réalisé par la designer graphique, une tentative de faire converger son expression aux objectifs et aux intentions de l'artiste et de la commissaire. La réalisation de propositions d'objet éditorial permet l'échange, la critique et les discussions afin de faire les ajustements et améliorations avant la production du gabarit final (CHAP. 6).

- [19] **Quatrième de couverture : trace d'un partage d'autorité**  
*Catalogue Département des plantes, 2020*  
 Alexe Houtart, Catherine Lescarbeau, Marie-Hélène Leblanc  
 8.5 po × 11 po  
 —  
 La pratique de Catherine Lescarbeau s'opère au sein d'un département fictif, où des projets de recherche et d'exposition sont entrepris. La nature administrative de celle-ci permet la rencontre de diverses disciplines telles que l'art, le commissariat, la botanique et le design graphique, au profit d'une réalisation multidisciplinaire. Le travail réalisé dans le cadre de l'étude de terrain de l'UQO se fait dans un esprit de collaboration, où une approche horizontale est préconisée. Ainsi, l'engagement de la commissaire Marie Hélène Leblanc, et de la designer-chercheuse Alexe Houtart dans la participation aux prises de décisions et dans la création du contenu est valorisé par le *Département des plantes* et plus particulièrement par l'artiste qui l'opère,

Catherine Lesarbeau. Ainsi, les intervenantes ont conceptualisé le catalogue d'exposition dans un contexte de communication ouverte, où le dialogue constructif a permis le croisement d'idées. L'autorité partagée a permis à chacune de réaliser – selon leurs rôles et responsabilités – une partie du contenu pour le catalogue : les œuvres sont réalisées par Catherine Lesarbeau, la forme éditoriale est produite par Alexe Houtart et la valeur critique est amenée par Marie Hélène Leblanc. Ce mode opératoire entre les diverses voix s'inscrit en quatrième de couverture.

**Notes pour la recherche :** Quelle place prend le partage d'autorité dans les commandes éditoriales aujourd'hui? Quelle mention accorde-t-on au travail du designer graphique? Peut-il signer son design? (CHAP. 6)

**[20] Catalogue : outils d'expression**

*Catalogue Pendant ce temps-là en France, 2016*

Alexe Houtart, Isabelle Plamondon, Valérie Yobé

6.75 po × 9.75 po, 128 pages

—  
Tout comme l'exposition *Pendant ce temps-là en France*, l'objectif du catalogue est d'inciter les designers graphiques du Québec à affirmer leur rôle et leur expression en vue de l'innovation sociale et politique. La commissaire souhaite « que de ce côté-ci de l'Atlantique, ils inspirent nos graphistes actuels et futurs à s'engager ouvertement sur cette voie en la revendiquant au sein de leurs pratiques quotidiennes » (YOBÉ, 2015). Ainsi, le catalogue est basé sur cette idée de transversalité, du passage intercontinental d'un savoir-faire de la France vers le Québec. La forme du catalogue est réfléchie comme une voix qui, à la fois, dénonce le manque d'implication au Québec, informe sur

l'intervention collective réalisée à Gatineau et invite à s'investir graphiquement dans nos villes, nos institutions et nos écoles.

**Notes pour la recherche :** Comment peut-on graphiquement signifier le manque de projets de design social et politique au Québec dans un catalogue? Le concept de transversalité peut-il être matériellement rendu visible? (CHAP. 7) Quelle est la possibilité d'exposer une partie du catalogue? (CHAP. 4)

**[21] Page couverture : transversalité d'un savoir-faire**

*Couverture du catalogue*

*Pendant ce temps-là en France, 2016*

Alexe Houtart, Isabelle Plamondon, Valérie Yobé

6.75 po × 9.75 po

—  
Le design du catalogue permet de lire, dès la couverture, la préface de la commissaire. Comme dans les pratiques du design politique et sociale, ce choix de mise en forme cherche à attirer l'attention de l'utilisateur. Le design sous-entend l'idée d'urgence et pousse le lecteur à prendre action, à lire, à manipuler, à consommer le catalogue... Pour s'investir dans sa lecture, une première action est nécessaire : le retourner. Le texte, mis en page à la verticale, évoque la notion de passage par le fait que le lecteur est confronté à franchir la frontière physique du livre, soit la reliure. Puis, le vide des pages de droite appelle à une seconde action, celle de combler un manque et d'ajouter du contenu. Ainsi, lors de la visite de l'exposition, l'utilisateur peut ajouter les pages manquantes au catalogue, comme symbole d'un savoir-faire qui transite d'un pays à l'autre.

---

**Notes pour la recherche :** La mise en forme peut potentiellement changer le rapport entre l'objet livre et son usager, ce qui, modifie en fait le comportement du lecteur. Ce changement dans l'usage du catalogue est d'autant plus pertinent s'il permet de signifier un sujet, un concept, une idée, ou un commentaire.

**Notes pour la recherche :** L'abstraction, les marges, l'interlignage, le blanc ne sont pas des vides, mais des éléments graphiques à part entière. Ces zones libres attirent l'attention et amènent le lecteur à les mettre en relation avec le contenu. Utilisées comme véhicule de sens, elles peuvent être des clés de reconnaissances pour l'utilisateur.

[22] **Double page : critique du design graphique**  
*Mise en page du catalogue*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
 Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
 Valérie Yobé  
 6.75 po × 9.75 po

Cette double page du catalogue donne à voir la structure du livre; à gauche, une image imprimée à fond perdu, à droite, une page blanche dont la seule intervention est la pagination. Déjà, le lecteur est confronté à une mise en page qui s'oppose aux traditions où les pages de droite sont priorisées. Cette mise en forme montre l'usage du design comme moyen d'action, de critique, voire de lutte sociale et politique dans les deux pays: une grande présence en France et une absence au Québec. Le lecteur alerte pourrait remarquer un petit élément de paratexte qui évoque sur les pages manquantes: la pagination. Une fois dans l'exposition, l'utilisateur est invité à remplir cet espace vide avec des encarts paginés, soit les œuvres des designers graphiques français, exposées pour la première fois au Québec. Ce geste symbolise la transition du savoir-faire de la France vers le Québec, en vue d'inciter le lecteur à s'investir lui-même dans le mouvement. Si l'intention est d'amener l'utilisateur à réaliser ces projets distincts, en comblant les pages blanches du catalogue par l'entremise de dessins, de notes, de collages, c'est déjà un premier pas.

[23] **Affiche : jaquette du catalogue**  
*Jaquette du catalogue*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
 Alexe Houtart, Isabelle Plamondon,  
 Valérie Yobé  
 18 po × 24 po

La genèse du projet est celle d'une table ronde sur le graphisme engagé tenue en France le 22 septembre 2015. Une fois transcrite, celle-ci a été mise en forme dans le catalogue au moyen d'un code graphique qui permet de souligner certains passages. La seconde phase du projet d'exposition de la commissaire Valérie Yobé prend place au Québec, sous forme d'une série d'ateliers conçus pour des jeunes citoyens de Gatineau en vue de les initier au design graphique comme moyen d'expression. Dans le cadre de cette activité, la commissaire invite Julia Chantel et Estelle Henriot du collectif *Ne Rougissez pas!* à s'installer dans la Galerie UQO durant une semaine pour activer cet espace et permettre aux élèves de deux classes de l'École primaire Saint-Jean Bosco de Gatineau de communiquer par des moyens graphiques sur les questions de territoire et d'identité. À partir d'une trame graphique dessinée par Chantel et Henriot, les étudiants produisent le contenu de l'installation collective. L'affiche est produite pour l'installation et exécutée de manière à ce qu'elle puisse être pliée et devenir la jaquette du catalogue.



**Notes pour la recherche :** Selon Gérard Genette (1987 :32), « la fonction la plus évidente de la jaquette est d'attirer l'attention par des moyens plus spectaculaires qu'une couverture ne peut ou ne souhaite s'en permettre ». Celle-ci, une œuvre originale du collectif, enveloppe le livre d'une affiche sérigraphiée aux couleurs vives. La jaquette permet de recouvrir le catalogue d'un nouveau paratexte (*Ibid.*). Si le design graphique du catalogue est, à la base, une critique du manque d'intervention graphique sociale et politique au Québec, il est aussi une invitation à s'engager dans un mouvement et à se produire à même nos rues. Conceptuellement, l'ajout de la jaquette est un premier pas vers ce désir et un rappel qu'il est possible de changer le visage de nos villes par l'ajout de couleurs. Théoriquement, il renvoie aux réflexions sur le rôle du design graphique, l'équilibre entre le savoir-faire et l'expression singulière ainsi qu'aux possibilités de graphisme d'auteur, sujet traité dans le catalogue. Ce nouveau paratexte contribue à la réception du message, mais brouille-t-il la réception de son statut? Est-ce que ce catalogue n'est pas en quelque sorte une œuvre collective réalisée par des designers graphiques français et québécois? Un objet hybride, à la fois un catalogue et une œuvre qui, d'une part, rend compte d'un savoir-faire français par le biais d'œuvres exposées au Québec et, d'autre part, s'offre comme une réponse graphique aux enjeux soulevés dans le catalogue. Il est une expression singulière qui fait usage du design graphique comme outils d'information, de critique et d'expression dans le but d'inciter d'autres à faire de même dans les rues du Québec.

- [24] **Encart : œuvre collective**  
*Œuvres de l'exposition*  
*Pendant ce temps-là en France, 2016*  
 Collectif Formes Vives, Collectif  
*Ne Rougissez Pas!*, Anne Desrivières,  
 Guillaume Lanneau, Stéphane Dupont,  
 Dugudus, Sébastien Marchal,  
 Alexe Houtart, Isabelle Plamondon  
 5 po × 6 po, page 39  
 —  
 L'affiche, format traditionnel du design graphique social en France, transite vers de nouvelles pratiques où l'impression de petits formats distribués aux citoyens est de plus en plus favorisée (YOBÉ, 2016). Ce changement est à la fois souligné par l'usage de l'affiche comme jaquette et œuvre du collectif *Ne rougissez pas!* et par l'ajout de « flyers » qui présentent une œuvre de chaque designer invité. Dans l'exposition, une série de 14 cartons est accrochée au mur de la galerie de manière à former une ligne. Chaque œuvre est imprimée à 50 exemplaires et peut être manipulée par le visiteur de l'exposition. Cette intervention, proposée par la designer-chercheuse québécoise Alexe Houtart fait écho à la distribution d'éphémères imprimés dans les rues française par les designers et citoyens engagés. De manière indépendante, chaque carton donne à voir les interventions graphiques propres à la pratique d'un designer graphique invité par la commissaire Valérie Yobé. Dans l'ensemble, chaque voix graphique singulière s'unit au profit d'une voix commune qui cherche à militer pour un changement, un déplacement des pratiques du design français vers le Québec. Les « flyers » sortis du contexte de l'exposition sont des objets autonomes à part entière, des images en circulation dans les rues du Québec, qui amènent à faire connaître les pratiques de ces graphistes français. Ces cartons sont aussi les pages manquantes du catalogue. Conceptuellement, ils sont les éléments qui permettent le transfert du savoir-faire des designers graphiques français au Québec.

---

**Notes pour la recherche :** les fonctions et le statut d'un objet éditorial sont liés à l'usage. Dans ce cas-ci, l'emplacement de l'objet influe sur sa réception; dans l'exposition, ils sont perçus comme des œuvres; dans la rue, comme des « flyers »; et dans le catalogue, comme des encarts ou encore comme les pages manquantes. À l'instar d'un élément éditorial, l'interprétation du statut, de la fonction et du contenu peut différer selon l'usage que l'on en fait (CHAP. 3).

[25] **Gabarit : acte de design**

*Œuvres de l'exposition*

*Pendant ce temps-là en France, 2016*

Alexe Houtart

5 po × 6 po, page 35

—  
 Au mur de la Galerie UQO, une série de petits cartons sont accrochés et donnent à voir le travail de tous les designers invités par la commissaire Valérie Yobé. Tous très colorés, un seule détonne, le premier, où l'image se substitue au texte. Ce petit « flyer », au format de 5 po par 6 po, est l'unique œuvre réalisée par des designers québécois. Sur ce petit carton, on peut lire une note signée par Alexe Houtart et Isabelle Plamondon, conceptrice du catalogue : « *Note au lecteur : Pendant ce temps-là au Québec... la voix des graphistes français nous inspire à signifier les manifestations de la rue dans ce catalogue. Le petit format des encarts, l'inattendu de la risographie, l'affiche sérigraphiée en guise de couverture nous permet d'évoquer une part du graphisme social et culturel tel que pratiqué de l'autre côté de l'océan. Ici, le blanc de la galerie a été recouvert par ces messages. Avec ce catalogue, donnons envie aux graphistes d'ici de faire entendre leur voix, de colorer les pages blanches et de tapisser, à leur tour, les murs de leurs villes* ».

Trois procédés d'impression, à savoir l'offset, la sérigraphie et la risographie, sont utilisés dans le catalogue afin d'attirer l'attention sur les tendances des pratiques actuelles vues dans l'exposition, produites à faible coût et renforçant leur caractère artisanal. Au centre du catalogue, une impression en riso bleu sur papier rose met en évidence le travail du collectif invité, *Ne rougissez pas!*. Ce procédé relève d'une esthétique particulière, de belles couleurs vives, des textures, de légers décalages, des aplats variant en opacité. Autant de caractéristiques matérielles qui permettent à la fois de se rapprocher des pratiques actuelles du design graphique social et, plus particulièrement, de celles du collectif. Le catalogue, réfléchi en même temps que la mise en espace de l'exposition, permet d'assurer le passage d'éléments propres du catalogue à l'exposition et vice-versa. Les encarts prennent une place importante, à la fois dans l'exposition (œuvre) et le catalogue (page). Le travail d'atelier au Québec est signifié par la jaquette et, finalement, le dispositif de l'œuvre d'Anne Desrivières, un bassin d'eau, reprend les proportions de double page du catalogue. Tous deux noirs et centraux dans l'espace, ils permettent au lecteur d'y insérer une feuille pouvant prendre la forme d'un bateau.

**Notes pour la recherche :** La tradition du design éditorial veut que la mise en forme guide la lecture et l'usage du livre (LANTENOIS, 2013). De manière inconsciente ou non, l'utilisateur regarde, touche, ouvre et consulte l'ensemble des pages en les tournant l'une après l'autre. Sa lecture horizontale est guidée par la hiérarchie typographique et facilitée par l'équilibre des blancs. Or, que se passe-t-il lorsque les codes graphiques traditionnels sont modifiés? Lorsque le texte d'introduction débute sur la page couverture? Lorsqu'il

y a un changement dans l'orientation de la lecture ? Ou encore lorsqu'il y a un manque dans le contenu ? Quel est l'impact de ces interventions sur la réception du gabarit ? Pour le lecteur, le gabarit est généralement invisible ou très peu remarqué par l'utilisateur. Or, lorsque le gabarit est conçu de manière à confronter les automatismes de lecture, il est mis en évidence et, par le fait même, est plus susceptible d'être remarqué par le lecteur (CHAP. 3).

- [26] **Doubles pages : texte d'introduction de l'exposition**  
*La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5, 2020*  
 Mélanie Boucher, Alexe Houtart et Marie Hélène Leblanc  
 36 po × 50 po

À l'extérieur de la Galerie UQO, une double page s'étend sur le mur noir. Celui-ci reprend la mise en page exacte, (marge, grille, typographie) de l'introduction du catalogue original de la *documenta 5* réalisée par Harald Szeemann. Ainsi, face à ces pages redimensionnées du catalogue, le visiteur est amené à lire le texte d'introduction signé par les commissaires Mélanie Boucher et Marie-Hélène Leblanc.

- [27] **Doubles pages : texte d'introduction**  
*Pages du catalogue La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5, 2020*  
 Mélanie Boucher, Alexe Houtart et Marie Hélène Leblanc  
 8.5 po × 11 po

À l'exception du format, le design graphique de cette double page est une réplique de celle du catalogue de la *documenta 5*. Originellement un A4, il est redimensionné au format lettre nord-américain. Sa particularité est que sa hiérarchie repose sur l'usage de deux graisses de la typographie Helvetica et d'espaces blancs.

**Notes pour la recherche :** Le catalogue devient ici l'outil de mesure pour tous les éléments textuels de l'exposition. À partir du même fichier PDF, deux formats sont imprimés : celui du catalogue et celui de l'exposition. Ainsi, la mise en espace des éléments graphiques de l'exposition est une mise à l'échelle du contenu des pages du catalogue.

- [28] **Catalogue : outils commissarial**  
*Design de l'exposition La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5, 2016*  
 Mélanie Boucher, Alexe Houtart et Marie Hélène Leblanc  
 Formats mixtes

Un cartable orange, comptant plus de 700 pages divisées en onglets numérotés, est le point d'ancrage de l'exposition. Ainsi, la mise en forme du catalogue original de la *documenta 5* est utilisée comme mode opératoire de l'expographie. À l'extérieur de la galerie, le visiteur face au catalogue et est invité à lire l'introduction, présentée comme une double page d'un livre. Or, une fois à l'intérieur, le visiteur est en quelque sorte dans le catalogue. Les murs, conçus comme des pages géantes, font usage de la typographie, de la grille, du noir et blanc du catalogue d'exposition de la *documenta 5* de 1972. Les intertitres guident le visiteur/lecteur et rendent compte de la structure de l'exposition, soit la visite/lecture de cinq (5) chapitres. Finalement, la couleur orange, couleur de la couverture du catalogue *documenta 5*, est reprise pour ponctuer l'exposition et en faire ressortir des éléments clés tels que le catalogue, l'affiche et le calendrier originaux.

---

**Notes pour la recherche :** Selon le commissaire Jens Hoffmann (CITÉ DANS MEYER-KRAHMER; 4), l'activité commissariale est de livrer « un argument discursif » : « un argument soigneusement formulé et présenté à travers le choix méticuleux et l'installation méthodique d'œuvres ». Dans cette perspective, l'argumentaire de cette exposition est construit à partir du catalogue de la *documenta 5* et de documents du paratexte éditorial de l'exposition originale. Or, sa particularité est que son expographie est une réappropriation de sa structure éditoriale. Ainsi, la scénographie se concrétise à partir des liens qui relient l'espace d'une page à l'espace galerie. À partir du design graphique du catalogue de la *documenta 5*, plusieurs clés de reconnaissance sont transposées dans la mise en espace de l'exposition. Cette réappropriation permet de signifier l'exposition de 1972 à la fois par son contenu et par la mise en espace. Bien que le concept de réappropriation soit pertinent en soi, ce qui est retenu ici est l'usage du design du catalogue comme outil commissarial.

[29] **Catalogue / exposition / catalogue : réactualisation d'une mise en forme**  
*Catalogue La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5, 2020*  
 Mélanie Boucher, Alexe Houtart et Marie Hélène Leblanc  
 8.5 po × 11 po

—  
 L'objectif était de reprendre le design européen du catalogue original [1972] et d'en proposer une version contemporaine nord-américaine. Concrètement, cela implique de passer du format A4 au format lettre. Inscrit dans une perspective contemporaine, le contenu du catalogue est nouveau, mais sa mise en page – marge, colonne, titre, texte et image –, et en forme – cartable orange, séparateur, papier, perforation –, est une reprise

de la version originale. La particularité de cette exposition est que ses éléments textuels sont présentés, conformément à la mise en page du catalogue *documenta 5* original. La grille est l'élément-clé dans la réussite de ce passage entre l'espace d'exposition et l'espace du catalogue. Ainsi, l'exposition et son catalogue ont été réalisés simultanément afin que les éléments de mise en espace soient produits en un seul fichier PDF imprimé en deux formats : celui exposé et celui imprimé.

**Notes pour la recherche :** Dans ce cas-ci, le catalogue original est à la fois contenu et structure pour l'expographie. Le gabarit du catalogue de 1972 est l'outil commissarial pour réfléchir la mise en espace à la Galerie UQO. Cette reprise du design graphique dans le développement du dispositif permet, d'une part, l'insertion de clés de reconnaissance de l'exposition et du catalogue de 1972 et, d'autre part, l'utilisation d'une même structure pour la mise en forme de l'exposition (2016) et du catalogue (2020). Ainsi, le catalogue est la version à l'échelle papier de l'exposition et l'exposition une réappropriation du catalogue de 1972.

[30] **Chapitre 3 : catalogue**  
*La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5, 2020*  
 Mélanie Boucher, Alexe Houtart et Marie Hélène Leblanc  
 Format mixte

—  
 Le *Chapitre 3 – Catalogue*, présenté sur la photographie, expose le travail de recherche de la designer Alexe Houtart : l'*Abécédaire*, une réflexion sur le statut, la pratique et l'auctorialité du catalogue de la *documenta 5*. Répertoire des fragments de textes d'artistes, de commissaires et d'historiens de l'art, ce travail informe sur les catalogues d'exposition de la *documenta 5* (1972) et

---

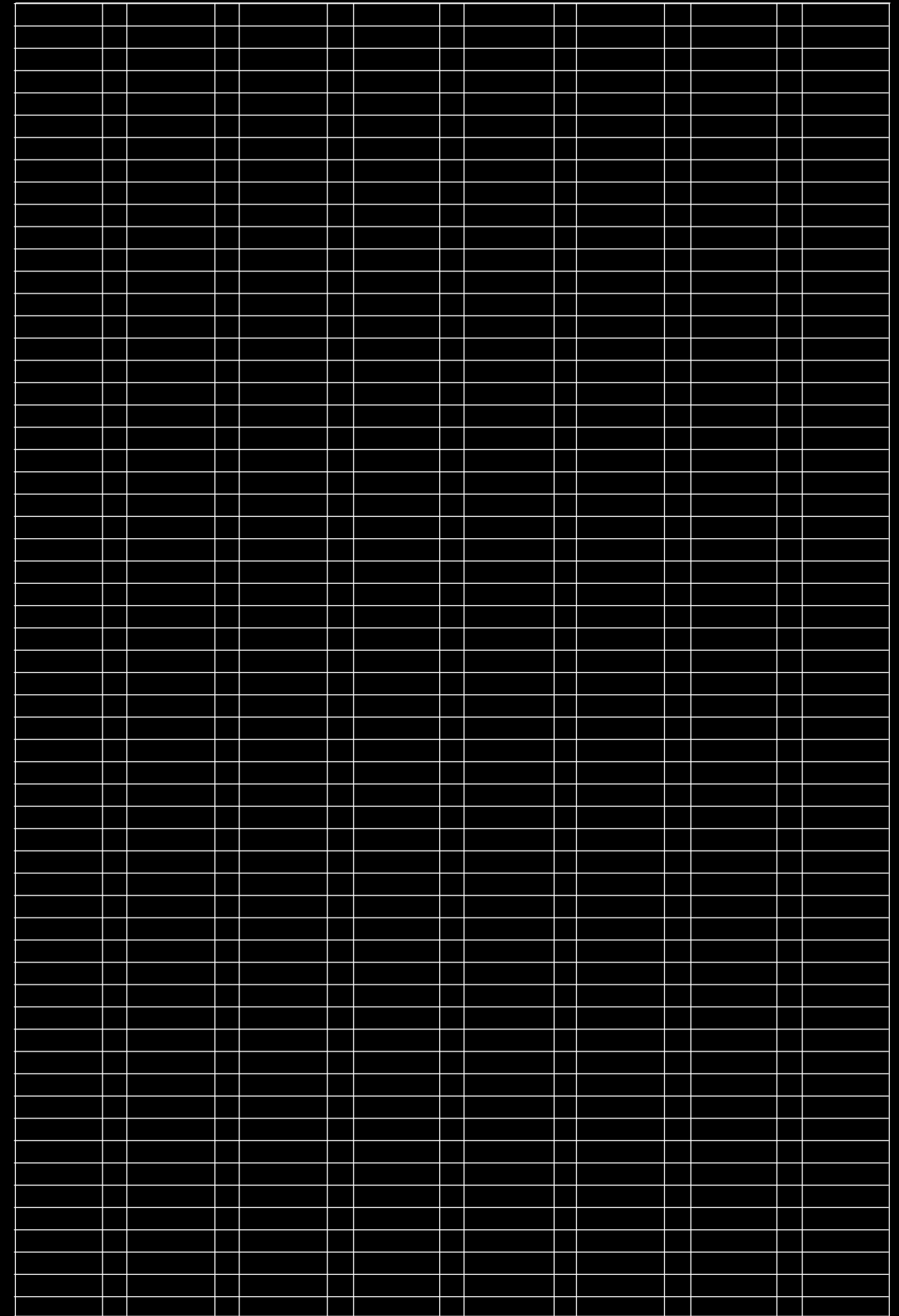
de *When Attitudes Become Form* (1970). Cet ensemble de mots reprend le concept dialectique de Szeemann où « [c]’était au spectateur de trouver sa réponse et de parvenir à ses propres conclusions » (AMMANN, 2007). Cet abécédaire rappelle à la fois l’abondance et le caractère « chaotique » de l’archive de Szeemann, de même que sa méthode, reconnue comme encyclopédique. Cette proximité entre obsession et fonction provoque des rapprochements entre divers intervenants du monde de l’art contemporain et ce, à travers de multiples temporalités. L’*Abécédaire* est réalisé sous trois formes : celle d’un éphémère imprimé, grand format, exposé à la Galerie UQO, celle d’un livre d’artiste, qui accompagne l’exposition *Szeemann, Hoffmann, Leiber : catalogue sous verres* (2017) à Bibliothèque et Archives du Musée des beaux-arts du Canada, et, finalement, sous forme de performance artistique présenté lors d’une conférence.

**Notes pour la recherche :** Si la genèse

**Notes sommaires pour la recherche :** Les résultats spécifiques des projets de design permettent de conclure qu’il est possible de signifier une exposition par la forme de son catalogue. Suite aux activités de recherches, soit l’*exploration*, la *commande* et l’*interprétation*, plusieurs formes éditoriales attestent de ce résultat et permettent donc de le généraliser. Il est également à préciser que la relation entre l’exposition et son catalogue devient encore plus riche lorsqu’elle est envisagée dans l’intention de signifier l’expérience même de l’exposition. Or, la conception sémiotique de la relation entre le contenu et la forme doit être pensée à partir de la conception éthique, soit dans un mode de production aux responsabilités partagées, pour qu’elle soit envisageable. En d’autres termes, pour qu’une forme soit signifiante, elle doit être réalisée en partage d’autorité. Ainsi, la pratique qui demande essentiellement au designer graphique de « traduire sur l’espace papier » l’exposition qui a eu lieu (JUBERT, 1996 :37) doit être modifiée de manière à permettre l’interprétation et la réflexion dialectique entre les espaces « catalogue » et « galerie ». Il s’agit d’élever le rôle du designer graphique qui, traditionnellement, cherche à définir un mode d’organisation et de présentation au contenu à mettre en page (JUBERT, 1996 :37), à celui qui réfléchit la forme en fonction de l’exposition et de la réception de celle-ci. La participation du designer graphique dès la conceptualisation n’est pas une condition. Toutefois, ce mode opératoire permet de remplacer la réflexion unidirectionnelle – l’exposition influe sur la création du catalogue –, par un espace de création bidirectionnelle – où l’intégration de signes de reconnaissance se fait à la fois dans l’exposition et dans le catalogue. Ainsi, lorsque la commande est donnée en amont de l’exposition, le designer graphique peut contribuer à définir les relations entre les deux mises en forme, élargir son espace d’interprétation, et à optimiser la réception de sens.

de l’*Abécédaire* est un questionnement sur l’auctorialité, le catalogue *La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5* y amène lui aussi des interrogations. En raison de multiples réactualisations d’un contenu existant, l’auctorialité du catalogue est partagée. Bien que les textes soient signés par les commissaires Boucher, Leblanc et la designer Houtart, cette publication catalogue plus de 365 voix : des perspectives artistiques, politiques, historiques et contemporaines documentent, non pas seulement la réexposition de la *documenta 5* à Gatineau (Canada), mais l’original à Kassel (Allemagne). Le même questionnement s’impose pour la forme du catalogue. À qui revient l’auctorialité du design du catalogue ? Comment peut-on voir cet acte auctorial ?

**Apostille** // Le gabarit de ce mémoire-catalogue est un acte de design. Il est la zone de convergence entre la théorie et la pratique, entre les normes de présentation et l'expression par la forme éditoriale, il est le résultat de cette recherche-crédation en design graphique.



## GABARIT

### [USAGE DU DESIGN]

Gérard Genette (1987) confère au paratexte la capacité à communiquer une intention, de même qu'une interprétation auctoriale ou éditoriale (*Infra*. LEXIQUE 6). Penser le gabarit comme un ensemble de paratextes permet d'y retrouver cette capacité. Dans cette perspective, ce sixième chapitre ne cherche pas tant à définir le terme gabarit, qu'à identifier ses usages et sa fonction auctoriale au sein du processus de design. La présentation du concept de gabarit, comme résultat de la présente recherche-crédation, permet de rendre visible l'acte de design tout au long du processus lié à la réalisation de la commande éditoriale.

## N°5

**Étude conceptuelle**

## Lexique

*Dans un premier temps, cette cinquième revue de littérature porte sur le terme gabarit et présente deux usages associés au processus de l'édition : le gabarit Microsoft Word et le gabarit Adobe InDesign. Dans un second temps, la notion d'auctorialité est abordée du point de vue de la littérature ainsi que du design graphique afin d'explicitier les notions de graphisme d'auteur, de fonction-auteur et de signature dans un gabarit éditorial.*

**Gabarit**<sup>1</sup>. Selon le Dictionnaire historique de la langue française, tome 2, le terme gabarit est emprunté à la marine. Dans ce contexte, il signifie « modèle d'un bateau à construire » (REY et al., 2000 : 1537). Le terme *gabarit* entre ensuite dans le vocabulaire d'autres métiers, où il devient « un modèle pour construire et, par extension, pour vérifier des dimensions, des formes » (*Ibid.*). Plus généralement, le gabarit est une « forme [...] déterminée d'avance » ou encore une « forme type » (*Ibid.*). Dans le contexte de l'édition, un premier regard peut être posé sur l'application de traitement de texte Word. Cet outil met à la disposition de l'utilisateur des gabarits appelés « modèles », qui offrent un ensemble de styles de caractères et de mises en page définis à l'avance. Cela simplifie le travail de l'utilisateur qui, par exemple dans le cas d'un gabarit de formulaire, n'a qu'à « remplacer le texte des espaces réservés dans les champs de formulaire en tapant [son] propre texte » (MICROSOFT WORD, 2019). Une autre option permet à l'utilisateur de créer ses propres gabarits. Ainsi, une fois enregistrés, ceux-ci peuvent être réutilisés pour assurer une conformité des paramètres d'un fichier à l'autre.



Le designer graphique privilégie le logiciel Indesign pour concevoir les gabarits et assure ainsi l'uniformité de la publication, ou encore d'une publication à l'autre. Selon le guide de l'utilisateur d'Adobe, « un gabarit s'apparente à un arrière-plan, rapidement applicable à plusieurs pages » (ADOBE, 2016). Il contient en général des éléments récurrents, tels qu'un visuel, le titre d'une section ou encore la pagination. Il inclut également, par exemple, des boîtes d'images vides en attente d'un contenu ou des espaces de texte servant de balises d'emplacement. ↯

---

1

**Gabarit.** L'École Multidisciplinaire de l'Image de l'UQO (ÉMI) fournit un gabarit Word aux étudiants de la Maîtrise en muséologie et pratique des arts. Ce gabarit donne la forme du mémoire et uniformise sa présentation. Si celui-ci facilite le travail d'un chercheur, il est un obstacle pour le designer-chercheur. Le gabarit institutionnel s'oppose à l'acte de design qui insiste sur l'expression et l'interprétation par le travail des supports. Le présent mémoire-catalogue est d'abord rédigé dans Word, puis édité dans InDesign. Ce choix s'explique par l'intérêt de produire une forme éditoriale singulière à même le gabarit du mémoire-crédation en utilisant tous les petits espaces possibles de création. Ces choix graphiques peuvent être lus dans les *notes au lecteur*, mais c'est dans leur usage, dans l'expérience du mémoire-catalogue qu'il devient possible d'en dégager le sens.

**Auctorialité**<sup>2</sup>. Reposant sur la notion d’auteur en littérature, l’auctorialité est en partie associée à l’autorité, soit à « l’affectivité d’un pouvoir » (BARON, 2010). Dans l’article *Graphic Authorship* (2004 [1996]), Michael Rock redéfinit la notion d’auctorialité dans le domaine du design graphique. Le designer graphique américain examine l’histoire de la figure d’auteur dans les pratiques des designers graphiques du 20<sup>e</sup> siècle. Il évoque la possibilité qu’une telle posture soit visible simplement dans la quête d’une sorte de légitimité, de recherche de pouvoir, qui a longtemps échappé au designer graphique sous l’autorité du commanditaire. En réponse à cette quête de pouvoir, l’expression *graphisme d’auteur* fait son apparition dans la pratique professionnelle du graphisme au Québec au milieu des années 1990 (BOUCHARD, 2007 ; RAYNAL, 2008). ↯

---

2

**Auctorialité.** Michael Rock soulève l’idée que le designer comme auteur est peut-être celui qui écrit, design et édite un objet éditorial (2004 [1996]). Il précise que l’intérêt de l’auctorialité est d’amener le design et le contenu à faire un. Dans cette perspective, la forme éditoriale devient en elle-même un contenu du discours initial. Or, selon le designer graphique, le défi se situe au niveau du découpage, de la rédaction, de la conception et de l’édition (*Ibid.*). En conclusion à son article, Rock propose de considérer l’auctorialité comme un outil afin de repenser le processus et d’élargir les méthodes de conception et de production. Bien que l’auteur souligne que, dans le contexte de commande éditoriale, rares sont les cas où est revendiqué un partage auctorial, il cite deux pratiques connues dans le domaine du design graphique : le travail de Bruce Mau avec l’architecte Rem Koolhaas ainsi que celui d’Irma Boom. Par le biais de ces deux exemples, Rock explique que le designer graphique est comme un réalisateur qui conçoit la structure cinématographique de l’œuvre et donc contribue à la réalisation du contenu (*Ibid.*).

**Bruce Mau.** Le livre *S,M,L,XL* introduit une nouveauté dans la discipline, en appelant la double signature et le partage de la paternité du livre (DE SMET, 2012: 169). Selon Mau, le designer graphique travaille traditionnellement une fois le contenu réalisé. Ainsi, son rôle est de déterminer *comment* le message est dit, mais pas ce qui *est dit*. “The designer determines how something is said but has no influence over what is being said” (MAU, 2005: 319-327). Mau cherche à renforcer le rôle du designer graphique afin qu’il soit inclus dans la réalisation de la substance même du message. Son approche consiste à s’investir dans le processus de réalisation du contenu, parallèlement à la réflexion sur la forme éditoriale. “When design practice is enlarged and superposed on the creation of content, the designer takes part in the same processes of wandering and refinement as the author does” (MAU, 2005: 327). Selon Mau, ce sont justement les tensions entre l’auteur et le designer graphique qui permettent de générer des idées de qualité qui, une fois sous forme de livre, sont le produit d’une double auctorialité.

**Graphisme d’auteur**<sup>3</sup>. Le graphisme d’auteur est défini comme une contribution originale au sens qu’elle émane directement de son auteur. Dans le cas présent, la contribution est une mise en forme du designer graphique. Prenant une position volontaire et active, le designer graphique « s’investit personnellement dans la formulation, la forme et l’esthétique du projet » (BOUCHARD, 2007). Le graphisme d’auteur se distingue du modèle dominant selon lequel le design est mis au service d’une commande. Le designer graphique auteur revendique le rôle d’exécutant, cherchant à produire un résultat davantage porteur de sens que de fonction (RAYNAL, 2008). Dans cette perspective, la notion d’auteur se rattache à la responsabilité, au sens large, d’un contenu et se voit généralement associée au caractère personnel d’un projet, qu’il s’agisse d’un projet d’exploration ou de recherche, dans un contexte dissocié de la commande (BESTLEY, NOBLE, 2013 ; GARAND, 2005). Bien que le débat sur la question du designer graphique comme auteur semble être moins animé qu’il ne l’était auparavant, n’en reste pas moins que le désir d’implication personnelle, d’expression originale et de subjectivité se manifeste encore dans les pratiques contemporaines. Ainsi, les limites professionnelles entre designer graphique et artiste tendent à se brouiller. Les projets personnels réalisés par les designers graphiques se multiplient sur les scènes publique et artistique, au détriment d’une réflexion sur la place de l’autorité et de l’auctorialité dans le contexte de commande. Ainsi, un des objectifs de la présente recherche est de repositionner la figure d’auteur dans le cadre d’une commande et ce, par le biais d’une réflexion sur l’interprétation. –

---

3

**Graphiste auteur.** Bien que la théorie cherche à séparer la figure d’auteur du contexte de la commande, la pratique de certains designers graphiques permet de montrer qu’il est possible de prendre une posture auctoriale au sein d’une commande éditoriale.

**Irma Boom.** Dans le cadre de son travail professionnel, Boom bouscule le moule traditionnel du design éditorial en s’associant dès l’origine à l’élaboration du concept et en participant à toutes les étapes de conception, de réalisation et de production du projet (BILAK, 2012). Le designer graphique refuse de se limiter à mettre en page les images et les textes donnés par un client. Son intérêt pour la création graphique réside dans le fait d’appartenir à l’équipe d’édition (BOOM, 2012). Sa pratique professionnelle, délimitée par des commandes éditoriales, se caractérise par une volonté de s’investir activement dans la réalisation du contenu et dans la production visuelle. Irma Boom associe le rôle du designer à celui de l’auteur. “The role of the designer has changed in many ways. The designer became more of an author than just serving the commissioner’s need” (BREUER, MEER, 2012 : 227). Selon Boom, la collaboration entre designer et commanditaire est nécessaire afin d’assurer la possibilité d’expression, de témoignage, voire de critique, et la réalisation de projets innovants.

**Fonction-auteur.** Ce lexique ne peut être complet sans évoquer l'article de Michel Foucault, « Qu'est-ce qu'un auteur? », texte d'une conférence donnée en février 1969 à la Société française de philosophie. En réponse à Barthes, le philosophe décrit la taxonomie et les fonctions de base de l'auteur ainsi que les problèmes associés aux idées conventionnelles de la paternité et de l'origine. L'accent passe de l'intention de l'auteur au fonctionnement interne de l'écriture; non pas *ce que* cela signifie mais *comment* cela signifie.

Foucault définit la fonction-auteur comme suit :

La fonction-auteur est liée au système juridique et institutionnel qui enserme, détermine, articule l'univers du discours ; elle ne s'exerce pas uniformément et de la même façon sur tous les discours, à toutes les époques et dans toutes les formes de civilisation ; elle n'est pas définie par l'attribution spontanée d'un discours à son producteur, mais par une série d'opérations spécifiques et complexes ; elle ne renvoie pas purement et simplement à un individu réel, elle peut donner lieu à plusieurs ego, à plusieurs positions-sujets que des classes différentes d'individus peuvent venir occuper (FOUCAULT, 1969:803-804).

Du point de vue juridique canadien, les droits d'auteur d'un projet de design graphique sont automatiquement accordés au designer graphique, même si ce projet est réalisé dans un cadre de commande (L.R.C. (1985), ch. C-42). Bien que non obligatoire, l'inscription d'autorité du travail de design graphique se situe généralement dans l'achevé d'imprimer, le colophon. Or, l'intérêt de la fonction-auteur pour cette recherche se situe davantage dans son rôle au sein du processus de production et dans la réception du sens de l'objet éditorial. →

**Signature<sup>4</sup>.** La question de la signature du livre à titre de designer graphique ne va pas de soi dans un contexte de commande éditoriale. Bien qu'il y ait quelques exceptions, la notion de signature, pour ce qui concerne le design, est davantage liée au style graphique. Les auteurs Ian Noble et Russell Bestley (2013:22) suggèrent la possibilité qu'un designer graphique soit perçu comme un auteur par sa signature graphique: « un client peut décider de faire appel à un designer graphique parce celui-ci possède un style visuel ou une méthode de travail compatible avec son message ou son produit ». Cet énoncé permet de relier la signature graphique aux notions d'auctorialité et d'autorité dans un contexte de commande. ↯

---

4

#### **Signature.**

**Irma Boom.** Depuis l'ouverture de son studio à Amsterdam au début des années 1990, la designer graphique de renom Irma Boom a créé un grand nombre de livres hors du commun dont la plupart ont trouvé leur place au sein des collections permanentes des musées. Lauréate du prestigieux Prix Gutenberg en 2001 pour l'ensemble de son œuvre, elle continue de surprendre à chaque nouvel ouvrage par ses designs de forme innovante. Son approche singulière de « construction de livre » caractérise la signature graphique et matérielle d'Irma Boom. Émanant d'un processus d'exploration de la matière ainsi que des techniques d'impression et de production, la designer graphique offre une unicité propre à chaque publication (*Infra*. CHAP.7).

**Philippe Millot.** Designer graphique français, il se définit comme un « dessinateur de livre ». Dans l'achevé d'imprimer (colophon), le designer graphique ajoute régulièrement des notes afin de souligner que le « livre ne vient pas de nulle part, que tout compte, dans sa fabrication, de l'auteur à l'imprimeur, en passant par le dessinateur, le créateur de caractère, etc. » (2008). Au lieu de l'inscription traditionnelle, il signe « dessiné par SpMillot », duo formé avec sa femme Sophie Millot. L'usage de cette signature non conventionnelle permet à Millot de renforcer l'idée que la forme présentée est le dessin d'une lecture, l'interprétation graphique qu'il fait d'un texte particulier. Dans un entretien avec Isabelle Jégo et Olivier Gadet, il indique qu'« [i]l n'y a pas qu'une seule forme possible. C'est-à-dire que quand je dis « je donne ma lecture », je choisis de donner ma lecture comme cela. Mais je pourrais très bien définir une autre façon, on peut la lire autrement aussi, dans certains cas... » (Récupéré de rouges-gorges-et-cosaques.net).

*Le gabarit est généralement perçu comme un moyen; il assure la cohérence d'un livre et facilite la création de la collection. Il est une étape du processus de design, un « modèle à construire », voire un espace qui permet la validation avant la production d'un objet éditorial. Or, quelle valeur a le gabarit? Bien qu'aucun écrit ne porte sur sa valeur interprétative, expressive ou auctoriale, la présente recherche s'intéresse à définir le gabarit comme un outil d'interprétation qui permet l'acte de design.*

Partant de l'idée que le gabarit est un modèle à construire (REY et al., 2000: 1537), il est ici envisagé de manière pragmatique, au sens où le gabarit doit être pensé en fonction de ses usages. À partir de la notion d'espace, soit un lieu, une surface et un volume, la réflexion sur le gabarit s'ancre dans les diverses étapes de la production éditoriale. L'intérêt du gabarit en tant qu'ensemble d'éléments organisés par une structure, se situe autant du point de vue ontologique, méthodologique, que conceptuel. Dans le cadre de la commande, le gabarit est à la fois un outil d'interprétation, un lieu d'échange et une signature matérielle. Pour cette recherche, il est un moyen de valider l'hypothèse.

### Usages

**Espace d'interprétation.** Dans un premier temps le gabarit est un espace privé, un objet en devenir, qui n'existe que pour son créateur, le designer graphique. À cette étape de la conception, l'usage du gabarit est de l'ordre de l'expérimentation, de la réflexion et de l'organisation du paratexte éditorial. Prenant appui sur la théorie du sens de Peirce, qui se caractérise par une relation à l'expérience (Cometti 2010: 57; *Supra*, CHAP. 3), le sens se conçoit en considérant l'ensemble des effets du gabarit sur l'expérience. Puisque le processus de signification est orienté vers l'usage, le designer graphique doit conceptualiser le gabarit à partir de la potentialité de sens qu'un élément du paratexte peut produire. Transposant, de l'œuvre d'art au gabarit, la réflexion de Dewey (2020: 32; *Supra*, CHAP. 3) sur la production de sens, le designer graphique doit réaliser le gabarit, non pas pour ce qu'il *est*, mais pour ce qu'il *peut faire faire*. Ainsi, le papier, la typographie, la reliure et la couleur ne sont pas le sens en eux-mêmes, mais des supports « interprétants », permettant à l'utilisateur d'en extraire le sens. Concrètement, signifier par la forme éditoriale un contenu renvoie à l'insertion d'éléments graphiques et matériels dans le gabarit comme des clés potentielles de sens. Or, pour ce faire, le designer graphique doit lui-même se vouer à un processus d'interprétation qui remet en question la fonction d'exécutant courante dans le contexte de commande. Bien que le gabarit soit une réponse au service d'une commande, il est aussi

une interprétation. Dès la première version du gabarit réalisée, l'espace privé, qui est lieu d'expérimentation, de recherche, de création et d'interprétation, se transforme en un espace collaboratif : une proposition.

**Espace de proposition.** Le gabarit réalisé dans un contexte de commande est soumis aux objectifs et aux intentions du commanditaire. Lorsque l'interprétation se matérialise dans le gabarit, celui-ci devient un espace de proposition. À cette étape du processus de conception, le gabarit proposé par le designer au commanditaire présente généralement un contenu temporaire, incomplet ou fictif du type « *Lorem Ipsum*<sup>5</sup> ... ». Selon le philosophe Ludwig Wittgenstein, « privée de sens ou privée de pensée, une proposition est une chose morte » (cité par DELEDALLE, 1979 : 149). Pour « donner vie » au gabarit, qui est un ensemble de signes inertes, il faut l'animer par le biais de l'usage. Dans cette perspective, c'est par l'usage du gabarit, c'est-à-dire une forme conçue de paratexte éditorial, que le commanditaire peut dégager le sens de la proposition et ainsi formuler des commentaires. À cette condition, le gabarit activé par cette condition peut dès lors faire l'objet d'échanges, de critiques, de discussions afin d'être ajusté, modifié ou amélioré avant la production finale de l'objet éditorial.

---

5

«  **Lorem Ipsum...** » Fic te nonseribus eum reicil inctur, am qui nimus, si cullam, quis velis culpa vel ipsae id eatur alis et laccum dolupta nonecae sincipsa volorbisam cum nis dolore susanda ndaera volor re dolore invenih itatum hillam consequi vendignis velit, odistis aut ut facearum quis sIhit re, omnitis eum eosti odignis as es debit exeraes sinvenimus siment exernatit eiciti ommosant aut maios dolo es ditat eumendusa cus. Nobitium est, nos vellat volor magnimus que dignihic temqui idelit dolore voluptas ernam ut ea volorae. Et et dolorrumquam repere qui doluptatum fuga. Itas maiostorro odicae. Untempo ribeati aepudae rsperita quisquiamus doluptate plab illendis atur Mus. Orernat iistiust qui omniscia apedipid quatem quam fugia num idunt. Sequi sintur moluptatur, iunt it ellacit etur, sum que pra doluptatium eost, quis doluptatur? Qui duntota debit res explacias am faccullit, sin perchil magnima gniassi dolest, sitae. Tempori busanto et accae. Veligen ectature volutat ex est, occatur moluptas di cepere ea quos eate deles cum remperferum quat officae volorer aut qui aut? ...

Le *Lorem Ipsum* est un faux texte sans signification inspiré d'un discours en Latin de Cicéron et généré de manière automatique par le logiciel Adobe Indesign. L'usage du texte de substitution permet de rendre compte de la proposition de mise en page et de valider les choix des marges, des colonnes, de typographie, d'interlignage, etc. À partir du gabarit, et malgré l'absence de texte, le commanditaire peut faire l'expérience de la mise en forme et constater les effets du paratexte éditorial sur le rythme de la lecture, la compréhension du sujet et la réception du sens.



**Espace invisible.** Dans l'espace public, entre les mains de l'utilisateur, le gabarit est tout au plus un contenant dont les éléments du paratexte éditorial sont implicites : un papier, une couverture, une reliure, une typographie... Le gabarit, parce qu'il est produit pour devenir un livre, est difficilement perçu en soi comme un objet de design. Bien qu'il existe dans toute publication, il n'est généralement saisi par l'utilisateur que de manière inconsciente. Or, l'invisibilité du gabarit ne signifie en aucun cas son inexistence. Selon Dewey (2010: 42), le sens provient d'un processus d'intellectualisation où l'expérience de l'objet se vit par les sens et l'esprit afin d'en faire ressortir sa signification. À partir du cadre de l'expérience proposée par le philosophe, il est possible d'éliminer la distinction entre la dimension graphique et la dimension intellectuelle, pour les faire converger dans un seul processus : l'expérience de l'objet éditorial. Ainsi, cette approche pragmatique permet d'associer le gabarit, malgré son invisibilité, au processus de signification. Même si l'utilisateur n'intellectualise pas chaque élément du gabarit, l'expérience du paratexte éditorial guide le processus général de l'intellectualisation vers la réception du sens. Or, comment rendre visible cette contribution du gabarit dans de façon à valider son impact sur la réception du sens de l'objet éditorial ?

**Espace de validation.** Selon le philosophe Wittgenstein, une phrase ne trouve pas son sens dans sa forme, un agencement de mots, mais dans son usage. Lorsque le « jeu de langage » (DELEDALLE, 1979) est repositionné dans le contexte du design graphique, le gabarit peut être défini comme un élément de la publication qui ne possède pas le sens dans sa forme, mais en relation avec le contexte d'échanges et les connaissances de l'utilisateur. À partir du concept d'usage et du concept d'interprétation (Supra, CHAP. 3), trois idées fondamentales permettent de structurer le concept de gabarit : (1) le gabarit est le résultat conjoint de l'intention du commanditaire et de l'interprétation du designer graphique; (2) le gabarit est la matérialisation des conditions du lisible et du visible; (3) le gabarit n'est pas en lui-même le sens, mais un ensemble de signes en attente d'être activés par l'usage. Le gabarit, pensé comme un espace de validation, expose l'interprétation du designer graphique et permet d'en faire son analyse. Dans le cadre de cette recherche, le gabarit est un outil qui permet de valider ou d'invalider la forme éditoriale comme

véhicule de sens. Le processus de validation proposé est constitué de quatre étapes :

(1) analyser la commande et le contenu à signifier; (2) reconnaître les éléments du paratexte éditorial du gabarit; (3) définir les relations de cause à effet entre la forme et son contenu; (4) déterminer la valeur du gabarit dans la réception de sens. Jusqu'ici la réflexion porte sur l'usage du gabarit dans la réception du sens et sur la méthode de validation. Or, le designer graphique a-t-il l'autorité de signifier une exposition par la forme du catalogue? Est-ce que l'interprétation est possible dans le cadre d'une commande éditoriale?

**Espace auctorial.** *Signifier* un contenu par sa forme éditoriale implique un travail d'interprétation. Ce travail d'interprétation n'est possible quant à lui que si le designer a l'autorité de faire des choix graphiques et matériels, non plus objectivement, mais subjectivement. En d'autres termes, pour qu'il y ait interprétation, la fonction d'exécution habituellement priorisée dans le contexte de commande doit être remplacée par la fonction d'auteur. Or, il ne s'agit pas ici de réfléchir à l'existence du designer graphique comme auteur, mais à élargir le contexte de production de manière à permettre la réalisation d'un discours graphique. La fonction auctoriale n'est donc pas au service d'un désir d'expression, mais bien au service de la commande et, plus spécifiquement, de l'usager. En prenant appui sur des textes comme « La mort de l'auteur » de Barthes (1968) et « Qu'est-ce qu'un auteur? » de Foucault (1969), l'auctorialité est ici considérée comme une fonction qui s'éloigne de l'intention du designer graphique au profit de l'usager, le lecteur. S'il est vrai que « la naissance du lecteur doit se payer de la mort de l'Auteur » (BARTHES, 1994 : 495), le gabarit est un discours graphique qui, bien que propre au designer graphique, répond à une commande en vue de la réception de son usager. Ainsi, l'énoncé de Foucault « Quelle différence cela fait-il qui parle? », ou encore celui repris par Michael Rock «What difference does it make who designed it?», circonscrit la réflexion de l'auctorialité du gabarit. *Quelle différence cela fait-il qui design?* Il ne s'agit pas de savoir *qui* design, mais plutôt *en quoi* le design graphique de ce designer participe à la communication du sens. La fonction auteur, au sens de Foucault, permet de considérer la forme éditoriale comme un discours graphique, un contenu qui s'ajoute au discours de l'auteur. L'idée est de penser le travail du designer à la manière de Foucault et de dire que le discours graphique « n'est pas une parole quotidienne, indifférente, une parole immédiatement consommable,

mais (...) une parole qui doit être reçue sur un certain mode, dans une culture donnée, recevoir un certain statut » (1969 : 798). Le gabarit est un discours saisi dans l'expérience et selon le contexte, par un usager. Or, ce discours est un support à celui de l'auteur; la forme du catalogue est un guide pour la réception de sens. Difficilement perceptible dans l'objet éditorial, le travail de mise en forme est-il vraiment un acte auctorial ? Le gabarit est à l'étape de conception au plus près de l'acte pur de design. Défini à la fois par le processus interprétatif du designer graphique et par l'expérience de l'utilisateur, l'acte de design est le moment où la communication de sens commence. On peut imaginer que le gabarit idéal est cet *objet de design* dont la fonction auctoriale n'est pas partagée et qui revient uniquement au designer graphique. Or, puisque le gabarit est lié au contexte de commande, quand le texte « *Lorem Ipsum* » est remplacé par celui du commanditaire, la fonction auctoriale s'efface... Mais se perd-elle vraiment ?

Le gabarit a la fonction de servir le discours du commanditaire. Or, le gabarit est aussi le discours original du designer graphique. Cette voix secondaire n'est entendue que par ceux qui y prêtent attention, et elle est signifiée non pas par la signature du designer graphique, mais par une signature graphique : le gabarit. Ainsi, bien que la fonction auctoriale ne se manifeste qu'une fois le gabarit mis au service du contenu, l'acte auctorial du designer graphique ne se perd pas. Le gabarit constitue à la fois la mise en forme d'une réponse à une problématique de commande et l'interprétation graphique du contenu éditorial. Issu d'un processus créatif – personnel et collaboratif –, il est le résultat d'un travail réflexif entre le designer graphique et le commanditaire. Dans l'espace public, devant son usager, le gabarit passe au second plan pour devenir une forme qui permet au catalogue d'exister. Bien que le gabarit soit au service du contenu et, par le fait même, de l'ordre de l'invisible, il est un support à la réception de sens. Le gabarit est donc pour le designer graphique un outil d'interprétation, pour le commanditaire, un lieu d'échanges et d'évaluation; pour l'utilisateur, un guide qui enrichit l'expérience et oriente la réception du sens de l'objet éditorial, le catalogue d'exposition. Finalement, si ce chapitre théorise le concept de gabarit, le chapitre suivant permet de montrer par des exemples concrets la mise en pratique de cette théorie.

**Apostille** // Si l'on remplaçait le texte de chaque page de ce mémoire-catalogue par une représentation graphique, le rapport entre théorie et design serait évident. Lorsque l'on s'attarde un instant au ratio établi entre le corps de texte et les notes de bas de page, on peut voir la place accorder à la pratique du design.

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

## **SIGNIFIER**

[RÉSULTAT]

Ce chapitre a pour objet de répondre concrètement à la question de recherche : en quoi, et comment, la forme du catalogue d'exposition peut-elle contribuer à signifier une exposition d'art contemporain? La première partie vise à montrer en quoi la forme du catalogue est un vecteur de sens. En d'autres termes, par quels moyens graphiques, matériels ou formels, le designer graphique peut conditionner le sens du catalogue. Le chapitre consacré au volet création (*Supra*. CHAP. 5) donne à voir trois catalogues qui témoignent de cette possibilité. Les notices qui accompagnent ces catalogues sont de brefs énoncés qui explicitent les moyens utilisés et leurs effets sur la réception du sens. Le présent chapitre a une visée plus générale et liste dans son lexique diverses composantes d'une publication qui ont le potentiel de communiquer le sens de l'exposition. Chacun de ces éléments du péri-texte éditorial est associé à quelques exemples afin de mieux illustrer la manière d'en faire usage. La seconde partie de ce chapitre se réfère au *comment* : aux dispositions et aux conditions de la construction du sens. Finalement, la contribution aux sciences du design graphique prend la forme de trois propositions formulées de manière à être transférables à tous les types d'objet du design éditorial.

## N°6

**Étude sur le design**

## Lexique

*Le designer graphique Ruedi Baur défend que « [t]out [designer graphique] qui se respecte restera persuadé que la forme [du livre] qu'il élabore ne relève pas uniquement d'un acte esthétique, mais aussi d'une transformation agissant directement sur la perception du contenu » (BAUR, 2011 : 23). Selon l'auteur, les interventions sur la mise en page permettent au designer graphique de valoriser, de neutraliser ou même de rendre inaccessible un contenu, de le rendre contemporain ou encore de le rapporter à une époque de l'histoire (Ibid.). Il ajoute que le designer graphique a la capacité de donner au livre une apparence officielle, majestueuse ou, au contraire, superficielle (Ibid.). Bien que Baur associe surtout cette influence au travail de typographie, il affirme que l'expérience du livre sollicite tous les sens. Ainsi, notamment, « [l]a dimension tactile rejoint l'appréciation visuelle » (BAUR, 2011 : 24). Or, il faut remarquer que le toucher de la couverture, le parfum de l'encre et la souplesse de l'objet, bien que présente dans l'expérience du livre, sont rarement associés au travail du design graphique. Pourtant, ces aspects de l'architecture générale du livre sont de plus en plus importants dans les pratiques des designers graphiques d'aujourd'hui. Ainsi, bien que ce ne soit pas la norme actuellement, quelques titres permettent de constater qu'un intérêt se manifeste, autant pour les designers graphiques, que pour les artistes et les commissaires, à produire des catalogues d'exposition qui font usage de la forme comme véhicule de sens. Cette sixième revue de littérature présente les outils méthodologiques, soit les composantes du péri-texte éditorial, qui permettent au designer graphique d'offrir une interprétation de forme comme réponse à une commande éditoriale. Le point d'ancrage de cette section est la collection *Les essentiels\_graphiques* de Gavin Ambrose et Paul Harris, qui explorent diverses techniques liées à la production imprimée, ainsi que l'étude du paratexte de Gérard Genette (1987). L'objectif n'est pas de définir exhaustivement chaque outil méthodologique, mais davantage d'exposer leurs potentialités en tant que véhicules de sens par le biais d'un corpus de catalogues d'expositions.*

**Paratexte**<sup>1</sup>. Selon Gérard Genette, un texte « se présente rarement à l'état nu ». Ainsi, c'est le paratexte qui entoure et prolonge le texte qui permet de le « rendre présent » et d'assurer sa réception (1967 : 7). Genette affirme que le paratexte est donc « ce par quoi un texte se fait livre » et représente la manière dont il est présenté à l'utilisateur (*Ibid.* : 8). Genette précise que l'intérêt du paratexte n'est pas dans la perspective de ce qu'il est, le paratexte comme objet, mais dans ce qu'il produit, le paratexte comme effet. Ainsi, l'auteur insiste sur le statut pragmatique et sur le caractère communicatif du paratexte, qui vise à produire un effet. Considéré comme un « message matérialisé » (*Ibid.* : 10) au « caractère essentiellement fonctionnel » (*Ibid.* : 12), le paratexte n'est pas conçu dans une volonté de « faire joli autour du texte, mais bien de lui assurer un sort conforme au dessein de l'auteur » (*Ibid.* : 411). Cet aspect fonctionnel du paratexte est défini par Genette comme « un discours fondamentalement hétéronome, auxiliaire, voué au service d'autre chose qui constitue sa raison d'être, et qui est le texte » (*Ibid.* : 17). En d'autres termes, le paratexte est au service du texte dans l'objectif d'assurer une meilleure réception de celui-ci. Selon l'auteur, cette réception est une « transaction » : un « lieu privilégié d'une pragmatique et d'une stratégie, d'une action sur le public au service, bien ou mal compris et accompli, d'un meilleur accueil du texte et d'une lecture plus pertinente » (*Ibid.* : 8). Le statut transitoire du paratexte impose donc l'idée d'une communication entre l'auteur et le lecteur, qui se fait par l'usage. Une des caractéristiques pragmatiques que reconnaît l'auteur est la possibilité qu'un élément du paratexte communique une « pure information » ou encore « une intention, ou une interprétation auctoriale et/ou éditoriale » (*Ibid.* : 16). La responsabilité du paratexte est, selon Genette, partagée entre l'auteur et l'éditeur, ce qui entraîne un découpage d'autorité et d'auctorialité différent pour chaque élément du paratexte (*Ibid.*) qui, dans certains cas, se voit même délégué à un tiers. Dans cette perspective, un contexte de production où la mise en forme est déléguée au designer graphique permet à celui-ci d'émettre une interprétation et donc de signifier un contenu par le biais du paratexte de l'objet éditorial. –

---

1

**Paratexte.** Dans sa conclusion, Genette souligne la possibilité du paratexte hors littérature et, par le fait même, de « l'extension du terme à des domaines où l'œuvre ne consiste pas en un texte » et s'ouvre dès lors la possibilité de transposer son étude sur le paratexte aux champs de l'art. Il cite comme exemple le catalogue d'exposition (1967 : 410).

**Péritexte éditorial.** Bien que le paratexte soit généralement du texte, sans être encore *le* texte, Genette affirme que la valeur paratextuelle peut s'investir dans la matérialité du livre (*Ibid.* : 21). Ce qu'il nomme le péritexte éditorial est tout ce qui entoure l'édition du livre : « choix du format, du papier, de la composition typographique, etc. » (*Ibid.*). Dans cette perspective, tout péritexte éditorial devient médium, des outils méthodologiques avec lesquels le designer graphique peut réfléchir la forme d'un livre ou d'un catalogue d'exposition. Or, le péritexte éditorial n'est pas automatiquement un véhicule de sens. Pour cela, il doit s'employer à signifier un contenu et être clair pour l'utilisateur quant à son intention. S'appuyant sur les propos du philosophe Wittgenstein, Genette affirme que « ce qu'on ne peut ignorer, mieux vaut le connaître, c'est-à-dire bien sûr : le reconnaître, et connaître qu'on le connaît » (*Ibid.* : 412). Or, bien souvent, l'effet du paratexte est de l'ordre de la manipulation et de l'influence souvent inconsciente (*Ibid.*). Pour le designer, c'est ici que tout se joue, dans l'usage du péritexte éditorial comme moyen d'influencer et de guider la réception du sens. Ainsi, neuf éléments du péritexte éditorial sont présentés comme outils méthodologiques pour tout designer graphique qui cherche à signifier le contenu d'une commande par la forme éditoriale. ↪



**Format**<sup>2</sup>. Il désigne les dimensions d'une publication dans sa présentation finale sous forme de livre. Le choix de celui-ci est le caractère le plus global de la conception et de la réalisation d'un livre (GENETTE, 1987 : 22-26). Étroitement lié à sa fonction et à son usage, le format, pensé comme un véhicule de sens, peut signifier un modèle de publication, un sujet ou encore un concept. L'objet éditorial doit-il être intime ou extravagant ? Doit-il correspondre à un format type ou détonner ? Quelles sont les connotations que doit évoquer le format ? La valeur paratextuelle de celui-ci permet, dans certains cas, la distinction d'un type d'édition et, dans d'autres, la suggestion d'une connotation précise (classique, prestigieuse, populaire, etc.) (*Ibid.*). Le format peut aussi avoir pour fonction de surprendre, de restreindre ou de modifier le rapport à la lecture. →

---

2

**Irma Boom: The architecture of the book:  
books in reverse chronological order, 2013-1986, with comments here and there**  
*Catalogue d'exposition*  
Lecturis [commanditaire]  
Irma Boom [designer]  
Pays-Bas, 2013

Les huit cent pages du catalogue se présentent sous deux formats : miniature et XXL. Ce choix conceptuel fait référence au processus de création de la designer graphique qui, avant de réaliser une publication à son échelle réelle, produit d'abord un prototype miniature afin de comprendre l'objet qu'elle construit (BOOM, 2015). Ainsi, le format 1,5 x 2 pouces renvoie au prototype tandis que celui aux dimensions de 13,5 x 18 pouces constitue le format réel du catalogue envisagé par Irma boom.

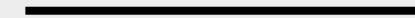
**Post-Punk Art Now**  
*Catalogue d'exposition*  
Pesot Organisme de création [commanditaire]  
Anouk Pennel, FEED [designer]  
Canada, 2016

Le format surdimensionné chevauche l'espace papier du catalogue et l'espace galerie. La taille des doubles pages fait un clin d'œil aux affiches de spectacle de musique et invite à saisir les vestiges du mouvement punk. Reliées par un simple pli, les pages peuvent être consultées en tant que publication ou encore exposées comme des affiches.

**Simon Starling: Cuttings [Supplement]**  
*Catalogue d'exposition*  
The Power Plant [commanditaire]  
NORM - Dimitri Bruni & Manuel Krebs [designer]  
Canada, 2008

La forme du catalogue est une reprise de la méthodologie de travail de Simon Starling. L'artiste conceptuel étudie des objets, des matériaux et des concepts de projets modernistes qui illustrent les idéologies dominantes et les facteurs de production de régions et de cultures spécifiques. En décomposant ses matériaux sources et en les transformant, Starling écrit un nouveau chapitre de l'histoire de l'objet à l'étude, tout en soulevant des questions sur des phénomènes culturels et esthétiques. Ce même principe est réutilisé dans le catalogue où divers formats et types de papier sont utilisés pour les différentes sections du catalogue. Une fois l'objet éditorial assemblé, la page couverture se forme et donne à voir le format du catalogue ainsi que le découpage de son contenu.

**Papier<sup>3</sup>.** Le papier est le support qui permet la matérialisation d'un texte à l'usage d'une publication. Le grammage, le grain, l'épaisseur (transparence), la rugosité, la blancheur, la brillance sont des caractéristiques du papier qui affectent la qualité de l'impression, le volume et le poids du livre. À partir de ces qualités matérielles – texture, fini, couleur – il est possible pour le designer graphique de donner un ton, un caractère d'unicité, de rareté, de tradition ou encore de signifier une caractéristique précise tel que la bureautique, le luxe, ou encore l'écologie. Le choix du papier peut être le même pour l'ensemble de la publication ou un agencement de différents papiers en vue de varier le rythme, ou encore de mettre l'emphase sur une section. ↯



3

**Made in Fukushima***Publication scientifique*

METER Group [commanditaire]

Moby Digg [designer]

Japon, 2019

Le papier, spécialement conçu pour ce projet, est fabriqué à partir de pailles de riz cultivé dans les champs décontaminés de Fukushima. À la croisée des connaissances japonaises traditionnelles en fabrication de papier et des technologies contemporaines, ce papier unique rend visible la paille de riz sans toutefois nuire au contenu. Par le biais du support, on cherche à convaincre le lecteur que la méthode de décontamination fonctionne et que le riz de Fukushima est aujourd'hui comestible. Si le texte raconte l'histoire de la région, d'une catastrophe nucléaire et de la décontamination, le livre quant à lui, la signifie par sa matière.

**Sheila Hicks***Catalogue d'exposition*

Sheila Hicks et Yale University Press [commanditaire]

Irma Boom [designer]

État Unis, 2006

Ce livre a été comparé à une pelote de coton. Sur la surface de la couverture, la reproduction de l'œuvre de Sheila Hicks est embossée de manière à renforcer l'idée que ce livre est avant tout matière. Composé de papier épais et mat, il est un objet entièrement blanc dont les bords de pages sont étonnamment rugueux. Or, cette intervention n'est pas un simple élément décoratif : coupées avec une scie circulaire, les pages font écho aux aspérités des œuvres d'art textiles de Sheila Hicks. Cet aspect sculptural du livre est, selon la designer Irma Boom, « un manifesto, une déclaration du besoin vital de l'objet imprimé à l'ère de la production numérique » (BOOM, 2015b).

**In The Making***Catalogue d'exposition*

Barber Osgerby et Design Museum [commanditaire]

Studio Build [designer]

Angleterre, 2013

Le contenu du catalogue est d'abord présenté dans l'exposition sous forme de 25 affiches pliées et imprimées en noir sur papier blanc. Dans un second temps, la version catalogue substitue le papier de diverses couleurs au papier blanc. Ainsi, en gardant le contenu et le mode d'impression identique, l'usage du papier permet de signifier le processus entre l'exposition et le catalogue *In the making*.

**Impression<sup>4</sup>.** Ce processus consiste à déposer l'encre sur la surface du support (AMBROSE, HARRIS, 2007). Bien que le choix se fasse habituellement entre l'impression numérique et l'impression Offset, d'autres procédés commerciaux et artisanaux existent : héliogravure, flexographie, sérigraphie, risographie, Letterpress, impression thermique ou encore en trois dimensions (3D). Le choix de l'impression devrait être déterminé selon les effets qu'elle produit sur la lisibilité de la typographie, la vivacité des images et la durabilité de la publication. Suite à l'impression, un ensemble de procédés de finition peuvent être appliqués à la publication : le pelliculage, le vernis, la dorure, le gaufrage, la découpe, etc. Généralement, la volonté de mettre l'emphase sur un élément relève de l'esthétique, mais la finition peut aussi renvoyer à une perspective fonctionnelle (*Ibid.*). En amont de la conception, réfléchir le type d'impression et de finition du livre permet de faire usage des spécificités des processus choisis de manière à signifier un contenu. →

4

---

**Charming Baker - Lie Down I Think I Love You**

*Catalogue d'exposition*

Charming Baker [commanditaire]

Graphic Thought Facility [designer]

Angleterre, 2013

—  
Les dessins, peintures et sculptures de ce catalogue sont imprimés sur divers types de papier, amenant à la fois structure et chaos. L'impression du titre rappelle la matérialité de la peinture par l'ajout d'un vernis sélectif. Quant aux pages, le pigment métallique incorporé à l'encre noire imite le lustre du trait de crayon de l'artiste. Finalement, l'univers de l'artiste est signifié par sa couverture imbibée d'huile de lin qui évoque l'odeur de l'atelier.

**The (338 Hour) Cineclub**

*Catalogue d'exposition*

Fondazione Sandretto Re Rebaudengo [commanditaire]

Thomas Kronbichler, Studio Mut [designer]

Italie, 2013

—  
La couverture imprimée avec une encre phosphorescente permet, d'une part, de lire le contenu dans l'obscurité de la salle de vidéo de l'exposition et, d'autre part, de s'arrimer à l'expographie qui fait usage de la lumière comme support.

**N° 5 culture Chanel**

*Catalogue, livre d'artiste*

Palais de Tokyo [commanditaire]

Irma Boom [designer]

France, 2013

—  
Comme le parfum, ce livre blanc n'est pas visible mais perceptible. Irma Boom capture l'essence du parfum Chanel N° 5 par le toucher grâce à l'embossage de 600 pages. Tout en présentant une recherche formelle signifiant un contenu spécifique, cette publication fait preuve d'une approche conceptuelle globale, faisant l'économie de l'encre. Boom la définit comme : « No ink ! The book is totally embossed, totally white in a black box. NO INK! The ultimate book! » (2013:262).

**Reliure**<sup>5</sup>. Procédure retenant les pages ou cahiers de pages pour former une publication. Le choix de la reliure est lié à la question d'usage. La publication sera-t-elle feuilletée rapidement ou exige-t-elle qu'on s'arrête longuement sur une page? Chaque type de reliure amène des propriétés distinctes – solidité, fonctionnalité, esthétisme –, qui influencent l'usage physique d'une publication : la lecture à plat, la division en sections, la possibilité de changer l'ordre de lecture, etc. La reliure piquée, collée, cousue, japonaise, suisse, wiro [spirale], l'enveloppe et l'étui, représentent un vaste ensemble de matériaux et procédés qui offrent au designer graphique un univers infini de possibilités créatives et signifiantes. →

5

**Carnet de séjour***Catalogue d'exposition*

Centre d'artistes Vaste et vague et Marie-Hélène Leblanc, [commanditaire]

Simon Guibord [designer]

Canada, 2015

—  
La reliure en spirale évoque le concept même du catalogue, soit le carnet de séjour. Son usage est contemporain et relie deux formats, deux instants, des textes et des œuvres.

**Douglas Gordon : k.364***Catalogue d'exposition*

Gagosian Gallery [commanditaire]

Graphic Thought Facility [designer]

Angleterre, 2012

—  
Le catalogue n'a ni début ni fin identifiables. La reliure spirale qui retient les feuilles non paginées et de formats divers permet une lecture en continu. Les jeux de superposition et les séquences non linéaires créent une expérience similaire à celle de l'exposition. Étant donné l'absence d'une page couverture, c'est l'étui qui donne à lire le titre et le nom de l'artiste.

**Rien de trop.***Programmation annuelle*

AXENÉO7 [commanditaire]

Simon Guibord [designer]

Canada, 2013

—  
La particularité de cette publication est la reliure, qui fait écho à l'œuvre sur la page de couverture. Une photographie d'un plan rapproché d'une femme nue, marquée d'une cicatrice qui s'étend d'une épaule à l'autre. La reliure *Signer* [cousue] a une relation étroite avec la cicatrice.

**Inside cover***Catalogue d'exposition*

Making Space Publisher [commanditaire]

Gilmar Wendt, Matt Tomlin, Franki Goodwin [designer]

2001

—  
Ce catalogue à feuilles volantes est inséré dans un sac en polypropylène sérigraphié et fermé par des boutons-pressions. Les designers soulignent que ce choix conceptuel fait écho à l'exposition: « because of the subject of the exhibition it would have been entirely inappropriate to design a traditional style, perfect-bound catalogue, so this was our response, a collection of folded posters in a see-through case which acts as a cover, a carrying bag and a piece of display material » (WENDT, 2001).

**Pliage**<sup>6</sup>. Son objectif premier est «de réduire une impression à une taille plus maniable» (AMBROSE, HARRIS, 2005 : 66-73). Le pliage offre un espace d'impression supplémentaire et permet l'organisation et la hiérarchisation du contenu. Le pliage peut être utilisé de façon fonctionnelle – reliure, rabat –, mais aussi de manière créative et signifiante, en vue d'accentuer un espace, d'obtenir une unicité ou encore de surprendre. ↪

---

6

**Avedon : Women**

*Catalogue d'exposition*

Gagosian Gallery [commanditaire]

Graphic Thought Facility [designer]

Angleterre, 2013

—  
 Cette publication utilise le pli comme reliure. Un second usage du pli se situe à même certaines pages, où un rabat permet de découvrir une photographie de plus grande taille.

**The Sub Divide**

*Catalogue*

BJ Ball Paper [commanditaire]

Grosz Co.Lab [designer]

Australie, 2016

—  
 La couverture utilise le pli concertina, réalisé par un basculement des feuilles de couverture et un collage des rabats qui lui donne la forme d'un «W». Concrètement, le catalogue est composé de deux livres reliés par un index. Si la couverture impose l'unicité, celle-ci est agrémentée par l'usage de divers procédés d'impression et de finition ainsi que par la réalisation d'un boîtier. Cet objet contemporain rassemble le savoir-faire du designer graphique, de l'imprimeur et du relieur.

**The right to education**

*Catalogue d'exposition*

posterfortomorrow [commanditaire et designer]

France, 2011

—  
 Les trois sections du livre sont perceptibles par des rabats qui les enveloppent individuellement. Visuellement, il semble y avoir trois livres sous une même couverture. Ce choix s'écarte de l'usage habituel selon lequel on feuillette une publication de manière continue. Ainsi, la structure formelle de ce livre exige l'attention du lecteur et une consultation par section.

**Couverture**<sup>7</sup>. Cet élément du péri-texte éditorial est généralement la première manifestation de la publication qui active la perception et l'interprétation de l'utilisateur (GENETTE, 1987 :32). Rigide, souple ou inexistante, la couverture du livre est souvent réalisée en papier, mais elle peut se composer d'autres matières, telles que le cuir, le tissu, le plastique, etc. La couverture – format et matière – peut contribuer à l'unicité de la publication ou au contraire offrir les clés qui permettent de reconnaître une collection. Selon, Genette (*Ibid.* :29) « un simple choix de couleur pour le papier de couverture peut à lui seul indiquer, et très puissamment, un type de livre ». ↯

---

7

**Flagrant délit. La performance du spectateur**

*Catalogue d'exposition*

Musée des beaux-arts du Canada [commanditaire]

Christoph Steinegger & Nina Janben [designer]

Canada, 2008

—  
L'action de prendre ce livre laisse apparaître les empreintes de la main sur la couverture. Ce procédé thermique fait écho à l'exposition expérimentale et expérientielle, qui invitait le spectateur à participer activement au processus de création et ainsi à entrer directement en relation avec les projets réalisés par les artistes.

**Stickybeak**

*Monographie*

Galerie Flowers Gallery et Julie Cokburn [commanditaire]

Inconnu [designer]

Royaume-Uni, 2019

—  
Le travail de Julie Cokburn fait usage de la broderie afin d'ajouter des niveaux d'ambiguïté aux images réalisées (COCKBURN, 2019). La couverture utilise des fils entrelacés afin de faire écho à la démarche de l'artiste.

**Jaquette**<sup>8</sup>. Annexe à la couverture, cette composante se définit par son caractère amovible et généralement éphémère (GENETTE, 1987 :32), il s'agit d'un papier indépendant du livre vienne complètement recouvrir la couverture grâce à des rabats. Elle peut avoir la fonction de protéger la publication, d'attirer l'attention ou encore d'offrir un nouveau paratexte. Elle est habituellement utilisée dans un second temps, pour une nouvelle édition, un nouveau tirage ou un événement associé (*Ibid.*). Dans certains cas, l'usage de la jaquette est une stratégie du designer graphique afin de signifier une pratique ou un contenu spécifique. ↯



8

**R/p/m***Livre d'artiste*

Paul Cullen et Split/Fountain [commanditaire]

Narrow Gauge &amp; Jayme Yen [designer]

Nouvelle Zélande, 2011

—

À l'intersection du catalogue, de l'inventaire et du dossier, le contenu de ce livre est une série de photographies documentaires qui présentent les recherches, les lectures, les croquis et les œuvres réalisés dans l'espace de l'atelier de l'artiste. Cinq jaquettes sont superposées de manière à former une couverture. Interchangeables, elles sont des propositions de mise en exposition fictive, qui amènent l'usager à faire un choix.

**Klaus Scherübel : VOL.13***Monographie*

Klaus Scherübel et Fonderie Darling [commanditaire]

Dominique Mousseau [designer]

Canada, 2012

—

Scherübel partage avec Stéphane Mallarmé une fascination pour l'enveloppe, pour les rapports entre surface et intériorité, signifiés dans ce catalogue par la jaquette verte. Une fois celle-ci enlevée, un livre tout blanc à reliure suisse et une couverture cartonnée dénudée d'éléments textuels ou graphiques apparaissent. Utilisant le classement par dates et lieux, – caractéristiques propres au catalogue monographique –, ce catalogue rassemble plusieurs expositions [chapitres du travail] de l'artiste conceptuel austro-canadien. Or, Vol. 13 est aussi une réflexion sur ce que sont les espaces d'un livre, d'une part, et du Livre, de l'autre : le *Livre* étant le projet utopique et jamais réalisé de Stéphane Mallarmé sur lequel Scherübel a travaillé.

**Mallarmé, le Livre***Livre*

Klaus Scherübel [commanditaire et designer]

Canada, 2005

—

Recouvert d'une jaquette de couleur bleue, objet d'art ou objet de littérature, son statut est ambigu. À travers la reprise du *Livre* de Mallarmé, Scherübel remet en question la définition du livre et interroge la nature des rapports unissant l'artiste, l'œuvre et son public. La proposition de Scherübel est un objet qui prend la forme d'un livre, mais qui ne contient aucune page, et dont le contenu réside dans le paratexte de la jaquette. Son mode de diffusion est multiple : il se retrouve à la fois en galerie, en librairie et en bibliothèque, offrant ainsi trois espaces de lecture.

**Encart**<sup>9</sup>. Document imprimé, il est inséré à un endroit prédéterminé ou aléatoire dans une publication (AMBROSE, HARRIS, 2005 : 49). Son format, son papier et son type d'impression peuvent être identiques ou distincts du corps de la publication. L'encart peut être une page volante ou insérée dans la reliure. Sa fonction est généralement d'attirer l'attention sur un contenu particulier (*Ibid.*). Dans certains cas, il peut aussi être un objet qui amène l'utilisateur à poser une action, ou à changer ses habitudes de lecture, et ce en vue de signifier un contenu donné. ↯

---

9

#### **Décryptages, Europe et migrations**

*Livret [outil de sensibilisation]*  
 La Climade [commanditaire]  
 Polysémique [designer]  
 France, 2014

Cet objet marqué et crypté, dont les énoncés sont cachés, fait écho aux données sur les migrations souvent brouillées par les peurs et les préjugés. Il suffit de faire usage de l'encart, un calque rouge, pour que les traits abstraits s'effacent au profit d'un texte. La participation de l'utilisateur au décryptage du texte permet de susciter une prise de conscience face aux préjugés et aux approximations véhiculées sur le sujet.

#### **Nomades**

*Catalogue d'exposition*  
 Musée des beaux-arts du Canada [commanditaire]  
 Stefan Canuel [designer]  
 Canada, 2009

L'encart est l'un des nombreux éléments graphiques et matériels utilisés pour signifier la notion de carnet de voyages dans la forme du catalogue *Nomades*. Dans ce cas, l'encart est une petite image, attachée à la publication par un trombone.

#### **Pop Art is: (With Peter Saville)**

*Catalogue d'exposition*  
 Gagosian Gallery [commanditaire]  
 Graphic Thought Facility [designer]  
 Angleterre, 2007

Le titre du catalogue d'exposition est donné à voir par sa matérialisation, en papier japonais embossé. L'objet a quelque chose de délicat et de contemporain, sa couverture complètement blanche détonne compte tenu de l'aspect coloré attendu du sujet : le Pop art. L'ajout de la couleur se fait par l'utilisateur ; un encart inséré dans l'ouvrage comporte des marqueurs de page qui peuvent être ajoutés à la publication. Selon la Gagosian Gallery, c'est par cette intervention que le catalogue devient un nouvel objet Pop Art – un objet qui n'aurait pu exister à cette époque.



**Composition**<sup>10</sup>. Cet élément du péri-texte éditorial (CENETTE, 1987:21) est généralement associé à l'espace papier, soit à l'agencement des éléments visuels et textuels dans la page. La composition est un travail réflexif qui consiste à déterminer l'agencement d'une double page, d'une grille, de marges, de blocs de textes, de blancs, de typographies et d'images afin d'organiser et d'orienter la lecture. Or, cette recherche l'associe plutôt à l'ensemble du péri-texte éditorial (éléments graphiques et matériels), soit la forme de la publication. Selon Genette, « un élément paratextuel est déterminé par un choix, plus ou moins libre, opéré sur une grille générale et constante de possibles alternatifs, dont il ne peut adopter qu'un terme à l'exclusion des autres » (1987:17). Ces choix guident la réception de la lecture. Dans cette perspective, la conception du péri-texte éditorial se fait dans le respect des limites de la commande et selon l'intention interprétative du designer graphique. ↯

---

10

Tous les catalogues présentés dans le présent lexique ont été conçus et produits suite à une réflexion sur la forme éditoriale par le designer graphique et autorisés par le commissaire ainsi que par les institutions. Si chacun des exemples du présent lexique a été présenté de manière à mettre en valeur seulement l'élément auquel il est associé, c'est dans l'ensemble de sa composition et de sa forme, qu'il est possible de pleinement en activer le sens. Dans cette perspective, un dernier catalogue d'exposition est présenté, prenant appui cette fois sur l'ensemble de son péri-texte éditorial.

**Dada : catalogue**

*Catalogue d'exposition*

Centre Pompidou [commanditaire]

Laurent Le Bon [commissaire]

Studio de Valence [designer]

France, 2005

Le commissaire Laurent Le Bon affirme que le catalogue DADA « s'oppose à un modèle qui peut être par exemple celui de la Tate où l'on observe un certain formatage en termes de ligne éditoriale » (LE BON, HUESCA, 2013:2), au profit d'une singularité. Son objectif est « d'être dans l'esprit DADA » comme un objet de reconstruction, ou de muséification (*Ibid.*:3). Avec plus de mille pages, ce catalogue a été imaginé tel un annuaire, organisé de façon alphabétique et imprimé en rotative sur un papier journal (VALENCE, 2015). Cette forme s'inspire du « mouvement Dada », des listes et du classement propre à l'« esprit » de cette époque (*Ibid.*). Le commissaire ajoute que cette structure rejoint celle de l'artiste Marcel Duchamp et à sa volonté de déhiérarchisation, où « chaque artiste se vaut ». Selon Le Bon, l'idée consiste à penser que « si un collage vaut un film, qui vaut une peinture, qui vaut..., l'entrée <I> vaut l'entrée <A> ». Cette « folie alphabétique » a créé une sorte de désordre dans l'ordre, où par exemple l'introduction n'apparaît pas en introduction, mais à la lettre « I » et ainsi de suite (*Ibid.*). Le concept d'annuaire se transpose aussi dans le choix du papier et dans son type d'impression. Puis, le Studio de Valence a dessiné un caractère typographique dont le dessin est basé sur l'*Aurora*, une fonte utilisée par les artistes Dada au début du 20<sup>e</sup> siècle soit *Le Dada Grotesk* qui est une partie intégrante de son identité. Finalement, une boîte-archive a également été conçue pour accueillir et protéger l'ouvrage. Si chacun des éléments du péri-texte éditorial évoque l'idée du mouvement de l'époque, c'est son ensemble, soit sa forme éditoriale, qui permet d'en dégager le dadaïsme.

*Lorsque le designer graphique cherche à signifier un contenu par une forme éditoriale, l'ensemble du péri-texte devient son médium. Le résultat de ce travail de design est le gabarit, soit un ensemble d'éléments paratextuels. Selon Gérard Genette « l'un des gages d'efficacité du paratexte est sans doute sa transparence ». Ainsi, lorsque le gabarit est réfléchi comme un vecteur de sens, il devient, malgré son invisibilité, un agent qui oriente la lecture et contribue à la réception de sens. Or, quelle place occupe le péri-texte éditorial comme médium dans un contexte de commande ? Si Genette confirme la possibilité que des éléments du paratexte soient conçus en partage d'autorité, Michael Rock souligne que l'auctorialité du designer graphique change la manière dont le travail se fait. Ainsi, il invite les chercheurs à penser aux impacts qui découlent de cette manière de faire sur la production et sa réception (2004; 1996). La question d'auctorialité et celle de l'usage du gabarit (péri-texte éditorial), dans le contexte du catalogue d'exposition, permettent de répondre à un questionnement plus large, celui de la possibilité de contribuer par la forme à la réception du sens.*

Cette section du mémoire-catalogue explicite les conditions qui permettent de signifier une exposition d'art contemporain par la forme de son catalogue. Si le résultat des commandes du volet création montre qu'une forme éditoriale peut signifier un contenu, c'est le contexte de production de ces mandats qui permet d'en dégager les conditions. La zone de convergence entre recherche et commande (*Supra*. CHAP. 2) active la réflexion théorique et la mise en pratique du concept d'interprétation (*Supra*. CHAP. 3) de manière à exposer les dispositions nécessaires pour qu'un designer puisse conditionner le sens d'un contenu par la forme éditoriale. Finalement, les données produites par les activités de la recherche – exploration, théorie et commande – sont interprétées de manière à en dégager des propositions. Cette contribution, bien que basée sur le catalogue d'exposition, est un résultat fondamental et transférable à l'ensemble des objets éditoriaux de la pratique du design graphique.

### **Conditions**

Le catalogue d'exposition est conceptualisé dans le cadre d'une commande qui met en relation un commanditaire et un designer graphique dans l'objectif de matérialiser la documentation de l'exposition. En d'autres termes, à partir des intentions du commanditaire (commissaire, artiste ou tout autre acteur du milieu des arts), le designer graphique se concentre sur la particularité de la problématique afin de proposer une solution singulière et adéquate à la demande. Or, pour que la forme d'un catalogue contribue à la réception de sens, trois conditions s'appliquent : (1) la forme éditoriale est centrale à la pratique du designer graphique; (2) le contexte de production favorise le partage d'autorité; et (3) le gabarit utilise le paratexte éditorial comme un véhicule de sens.

**Condition 1 : la forme éditoriale est centrale à la pratique du designer graphique.**

Penser la forme éditoriale comme une pratique du design graphique, c'est faire usage de l'espace livre, de ses paramètres physiques et tactiles pour informer, signifier ou commenter. La méthodologie consiste à s'appuyer sur la singularité de chaque commande et de chaque commanditaire afin de proposer la forme de catalogue – une réponse aux qualités graphiques et matérielles – la plus appropriée aux besoins du projet et de son contexte. Ainsi, un catalogue d'exposition conceptualisé dans une perspective tridimensionnelle élève le travail de composition à celui de la forme, de manière à offrir à l'utilisateur une expérience à la fois graphique, matérielle et tactile.

**Condition 2 : le contexte de production favorise le partage d'autorité.** Partant du principe que signifier nécessite d'interpréter, on cherche ici à définir un contexte de production qui permette au designer graphique de prendre position, d'affirmer sa voix par la forme du catalogue d'exposition. Le partage d'autorité est une approche à l'initiative horizontale, qui repose sur l'engagement des acteurs dans la prise de décisions et dans la création du contenu. C'est par une « dé-hiérarchisation » des rôles entre le commanditaire et le designer graphique qu'il est possible de définir un espace de communication et de production s'appuyant sur le dialogue constructif et l'échange entre les disciplines. L'attribution de l'autorité, des responsabilités auctoriales et créatives au designer graphique représente une condition-clé du processus d'interprétation. Toutefois, son niveau d'attribution peut varier. Il existe autant de formes collaboratives et de niveaux de délégation d'autorité et d'auctorialité que de catalogues d'expositions; ce qui importe est de le définir *a priori* et de l'ajuster au besoin. Finalement, ce contexte de production favorise les croisements d'idées et l'innovation en vue d'améliorer l'expérience de l'utilisateur et de le guider dans sa compréhension du sens.

**Condition 3 : le gabarit utilise le paratexte éditorial comme véhicule de sens.**

Afin de signifier l'exposition par la forme du catalogue, le designer graphique matérialise son interprétation de l'exposition en y intégrant des signes, afin que ceux-ci soient à leur tour interprétés par l'utilisateur. Or, l'interprétation du designer graphique ne peut se réaliser que s'il s'investit personnellement dans la forme du catalogue afin d'aller au-delà de la résolution de problèmes et d'apporter un nouveau regard, un commentaire. Dans cette perspective, le designer graphique ne doit pas simplement « exécuter » la commande, mais avoir l'auctorialité pour faire des choix dans le paratexte éditorial (format, papier, reliure, grille, typographie, etc.), de manière à interpréter et à produire des clés de reconnaissance. Ainsi, l'auctorialité se situe dans la fixation formelle du contenu (textes et images), dans un espace situé entre le texte et le livre : le gabarit. Partant du principe d'interprétation, quatre énoncés permettent de lier le gabarit et la réception du sens : (1) le gabarit est le résultat d'un partage d'autorité [construit à partir de l'intention du commanditaire et par l'interprétation du designer graphique]; (2) le sens est un effet du gabarit, et non sa cause [le sens n'est pas le papier ou la typographie, mais l'effet produit par les choix du paratexte éditorial]; (3) le gabarit se réfère à un contenu, qui a en soi une dimension signifiante et une dimension matérielle [le gabarit du catalogue se réfère à l'exposition] et (4) le gabarit est l'acte auctorial du designer graphique [le gabarit du catalogue est une réappropriation du contenu de l'exposition].

Par conséquent, le designer graphique peut signifier un contenu par la forme même dans le contexte des contraintes de la commande éditoriale. Il interprète, dans un langage propre à sa pratique – éléments graphiques et matériels –, l'intention et le discours du commanditaire afin de poser sa propre auctorialité. Le contexte de partage d'autorité est une condition qui permet au designer graphique de prospérer dans une posture auctoriale et de prendre une position active au cœur même de la création du contenu. Finalement, le gabarit, comme acte auctorial, est l'espace qui permet de valider si le design conditionne le sens.

## Contributions

Cette recherche a permis de dégager des résultats fondamentaux et d'émettre trois propositions pour la discipline du design graphique : (1) la mise en forme comme pratique de design; (2) le partage d'autorité comme contexte de production; et (3) le gabarit comme signature matérielle du designer graphique. Dans un désir de transférabilité, ces propositions renvoient non seulement au catalogue d'exposition, mais également à l'ensemble des objets réalisés en design éditorial. Néanmoins, l'usage du terme *publication* est priorisé puisqu'il renvoie à l'action de faire paraître un document écrit.

**Proposition 1 : une mise en forme comme pratique de design.** Le livre est un objet tridimensionnel, composé de caractéristiques graphiques, matérielles et tactiles. Or, le travail de mise en forme d'un contenu est généralement associé à l'espace papier : la page (LANTENOIS, 2013; BAUR, 2013; JUBERT, 1996). Il est nécessaire de redéfinir la pratique du design éditorial, non pas comme une mise en relation du texte et de l'image, mais plutôt comme une relation triadique entre le texte, l'image et la matière. Ainsi, il faut considérer l'objet imprimé comme une forme tangible et manipulable issue de l'acte de design et qui, par l'ensemble de son paratexte éditorial, oriente la lecture et conditionne le sens. Cette réflexion sur la forme éditoriale comme pratique du design graphique, énoncée et montrée dans ce mémoire-catalogue, cherche à influe sur la production éditoriale des designers d'aujourd'hui ainsi que sur les recherches de demain. Il est à souhaiter que l'objet éditorial soit dorénavant enseigné dans sa tridimensionnalité afin de souligner l'apport du designer graphique qui, par l'expérience à la fois graphique, matérielle et tactile, participe à l'éveil de la réception du sens chez l'utilisateur.

**Proposition 2 : un partage d'autorité comme contexte de production.** Les auteurs de la discipline (BOUCHARD, 2007; ROCK, 1996, MAU, 2000) associent l'auctorialité du designer graphique à l'élaboration de contenu lors de la réalisation d'un projet autonome. Ainsi, les activités de la profession du design graphique sont scindées entre l'exécution de la commande et l'engagement face au projet initié (personnel, expérimentation, recherche, etc.). Or, la véritable distinction entre la fonction d'exécution et l'auctorialité ne se situe pas au niveau de la nature du projet - commande ou initiation - mais dans le contexte de production. Le partage d'autorité est un mode opératoire qui permet de repositionner l'auctorialité au sein d'un mandat graphique, ici un objet éditorial. S'éloignant de la tradition où le designer graphique est au *service* d'un contenu donné, ce contexte de production s'appuie plutôt sur l'engagement du designer graphique face aux prises de décisions et à l'élaboration du contenu. Le partage d'autorité comme condition au processus de design permet de repositionner la fonction auctoriale dans un contexte de commande. Ainsi, cette proposition est une invitation à faire acte de design à même le contexte de commande : à prendre position, à interpréter, à commenter, à produire des contenus et ce, grâce au savoir-faire du design graphique.

**Proposition 3 : un gabarit comme signature matérielle du designer graphique.**

L'auctorialité du designer graphique apparaît sous plusieurs formes et emplacements dans une publication : par l'impression de son nom sur la page couverture [statut d'auteur] ou, de manière plus fréquente, sous la mention « design » du colophon [reconnaissance auctoriale]. Certains designers graphiques signent ou encore laissent des notes qui expliquent les conditions du visible et du lisible qu'ils ont créées. Au-delà de toutes ces formes textuelles, une forme graphique demeure : le gabarit, un espace auctorial, un acte de design, *la signature matérielle du designer graphique.*

En conclusion, chaque commande d'édition est définie par le contexte, les intentions d'un commanditaire et la problématique. Signifier un contenu par sa forme, c'est réfléchir à l'acte de design comme une double opération, d'une part l'interprétation par la forme du catalogue [designer graphique] et d'autre part, celle d'une interprétation qui vient de l'expérience [usager] (*Supra*. CHAP. 3). Les choix et l'agencement du paratexte éditorial permettent l'ajout de signes – universels, culturels ou personnels – qui, dans l'usage, assurent le rapprochement entre le sujet et la forme du livre. Quant à son contexte de production, l'objet imprimé émane d'une convergence de plusieurs pratiques (design, littérature, architecture, muséologie, science, imprimerie, etc.) qui, lorsque opérées en partage d'autorité, s'ouvrent au croisement des idées, à la créativité et à l'innovation. Ainsi, à l'approche « client et exécutant » se substitue le partage d'autorité et l'acte de design comme fonction auctoriale devient alors possible en contexte de commande. Finalement, c'est le gabarit qui permet de rendre visible le travail du designer graphique. Dénudé de son contenu, le gabarit comme tel permet de concevoir les choix matériels et graphiques. Intégré à la publication, le gabarit s'efface à un point tel qu'il est généralement invisible aux yeux de l'utilisateur. L'expérience du catalogue d'exposition (ou de toute publication) se vit par les sens, mais c'est l'esprit qui permet d'en extraire la signification. Dans cette perspective, il n'est pas nécessaire de percevoir le gabarit pour qu'il soit présent et qu'il contribue à la communication du sens. Le gabarit est le cadre de l'expérience menant à la signification. Lire c'est aussi vivre une expérience graphique !



*Un livre ne commence ni ne finit;  
tout au plus fait-il semblant.*  
— Stéphane Mallarmé

*Le métier de graphiste.  
Chercher l'adéquation du sens et de la forme.*  
— Intramuros, 1993, no 48

*À s'occuper d'art, on ne tombe jamais  
que d'un catalogue à l'autre.*  
— Marcel Broodthaers

## NOTES SUR LA FORME

[MATÉRIALISATION DE LA RECHERCHE EN DESIGN]

Ayant pour intérêt d'interroger le visible et son impact sur la réception du lisible, la réflexion sur la forme du mémoire<sup>1</sup> comme outil porteur de sens est incontournable. Dans cette perspective, ces notes s'offrent comme une piste de réflexion, une proposition qui ouvre la discussion sur la possibilité de déplacer ou de redéfinir les normes de présentation des savoirs en design graphique. Quelles formes, formats et normes doivent être appliqués au mémoire en design graphique ? Est-ce qu'une forme singulière pourrait contribuer à la réception des savoirs ? Quel est l'intérêt du design graphique dans la diffusion de la théorie ?

---

1

**Forme.** Bien que la forme soit annexe au sujet du mémoire, j'accorde une importance particulière à ce chapitre qui porte sur la matérialisation de la présente recherche. Entre « recherche-crédation » et « recherche en design graphique », un ensemble d'oppositions existe, tant du point de vue méthodologique, que des résultats ou des formes de présentation de la recherche. Or, c'est ce contraste qui rend visible les normes et conventions qui entourent les recherches en design graphique. Au cœur d'un débat ancien mais qui se poursuit, entre art, design et science, c'est à nous, jeunes designers-chercheurs, de prendre position et de contribuer à l'avancement de cette jeune discipline qu'est le design graphique.

Je considère que le design graphique peut contribuer à la réception d'un contenu et j'ai la conviction qu'il est – s'il est pensé en relation avec le contenu – une valeur ajoutée dans la transmission des savoirs. Faire de la recherche-crédation, c'est faire converger théorie et pratique et présenter un mémoire-crédation : un objet théorico-pratique, une forme singulière (résultat pratique) qui interprète un résultat théorique.

## N°7

**Montrer l'étude**

## Lexique

*Dans les actes du colloque EDIT ! Normes, Formats et supports de l'édition, Patricia Falguières (2010) écrit que les conventions telles que le format, la grille ou la typographie sont davantage fonctionnelles qu'esthétiques et, pour cela, font rarement l'objet d'études. Ainsi, la chercheuse tente de comprendre à qui revient le rôle d'interroger, de déconstruire, voire de créer les normes éditoriales : « qui s'interroge sur le format A4 ? Les différents calibrages de la gamme colorée d'une photocopieuse aux USA et en Europe ? » (Ibid.). Selon l'historienne de l'art, le design graphique est un instrument qui permet le formatage de l'argumentation et le cadrage de l'information. En tant que « support des normes », le design graphique est « incarné » dans les textes, les signes et les formats (Ibid.), présent, mais invisible. Falguières affirme « quoi de plus neutre, de plus transparent et de plus efficace qu'un dispositif de présentation visuelle des arguments comme le PowerPoint ? » (Ibid.). Or, si le design graphique permet la mise en forme de l'information, quel rôle lui est-il accordé dans la mise en forme de la recherche ?*

*Cette dernière revue de littérature met de l'avant les écrits des chercheurs Émeline Brulé, Anthony Masure et Lysianne Lécho Hirt, afin de mettre en contexte le rôle du design graphique dans la recherche en design. Si ce lexique permet de contextualiser la matérialisation de la présente recherche, c'est dans une perspective plus large qu'il s'inscrit : dans le but de redéfinir les normes de la présentation et de la matérialisation de la recherche en design graphique des institutions universitaires du Québec.*

**Design de la recherche**<sup>2</sup>. Un désir de *designer* la recherche, de faire autrement dans la forme de présentation, se fait ressentir dans le milieu universitaire. Toutefois, très peu d'études portent sur le sujet (MASURE, 2015). Anthony Masure a rédigé l'article *Le design de la recherche : conventions et déplacements du doctorat en design* (2015) dans l'objectif de réfléchir sur les formes et les formats des thèses dans le contexte des sciences du design. L'auteur retrace l'évolution de ce « type » de document et aborde les normes et structures actuelles. Masure montre que la recherche-crédation doctorale se caractérise par la production d'un document issu d'un gabarit Microsoft Word, où la typographie, les marges et l'interlignage sont préétablis. Or, l'auteur affirme que ces conventions s'opposent à l'acte de design, qui cherche l'expression par le travail des supports. Il défend l'idée que l'intérêt de la recherche en design se trouve « entre la forme conventionnelle de la thèse et des spécificités propres au design » (*Ibid.*:59). En d'autres termes, la pertinence d'un registre discursif entre l'objet-thèse et les mises en forme spécifiques au design permettent à la forme de contribuer à la réception des connaissances (*Ibid.*). Masure étudie les possibilités de revoir ou de déconstruire les normes de présentation de la recherche et évoque une possibilité exploratoire : « [l']édition, forme normée et reconnue dans la recherche académique, peut donc elle aussi être le lieu d'expérimentations tant typographiques qu'iconographiques [...] » (*Ibid.*). Toutefois, si l'auteur encourage tout chercheur à repenser ses formats de présentation, il souligne que l'expérimentation doit s'exercer dans un cadre, celui des conventions institutionnelles susceptibles d'accueillir les recherches – contexte qui confine par bien des aspects la production de savoir. ↯

---

2

**Espace de savoir**

*Collectif de recherche : Olivier Asselin, Suzanne Leblanc, Chantal Neveu, Céline Poisson, Jocelyn Robert et Eric Simon*  
 Université Laval  
 Canada, 2017

—  
 Selon les designers graphiques du Studio TagTeam (2017), « [l']objectif général du projet a été de contribuer au champ de recherches sur la spatialisation du savoir, en abordant cette question sous l'angle de stratégies individualisées caractéristiques des pratiques artistiques ». Ainsi, cette publication se distingue par des matériaux non conventionnels où l'on présente six projets de recherche sous la forme de cahiers individuels et assemblés à l'aide d'élastiques en silicone noir. Cette forme originale, respectant les contraintes institutionnelle et budgétaire, a reçu le Grand Prix de Grafika en 2017.

**Espace de création**<sup>3</sup>. Bien que le « format de référence » et les « normes de présentation » permettent de standardiser la transmission des savoirs et de faciliter la reproduction des recherches (FALGUIÈRES, 2010), il est aussi possible de les réfléchir comme un cadre opératoire, un médium ou encore un instrument. Jusqu'ici, les discours théoriques des chercheurs-designers tels que Brulé, Masure et Lécho Hirt ont dénoncé et contextualisé la matérialisation de la recherche en design graphique, mais la réflexion sur son espace de création est limitée, pour ne pas dire inexistante. Bien qu'actuellement, en France, l'usage du savoir-faire dans la matérialisation des recherches en design graphique se fait de plus en plus présent, au Québec, il y a tout un travail qui reste à faire afin que cette pratique soit acceptée par les institutions universitaires. Ces dernières pages proposent quelques pistes de réflexion sur la possibilité que la forme éditoriale de la recherche puisse contribuer à la réception des savoirs. Or, la définition des espaces de création du mémoire, la question d'usage du design graphique dans la diffusion des résultats ainsi que l'impact de la forme matérielle et graphique sur la transmission du contenu théorique ne sont pas abordés dans ce présent mémoire-catalogue, mais seront au cœur de mes recherches à venir. ↯

---

3

**Élaboration d'une pratique performative critique  
s'inscrivant dans la création d'une entreprise fictive**

*Catherine Lescarbeau*  
Université du Québec à Montréal  
Canada, 2015

Dans l'avant-propos de son mémoire, la praticienne-chercheuse annonce que celui-ci est « très expérimental au niveau de sa structure » et fait usage de la forme PowerPoint (LESCARBEAU, 2015). Son contenu est principalement « des notes de lecture servant dans le cadre d'une présentation orale » (*Ibid.*). Or, afin de se conformer aux normes institutionnelles, la chercheuse a dû rendre deux versions : un document Word [version officielle] et un document PowerPoint [version originale].

**Rigueur**<sup>4</sup>. Les institutions prônent la forme écrite et mettent l'accent sur la rigueur et la scientificité dans la réception des productions de savoir. Selon Lysianne Lécho Hirt, « [r]igueur est le terme central de l'argumentaire, renouant avec la vieille dichotomie entre sciences et art [...] » (2015 : 38). La chercheuse défend que la rigueur intellectuelle ne se limite pas aux formes textuelles et que la production issue du design doit être considérée comme une forme de savoir (*Ibid.*). De plus, Lécho Hirt dénonce le fait que la recherche en design est trop souvent associée à « good research = crap design » et que, bien qu'il existe un plan commun entre recherche et design, la possibilité d'une coexistence est déniée (2015:39). Selon l'auteure, il ne s'agit pas d'abolir la production textuelle, mais simplement de permettre au designer de communiquer dans son propre langage : « Il ne s'agit pas d'éliminer le texte, mais de se fonder sur un nouveau concept du résultat de recherche comme interface ; le texte lui-même est une interface » (2015). La spécificité du modèle de recherche-crédation en design établi par Lécho Hirt (*Supra*, CHAP. 2), ouvre les modèles de présentation et rend possible l'usage d'un savoir-faire spécifique à la discipline dans la transmission des savoirs. ↯

---

4

**Contribution à l'utilisation de la bande dessinée  
comme instrument pédagogique :  
une tentative graphique sur l'histoire de la psychiatrie**

*Serge Tisseron*

Université Claude-Bernard

France, 1975

Réalisée sous forme de bandes dessinées, Tisseron définit sa thèse de médecine comme une « tentative graphique sur l'histoire de la psychiatrie ». Suite à ses études médicales, il s'est penché sur « la question de savoir comment le choix d'un mode d'expression sur un autre modifie le contenu de ce qui est formulé ». Tisseron considère que le dessin est un acte d'expression au même niveau que celui de l'écriture. Il ajoute qu'il a cherché à « montrer que les images sont une forme de symbolisation du monde à part entière à égalité avec le langage parlé/écrit ». Son travail, qui lui a valu les compliments de Roland Barthes et de Michel Foucault, est un exemple de forme éditoriale créative qui n'empêche pas la rigueur d'une recherche. Cette thèse peut être consultée sur le site de la Bibliothèque Inter Universitaire Médicale (BIUM).

**Communauté des pairs.** Brulé et Masure affirment qu'il revient aux jeunes chercheurs en design de faire ce déplacement de conventions et ce, par le biais de la recherche, mais aussi par des écrits portant sur la recherche. « Si les normes écrivent des conventions en les neutralisant, c'est-à-dire en rendant invisibles leurs implications, il nous semble nécessaire de maintenir d'autres écritures qui soient à même de les déplacer » (BRULÉ et MASURE, 2015 : 61). Or, la réception et l'évaluation de ces formes revendiquées, créatives et originales restent problématiques (LÉCHOT HIRT, 2010 : 71). La chercheuse souligne que « la communauté des pairs capable de mener de telles évaluations n'existe pas vraiment pour le moment ; il est à espérer que les jeunes générations d'artistes et designers-chercheurs formeront bientôt une telle communauté » (*Ibid.*). Léchot Hirt encourage les designers-chercheurs à former des communautés de pairs afin de redéfinir le gabarit de l'objet-thèse et de créer de nouvelles normes de présentation acceptées dans les institutions universitaires. →

*Réfléchir la forme de présentation de la recherche en design, c'est d'une part permettre aux designers-chercheurs de définir les conditions d'expérience et le cadre de perception et d'autre part, accepter qu'ils interprètent les résultats et conditionnent leur réception par leur langage : le design graphique.*

## Forme de la recherche <sup>5</sup>

---

5

Le passage du texte scientifique à l'objet imprimé nécessite obligatoirement une mise en forme. Actuellement, dans le réseau des Universités du Québec, ce transfert est associé à un modèle générique : un gabarit Word permettant de reproduire la forme attendue et ce, de la typographie à la reliure. Or, la confrontation entre la spécificité du design [création] et celle de la recherche scientifique [théorie] amène à la fois un questionnement méthodologique (*Supra*, CHAP. 2) et une interrogation sur la matérialisation de la recherche.

**Gabarit.** Basé sur des normes institutionnelles, celui-ci permet une structure, une cohérence et une rigueur dans la transférabilité des résultats de recherche. Selon l'historienne de l'art Patricia Falguières (2010), le « format de référence » et les « normes de présentation » permettent de standardiser la transmission de savoirs et en facilitent la reproduction. Toutefois, les conventions propres au gabarit du mémoire de l'UQO s'opposent à l'acte de design graphique – à l'articulation de la mise en forme comme outil d'interprétation et de communication. Prenant appui sur Masure, « c'est précisément des tensions entre la forme <conventionnelle> du mémoire et les spécificités propres au design graphique que provient l'intérêt de la recherche en design » (2015:59). Ainsi, le gabarit de ce mémoire-catalogue vise à montrer qu'une forme éditoriale d'une recherche-création en design graphique peut faire usage du savoir-faire spécifique à la discipline afin de contribuer à la réception d'un contenu scientifique.

**Concept de convergence.** La mise en forme des savoirs est ce qui, selon moi, permet de réduire l'écart méthodologique entre la recherche-création en arts visuels et la recherche-projet propre aux sciences du design. En d'autres termes, elle aide à ouvrir la recherche au savoir-faire du designer graphique à la fois comme un moyen [recherche-projet] et un résultat de recherche [recherche-création] produisant une forme théorico-pratique : un acte de design au profit de la rigueur théorique. Je propose ainsi une zone de convergence, où le rapport entre la science et le design ne se limite pas à la production de connaissances, mais aussi aux modes de transmission.

**Ouverture.** C'est dans une ouverture d'esprit, dans une perspective de changement, que vous lecteurs – jury, chercheurs, designers et curieux –, devez considérer la forme de ce mémoire-catalogue comme une exploration et une proposition permettant la réflexion sur les déplacements des normes éditoriales de la recherche en design graphique. Selon Falguières, il n'est possible de prendre conscience des gabarits, des standards et des normes que lorsqu'ils changent (2010:1). Ainsi, cette recherche expose le gabarit de la recherche traditionnelle et propose un cadre opératoire où l'acte de design, l'expression et l'interprétation du designer-chercheur ont leur place.

**Résultat.** La mise en forme de ce mémoire-création est, d'une part, le résultat du volet création de la recherche et, d'autre part, une critique face aux enjeux actuels de la recherche-création en design graphique : une réponse visible à la tension entre l'écriture de la théorie et les spécificités du design graphique. Elle est un appel à mes pairs pour repenser les normes et conventions de la mise en forme de la recherche afin que le design graphique puisse contribuer à la réception des savoirs.



A

**Abécédaire**

Dans le cadre des expositions *La Galerie UQO*  
présente *ICI : Harald Szeemann, documenta 5*  
et *Szeemann, Hoffmann, Leiber : catalogue*  
*sous verre* Galerie UQO, Gatineau, Canada.

## BIBLIOGRAPHIE

[Annexe]

### CATALOGUE

*Cette section contient toutes les références bibliographiques qui se rapportent à l'histoire de l'art, au commissariat et plus précisément au sujet de recherche : le catalogue d'exposition.*

---

Aquin, P.-S. (Mars, 1990). Les musées et leurs livres. *Nuit Blanche*, 39, 68 - 70.

Aubenas, S., & Chassey, E. (January 01, 2006). La monographie d'artiste : Une contrainte, un modèle, un schéma adaptable? *Perspective / Institut National D'histoire De L'art*, 504 - 512.

Criqui, J-P. (Janvier, 1996). Éditorial. *Les Cahiers Du Musée National D'art Moderne / Centre Georges Pompidou*, 56 - 57.

Desvallées, A., Bergeron, Y., & Mairesse, F. (2011). *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Paris : A. Colin.

Dupeyrat, J. (2012). *Les livres d'artistes entre pratiques alternatives à l'exposition et pratiques d'exposition alternatives*. Rennes : Université Rennes 2.

Dupont-Tanguay, L., & Longchamps, D. (2004). *Borduas en ligne : Le catalogue raisonné de Paul-Émile Borduas (1905-1960)*. La Société La Vie des Arts.

Falguières, P. (Janvier, 1996). Les raisons du catalogue. *Les Cahiers Du Musée National D'art Moderne / Centre Georges Pompidou*, 56 - 57.

Gagnon, F. M., Borduas, P.-E., Gail and Stephen A. Jarislowsky Institute for Studies in Canadian Art., & Concordia University (Montréal, Québec). (2008). *Paul-Émile Borduas* [ressource électronique]. Montreal : L'Institut de recherche en art canadien Gail et Stephen A. Jarislowsky.

Genette, G. (2014). *Seuils*. Paris : Seuil.

Giovanni, A. (1987). *Vicissitudes récentes de la monographie d'art*. (Actes de la recherche en sciences sociales.) PERSEE.

Huquet, M. (1998). *Le catalogue raisonné, outil méconnu*. La Société La Vie des Arts.

Jubert, R. (Janvier, 1996). Entre voir et lire: La conception visuelle des catalogues d'expositions. *Les Cahiers Du Musée National D'art Moderne / Centre Georges Pompidou*, 56 - 57.

Leinman, C. (2011). Le catalogue d'art contemporain. *Marges*, 122011, 51-63.

- Lord, M., Bénichou, A., Couture, F., Depocas, A., Gagnier, R., Lebeau, J., Rodriguez, V., Mariani, A. (décembre, 2010). Conception d'une base de données de recherche sur des cas de variations d'oeuvres d'art. *Muséologies*, 5, 1, 16-36.
- Mayon, M. (Juillet, 2016). Le catalogue d'exposition est-il en pleine mutation? *Monde du livre*.
- Moeglin-Delcroix, A. (Janvier, 1996). Du catalogue comme œuvre d'art et inversement. *Les Cahiers Du Musée National D'art Moderne / Centre Georges Pompidou*, 56-57.
- Morineau, C. (Janvier, 1996). Un corpus emblématique? Les catalogues d'expositions du Musée national d'art moderne de 1947 à 1977. *Les Cahiers Du Musée National D'art Moderne / Centre Georges Pompidou*, 56-57.
- Renold, M.-A., Gabus, P., & Werra, J. (2007). *L'expertise et l'authentification des œuvres d'art*. Geneva: Schulthess.
- Recht, R. (Janvier, 1996). La mise en ordre. Note sur l'histoire du catalogue. *Les Cahiers Du Musée National D'art Moderne / Centre Georges Pompidou*, 56-57.

## DESIGN

*Cette section contient toutes les références bibliographiques qui se rapportent à l'angle d'investigation, soit le design graphique et sa méthodologie : le design éditorial, le design d'auteur, la recherche en design, la recherche-crédation, la recherche-projet, le design de la recherche et les normes de présentation.*

- 
- Baur, R. (2013). *Les 101 mots du design graphique : À l'usage de tous*. Paris: Archibooks.
- Baron, C. (2010). « Autorité, auctorialité, commencement », dans Bouju, Emmanuel (dir.), *L'autorité en littérature : Génèse d'un genre littéraire en Grèce*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, p. 85-94.
- Bayazit, N. (January 01, 2004). Investigating Design: A Review of Forty Years of Design Research. *Design Issues*, 20, 16-29.
- Bouchard, M. (2007). *L'affiche comme mode d'expression d'un graphisme d'auteur à portée sociale*. (Mémoire de maîtrise), Université Laval, Québec.
- Burns, S. L., Villeneuve, A., & Bruneau, M. (2007). *Traiter de recherche création en art: Entre la quête d'un territoire et la singularité des parcours*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Brulé, É. & Masure, A. (2015). Le design de la recherche : conventions et déplacements du doctorat en design. *Sciences du Design*, 1(1), 58-67.
- Cross, N. (1982). *Designerly ways of knowing*. *Design Studies*, 3(4), 221-227.
- Darras, B., & Findeli, A. (2014). *Design : savoir & faire: Savoir pour mieux faire et faire pour mieux savoir*. Nîmes: Lucie éditions.
- de Mourat, R., Ocnarecu, I., Renon, A. & Royer, M. (2015). Méthodologies de recherche et design : un instantané des pratiques de recherche employées au sein d'un réseau de jeunes chercheurs. *Sciences du Design*, 1(1), 68-75.
- Findeli, A. (1998) «La recherche en design : questions épistémologiques et méthodologiques », *International Journal of Design and Innovation Research*, 1 (1): 3-13.

- Findeli, A. (2004) «La recherche-projet : une méthode pour la recherche en design », Premier Symposium de recherche sur le design tenu à la HGK de Bâle : Swiss Design Network (13-14 mai 2004).
- Findeli, A. (2005) « Qu'appelle-t-on <théorie> en design ? Réflexions sur l'enseignement et la recherche en design », Texte proposé pour publication dans l'ouvrage *Le design en question(s)*, à la suite du séminaire national tenu à Paris au Centre Georges Pompidou (novembre 2005).
- Findeli, A. & Coste, A. (2007). *De la recherche-crétion à la recherche-projet : un cadre théorique et méthodologique pour la recherche architecturale*.
- Findeli, A. (2015). La recherche-projet en design et la question de recherche : essai de clarification conceptuelle. *Sciences du Design*, 1(1), 45-57.
- Frayling, C., & Royal College of Art. (1993). *Research in art and design*. London : Royal College of Art.
- Garand, M. (2011). *La pratique du graphisme d'auteur par le roman graphique*. (Mémoire de maîtrise), Université Laval, Québec.
- Holcroft, I. (2005). *Définir le graphisme d'auteur*. Étapes, 120.
- Lantenois, A. (2013). *Le vertige du funambule: Le design graphique, entre économie et morale*.
- Lécho Hirt, L. (2010). *Recherche-crétion en design: Modèles pour une pratique expérimentale*. Genève : Metis presses.
- Lécho Hirt, L. (2015). Recherche-crétion en design à plein régime : un constat, un manifeste, un programme. *Sciences du Design*, 1(1), 37-44.
- Le Colguiec, E. & Gosselin, P. (2006). *La recherche création : Pour une compréhension de la recherche en pratique artistique*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Lévi-Strauss, C. (2014). *La pensée sauvage*. Paris: Plon. Édition originale : Plon, 1962.
- Observatoire de la vie littéraire. [s. d.] *Autorités en partage*.  
Récupéré de <http://obvil.parissorbonne.fr/projets/autorites-en-partage>
- Philizot, V., & Martin, M. (2017) *Une cartographie de la recherche en design graphique*.  
Le Signe – Centre national du graphisme à Chaumont. Texte d'introduction.
- Potter, N., Kinross, R., Suboticki, D., & Rouffineau, G. (2011). *Qu'est-ce qu'un designer : Objets, lieux, messages (1969)*. Paris : B42.
- Noreau, J-O. (2008). *À la recherche d'un cadre théorique pour la pratique du design graphique*. (Mémoire de maîtrise inédit), Université de Montréal, Montréal, Québec.
- Raynal, J-B. (2008). *Le graphisme engagé est-il encore d'actualité ?* (Mémoire de maîtrise inédit), École Supérieure des Arts Décoratifs, Strasbourg.
- Rock, M. (1996, printemps). The designer as author. *Eye*.  
Récupéré de <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>
- Vial, S. & Findeli, A. (2015). Éditorial. *Sciences du Design*, 1(1), 9-11.
- Vial, S. (2015). Qu'est-ce que la recherche en design ? Introduction aux sciences du design. *Sciences du Design*, 1(1), 22-36.

**PRAGMATIQUE**

*Cette section contient toutes les références bibliographiques qui se rapportent à la pragmatique et aux concepts du cadre théorique, soit l'interprétation et l'usage.*

---

Armengaud, F. (1999). *La pragmatique*. Paris : PUF.

Barthes, R. (1994). *La mort de l'auteur*. Œuvres complètes, tome 2, 491–495. Édition originale : 1968, dans la revue Manteia, 5. Cometti, J.-P. (2010). *Qu'est-ce que le pragmatisme?* Paris : Gallimard.

Deledalle, G. (1990). Traduire Charles S. Peirce. Le signe : le concept et son usage. *TTR*, 3(1), 15–29. doi.org/10.7202/037056ar

Deledalle, G. (1979). *Théorie et pratique du signe : Introduction à la sémiotique de Charles S. Peirce*. Paris : Payot.

Dewey, J. (2014). *L'art comme expérience*. Paris : Gallimard.

Klinkenberg, J.-M. (2000). *Précis de sémiotique générale*. Paris : Seuil.

Latraverse, F. (1987). *La pragmatique : Histoire et critique*. Bruxelles : P. Mardaga.

Peirce, C. S. (1931–1958). *Collected Papers Of Charles Sanders Peirce*, 8 vols. Cambridge : Harvard University Press. Vols. 1–6 édités par C. Hartshorne et P. Weiss; vols. 7–8 édités par A. Burks.

Wittgenstein, L. (2001). *Tractatus logico-philosophicus*. Traduction inédite de l'allemand, par François Latraverse. UQAM, département de philosophie : documents du groupe de recherche Peirce-Wittgenstein, année 2000–2001.

**CORPUS – SOURCES SECONDAIRES**

*Cette section rend compte de tous les titres du corpus de cette recherche évoqués dans les notes de bas de pages.*

---

Asselin, O., Leblanc, S., Neveu, C., Poisson, C., Robert, J., & Simon, E. (2016). *Espaces de savoir*.

Avedon, R., Martin, J., Avedon, L., Gagosian Gallery (New York, N.Y.), & Gagosian Gallery (Beverly Hills, Calif.). (2013). *Avedon: Women*.

Boom, I. (2013). N° 5 culture Chanel. Paris: La Martinière.

Boom, I., Koolhaas, R., Lommen, M., Lane, J. A., O'Brien, B., & Linden, S. (2013). *Irma Boom: the architecture of the book: books in reverse chronological order, 2013-1986, with comments here and there*.

Charming Baker – Lie Down I Think I Love You. (2013)  
Récupéré de graphic thought facility

Cockburn, J. (2019). *Stickybeak*. Paris: Chose commune.

Cullen, P., Dale, R., & Split/Fountain (Firm). (2011). *R/p/m*. Auckland, N.Z: Split/Fountain Pub.

*Décryptages, Europe et migrations*. (2014).  
Récupéré de [www.polysemique.fr/book-reference/decryptages-cimade/](http://www.polysemique.fr/book-reference/decryptages-cimade/)

- Drouin-Brisebois, J., Hill, G. A., & Musée des beaux-arts du Canada. (2008). *Flagrant délit: La performance du spectateur*. Ottawa: Musée des beaux-arts du Canada.
- Farmer, G., Drouin-Brisebois, J., Vogl, R., & Musée des beaux-arts du Canada. (2009). *Nomades*. Ottawa: Musée des beaux-arts du Canada.
- Godfrey, M., & Burke, G. (2008). *Simon Starling: Cuttings [Supplement]*. Toronto: The Power Plant.
- Gordon, D., Shiloah, R., Levitan, A., & Gagosian Gallery (London, England). (2012). *Douglas Gordon: K.364*. London: Gagosian Gallery.
- Hicks, S., Danto, A. C., Simon, J., In Stritzler-Levine, N., Boom, I., & Bard Graduate Center for Studies in the Decorative Arts, Design, and Culture. (2013). *Sheila Hicks: Weaving as metaphor*.
- In the Making*. (2013) Récupéré de [studio.build/work/the-design-museum-itm-book](http://studio.build/work/the-design-museum-itm-book)
- In Pesot, S., Moore, J., Christophe, B., Bienvenu, T., T. J. A., David, M., Hussy, A., Alcuin Society. (2016).
- Leblanc, Marie-Hélène, Provost, Guillaume Adjutor, & Loubier, Patrice. (2015). *Carnet de séjour : Carleton-sur-mer été 2013. Centre d'artistes Vaste et Vague*.
- Le, B. L., Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou (Paris), National Gallery of Art (Washington), & Museum of Modern Art (New York). (2005). *Dada : Catalogue*. Paris: Editions du Centre Pompidou.
- Lescarbeau, C., & Tomas, D. (2015). *Élaboration d'une pratique performative critique s'inscrivant dans la création d'une entreprise fictive*.
- Made in Fukushima*. (2019) Récupéré de [www.mobydigg.de/#!/work/Made%20in%20Fukushima%20-%20Book,%20Infographics,%20Photography](http://www.mobydigg.de/#!/work/Made%20in%20Fukushima%20-%20Book,%20Infographics,%20Photography)
- Matine, H., Bokova, I., Lliprandi, G., Poster for Tomorrow (Organization), & 4tomorrow Association. (2011). *The right to education: A poster for tomorrow project from the 4tomorrow Association*. Paris: Editions Odyssee. Post-punk art now.
- Pop Art is: (With Peter Saville)* (2007).  
Récupéré de [graphicthoughtfacility.com/gagosian-pop-art-is-publication/](http://graphicthoughtfacility.com/gagosian-pop-art-is-publication/)
- Rien de trop*. (2013) Récupéré de <https://www.simong.ca/Rien-de-trop>
- Scherübel, K., Chevrier, J.-F., Galerie Erna Hécey (Bruxelles, Belgique), Fonderie Darling., & Stedelijk Museum voor Actuele Kunst (Gand, Belgique). (2012). *Klaus Scherübel: Vol. 13*. Montréal: Quartier Éphémère/ Fonderie Darling.
- Scherübel, K., Optica (Galerie), & Fondation Musée d'art moderne Grand-Duc Jean. (2005). *Mallarmé, le livre*. Montréal: Optica, un centre d'art contemporain.
- Siegelaub, S. (1968). Xerox book.
- The Sub Divide*. (2016) Récupéré de <http://www.thesubdivide.bjball.com.au/overview>
- The (338 Hour) Cineclub*. (2013)  
Récupéré de [studiomut.com/projects/fondazione-sandretto-the-338-hour-cineclub#mut5](http://studiomut.com/projects/fondazione-sandretto-the-338-hour-cineclub#mut5)
- Tisseron, S., Faculté de médecine et de pharmacie de Lyon., & Université de Lyon. (1976). Contribution à l'utilisation de la bande dessinée comme instrument pédagogique: Une tentative graphique sur l'histoire de la psychiatrie. Lyon: The Author.

## medi 13 janvier

cueil

h  
publication comme  
me d'expression artistique  
ussion avec les commissaires

h 45  
ble ronde participative :  
ntraintes créatives et  
ccessus de collaboration

s le cadre de la production d'une  
ication imprimée, chaque décision  
titive est une réponse à une contrainte  
ux besoins des collaborateurs. Divers  
venants du milieu (artistes, designers,  
eurs) viennent discuter des dynamiques  
collaboration dans l'idéation et la pro-  
ion de publications imprimées, de la  
ociété du livre et de l'acte de publier.

14h

Présentation de e-artexte et  
autres méthodes de dépôt  
dans la collection d'Artexte

14h 15

Le catalogue d'exposition :  
rapport de collaboration et  
d'autorité dans la cocréation

Conférence de **Marie-Alexandre**

**Houtart**, Fondatrice de HoutartDesign,  
professeure contractuelle à La Cité  
(Ottawa) et candidate à la maîtrise en  
Muséologie et pratiques des arts  
(ÉMI-UQO)

15h

*Sampling*

Conférence d'**Ines Cox**, designer  
graphique indépendante et professeure  
de typographie à la Royal Academy  
d'Anvers Ines Cox (Belgique)

*En anglais*

« Ne faites pas  
seulement les lire.  
Écoutez-les,  
accrochez-les,  
touchez-les,  
faites-les voyager,  
sentez-les, goûtez-les,  
pliez-les, portez-les,  
secouez-les, et  
projetez-les même

## **BIOGRAPHIE**

[Alexe Houtart]

### **Biographie**

Fondatrice de HoutartDesign, chargée de cours à l'UQO et étudiante à la maîtrise en muséologie et pratiques des arts (ÉMI-UQO), Alexe Houtart se spécialise en design graphique éditorial. Ses recherches actuelles explorent les possibilités de signifier un contenu dans la mise en forme d'un objet éditorial. Elle y interroge le rôle du designer, son auctorialité et la possibilité d'un partage d'autorité entre les intervenants d'une commande. Conceptrice aux intérêts multidisciplinaires, l'auteure cherche à travailler à la croisée du design graphique, des arts visuels et du commissariat.



**Commissariat [design et contenu]**

- 2017 *Szeemann, Hoffmann, Leiber: catalogue sous verre*  
Bibliothèque et Archives du Musée des beaux-arts du Canada  
Ottawa, Canada.

**Expositions [participation au contenu]**

- 2015 *Pendant ce temps-là en France* [œuvre exposée]  
Galerie UQO, Gatineau, Canada.
- 2016 *Le Département des plantes de bureau* [œuvre exposée]  
Galerie UQO, Gatineau, Canada.
- Le Département des plantes* [œuvre exposée]  
Fonderie Darling, Montréal, Canada.
- 21<sup>e</sup> Rencontre interuniversitaire des maîtrises en arts visuels*  
Université du Québec à Montréal (UQAM)  
Galerie UQO, Gatineau, Canada.
- 2017 *La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5*  
[design des éléments graphiques de la scénographie et œuvres exposées]  
Galerie UQO, Gatineau, Canada.
- Édition / Forme / Expérimentation* [œuvres exposées]  
Arprim, Montréal, Canada.

**Publications [design et contenu]**

- 2017 *Gabarit du catalogue*  
Gatineau, Canada.
- Catalogue Abécédaire*  
Gatineau, Canada.
- 2020 *Catalogue La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5*  
Gatineau, Canada.

**Design éditorial [design]**

- 2015 *Catalogue Pendant ce temps-là en France*  
[Commanditaire // Valérie Yobé]  
Gatineau, Canada.
- 2020 *Catalogue Le Département des plantes*  
[Commanditaire // Catherine Lescarbeau et Marie-Hélène Leblanc]  
Gatineau, Canada.

**Conférences [contenu]**

- 2016 *Gabarit*  
21<sup>e</sup> Rencontre interuniversitaire des maîtrises en arts visuels  
Université du Québec à Montréal (UQAM)  
Galerie UQO, Gatineau, Canada.
- 2017 *Abécédaire*  
Dans le cadre des expositions *La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5*  
et *Szeemann, Hoffmann, Leiber : catalogue sous verre*  
Galerie UQO, Gatineau, Canada.
- Gabarit : acte auctorial du graphiste dans le cadre d'une commande éditoriale*  
Colloque étudiants PARCOURS  
Galerie UQO, Gatineau, Canada.
- 2019 *Le gabarit du mémoire-crétion : réflexion sur les normes de présentation  
du point de vue du design graphique*  
87<sup>e</sup> Congrès de l'ACFAS  
Galerie UQO, Gatineau, Canada.

**Articles [rétroaction]**

- 2017 *La Galerie UQO présente ICI : Harald Szeemann, documenta 5*  
Anne-Marie Trépanier  
esse arts + opinions, p.98
- 2017 *Catherine Lescarbeau : Le département des plantes*  
François Chalifour  
Espace, p.82-83
- 2020 *Catherine Lescarbeau, le catalogue des plantes de bureau de l'UQO*  
Marie Perrault  
esse arts + opinions, p.110

.v1

.v2

...

v26

.finale

.finale.v2

.Finale\_version3

...

.Finale.FINALE

.Finale/fini!