

«Vivre au temps du confinement »

En avril dernier, le Mucem lançait une grande collecte participative autour de nos vies confinées. Vous avez été nombreux à y répondre. Voici quelques exemples de ce que cet appel aura pu permettre de collecter.



Benoît Dutour, « Chasse aux œufs imaginaire », tirage photographique, avril 2020, ©Mucem

Parfois l'importance d'un objet ne se mesure pas à sa noblesse. Ici l'humour conjure la trivialité de l'espace le plus intime de la maison.

Transformer notre espace quotidien pour l'adapter aux nouveaux modes de vie imposés par le confinement ne se limite pas aux réaménagements fonctionnels ou décoratifs. Nombreux sont les participants de la collecte à nous avoir envoyé des propositions ludiques de personnages éphémères, inventés pour animer notre univers domestique y compris dans les détails les plus rébarbatifs de notre vie quotidienne, comme par exemple des compositions réalisées avec des poils de barbe tombés au fond de l'évier ou une Joconde masquée peinte sur papier toilette... Ces scènes donnent un tour inattendu au fil des jours qui passent, et convertissent notre espace confiné en espace muséographique, à la manière des « tableaux » qui, comme au théâtre et à l'opéra, ont la fonction d'un intermède, afin de ponctuer l'intrigue banale ou répétitive de l'ordinaire de nos vies.

Celui-ci, intitulé « Chasse aux œufs imaginaire » met en scène des chocolats de Pâques aux dorures rutilantes installés en majesté sur des rouleaux de papier toilette en guise de piédestal. Si les premiers sont habituellement chassés à cette période pascale, les seconds le sont bien moins en principe... et pourtant ! Rappelons-nous au printemps dernier les scènes de razzia, les images

télévisuelles capturant le vide des rayons dans les supermarchés ou s'attardant sur les chariots qui débordaient de ce papier devenu soudain si convoité, si précieux, aux côtés de la farine et des pâtes. Souvenons-nous des appels à la modération quelque peu ubuesques lancés à des consommateurs trop prévoyants : car on hésitait, il fallait se montrer raisonnable et ne pas trop se servir, mais on en prenait quand même un peu plus... au cas où...

L'humour tourne ainsi en dérision ce qui est pourtant un signe ou un symptôme récurrent de crise : le réflexe d'achat, mû par une hantise beaucoup plus sinistre, celle de la peur de manquer, est un véritable indicateur de notre psychologie collective et de la perception par chacun d'une menace. Une crainte de la pénurie qui pourrait n'être que risible, mais qui malheureusement est aussi le reflet des inégalités sociales, car dans les foyers les plus précaires, l'approvisionnement des produits de première nécessité, et notamment des produits d'hygiène, était parfois très difficile. Comique clinquant et mauvais goût assumés dénoncent avec bonhomie les dérives, tantôt amusantes tantôt sombres, de la consommation de masse, selon les principes subversifs du kitsch. De quoi chasser... la mélancolie !