

## OUTIL ARTISTIQUE



### Phase du processus

**2c** (planifier concrètement l'action)

### Objectif

Impliquer les participant·e·s dans la recherche d'un concept visuel à partir d'un thème.

### Durée

1 à 2 heures

# Analogie

## Étapes préalables

### 1. Contenu du message

Peu importe qu'il s'agisse d'une manifestation ou d'une autre action, il est essentiel de clarifier le contenu du message qu'on veut porter. Par contre, à cette étape il n'est pas nécessaire de connaître la forme (slogan, chanson ou autre) puisque la forme du message va s'inscrire dans la recherche du concept.

*Ici notre message en était un de dénonciation contre les coupures injustes du gouvernement, son acharnement sur les plus pauvres.*

### 2. L'objectif du travail

L'objectif du travail doit être identifié et formulé.

*Exemple : on cherche une façon originale de participer à la manifestation et de passer notre message.*

## Déroulement

### 1. La thématique

Identifiez une thématique qui se rattache à l'action. Il faut choisir une thématique qui inspire les membres, pour laquelle ils ont des références. C'est en effet à partir de ces références que l'on trouve le concept. Donc plus le thème est connu et inspirant pour eux, plus la recherche va être riche et facile.

*Dans le présent exemple, le thème de la manifestation à laquelle nous voulions participer était déjà identifié par les organisatrices : « une marche funèbre ». Pour le travail avec les participant·e·s nous avons traduit ce thème par celui de la mort.*

### 2. Rendre le thème concret

Pour faciliter le travail on doit rendre le thème plus concret. Par exemple, on peut en faire un personnage, un animal ou un objet.

*La mort est donc devenue un personnage.*

### 3. Les caractéristiques

Une fois notre thème/personnage identifié, on doit maintenant le décrire selon des caractéristique : vêtement, couleur, son, façon de se déplacer, etc.

*Dans le cas de la mort, nous avons proposé les catégories suivantes : ses vêtements, sa couleur, l'animal qui lui est associé.*

**Voici en gros les étapes d'animation :**

1. Les participant·e·s se placent en équipe de trois.
2. Chaque équipe répond à la même question : *De quelle couleur est la mort ?*
3. Chaque équipe se met d'accord sur une seule couleur : en discutant on arrive à un consensus ou on tranche par un vote majoritaire. D'où les équipes formées d'un nombre impair.
4. Recueillez les réponses de chaque équipe. Chaque équipe explique son choix.
5. Une fois que toutes les équipes se sont exprimées, identifiez la tendance forte. *Le gris, le violet ont été nommés, mais c'est le noir qui est ressorti le plus. Note : Le groupe aurait aussi pu proposer un mélange de deux couleurs, par exemple.*
6. Refaites la même chose avec les autres catégories. *Pour les vêtements : la cape avec capuchon est sortie partout. Pour l'animal on a nommé le loup, la chauve-souris et le corbeau. En l'absence de tendance forte on a discuté et à l'issue d'un vote le groupe a finalement opté pour le corbeau.*
7. Le concept : une fois ces éléments nommés, demandez-vous comment les utiliser dans l'action. *Pour les participant·e·s, il était évident qu'on devait tou·te·s être habillé·e·s pareil et donc porter des capes noires. Pour les corbeaux, quelqu'un a pensé les avoir sur l'épaule. Le problème de fixer le corbeau a été discuté, mais on n'a pas trouvé de solution simple, solide et confortable.*
8. La visibilité du message. *Les participant·e·s ont aussi nommé l'importance d'avoir un message et donc des pancartes pour écrire les messages. Notre artiste Danièle Bergeron a alors eu l'idée de mélanger pancarte et corbeau et donc de mettre les corbeaux au bout d'un bâton. Elle a aussi proposé de mettre des corbeaux au-dessus des pancartes.*
9. Le slogan – Il s'agit ici de faire des liens entre les éléments du concept (ici, le corbeau) et la cible de l'action (Philippe Couillard). *On a discuté des corbeaux avec les participant·e·s : ça attire le malheur. Ici, on a fait le lien avec notre cible : Couillard, lui aussi, attire le malheur. Une animatrice a ajouté : « Couillard, oiseau de malheur. » Une participante a alors eu l'idée qui a séduit tout le monde : « Couillard arrête de nous chier dessus ! » D'où le slogan : « Couillard, oiseau de malheur, arrête de nous chier dessus ! »*



## Commentaires

L'analogie a permis aux participant·e·s de mettre en valeur leurs références dans la recherche de concept. Elle assure ainsi que tou·te·s comprennent le lien entre un concept plus artistique et le message. Comme le slogan est inspiré par des éléments du concept, cela a aussi permis aux participant·e·s de trouver des slogans plus imagés.

L'apport de l'artiste a été déterminant dans la qualité technique et l'aspect visuel.

Conception et rédaction : Nathalie Germain