

Le graphisme à

Quatre
mains

(et plus encore)

Le graphisme
à quatre mains
et plus encore.

The emergence of co-design incite people to work and create differently. This paper demonstrates how this practice can take part in both the production of new shapes and civic design. By giving examples of existing projects and challenging the roles of graphic designers and citizens who participate in graphic design projects, the paper highlights the situation of co-design in neighborhoods, especially through the spectrum of the culture of doing together. The analysis of numerous references to the history of designing together (from 1968 to today) confirm the point by proving the benefits of collaborating. The paper emphasizes the differences between novelty and innovation and tries to warn designers against the over-vulgarization of their discipline while still encouraging civically committed initiatives. The paper tries to show a nuanced look at the results of participatory and collaborative projects, which tend to enclose themselves in a formal frame of playfulness and intuitiveness or even amateurism. Thus, the paper indicates that co-design is not only a political issue but also presents a few risks for the field of graphic design. Further experimentation is needed to find a balanced relationship between designers and participants as well as between making the field accessible while still protecting its core rules and foundations.

13 Profils et champs d'intervention

- Le graphisme citoyen, une idée qui ne date pas d'hier.
- Petite typologie du participant.
- Mais le graphisme participatif, c'est quoi, en fait?

18 La culture du faire-ensemble

- Approche du travail collaboratif.
- Une culture engagée.
- Allons-nous vers une restructuration des méthodes de travail?

22 Le graphisme participatif,
générateur de formes nouvelles?

- Innovation et Nouveauté.
- Petite typologie du participant.
- Quand le design graphique fait événement de la nouveauté.

26 Quel avenir pour le
graphisme participatif?

29 Annexes

37 Bibliographie

1. Introduction

Dès les années quatre-vingt, le sociologue américain Alvin Toffler¹ introduit le mot-valise « prosommateur » à partir des deux mots « professionnel » et « consommateur ». Le terme cherche à désigner la tendance des usagers et de ceux qui consomment à se rapprocher de l'attitude de celui qui produit, comme pour s'émanciper du rôle qui leur est attribué. Dans le champ du graphisme le prosommateur est celui qui participe au paysage graphique de son environnement. L'inclinaison à prosommer pousse le graphiste, les entreprises et les organismes à proposer à l'utilisateur de prendre part à la mise en place des projets qui le concernent. À petite échelle, dans les quartiers par exemple, ces initiatives sont d'autant plus importantes qu'elles permettent à l'utilisateur d'être acteur de son quotidien.

¹ TOFFLER Alvin, « The Third Wave », New York, William Morrow, 1980, p. 27-28

Dans quelle
mesure le design
participatif
s'inscrit-il dans
la production d'un
graphisme **citoyen**
et **nouveau**?

Quels peuvent
être les **enjeux**
et **limites** de
celui-ci?

→ Point info

Selon l'ONISEP, le graphiste étudie jusqu'à cinq ans avant de travailler sur de la création, l'exécution ou l'impression au sein de studios, maisons d'éditions, presse ou en tant que free-lance.

2. Profils et champs d'intervention

A. Le graphisme citoyen, une idée qui ne date pas d'hier.

Mai 1968 a vu émerger une relation directe entre le graphiste et la vie socio-politique, contrastant avec un graphisme au service de la publicité. Le profil du graphiste citoyen se développe dans les années quatre-vingt sous l'effet de la gauche au pouvoir en France : en promouvant la démocratie culturelle, le régime de l'époque incite les graphistes à faire la médiation d'une culture destinée à l'ensemble de la population, et plus seulement réservée à l'élite. C'est un des premiers engagements politique et graphique. Selon *La tribu grafik*, le graphiste citoyen exerce « une pratique artistique engagée où le graphiste conçoit et met à la disposition de publics variés des dispositifs plastiques visant à leur permettre de s'exprimer dans l'espace public.² » Le graphisme citoyen, ne peut s'émanciper des questions sociales et du public touché par les questions qu'il soulève. La participation est utilisée par le graphiste pour élever les voix desdits publics voire pour développer leurs capacités d'action. On remarque une augmentation du nombre d'ateliers et de collectifs exprimant cette volonté, notamment à *Formes Vives* ou encore *Fabrication Maison* qui a conçu son manifeste sur cette idée, souhaitant « Porter la parole » grâce à une « Pratique sociale ouverte³ ». Au-delà de son rôle social, le graphiste a aussi un rôle plastique lié à ses compétences professionnelles.

² Collectif, « Arrêtons de tourner en rond », SOCIAL DESIGN, en ligne, consulté le 17 novembre 2021, [https://plateforme-socialdesign.net/en/decouvrir/arretons-de-tourner-en-rond].

³ Collectif, « Manifeste », Fabrication Maison, en ligne, consulté le 27 octobre 2021, [https://www.fabrication-maison.fr/privacy-policy].

→ Le graphiste est-il...

- Un pourvoyeur de techniques, de savoir-faire, voire de matériaux?
- Un médiateur qui finalise un projet mis en œuvre par des participants?
- Un directeur artistique fournissant une boîte à outils graphique exploitable par les participants?

B. Petite typologie du participant

Il semble par ailleurs primordial d'identifier précisément qui est le participant. Se distinguant du designer graphique par son absence de formation et d'activité professionnelle dans ce domaine, il ne maîtrise ni les outils ni les contraintes liées au métier de graphiste : les principes d'orthotypographie, de préparations de fichiers, etc. En dépit de cela, il peut avoir acquis quelques savoir-faire ou connaissances en autodidacte. Une appétence pour la discipline est – de son côté – nécessaire. La participation à un atelier est volontaire et non-forcée. Amateur dans tous les sens du terme, le participant est néophyte et curieux voire enthousiaste. Enfin, la gratuité de la participation est immuable : il n'y a pas de droit d'entrée à payer, le graphisme participatif est ouvert à toutes et à tous. Cela exclut en principe les distinctions d'âge, de classe sociale ou de niveau d'études. Néanmoins, nous enquêterons ici sur le profil du participant adulte, au sein de son quartier.

C. Mais le graphisme participatif, c'est quoi, en fait?

Comme son nom l'indique, le graphisme participatif fait intervenir la communauté politique (ici, celle d'un quartier). Le projet DIY REGENERATION mené en 2009 par Public Works puis exposé⁴ à Londres prenait place au cœur de la ville. Cet atelier itinérant proposait aux passants, sans distinctions, de s'exprimer librement sur des affiches grâce à des stickers inspirés des Letrasets⁵. Cette méthode, déjà populaire à l'époque du mouvement punk permet à nouveau d'élever facilement les voix

⁴ Ben Roberts, « DIY REGENERATION », Londres, 2009

⁵ Nom générique des caractères de transfert, issus du nom de l'entreprise britannique éponyme fondée en 1958.

* Ancien membre de l'atelier populaire de l'École des Beaux-Arts de Paris

⁷ Pierre Buraglio à propos de l'Atelier populaire d'affiches des Beaux-Arts tiré de l'émission « À voix nue », France Culture, le 10 janvier 2001

de chacun. L'outil, proposé par le graphiste, est ce qui permet à tous de se faire entendre. Le graphisme participatif se rapproche de l'humain en interagissant directement avec celui-ci. En revanche, il n'a pas attendu ce genre d'initiatives pour être participatif. Depuis longtemps, des ateliers participatifs ou collaboratifs ont su exister, même sans graphistes, par exemple dans les milieux militants et associatifs lors de manifestations. Les marcheurs créent – ensemble – leurs supports de communication. Ce principe n'est pas récent. En mai 1968, l'atelier n° 3 est formé par des étudiants de l'école Beaux-Arts à Paris. Comme l'énonce très bien Pierre Buraglio⁶ :

« [ceux de l'atelier n° 3] sont des gens non organisés, des gens qui sentent le moment. Qui sont évidemment des jeunes révoltés, mais pas des professionnels. »⁷

On peut prendre un certain recul à propos de cette affirmation car s'ils étaient tous étudiants, les membres de l'atelier étaient issus de formations artistiques, en architecture. Ils étaient donc déjà créatifs. Cela dit, Pierre Buraglio illustre bien qu'un graphisme ouvert ne s'encombre pas toujours des lourdes contraintes du graphisme conventionnel et professionnel. L'approche y est plus spontanée, intuitive ou ludique. Il est difficile de demander à un amateur de préparer l'imposition d'une édition en respectant en amont une série de règles et de principes (de lisibilité, d'orthotypographie...) qui paraissent parfois arbitraires, mais on peut se poser la question des effets d'une éventuelle vulgarisation de la discipline et de ses dérives. On préfère simplifier, voire infantiliser, la création au lieu d'éveiller le public aux exigences et aux contraintes d'un métier souvent perçu à tort comme accessible à tous à cause de cette simplification. Le graphisme participatif rend en effet le design graphique plus accessible, en proposant des ateliers variés : itinérants, inter-générationnels, événementiels, etc. Au sein des quartiers, le graphisme participatif est toujours politique et social, puisqu'il est proche de l'humain et son environnement, et opère à plus petite échelle que la ville.

"Les Hackatons sont des événements ponctuels, rassemblant surtout des développeurs mais aussi des designers et d'autres professions lors d'ateliers de co-création en vue de développer un projet dans un laps de temps très court, d'une à trois journées.

"Les Mixs sont des Hackatons organisés dans un lieu spécifique (musée, gare...) qui devient thématique de l'événement et du ou des projets qui en découlent

"Les expressions « Design Thinking » et les « Sprints » sont deux synonymes évoquant des ateliers organisés au sein de structures telles que les entreprises ou associations, faisant intervenir des professionnels extérieurs, parfois des graphistes, pour répondre à un besoin, une problématique interne

3. La culture du faire-ensemble

A. Approche du travail collaboratif

Selon *Design & Collectivité*, il existe deux familles de structuration du travail. D'un côté les structures verticales traditionnelles et de l'autre les structures plus horizontales. Pour le travail créatif, il faut distinguer atelier d'apprentissage et de production. (cf. [point info](#))

Le principe de graphisme participatif au sein des quartiers peut sembler bien loin du *Design Thinking* mais l'idée de proposer au participant de réfléchir au développement des projets et de participer à leur réalisation peut être une piste pertinente dans le cadre de projets sociaux.

B. Une culture engagée

Nous l'avons explicité plus tôt, le graphisme participatif cherche à élever les voix de la population, les placer au centre de la création tout en valorisant les expériences multiples, collectives ou personnelles pour faire preuve d'inclusion. L'artiste-affichiste Dugudus propose par exemple, dans la rue, des ateliers de sérigraphie politisés pour tous. L'organisation d'ateliers incite à la rencontre sociale et artistique, poussant à l'enrichissement mutuel et à la transmission du professionnel vers le participant grâce à la création à quatre mains. Le travail collaboratif permet de mettre à profit l'intelligence collective en faisant se confronter des savoir-faire et des

→ Point info

* Les ateliers d'apprentissage

Permettent de se former à une discipline ou de produire une création personnelle.

* Les ateliers de production

Inscris dans une démarche de design, le graphiste peut y collaborer avec différents acteurs.

Exemple:

– Les cours particuliers de peinture

Exemples:

- Entre designers: Ateliers, studios.
- Avec d'autres professionnels: *Hackatons*⁸, *Mixs*⁹
- En contact avec les usagers: *Design Thinking*, *Sprints*¹⁰

" « Toutes mes idées arrivent dès le début de la collaboration avec d'autres. C'est pourquoi je considère que le choix des associés appropriés est l'acte le plus important dans la préparation d'un travail de création architecturale. » Hannes Meyer, « Comment je travaille. », *Architektura CCCP*, Numéro 6, 1933

visions diverses car chaque participant a son propre vécu et, de fait, ses propres compétences. La profusion de ceux-ci était déjà privilégiée à l'époque du Bauhaus, comme le souhaitait Hannes Meyer¹¹. *Formes Vives* vise à se rencontrer pour réfléchir ensemble à ce que l'on veut exprimer et à qui l'ont souhaite s'adresser (cf. Annexe). L'atelier est plutôt en quête d'une profusion d'idées alors qu'Hannes Meyer cherchait la mise en commun des capacités.

C. Allons-nous vers une restructuration des méthodes de travail?

Tandis que le travail collaboratif permet d'ouvrir les possibilités conceptuelles et créatives, présentant des avantages sociaux, créatifs et techniques, la reconsidération des structures de travail pour le graphisme tombe sous le sens. Effectivement, l'émergence des nouvelles dynamiques collaboratives est liée à une dépréciation des structures verticales qui prennent peu en compte la communauté. Traditionnellement, une ville ou une municipalité en quête de solutions locales passera commande auprès d'un graphiste sans inclure les habitants. On parle de travail bidimensionnel car les rapports entre le commandité et le commanditaire excluent l'utilisateur. Une hypothétique restructuration permettrait de se diriger vers un design humain et adapté, auquel l'utilisateur peut se référer et participer, alors qu'il influe sur sa vie quotidienne.

4. Le graphisme participatif, générateur de formes nouvelles?

A. Innovation et Nouveauté

À l'évolution des méthodes de travail s'ajoute les profusions (créatives, conceptuelles, techniques...) qui enclenchent la création de formes nouvelles. Cependant, les mots « innovation » et « nouveauté » sont souvent inter-changés à tort. Commençons alors par les distinguer. À l'origine, l'innovation est un terme politique¹². Le mot vient du latin « novus », qui signifie le changement ou la nouveauté, auquel s'ajoute le préfixe « in » indiquant un mouvement vers l'intérieur. L'innovation est en mouvement, elle désigne un processus. On parle de mettre du neuf dans quelque chose, d'ajouter du nouveau dans l'existant. Devenu un maître-mot¹⁴, c'est un signifiant pratique et indéniable qui est utilisé injustement. Il nous paraît évident qu'il faut innover, plus encore dans le domaine du design (qu'il soit graphique ou autre). Le designer se doit d'obéir à l'injonction de l'innovation. En opposition à la nouveauté, l'innovation ne désigne pas une finalité mais plutôt une modification d'une façon de faire existante, une évolution du mécanisme d'obtention d'un résultat. La nouveauté, qui nous intéresse ici, revient à apporter quelque chose d'inédit ou de neuf dans la réalité. Elle équivaut à un ressenti face à un élément que l'on a jamais vu.

¹² « Innovation « transformation d'une ancienne obligation par substitution d'un nouveau débiteur à l'ancien » synonyme de novation, terme de droit ». *Chartes du XIII^e siècle* (1297), Édition E. Hubert, 1885, p. 29

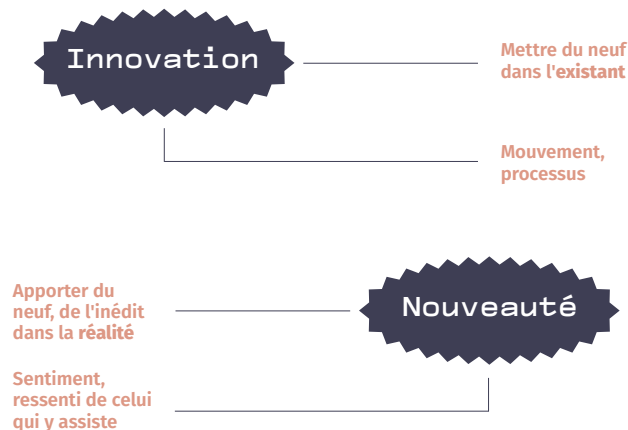
¹³ BALIBAR Étienne, *Lieux et noms de la vérité* (1994), Éditions de l'Aube.

¹⁴ Hannes Meyer, « Comment je travaille. », *Arkhitektura CCCP*, Numéro 6, 1933

Par extension, ce qui est nouveau est nécessairement inconnu. C'est aussi imprévisible: la réalité de l'action rattrape l'esprit qui ne peut prévoir les conséquences de celle-ci et les formes nouvelles qui en découleront. Cela est dû au fait que les formes nouvelles sont, à ce jour, encore inconnues de l'esprit qui ne peut donc pas les programmer. Puisque la nouveauté est imprévisible et inconnue, elle produit la surprise. Bergson évoque aussi la notion d'événement car au-delà de son imprévisibilité, la nouveauté est ponctuelle et non inscrite dans la durée. Ce qui était nouveau hier ne l'est plus aujourd'hui. Dans le design graphique, ce concept est très bien illustré par les tendances qui consistent souvent en des formes nouvelles qui sont reprises jusqu'à l'épuisement.

« L'équipe la plus contrastée dans ses compétences, est pour moi la plus créative. »¹²

→ Point info ⓘ ⓘ



¹⁵ Festival international dédié au développement de logiciels libres et du contenu open source dans les arts digitaux prenant place à Poitiers en France.

¹⁶ BILLAUDEAU Julien et la classe de CE2 de l'école Jean Moulin à Bron, *Une ville dans la ville*, 2013, dans le cadre du festival RVBn, Bron.

B. Quand le design graphique fait événement de la nouveauté

La collaboration du graphiste avec le public est souvent vectrice de perte de contrôle du graphiste car les acteurs sont multipliés, si bien qu'entre le *brief* et la livraison les évolutions sont inévitables. Dans le cadre de l'édition 2009 du festival *Make Art*¹⁵, chaque proposition d'affiche émane d'un participant différent. Elles sont donc toutes uniques et singulières mais unifiées par la monochromie ainsi que par la cohérence des compositions et de la typographie, attribuant au projet son identité propre.

D'autre part, lors d'un atelier le participant s'affranchit parfois de certaines contraintes, ce qui peut mener à des formes nouvelles. En effet, ces formes sont pensées par des non-graphistes qui ne sont pas sensibilisés aux normes et au « bon goût », permettant une expression plus libre de l'esprit. Le projet « Une ville dans la ville »¹⁶ illustre bien cela : les éléments formels sont nettement instinctifs, dessinés par des enfants qui n'ont pas de compétences techniques. Les formes peuvent être dites nouvelles car un adulte, même s'il essaie, ne pourra jamais faire un dessin d'enfant tout à fait crédible et convaincant.

Enfin, le graphisme participatif fait souvent face à la contrainte de l'économie des moyens. Celle-ci permet surtout l'innovation en demandant de trouver de nouveaux processus de création artisanaux moins coûteux. Puisqu'ils sont expérimentaux, ils fournissent parfois des résultats inattendus ou imprévisibles qui s'apparentent à des formes nouvelles.

C. Quels enjeux pour la discipline?

Grâce au gain de popularité du travail participatif, de plus en plus d'ateliers émergent, répondant habituellement à des problématiques communes avec des objectifs et des budgets similaires. On peut s'interroger sur une éventuelle redondance des formes. Alors que le graphisme participatif cherche à proposer des solutions personnalisées à des problématiques populaires, il se tourne d'une façon presque systématique vers des formes et des mécanismes ludiques, naïfs voire régressifs. Un cadre formel finit par se dessiner autour du graphisme participatif. La discipline n'a cessé de se conformer voire peut-être de s'enfermer. En cherchant à vulgariser la discipline, on risque de réduire la pratique du designer graphique à quelque chose d'exclusivement ludique, affranchi des règles et des codes. Lorsqu'on sous-entend que tout le monde peut être graphiste, on met en péril les exigences de la discipline en admettant qu'il est possible d'en faire omission.

Quel avenir pour le graphisme participatif?

En somme, les dynamiques du design participatif sont effectivement adaptées à un engagement citoyen fort lorsqu'elles cherchent à se mettre au service des besoins du peuple. Les méthodes de travail employées offrent tout le potentiel nécessaire à l'invention et à la nouveauté. Toutefois, la définition claire des objectifs d'un projet ainsi que de ses acteurs et de leurs rôles semble être capitale pour la bonne conduite de celui-ci. Il semble facile de s'éloigner de la commande, tant le graphisme participatif pousse à de multiples formes de profusion. Le graphisme participatif continue de gagner en popularité puisqu'il correspond à des valeurs de respect, d'égalité et d'enrichissements mutuels qui viennent compenser le manque de cohésion et de sociabilité de ces dernières années. Ce système de travail permet au graphiste qui souhaite mettre sa discipline au service de la vie des Hommes, de mettre l'Homme au centre des préoccupations du graphisme.

Le graphisme pourrait alors, utopiquement peut-être, s'ouvrir à tous dans le respect des fondements de la discipline.

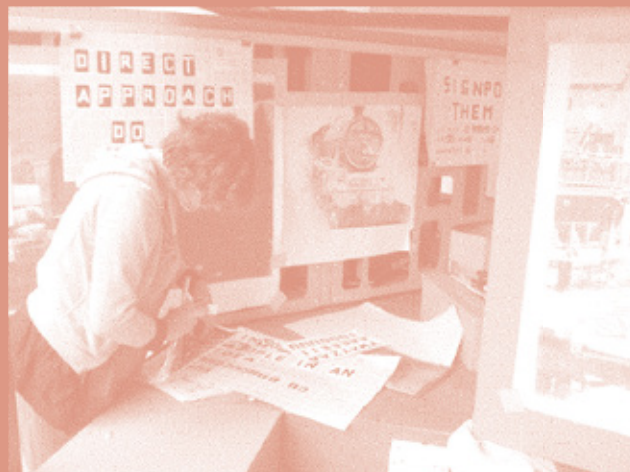
FABRICATION MAISON EST COMPOSÉ
DE 5 PASSEURS D'IMAGES, AUTOUR DESQUELS
GRAVITENT ÉCRIVAIN, PHOTOGRAPHE,
PLASTICIEN, PAYSAGISTE.

FABRICATION MAISON EST UN HYBRIDE
ENTRE UN ATELIER DE CRÉATION
GRAPHIQUE ET UNE ASSOCIATION D'IMAGES.

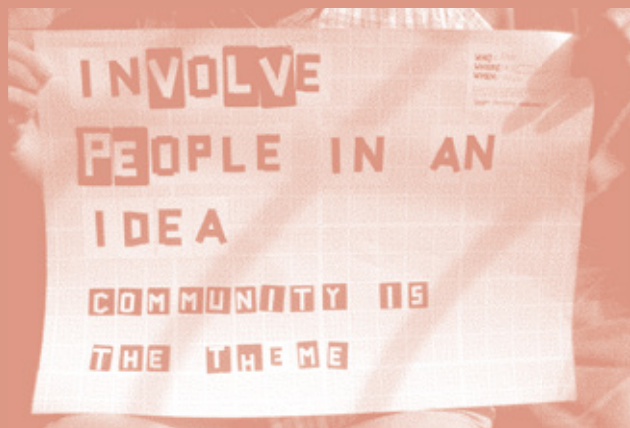
FABRICATION MAISON EST UN OUTIL
À PLUSIEURS MAINS POUR LA CO-CRÉATION
D'IMAGES AU PLUS PRÈS DES HABITANTS
ET DES TERRITOIRES.

NOUS TRAVAILLONS AVEC DES THÉÂTRES,
DES ÉCOLES, DES COLLECTIVITÉS, DES QUARTIERS,
DES COLLECTIFS, DES ASSOCIATIONS, DES MUSÉES.
AVEC LES UNS & LES AUTRES, NOUS FABRIQUONS
DES AFFICHES, DES CARTES, DES JOURNAUX,
DES LIVRES, DES FRESQUES, DES SITES,
DES SCÉNOGRAPHIES.

NOUS TRAVAILLONS À L'ÉDITION & À LA DIFFUSION
DE CE CHANTIER SOUS LA FORME DES ÉDITIONS
PASSAGES EN IMAGES.



DIY REGENERATION, Public Works, Kingston, 2009



Exemple de LETRASSET



Dans l'Atelier populaire en 1968. VERMES Philippe,
Coll. École Nationale des Beaux-arts de Paris



Make art festival, LAFKOM, Poitiers, 2009
(affiches générées numériquement par des participants)



Une ville dans la ville, BILLAudeau Julien, 2013, Bron

I. Ateliers et studios de graphisme participatif

Collectif, « Arrêtons de tourner en rond », *SOCIAL DESIGN*, en ligne, consulté le 17 novembre 2021, [https://plateforme-socialdesign.net/en/decouvrir/arretons-de-tourner-en-rond].

Collectif, « Manifeste », *Fabrication Maison*, en ligne, consulté le 27 octobre 2021, [https://www.fabricationmaison.fr/privacy-policy].

Collectif, « Grapus », Wikipédia, 24 septembre 2021, en ligne [https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cologie_politique].

Leprince Chloé, « Interdit d'interdire », « CRS SS »... l'histoire de l'Atelier populaire derrière les affiches de Mai 68 », *France Culture*, 1 mars 2018, en ligne [https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cologie_politique].

II. Travailler ensemble

Collectif, « What is strategic design? », Helsinki Design Lab, consulté le 23 novembre 2021, en ligne [https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cologie_politique].

Collectif, « Culture participative », Wikipédia, 29 novembre 2021, en ligne [https://fr.wikipedia.org/wiki/Culture_participative].

Collectif, « Coworking Les formes contemporaines de la conception partagée », Étapes N°220, Paris, Pyramid, 7 juillet 2014, pp. 60-214.

Cupit Erika, « Extrait n°1 : les typologies d'ateliers de co-création », *Design & Collectivités*, 27 janvier 2019, en ligne [https://design-et-collectivite.com/typologies-ateliers-co-creation/].

Meyer Hannes, « Comment je travaille. », *Arkhitektura CCCP*, Numéro 6, 1933.

III. Innovation et nouveauté

Buraglio Pierre, « À voix nue », *France Culture*, le 10 janvier 2001.

Bouaniche Arnaud, « Bergsons et les sens de la surprise : nouveauté, événement, liberté », *Revue Alter*, numéro 24, 2016, pp. 83-106.

Chartres du XIII^e siècle (1297), Édition E. Hubert, 1885, p. 29.

Huyge Pierre-Damien, « L'innovation comme maître mot » *ENSCI - Les ateliers*, Paris, 8 octobre 2013.

Lavrador Lujicaël, « Beaux-arts, la lutte s'affiche », *Libération*, 30 mars 2018, en ligne [https://www.liberation.fr/theatre/2018/03/30/beaux-arts-la-lutte-s-affiche_1640108/].

Marrati, Paola. « Le nouveau en train de se faire. Sur le bergsonisme de Deleuze », **Revue internationale de philosophie**, vol. 241, no. 3, 2007, pp. 261-271.

Graphiste et usager

TOFFLER Alvin, « The Third Wave », New York, William Morrow, 1980, p. 27-28.

« Fiche métier designer graphique », ONISEP, 2 décembre 2021, en ligne, [https://www.onisep.fr/content/location/80935/version_longue].

