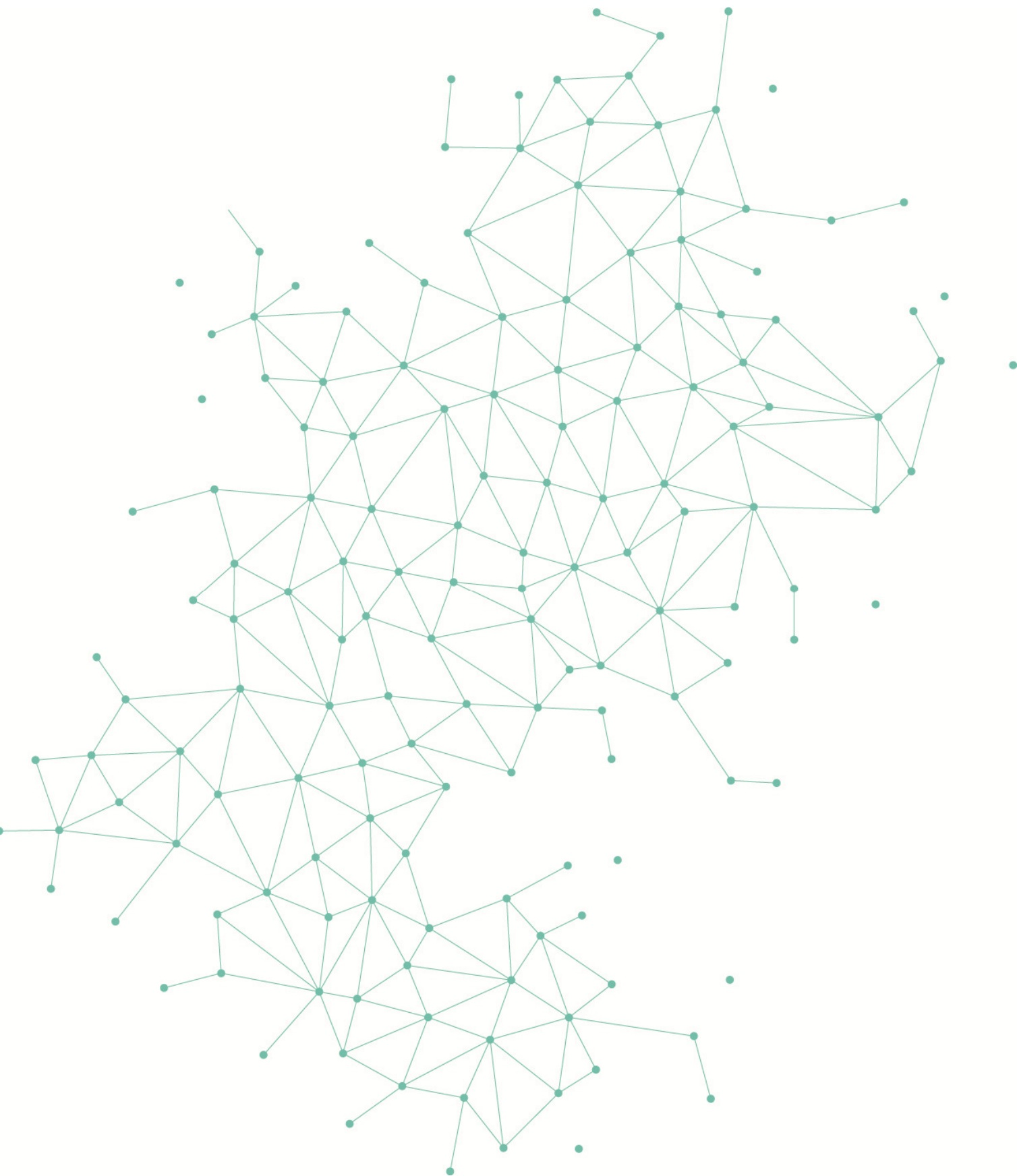


interstices

Structure Territoires Innovation
Culture et Santé en Rhône-Alpes

VALORISATION ET DIFFUSION DES PRODUCTIONS CULTURE ET SANTÉ

Charte



PRÉAMBULE

La valorisation et la diffusion des productions Culture et Santé est une des préoccupations de plus en plus prégnantes des porteurs de projets régionaux, mais aussi de nos collègues sur d'autres territoires.

Si les projets culturels et artistiques développés au sein des établissements de santé jouissent certes, dès lors qu'ils ont été accompagnés des temps nécessaires d'information, de sensibilisation et de médiation, d'une belle mobilisation, et donc d'une reconnaissance interne, leur diffusion au-delà du périmètre du partenariat initial du projet reste plus complexe.

Cette diffusion se heurte bien évidemment aux problématiques globales inhérentes au système de réseaux de diffusion artistique. Cela ne semble toutefois pas être le seul frein. Le cadre même du déploiement des projets, et donc des productions qui en découlent, à savoir l'action culturelle, semble de fait asseoir une limite à leur rayonnement. Comment participer à une meilleure reconnaissance de la qualité des actions développées au sein de la démarche Culture et Santé ? Comment contribuer à améliorer la diffusion des objets produits issus de ces actions ? **Mais que sont ces objets produits au sein de Culture et Santé ?**

En effet, avant de s'interroger sur le COMMENT, il nous faut poser, [re]poser, la question du QUOI. Que produisent les actions Culture et Santé ? Des œuvres ? Artistiques ? Toujours ? Qui est-on pour en juger ? Est-ce que tous les objets produits nécessitent, peuvent être diffusés ? Que cherche-t-on à diffuser : l'objet produit ou bien la démarche Culture et Santé ?

Le développement de projets culturels et artistiques au sein des espaces de santé donne naissance à des objets ; **des objets certes produits mais pas toujours bien identifiés comme en témoignent les différentes terminologies utilisées** : œuvre, œuvre artistique, traces, performances, restitutions, travaux en cours, rendus d'ateliers, créations, productions... Des terminologies différentes, utilisées certaines fois avec des définitions elles aussi différentes par des porteurs différents, et qui ne sont pas toujours en lien avec le statut de ce qui est réellement produit.

C'est cette question du statut, qui semble être centrale, et devoir être posée avant même celle de la valorisation ou de la diffusion.

I. NATURE DU PARTENARIAT ET DU PROJET, INDICATEURS DU STATUT DES PRODUCTIONS

Le statut des objets produits dans le cadre d'un projet, qu'il soit issu de la démarche Culture et Santé ou pas, **se définit finalement dès la construction du projet au regard de deux éléments clés de conception : sa dimension artistique d'une part, et sa dimension partenariale d'autre part.**

I. 1. Dimension artistique.

Est fondamentale et déterminante dans le statut de l'objet, qui sera produit, le choix en amont de l'artiste, et surtout la posture choisie par celui-ci dans le développement de son projet culturel et artistique au sein d'un établissement de santé.

Il faut d'une part bien évidemment que le caractère professionnel de l'artiste soit avéré. Ce caractère professionnel est déterminé d'une part par le statut juridique de la personne (intermittent du spectacle, artiste salarié d'une structure culturelle ou artistique de diffusion ou de création...), et d'autre part par la capacité de l'artiste à fournir un travail régulier de création, présenté par des scènes ou réseaux professionnels de diffusion.

Avant de viser une valorisation ou une diffusion, il faut réfléchir au STATUT de l'objet produit

Par ailleurs, la posture de l'artiste, choisie conjointement par l'artiste lui-même et ses autres partenaires, y compris l'établissement de santé, est centrale. Si l'action développée dans un établissement de santé relève d'objectifs artistiques et s'inscrit dans le travail de création, dans l'œuvre de l'artiste, l'objet produit pourra donc être intégré à son travail et être assumé par l'artiste en tant qu'œuvre. Si a contrario, le projet poursuit des objectifs plutôt occupationnels ou thérapeutiques, ou alors des objectifs artistiques, mais que l'artiste intervient dans le cadre d'ateliers de pratique déconnectés de son travail de création, l'objet produit semble être d'une autre nature.

I. 2. Dimension partenariale.

Le système de partenariat à l'œuvre induit également, et de fait, la nature de l'objet produit. En effet, à partir du moment où le projet prend corps dans le cadre du partenariat tripartite idéal, à savoir établissement de santé – équipement culturel du territoire – équipe artistique, l'objet produit peut certainement plus naturellement prétendre à un statut d'œuvre. L'équipement culturel du territoire aux missions de service public propose alors, assume donc, soutient, accompagne et peut diffuser le projet et l'objet produit.

La question de l'objet que l'on souhaite produire doit donc être posée dès la conception du projet, et non pas intervenir à la fin d'un projet que l'on juge intéressant et où l'on se dit après coup qu'il serait bon de le valoriser.

De la même manière, la question du partenariat avec une structure artistique de création ou de diffusion, ou un équipement culturel, est plus que centrale dans le montage du projet. Il ne s'agit pas de développer un projet avec un artiste, et ensuite dans une dynamique unilatérale de rechercher une structure culturelle pour diffuser ce projet. Cela est globalement voué à l'échec. Qui plus est, cela ne correspond pas à la notion même de partenariat. Celle-ci fera l'objet d'une charte spécifique.

En étudiant la nature du projet, et notamment sa dimension partenariale et sa dimension artistique, une nomenclature des différentes catégories d'objets produits dans le cadre des projets Culture et Santé peut donc être envisagée.

II. ESSAI DE NOMENCLATURE DES OBJETS PRODUITS PAR CULTURE ET SANTÉ

Au regard des éléments précédents, deux catégories semblent pouvoir se dégager :

- **ce qui fait œuvre ;**
- **ce qui fait œuvre dans son contexte.**

CE QUI FAIT ŒUVRE

On entend par [*ce qui fait œuvre*], ce qui relève d'un objet produit répondant aux critères suivants :

- Caractère de l'objet produit : **universel, considérable par tous, pas contextualisable.**
- Conditions du projet : **dimensions partenariale et artistique forte et entière** (portage par l'établissement de santé mais aussi par une structure culturelle de création ou de diffusion, et intégrée par l'artiste à son travail de création et donc assumée comme telle, l'intention artistique est centrale).
- Diffusion possible : **large** dans les réseaux de diffusion artistique par le biais de la structure culturelle partenaire et des autres programmeurs.
- Public : **tout public.**
- Objet de la diffusion : **le travail de l'artiste et l'objet produit.**
- Porteur de la diffusion : **Essentiellement l'artiste et la structure culturelle partenaire.**

Ici, l'objet produit relève potentiellement de l'œuvre artistique valorisable et

Pour définir ce statut, il faut s'intéresser à la

DIMENSION ARTISTIQUE

Caractère professionnel de l'artiste

Posture de l'artiste

+

DIMENSION PARTENARIALE

Investissement de l'équipement culturel ou artistique dans le partenariat

Investissement de l'équipe artistique dans le partenariat

donc diffusable au plus grand nombre.

Exemple : une création, participative ou non, d'un artiste issue d'une commande de l'établissement avec un cahier des charges précis et inscrite dans le travail de création de l'artiste, les créations partagées ou collectives lorsqu'elles peuvent être déconnectées de leur lieu et contexte de création, les éditions ou livre-objet portées par une maison d'édition...

CE QUI FAIT ŒUVRE DANS SON CONTEXTE

On entend par [*ce qui fait œuvre dans son contexte*], ce qui relève d'un objet produit répondant aux critères suivants :

- Caractère de l'objet produit : **considérable par un public sensibilisé, valorisable dans son contexte particulier.**
- Conditions du projet : **dimensions partenariale et artistique moins abouties** (portage par l'établissement de santé, pas forcément par la structure culturelle de création ou de diffusion ou alors uniquement sur un volet action culturelle, et assumée par l'artiste dans le cadre de son action culturelle également).
- Diffusion possible : **ciblée au secteur sanitaire et social, ou culturel et artistique dans le cadre de l'action culturelle.**
- Public : **public sensibilisé** notamment le réseau Culture et Santé.
- Objet de la diffusion : la démarche Culture et Santé.
- Porteur de la diffusion : **Essentiellement l'établissement de santé.**

Ici, l'objet produit relève davantage de la trace ou du témoignage valorisable dans son contexte et donc diffusable uniquement au réseau de partenaires du projet. Ce qui fait sens, c'est le processus mis en exergue par l'objet produit à un moment donné pour un espace et un public donné.

Exemple : les temps de fenêtres ouvertes, les travaux en cours, les restitutions ou rendus d'ateliers, les productions d'ateliers, les productions partagées issues d'une commande artistique précise en lien avec un lieu ou un contexte spécifique et dont l'objet, le sens n'est pas d'être transposable à d'autres lieux.

Une troisième catégorie existe implicitement celle de [*ce qui ne fait pas œuvre*].

Entendons par là les projets culturels et artistiques, qui n'aboutissent pas à un objet produit. Cela peut être un parti pris du projet dès sa conception, la résultante également d'un équilibre de groupe ou encore de difficultés rencontrées par le projet, et n'enlève en rien l'intérêt même du projet. En effet, l'absence d'objet produit à présenter ne signifie par pour autant que le projet ne s'est pas ouvert sur l'extérieur et sur la Cité, un des volets fondamentaux de la démarche Culture et Santé. Cette ouverture a pu se décliner dans le quotidien du projet au travers de temps d'ateliers ou de visites au sein de l'équipement culturel de partenaire par exemple.

Attention le présent document ne vise d'ailleurs pas à systématiser l'idée de produire des objets dans le cadre des projets Culture et Santé. S'il est vrai qu'un objet peut être un outil précieux pour témoigner de manière tangible d'un projet, celui-ci doit être pensé uniquement quand cela fait sens. Ce qui reste central dans la démarche Culture et Santé, en plus de l'ouverture à l'autre et au monde, c'est le processus de la rencontre. **Ce processus ne doit pas être altéré par le processus de création, qui doit au contraire le servir.** C'est l'exemple de l'enjeu angoissant de la représentation finale, qui, imposée, à un groupe de personnes en soins peut devenir paralysant, restreindre la mobilisation et ainsi empêcher que la rencontre se fasse.

III. VALORISATION ET DIFFUSION, STRATÉGIES À METTRE EN PLACE

Au regard de cette charte et des catégorisations énoncées ci-dessous, il semble tout d'abord nécessaire de **procéder à l'inventaire auprès des membres d'interSTICES de l'ensemble des objets produits** relevant d'une part [*de ce qui*

Nomenclature des objets produits

CE QUI FAIT ŒUVRE

Œuvre artistique au caractère universel, considérable par tous, donc valorisable et diffusable à tous les publics.

Le propos central est celui artistique.

Création (y compris potentiellement partagée ou collective), œuvre, œuvre artistique

CE QUI FAIT ŒUVRE DANS SON CONTEXTE

Trace ou témoignage valorisable dans son contexte et donc diffusable uniquement au réseau de partenaires du projet.

Le propos central est celui du processus mis à l'œuvre.

Fenêtre ouverte, travail en cours, rendu d'atelier, restitution, production, production collective ou partagée

CE QUI NE FAIT PAS ŒUVRE

Les projets n'ayant pas abouti à la production d'un objet.

fait œuvre] et d'autre part de [ce qui fait œuvre dans son contexte]. Le groupe de travail réalisera **un questionnaire**, qui sera adressé au premier semestre 2014 aux adhérents, matière ensuite à **un catalogue des objets produits**.

Plusieurs stratégies correspondant aux deux catégories, semblent devoir être par ailleurs mises en place.

III.1. Pour ce qui fait œuvre dans son contexte

Les objets produits [qui font œuvre dans leur contexte] devraient pouvoir être valorisés et diffusés plus facilement puisque le public ciblé est donc celui des partenaires ou professionnels sensibilisés à la démarche.

Plusieurs freins peuvent toutefois se faire jour.

D'une part, si ces objets produits font œuvre dans leur contexte, il faut donc que leur valorisation ou leur diffusion garde cette notion de contexte pour avoir du sens. Elle doit s'inscrire dans un cadre spécifique de valorisation de la démarche Culture et Santé, dans un échange de bon procédé en valorisant les projets des collègues, ou encore parce que cette valorisation a trait à une thématique ou problématique partagée.

D'autre part, la valorisation et la diffusion de l'objet produit se heurte souvent à des éléments techniques (juridiques, financiers ou logistiques). Notons entre autres exemples l'absence d'autorisation de captation et diffusion d'image, des décors trop fragiles, une scénographie intransportable, ou encore un coût d'assurance trop élevé... Ces freins potentiels et réels sont normalement anticipés lorsqu'il s'agit d'objet faisant œuvre puisque la nature même du projet porte cette exigence de diffusion. Cela reste plus complexe lorsqu'il s'agit d'objet faisant œuvre dans leur contexte, car leurs réalisations n'ont pas toujours été anticipées. Des bonnes pratiques restent donc à systématiser en la matière.

PRÉCONISATIONS

- **Travailler à une meilleure connaissance des objets produits par les autres**
 - *L'inventaire, qui sera réalisé, et sa formalisation par un catalogue mis à la disposition de tous les adhérents* contribueront à cet objectif. Il faudra toutefois que cet outil soit actualisé de manière régulière (peut-être une fois par an).
 - *L'utilisation du site internet d'interSTICES, rubrique agenda* peut permettre d'accroître la visibilité des temps de présentation des objets produits.
 - *L'utilisation du site internet d'interSTICES, rubrique ressources et la création d'articles spécifiques* sont des outils de valorisation des objets produits.
- **Œuvrer à l'appropriation de bonnes pratiques en matière d'objets produits.**
 - Le présent document en ouvrant le débat, et en évoquant des pistes de formalisation participera également de ce processus. Le travail du groupe juridique sur les questions du droit à l'image et des droits d'auteurs sera également une contribution précieuse.

III. 2. Pour ce qui fait œuvre

Bien que le statut de l'objet produit ici relève de celui de l'œuvre, sa valorisation, et encore plus sa diffusion rencontre des freins ; pour certains inhérents à la démarche Culture et Santé, et à l'action culturelle, et pour d'autres, liés aux complexités des réseaux de diffusion artistique.

- **Les freins liés à la démarche Culture et Santé.**

La question du temps et des compétences nécessaires.

La diffusion, même si elle est restreinte ici au réseau des partenaires et des

Préconisations pour les objets produits qui font œuvre dans leur contexte

Travailler à une meilleure connaissance des objets produits

Inventaire, et formalisation par un catalogue des objets produits
Utilisation rubrique agenda du site internet
Utilisation rubrique ressources du site internet
Rédaction d'articles pour le site internet

Œuvrer à l'appropriation de bonnes pratiques

Rédaction d'une charte
Elaboration d'outils techniques par le biais des groupes de travail

professionnels Culture et Santé nécessitent à la fois des compétences particulières, mais également du temps. Deux éléments dont ne disposent pas tous les référents culturels hospitaliers.

La question de l'amateur et de sa place dans la création. Dès lors que des amateurs sont parties prenantes d'une création, cela pose des complexités supplémentaires à la diffusion : statut de l'œuvre, cadre juridique, difficultés logistiques...

La question des représentations négatives autour des objets produits de manière participative ou issus de programmes spécifiques. Cette problématique si elle n'est pas spécifique à Culture et Santé touche bien évidemment intrinsèquement ce que recouvre la démarche. Le lieu ou le milieu de création ne devrait pas déterminer le regard porté sur une création. Le regard des équipements culturels et artistiques en la matière est à faire évoluer. De la même manière, le regard du public est lui aussi à interroger. La motivation première est-elle celle du temps artistique ou celle d'un lien quel qu'il soit avec l'établissement de santé ?

- **Les complexités des réseaux de diffusion artistique.**

La question du domaine artistique d'appartenance des objets produits. Chaque domaine artistique s'articule autour de réseaux différents de diffusion, et répond également à des critères de qualité ou à des codes de fonctionnement spécifique. Il faut appréhender ces éléments pour parvenir à une recherche de diffusion efficiente.

La question de la diffusion des objets artistiques produits est aujourd'hui globalement complexe, bien au-delà de Culture et Santé. Dans un contexte économique difficile, et face à un nombre croissant d'équipes artistiques, les programmations des structures de création et/ou de diffusion sont bien souvent saturées, et donc difficiles à intégrer.

PRÉCONISATIONS

- **Travailler à la lisibilité et à la justesse des discours de présentation des objets produits.** Etant sur des objets produits qui font œuvre, ce n'est pas la démarche Culture et Santé qui doit être au cœur de l'argumentaire, mais bien l'objet en lui-même. C'est le projet artistique qui est regardé et l'objet qui fait sens.
 - *Une relecture collective des présentations des objets produits qui font œuvre* pourraient être envisagées. Les compétences et regards, notamment des adhérents du secteur culturel de l'association, pourraient ici être précieuses.
- **Faire évoluer le regard des structures artistiques de diffusion et de création et des équipements culturels sur Culture et Santé, et les objets qui peuvent être produits dans ce cadre.**
 - *Organiser une rencontre avec les structures culturelles et artistiques, notamment les directeurs et les programmeurs*, pour mieux comprendre leur positionnement, leurs critères de sélection et les aider d'autre part à mieux appréhender nos actions, et la qualité de qui peut être produit. Cela sera aussi l'occasion de réinterroger la notion de partenariat, dont la conception peut différer entre acteurs culturels et professionnels de santé.
- **Aborder ce questionnement à l'échelle régionale, voire nationale avec d'autres régions partageant cette même problématique.**
 - *Créer des espaces de présentation et de diffusion des objets produits qui font œuvre* (partenariat avec le Pôle Culture et Santé Aquitaine sur la création d'un événement inter régions).

Préconisations pour les objets produits qui font œuvre dans leur contexte

Travailler à la lisibilité et à la justesse des discours de présentation des objets produits

Relecture collective des argumentaires de présentation

Faire évoluer les regards

Rencontre avec les équipements culturels et les structures artistiques de création et/ou de diffusion

Aborder ce questionnement à une échelle régionale et nationale

Création d'espaces de présentation et de diffusion des objets produits

