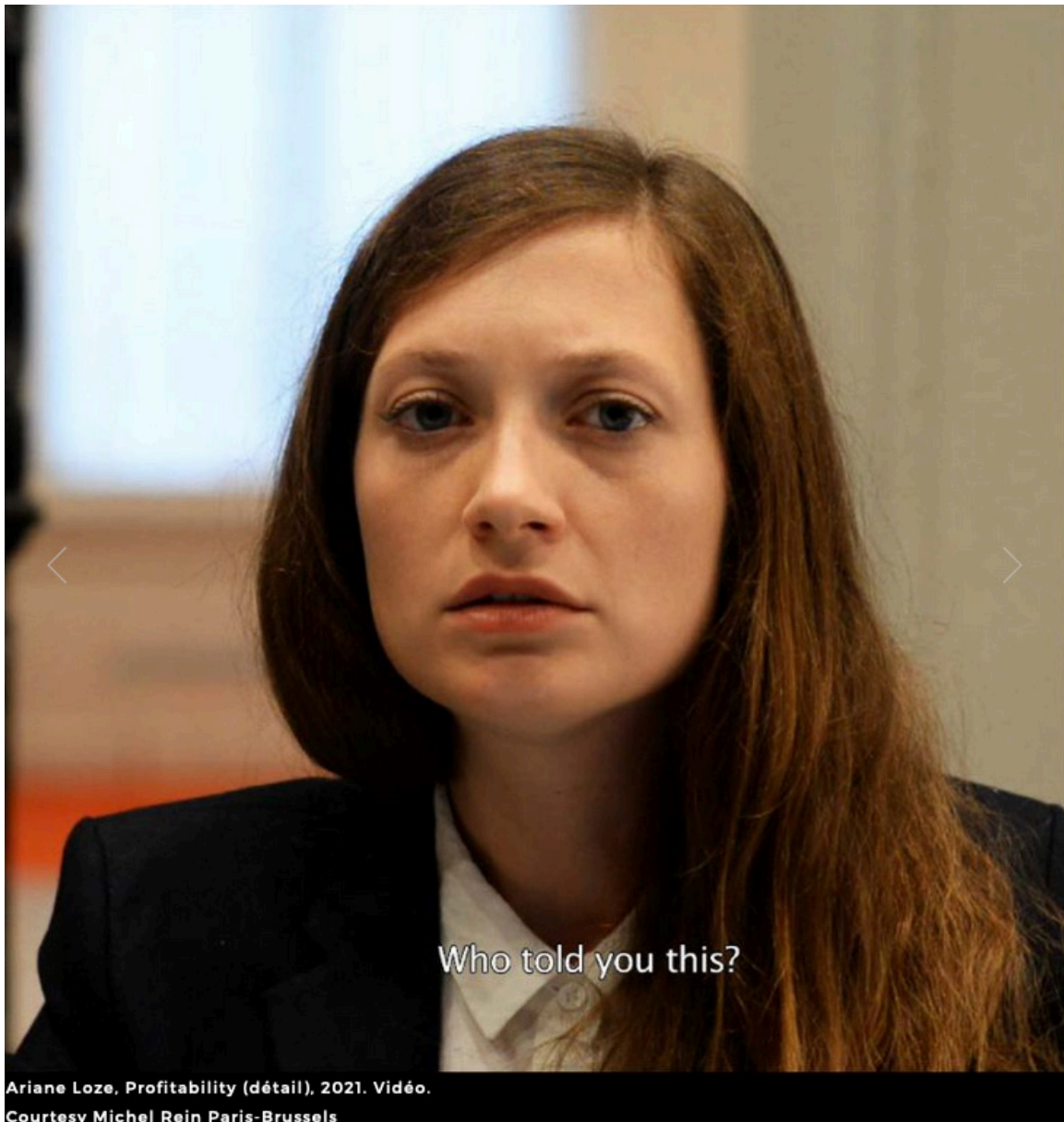
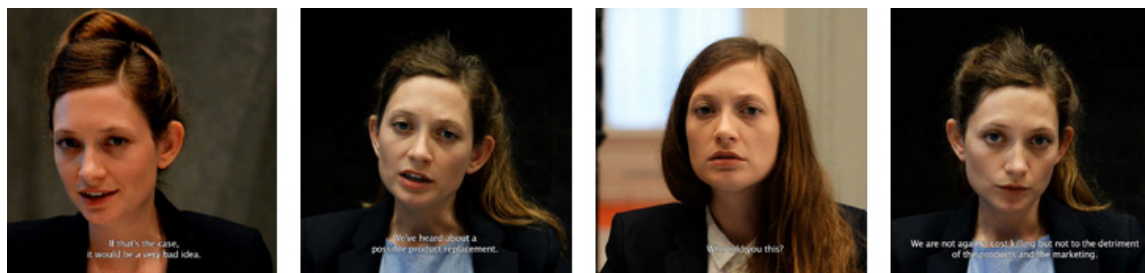


Profitability

Après avoir déconstruit le langage du monde de l'art, Ariane Loze critique désormais le jargon des entreprises, et, à travers son hyper-spécialisation et ses anglicismes, la financiarisation de la création. C'est à découvrir dans la vidéo-performance *Profitability* au Centre Wallonie-Bruxelles.



L'artiste belge Ariane Loze mène à bien la création de ses vidéos-performances seule : de l'écriture à la réalisation, de la gestion des costumes à la régie son et lumière, jusqu'à l'interprétation de presque tous les personnages et au montage du film final. Dans ses œuvres, elle se met en scène pour critiquer le monde du travail et ses langages contemporains. *Art Therapy* (2017) reprenait ainsi le jargon du secteur artistique, tandis que *Profitability* (2021) déconstruit désormais celui de l'entreprise. Le Centre Wallonie-Bruxelles donne à voir cette vidéo-performance.



***Profitability* : le jargon du monde du travail**

Dans la vidéo-performance *Profitability*, une réunion d'affaires rassemble autour d'une table quatre personnages incarnés par l'artiste : la représentante de l'entreprise de production fictive Ariane Loze International et trois investisseuses potentielles. Toutes sont vêtues de la même veste de costume noire ; leur gestuelle se limite à la manipulation du téléphone, de l'agenda, du stylo ; les dialogues alternent entre le français et l'anglais, imitant le langage professionnel d'un monde globalisé. En pleine définition d'une stratégie financière visant à maximiser les profits issus de l'œuvre d'Ariane Loze, des termes comme « cost-killing », « targeter » ou « due diligence » fusent au milieu d'un jargon hyper-spécialisé du monde de l'entreprise.

***Profitability* : Ariane Loze est-elle un produit ?**

Profitability représente une satire de l'entreprise et de la financiarisation de l'art. Le nom « Ariane Loze » se fait marque ; la création artistique, simple produit commercial, dont la valeur n'est plus que marchande. Au milieu des considérations sur le profit, se perd la signification première de l'œuvre. Ariane Loze témoigne ainsi du malaise de voir sa créativité soumise à des logiques capitalistes. « Ariane Loze est bien un produit ? » : la question est rhétorique dans la bouche d'un des personnages, mais c'est bien le questionnement qui sous-tend l'œuvre vidéo.