

te ici lui-même sous l'alias de Franz Berg (ce dernier pouvant donc se vanter d'être bien informé, en tout cas il fera bien de se tenir à carreau en ce qui concerne le bien-fondé de ses déclarations d'une part, et de l'agrément que Michel-Paul Comte, encore que rien ne soit vraiment à craindre justement, sinon le pire, mais alors tout va bien) cette intuition émanait, au travers de la technologie toute récente du graphisme et de la publicité, d'une tradition auprès de laquelle iceux-là n'étaient que d'assez récents, et très secondaires avatars de la véritable pratique de la poésie et de l'invention prophétique, ceux-ci n'ayant rien à voir directement avec le fromage et le boudin, et tout avec le destin métaphysique de l'« homme », voire plus, si affinités.

QU'ON NE CROIE PAS qu'à plusieurs reprises, comme Frédéric Nietzsche sans doute, Michel-Paul Comte n'ait pas eu froid dans le dos à s'imaginer des foules énormes, staliniennes, acclamant le logotype géant sorti d'entre ses doigts, et périssant sous ses ordres. Mais en fait, il n'en frémit jamais sinon d'aise. Qu'on comprenne que, quoi qu'il en soit, l'essentiel est que de l'avenir se produise sous nos pieds, messieurs-dames, en vérité, après, on en fait bien ce qu'on en veut et pendant ce temps-là les expériences sont toujours profitables, et qui pourra dire qu'elles furent bonnes ou mauvaises?

Il n'y eut pas que la propagande



commerciale dont Michel Comte fit usage, par les suites, finalement ordinaires, d'une tradition marchanduchampêtre, Marcel Duchamp étant le seul véritable précurseur de Gigabrother, et des seules choses correctes sur lesquelles nous survivons encore in extremis.

LA FOLIE, selon les critères d'une lamentable psychologie et d'une étroitesse d'esprit « affolantes », devint une méthode de travail incluant la partie la plus raisonnable, encore que la plus cocasse, de son travail. LES MÉMOIRES DE LAPONÉON, son innarrable dernier ouvrage, en recèlent tout le sel, le piment, tout le bouquet garni. Mais tout provient de l'héritage culturel propre à l'univers mi-pathologique, miko-mimique de ce qu'on appelle la folie.

La dinguerie qui se prend pour Napoléon bien sûr est ici immédiatement visée. D'une certaine manière la folie, telle qu'elle a été aussi bien diagnostiquée, mise en codes infrangibles par ces fous sordides et imbéciles que furent Kraft-Ebbing et Freud, exploitée, réprimée, sanctionnée même, aura été le fourre-tout d'une société pour qui tout ce qui ne concernait pas sa survie immédiate était de l'ordre de la folie, folie qui trouvait finalement sa place sociale, aussi, dans un appareillage thérapeutique. Il faut croire que cela a dû être utile. Comme a été utile l'érection d'une violente catégorie officielle du bon sens, hasardeusement décrétée,

mais obstinément maintenue, par principe, plus que par fondement. Mais maintenant, ce qui est utile et le sera toujours davantage est ce qui fait encore un peu sens, sans qu'un bon ou un mauvais sens ne puissent vraiment encore se repérer. Ce qui est bon est, désormais, juste ce qui peut servir.

Il en demeure donc un coffre aux merveilles, mi-joyeuses, mi-sinistres, toujours présentes ou oubliées, qui fait le bonheur de la brocante et des réinterpréteurs à gages, plus ou moins inspirés.

Le plus grotesque est bien évidemment le plus savoureux, le plus riche. Ce n'est pas Michel-Paul Comte qui l'aura inventé. Mais Le site GIGABROTHER.COM, avec son site du CAMP, celui de l'A. R. T. (ART RELIGION TERREUR), de L'ORDRE DU NOUVEL HÔTE et tant d'autres facettes très sérieuses, le tout assez fé-



rocement autiste, désagréable souvent, demeurera une des versions les plus documentales d'une époque où cet esprit aura fleuri à la suite de la pataphysique et de Dada en divers lieux et genres, pour parvenir à l'éclosion du tyranzor Suprême, GIGABROTHER et son Empereur du monde Laponéon Bananeporte.

Longue vie à la GIGA FRANCE.

Le **QUEÂTRE** GRATUIT FRANCE 2013 - IV
 le quéâtre est une publication des presses de lassitude.
 INFO@LASSITUDE.FR
 LASSITUDE.FR 9 791091 219563

Le Quéâtre Français

L'ACTUALITÉ QUÉÂTRALE EN FRANCE. ON EST PRIÉ DE DEMEURER ASSIS À SA PLACE RÉSERVÉE.

EN ROUTE POUR LA GÉANFRATERNITÉ



LA FRANCE est un des pays les plus belliqueux et les plus agressifs du monde. Et pas très artiste finalement, parce que trop systématique pour cela. Le journalisme trouve sa pleine expression en France, et la pleine expression de la France le journalisme, en tant que technologie du dire. Les Allemands, les Italiens, les Angles même, sont mille fois plus artistes que les Français.

POURTANT, c'est depuis cette tendance que je l'exprime : sa réflexivité et la capacité critique de cette langue ne sont donc pas inopérantes, grâce à la pensée *journal*e.

C'EST ICI, dans les vieilles blagues franchouillasses, que sur la scène du théâtre des années 1960, entre, depuis le côté cour, le machiniste en salopette, le mégot vissé au coin de la bouche et qui lance, flegmatique : « Si Madame Iphigénie voulait bien hâter son agonie, mézigue raterait pas sa correspondance à Strasbourg-Saint-Denis ! » C'est dire qu'en France le travail ne travaillait déjà plus qu'au travail, la technique à la technique, et que l'obtention du bonheur n'était plus qu'une fin en soi.

C'EST AINSI que le Quéâtre Français est devenu une mécanique intouchable, qu'on avait juste le droit, le devoir et la permission d'admirer au travers des parois transparentes



VOILÀ BIEN POURQUOI c'est de France, le pays d'effervescence, que s'élançait le Grand G, le Dans « G » de GIGABROTHER, une version ultramodernisée technologiquement du petit Big Brother orwellien, le tyran dangereux du Si-l-on-n'y-prend-pas-gardisme démodé, depuis que la subsomption, le microconcept, l'effondrement de la métaphysique au bout du rouleau ont engendré la rhétorique simplifiée de LE MONDE POUR LES NULS.

de sa boîte, dans toute la gloire de sa vanité, de son ingénieuse horlogerie dont les détails merveilleux épataient petits et grands. C'était avant que la boîte ne s'occulte discrètement, derrière des photos la représentant à l'apogée de son triomphe automatique.





QU'EST-CE que la fin de la métaphysique? C'est la fin d'une diversité, d'un paysage, d'une richesse, c'est une sclérose qu'il faut nommer, si l'on veut songer à se débarrasser du cadavre. GIGA est la peinture sur le cercueil, mais aussi la jeune pousse qui brise l'opercule du sépulcre de sa pointe vive.

UNE TECHNIQUE FORTE et indépendante est le signe d'un monde décomposé, une force de mort aveugle et incontrôlée.

GIGABROTHER SE DRESSE alors comme le symbole

absolu de ce monde perdu que la technique folle croit servir. Gigabrother est lui aussi une technique la technique de simplification du simplifié. GIGA représente à l'oeil nu ce que l'esprit ne peut plus concevoir. GIGA incarne les forces de mort de la technologie qu'on peut soudain subsumer et maîtriser.

C'est un mot, un nom, et ce qu'on peut nommer peut être envisagé, considéré, dirigé, compris, surmonté, voire détruit sous cette forme-là, s'il le faut.

C'EST DE FRANCE que Gigabrother jaillit comme d'une fontaine à l'eau philosophique. Cette grande brute au coeur d'ange, nous l'aimons tous déjà depuis toujours et c'est un don de la France au Monde Entier.

GIGA est le grand rédempteur des approximations qui furent si nécessaires, approximation lui-même, ce serpent tors et bris, ce bâton qui semble cassé dans l'eau, ce trait bancal d'allumette brûlée, de brindille qui se tortille, mais aussi qui se vrille et brille, scintille, claque au vent comme la plus forte bannière et qui incarne nos rêves de déploiement. On y pressent tous les signes passés, croix, chrétienne, juive, pentaculaire, nazie, de Malte ou de Lorraine, alphabets et signes, sigles et symbole.

IL FAUT REMARQUER qu'une police de caractère entière se décline depuis ce logotype. Voir la version de ce pamphlet en Gigafonte.



MPC, LE PROMOTEUR, LE DEVIN, LE FOU

PAR FRANZ BERG

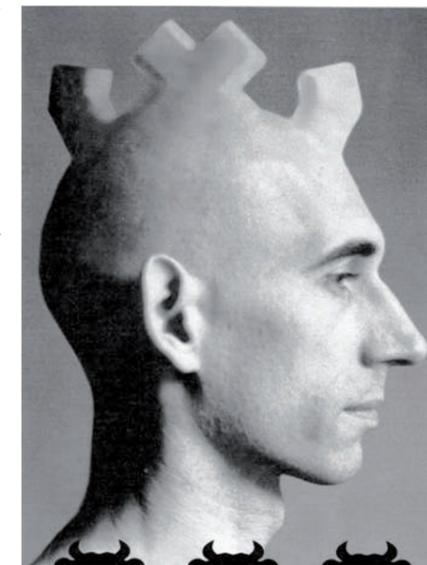
EN D'AUTRES TEMPS, Michel-Paul Comte aurait été prophète. Mais en nos temps d'après Dieu, il fut d'abord publicitaire, c'est à dire agent de la propagande. La publicité n'était guère que la version dégénérée de la poésie et de la prophétie, dégénérée dans l'ordre de ses valeurs, mais pas dans l'ordre des techniques de manipulation comme d'invention, où elles culminaient dans l'excellence. Michel Comte fut très vite un publicitaire frustré, parce qu'il avait cru les mensonges de Raymond Loewy, ce char d'assaut du design, donc de l'imagerie industrielle, donc de la guerre.

LOEWY avait prononcé l'oracle suivant : « LA LAIDEUR SE VEND MAL. »

Il ne s'agissait pas d'une vérité évidente, car la beauté est par essence invendable et seule la laideur (mais elle non plus d'ailleurs, ne pouvait guère se vendre en tant que telle) se propage par le commerce. Ce n'était qu'une déclaration opportuniste et sans fondement, mais prophétique, dans la mesure où elle fut reçue et donc prescriptive de comportements. Michel Comte crut qu'il pouvait exister de la bonne publicité, de la bonne publicité pour de bons produits. Il donna mordicus dans le piège tendu à la candeur, de l'économie, du commerce, en tant que Bien Suprême. Mais ça ne colla rapidement pas, évidemment. Pourtant, sa formation artiscotechnique, associée à son inspiration de poète, le pou-

saient à chanter le beau, finalement, avec les moyens du laid.

Très tôt, sans succès, il rédigea des « allégories » tout à fait hors de saison, dont il espérait produire des clips télévisuels. Il y avait remplacé les dictats du produit de consommation par ceux, s'exprimant presque de même, de la Beauté, de l'Amour, de la Noblesse, de la Providence, etc. Plus d'objet marchand en conclusion, mais de la propagande comportementale directe. Ce n'était pas si sorcier, car la propagande commerciale, sous couvert de benoîtement vendre ceci ou cela, reste de la propagande



comportementale pure et simple, déguisée. On voit là le jeu, le double fond du discours commercial, qu'on incrimine toujours de vouloir faire de la vente forcée, quand c'est essentiellement une morale qui se maintient, par la force de coercition qu'est l'acte d'achat.

LES MOTS D'ORDRE de Michel-Paul Comte se trouvaient juste être d'une nature opposée à ceux que véhiculait, univoque, le porte-voix social. Il s'agissait de restaurer l'homme dans sa dignité, et tout ça se présentait soudain sans fard. Néanmoins, la démonstration porta, car une toute neuve chaîne



de télévision, quelques publicitaires, auprès de qui, cherchant des financements, Michel Comte avait eu l'imprudence de laisser traîner son projet, firent directement usage d'idées très minutieusement décrites.

Il ne comprit rien alors, et continua de vouloir faire jaillir la prophétie poétique de son travail propagandaire. Il y travailla vainement pendant plusieurs décennies, jusqu'à ce que, à force de malaxer les idées et les propositions, les images, bien malgré lui, l'invention déterminante, après une foule d'autres bien moins éclairantes, que fut Gigabrother, se produisit.

Cette puissante intuition, qu'il rela

