

Denis Rouvre

Portraits

Le portrait est pour moi une proposition de réalité, et non la réalité elle-même. L'Image d'une personne se construit ainsi, aussi riche que le permettra une multitude de propositions.

Dans cette idée, le portrait de célébrités devient d'année en année un exercice de plus en plus difficile. La célébrité est mise en avant comme un produit de consommation, avec tout ce que cela comporte. Elles sont mises en avant pour vendre des produits de beauté, elles deviennent les égéries des créateurs de mode et le rôle du photographe portraitiste disparaît peu à peu derrière ces enjeux commerciaux. Il devient alors pour lui de plus en plus difficile de se singulariser. En 2004, j'avais déjà mis en place l'Automaton dans une sorte de réaction à cet état de fait, pour échapper au diktat des publicitaires, attachés de presse et maisons de couture. J'avais proposé à toutes les personnalités de poser dans une cabine mobile de ma

fabrication, seules, et de déclencher elles-mêmes le temps de douze photos. Pas de retouche ni de validation ultérieures, telle était l'idée.

En 2011, en commande pour le journal Le Monde, j'ai photographié les personnalités en recherchant à mettre en valeur leur « matérialité ». J'avais une carte blanche et le choix de la personnalité mise en avant chaque jour dans le quotidien me revenait. Cela m'a permis de travailler sans soumettre mes images à la validation des célébrités et de leur équipe, et d'imposer une image non retouchée.

Le portrait de célébrités est devenu à mon sens un chemin imposé pour obtenir des commandes mais c'est aussi le piège qui mène ainsi à une certaine uniformisation des regards, une absence de diversité.

| www.rouvre.com





Denis Rouvre

Portraits

For me, a portrait is a proposition of reality, not reality itself. The image of someone is created this way, as rich as a multitude of propositions will allow.

Thus, year after year, creating portraits of celebrities becomes more and more arduous. Celebrities are put forward as consumer products, with all that this implies. They are put forward to sell beauty products, they become the symbols of fashion designers and the rôle of a portrait photographer tends to disappear behind these commercial imperatives. It is getting more and more difficult for him to stand out. In 2004, I created the « Photomaton », as a reaction against this, to escape from the diktats of the advertisement agencies, press agents and fashion houses. I proposed to celebrities to pose in this mobile booth I had built, on their own and I asked them to release the shutter themselves, for 12 shots. The idea was that there was not going to be any post production

or editing afterwards.

In 2011, commissioned by Le Monde, a French newspaper, I took pictures of famous people, trying to put forward their « materiality ». They gave me carte blanche and the choice of who would be published on the day in the newspaper was mine. This enabled me to work without subjecting my images to the validation of the celebrity or their PR teams and to offer undoctored pictures. Photographing famous people is, I think, a way to get work, but its danger is that it brings with it a kind of levelling of the images and a lack of diversity.

| www.rouvre.com















