

Incubinc/AMI et Fonds Roberto Cimetta

////////////////////////////////////

Conférence conjointe mercredi 16 et jeudi 17 mars 2016, Villa Méditerranée, Marseille

////////////////////////////////////

Jeudi 17 mars 2016 :

Conférence 2, A.M.I. Incubinc :

**10h10 - 10h40 : communication introductive :
 "Incubateurs d'entreprises culturelles, incubateurs de démocratie ?"
 Ricardo Mbarkho**

10h40 - 11h00 : Questions réponses au conférencier

Bonjour,

L'objectif de cette conférence est de tenter de définir le cadre socioéconomique des incubateurs d'entreprises culturelles, et de montrer comment ce cadre participe à la programmation de la créativité.

En premier lieu, force est de constater que les industries culturelles constituent un réseau visant à recouvrir la totalité de l'espace social, impliquant une intensification croissante des modes de consommation, et développant leurs propres modèles socio-économiques et idéologiques. Pour satisfaire leurs marchés (audiences d'une part, et commanditaires annonceurs d'autre part), ces industries sacrifient à l'exigence de renouvellement permanent de leurs contenus, de leurs thématiques et de leurs rapports aux usagers. Ces derniers, de leur côté, sont alors soumis à des pressions d'autant plus fortes que les industries culturelles gagnent du terrain dans la société, au détriment de la distance critique que les usagers souhaitent conserver. En effet, les industries culturelles vont jusqu'à fixer les agendas politiques, les critères de goût, les modes esthétiques ou culturelles et, voire plus généralement les manières de poser et de traiter les problèmes. Ainsi, elles imposent des points de vue et des cadres de représentations auxquels il est difficile d'échapper, sans faire appel à des stratégies adaptées, parfois contre-culturelles, voire artistiques.

Le second constat révèle que les arts visuels, avec ses enchevêtrements de créativité et d'innovation, sont eux aussi un domaine privilégié de couverture ou d'investissement de l'espace social. Plus généralement, l'histoire de l'art est celle de pratiques visant à mettre en évidence les standards qu'une société donnée utilise pour se représenter elle-même et à questionner ces standards, pour donner à réfléchir et pour stimuler l'imaginaire. Mais l'une des caractéristiques de l'art en général est d'aller plus loin, en contestant le « mainstream », que justement, les industries culturelles cherchent à l'imposer dans une perspective antiautoritaire. Les artistes Fluxus, tels Name June Paik, Wolf Vostell, Chris Burden, John Cage et d'autres se révoltent contre la machine télévisuelle, la presse, le cinéma grand public, la musique populaire, mais aussi contre les diktats que ceux-ci imposent aux consommateurs par un système dont ils dénoncent le caractère oppressif et envahissant. Cette attitude de révolte se retrouve chez les artistes du happening des années 60, tel Allan Kaprow, en stigmatisant les automatismes d'une société figée dans ses codes et règlements, notamment à travers la valorisation de la performance contre les normes standard du théâtre. De leur côté, les artistes du pop art, à la suite d'Andy Warhol, développent une attitude à la fois critique et ironique à l'égard des industries de reproduction mécanique, en s'inspirant des bandes dessinées, de l'imprimerie, du design

publicitaire, dont ils se servent pour nourrir leurs visuels et refléter le « Zeitgeist ». On relève aussi qu'un peu plus tard, les artistes de la communication qui s'attachent de manière significative aux médias traditionnels comme les journaux et les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour en faire le matériau de leur travail. Leurs perspectives vont de la simple mise en évidence de la sensibilité contemporaine, en passant par le détournement critique de leurs productions les plus stéréotypées, jusqu'à poser des interrogations prospectives sur les formes nouvelles d'interactivité, d'information et de communication, et même d'intermédiation et de modèles organisationnels que ces médias autorisent, même si leurs propriétaires n'y sont pas favorables.

De ces constats, apparaît la question de savoir comment ce renforcement entre arts visuels et industries culturelles se traduit-il en termes de fonction, de structure d'organisation ? Autrement dit, dans quelle mesure et à quelle condition, l'alimentation des pratiques artistiques, surtout médiatiques, par les industries culturelles et vice-versa trouve dans des structures spécifiques et dans des modes d'organisations spécifiques de quoi se réaliser pour de nouvelles possibilités créatives ? Et comment ces possibilités participent-elles à la démocratisation de la création ?

À la conjonction de ces deux constats, notre recherche s'attachera à développer la perspective qui se nourrit de l'hypothèse selon laquelle les relations entre industries culturelles et pratiques artistiques ne se réduisent pas à ce simple face-à-face.

En réalité, les interactions seraient plus profondes et, d'une certaine manière, plus productives pour les deux parties, favorisant l'émergence de l'ensemble que certains experts, principalement anglo-saxons, nomment « creative industries ». Les industries culturelles offrent aux arts visuels du matériau fertile, et en reçoivent en équivalent des intuitions et perspectives inédites.

Ainsi, parallèlement aux productions marquant l'opposition des deux mondes, se développe le phénomène de recyclage d'œuvres artistiques par les industries culturelles. La machine des industries culturelles se met alors à jouer le rôle d'un filtre qui canalise ces œuvres selon ses exigences afin qu'elles soient diffusées à la télévision ou sur Internet. Le phénomène ne date pas d'aujourd'hui : l'esthétique du Pop Art, pour reprendre un exemple récent, a autant apporté aux chaînes de télévision que ces médias ont apporté aux artistes de ce courant.

Toutefois, nous partons de l'hypothèse que ce qui n'était qu'une sorte de recyclage accidentel ou ponctuel jusqu'à aujourd'hui a pris désormais des proportions inédites. Et en effet, il existe des structures spécifiques, comme les incubateurs d'entreprises culturelles, qu'on propose d'appeler aussi des structures d'intermédiation. Ces structures ont des incidences et des conséquences sur le statut des pratiques artistiques concernées par cette zone d'intermédiation et ne sont pas non plus sans conséquence sur le statut des objets « culturisés ».

Dès lors, dans la chaîne entre arts visuels et industries culturelles, ces structures intermédiaires s'interposent et laissent émerger un troisième monde : la zone d'intermédiation. Mais elles imposent des contraintes, ouvrent des possibilités nouvelles, et créent de nouvelles règles du jeu, y compris financières, artistiques et organisationnelles dans cette sphère que constituent les arts visuels et les industries culturelles.

Cette zone d'intermédiation influence, structure, oriente et programme la création artistique d'une part, et les industries culturelles dans leur dimension reproductive d'autre part. Le résultat devient une œuvre pour l'artiste tandis qu'il est un produit pour les industries culturelles. Cette zone d'intermédiation va même jusqu'à forcer et obliger le créateur et le producteur des industries culturelles à envisager de nouvelles normes, qui satisferont à la fois la créativité et les impératifs communicationnels, au point où ces deux antagonistes deviendraient deux facettes d'une même action créative. Avec cet intermédiaire, une forme de reproduction industrielle va être injectée dans les arts visuels ; ces dernières vont rejoindre alors, avec l'intermédiation, les secteurs des industries créatives ;

la dimension créative et la dimension industrielle vont s'associer, avec l'intermédiation, pour former un objet original.

Sous l'effet de l'incubateur d'entreprises culturelles à l'ère de la globalisation, les arts visuels et les industries culturelles s'inscrivent dans un même ensemble qui serait les industries créatives. Quels sont alors les enjeux de cette mutation par rapport au milieu artistique : les défis, les contraintes, les possibilités, les nouvelles règles du jeu ? Dans quelle mesure et à quelles conditions les arts visuels peuvent-ils tirer de leur rencontre, éventuellement de leur synergie avec les industries culturelles, l'occasion de se constituer en un secteur important dans le domaine des industries créatives.

Pour défendre et illustrer cette hypothèse, nous divisons notre conférence en trois volets.

Dans un premier volet, nous tentons d'observer la manière dont les créations artistiques utilisant les arts visuels d'un côté, et les industries culturelles de l'autre, et dont ces deux mondes s'inscrivent l'un par rapport à l'autre. Par l'identification des modes opératoires de ces productions, notre propos consiste à mettre en évidence les grandes lignes de ces productions mixtes dont nous postulons qu'elles résultent du double renouvellement des pratiques artistiques et des industries culturelles, les unes et les autres étant placées sous le signe du paradigme créatif. Comment les arts visuels se situent-ils et maintiennent-ils leur projet et leur dynamique propre par rapport aux pratiques des multiples secteurs des industries culturelles, qui, pour être en phase avec leurs propres normes sacrifient au premier abord à la créativité ?

Dans un deuxième volet, nous nous interrogeons sur comment une zone spécifique d'intermédiation se mettrait en place, et par quels moyens elle le ferait dans cette interaction entre industries culturelles et arts visuels.

Dans un troisième volet, nous examinerons la question des incidences et des enjeux de toutes natures résultant de cette interposition de la structure d'intermédiation, ou encore d'incubateur d'entreprises culturelles, entre arts visuels et industries culturelles. Nous analysons plus précisément les types d'interventions intermédiaires relevant de ce tournant créatif, jouant un rôle de catalyseurs en faveur de cette évolution. Ces nouveaux maillons de la chaîne, en quelque sorte, des courtiers, nous apparaîtront comme étant des agents de prise de conscience sociale et de démocratie. Il s'agit de vecteurs de diffusion d'exigences esthétiques nouvelles chez les consommateurs des industries culturelles, aiguisant leur appétit pour des contenus plus créatifs, et ce, sans que l'art en question ne soit instrumentalisé par les industries culturelles. Au contraire, nous voudrions montrer que les courtiers veilleraient à maintenir l'exigence d'une « créativité utile » tout au long du processus de travail de l'artiste impliqué dans l'œuvre collaborative issue des industries créatives. C'est ici une question sur la démocratisation de la créativité.

Le 3^{ème} volet s'intéresse ainsi à la construction du public, à la transformation dans la conception de l'art même ; d'un art conservateur, contre un art progressiste, pour finir dans un art créatif issu de cette zone intermédiaire.

À travers ces différentes questions et au terme du processus dont les lignes de réflexion viennent d'être esquissées, nous espérons apporter un éclaircissement original sur les mutations parallèles et parfois conjuguées des arts visuels et des industries culturelles, et sur le lien entre intermédiation creative et démocratisation de la création.

1^{er} volet : Deux mondes interdépendants

Si des liens étroits unissent traditionnellement création artistique et industries culturelles, dans quelle mesure la démocratisation de la création modifie-t-elle les manières dont chacune s'inspire de l'autre, s'appropriant selon ses propres normes ce qui au départ était l'apanage de l'autre ?

Une première réponse à cette question vient du fait que chacun des deux partenaires se contente d'emprunter à l'autre, sans que de cette interaction résulte un troisième type de produit. Ces situations

de face-à-face sont relativement fréquentes, mais qu'à ce stade il est encore impossible de parler de réelle synergie.

S'agissant plus précisément de l'activité de création de l'art médiatique à l'ère de la globalisation et de la numérisation, la question se pose de savoir ce que cette activité attend des industries culturelles : l'accès à la notoriété ? Il ne s'agit pas seulement de cela. En effet, il peut y avoir de la part des artistes la volonté de toucher un public plus vaste, en empruntant les réseaux des industries culturelles, tels que l'ont eu fait les artistes du livre d'artiste en cherchant à être distribués par les réseaux des librairies. Par ailleurs, bien qu'en général l'artiste ne souhaite pas devenir une sorte d'« industriel de la culture », il n'est pas insensible au potentiel lucratif des industries culturelles, ne serait-ce que pour gagner sa vie.

À l'ère actuel, et concernant les attentes des artistes visuels de ce que les industries culturelles pourraient leur apporter, l'intérêt de la disponibilité des matériaux est un facteur non négligeable que l'on pourrait envisager. Cela étant, bien d'autres matériaux probablement très facilement utilisables sont disponibles par ailleurs.

Ici, nous prenons pour hypothèse que ce qui intéresse principalement l'artiste dans les productions des industries culturelles est le fait qu'elles s'adressent à la masse. Ce faisant, elles constituent des faits sociaux par rapport auxquels l'activité des artistes, critique ou pas, peut se déployer. Peut-être même que l'artiste apprécie tout particulièrement dans les industries culturelles le fait qu'elles conçoivent la société comme une masse. En effet, les industries culturelles représentent selon lui une matière première de travail, à partir de laquelle il va envisager son positionnement critique propre, reflétant et distinguant son identité artistique.

Ce face-à-face entre le monde de l'art et celui des industries culturelles n'est toutefois pas la seule configuration possible. Il arrive assez souvent, en effet, que les relations entre les deux partenaires potentiels soient non seulement plus étroites, mais également plus productives. Ce point nous conduira donc à étudier la nature de cette dialectique entre le milieu des arts visuels et celui des industries culturelles. Cette dialectique, lorsqu'elle existe, surtout avec les arts médiatiques, va ouvrir des horizons sur un nouveau type de produit, à la fois issu des arts visuels et des industries culturelles. Quelle est cette interdépendance ? Où sont les limites et les bornes entre les deux secteurs quand ceux-ci se croisent ? Ont-ils des éléments communs ?

Cette dialectique, fruit d'un heureux hasard entre le monde des arts visuels et celui des industries culturelles, ne permettrait-elle pas de supposer qu'il serait possible de la fertiliser et d'envisager la « programmation » de la création artistique au service des conventions des industries culturelles, et vice-versa ? Dans une autre mesure, cette zone intermédiaire entre les deux partenaires porte en soi le concentré d'un mode organisationnel qui, se détachant de ces deux mondes, forme en soi une sorte de miniature, de prototype de toute une économie spécifique que l'incubateur d'entreprises culturelles pourrait porter. Cette économie, se détachant du secteur des arts visuels et de celui des industries culturelles, n'est que la pratique de l'intermédiation, et cela, selon un mécanisme de travail indépendant, avec une structure indépendante.

2^{ème} volet : Zone d'intermédiation et ses requis

Donc on constate qu'il existe déjà une forme embryonnaire qui cristalliserait un début de collaboration entre le monde des arts visuels et celui des industries culturelles. Mais jusque-là, cette collaboration n'avait opéré que de manière aléatoire et occasionnelle, et non sous forme institutionnalisée dont tous les acteurs connaîtraient les tenants et les aboutissements, et où chacun connaîtrait précisément ses devoirs, ses droits et ses limites notamment par un contrat de travail.

En effet, on remarque qu'il existe des exemples de vraie collaboration entre les deux mondes : des œuvres où les arts visuels n'ont pas « utilisé », à son insu, le monde des industries culturelles, et

où toutes les parties participent activement et coopèrent en parfaite connaissance de cause des facettes et des finalités de l'œuvre.

À partir de plusieurs exemples, il semblerait qu'une économie propre à ces œuvres collaboratives se met en place, mais pour le moment, de manière fortuite. Quoi qu'il en soit, il n'y avait pas encore le 3^{ème} agent intermédiaire qui orchestrerait l'acte créatif pour le fertiliser davantage à tous les niveaux : créatif, mais aussi économique (en termes d'étude de faisabilité, de conditions de la collaboration, et autres...). C'est l'arrivée de cet agent intermédiaire et la manière dont il s'interpose qui nous intéresse tout particulièrement.

La question est donc de savoir si l'on pourrait dégager dans les modèles socio-économiques régissant les sphères, une structure organisationnelle qui serait propre au monde intermédiaire : celui des œuvres collaboratives issues des deux mondes. Ce nouveau modèle, serait-il une hybridation des modèles respectifs des deux mondes dont l'œuvre est issue ? Serait-il plutôt calqué de l'un ou de l'autre ? Ou bien serions-nous plutôt devant un nouveau modèle qui n'aurait que quelques similitudes avec les modèles socio-économiques des deux mondes en question ?

Une fois que l'incubateur d'entreprises culturelles interviendra dans la mutation des sphères des arts visuels et des industries culturelles, plusieurs défis en lien avec la division du travail vont se présenter. Dans son travail de courtage, l'intermédiaire va alors introduire et éclairer les deux acteurs sur les contraintes et les possibilités du projet commun, en allant de la consultation jusqu'au suivi de la mise en forme du projet.

Ici, se posent alors les questions de savoir quels méthodes et outils va utiliser ce médiateur, et quel savoir-faire il est censé connaître. Également, on se demande quel modèle organisationnel, institutionnel, ou encore quels types de structures seront adéquats pour la création collaborative entre le monde des arts visuels et celui des industries culturelles.

Donc, nous posons l'hypothèse qu'il faudrait étudier le paradigme de l'encadrement de la création et de la stimulation des activités créatives, avec tout ce que cela comporte : à la fois de mécanismes fertiles, mais aussi de contraintes que cela poserait pour la nécessité de programmer cette création artistique. De plus, il faudrait songer à définir le métier des différents spécialistes qui seront amenés à collaborer sur cette dernière. En effet, quels acquis professionnels et quelles formations sont-ils censés détenir et maîtriser ? Quel est le profil idéal des organisations qui cadrent cette discipline d'intermédiation ?

En d'autres termes, pour disposer des structures il faut des spécialistes, mais il ne saurait y avoir de spécialistes sans méthodes et formations de spécialistes. En effet, dans l'histoire des métiers, c'est la formation qui a défini la frontière entre métiers amateurs et les métiers professionnels. Ces éléments sont interdépendants, et font que cette fonction d'intermédiation devient une structure en tant que telle, avec une économie spécifique.

Le développement que nous proposons se scinde en 2 axes complémentaires : le premier constate l'avènement d'un acteur, individuel ou collectif, assurant l'interface entre les deux mondes, et le second explore la question de modèles communs d'intermédiation, sur lesquels les deux mondes se retrouvent.

Enfin, il faut dégager les modes opérationnels spécifiques au nouveau modèle socio-économique, et qui se serait profilé comme le plus apte à gérer le monde intermédiaire générateur des œuvres collaboratives.

3^{ème} volet : Enjeux artistiques

Donc il y'aurait bel et bien un monde intermédiaire à la croisée des chemins entre le monde des arts visuels et celui des industries culturelles. Ce monde intermédiaire qui a permis le double renouvellement des pratiques artistiques et des industries culturelles, suivrait un modèle organisationnel qui lui est propre : Le courtage informationnel.

Par ailleurs, nous constatons que certains publics des industries culturelles et de l'art vivent une métamorphose, du fait qu'ils tendent à être de moins en moins passifs, cherchant à vouloir participer davantage aux œuvres et aux produits que le monde des industries culturelles et celui de l'art leur offrent. Parallèlement, de plus en plus d'œuvres artistiques tendent à se délocaliser en dehors des circuits de diffusion traditionnels en faveur de circuits attenants au monde des industries culturelles.

Nous supposons aussi que le bouleversement que vit le monde des industries créatives sous égide courtière, comme tout bouleversement dans le monde des arts, aurait sans doute des répercussions sur le paysage artistique en général. Ce nouveau modèle supposerait par exemple la présence de professionnels ayant été formés de manière adéquate, et la présence de formations pédagogiques devant être préalablement suivies par les artistes qui seront amenés à collaborer dans les œuvres des industries créatives.

Enfin nous savons que les idéologies régnant dans le monde de l'art et s'inscrivant initialement dans une démarche humaniste voire sociale, pourraient être amenées à être redéfinies sous l'égide du monde des industries créatives, sous l'impulsion de sa collaboration avec le monde des industries culturelles, un monde dont l'idéologie dominante serait plutôt de nature conservatrice.

En parlant des enjeux artistiques de l'interaction entre arts visuels et industries culturelles, des problématiques émergent à plusieurs niveaux : l'avènement des industries créatives va-t-il faire perdre à l'art son public d'élite ? Quelle est la nature de ce public adepte d'œuvres des industries créatives ? Face à ce nouveau marché des industries créatives, quel défi se présente aux artistes et aux spécialistes en termes de formations éducatives et professionnelles ? Quels effets seraient attendus en retour en termes de répercussions sur le paysage artistique en général ?

Dans ce dernier volet de notre conférence, nous posons l'hypothèse que l'avènement des industries créatives aboutirait à l'émergence d'un nouveau public conçu en tant que participant essentiel à la créativité, et qu'il y aurait des enjeux sociétaux relatifs au rôle du public dans les industries créatives. Par ailleurs, nous posons également l'hypothèse que les industries créatives, à la croisée du monde de l'art et de celui des industries culturelles adoptent une idéologie neutre, indifférente en quelque sorte aux problématiques conservatrices ou progressistes. En effet, certains financeurs de projets artistiques viennent d'un public artistiquement « non averti », auquel la structure intermédiaire aura permis l'interaction directe avec des créateurs d'œuvres d'art. Ceci met en avant le caractère démocratique de la démarche de l'intermédiaire. Ainsi, nous pouvons parler de démocratisation de l'art. En somme, en offrant des plateformes de financement d'œuvres par le public, la structure intermédiaire a poussé l'art vers une plus grande démocratisation, offrant la possibilité d'une expérience collaborative. Cette expérience débouche sur une œuvre collective, où il n'est plus question d'un artiste qui crée tout seul et offre son œuvre en la diffusant auprès d'un public passif et receveur. Désormais, à travers la médiation d'un incubateur, trois acteurs participent à la création de l'œuvre collaborative. Nous sommes face à un « shift » considérable dans la manière dont l'œuvre se fait désormais. D'une part, la nouveauté que représente la participation totale du public de masse contribue à remettre en question et à l'épreuve l'élitisme dont l'art est habituellement accusé. D'autre part, l'intermédiaire qui communique avec le producteur des industries culturelles et avec l'artiste, ce qui crée un échange communicatif en temps réel, et où tout le monde se sent concerné.

Nous commençons donc par analyser l'identité du public usager des œuvres des industries créatives, nées de la mutation entre le monde des industries culturelles et celui des arts visuels, ainsi que la tendance croissante des œuvres d'art à se délocaliser en dehors de leurs circuits usuels de diffusion en faveur d'autres interfaces et zones de déploiement géographiques propres au monde des industries culturelles, et inversement. Ainsi nous tentons de mettre en évidence dans quelle mesure cette tendance pourrait être un facteur d'agrégation qui ferait converger les publics en un seul grand public propre aux industries créatives.

Ensuite, nous abordons la question des idéologies qui règnent dans les deux mondes afin d'appréhender quelle serait l'idéologie des industries créatives sous égide courtière, qui elle est à la croisée des deux mondes.

Conclusion

En effet, nous sommes des êtres universels, mais en même temps chacun a tendance à rechercher l'individualité. Nous sommes des êtres semblables et équivalents, mais qui veulent se distinguer en tant qu'individus uniques. Donc si le monde est traditionnellement divisé entre deux pôles, d'une part celui de l'égal à l'autre de par notre statut d'êtres universels semblables et équivalents les uns aux autres, et d'autre part celui d'êtres individuels et uniques les uns par rapport à l'autre, alors l'affaire de la paix devrait être plus facile dans les modèles privilégiant les collectifs et la créativité, comme les industries créatives. Ainsi, les industries créatives deviennent un outil pour maintenir la paix par excellence, et la présence du courtier aurait ici une fonction de responsable de la paix mondiale.

Dans le but de faire des industries créatives qui maintiennent la diversité et le pluralisme, une harmonisation entre l'universel et le particulier devrait être faite. Et cela est bien en train de se modeler avec Internet. Nous remarquons comment le face-à-face entre l'artiste créateur et le public a enlevé toute intervention de producteur qui aurait pu trancher en faveur de l'un ou l'autre de ces deux pôles. Le public par exemple est capable de glorifier et d'honorer une œuvre intermédiaire, en présence de l'intermédiaire qui est là pour encadrer cette démocratisation des enjeux, sans intervenir et dénaturer le processus de création et de diffusion de l'œuvre.

Merci.