

PUB

Camp Loos 0287/11

Déroulement du colloque

L'organisation des débats répond à un double souci:

- permettre à la réflexion de progresser et de s'enrichir au long de ces trois journées
- respecter la spécificité des disciplines comme la diversité des approches et des sensibilités

C'est ainsi que chaque journée aura pour référence un domaine particulier de l'Art et de la Création dans ses rapports à la publicité:

5 novembre: l'architecture et le design

6 novembre: les arts plastiques

7 novembre: le cinéma et la vidéo

On s'attachera, cependant, pour chaque thème, à développer une méthode de travail commune mettant en oeuvre une pluralité d'approches et de modes d'investigation :

le matin

- les témoignages et les contributions d'artistes, de créateurs et de professionnels parmi lesquels :

Daniel Buren, Philippe Thomas, Steven Izenour, Bernard Tschumi et des cinéastes .

l'après-midi

- des tables-rondes qui permettront d'approfondir les discussions entre les artistes invités et des philosophes, des sociologues, des historiens d'art et des professionnels de la publicité, présents tout au long de ce colloque :

Benjamin Buchloh, Serge Daney, Alain Finkielkraut, Gilles Lipovetsky (sous réserve), Philippe Michel, Gérard Miller, Gianni Vattimo, Albrecht Wellmer.

- des conférences, enfin, qui viendront conclure chaque journée:

5 novembre Gianni Vattimo: "le triomphe de l'apparence"

6 novembre Benjamin Buchloh: "Le décollagisme, à l'aube de la société de consommation"

7 novembre Albrecht Wellmer: "Dialogue art et publicité dans une esthétique post-moderne"

Cette diversité voulue des intervenants, comme leur présence régulière au cours des débats correspond au souci de donner corps à une réflexion et un travail collectifs. Une ambition de cette manifestation, en effet, est de favoriser, sur une question au coeur des évolutions mais aussi des contradictions actuelles, une confrontation réellement ouverte, féconde et rigoureuse.

La participation au colloque s'effectue en priorité sur inscription.

Le public sera en outre admis dans la mesure des places disponibles au début de chaque séance.

Exposition

Art & Pub

1^{er} novembre 1990

25 février 1991

Centre

Georges

Pompidou

75191 Paris

Cedex 04

Téléphone

(1) 42771233

ART

Art & Publicité

Un colloque

5, 6, 7 novembre 1990
de 9h 30 à 19h
Grande Salle

Depuis environ un siècle, s'est affirmée entre l'art et la publicité une relation importante, féconde et tumultueuse qui ne se laisse pas réduire à une simple influence de la création artistique sur la publicité commerciale.

Le colloque, qui accompagne la grande exposition présentée au Centre Pompidou à partir du 1er novembre, centrera son propos sur les interrogations actuelles suscitées par les évolutions récentes et confrontera les points de vue divers et contradictoires qui surgissent à cette occasion.

Un des points de départ pourrait être la promotion du statut de la publicité dans nos sociétés qui se manifeste par l'extension de ses domaines d'intervention, l'accroissement de son influence, la valeur qui lui est reconnue.

Prise dans des phénomènes plus généraux, cette promotion est lourde de conséquences sur le statut de l'oeuvre d'art; elle favorise en particulier des processus de transfert et de contagion dans les styles, les codes, les modes de valorisation, et participe de l'émergence de ces disciplines situées en des confins incertains, entre création et industrie, gratuité et utilitarisme.

Au delà du constat, il reste cependant à caractériser ces évolutions.

Ne constituent-elles qu'une inflexion, une phase particulière dans l'histoire déjà longue des rapports art/publicité ? Ou marquent-elles au contraire une rupture qui, au travers et aussi au delà du strict rapport de l'art et de la publicité, témoigne d'une remise en cause de la place de l'oeuvre dans la société ?

Exposition

Art & Pub

1^{er} novembre 1990

25 février 1991

Centre

Georges

Pompidou

75191 Paris

Cedex 04

Téléphone

(1) 42 77 12 33