



Communication et organisation

37 | 2010

La communication à l'épreuve des mutations économiques

L'Art et la monnaie

Du spirituel dans la communication du XXI^e siècle ?

Anne-Hélène Le Cornec Ubertini



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1247>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1247

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2010

Pagination : 33-40

ISBN : 978-2-86781-710-6

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Anne-Hélène Le Cornec Ubertini, « L'Art et la monnaie », *Communication et organisation* [En ligne],

37 | 2010, mis en ligne le 19 décembre 2012, consulté le 01 mai 2019. URL : [http://](http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1247)

journals.openedition.org/communicationorganisation/1247 ; DOI : 10.4000/

communicationorganisation.1247

L'Art et la monnaie. Du spirituel dans la communication du XXI^e siècle ?

Anne-Hélène Le Cornec-Ubertini¹

Succession accélérée des concepts

Développement durable, société de l'information, patrimoine culturel et naturel, intelligence territoriale, économie de l'immatériel, industries créatives, sont des concepts apparentés. Ils se suivent de près dans le temps comme les rapports, les communications, les conventions qui tentent d'en définir les contours. Comment le citoyen pourrait-il s'y retrouver quand les spécialistes eux-mêmes peinent à synthétiser les informations dont les sources se multiplient ? La concurrence/complémentarité entre le Conseil de l'Europe, l'UNESCO, la Commission européenne, l'Organisation Mondiale du Commerce, la Conférence des Nations Unies sur le Commerce Et le Développement (CNUCED), le G 20, le Sommet Mondial, l'ONU,..., fragilise-t-elle la cohérence des messages et par là la compréhension du citoyen ou au contraire donne-t-elle une réponse à sa quête de sens ? Les gouvernements nationaux, les collectivités territoriales, les organisations, intègrent à différents degrés ces nouvelles perspectives et y trouvent matière à valorisation dans leurs communications interne et externe.

Pour les inventeurs de ces nouveaux concepts, il s'agit de saisir l'air du temps, de faire mouche généralement grâce à la juxtaposition de deux mots qui séduisent et se répandent comme une traînée de poudre. La quête de la formule est incessante et compulsive, « la force tranquille » ou « la fracture sociale » ont fait élire des Présidents de la République. La puissance du verbe néanmoins ne suffit pas et la rapidité avec laquelle il est adopté signifie qu'il vient enfin définir avec sagacité une nouvelle pensée, une nouvelle conception des rapports humains. Du développement durable à la reconnaissance du patrimoine immatériel se dessine à chaque fois pour le citoyen l'idéal

01. Anne-Hélène Le Cornec-Ubertini est Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Nice-Sophia-Antipolis, Chef du département GEA de l'IUT de Nice. Elle est chercheuse à l'EA 3820, I3M, « Informations, Milieux, Médias et Médiations », dans cette Université. Mail : annehelene.ubertini@unice.fr

d'un monde meilleur auquel il adhère la plupart du temps. Les promesses de bonheur sont en effet rarement refusées. Pourtant, dire que les citoyens adhèrent est sans doute abusif car savent-ils vraiment ce que recouvrent toutes ces notions? Ils en connaissent à peine les termes mais plus sûrement leurs détournements. Savent-ils que le développement durable repose sur d'autres piliers que la seule écologie, savent-ils que le patrimoine immatériel, ce sont aussi les valeurs des Droits de l'homme?

Franco-compatibilité ?

Les discours et la publicité sur les industries créatives n'ont pas encore touché le grand public et avant d'en étudier l'impact *a posteriori*, peut-être pouvons-nous en faire l'étude *a priori* au moins en ce qui concerne la France où la question de l'activité culturelle et de sa protection est particulièrement vive et où l'on dispose notamment d'un rapport commandé par le Ministère de l'Économie et d'un ouvrage de vulgarisation (Levy et Jouyet, 2006, Institut des Deux Rives, 2009) sur cette question. Ce ne sont pas les seules raisons même s'il paraît plus raisonnable de circonscrire une recherche limitée dans le temps à un terrain culturellement familier. Tous ces concepts se rejoignent en un point essentiel, le « penser global et agir local ». De manière plus précise, ils convergent vers ce que nous appelons « l'ancrage territorial » qui implique la valorisation des ressources des territoires, la promotion du patrimoine culturel en tant que source de développement durable, le respect de la diversité culturelle et de la créativité. Par ailleurs, la manière dont chaque pays ou collectivité territoriale s'approprié un concept et en fait la médiation dépend de sa culture. Le concept « industries créatives » est anglo-saxon et pourrait ne pas correspondre complètement à notre culture, à notre histoire passée et présente. N'y a-t-il pas en effet, en première approche, une difficulté à concilier la volonté farouche de faire passer une loi dite HADOPI pour la défense des auteurs mais surtout de leurs éditeurs au prix de quelques libertés citoyennes fondamentales au motif que l'industrie culturelle (au sens restrictif d'industrie de l'audiovisuel) va très mal tout en lançant l'idée que les industries culturelles sont une source de profit non négligeable pour tous et que « *L'art et la culture (en particulier la musique ou les jeux vidéos) sont bien souvent le point de départ de l'établissement de réseaux sociaux (partage de fichiers pair à pair).* »? (Commission européenne, 2009). N'y a-t-il pas eu en France un siècle des Lumières à nul autre pareil qui sert à légitimer la centralité et la défense du droit d'auteur dans l'économie créative (Institut des Deux Rives, 2009, p. 83)? Nous partirons de l'hypothèse générale que les individus ont besoin de cohérence ou de consonance cognitive (Festinger, 1957) et que cet équilibre doit exister à la fois entre les objectifs des industries créatives et ceux du développement durable mais encore au cœur de la définition même des « industries créatives ». Les réponses à ces questions permettront de dire si ce nouveau cheval de bataille économique est un projet de renforcement du lien social ou un cheval de Troie du capitalisme insatiable analysé par L. Boltanski et E. Chiapello (1999). La

« critique artiste » du capitalisme proposée par ces deux auteurs a-t-elle été absorbée par le capitalisme sous la forme du concept des « industries créatives » pour se régénérer et changer de mode d'oppression ou s'agit-il de faire bouger les limites classiques entre le monde marchand et non marchand ? « *L'art et la culture peuvent contribuer de manière capitale à la réalisation d'objectifs qui réconcilient la création de richesse avec le développement durable et le respect des valeurs humanistes communes. En effet, l'une des caractéristiques de l'art et de la culture est de permettre de transcender les contraintes purement économiques ou utilitaristes.* » (Commission européenne, 2009). Ce déplacement des limites posera la question de l'accès à la culture, de la définition de l'innovation et de la créativité, de la propriété intellectuelle et de la gouvernance des organisations. Il n'est pas indifférent de passer en un siècle de la toute puissance du bureau des méthodes du taylorisme à l'affirmation que « tout le monde a des idées » (Institut des Deux Rives, 2009).

L'État et le droit d'auteur

La définition de ce que sont les industries créatives est donnée notamment par la CNUCED en 2008.² Elles « se situent à la croisée des chemins entre les arts, la culture, les affaires et la technologie. [...] et leur facteur de base est le capital intellectuel. » À n'en pas douter, le concept est flou, évolutif et subjectif mais, à côté de cette difficulté à cerner l'objet que nous examinons ici, s'impose la certitude que les organisations concernées sont légion et qu'une nouvelle approche économique les concernant signifie un changement sociétal. Après l'ère industrielle capitaliste puis l'ère postindustrielle capitaliste, sommes-nous en train de jeter les bases d'une société industrielle postcapitaliste ? Le modèle industriel taylorien est toujours d'actualité dans la société de l'information même si les modèles se succèdent et si le modèle postindustriel a pu donner l'impression d'une rupture. Il a surtout été (Floris, 2004), un perfectionnement du modèle industriel, une manière de tirer un meilleur parti des ressources humaines notamment de leur capital intellectuel. Le « tout le monde a des idées » n'est pas né avec les industries créatives mais il ne s'agissait pas de parler de création et de reconnaître des droits d'auteur. La contribution intellectuelle de chacun à la bonne marche des entreprises allait de soi. Le changement avec les industries culturelles réside dans la proportion des ingrédients. Lorsque le carburant principal est l'idée, lorsque les échanges se dématérialisent, la propriété intellectuelle devient la source majeure, mais potentielle seulement, de revenus. Reposer fortement la question du droit d'auteur, de la propriété intellectuelle

02. « Aujourd'hui, les industries créatives font simultanément appel aux sous-secteurs traditionnels, à ceux à forte composante technologique et à ceux axés sur la fourniture de services, depuis les arts folkloriques, les festivals, la musique, les livres, la peinture et les arts du spectacle jusqu'à des sous-secteurs à plus forte composante technologique comme l'industrie du cinéma, la radio, l'animation numérique et les jeux vidéo, ou encore des domaines axés sur la fourniture de services d'architecture et de publicité. Toutes ces activités ont une forte composante de compétences créatives et peuvent produire des revenus sous forme d'échanges commerciaux et de droits de propriété intellectuelle. » (CNUCED, rapport sur l'économie créative 2008).

n'est cependant pas anodin. Il s'agit d'une question sociétale fondamentale sur la place respective de l'individu et du collectif, la nature de la création, le statut du créateur. Fer de lance dans le débat sur le droit d'auteur jusqu'au XIX^e siècle, la France n'a plus su s'adapter aux évolutions techniques qui ont profondément bouleversé les modes de production et de diffusion de la création. La dernière loi française sur la propriété intellectuelle, dite « HADOPI » (1 puis 2), doit permettre d'intercepter les pirates du Net qui téléchargent musiques et films illégalement et les échangent gratuitement via des plateformes numériques d'échanges de fichiers (P2P). Rien de choquant à cela et rien de nouveau non plus : « *Le 2 janvier 1793, le comité reçut une pétition signée de trente auteurs et éditeurs de musique demandant à l'Assemblée "dans toute sa sagesse de trouver un moyen de protéger leur propriété et d'empêcher la piraterie"* » (Latournerie, 2001). Ces auteurs eurent gain de cause quelques mois plus tard. Le mot « pirate » existait déjà. Il faut remonter un peu plus loin dans le temps pour entendre parler de la censure royale : la liberté de créer et celle de diffuser sa création n'allaient pas de soi avant la Révolution. En accordant le droit d'éditer des ouvrages à certains libraires seulement ou de jouer des pièces de théâtre à la seule Comédie française, le pouvoir royal contrôlait l'information et exerçait la censure. Actuellement vingt-deux sociétés de protection des droits d'auteurs et de leurs ayants-droit gèrent les droits de la plupart des artistes. Ce sont des sociétés privées exerçant une mission de service public sous le contrôle du ministère de la culture. Pour réussir à se faire connaître, les artistes passent généralement un contrat avec des maisons de production pour la musique et le cinéma et avec des éditeurs pour les livres. Comme les éditeurs parisiens qui abusaient de leur privilège au détriment des auteurs, les « majors » actuelles ne ménagent pas leurs auteurs. La piraterie rebaptisée piratage au XXI^e siècle n'en sévit pas moins avec l'aide efficace d'un copieur géant : l'Internet. Les FAI (Fournisseurs d'Accès Internet) se trouvent à l'interface entre les fournisseurs de contenus et les « consommacteurs »³, ils alimentent les tuyaux et occupent une position stratégique. L'État pourrait comme il y a fort longtemps censurer et priver de liberté de manière abusive les citoyens internautes en imposant aux FAI de couper l'accès à Internet à un ordinateur. C'est chose faite avec la loi Hadopi. Si le pirate n'est pas à plaindre, encore faut-il qu'il soit seul la cible de la sanction, qu'il soit identifié sans doute possible, ce qui n'est pas garanti, mais le problème majeur est ailleurs, il réside dans le risque qu'une telle pratique fait courir aux libertés individuelles. Pour intercepter les contrevenants, il faut bien en effet observer le trafic et les comportements de tous les internautes. Quoi qu'il en soit, le droit de propriété intellectuelle est bien gardé et peut donc devenir source de revenus dès lors que le prix de la liberté n'entre pas dans le calcul. Ne dit-on pas que la liberté n'a pas de prix ?

03. Sur Internet, le consommateur passif devient acteur et souvent auteur quelle que soit la qualité de sa production.

Un changement de paradigme social et économique

Toutefois, si la CNUCED souligne bien la capacité du droit de propriété intellectuelle à générer des revenus, elle insiste sur la transdisciplinarité, la capacité naturelle de tous les individus à avoir des idées, la circulation du savoir, le partage des connaissances, la cohésion sociale et le développement des pays émergents. Cette valorisation du droit d'auteur n'a rien à voir avec nos politiques actuelles; elle défend le collectif et la cohésion sociale, protège le patrimoine immatériel des pays les plus faibles et propose de mettre les industries créatives au cœur de cette dynamique d'inclusion sociale car l'art et la culture sont porteuses de valeurs autres que l'accumulation individuelle de biens matériels. La promotion des « industries créatives » est en phase avec le désir de rompre avec le modèle capitaliste et en synergie avec les réalités organisationnelles des entreprises innovantes. En adoptant le modèle postindustriel, les organisations sont passées du travail individuel au travail de groupe, rendant l'identification d'un créateur unique d'autant plus difficile. En France, la ligne hiérarchique s'est raccourcie comme ailleurs mais les rapports humains sont restés très hiérarchisés et admettre qu'il n'y a plus des « créatifs » attirés mais un créateur potentiel dans chaque salarié n'est pas encore admis: « Tout le monde a des idées mais toutes les idées se valent-elles? Contribuent-elles toutes également à la production collective? ». Réduire les distances, admettre l'inventivité de chacun, passer vraiment de la pyramide des pouvoirs aux réseaux des savoirs, revient à proposer une révolution culturelle. Un changement qui pourrait aider les PME à grandir (Dumas, 2006) car la défense de la propriété intellectuelle en France touche moins l'oeuvre collective (article L113-5 du code de la propriété intellectuelle) des petites organisations que celle des artistes individuels sous contrat avec des « majors ». Les lenteurs de la justice, le manque de formation des juges des tribunaux de commerce, la déférence aux grandes entreprises ne permettent pas aux petites entreprises de profiter de leur créativité pour croître. Les grandes entreprises peuvent se transformer en pirates sans risque et absorber les inventions et les inventeurs sans crainte de sanction. En effet, le temps pour la petite entreprise de faire valoir ses droits, la dépense d'énergie pour affronter de grosses structures « prédatrices », ne correspondent ni à la trésorerie des petites entreprises innovantes ni à leur culture.

Certitudes et risques

Le concept des « industries créatives », comme celui du développement durable avant lui, ne peut qu'être détourné s'il ne correspond pas à un changement de société. Rien ne dit pour autant que non détourné de son sens les conséquences d'une telle politique ne réservent pas de mauvaises surprises. La promotion de la diversité culturelle par exemple, pour louable qu'elle soit, a conduit au communautarisme à travers la reconnaissance des différences culturelles. Les nouvelles politiques préfèrent désormais inciter à l'interculturalité parce que cette dernière met l'accent sur la nécessaire tolérance entre les cultures et

surtout sur le dialogue interculturel, le lien plutôt que la division (Conseil de l'Europe, 2008). Pourtant le rapport de la CNUCED de 2008 sur l'économie créative ne nuance pas sa promotion de la diversité culturelle: « *l'appui aux industries créatives nationales doit être considéré comme faisant partie intégrante de la promotion et de la protection de la diversité culturelle. En outre, cette diversité, du fait qu'elle constitue un bien public mondial, mérite le plein appui de la communauté internationale.* » (p. 38). Les écueils sont à la fois là où personne ne les attend et déjà en germe dans les contradictions apparentes qu'il faudrait dépasser. M. Levy et J-P. Jouyet (2006), évoquent plusieurs paradoxes à propos de l'économie de l'immatériel, carte maîtresse de l'économie créative: paradoxe entre la protection des auteurs et la nécessaire circulation des idées consubstantielle de la créativité, entre une économie concurrentielle et en même temps collaborative, entre le payant et le gratuit, entre le travail moderne et de nouvelles formes de contrôle et de pénibilité. Ils démontrent néanmoins qu'il y a à la fois opposition et complémentarité entre des modes d'action et des règles opposés. E. Morin (1981) rappelle à ses contemporains qu'il faut renoncer à l'élémentarisme simplificateur pour penser la complexité et par conséquent accepter de distinguer et relier en même temps. Toutefois penser la complexité ne nous contraint pas à confondre paradoxe et manipulation (Le Cornec Ubertini, 2007). Le collectif et l'individuel peuvent parfaitement se compléter mais il ne suffit pas de reprendre le même schéma que celui du développement durable, les trois cercles qui s'interpénètrent (Étude pour la commission européenne, juin 2009), pour donner une représentation unifiée, claire et honnête, des objectifs poursuivis. Si la communication a toujours une visée persuasive, elle se transforme en propagande abusive lorsqu'elle sert à donner une image de son action contraire à la réalité.



BIBLIOGRAPHIE

Références bibliographiques

BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard, 1999, 843 p.

DUMAS Anne. *Pourquoi nos PME ne grandissent pas* [en ligne]. Paris: Institut Montaigne, 2006. Disponible sur: <<http://www.institutmontaigne.org/pourquoi-nos-pme-ne-grandissent-pas-2444.html>> (consulté le 29.11. 2009).

FESTINGER Leon. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1957, pagination multiple.

LATOURNERIE Anne. *Petite histoire des batailles du droit d'auteur. Multitudes* [en ligne]. 2001, n° 5. Disponible sur: <<http://multitudes.samizdat.net/Petite-histoire-des-batailles-du>> (consulté le 28.11.2009)

LE CORNEC UBERTINI Anne-Hélène. « L'éco-citoyenneté au risque de la manipulation. » *Recherches en communication*, 2007, n° 28, pp. 69-89.

FLORIS Bernard. « L'identité du salarié moderne et l'acculturation à l'entreprise globalisée ». *Communication & Organisation*, 2004, n° 24, pp. 135-146.

LEVY Maurice, JOUYET Jean-Pierre. *L'Économie de l'immatériel, la croissance de demain*. Paris : ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, 2006, 170 p.

MORIN Edgar. *Pour sortir du vingtième siècle*. Paris : Nathan, 1981, 382 p.

Travaux collectifs institutionnels

CNUCED, PNUD. Rapport sur l'économie créative 2008 [en ligne]. Genève: Secrétariat de la CNUCED, New York: Unité spéciale pour de la coopération Sud-Sud, PNUD. Disponible sur : <<http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=9750&intItemID=2068&lang=1&mode=downloads>> (consulté le 29.11.2009).

COMMISSION EUROPEENNE. L'impact de la culture sur la créativité. Une étude préparée pour la Commission européenne (Direction générale Education et Culture) [en ligne]. Bruxelles : KEA European Affairs, juin 2009. Disponible sur : http://ec.europa.eu/culture/keydocuments/doc/study_impact_cult_creativity_fr.pdf (consulté le 29.11.2009).

CONSEIL DE L'EUROPE. *Livre blanc sur le dialogue interculturel*. Strasbourg: Conseil de l'Europe, 7 mai 2008, 72 p.

CONSEIL DE L'EUROPE. *Convention-cadre du Conseil de l'Europe sur la valeur du patrimoine culturel pour la société*. Série des traités du Conseil de l'Europe – n° 199, Faro, 27.X.2005.

INSTITUT DES DEUX RIVES. *Économie créative, une introduction*. Bordeaux: Mollat, 2009, 160 p.

• • •

Résumé : La promotion des industries créatives serait la solution économique et sociale pour répondre à la nécessité de disposer de suffisamment de revenus pour vivre décemment et au besoin de ne pas être que consommateur. Au cœur du dispositif: le capital intellectuel à monnayer et à partager à la fois. Communiquer honnêtement sur ce paradoxe qui implique une transformation sociale profonde n'est possible que dans une société où l'individuel ne l'emporte pas sur le collectif. La France n'est pas encore prête.

Mots-clés : patrimoine culturel, industries créatives, droit d'auteur

Abstract : *The promotion of creative industries might be the economic and social solution if we want to satisfy the need to have enough income to live decently and to be someone else rather than just a consumer. At the heart of the concept: intellectual capital that we can both monetize and share. Communicating honestly about this paradox which implies a deep social transformation is possible in a society where the individual does not outweigh the collective. France is not ready yet.*

Keywords : *Cultural heritage, creative industries, copyright*

