Fred Turner

L'usage de l'art

de Burning Man à Facebook, art, technologie et management dans la Silicon Valley

C&F éditions

Couverture : *The Bankers*
Photographie de Scott London
Performance de Dadara, Burning Man 2012

L'artiste néerlandais Dadara s'est fait une réputation dans le monde de l'art en tant que provocateur dont le travail combine installations conceptuelles et performances interactives. Ici, son équipe et lui posent habillés comme des banquiers dont le costume se transforme en salopette de peintre. À la source de cette performance théâtrale, un concept d'institution financière fictive qui proposerait des billets de banque sans valeur faciale comme monnaie pour l'art. « *Les gouvernements n'ont pas d'argent pour l'art mais des milliards pour renflouer les banques* – déclare Dadara – *alors j'ai créé une banque.* »

L'USAGE DE L'ART

Du même auteur chez C&F éditions

Fred Turner
Aux sources de l'utopie numérique.
De la contre-culture à la cyberculture : Stewart Brand, un homme d'influence
Traduit de l'anglais (États-Unis) par Laurent Vannini
2012, ISBN 978-2-915825-10-7

Fred Turner
Le cercle démocratique.
Le design multimédia, de la Seconde Guerre mondiale aux années psychédéliques
Traduit de l'anglais (États-Unis) par Anne Lemoine
2016, ISBN 978-2-915825-64-0

Mary Beth Meehan (photographies et récits) & Fred Turner (essai)
Visages de la Silicon Valley
Traduit de l'anglais (États-Unis) par Valérie Peugeot
2018, ISBN 978-2-915825-86-2

Catalogue complet : https://cfeditions.com

© Fred Turner, 2020
© SAGE Publications, 2009, pour *Burning Man at Google*
© Elsevier, 2018, pour *The arts at Facebook*
© Scott London, 2020, photographies de Burning Man
© Facebook, 2020, photographies du campus de Facebook
© C&F éditions, 2020 pour les traductions en français

Collection Société numérique
ISSN 2647-1493
ISBN 978-2-37662-017-4
C&F éditions, décembre 2020
35C rue des rosiers, 14000 Caen
https://cfeditions.com

Fred Turner

L'usage de l'art

de Burning Man à Facebook, art, technologie et management dans la Silicon Valley

Traduit de l'anglais (États-Unis) par Jay Demazière, Sophie Harris, Marine Kennerknecht et Hervé Le Crosnier

Photographies de Burning Man par Scott London

Collection Société numérique

C&F éditions
2020

Introduction : l'usage de l'art dans la Silicon Valley

Au cours des cinquante dernières années, le marché de l'art a explosé dans le monde entier. Dans les années 1960, les collectionneurs pouvaient acheter un tableau en flânant de galerie en galerie. Aujourd'hui, ils agitent des pancartes numérotées dans les salles de vente aux enchères bondées de Londres et de Paris, voyagent en avion de Shanghai à Manhattan, de Venise à Miami pour ne manquer aucune biennale, et s'échangent les œuvres de leurs collections comme s'il s'agissait d'actions boursières sur un marché dématérialisé. Grâce au développement d'Internet et des transports aériens, il est désormais possible d'accéder à un nombre infini d'œuvres et de genres artistiques, tout en ayant en temps réel une estimation des prix. Le monde de l'art s'est mondialisé et financiarisé. L'art est ainsi devenu une sorte de monnaie mondiale[1].

1. Noah Horowitz, *Art of the Deal: Contemporary Art in a Global Financial Market*, Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2011 ; Franz Schultheis, *et al.,* « When Art Meets Money: Encounters at the Art Basel », *Kunstwissenschaftliche Bibliothek*. Kœln: Verlag der Buchhandlung Walther Kœnig, 2015 ; Mark C Taylor, « Financialization of Art », *Capitalism and Society*,

Bien que les technologies numériques aient joué un rôle clé dans ce processus, la Silicon Valley est restée étrangement sourde aux chants des sirènes du marché traditionnel de l'art. Si l'on considère le réseau mondial des foires artistiques et des vendeurs haut de gamme, le point le plus proche de la Valley se trouve à Los Angeles, à quelque 550 kilomètres au sud. Plusieurs galeries de premier ordre sont néanmoins basées à San Francisco, et l'une d'entre elles, Pace, possède une annexe à Palo Alto, tout près de l'université Stanford. Cependant, dans l'ensemble, commissaires d'exposition et vendeurs du marché mondial de l'art n'ont pas rencontré un grand succès en Californie du Nord[2]. Pour les fidèles du monde de l'art, cet apparent manque d'intérêt de la Silicon Valley est déroutant. Des générations durant, ceux qui accédaient à la richesse se servaient de l'art pour affirmer leur statut social. Or la Silicon Valley a connu une explosion de nouveaux riches rarement égalée. Tout comme les banques et les fonds spéculatifs de Manhattan ont été à l'origine de fortunes multimillionnaires pendant des décennies, Apple, Facebook et Google ont donné naissance à des centaines de millionnaires et un nombre non négligeable de milliardaires. Ne devraient-ils pas acheter peintures, sculptures et installations multimédias[3] ?

6.2, 2011, article 3 ; Sarah Thornton, *Seven Days in the Art World,* New York: W.W. Norton, 2008 ; Olav Velthuis, & Erica Coslor, « The Financialization of Art » *in* : Karen Knorr Cetina & Alex Preda (dir.), *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*, Oxford: Oxford University Press, 2012, p. 471-487.

2. James Tarmy, « Why Silicon Valley's Young Elite Won't Invest in Art », *Bloomberg.com*, 1 février 2017. https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-02-01/why-silicon-valley-s-young-elite-won-t-invest-in-art.

3. Certains sont d'avis que ce sera bientôt le cas. Voir, par exemple, Anh-Minh Le, « A New Lust for Art Takes Hold in Silicon Valley », *SF Gate*, 15

Les vieux routiers des galeries de Londres et de New York disent souvent que les programmeurs informatiques ne s'intéressent pas à l'art. Et pourtant, comme le suggèrent les essais qui vont suivre, rien ne saurait être plus éloigné de la vérité. Depuis le début des années 1990, des milliers d'ingénieurs de la Silicon Valley se rendent dans l'un des déserts les plus inhospitaliers de l'ouest des États-Unis pendant les semaines les plus chaudes de l'année pour y construire la Black Rock City de Burning Man, une ville entière vouée à la création de sculptures interactives et de performances artistiques. On retrouve ensuite les photographies de ces œuvres affichées dans les bureaux et ateliers collaboratifs de toute la Silicon Valley. Quand Facebook a déménagé à Palo Alto en Californie en 2004, une des premières décisions de Mark Zuckerberg a été d'inviter un graffeur pour recouvrir de fresques les murs des bureaux de l'entreprise. Aujourd'hui, Facebook possède des bureaux dans le monde entier ; l'entreprise emploie des conservateurs sur plusieurs continents pour s'assurer que les murs soient couverts de peintures et de sculptures. Nombre d'informaticiens de la Silicon Valley passent une large partie de leur temps libre à élaborer des sculptures électriques scintillantes, à souder des robots cracheurs de feu, ou à fabriquer des costumes extravagants pour une unique performance de cosplay[4].

mai 2017. https://www.sfgate.com/travel/article/A-new-lust-for-art-takes-hold-in-Silicon-Valley-11140006.php.

4. [NdT] Cosplay : activité festive durant laquelle les participants sont habillés et déguisés dans le style de personnages de fiction, de bande-dessinées ou de jeux vidéo.

Certes, les organisateurs d'Art Basel ou de la Biennale de Venise ne considèrent généralement pas ces travaux comme de l'art. Pour les élites de l'art contemporain, ces artefacts sont aussi étrangers à leur domaine que ne l'étaient les masques africains aux peintres européens classiques, ou les totems des tribus de Nouvelle-Guinée aux fondateurs du MOMA de New York. Pourtant, pour les ingénieurs de la Silicon Valley, il s'agit bien d'œuvres d'art. Pour comprendre comment et pourquoi, il faut se défaire de l'idée que pour être considérée comme de l'art, une œuvre doit prendre une forme déterminée par les mouvements artistiques parisiens et new-yorkais du XXe siècle. Il faut de même oublier les préconceptions qui voudraient que les hiérarchies de richesse et de privilège de la Californie du Nord reflètent celles de Manhattan. L'art de la Silicon Valley est le fruit d'une longue tradition de collaboration entre industries technologiques et art, en Californie et au-delà. Aujourd'hui, il s'agit plus d'un moyen de célébrer les valeurs des ingénieurs et des informaticiens que d'un marqueur social de statut individuel.

La relation traditionnelle entre art et technologie

La création de tout type d'œuvre d'art a, bien entendu, toujours impliqué l'usage d'une technologie, qu'il s'agisse d'un pinceau et d'un chevalet ou d'un appareil photo numérique. Le rôle que l'art joue dans la Silicon Valley doit cependant ses origines à une tradition précise, consistant à faire des efforts délibérés pour intégrer de nouveaux médias et techniques de fabrication dans les pratiques artistiques existantes. Si certains

font remonter cette tradition à l'époque de Léonard de Vinci, d'autres la situent encore plus tôt dans le temps. Dans le cadre de ce livre, nous nous contenterons de remonter simplement au milieu du XXe siècle.

Aux États-Unis, les années qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale, et les années 1960 en particulier, sont témoins d'un bourgeonnement d'interactions entre l'ingénierie et le monde de l'art[5]. Ainsi, lorsqu'un groupe d'artistes à New York s'est mis à utiliser des caméras vidéo et a pris pour nom la Raindance Corporation, ils se sont dans le même temps imprégnés d'une école de pensée dominante dans l'ingénierie des États-Unis de l'après-guerre : la cybernétique. Ils se considéraient comme ingénieurs de l'interaction, réalisant avec – et pour – leur public ce que les cybernéticiens avaient fait avec les premiers dispositifs de rétroaction[6]. D'autres projets se sont construits autour de collaborations directes entre artistes et ingénieurs, en bousculant des cultures institutionnelles

5. Ann Collins Goodyear, *The Relationship of Art to Science and Technology in the United States 1957-1971: Five Case Studies*, Ph.D. Dissertation, University of Texas, 2002 ; Ann Collins Goodyear, « György Kepes, Billy Klüver, and American Art of the 1960s: Defining Attitudes toward Science and Technology », *Science in Context*, 17.4, 2004, p. 611-35 ; Pamela M. Lee, *Chronophobia: On Time in the Art of the 1960's*, Cambridge, MA: MIT Press, 2004 ; Fred Turner, « Romantic Automatism: Art, Technology, and Collaborative Labor in Cold War America », *Journal of Visual Culture*, 17.1, 2008, p. 5-26 ; Fred Turner, « The Corporation and the Counterculture: Revisiting the Pepsi Pavilion and the Politics of Cold War Multimedia », *Velvet Light Trap,* 73, spring 2014, p. 66-78 ; Patrick McCray, « The Engineer as Work of Art », 30 août 2016. http://www.patrickmccray.com/2016/08/30/the-engineer-as-work-of-art/.

6. Michael Shamberg & Raindance Corporation, *Guerrilla Television*, New York: Holt Rinehart & Winston, 1971.

existantes. En 1967, György Kepes, dernier disciple du mouvement Bauhaus, a créé le Center for Advanced Visual Studies au MIT, réunissant ingénieurs, scientifiques et artistes afin d'élaborer des œuvres d'art de grande taille. Au début des années 1960, l'ingénieur Billy Klüver faisait visiter les Bell Laboratories, son lieu de travail, à des artistes comme Robert Rauschenberg. Dès la fin de la décennie, Klüver avait créé Experiments in Arts and Technology (EAT), un organisme important parrainé par des entreprises, qui visait à mettre en relation artistes et ingénieurs pour mener à bien de nouveaux projets. Des entreprises comme AT&T ou Teledyne offraient des résidences et des bourses aux artistes, et de Los Angeles à Londres, des musées montaient des expositions visant à montrer comment l'art et la technologie (et l'informatique en particulier) pouvaient s'influencer mutuellement.

La guerre du Vietnam a fini par détruire la confiance du monde de l'art envers les entreprises des États-Unis et dans la bienveillance de la technologie américaine. Pourtant elle n'a, à l'inverse, en aucun cas affecté celle que portait l'industrie informatique à l'art et aux artistes en tant qu'agents de l'innovation et modèles d'entrepreneuriat. Cela s'est révélé particulièrement vrai dans la Silicon Valley, et plus encore au sein du Palo Alto Research Center (PARC) de Xerox. Installé sous le ciel bleu de la Californie en 1970 comme avant-poste de la recherche fondamentale du groupe new-yorkais Xerox Corporation, le PARC est à l'origine du concept d'interface graphique que nos ordinateurs utilisent tous les jours, d'une grande partie de la technologie de l'impression laser, et d'une vision de l'informatique ubiquitaire qui, aujourd'hui encore, influence le design des nouveaux

appareils numériques. Dans les années 1970 et 1980, les ingénieurs et le personnel de PARC ont commencé à monter des expositions temporaires de leurs propres œuvres d'art. Au début des années 1990, ils avaient déjà commencé à solliciter des œuvres auprès d'artistes de toute la baie de San Francisco pour ces expositions, en leur offrant l'occasion de profiter des photocopieuses de l'entreprise et de ses processus informatiques et algorithmiques[7].

En 1993, le PARC a mis en place un programme d'artistes en résidence, dirigé par Rich Gold, programmeur, artiste numérique, et théoricien phare de l'informatique ubiquitaire. Ce programme mettait en relation des artistes ayant travaillé avec les nouveaux médias et des chercheurs de Xerox, dans l'espoir qu'ils puissent explorer ensemble de nouveaux horizons. Il a donné naissance, entre autres, à des sculptures multimédia, des récits multi-écrans, et les premiers exemples d'art algorithmique. Mais ce que l'on peut retenir aujourd'hui de ce projet, c'est avant tout la manière dont il a conçu la relation entre l'art et les sciences de l'informatique.

Pour les dirigeants de Xerox, le programme d'artistes en résidence était un moyen d'aider les équipes de R&D (recherche et développement) à imaginer de nouveaux usages pour les technologies de l'entreprise et à concevoir de nouvelles techniques à venir.

« *Les artistes redynamisent l'ambiance en apportant de nouvelles idées, manières de penser, façons de voir et contextes d'action* » expliquait en 1999 John Seely Brown, directeur du

7. Marshall Bern, « Art Shows at PARC », in Craig Harris, *Art and Innovation: The Xerox Parc Artist-in-Residence Program*, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1999, p. 259-277.

Xerox PARC entre 1990 et 2002. « *Qui sait quelles merveilles peuvent naître lorsqu'on permet à deux traditions intellectuelles complexes et bien établies de se rencontrer ?* »[8]. Selon Brown, les autres entreprises intéressées par l'art se contentaient d'acheter des œuvres et de les accrocher au mur. Au Xerox PARC, les artistes étaient intégrés dans le processus de production, et la frontière entre œuvres d'art et prototypes techniques était maintenue délibérément floue.

Le programme d'artistes en résidence offrait également aux artistes et aux chercheurs l'opportunité de profiter mutuellement de la légitimité culturelle de l'autre. Dans les années 1990, Xerox avait pour slogan « The Document Company ». Comme l'expliquait Brown, « *les artistes sont, en réalité, des chercheurs du document, découvrant de nouveaux types de documents, de nouveaux usages, de nouvelles manières de les construire, de nouvelles manières pour les documents de se présenter, de s'écouter, de se comporter… Et même de nouvelles définitions de ce qui constitue un document.* »[9] En travaillant au Xerox PARC, les artistes bénéficiaient non seulement d'un financement et d'un accès à de nouveaux outils, mais ressentaient également l'excitation de travailler à la pointe de la technologie. En recrutant des artistes comme chercheurs, Xerox ennoblissait sa propre entreprise. La conception des nouvelles technologies de l'information devenait ainsi bien plus qu'une étape dans un processus industriel de production. Il s'agissait d'une forme d'innovation créative au même titre que l'art. Au Xerox PARC, artistes et ingénieurs en

8. John Seely Brown, « Introduction », in Harris, *Art and Innovation*, *op. cit.*, p. xi-xiii; xii.

9. *Ibid.*

venaient à penser la technologie elle-même comme un « langage commun », selon les termes de Rich Gold[10]. Ils étaient des entrepreneurs en devenir, imaginant de nouveaux outils pour leur espace de travail numérique, modélisant les collaborations créatives dont ce futur espace allait dépendre et exprimant leur créativité individuelle à travers la conception et l'élaboration de nouvelles machines.

L'art et la technologie dans la Silicon Valley d'aujourd'hui

De nos jours, les opportunités de collaboration abondent dans toute la baie de San Francisco pour les artistes, scientifiques et ingénieurs de la Silicon Valley. Une programmeuse de Google peut aisément se rendre dans la ville voisine d'Oakland pour rejoindre The Crucible, une école d'art industriel, où elle peut apprendre à plier et souder le métal pour donner naissance à ses propres créations. Ou bien elle peut rejoindre Gray Area, un collaboratoire installé dans le quartier The Mission à San Francisco, qui offre des espaces pour les artistes et ingénieurs souhaitant développer des projets multimédia, et dans le même temps héberge une pépinière de start-up en création. Au cœur même de la Silicon Valley, des espaces de travail comme le Hacker Dojo ou Biocurious offrent des lieux d'exposition et des outils pour la programmation créative (d'ordinateurs dans le premier cas, et d'organismes vivants

10. Rich Gold, « PAIR: The Xerox PARC Artist-in-Residence Program » in Harris, *Art and Innovation*, *op. cit.*, p. 12-20; 15.

dans le second, souvent à des fins explicitement artistiques[11]). Même la NASA est entrée dans la danse. Quatre années de suite, entre 2007 et 2011, l'Ames Research Center de la NASA et le Moffett Field de Mountain View, en Californie, ont organisé la « Nuit de Youri », un festival d'art multimédia, avec des rave parties, des DJ de hip-hop, des concerts en live et des démonstrations technologiques, en l'honneur du cosmonaute russe Youri Gagarine. Les organisateurs la baptisaient « Fête mondiale de l'Espace ».

Rien de tout cela n'a grand-chose à voir avec les styles de peinture et de performance qui animent la scène artistique de New York. Mais cela offre un aperçu des raisons pour lesquelles l'industrie high-tech s'est emparée de Burning Man, et des logiques qui ont poussé Facebook à recouvrir ses murs de fresques. À Burning Man comme chez Facebook, la technologie et l'art sont conçus pour former un seul et unique langage expressif à travers lequel programmeurs et chercheurs, mais également marketeurs et managers, peuvent réinterpréter leur travail comme une forme de réalisation créative de soi. À Burning Man, ils peuvent concevoir des prototypes pour de nouvelles technologies, former de nouvelles équipes de travail, et imaginer tous ces projets comme une contribution à l'élaboration d'une société plus collaborative et plus ludique. Chez Facebook, les employés parcourent des couloirs décorés de peintures et graffitis réalisés avec un tel talent qu'ils pourraient confondre leur espace de travail avec une ville conçue par l'artiste de rue militant Banksy. Dans les deux cas, ils

11. L'art biologique est devenu un genre en soi bien au-delà des limites de la Silicon Valley. Voir Robert Mitchell, *Bioart and the Vitality of Media*, Seattle: University of Washington Press, 2010.

peuvent considérer le développement des technologies numériques non seulement comme la nouvelle étape de l'expansion industrielle née à la fin du XVIIe siècle, mais aussi comme une sorte de transformation humaine bienveillante.

Les deux essais qui suivent ont été écrits à un peu plus de dix ans d'intervalle. Pendant cette période, les médias sociaux sont devenus omniprésents, et Google et Facebook ont acquis un pouvoir économique et politique jusqu'alors inimaginable. Au début des années 2000, journalistes et universitaires célébraient les incroyables capacités d'Internet qui permettait aux individus d'échanger entre eux, de collaborer sur des projets, et de faire incognito des allers-retours sur le fil ténu qui sépare vie professionnelle et vie sociale. Logiciels open source, Wikipédia, blogs, jeux de rôle multijoueurs en ligne : tout semblait annoncer l'arrivée d'un nouveau mode de production que Yochai Benkler, alors professeur de droit à Yale, avait baptisé « production collaborative basée sur les communs »[12]. Aujourd'hui, ce monde plein d'espoir d'une collaboration heureuse s'est dissous en un nouveau modèle économique, que la sociologue Shoshana Zuboff a nommé « capitalisme de surveillance »[13]. Lorsque nous parlons, jouons

12. Yochai Benkler, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven: Yale University Press, 2006 (trad. en français : *La richesse des réseaux : Marchés et libertés à l'heure du partage social*, Presses universitaires de Lyon, 2009).

13. Shoshana Zuboff, « Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization », *Journal of Information Technology*, 30, 2015, p. 75-89 ; Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York: Public Affairs, 2018 (trad. en français : *L'âge du capitalisme de surveillance*, Zulma, 2020).

ou travaillons ensemble dans un environnement numérique, explique-t-elle, nous laissons derrière nous des traces numériques de notre activité. Des entreprises comme Google et Facebook récupèrent ces bouts de poussière numérique et les assemblent, les analysent et les étudient afin de nous persuader d'acheter ou de croire en de nouvelles choses, via des publicités en ligne ciblées. Sous le nuage du capitalisme de surveillance, ce mélange de collaborations professionnelles et interpersonnelles que célébrait Yochai Benkler est devenu une source inépuisable de profit.

L'art a largement participé à la capacité des technologues de la Silicon Valley à visualiser, mettre en œuvre et légitimer cette transformation. À l'image des artistes-chercheurs du Xerox PARC des années 1990, les adeptes de Burning Man au début des années 2000 construisaient souvent des œuvres qui cherchaient à exploiter le potentiel esthétique d'une technologie particulière. Le processus d'élaboration de ces œuvres a servi de modèle pour le type de « production collaborative basée sur les communs » sur lequel les industries technologiques de la Silicon Valley reposaient depuis peu. Ce qui aurait été considéré comme du travail sur le campus d'une entreprise de la Silicon Valley est devenu un jeu extatique dans le désert ; ce qu'un ingénieur aurait fait contre rémunération pour son travail ordinaire est devenu une activité qu'il réalise par passion.

Au cours des dernières années, malgré le décès de son fondateur Larry Harvey, Burning Man s'est développé à une vitesse ahurissante. La ville temporaire de 35 000 habitants que j'ai vue pour la première fois en 2006 a vu sa taille plus que doubler. En 2018, plus de 70 000 personnes ont assisté

à l'événement dans le désert de Black Rock. Des dizaines de milliers d'autres se sont rendues à des *regional burns* un peu partout dans le monde. Alors que les journalistes dénonçaient autrefois la nudité et la consommation de drogues, la presse note aujourd'hui la présence de célébrités, l'arrivée des cadres dirigeants en jet privé, et le fait que les plus riches peuvent payer pour que des Burners expérimentés installent leur campement, cuisinent pour eux et leur permettent de passer un bon moment. Ce qui était autrefois un événement purement artisanal est devenu pour certains un festival de consommation expérientielle, un endroit pour voir, entendre et ressentir des choses auxquelles on ne prêterait pas forcément attention au quotidien. Au moins pour les participants qui sont prêts à payer pour ce privilège.

De ce fait, le Burning Man actuel ressemble à l'Internet d'aujourd'hui, du moins aux États-Unis. L'univers bricolé do-it-yourself des débuts d'Internet, à base de babillards communautaires et de pages personnelles, est devenu un média de masse hautement centralisé et orienté vers le consommateur. Pourtant, Burning Man contenait déjà vingt ans plus tôt les graines du capitalisme de surveillance actuel. Black Rock City n'a jamais été un espace commun ouvert à tous. Il a toujours été un territoire privé, certes immense, mais entouré de barrières et de patrouilles pour éviter les intrusions, et dont les billets d'entrée coûtent extrêmement cher. Même si les Burners ne l'auraient pas formulé ainsi, il a toujours été attendu des participants que leur comportement soit agréable à regarder, en premier lieu dans le désert par leurs compagnons Burners, et ensuite par quiconque s'intéressant aux millions de photographies de leurs exploits que les participants postent

en ligne. Au début des années 2000, faire de l'art à Burning Man signifiait vivre en accord avec les principes de la production collaborative basée sur les communs. Mais il s'agissait également de façonner un monde privatisé, axé sur des projets et régulé par la surveillance mutuelle, l'expression de soi et la représentation théâtrale de l'identité.

En ce sens, le rôle de l'art à Burning Man a longtemps été un prélude à son rôle chez Facebook. Accéder au siège social de Facebook sur le campus de Menlo Park en Californie est comme passer les portes du festival. Il n'est pas nécessaire d'acheter un billet mais tout visiteur doit signer un accord de confidentialité, être accompagné d'un employé de Facebook et passer un contrôle de sécurité. Tout comme Black Rock City, le campus de Facebook se présente comme une communauté. Ses nombreux bâtiments entourent un jardin à ciel ouvert, avec cafés et restaurants, et parfois même des artistes de rue. Et comme à Black Rock City, rien ne s'achète ; une fois à l'intérieur, toute la nourriture est gratuite.

Tant Burning Man que Facebook jouent avec l'illusion que leurs espaces sont publics. Les bureaux du siège de Facebook sont vastes et ouverts. Si les programmeurs sont assignés à leur siège, ils peuvent tout de même voir les autres autour d'eux. Mark Zuckerberg a son propre bureau, mais il s'agit d'un cube de verre situé au centre d'un espace de travail ouvert, entouré de postes de travail individuels. Tout comme la statue de l'Homme dont Burning Man tire son nom, Zuckerberg est assis au centre de la ville qu'il dirige, à la vue de tous. À Burning Man, les citoyens créent des œuvres d'art, et en parallèle mettent en scène leur appartenance individuelle à la communauté. Au sein de Facebook,

Larry Harvey, fondateur de Burning Man, en 2011.

Première page de l'encart : deux amoureux recouverts de peinture bleue marchant main dans la main vers « l'Homme » à Burning Man 2009.

Chaque année, Burning Man attire quelque 80 000 participants du monde entier. L'événement se déroule dans une ville éphémère au cœur du désert de Black Rock au Nevada, un endroit brûlé par le soleil, soumis à des températures extrêmes, des vents violents et des tempêtes de poussière suffocantes. La première photo aérienne, prise par la fenêtre ouverte d'un avion monomoteur, a été réalisée le deuxième jour de Burning Man 2015. La seconde représente Burning Man 2017.

Biographies

Fred Turner

Fred Turner est professeur de sciences de la communication à l'université Stanford. Il y est titulaire de la chaire Harry and Norman Chandler, et participe à l'enseignement des départements d'histoire, d'art et d'histoire de l'art.

Fred Turner a été journaliste freelance pendant dix ans. Il a enseigné la communication au MIT (Massachusetts Institute of Technology) et à la John F. Kennedy School of Government de Harvard. Il rédige régulièrement des articles pour la presse et les magazines autour de l'impact des technologies sur la vie des Américains.

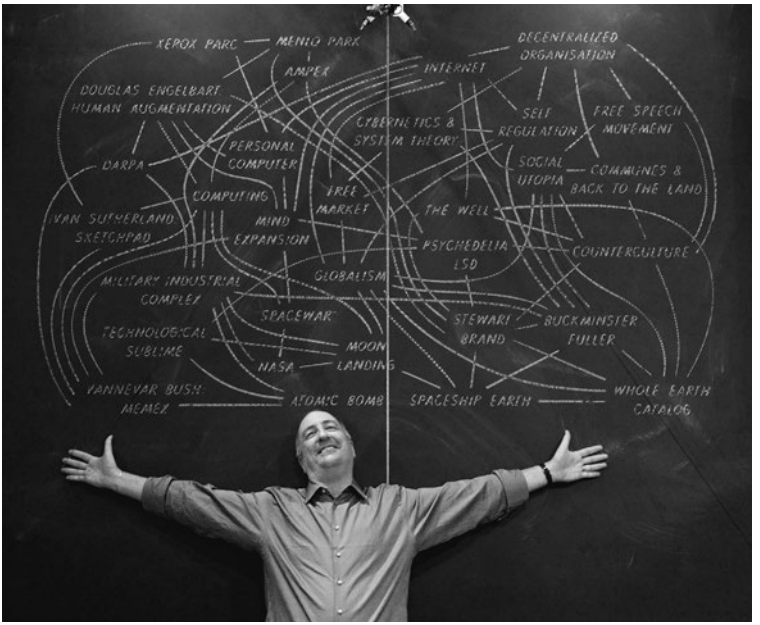
Les recherches et les écrits de Fred Turner portent sur les médias, la technologie et l'histoire culturelle des États-Unis. Il s'intéresse en particulier à l'impact des médias émergents, du multimédia et de l'Internet sur les modes de vie et les imaginaires collectifs depuis la Seconde Guerre mondiale. Ses livres ont obtenu de nombreux prix pour l'originalité de son travail, aux confins des études historiques, artistiques et sociologiques.

Fred Turner. *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture : Stewart Brand, un homme d'influence* (C&F éditions, 2012, 428 p., ISBN 978-2-915825-10-7). Version originale : *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*, University of Chicago Press, 2006. Traduit de l'anglais par Laurent Vannini.

Fred Turner. *Le cercle démocratique. Le design multimédia, de la Seconde Guerre mondiale aux années psychédéliques* (C&F éditions, 2016, 384 p., ISBN 978-2-915825-64-0). Version originale : *The Democratic Surround: Multimedia and American Liberalism from WWII to the Psychedelic Sixties*, University of Chicago Press, 2013. Traduit de l'anglais par Anne Lemoine.

Mary Beth Meehan (photographies et récits) & Fred Turner (essai). *Visages de la Silicon Valley* (C&F éditions, 2018, 112 p., ISBN 978-2-915825-86-2). Traduit de l'anglais par Valérie Peugeot.

Photo : Gary Wilson



Scott London

Scott London est photojournaliste. Originaire de Washington DC, il passe sa jeunesse à Stockholm et commence à s'essayer seul à l'art de la photographie. À 20 ans, il revient s'établir sur la côte Ouest. Très vite, ses clichés sont publiés dans des livres, magazines et journaux d'une trentaine de pays, notamment les prestigieux *Rolling Stone*, *Vanity Fair*, *GQ*, *The Atlantic*… Ses images sont exposées dans des musées du monde entier, notamment dans l'exposition *Living* au Musée d'art moderne Louisiana au Danemark ou à l'Institute of Art and Ideas en Angleterre pour l'exposition *Art in an Ephemeral Age*. Scott London participe au projet *Moving Europe* avec d'autres photographes engagés. Le but ? Inviter l'art dans la rue, afin de partager ensemble une parenthèse de beauté.

Scott London a consacré un travail de plus d'une dizaine d'années au festival Burning Man. D'abord désarçonné par l'excentricité de la manifestation, il a fini par succomber au charme de sa profonde philanthropie. En 2014, il publie un premier ouvrage photographique sur cet événement d'exception : *Burning Man: Art on Fire*, en collaboration avec Jennifer Raiser pour le texte et le photographe Sidney Erthal (Race Point, 2014 et 2016).

La photographie de la performance théâtrale de Dadara par Scott London qui figure sur la couverture de cet ouvrage a d'abord été publiée dans le magazine *Rolling Stone* puis réimprimée dans plus d'une douzaine de livres et de magazines. Elle est devenue l'une des images emblématiques de Burning Man.

On peut suivre le travail de Scott London sur son site web : https://www.scottlondon.com.

C&F éditions tient à remercier Scott pour sa gentillesse, sa disponibilité et son enthousiasme dans la réalisation du présent ouvrage.

Scott London à Burning Man 2019. Photo : Debbie Wolff.

Table des matières

Introduction :
L'usage de l'art dans la Silicon Valley 5
Google et Burning Man 21
Cahier photos :
Burning Man par Scott London 65
Dans les locaux de Facebook 78
L'art chez Facebook 81
Postface :
Rien ne dure dans la Silicon Valley 123
Remerciements 131
Biographies 134

Fred Turner est professeur de sciences de la communication à l'université Stanford, au cœur de la Silicon Valley. Il est un chercheur incontournable pour l'histoire de l'Internet, du multimédia, et des relations entre l'art, la technologie et les nouveaux pouvoir des entreprises de communication numérique.

Aux sources de l'utopie numérique
2012 – ISBN 978-2-915825-10-7

Le cercle démocratique
2016 – ISBN 978-2-915825-64-0

Avec Mary-Beth Meehan,
Visages de la Silicon Valley
2018 – ISBN 978-2-915825-86-2

Fred Turner

L'USAGE DE L'ART

de Burning Man à Facebook, art, technologie et management dans la Silicon Valley

Photos de Burning Man par Scott London

Traduit de l'anglais (États-Unis) par Jay Demazière, Sophie Harris, Marine Kennerknecht et Hervé Le Crosnier

Fred Turner nous guide au cœur du festival Burning Man, véritable mythe au sein de la Silicon Valley, puis dans les locaux de Facebook, parmi les plus secrets de la planète. Ses observations nourrissent une analyse sur le nouvel usage de l'art comme outil de management et de création d'une culture d'entreprise.

Acquisitions, fondations, mécénat : les entreprises utilisent depuis fort longtemps l'art pour manifester leur grandeur et leur rayonnement tant dans leurs bâtiments que dans l'espace public. Depuis quelques années, la Silicon Valley utilise l'art différemment pour créer un nouvel environnement de travail, un nouveau style de vie en entreprise, chaque salarié pouvant apporter ses émotions, son moi profond et sa créativité.

Pour accompagner leur croissance accélérée, les firmes du numérique ont développé leur propre culture d'entreprise en intégrant un nouvel usage de l'art. On voit ainsi des ingénieurs préparer des performances pour Burning Man, ou des artistes recouvrir de fresques et d'affiches les murs des locaux de Facebook. À l'image des utilisateurs des médias sociaux, les salariés, chargés de « changer le monde », acceptent de rendre floue la frontière entre vie privée et travail, entre leurs sentiments et leur production.

Dans ce nouvel ouvrage incisif, Fred Turner montre comment les entreprises de technologie ont construit un modèle managérial qui veut rendre invisibles les relations de pouvoir. Elles récupèrent ainsi les idées de la contre-culture, celles d'un monde sans hiérarchie et sans contrats… pour notre bénéfice individuel et pour le plus grand bien des entreprises de la Silicon Valley.

25 €
ISBN 978-2-37662-017-4
ISSN 2647-1493
http://cfeditions.com
imprimé en France

9 782376 620174