

CHARTRE DE SOUILLAC,

Cadre de Réflexion pour une Collaboration entre

l'Art et l'Industrie

Un nouvel espace de communication se met en place, issu de la rencontre entre la vidéo, l'informatique et les télécommunications : "le réseau". Il cherche actuellement sa propre logique. Le devenir de cet espace au sein de notre société reste encore énigmatique et nul ne connaît l'impact qu'il aura sur notre culture. D'où la nécessité d'une saine réflexion sur cette question et la nécessité d'une expérimentation de la part des créateurs, des industriels et des institutions.

Charte de Souillac

Souillac, France
Juillet 1997

Cet été, un petit groupe de spécialistes des Arts et de l'Industrie se sont réunis à Souillac pour rédiger une charte proposant d'établir les bases d'un dialogue entre artistes et industriels des télécommunications, en liaison avec les gouvernements et les institutions internationales, sur l'importance de la création artistique dans les nouvelles technologies et les applications inédites des télécommunications.

Les contributions de 70 spécialistes internationaux, réunis lors d'un Forum en ligne organisé avec **l'Union Internationale des Télécommunications** au printemps 97, ont alimenté le travail de réflexion du groupe. Ces contributions sont disponibles sur le site Web : <<http://www.cicv.fr/>> à la rubrique "prospectives".

La charte a été présentée lors du Forum de **Telecom Interactif 97** à Genève (Septembre 97) dans l'espoir d'ouvrir le débat sur l'avenir des télécommunications d'un point de vue culturel et sur la nécessité d'intégrer de nouvelles formes de communications et d'expressions culturelles dans notre société.

Ce projet a été organisé par le **Laboratoire de Langage Electronique** (Paris) et the **Information Society Observatory (London School of Economics and Political Science)** en collaboration avec le **Centre International de Création Vidéo** (Montbéliard, France) the **Ocean of Know** (USA), l'**Union Internationale des Télécommunications**, le **Conseil de l'Europe** et **NYNEX - Bell Atlantic**.

L'équipe de rédaction de la Charte souhaite vivement remercier la **Ville de Souillac** et la **Région Midi-Pyrénées** pour avoir fortement soutenu cette initiative.

CONTACT:

Don Foresta
Laboratoire de Langage Electronique
Tel : +33 1 42 45 31 86
Fax : +33 1 42 45 13 12

Jonathan Barton
Information Society Observatory, LSE
Tel: +44 171 955 6022
Fax: +44 171 955 7546

SOMMAIRE

Le réseau, nouvel espace interactif de communication, devient de plus en plus important dans notre société.

De manière surprenante, les deux secteurs d'activité les plus concernés par la construction de cet espace ont été ceux de l'art et de l'industrie des télécommunications.

Trouver un moyen d'étendre la collaboration entre ces deux domaines accélérerait le développement du réseau.

- L'artiste est un chercheur qui accroît le potentiel des outils de communication.
- Une collaboration étroite entre l'industrie et l'art pourrait donner naissance à de fructueuses innovations dans ce secteur.
- Les gouvernements et les institutions internationales pourraient contribuer à faire aboutir cette collaboration.
- La Charte présentée ici est un cadre de réflexion pour initier cette démarche.

CHARTRE DE SOUILLAC,

Cadre de Réflexion pour une Collaboration entre

l'Art et l'Industrie

Un nouvel espace de communication se met en place, issu de la rencontre entre la vidéo, l'informatique et les télécommunications : "le réseau". Il cherche actuellement sa propre logique. Le devenir de cet espace au sein de notre société reste encore énigmatique et nul ne connaît l'impact qu'il aura sur notre culture. D'où la nécessité d'une saine réflexion sur cette question et la nécessité d'une expérimentation de la part des créateurs, des industriels et des institutions.

Ce qu'est cette Charte

Un schéma de dialogue et de reconnaissance mutuelle entre les artistes travaillant avec les nouvelles technologies de communication et le secteur privé produisant ces technologies.

Une interface entre les organisations gouvernementales et internationales concernées directement par les télécommunications.

Ce qu'elle n'est pas

Un cadre de réglementation pour le sponsoring et le marketing.

Résultats escomptés

La collaboration entre l'Art et l'Industrie devrait aider à :

- comprendre les préoccupations de chacun,
- proposer des usages proches des utilisateurs et des citoyens,
- inventer des moyens de communication adaptés aux réels besoins de notre société,
- stimuler l'innovation,
- relever les défis des stratégies de management pour répondre aux besoins des utilisateurs,
- imaginer de nouveaux contenus,
- créer de nouveaux langages de communication et, par conséquent, de nouveaux logiciels et systèmes d'exploitation,
- considérer la recherche artistique comme fondamentale plutôt que comme art appliqué, art décoratif ou design,
- élaborer de nouvelles formes d'expression culturelle.

INTRODUCTION

Amalgamés à de nombreux concepts (convergence, révolution, diversité, universalité), l'opinion publique perçoit souvent ces nouveaux outils de communication comme utopiques ou inévitables. Pourtant - en dépit et/ou grâce à ces approximations - les artistes progressent dans leurs avancées technologiques, notamment dans le domaine des télécommunications. Un des mouvements les plus importants pour l'avenir de notre culture réside dans un engagement unanime vers un développement créatif du monde connecté afin d'aller de l'avant en abandonnant les formules d'autrefois : le moment est venu d'élargir nos horizons, de nourrir l'expérimentation, et de relever les défis culturels et techniques qui s'offrent à nous.

L'ART ET LES TECHNOLOGIES DE COMMUNICATION

L'art : une réflexion sur la communication
L'artiste : un spécialiste de la communication

L'artiste anticipe les changements de la société et des communications

Tenter de comprendre la condition humaine est un des aspects de l'art ; l'artiste propose de nouvelles ouvertures obtenues à partir des perceptions qu'il reçoit du monde qu'il questionne. Les réponses à ces interrogations, c'est cela que nous appelons la culture. L'artiste - dans ses oeuvres - traduit l'évolution du climat psychologique de son temps, il en anticipe les changements et questionne la société.

Lorsque les moyens de communiquer augmentent entre les hommes, l'artiste se place souvent aux avant-postes de l'expérimentation, de la critique, de la réflexion. Ce faisant, il développe les outils, les contenus et les langages de la communication afin d'accélérer le changement et d'en faire la démonstration à ses contemporains.

Les artistes interrogent la technologie

Les artistes ont toujours exploré la technologie en testant ces outils au fur et à mesure qu'ils apparaissaient, la détournant souvent de leur usage premier. De nombreuses innovations dans la transmission de l'image et du son trouvent leur origine dans l'inspiration, voire le détournement artistique. L'artiste explore les potentialités des outils de communication et débouche sur des usages imprévus. Souvent, il invente ainsi de nouveaux outils.

L'industrie a peu conscience de cette expérimentation artistique qui constitue pourtant un véritable laboratoire d'idées, de projets et de nouvelles applications pour les outils de communication et le contenu qu'ils peuvent véhiculer.

Les artistes dans l'histoire de la communication

Dès le début des télécommunications, les artistes se sont fortement impliqués dans le processus d'invention. N'oublions pas que Samuel Morse, l'inventeur du télégraphe, était peintre...

Au cours du 20^e siècle, d'autres artistes ont constamment travaillé à accroître le potentiel des outils de communication existants par leurs recherches personnelles. Scriabine, vers le début du siècle, a inventé le concept du multimédia en associant la musique à la lumière pour ses concerts "Synesthétiques". En 1922, Laszlo Moholy-Nagy, un des fondateurs du Bauhaus, a réalisé la première peinture utilisant les communications téléphoniques et Man Ray a de même transmis les premières photos de mode, en 1926. Dans les années vingt et trente, Apollinaire ainsi qu'Edgar Varèse ont proposé des projets théâtraux pour l'espace radiophonique.

EAT (Experiments in Art and Technology) ont rapproché, dans les années soixante, des ingénieurs et des artistes (notamment Billy Kluver, Robert Rauschenberg, Lucinda Childs, John Cage, le Bell Labs...) pour les faire collaborer à des spectacles basés sur l'usage de la radio et des télémedias. Le musicien Robert Moog a inventé le premier synthétiseur audio, en 1964 et Nam June Paik, artiste Coréen, le premier synthétiseur vidéo, en 1967. Au cours des deux décennies suivantes (70 et 80), l'usage généralisé des médias de communication (par Steina et Woody Vasulka, Otto Piene, Laurie Anderson, etc.) a initié un courant où spectacles et expérimentations artistiques ont été de plus en plus inspirés par l'usage des technologies existantes, et ce jusqu'aux années 1990. L'artiste français Piotr Kowalski a mis au point, en 1996, un système de traduction - en ligne et en direct - du français à l'anglais et vice-versa. La voie suivie et tracée par la création dans l'espace des réseaux et des médias électroniques a fondamentalement modifié les frontières entre communication, imagination et technologie.

L'utilisation originale des technologies de communication

En raison de leur besoin de communiquer et de la nature de leurs recherches personnelles, les artistes - chercheurs hautement qualifiés - peuvent fortement contribuer au développement de ces techniques: matériels, logiciels, etc. Les problématiques du présent et du futur sont plus imbriquées que jamais : plus les artistes s'impliquent dans les technologies de l'information, plus les relations entre les arts et ces technologies s'accélèrent.

Un principe : la collaboration ...

Cet appel à la collaboration propose que les industries de l'information et des télécommunications considèrent l'expérimentation artistique comme un des moyens

permettant de comprendre la construction du nouvel espace de communication, et qu'elles réfléchissent à une meilleure utilisation des outils de communication. La Charte vise à en définir plus spécifiquement les termes et recommande le développement d'une relation de travail dans laquelle des échanges dynamiques et mutuels pourraient avoir lieu.

Dans l'intérêt de chacun

Les questions soulevées par l'arrivée des dernières formes de communication - et leurs solutions - ne pourront être cernées que par collaboration pluridisciplinaire, afin d'éliminer les résistances inévitables au changement. Cette collaboration pourra naître d'une reconnaissance unanime de la profonde transformation qui est en cours dans notre société et qui est due à un changement radical du potentiel des communications ; tous les acteurs concernés doivent examiner les moyens de coopérer pour assurer à la société, au sens large, l'usage le plus bénéfique de ces nouvelles ressources.

1ère PARTIE

CE QUE LES ARTISTES PEUVENT APPORTER A L'INDUSTRIE

Les artistes travaillant avec les nouvelles technologies ne perpétuent pas simplement la tradition de la créativité artistique mais participent également à la construction du nouvel espace de communication. Leurs travaux devraient intéresser l'industrie. En effet, tous les acteurs concernés par la construction de cet espace - international, interactif, et virtuel - devraient travailler ensemble à ce projet.

Pour fonctionner dans des conditions optimales d'efficacité, l'artiste doit pouvoir accomplir ses recherches sans se sentir limité par des objectifs à court terme : la nécessaire autonomie artistique est sans doute contraire à l'idée de rentabilité. Elle est pourtant essentielle à l'esprit de recherche qui préside à la création d'œuvres d'art, de processus ou de mouvements artistiques.

Les artistes utilisent différentes technologies dans des buts très variés, mais la combinaison de leurs recherches mène finalement à l'innovation dans ce nouvel espace de communication et ce, dans différents domaines :

- **Nouvelles formes d'interactivité**
- **Nouveaux langages visuels : comment nous voyons et comprenons ce que nous percevons**
- **Nouvelles applications du son ; le son comme espace partagé**
- **Nouvelles interfaces : homme/homme - homme/machine**
- **Nouvelles architectures de l'espace**

Il est difficile de faire état de l'ensemble des innovations issues de la créativité artistique : il y a autant d'artistes que de créations. Mais certains aspects de cette créativité pourraient être envisagés dans le contexte de la collaboration proposée. Parce qu'il est un chercheur, l'artiste aborde les régions encore inexplorées de ce nouvel espace de communication en évolution.

1 "Utilisateur expert"

L'utilisation des technologies de communication dans les arts génère des recherches et des expérimentations situées hors des objectifs de l'activité industrielle traditionnelle. Ces recherches artistiques sont pourtant complémentaires de la recherche industrielle par le degré d'expertise de leurs créateurs.

L'art est la forme de communication la plus profonde parce que l'artiste y exprime sa vision globale du monde : il est le mieux armé pour explorer ce nouvel espace de communication, en repoussant les limites, en amplifiant son potentiel et en faisant évoluer sa spécificité culturelle. L'art, sous toutes ses formes, exploite les moyens de communiquer pour en faire sortir le meilleur.

2 Une approche holistique

Le but de l'artiste est d'explorer sans limite les potentiels de la communication. Celui - plus contraignant - de l'ingénieur est de répondre à des problèmes spécifiques par des solutions spécifiques. On peut donc considérer la démarche artistique comme non spécifique, plus ouverte.

L'artiste peut créer des outils de communication utiles et cohérents, grâce aux multiples directions données à ses expérimentations, sans être tenu par des impératifs de rentabilité. Sa façon de procéder permet d'introduire une diversité dans des dispositifs, équipements, applications initialement prévus pour un usage précis, et elle peut finalement aboutir à de nouvelles utilisations (ou, au contraire, à en révéler les limites).

3 Diversité culturelle

Les réactions collectives des artistes face à cet ensemble d'outils de communication fournissent toute une gamme d'utilisations possibles. Les différences entre les artistes concernés (approche artistique, génération, personnalité, culture, nationalité) et la multiplicité des formes artistiques pratiquées dans les arts plastiques ou les arts vivants ouvrent un large champ de création et d'investigations possibles.

En outre, les systèmes de communication, par souci d'efficacité, devraient tenir compte de nos diversités culturelle, les technologies des réseaux pouvant en effet fournir de nombreuses possibilités d'expression aux différents groupes culturels. Les "utilisateurs experts" que sont les artistes en ont conscience et peuvent aider au développement d'applications adéquates et utiles à l'ensemble des utilisateurs.

Le développement des réseaux, des équipements et des logiciels devrait mettre en situation (exprimer) et intégrer (comprendre) toutes les langues de la planète. A cette fin, les artistes pourraient collaborer avec l'industrie pour mettre au point des interfaces, des langages et des contenus interactifs applicables à chaque culture spécifique, locale, nationale ou régionale.

2ème PARTIE

CE QUE L'INDUSTRIE PEUT APPORTER A L'ART

Les objectifs de l'industrie résident dans l'expansion et la création de marchés. La rapidité des avancées technologiques induit la nécessité d'une révision constante du processus des orientations et des développements industriels.

Les industries des logiciels, des équipements et des communications ne peuvent se permettre de rester sur place et ont un besoin constant d'idées originales et inédites, pour élaborer activités, services et produits prospectifs. Le but de toute industrie innovante souhaitant se développer consiste à fournir des services toujours plus performants et des produits toujours mieux adaptés aux besoins du marché, sans oublier d'atteindre une marge bénéficiaire correcte.

*L'industrie peut activement participer à l'accélération de la construction du nouvel **espace de communication** en mettant à profit la **recherche artistique** et en favorisant ainsi l'accession à cet espace par un plus large public.*

1 Des ressources technologiques pour la Création Artistique et sa Recherche

Pour y participer, l'industrie pourrait **développer des partenariats avec les institutions**, les gouvernements et les organisations internationales pour mettre en place un réseau interactif réservé aux échanges éducatifs et artistiques ; elle pourrait aussi **renforcer le soutien qu'elle fournit déjà** aux artistes et aux organisations artistiques par un apport technique incluant maintenance, réseaux et gestion de ressources humaines.

Ces recherches devraient être menées au sein de **structures intermédiaires et 'neutres', flexibles et dynamiques, pour permettre le développement de collaborations** entre des organisations d'importance diverse. Elles pourraient avoir des objectifs différents tout en étant capables de **travailler ensemble selon des axes communs**. Il pourrait y avoir ainsi consensus sur une éthique des rapports à établir entre ces organismes.

2 Soutenir l'Education et la Formation.

Des programmes d'éducation et de formation dans les technologies de l'information et de la communication sont déjà en place dans les écoles d'art, les laboratoires, les instituts de recherche. Ces programmes devraient être reconnus et valorisés comme moyens de **promouvoir de nouvelles professions et de diffuser les nouvelles applications qui émergent de ces travaux de recherche**. L'industrie pourrait - par un **soutien technique accru** - encourager cet axe de développement.

Déjà, et en raison de leurs intérêts réciproques, l'industrie apporte un concours généreux aux écoles et universités des sciences et des techniques. De même, elle pourrait collaborer avec les institutions artistiques. Les mentalités évoluent : un nombre croissant d'industriels comprend maintenant l'importance du contenu dans le développement des outils de communication et reconnaît à sa juste valeur la part d'innovation due à l'expérimentation artistique.

Des programmes «d'artistes en résidence» pourraient aider les artistes à progresser sur l'aspect technique de leurs recherches, en permettant ainsi aux ingénieurs de bénéficier aussi de ces résultats. De même, des programmes «d'ingénieurs en résidence» dans des écoles d'art et des institutions artistiques permettraient de jeter un pont entre ces deux mondes. Cela aboutirait, pour chacun de ces mondes, à établir une relation et une compréhension inexistantes jusque là.

L'industrie devrait **travailler plus étroitement avec les institutions éducatives**, les écoles d'art, les universités et les centres de formation en développant des **programmes d'éducation à long terme**, pour atteindre les objectifs mentionnés plus haut.

3 Echange d'information et dialogue ouvert.

Les artistes, en tant qu'utilisateurs experts, sont très demandeurs d'informations sur les innovations industrielles. Pour cette raison, **un dialogue ouvert** et un échange mutuel seraient réciproquement utiles aux deux parties.

L'industrie pourrait informer à l'avance la communauté artistique du développement de ses projets : au fait de ces nouveaux développements, les artistes pourraient mieux orienter leur recherche créative.

Un code de conduite - une mise au point des modes de coopération - devrait être défini pour assurer que les besoins de chacun soient bien pris en compte.

Les outils de communication existants pourraient être utilisés pour :

- créer un **annuaire** permettant d'informer des nouveautés la communauté artistique travaillant dans le multimédia,
- créer un **index** répertoriant les activités artistiques liées à ce domaine,
- créer un **forum en ligne** pour favoriser le dialogue entre les artistes, l'industrie et les structures gouvernementales.

Ce forum permettrait en outre de faire connaître à un plus large public les travaux artistiques et de le tenir informé des collaborations avec l'industrie.

4 Accès garanti au réseau

L'accès généralisé aux réseaux de communication est un point de préoccupation crucial. Cet accès devrait devenir le principe de base pour toutes les parties concernées et

engagées dans la construction du nouvel espace de communication, car elles en sont socialement, culturellement et politiquement responsables.

L'accès libre n'est pas seulement un élément de marketing mais aussi un principe fondateur : l'accès aux systèmes d'information pour le créateur, l'accès aux résultats des recherches artistiques pour l'industrie et la participation directe du public. Ce même principe concerne également l'accès à l'histoire culturelle et au développement des formes d'expressions culturelles naissantes.

Accès simplifié

Techniquement : pour que l'accès ne soit pas réservé à des spécialistes ou des initiés, sans pour autant rebuter le grand public.

Financièrement : pour que l'accès devienne égalitaire, sans que le volume des affaires générées ne permette à des multinationales de profiter - par exemple - de tarifs plus avantageux que ceux appliqués aux institutions culturelles ou éducatives.

Intellectuellement : pour que l'accès au savoir ne soit pas exclusivement réservé à quelques privilégiés.

Accès direct et interactif (sans intermédiaire politique ni économique)

entre les individus,
entre les individus et les groupes,
entre les groupes,
entre les individus et les institutions,
entre les institutions.

Accès culturellement ouvert

Pour éviter de réduire les modèles culturels à quelques stéréotypes sociaux, culturels et politiques, répondant à d'autres contingences politiques.

Accès aux technologies de l'information pour l'éducation

L'utilisation des nouveaux outils dans l'éducation ne doit pas se réduire au simple accès à l'information mais doit être étendue à une série de connexions internationales et interactives, permettant le développement culturel à partir de points de vue pluriels et «extensifs» ; chacun devrait pouvoir définir sa propre culture à partir de la masse croissante des multiples sphères d'information et contacts qui l'entourent.

Le nouvel espace de communication ne doit pas être une extension de la salle de classe mais un espace différent, dont la vocation éducative devra être inventée et développée progressivement.

Une partie du défi à relever consiste à ne pas confondre, même s'ils ne s'opposent pas, l'éducation avec le divertissement, mais à assurer (et assumer) une véritable rigueur intellectuelle : il ne s'agit pas de proposer un média supplémentaire de loisir.

Etre en prise sur la culture contemporaine plutôt que s'y substituer

Il faut favoriser l'émergence de nouvelles formes culturelles par la rencontre entre tous les aspects de la culture contemporaine et le nouvel espace de communication.

Il faut se garder de déformer la culture contemporaine ou traditionnelle pour qu'elle intègre le nouvel espace. Au contraire, l'innovation, la création artistique doivent être encouragées pour permettre au nouvel espace de se définir par l'idée même de créativité et de découvrir la spécificité de son langage et de son potentiel en termes de communication.

Etre expérimental

Ouvert aux nouvelles idées, aux nouveaux procédés et aux nouvelles utilisations, l'accès ne doit pas uniquement être mis en place en vue des retombées économiques escomptées mais doit aussi être soumis à des exigences culturelles, sociales, éthiques.

3ème PARTIE

LE ROLE DU SECTEUR PUBLIC

Le secteur public devrait contribuer au développement du nouvel espace de communication en soutenant d'une part l'invention artistique, et d'autre part, l'innovation industrielle. Il devrait être le garant de l'intégrité du nouvel espace, de sa profondeur culturelle et intellectuelle, de la protection des droits de tous à l'intérieur du système et devrait soutenir son développement culturel. Les institutions publiques devraient réorienter les ressources disponibles vers ces cibles, inciter les industries à investir dans des réseaux culturels interactifs et promouvoir des expérimentations en ligne dans les domaines de l'art et de l'éducation. La reconnaissance du rôle de l'artiste comme chercheur dans ce domaine est essentiel pour tous les secteurs.

1 L'Etat garant de l'héritage culturel.

Dans de nombreux pays, l'Etat et le secteur public ont tout mis en oeuvre pour assurer que les arts, leur enseignement, leur diffusion et leur présentation au public soient maintenus comme l'expression de l'héritage culturel national. On doit apporter la même attention aux arts existant dans ce nouvel espace de communication. Les bureaucraties culturelles négligent souvent ces nouveaux domaines créatifs parce qu'ils sont trop récents pour être validés et défendus par des spécialistes.

Dans de nombreuses régions du monde, les Etats ont développé - et doivent continuer à le faire - des politiques garantissant la continuité et la diversité dans les processus culturels. Ils ont le pouvoir de faire en sorte que le public prenne conscience des valeurs culturelles. Ils ont aussi le pouvoir de garantir que le contenu de ce nouvel espace reflète l'héritage culturel national, sa diversité et la réalité des nouvelles formes d'expression culturelle qui émergent.

2 Le rôle de l'Etat pour stimuler la croissance économique à long terme, aux niveaux local, national et supranational.

L'Etat se distingue de l'industrie : il peut choisir de prendre des décisions à long terme concernant la recherche artistique et le développement des réseaux et outils de communication et de leurs contenus. Ainsi, il n'est pas lié aux cycles de vie des produits et aux impératifs des retours sur investissements propres à l'industrie.

Le secteur public devrait financer des programmes de Recherche et Développement artistiques à long terme, comme une mesure à même de stimuler la croissance au niveau local, national et mondial, en investissant dans l'économie culturelle et dans l'économie de l'information. Il pourrait aussi encourager l'industrie, par des mesures économiques, à participer à ces recherches en contribuant à la construction du réseau.

Les secteurs de l'économie culturelle et de l'information créent des emplois, des richesses et des échanges et contribuent de plus en plus à l'accroissement du Produit National Brut (PNB).

Ces retombées économiques à long terme pourraient intéresser les régions les moins développées, les secteurs en déclin industriel et le Tiers Monde. Ils pourraient bénéficier de l'économie du média numérique sans être dépendant d'infrastructures coûteuses, tout en participant au devenir culturel du réseau.

3 Formation - Education

On ne peut pas institutionnaliser le rôle de l'artiste dans le genre d'exploration que nous proposons : la créativité artistique s'asphyxie dans une application trop rigide du rôle de chercheur. En revanche, si les écoles d'art étaient transformées en laboratoires de collaboration interactifs, cette recherche pourrait avancer. Les Etats devraient inciter et soutenir les initiatives éducatives en promouvant les compétences techniques et l'imagination artistique afin d'en tirer le meilleur parti.

Les institutions gouvernementales pourraient :

- Créer des structures de financement pour les recherches indépendantes des artistes dans ce domaine,
- Encourager la recherche artistique avec les nouvelles technologies de l'information dans les écoles d'art,
- Promouvoir la collaboration entre l'art et les écoles d'ingénieurs pour explorer les nouvelles formes d'expression,
- Encourager au niveau national et international l'installation concrète de réseaux d'écoles,
- Inciter les industries à collaborer avec les écoles d'art,
- Encourager les industries à travers le monde à définir leurs intérêts, leurs besoins et leurs contributions possibles au domaine éducatif.

L'industrie et les structures gouvernementales nationales ou internationales devraient travailler en relation étroite avec les formateurs pour définir les nouveaux programmes et leurs besoins.

Outre la formation à l'utilisation de technologies spécifiques par les institutions éducatives et l'industrie, les institutions éducatives devraient bénéficier de moyens nouveaux pour faciliter la recherche et l'actualisation sociale et culturelle de leurs programmes.

Enfin, l'art que l'on enseigne dans le primaire et le secondaire, devrait dépasser le domaine des arts appliqués : il faudrait y enseigner les processus multidisciplinaires de compréhension de la communication. On exclut de plus en plus l'art des cursus scolaires, on le considère comme un «luxe» superflu. Il serait temps de commencer à

enseigner que l'art est aussi une réflexion sur notre société qui permet de mieux la comprendre et de mieux distinguer la direction qu'elle est en train de prendre.

4 Régulation directe

L'Etat est garant de la protection contre toute domination du marché de l'information et de la communication. Bien que certaines nations encouragent cette domination afin d'établir un standard mondial, cela est contraire à l'intérêt général. Contraire au développement de réseaux originaux et variés, à la diversité des contenus et à la facilité d'accès. Des régulations devraient être envisagées pour éviter toute main mise, les technologies se développant plus rapidement que les règles éthiques.

Dans ce but, les gouvernements et les structures internationales devraient surveiller les structures industrielles afin que la croissance des firmes n'amène pas à des situations de monopole et d'abus.

Les gouvernements et les structures internationales devraient également être vigilantes face aux entreprises en situation de monopole qui tentent de profiter de leur situation pour étendre leur domination sur de nouveaux marchés. La transparence doit être de mise dans les processus de décision relatifs aux discours sociaux et culturels.

5 Régulation indirecte

Le secteur public peut créer les conditions favorables au développement de l'emploi dans les secteurs de l'information en prenant des mesures indirectes : incitations fiscales pour les petites et moyennes entreprises.

6 Les Droits de Propriété Intellectuelle

La question des droits d'auteurs est centrale dans le développement du réseau global interactif. Les Etats pourraient prendre des mesures pour définir et protéger ces droits dans le nouvel espace de communication.

LA CHARTE POUR L'ART ET L'INDUSTRIE

PARTICIPANTS

JUILLET 1997

Alex Adriaansens	Artiste, Directeur, Organisation V2 , Rotterdam (NL)
José Alcalá	Artiste, Directeur, MIDE , Cuenca (E)
Jonathan Barton	Directeur, Information Society Observatory , LSE, Londres (UK)
Pierre Bongiovanni	Co-Dir., Centre International de Création Vidéo , Montbéliard (F)
Frank Boyd	Directeur, ARTEC , Londres (UK)
Danielle Cliche	Conseiller de programme, ERICarts , Bonn (D)
Michel Coomans	Chef de Division, DG III, Commission Européenne , Bruxelles (B)
Timothy Druckrey	Commissaire d'exposition et critique d'art, New York (USA)
Don Foresta	Artiste, Directeur, Laboratoire de Langage Electronique , Paris (F)
Jill Hartley	Artiste, Ocean of Know , New York / Floride (USA)
Steve Kohn	Directeur, Educational Initiatives/Strategic Alliances, NYNEX (USA)
Fernando Lagraña	Vice-Président, TELECOM; Chef de la Division Forum Union Internationale des Télécommunications , Genève (CH)
Luc Martinez	Artiste, Co-Dir., Centre National de Création Musical CIRM , Nice (F)
Daniel P McVeigh	Artiste, Fondateur, Ocean of Know , New York / Floride (USA)
Patrick Purcell	Professeur, Imperial College , Londres (UK)
Hannah Redler	Artiste, Co-Directeur, Studio Fish , Londres (UK)
Andrew Sharp	Directeur, Media Development, Initiative Media , Londres (UK)
Robert Shaw	Conseiller GII, UIT , Genève (CH)
Giuseppe Silvi	Telecom Italia , Rome (I)

Coordination du Séminaire:

Catherine Houzel **Laboratoire de Langage Electronique**, Paris (F)

Contribution à la rédaction V.F.:

Georges-Albert Kisfaludi **Laboratoire de Langage Electronique**, Paris (F)