

Art contemporain et buzz médiatique

1. Banksy

a. Regardez les deux vidéos suivantes : elles vous présentent Banksy, sa ville, Bristol, et quelques unes de ses oeuvres :

<https://www.arte.tv/fr/videos/093262-000-A/a-bristol-banksy-fait-le-mur/> (13min28)

<https://www.arte.tv/fr/videos/048893-029-A/tout-est-vrai-la-quotidienne/> (3min)

b. Ces deux vidéos vous montrent la vente aux enchères qui a rendu ce dessin aussi célèbre ou presque que *La Joconde* !

Vente aux enchères : *Girl with balloon*, octobre 2018

https://www.youtube.com/watch?v=Q2_gjfo7A4M
(1min29)

<https://www.youtube.com/watch?v=hFCq4NWrN4A>
(1min02)



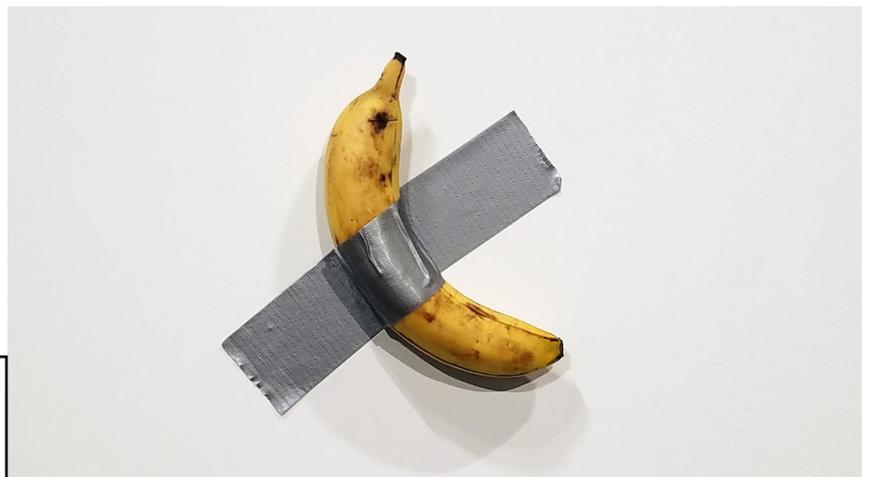
Banksy, *Girl with balloon*, pont de Waterloo, South Bank, Londres, 2002.

2. Maurizio Cattelan, *Comedian*, 2019.

a. Dans cette chronique, vous verrez quelques unes des oeuvres les plus célèbres de cet artiste contemporain : <https://www.youtube.com/watch?v=9ne9jcW-ubA>. (2min29)

En quoi ces différentes oeuvres sont-elles provocatrices ? Choisissez au moins un des exemples cités dans la chronique.

b. Article et vidéo sur france info ; la « banane » devient l'objet d'un « happening » d'un autre artiste : https://www.francetvinfo.fr/culture/arts-expos/la-banane-de-l-artiste-cattelan-vendue-120-000-dollars-aussitot-mangee-par-un-autre-artiste_3735861.html



Maurizio Cattelan's *Comedian*, for sale from Perrotin at Art Basel Miami Beach. Photo by Sarah Cascone, 2019.

c. Lisez l'article : « L'art est une idée et non un objet »

<https://www.ledevoir.com/opinion/idees/569502/l-art-est-une-idee-et-non-un-objet>

Êtes-vous personnellement d'accord avec le titre de l'article : « L'art est une idée et non un objet » ? Rédigez un paragraphe d'une dizaine de lignes et justifiez votre point de vue.

d. Des publicitaires, notamment pour les marques Carrefour ou Burger King, ont utilisé l'image et l'ont parodiée.

À vous : proposez une image détournée en vous inspirant du même concept.

Avec son agence Buzzman, BURGER KING® France a rebondi avec humour sur la dernière œuvre polémique de Maurizio Cattelan : une banane scotchée, vendue 120 000 dollars puis mangée par un visiteur. Sur ses réseaux sociaux, la marque américaine l'a pastichée en remplaçant le fruit, par une des ses frites. Tout ça pour un prix beaucoup plus raisonnable, évidemment.

Une manière toute en ironie d'afficher les dérives de l'art contemporain, et de rappeler que chez BURGER KING®, au moins, on ne se fait jamais bananer.

