



AT&T, 1997

« Dans la publicité, explique Daniel Pflumm, tout, depuis la conception jusqu'à la production en passant par tous les intermédiaires possibles, est un compromis qui passe par un ensemble d'étapes de travail absolument incompréhensibles. »¹ ["Everything in advertising, from planning to production via all the conceivable middle-men, is a compromise and an absolutely incomprehensible set of working stages."]

C'est ce constat sur la complexité croissante du travail humain qui fonde l'activité d'un artiste à la fois producteur, musicien, vidéaste, designer d'objets techniques ou publicitaires, graphiste. Daniel Pflumm, s'il situe son travail dans les marges des circuits professionnels en indexant ses œuvres sur des compétences précises, se définit toutefois en dehors de toute relation à un client, de toute demande sociale. Karl Marx imagina un monde sans division du travail, où chacun pourrait devenir tour à tour pêcheur, critique d'art ou menuisier. Que se passerait-il si l'emploi était laissé à la libre volonté de chacun, en dehors de toute distribution professionnelle rigide ? Le travail ainsi redéfini se différencierait peu du loisir : exécuter une tâche sans qu'on vous le demande, est-ce une bonne définition du temps libre ? Dans une série de photographies intitulée Posters, Pierre Huyghe représente trois actes effectués par les services de voirie (reboucher un trou dans la chaussée, par exemple) exécutés en l'occurrence par un individu sans uniforme ni badge : si l'on parle d'espace public, pourquoi ne pas nous en occuper nous-mêmes, au lieu de confier ce soin à des services spécialisés ? Pflumm occupe ces interstices, en y provoquant le maximum de perturbations possible.

En récupérant des logos existants issus de notre environnement quotidien, des films d'entreprise ou publicitaires, il semble imiter les tâches d'une agence de communication ou de graphisme, comme on duplique un programme informatique, mais en "libérant les formes" produites par l'univers du marketing. Daniel Pflumm produit des objets dont la caractéristique première est d'apparaître détournés, dans un espace flottant qui relève à la fois de l'art, du design et du marketing publicitaire. Les logos capturés sont remis en semi-liberté, et, ainsi débarrassés de la marque qu'ils supportent habituellement, viennent se confronter à la mémoire

"Everything in advertising," Daniel Pflumm explains, "from planning to production via all the conceivable middlemen, is a compromise and an absolutely incomprehensible set of working stages."¹

It is this realization vis-à-vis the growing complexity of human work that serves as the basis for Daniel Pflumm's activity as an artist of many parts, producer, musician, videomaker, creator of technological and advertising objects and graphic designer. Although he situates his work on the fringes of professional circles by linking his pieces to precise skills, Pflumm defines himself outside of any relationship to any one client or social demand. Karl Marx imagined a world without the division of labor, where everyone could be by turns a fisherman, art critic or cabinet maker. What would happen if employment were left to the free will of the individual beyond any rigid economic distribution? Redefined in this way, work would be little different from leisure. Is carrying out a task without being asked a good definition of free time? In a series of photographs entitled Posters, Pierre Huyghe represents three acts normally performed by the highway department (filling up a hole in the roadway, for example) carried out by an individual with neither uniform nor badge in this case. If we speak of public space, why not, say, take care of it ourselves instead of entrusting specialized services with the task? Pflumm in effect occupies these interstices while provoking the greatest number of disruptions possible in that zone.

By "recuperating" existing logos that come from our daily environment or from company or advertising films, Pflumm seems to imitate work done by an agency specialized in communications or graphic design, just as one might duplicate a computer program, but he does so by "setting free the forms" turned out by the world of marketing. Pflumm creates objects whose chief characteristic is to appear to be cut out in an unbound space that hints at art, design and marketing. The captured logos are allowed a half-freedom and, once removed from the brand they usually support, stand in contrast to the memory of modernity. In Pflumm's work, advertising and marketing become freewares that users can improve on their own, mirroring in its way the Linux operating system in computer technology.

„In der Werbung“, erklärt Daniel Pflumm, „ist alles – vom Konzept, über die Zwischenhändler bis hin zur Produktion – ein Kompromiss, eine Reihe absolut unverständlicher Arbeitsschritte.“¹

[“Everything in advertising, from planning to production via all the conceivable middlemen, is a compromise and an absolutely incomprehensible complex of working steps.”]

Diese Feststellung bzgl. der steigenden Komplexität der menschlichen Arbeit ist Grundstock des Schaffens eines Künstlers, der Produzent, Musiker, Videokünstler, und Designer von Werbegegenständen sowie von technischen und grafischen Gegenständen gleichzeitig ist. Daniel Pflumm siedelt seine Arbeit am Rande der professionellen Kunstnetzwerke an, indem er seine Werke präzisen Kompetenzen anpasst. Doch er definiert sich trotzdem jenseits jeglicher Beziehung zu einem Kunden oder zu irgendeiner sozialen Nachfrage. Karl Marx stellte sich eine Welt ohne Arbeitsteilung vor, eine Welt, in der jeder abwechselnd Fischer, Kunstkritiker oder Schreiner sein könnte. Was würde passieren, wenn jeder über seine Beschäftigung frei entscheiden könnte und sich außerhalb der Grenzen einer wirtschaftlichen Kommerzialisierung befände? Arbeit würde sich in diesem Falle kaum von Freizeit unterscheiden, und es stellt sich die Frage: Könnte man unsere Freizeit dann als Ausführung einer nicht verlangten Arbeit definieren? In einer Fotoserie mit dem Titel Posters stellt Pierre Huyghe drei Arbeiten des Straßendienstes dar (z.B. die Ausbesserung eines Schlaglochs), die von einer Person ohne Uniform und ohne Dienstetikett ausgeführt wird: Warum kümmern wir uns nicht selbst um das, was wir öffentliche Bereiche nennen, anstatt die damit verbundenen Aufgaben spezialisierten Diensten zu überlassen? Pflumm besetzt diese Zwischenbereiche, indem er in ihnen Störungen inszeniert. Er vereinnahmt bereits existierende, unserem täglichen Umfeld entnommene Logos, Firmen- und Werbefilme und scheint somit die Aufgaben einer Werbeagentur oder eines Grafikbüros zu übernehmen ... als würde er ein Software-Programm kopieren, doch mit dem einzigen Unterschied, dass er die produzierten Formen aus der Welt des Marketing „befreit“. Daniel Pflumm fabriziert Gegenstände, die sich in erster Linie dadurch kennzeichnen, dass sie verdreht scheinen, umgeleitet in einen

de la modernité. Chez Pflumm, la publicité et le marketing deviennent des freewares que les usagers peuvent améliorer par eux-mêmes, à l'image de Linux en informatique. Ses œuvres sont les signes et les outils d'une micro-utopie, selon laquelle l'offre et la demande seraient perturbées par les initiatives individuelles, un monde où le temps libre générerait le travail, et vice-versa. Un monde où l'informatique "officielle" et le hacking se rejoindraient. Avec les homestudios utilisés aujourd'hui par la plupart des musiciens, par exemple, le monde professionnel se déploie dans le monde domestique. Il faut savoir que la division entre loisirs et travail constitue un obstacle à la définition de l'employé qu'exigent les entreprises, c'est-à-dire flexible et joignable à n'importe quel moment. Que se passe-t-il lorsqu'un artiste vient s'installer dans ces zones, qui sont précisément celles où l'on ne veut surtout pas de lui ?



Le monde de l'art est pourtant considéré comme un laboratoire de la flexibilité du travail, comme l'ont noté Luc Boltanski et Eve Chiapello au sujet de la vogue entrepreneuriale de l'organisation du travail "par projet", avec des équipes souples et temporaires ; ou encore le sociologue Pierre-Michel Menger, dans son essai "Portrait de l'artiste en travailleur".² Ces limites entre le professionnel et le privé sont parfois franchies par les compagnies elles-mêmes, comme l'a noté Liam Gillick au sujet de SONY : « Nous sommes confrontés à une séparation de l'ordre professionnel et de l'ordre domestique qui a été créée de toutes pièces par les compagnies d'électronique (...). Les magnétophones enregistreurs, par exemple, existaient seulement dans le champ professionnel dans les années quarante, et les gens ne voyaient vraiment pas à quoi cela

Pflumm's pieces are the signs and tools of a micro-utopia according to which supply and demand are troubled by individual initiatives, a world where leisure would generate



work and vice versa. It is a world where "official" computer technology and hacking come together. With the home studios used by most musicians nowadays, for example, the professional world is currently spreading into the domestic world. We must recognize that the division between leisure and work constitutes in fact an obstacle to the definition of an employee that companies are now demanding, i.e., someone who is flexible and can be reached at any moment. What happens then when an artist comes to settle in those zones that are precisely where he or she is especially not wanted?

The art world is nevertheless seen as a laboratory for work flexibility, as Luc Boltanski and Eve Chiapello have pointed out in connection with the entrepreneurial trend in organizing work "by projects" with supple temporary teams, and as the sociologist Pierre-Michel Menger has stressed in his essay "Portrait of the Artist as a Worker".² Occasionally companies themselves step over these limits between the professional and the private; Liam Gillick has noted this in speaking about SONY: "We are facing a professional and domestic separation that has been wholly fabricated by electronics companies... Tape recorders, for instance, existed only in the professional field in the 1940s and people really didn't see how they might be useful in their everyday lives. SONY blurred the border between the professional and the domestic."³

The treatment to which Pflumm subjects the public image of a company or product springs from the same spirit, i.e., the work done is not paid for by a client but is distributed in a parallel circuit that offers totally different financial resources and means of

Raum, der zwischen Kunst, Design und Werbe-Marketing schwankt. Die vereinbarten Logos werden sozusagen „auf Bewährung“ entlassen, und konfrontieren sich – nun ihres sonst üblichen Markenballastes entledigt – mit der Erinnerung der Modernität. Pflumm verwandelt Werbung und Marketing in „Freiware“, welche die Benutzer eigenständig verbessern können, ähnlich wie Linux im Software-Bereich. Seine Werke sind Zeichen und Werkzeuge einer „Mikro-Utopie“, in welcher der Zweier-takt Angebot und Nachfrage gestört wird, und zwar durch individuelle Initiativen, durch eine Welt, in der Freizeit Arbeit schaffen würde und umgekehrt. Eine Welt, in der die „offizielle“ Informatik und das Hacking kongruieren würden. So invasiert die Arbeitswelt immer mehr die Privatwelt, wie es z.B. heute bei den immer häufiger von den Musikern benutzten Homestudios der Fall ist. Doch der Angestellte wie ihn die Unternehmen heute gerne möchten – d.h. flexibel und jederzeit erreichbar – kann durch die Trennung zwischen Freizeit und Arbeit nicht mehr definiert werden. Was geschieht nun, wenn ein Künstler sich in diesen Bereichen ansiedelt, in denen man ihn nun wirklich nicht will?



Die Kunstwelt wird vor allen Dingen als Labor betrachtet, in dem über Arbeit nachgedacht wird, bemerkten Luc Boltanski und Eve Chiapello in Anbetracht der unternehmerischen Welle der Arbeitsorganisation mittels „Projekten“, mit flexiblen, zeitweilig eingesetzten Teams. Der Soziologe Pierre-Michel Menger kam in seinem Essai Portrait de l'artiste en travailleur (Portrait des Künstlers als Arbeiter)² zu einem ähnlichen Schluss. Diese Grenzen zwischen Berufsleben und Privatleben werden manchmal von den Unternehmen selbst gebrochen, meinte Liam Gillick in Bezug auf SONY: „Wir stehen einer Trennung zwischen dem beruflichen und dem häuslichen Bereich gegenüber, die gänzlich den Elektronikunternehmen geschaffen wurde (...). Tonbandgeräte z.B. gab es in den Vierzigerjahren nur für den beruflichen Bereich, und die Leute konnten sich wirklich nicht vorstellen, wozu das in ihrem alltäglichen Leben nützlich sein könnte. SONY hat die Grenze zwischen dem beruflichen und dem Häuslichen jedoch verwischt.“³ Pflumm verarbeitet das öffentliche Bild eines Unternehmens oder eines Produktes

pourrait leur servir dans la vie de tous les jours. SONY a brouillé la frontière entre le professionnel et le domestique.»³

pourrait leur servir dans la vie de tous les jours. SONY a brouillé la frontière entre le professionnel et le domestique.»³

LetraitementquePflummfaitsubira l'image publique d'une entreprise ou d'un produit procède du même esprit : le travail effectué n'est plus rémunéré par un client, mais distribué dans un circuit parallèle qui lui offre des ressources financières et des modes de visibilité totalement différents. S'emparant de rebuts formels, de "bouts de code" issus de la machine médiatique, il élabore un univers formel dans lequel la grille moderniste rejoint les extraits de reportages de la chaîne CNN sur un plan cohérent, celui d'un piratage général des signes et de la redéfinition du travail humain (CNN, questions and answers, 1999).

Pflumm ne se contente donc pas de pirater les codes existants, il construit des montages d'une grande richesse formelle. D'un subtil constructivisme, ses œuvres sont travaillées par la recherche d'une tension entre la source iconographique et la forme géométrique et abstraite. On pourrait parler à son sujet d'une véritable esthétique tertiaire, retraçant la production et générant du service, de l'itinérance, à l'intérieur des protocoles culturels. S'agit-il d'une attitude critique ? Oui, si l'on étend ce terme au-delà de tout effet de dénonciation ou d'analyse, vers une zone où l'on expérimenterait le réel plutôt qu'on ne le déconstruirait. C'est ce que Gilles Deleuze demandait à la psychanalyse : cesser d'interpréter des symptômes, mais essayer des agencements qui conviennent au patient. Le travail de Daniel Pflumm, artiste, pourrait aussi se définir comme le développement d'une agence de retraitement des formes qui puisse être aussi efficace dans la communication de ses messages que n'importe quelle entreprise spécialisée. Avec son label Elektro, Pflumm dispose de réels moyens de production ; quant à la complexité de ses références (abstractions historiques, pop art, iconographie des flyers, vidéoclips, culture d'entreprise) va de pair avec une grande maîtrise technique, ses films étant plus proches de la qualité en vigueur dans l'industrie du disque que de la vidéo d'art. C'est là une manière de brouiller la source du message – une technique de camouflage. S'agit-il de matériel promotionnel, d'art absent, de vidéoclips, d'une chaîne de télévi-

visibility. Seizing on formal odds and ends that have been discarded, "bits of code" turned out by the media machine, he elaborates a formal universe in which the modernist grid mixes at a coherent level with excerpts of CNN reporting, e.g., the general pirating of signs and the redefinition of human work (CNN, Questions and Answers, 1999).



Pflumm is not content to pirate existing codes then, but constructs montages that show great formal complexity. His works reveal a subtle constructivism and are fraught with the artist's search for a tension between the iconographic source and the abstract geometrical form. We might talk about a genuine tertiary aesthetics with regard to this artist, i.e., reworking production and generating a service, an itinerance, within cultural protocols. Is this a critical attitude? Yes, if we see the term beyond any effect of denunciation or analysis, towards a zone where we would experience reality rather than deconstruct it. This is what Gilles Deleuze asked of psychoanalysis, to stop interpreting symptoms and rather try out arrangements that suit the patient. The work of Pflumm the artist might also be defined as the development of an agency for recycling forms that is as effective in communicating his messages as any specialized company. With his label Elektro, Pflumm has very real means of production at his dis-



posal; the complexity of his references (historic abstractions, Pop Art, the iconography seen in flyers, music videos, corporate culture) goes hand in hand with great technical mastery, the quality of his films being more akin to what is seen in the music industry than in video art. And this is indeed one way

gemäß demselben Geist: Die ausgeführte Arbeit wird nicht mehr von einem Kunden entlohnt, sondern über parallele Vertriebswege kommerzialisiert, die dem Künstler ganz andere Finanzressourcen und Modi der öffentlichen Sichtbarkeit anbieten. Er ergreift Besitz vom formalen Ausschuss, von den „Code-Resten“ der Medienmaschine und arbeitet eine formale Welt auf, in welcher der Filter der Moderne einen kohärenten Schulterschluss mit den Auszügen der CNN-Nachrichten bildet – ein Schulterschluss, den man als generalisierte Piraterie der Zeichen und als Neudefinierung der menschlichen Arbeit bezeichnen könnte (CNN, questions and answers, 1999).

Pflumm begnügt sich also nicht damit, bereits existierende Code zu kopieren, sondern er unternimmt einen Neuzuschnitt von großem formalem Reichtum. Seine Werke, die einem subtilen Konstruktivismus entspringen, unterliegen der ständigen Suche nach einer Spannung zwischen der ikonographischen Quelle und der abstrakten, geometrischen Form. Man könnte diesbezüglich von einer Tertiär-Ästhetik sprechen, bei der die Produktion wieder aufbereitet wird und innerhalb der kulturellen Protokolle Dienstleistungen und Wanderbewegungen hervorbringt. Kommt dieses Tun einer kritischen Haltung gleich? Ja, wenn man diesen Begriff jenseits jeglicher Denunziation oder Analyse versteht und ihn in Richtung einer Sphäre ausweitet, in dem man mit der Wirklichkeit eher experimentiert, als sie zu dekonstruieren. Dies verlangte Gilles Deleuze auch von der Psychoanalyse: Nicht mehr die Symptome zu deuten, sondern versuchen, Zusammenstellungen zu schaffen, mit denen der Patient zurechtkommt. Man könnte die Arbeit des Künstlers Daniel Pflumm auch als die Entwicklung einer Agentur der Form-Wiederaufbereitung verstehen, deren Nachrichtenkommunikation genauso effizient wie die irgendeines spezialisierten Unternehmens ist. Mit seinem Label Elektro verfügt Pflumm über tatsächliche Produktionsmittel. Die Komplexität seiner Anlehnungen (Abstraktion, Pop Art, Flyer-Ikonographie, Videoclips, Unternehmenskultur) geht Hand in Hand mit großem technischen Können, da seine Filme qualitätsmäßig eher den Standards der CD-, VCD- und DVD-Industrie als denen der Kunstvideos entsprechen. Dadurch wird die Quelle der Nachricht verwischt und eine

sion pirate ? Le projet de Daniel Pflumm consiste avant tout à effacer les traces de l'art comme lieu d'émission des signes.

NICOLAS BOURRIAUD

of blurring the source of the message – a technique of camouflage. What is it we are dealing with, promotional material, abstract art, music videos, or a pirate television station? Above all, the project Daniel Pflumm has undertaken consists in obliterating traces of art as a site for emitting signs.

Translated from the French by John O'Toole

Technik der Tarnung entwickelt. Und man stellt sich die Frage: Handelt es sich um Werbematerial, um abstrakte Kunst, Video-clips oder um einen Pirat-Fernsehkana? Daniel Pflumms Vorhaben besteht in erster Linie darin, die Spuren der Kunst als Sendungsorte von Zeichen zu verwischen.

Texte traduit du français par Beate Elvira Renner



BOOK YOUR HOTEL OVER THE INTERNET: IN TEN YEARS THE CONSTRUCTION OF WINDOWS IS UNNECESSARY DUE TO THE RESOLUTION

- 1 Daniel Pflumm, *Flash Art*, n° 209, 1999, p. 78
- 2 Luc Boltanski & Eve Chiapello, « Le nouvel esprit du capitalisme », Gallimard, 1999. Pierre-Michel Menger, « Portrait de l'artiste en travailleur », Le Seuil, 2002.
- 3 Liam Gillick, entretien avec Eric Troncy, in *Documents sur l'art*, n° 10, 1998.

