

Le symbolisme prolifique, si symbolique il y a, des graphistes ou publicistes du Paléo 2002 est si sophistiqué que j'en perds mon symbolisme empirique. Tant un clic de souris (avec le logiciel *Illustrator* par exemple) peut devenir un symbole, un logo aussi minimaliste soit-il.

En me baignant dans l'ambiance bon enfant et vivante de la foule je me suis laissé envoûter par les sons, les clameurs et les senteurs culinaires de ce village musical d'une semaine jusqu'à ce que les enseignes lumineuses de la Grande Scène me rappellent qu'un Paléo ne ressemble (presque) jamais à un autre Paléo.

En effet les affiches publicitaires de cette année sont ces 12 têtes (sortes d'ampoules) arborant différentes coiffures et à un oeil rond planté droit sur le front. Longtemps avant ces fameuses têtes à oeil unique du Paléo arboraient les espaces publicitaires jusque sur les cabas de la Migros gros sponsor du Festival. Sur un autre registre on pouvait voir le labyrinthe « *Build your friend* » avec la même tête d'ampoule. Tout cela me paraissait aller de soi dans le minimalisme ambiant de la publicité contemporaine jusqu'à ce je retrouve ces « têtes du Paléo 02 » disposées de part et d'autre de la Grande Scène. La sobriété et la simplicité extrêmes des ces douze têtes me titillaient les yeux et l'esprit aussi fort que les roulements apocalyptiques du « *Nouveau Western* » de MC Solar en pleine scène me faisaient vibrer le tympan et le corps. Je cherchais une signification à ces têtes, spectacles et spectatrices indifférentes, car n'arborant aucun sourire, ni ne laissant transparaître aucune émotion du haut de ce festival, lieu par excellence de rencontres et de joie... donc du Sourire..

Dans l'édito du Programme officiel, arborant lui aussi en couverture ces 12 têtes, Daniel Rossellat (Président du Paléo (?)) et Peter Rothenbühler (Rédacteur en chef « *Le Matin* ») souhaitent « *la bienvenue au Paléo* » qui va « *faire de la prairie de l'Asse [...] la grande fête de toutes les musiques [où] règne un véritable esprit de fête, de curiosité et de tolérance [qui] scelle les retrouvailles d'un public bigarré...* »

Tout cela vrai et juste, mais il est impossible que cela se fasse sans le moindre sourire – ce lien magique qui scelle toute rencontre joyeuse – et que les publicistes du Paléo n'ont pas jugé bon de symboliser sur les affiches publicitaires.

Ce qui paraît déconcertant, ou pour le moins dommage pour qui cherche un sens aux choses (publicitaires) c'est qu'il ne faut parfois chercher à les comprendre plus qu'elles ne paraissent. Ainsi, peut-être ai-je interprété une chose (ces 12 têtes – de toutes les « couleurs humaines » – sans sourire) à laquelle je n'ai rien compris et où peut-être il n'y avait rien à comprendre... Ce serait tout à fait dans l'esprit réductionniste de la publicité contemporaine.