TRANS-
Revue de littérature générale et comparée

9 | 2010
Pop culture

Pop argentino

Geneviève Orssaud

Édition électronique
URL : http://journals.openedition.org/trans/359
DOI : 10.4000/trans.359
ISSN : 1778-3887

Éditeur
Presses Sorbonne Nouvelle

Référence électronique
Geneviève Orssaud, « Pop argentino », *TRANS-* [En ligne], 9 | 2010, mis en ligne le 01 février 2010, consulté le 13 mai 2019. URL : http://journals.openedition.org/trans/359 ; DOI : 10.4000/trans.359

Ce document a été généré automatiquement le 13 mai 2019.

Tous droits réservés

Pop argentino

Geneviève Orssaud

1 En 1989 en Argentine, à la fin du gouvernement démocratique de Raúl Alfonsín qui avait succédé au régime militaire, Carlos Saúl Menem[1] remporte les élections présidentielles. Sous prétexte de secourir l'économie nationale, il adopte une politique néolibéraliste, basée sur le gain rapide, qui prendra fin avec la crise économique de décembre 2001. Menem privatise de nombreux secteurs, en commençant par les banques et le réseau ferroviaire. Le pays n'est alors plus en mesure d'exploiter lui-même ses sols, pourtant riches. Le président veut donner aux Argentins l'impression qu'ils font partie du *primer mundo*[2], allant jusqu'à promettre la mise en place d'un transport en navette spatiale pour rejoindre le Japon en une heure et demie[3].

2 Pendant quelques années, la classe moyenne connaît le confort, grâce à des crédits très faciles à obtenir, mais chaque fois plus difficiles à rembourser du fait du chômage et de la sous-occupation (qui atteignent respectivement 13,8 % et 14,3 % en 1999). Sous des dehors populaires, le gouvernement ménémiste protège les intérêts du pouvoir en entretenant la corruption ; plusieurs scandales éclatent au cours de son second mandat. Dans cette politique à court terme, les responsables de la dictature de 1976-1983, condamnés en 1985, sont libérés. Pour se justifier, Menem prétend qu'il faut oublier le passé pour aller de l'avant.

3 Quand la crise économique éclate, la classe moyenne s'effondre et les problèmes temporairement occultés par les années de prospérité redeviennent visibles : salaires insuffisants, rétentions des pensions alimentaires des retraités, morts infantiles dues à la malnutrition, grossissement constant des bidonvilles autour des grandes villes, trafics fonctionnant grâce aux infrastructures qui avaient été mises en place par les militaires (péages illégaux, réseaux de prostitution, trafic d'organes, d'enfants et d'armes).

4 La présidence de Néstor Kirchner est accueillie avec optimisme en 2003, mais la déception se fait rapidement sentir, et les problèmes les plus urgents (santé publique, éducation, inégalité sociale) ne sont pas ou peu pris en charge. Il en sera de même lorsque sa femme, Cristina Kirchner, assumera la présidence en 2007.

5 D'une façon générale, les revendications politiques des années soixante, tues par les régimes militaires et le traumatisme qu'ils provoquent puis par les années néolibéralistes,

revoient le jour dans les années deux mille, principalement en ce qui concerne l'identité sud-américaine. Celle-ci s'oppose aux origines européennes prônées par la plupart des gouvernements qui ne font que recouvrir une forme d'impérialisme économique. La nouvelle génération se pose à nouveau les questions de ses aînés (pour nombre d'entre eux, disparus) et en appelle à une « *segunda independencia* ». On peut citer le film *La mujer sin cabeza* (2008) de Lucrecia Martel, où les Amérindiens ne sont tout simplement pas considérés comme des êtres humains. Le roman *Penúltimo nombre de guerra* (2004) de l'ex-guérilléro Raúl Argemí illustre également la place des populations autochtones dans le pays aujourd'hui. Nous signalerons également Bersuit Vergarabat, un groupe de rock très populaire qui adapte différents genres musicaux folkloriques dans ses morceaux (*cumbia*, *murga*, *zamba*, *tango*, etc.).

6 Avec cet intérêt pour l'identité argentine, et partant, pour la culture populaire, la culture de masse devient un objet artistique. C'est le cas dans les photographies de Marcos López, photographe né en 1958 dans la province de Santa Fe, qui met en scène des allégories illustrant l'aspect artificiel des années de néolibéralisme. Il intitule ses recueils de photographies *Pop Latino* (2000) et *Sub-realismo criollo* (2003)[4]. Il définit ainsi son réalisme : « *Cuando todas las partes de una situación son conscientes de participar en un acto absurdo teniendo respeto por no delatarlo.*[5]» Dans ses mises en scène, il fait grand usage d'objets que tout Argentin peut reconnaître : cannettes de bière Quilmes, tee-shirts publicitaires, *mate*, *asado*, supermarchés, *fast food*, lieux familiers de Buenos Aires et symboles patriotiques. L'écrivain Alejandro López, né en 1968 dans la province de Corrientes, a lui aussi recours à l'évocation de la publicité dans ses romans. Bien qu'il porte le même nom que Marcos López, il n'a aucun lien de parenté avec ce dernier. Dans *La asesina de Lady Di* (2001), tout est commercialisable, la narratrice précisant la marque de tous les objets qu'elle utilise. En outre, elle est une fervente admiratrice des actrices de *telenovelas* (feuilletons quotidiens télévisés). Cela illustre les années de néolibéralisme de façon évidente, dans la mesure où la culture elle-même est devenue un produit marchand, notamment au moyen de la télévision. Dans *Keres cojer ? = Gwan tu fak* (2005), l'auteur emprunte sa forme à Internet, sans doute le média le plus populaire. La plupart du roman est écrite sous forme de dialogues de *chat*. Nous verrons que toutes ces références sont prétexte à une critique des années quatre-vingt-dix et de la perte identitaire des Argentins qui s'ensuit. L'identité sud-américaine est au centre de l'œuvre de l'écrivain Cucurto[6] (né en 1973 dans la province de Buenos Aires), qui fait figurer la masse populaire dans ses romans, en en situant les intrigues dans les quartiers populaires de la capitale. En outre, ses personnages évoluent dans le monde de la nuit et de la *cumbia*, musique populaire dans tous les pays d'Amérique latine.

7 Grâce à la lecture des œuvres de ces trois artistes, nous chercherons à comprendre les représentations et les utilisations des médias populaires qui y sont faites. Nous nous intéresserons ensuite aux références à l'actualité nationale et à la façon dont tous ces éléments nourrissent un propos sur l'identité argentine.

8 Marcos López a commencé la photographie à la fin des années soixante-dix, en autodidacte. Il s'inscrit tout d'abord dans l'esthétique latino-américaine : photographies nostalgiques, en noir et blanc, proches du documentaire. Dans les années quatre-vingt-dix, il adopte la couleur. Il s'éloigne alors de la mélancolie avec des couleurs saturées. Il délaisse aussi le documentaire en préparant soigneusement ses photographies, recourant parfois au montage, parfois à la mise en scène, et peignant ses tirages souvent de très grande dimension pour obtenir des couleurs plus artificielles. Mais, comme il aime à le

souligner, il ne change pas de sujet, et il conserve le même regard sur la réalité sociale, comme en témoigne le titre de son ouvrage *Sub-realismo criollo*, qui reproduit les photographies présentées lors de l'exposition *Al sur del realismo*[7] : « *Por eso en las muestras me gusta mezclar* [*las fotos del principio*] *con las actuales, que son más sofisticadas, con mucha producción. Para demostrar que en lo central no hay cambios.*[8] » Cette apposition de la préposition « sous » n'indique pas seulement que les images ont été prises dans l'hémisphère sud, mais aussi que ce réalisme est de moindre qualité, comme dans le substantif « *sub-desarrollo* » (sous-développement).

9 Dans ses photographies des années quatre-vingt-dix, il utilise la référence au *Pop Art* pour composer ses images très ironiques sur l'Argentine néolibéraliste. Là encore, le titre de l'ouvrage qui les réunit est éloquent : *Pop Latino*. Mais l'homonymie avec le genre musical fortement répandu suggère plutôt une intégration du populaire dans son œuvre que l'allusion au *Pop Art*. Néanmoins, paquets de lessive, personnages travestis, drapeaux (argentins et états-uniens) et autres symboles patriotiques, sont autant de rappels du travail d'Andy Warhol dans les années 1960. Le fait qu'ils prennent place dans des images qui dépeignent les méfaits du capitalisme sauvage dans des mises en scène allégoriques indique que, dans l'œuvre de Marcos López, la référence au *Pop Art* est en soi une référence au capitalisme[9].

> López toma el modelo importado para « pronunciarlo mal », para transgredirlo, para revertir su sentido original. En sus imágenes nada queda del optimismo y la mesura formal del arte de los sixties. Los recursos del arte pop son sometidos a una sobrecarga hiperbólica que los convierte en elementos de una parodia teatral, de una mascarada. Maquillaje, caretas, guantes de goma, preservativos : toda una parafernalia de elementos que, en su artificio ostensivo, develan la amargura del drama que pretenden ocultar[10].

10 Effectivement, Marcos López a un intérêt pour tout ce qui est raté et faux, « *barato* » (« *cheap* » dirait-on en France), et on peut voir là la décadence du modèle états-unien, ce que devient le « *american way of life* » quand il est appliqué aux « autres » Amériques, l'Amérique du Sud et l'Amérique centrale[11]. Ses photographies, du début des années quatre-vingt-dix à deux mille six, sont d'ailleurs de moins en moins allégoriques et chaque fois plus désespérées, malgré les couleurs primaires. Ses personnages des années deux mille ne portent plus de masques, et ils regardent souvent vers l'objectif d'un air désabusé. Ils semblent ne plus vouloir jouer le jeu au milieu du décor de *primer mundo* que leur plante le photographe : *Buenos Aires : ciudad de la felicidad*[12] comme il intitulait une photographie en 1993.

11 Mais le montage de décors ne sert pas seulement à la référence au confort factice des années quatre-vingt-dix. Le stéréotype fait partie intégrante du travail du photographe : « *Color local y sentimiento. El estereotipo del estereotipo como camino para ir a la esencia misma del problema.*[13] » À travers l'usage du stéréotype, il obtient du spectateur qu'il puisse décoder immédiatement l'allégorie qu'il lui propose. Les stéréotypes sont en cela comparables aux marques, ou aux objets commerciaux utilisés tant par Andy Warhol que par Marcos López : le public ne découvre pas des images propres aux artistes dont il va voir les œuvres, mais des images qu'il connaît déjà, qui font partie de son imaginaire, qui circulent chaque jour dans son monde de consommateur. Andy Warhol réussit ainsi à modifier l'objet qu'il présente (par exemple : *Dollar bills*) ou à produire un discours sur l'image (par exemple : *Ten Lizes*). Marcos López, quant à lui, intègre le fait que l'objet est transfiguré dans son œuvre, en faisant référence à Andy Warhol. En outre, il ne montre pas la simple photographie d'un produit ou d'un stéréotype connu de tous, il le met en

scène, construisant l'allégorie. Le personnage de *Plaza de Mayo* (1996), une femme de ménage, portant des gants en caoutchouc et des produits ménagers, dans une image dont les couleurs principales sont le bleu ciel et le blanc comme le drapeau, précède les manifestants qui crieront « *Que se vayan todos* » en 2001[14]. Marcos López utilise des images évidentes, des stéréotypes reconnus comme tels. Gardel n'est plus le chanteur de tango qu'il était, il est le symbole de la culture argentine, culture *criolla* (créole) née de la rencontre des immigrés et des autochtones ; il est donc le symbole d'un pays nouveau, d'un pays avec une identité propre. Gardel apparaît dans *Gardel preocupado* (1997). Le modèle qui l'imite pose la mine déconfite devant les colonnes qui mènent aux locaux d'ATC, chaîne publique privatisée par Menem. Elles sont peintes pour l'occasion aux couleurs du drapeau. Gardel, symbole de la culture nationale, devant ATC privatisé, représente la culture argentine vendue sur le marché. C'est un fait que soulève également Cucurto dans une nouvelle écrite pour un recueil sur les années quatre-vingt-dix[15] quand il fait parler un agent littéraire : « *Claro, son productos comerciales que yo vendo a las editoriales o a los diarios. Si quieren un escritor estrella, un periodista político de lujo, bueno, yo se los fabrico.*[16] » L'allégorie met en évidence l'absurde qui a été normalisé, et les traces invisibles ou devenues illisibles d'anciens gouvernements corrompus[17].

12 Alejandro López écrit deux romans qui décrivent l'univers des années de néolibéralisme en Argentine. Dans *La asesina de Lady Di*, une jeune fille de Gualeguay, Esperanza, va vivre à Buenos Aires pour devenir actrice de *telenovela* et rencontrer le chanteur Ricky Martin afin d'avoir des enfants avec lui. Dans *Keres cojer ? = Gwan tu fak*, une transsexuelle originaire de Goya, Vanessa, décide de partir vivre aux États-Unis pour y faire fortune grâce à la prostitution, qu'elle pratique déjà à Buenos Aires. Les rêves de connaître les plateaux de télévision et de vivre aux États-Unis sont symptomatiques des années 1990. La narratrice de *La asesina de Lady Di* précise tous les noms de marque qu'elle utilise, même dans les scènes de violence. Il y a autant de marques nationales (les confitures Arcor) qu'internationales (le parfum Anaïs Anaïs), et toutes sont connues du lectorat. Mais les références les plus récurrentes sont celles à la télévision. Esperanza est une grande spectatrice de *telenovelas*, dont elle connaît des répliques, qu'elle utilise dans ses dialogues avec d'autres personnages. Mais peu à peu son goût pour la télévision l'amène à confondre sa vie avec ce qu'elle y voit. Ainsi s'imagine-t-elle vivre comme dans une *telenovela* :

> a partir de ahí se me confunden las imágenes [...] ; como si hubiese caído en el túnel del tiempo, pero en vez de los círculos rojos y verdes originales de la serie se me aparecían los rombos de la caja de zapatos que Gloria había llevado a casa [...] con la mirada perdida y con la sensación de ser uno de esos espíritus del especial que dieron en el 13 sobre « Percepción después de la muerte »[18].

13 Tous les points de repère d'Esperanza sont dans ce monde parallèle, vies factices télévisuelles, qui ressemblent à la vie réelle, mais en sont en fait une représentation.

14 Comme nous l'avons vu, le photographe Marcos López répète l'effet miroir des œuvres du *Pop Art*, et amène le spectateur à se retrouver face à une image qu'il connaît et qui fait partie de son quotidien. Il établit également une correspondance avec le *Pop Art*, car son jeu de références n'a plus simplement trait à l'objet publicitaire, mais à l'objet publicitaire tel qu'il est représenté par le *Pop Art*. Alejandro López intègre lui aussi ce jeu de reflet dans son roman, mais il est « re-présenté », lisible et non « visible ». Esperanza est fascinée par le reflet de la vie que lui présente la télévision, et elle vit par rapport à celui-ci. Elle ne peut tomber amoureuse que d'un stéréotype, une icône de la télévision, ici Ricky Marin : « *Cuando hacían los primeros planos, la cabeza de Ricky era tan grande que parecía*

un dios.[19] » Tout comme les panneaux publicitaires sont le décor des personnages mis en scène par Marcos López, la télévision est le décor des personnages d'Alejandro López : « *Teníamos los dedos juntos ; en el televisor estallaba una tormenta feroz con relámpagos y truenos.*[20] » Alejandro López décrit ce monde sous un angle inquiétant, puisque Esperanza tue une étoile montante de la télévision argentine, pour la remplacer lors d'une soirée. Le culte qu'elle voue à la *telenovela* (à la « fausse » vie) amène le personnage à une forme de schizophrénie, métaphore du trouble identitaire des Argentins.

15 Dans *Keres cojer ? = Gwan tu fak*, les références à la culture de masse se font d'une façon tout à fait différente, puisqu'elles ne sont plus « re-présentées », mais « présentées ». En effet, les personnages communiquent par Internet, et les dialogues simultanés sont reproduits dans le livre : on peut voir la fenêtre de dialogue, les adresses mails, et autres éléments visuels qui accompagnent une conversation sur Messenger. L'auteur va encore plus loin, puisqu'il figure lui-même en tant que personnage, dont l'adresse e-mail apparaît dans la fenêtre d'un courrier électronique (la même que celle que l'auteur donne en deuxième de couverture). De même, les personnages s'envoient des vidéos par mail, que l'on peut visionner sur le site de la maison d'édition. Bien sûr, le langage adopté dans le roman est celui d'Internet : abréviations, fautes de frappe, émoticones, etc. La référence aux médias est ici « nue », le lecteur y est directement confronté, comme dans une photographie, contrairement aux évocations « décrites » dans *La asesina de Lady Di* Mais cette juxtaposition de dialogues Internet et de rapports de police (puisqu'il y a une intrigue policière) laisse voir l'absence de narrateur. Le seul qui ait accès à l'ensemble des éléments est le lecteur. Ce dernier est directement confronté au sujet narré sans la narration, comme s'il y « assistait ». En outre, les éléments caractéristiques des divers médias utilisés – Messenger, mail, rapport de police, articles de journaux – sont visuels. La reproduction d'un média populaire, connu de tous, apparente *Keres cojer ? = Gwan tu fak* à une œuvre pop art. On peut lire au sujet des sérigraphies d'Andy Warhol :

> Il utilise ici le procédé sérigraphique [...] cette technique, issue de l'industrie publicitaire pour laquelle Warhol a travaillé, lui permet d'approcher son idéal d'objectivité, selon lequel la perfection serait la reproduction à l'identique. Cette opération aurait pour effet de séparer l'image des significations qu'on lui attribue pour n'en conserver que l'apparence, l'image pure[21].

16 Cet « idéal d'objectivité » fait que le discours de l'œuvre se trouve en sa marge. Il n'est plus « dans » l'œuvre, décryptable par un lecteur ou un spectateur qui doit la comprendre, mais à côté de l'œuvre, qui présente un stéréotype immédiatement reconnaissable par le public :

> Voilà ce que j'ai emprunté essentiellement aux bandes dessinées, l'absence d'émotion et une technique qui permet de la représenter. En la figurant je me mets à l'écart de ce qui est représenté ou raconté. Dans cet écart se trouve mon ironie et ce qui différencie mes œuvres des bandes dessinées[22].

17 Cette objectivité s'accompagne d'un jeu de miroir, que nous avons déjà relevé, le public ne manquant pas de se reconnaître, ou de reconnaître une partie de ce qu'il côtoie. Mais elle s'accompagne aussi d'une apparente simplicité, comme c'est le cas dans *Keres cojer ? = Gwan tu fak*, roman sans narrateur, là où le roman de fiction est réduit à sa plus simple expression, puisqu'il imite au plus près la vie, en arrivant pratiquement à ne pas remplacer la chose par le mot. Simplicité dont joue Marcos López également dans ses images :

> Trabajar en lo visual con frases hechas y arriesgar por el camino de la obviedad : primer plano, gran angular, fondo, mensaje social.

> Un toque de humor y cierta liviandad en la mirada.
> Evitar lagrimear por miedo de llorar hasta morir[23].

18 C'est là un autre point commun avec *Keres cojer ? = Gwan tu fak*, puisque l'histoire présentée, pathétique, ne convoque pas les sentiments du lecteur. Vanessa se prostitue, en partie au moyen d'Internet et nous assistons à ses conversations avec d'éventuels clients. Sa cousine prend part à un trafic de nourrissons, cambriole les clients qu'elle a endormis après s'être fait passer pour une prostituée, et échappe de peu à une fusillade dans un cybercafé. Si l'on ne rit pas beaucoup, la lecture est tout de même rapide, légère, réduite à la vision des personnages dont ces événements pathétiques sont la vie quotidienne.

19 En revanche, Cucurto entretient l'humour et accorde ses écrits au rythme festif de la *cumbia* et des carnavals. Il situe son roman *Las aventuras del Sr. Maíz* (2005) dans les années quatre-vingt-dix. Son personnage se nomme Cucurto comme lui, et on le reconnaît sur les couvertures de ses ouvrages où il pose en costume dans des décors montés. Il instaure de cette façon un aller-retour de la fiction au réel, à la façon d'Alejandro López dans *Keres cojer ? = Gwan tu fak*, quand il donne son adresse électronique. On pense encore une fois au *Pop Art* qui permet au spectateur de reconnaître immédiatement ce qui est présenté à son regard. Ces fictions se veulent proches du monde du lecteur. Alors, ce dernier ne pénètre plus dans un monde inventé, mais le monde inventé s'immisce dans sa vie. Le choix de références à la culture de masse facilite cette inversion du rapport à l'œuvre. Le lecteur d'Alejandro López reconnaît les *telenovelas* et les marques prestigieuses qui marquent le bref confort des années de néolibéralisme. Le lecteur de Cucurto reconnaît Buenos Aires, le supermarché et la *cumbia*, genre musical très populaire dans toute l'Amérique latine.

20 Pourtant, le choix des référents culturels de Cucurto est différent de ceux des López, et ce n'est plus la vie rêvée par une majorité d'Argentins qu'il dépeint (avec toutes ses mauvaises conséquences : désillusion chez le photographe et violence chez le romancier), mais la vie populaire, celle de la masse d'immigrés et de travailleurs. Cucurto décrit les quartiers le plus populaires de la ville, et en révèle les aspects les plus positifs : l'art de l'amour et du plaisir que ses habitants, pourtant très défavorisés, savent entretenir : « *Volví al yotibenco lleno de dominicanas y peruanas y toda una lacra de gente del norte argentino. Norteños. La música sonaba con todo, la maldita bachata enamoradora de todos los corazones caribeños sonaba y sonaba haciendo tintinear la llave del sexo y la alegría.*[24] » Cette masse populaire, il la qualifie de « Noire », parce que beaucoup sont d'origine amérindienne (et qu'en Argentine, les Amérindiens sont des « *negros* »), d'origine caraïbe (donc africaine), ou parce qu'elle est laborieuse (selon l'expression courante « *trabajar como un negro* »). Il se présente comme un Noir lui-même, de peau et par sa condition d'employé. Il côtoie donc la masse et partage son goût pour la *cumbia* et pour le sexe.

21 Le personnage Cucurto est magasinier dans un supermarché, dans le monde de la grande distribution : « *les voy a contar como me metí en el supermercadismo.*[25] » C'est depuis son centre qu'il peut décrire le système capitaliste :

> Las horas de mi juventud fueron todas gratis. ¿ Qué podía hacer en ese entonces ? Me tocó la época boom del neoliberalismo y no me quedó otra que llenar una solicitud de empleo en una de esas agencias de empleo temporario [...] toda esa época caía sobre mi vida como un micro cae sobre una persona ciega en el medio de la calle. Cuántas horas gratis de mis 17, 18, 19 años ; domingos y feriados y Semanas Santas, trabajando a full, regalando horas en pos de un progreso de empleado, en pos de un crecimiento empresarial que nosotros nunca veíamos. ¡ Qué le iba a hacer ! Tenía 20 años, era la época del crédito, podía tener un componente Aiwa

> cuando quisiera, una heladera, un televisor, mi recibo de trabajo me permitía sacar a crédito hasta un auto último modelo. Yo siempre dije a todo sí, sí, qué me costaba quedarme tres o cuatro horas gratis después de horario y ver qué pasaba. Había que quedarse, era el auge comercial, todo el país consumía sin parar como un monstruo comilón de porquerías hasta que obeso, empachado, explotó manchándonos con su mierda nuestras vidas[26].

22 Cucurto ne représente aucun média, seuls quelques noms de marques apparaissent, parce qu'ils font partie de la « nature[27] ». Il s'applique à décrire son époque, et en narrateur enthousiaste, à l'aimer : « *Claro que es quinientas mil veces mejor toda la vida ser un repositor en la década del 90 en Sudamérica que ser un poeta neoyorkino en los 50. Hay que amar la época.*[28] » À travers la description de cette masse, de son penchant pour la danse et le sexe, et à travers son travail physique (corps ouvrier), il figure le fonctionnement du système capitaliste comme celui d'un corps, dont les différents organes sont interdépendants :

> ¿ para qué tienen críos los ricos ? ¡ Para que los cuiden los demás ! No, nada de eso, tienen críos para tener más poder, más empleados a quienes mandar, [...] para que su plata pueda seguir siendo administrada por escribanos y contadores de su confianza. La única manera de que esta gente confíe en algo más que el dinero. En el sálon del supermercado se mezclan todas las razas y las condiciones sociales[29].

23 Le supermarché est un observatoire, une métaphore du fonctionnement de l'Argentine néolibéraliste. Dans le supermarché, l'ouvrier est indispensable, mais il est remplaçable, le client est roi, mais il est soupçonné de vol...

24 Dans *El curandero del amor* (2006), dont la narration se situe dans les années 2000, à l'époque kirchnériste, il fait état des conséquences de la décennie de néolibéralisme et d'une certaine déception comme les photographies de Marcos López, puisque les torts associés à cette période ne disparaissent pas : « No se puede, no se puede, *en Sudamérica tercermundista salvaje, Buenos Aires, abril del 2006, época kirchnerista, explotación total, hambre espantoso y los mismos problemas de hace seis años con el turco riojano*.[30] »

25 Si Cucurto s'applique à montrer comme un trésor invisible et inestimable l'amour qui anime les prostituées dominicaines et les habitants des quartiers pauvres dans ses romans, il montre également l'exploitation dont ils sont les victimes : « *ellas no querían salir a la calle... hasta que salieron. Ellas no tenían trabajo, pero tenían concha.*[31]» Les immigrés n'ont pas de travail, mais ils ont un corps. Ce dernier est un produit marchand. L'Argentine des années quatre-vingt-dix attire beaucoup de travailleurs étrangers ; ce sont les Dominicains et les Péruviens qui peuplent les romans de Cucurto. Or, l'Argentine néolibéraliste n'a rien à leur offrir que de vendre leur corps. Ceux-ci sont ensuite exploités par le système capitaliste pour consommer : vendre son corps pour pouvoir nourrir son corps. L'Argentine ménémiste est décrite comme un pays qui vit du trafic des corps : dans *Keres cojer ? = Gwan tu fak*, Alejandro López s'inspire du démantèlement d'un centre d'adoption illégal, dénoncé par deux journalistes pour l'émission télévisée *Telenoche investiga*. Ruth, qui les vend, parle des bébés en employant le terme de « *mercadería* » (p. 4) et le chapitre qui y est consacré est intitulé « *El negocio* ». On voit ici comment l'auteur introduit le fait divers par la référence à un programme de télévision sensationnaliste, suivi par un public massif. On peut également rappeler que dans *Las aventuras del Sr Maíz*, Cucurto découvre les petites poupées en plastique dominicaines avant de connaître les prostituées elles-mêmes. Chez les deux romanciers, la valeur marchande du corps prend place dans la culture de masse internationale. Il est ici question du « troc » de l'identité argentine contre une culture globale bon marché qui a eu lieu dans les années quatre-vingt-dix. C'est également ce que tendent à montrer les

photographies de Marcos López, où les personnages mangent les sandwiches que les *fast-foods* vendent dans n'importe quel pays, et où l'on peut voir les marchandises vendues dans les boutiques « *Todo por dos pesos* ». Parmi celles-ci, des bustes de saints de religions étrangères, auxquels se mêlent des personnages de dessins animés, objets de culte à une culture sans origine, ou aux multiples origines désignifiées. Valeria González indique à ce propos : « *En la actualidad, en las urbes latinoamericanas, afirma el artista, nuestra experiencia cotidiana tiene menos que ver con la herencia del folclore indigenista que con el colorinche ubicuo de souvenirs made-in-Taiwan.*[32] » La globalisation est critiquée comme un système capitaliste international, qui empêche les Argentins de renouer avec leur histoire. Les œuvres des López et de Cucurto montrent bien que le « paysage urbain » est envahi par les publicités. Comme le dit Roy Lichtenstein à propos des villes américaines dont il s'inspire : « La force de ce paysage nouveau vient de ce qu'il n'a pas d'histoire.[33] » Ainsi dans sa photographie *Asado en Mendiolaza*, prise en 2001, l'année de l'effondrement économique du pays, Marcos López montre une interprétation de *Il Cenacolo* (*la Cène*) de Léonard de Vinci. Ce dernier repas est la fin du banquet pour les Argentins : « *Like a religious persecution of the celebration of the mass, the consequences of neoliberalism and globalization constitute something like the persecution of the celebration of the asado.*[34] » Avec la fin de ce type de célébrations populaires, c'est l'identité argentine qui est attaquée (« *argentinity* » est-il dit dans le même article). Ces constats sur la globalisation s'accompagnent chez les trois artistes d'une réflexion sur l'impérialisme, qui tend à affirmer que la culture de masse est aliénante et signe la mise à mort de la culture populaire locale. En effet, on trouve dans leurs œuvres une dichotomie province/capitale, ainsi qu'une opposition entre l'autochtone démuni et le Blanc privilégié. Les Amérindiens mis en scène par Marcos López ont des visages de martyrs (cf. *Martír* [2002]), et semblent déplacés dans leur propre pays (cf. *Fiesta patria* [1996]), tandis que les personnages de classe moyenne, tournés vers les États-Unis (cf. *Carnaval criollo* [1996]), sont d'origine européenne. Chez Alejandro López, les personnages, originaires des provinces guaranis du nord de l'Argentine, poursuivent le rêve d'une vie meilleure, dans le milieu mondain de Buenos Aires, ou aux États-Unis. Enfin, Cucurto décrit la « masse noire » travailleurs pauvres d'origine amérindienne ou africaine.

26 Ces références aux produits marchands et aux conséquences désastreuses du néolibéralisme ne suffisent pas pour autant à inscrire ces œuvres dans une démarche engagée. En principe, dans le système capitaliste l'œuvre se doit de ne pas être politique au risque de devenir un produit[35]. Les trois artistes semblent adopter la même attitude vis-à-vis de la question politique. Ils portent un regard parfois documentaire sur les faits sociaux qu'ils rapportent, mais les seules références à la réalité sociale du pays ne suffisent pas à en faire des artistes engagés. Leurs œuvres sont plutôt empreintes d'une certaine indifférence à cet égard. Alejandro López n'affecte aucune empathie dans sa narration de *La asesina de Lady Di* et les médias choisis dans *Keres cojer ? = Gwan tu fak* ne nous poussent pas plus à nous identifier aux personnages. Marcos López fait usage d'humour dans ses allégories des années quatre-vingt-dix, ce qui, comme il le dit lui-même[36], nous évite de larmoyer pour ne pas mourir de chagrin... Cucurto exhibe son indifférence, et c'est finalement la position la plus politique : « *El mundo está así porque nadie se compromete, a nadie le importa un pomo nada, como a mí. Por eso me pongo a garabatear estas pavadas, pa que no se cometan las mismas tonterías que cometo yo, pa que nadie sufra de más.*[37] » Il ne nous appelle pas à agir, mais à prendre conscience de notre indifférence. C'est ce que cherchait également à faire Roy Lichtenstein que nous avons déjà cité : « Mon art ne reflète pas mon engagement personnel. Ce n'est qu'obliquement, par le biais de

cette critique de l'indifférence, que je prends position contre ce renoncement des gens à se sentir personnellement concernés par la politique, par ce qui se passe dans le monde.[38] » « Critique de l'indifférence » qu'il émet en reproduisant des vignettes de bandes dessinées où les raisons de pleurer de ses personnages ne figurent pas, et par le biais de l'objectivité, dont nous avons parlé plus haut. Si l'action est indirecte, on peut pourtant juger politique cette façon de commenter l'indifférence du public... Cependant la portée politique se trouve *en marge* de l'œuvre, comme le souligne l'emploi du terme « obliquement » de Roy Lichtenstein et comme c'est dit dans le prologue de *Sub-realismo criollo* de Marcos López à propos de *Plaza de Mayo* : « *Fotografías como Plaza de Mayo, de 1996, eran, como las demás de Pop Latino, alegóricas, y carecían de intención política directa.*[39] » Le lecteur ou spectateur doit d'abord se retrouver dans l'œuvre dont il reconnaît toutes les références (grâce à l'objectivité dont elle use), il peut ensuite y déceler la part de politique « à côté » du miroir dans lequel il se réfléchit quand il se reconnaît dans l'œuvre.

27 Toutes ces références au populaire ont pour objet d'empreindre les œuvres de nationalité avant que de produire un discours politique. Il est impossible de lire les romans d'Alejandro López et de Cucurto ou de regarder une photographie de Marcos López sans s'apercevoir que l'action se situe en Argentine. Quand ce n'est pas grâce à un symbole patriotique, c'est au moyen d'un symbole national (par exemple Gardel ou Borges), d'un air de musique très connu, ou encore d'un usage de la langue espagnole spécifique.

28 Marcos López reconnaît qu'il a créé certaines de ses photographies dans l'intention de « répondre » (faire miroir) à une œuvre du *primer mundo* : « *La respuesta del Sur al Norte : ustedes tienen la sirenita del puerto de Copenhague ? O.k., muy linda, ahora les voy a presentar al sirenito del Río de la Plata.*[40] » Il en profite pour que cette réponse soit séditieuse. Elle transforme le sens de l'œuvre première (« *el sirenito* » est un homme), et le sens initial de l'œuvre est remplacé par un sens propre au Sud, à l'Argentine (on l'a vu avec *Asado en Mendiolaza*). C'est là une moquerie du capitalisme argentin, qui imite le *primer mundo* sans adapter l'objet emprunté. Les miroirs colorés que le photographe dispose dans plusieurs de ses décors s'en font le rappel, dans la mesure où ils sont les doubles des *espejitos de colores* que les conquistadores échangeaient aux Indiens contre des objets en or ou en argent. En cela, ils dénoncent la répétition de la colonisation qui se joue dans le système néolibéraliste, volant corps et vies, et l'identité américaine. *Mártir* illustre cela : il s'agit du portrait d'un personnage amérindien, qui regarde droit vers l'objectif, un couteau enfoncé dans le cœur, la poitrine ensanglantée. Il porte un costume, et sur le revers, une petite croix catholique.

29 Le sens du terme « américain » est discuté dans *Keres cojer ? = Gwan tu fak*, quand Vanessa arrive aux États-Unis. Double définition, qui en rappelant que les États-Uniens ne sont pas les seuls Américains, signifie aux Argentins qu'ils sont des Américains :

> ruthyta131@hotmail.com dice :
> *ke te isiste en el pelo*
> *no vi bien*
> vanessavip969@hotmail.com dice :
> *corte americano*
> ruthyta131@hotmail.com :
> *nada ke ver re yanki*
> vanessavip969@hotmail.com dice :
> *si bueno aca le dicen america*
> *a los estados unidos*[41] *(sic)*

30 Cucurto, quant à lui, rappelle à ses lecteurs : « *nuestro castellano es más de Castelar que de Castilla !* »[42] L'ensemble de ses écrits le proclame puisqu'ils sont écrits dans un langage américain, en intégrant les argots des immigrés latino-américains à l'espagnol propre à l'Argentine. Il écrit ailleurs : « *Nunca me banqué haber nacido en un país que se llama Argentina, qué nombre para atrás, tan europeo. Lo primero que haría es cambiarle el nombre a la Argentina : le pondría Panambí, o Añaratamenguá.*[43] » C'est toute l'histoire de l'Argentine qui est mise en cause, à près de deux cents ans de l'indépendance du pays.

31 Au travers de leurs œuvres, ces trois artistes témoignent de l'époque néolibéraliste en Argentine. Ils décrivent l'artificialité de ces années mais aussi les conséquences désastreuses qu'elles ont eu sur l'économie et sur l'identité des Argentins, déjà mises à mal par la dernière dictature. Dans les œuvres qui se déroulent dans les années deux mille, c'est-à-dire la période kirchnériste, on voit le modèle capitaliste se fissurer et ce qui en reste se rapproche de la ruine. « *Un shopping center de cartón pintado que tambalea azotado por los vientos patagónicos.*[44] » : Marcos López révèle tout à la fois l'artifice et la rapide désagrégation des « monuments » ménémistes (supermarchés, centres commerciaux, banques barricadées lors de la crise, etc.) Or, quand ils s'effondrent, on voit apparaître le véritable paysage argentin, sa pauvreté, mais aussi son identité. D'ailleurs, de nouveaux motifs figurent dans ses photographies plus récentes, des indices à décoder dans ses paysages urbains pour découvrir la force populaire. Par exemple, dans sa photographie *Cooperativa Hogar Obrero* (2003) où l'on voit un coin de rue recouvert de publicités pour des entreprises familiales : déménagements, affichettes politiques, poste d'un marchand de journaux. La coopérative ouvrière est fermée, témoin des licenciements massifs de 2001. Mais les étiquettes et affichettes de publicité de proximité montrent une activité populaire, encore timide, mais existante. « *Se puede hablar de decadencia, sin embargo, no es descabellado pensar que hoy las verdaderas ruinas las constituyen los resabios de la imponente arquitectura de empresas transnacionales y centros comerciales, restos de un modelo agotado en cuyos intersticios están creciendo valores y comportamientos alternativos.*[45] » Cela se vérifie en effet, comme le démontrent les ouvriers qui ont squatté leurs usines pour continuer à travailler jusqu'à en devenir parfois les propriétaires (*fabricas recuperadas*).

32 En faisant apparaître les motifs populaires au travers de la culture de masse ou de la masse elle-même, l'Amérique se dessine à travers les œuvres du photographe Marcos López et des romanciers Alejandro López et Cucurto, et l'Argentine reprend sa place dans son continent : « *Entramos nomás al Pica Pica del Amor. Colmadísimo, al dente, infectado de la morochada norteña más linda del mundo, la mejor cumbia, los litritos de cerveza Condorina zumbaban como coleópteros del Perú en las manos transpiradas.*[46] » Les couleurs saturées de Marcos López s'inspirent du continent américain, parfois tropicales, parfois couleur de terre, comme celles que chante Mercedes Sosa dans *Canción con todos* qu'il cite ici :

> La Argentina Pop salió de Buenos Aires para extenderse poco a poco hacia la inmensa América : « Sol de Alto Perú, rostro Bolivia estaño y soledad, un verde Brasil, besa mi Chile cobre y mineral... » Tuve un sueño en el que Mercedes Sosa me llamaba cantando esa canción desde el pico más alto de Machu Pichu. [...] Fui a buscarla. Tímido. Con mi frágil piel blanca de Palermo-Barrio Norte. Sin complejos. Con protector solar 40. Tranquilo, sabiendo que América también me pertenece[47].

33 Avec le regain d'intérêt pour la question identitaire de la part des artistes et intellectuels argentins, d'autres revendications politiques des années soixante et soixante-dix renaissent aujourd'hui. La masse ouvrière tentait alors d'avoir une place dans

l'organisation politique du pays pour faire face à l'impérialisme économique qui la jetait dans la misère. Les conditions de vie de la majorité n'ayant pas changé, ces problématiques, jusque-là qualifiées de « révolutionnaires », se posent à nouveau et se popularisent. Ainsi, Mercedes Sosa, quelques mois avant son décès, a-t-elle invité des artistes de grande renommée à enregistrer un disque avec elle. Shakira a chanté *La maza* avec elle, une chanson révolutionnaire du Cubain Silvio Rodríguez. En s'associant avec la jeune et très populaire chanteuse Shakira, Mercedes Sosa, la représentante des Indiens d'Argentine, transmet à la jeunesse latino-américaine des valeurs militantes, en les inscrivant au sein même de la culture de masse.

BIBLIOGRAPHIE

Andy Wharol,Rétrospective, 1990, Centre Georges Pompidou.

Cucurto, 2003, *Noches Vacías*, in *Cosa de negros*, Buenos Aires, Interzona latinoamericana.

—, 2005, *Las aventuras del Sr. Maíz, el héroe atrapado entre dos mundos*, Buenos Aires, Interzona latinoamericana.

—, 2006, *El curandero del amor*, Buenos Aires, Emecé.

—, 2008, *El amor es mucho más que una novela de quinientas páginas, in* Diego Grillo Trubba, *Uno a uno, Los mejores narradores de la nueva generación escriben sobre los 90*, Buenos Aires, editorial Sudamericana.

Foster, David William, 2005, « Homosocialism, Homoeroticism in the Photography of Marcos López », in *Dissidence1.1*, *Hispanic Journal of Theory and Criticism*, Arizona State University, septembre. Source : http://www.dissidences.org/MarcosLopez.html

González, Valeria, 2003, « Las fotografías de Marcos López en el contexto del arte argentino de los noventa », prologue de *Sub realismo criollo*, Universidad de Salamanca.

Le Pop Art, dossier proposé par le Centre Pompidou. Source : http://www.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-Pop_art/ENS-pop_art.htm#image05

López Alejandro, 2001, *La asesina de Lady Di*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo editora, colección La lengua/novela.

—, 2005, *Keres cojer ? = Guan tu fak*, Buenos Aires, Interzona.

López, Marcos, 2000, *Pop Latino*, Buenos Aires, editorial La Marca.

—, 2003, « *Texturas del Caribe* », *in* la revue *El Cultural*, Espagne, 12-18 juin, source : http://www.marcoslopez.com/marcostextos.htm

—, 2003, *Sub-realismo criollo*, Universidad de Salamanca.

—, 2004, *« Manifiesto de Río de Janeiro (de la plaza Río de Janeiro) »*, México, D.F, source : http://www.marcoslopez.com/marcostextos.htm

—, 2005, « *Prólogo definitivo re-edición B y N* », source : http://www.marcoslopez.com/marcostextos.htm

Sorin, Raphaël, 1996, *Pop Art 68, produits d'entretien*, Raphaël Sorin, Paris, l'Échoppe :
– Entretien avec Roy Lichtenstein, janvier 1968, p. 11-18
– Entretien avec Robert Rauschenberg, novembre 1968, p. 29-35

NOTES

1. Il est président de 1989 à 1995, puis de 1995 à 1999.

2. Locution adoptée en Amérique du Sud en opposition à « *tercer mundo* » (tiers-monde).

3. Cette promesse a été faite dans discours prononcé par le Président en 1996, à Salta, au cours d'une visite dans une école. On peut en voir un extrait ici : http://www.youtube.com/watch ? v =p2Fnc-Iv1kE&feature =related

4. Ces ouvrages étant des recueils, et des photographies étant répétées dans les deux livres, je n'indiquerai pas les sources, mais seulement l'année des tirages. Toutes les photographies sont visibles sur le site de l'auteur : http://www.marcoslopez.com/

5. Marcos López, « *Texturas del Caribe* », « Quand toutes les parties d'une situation sont conscientes de participer à un acte absurde tout en prenant soin de ne pas le révéler. »

6. L'auteur signe certains de ses textes sous le nom de Washington Cucurto, mais pour la plupart il signe simplement Cucurto.

7. Exposition inaugurée à la White Box Gallery de New York, le 25 février 2005.

8. Marcos López, *Prólogo definitivo re-edición B y N*, « C'est pour cela que j'aime mêler dans mes expositions les photos du début avec les actuelles, qui sont plus sophistiquées, très préparées. Pour prouver qu'au fond il n'y a pas eu de changement. »

9. Ainsi, « *Los creativos de la agencia* » (1993) montre des créateurs publicitaires feuilleter un livre intitulé « Pop Art » tandis qu'on voit derrière eux des images sérigraphiées de Menem.

10. Valeria González, *Las fotografías de Marcos López en el contexto del arte argentino de los noventa*, p. 23. « López emprunte le modèle importé pour le "prononcer mal", pour le transgresser, pour renverser son sens original. Dans ses images, il ne reste rien de l'optimisme et de la mesure formelle de l'art des sixties. Les ressources de l'art pop sont soumises à une surcharge hyperbolique qui en fait les éléments d'une parodie théâtrale, d'une mascarade. Maquillage, masques, gants en caoutchouc, préservatifs : tout un attirail d'éléments qui, de par leur artifice ostentatoire, découvrent l'amertume du drame qu'ils prétendent cacher. »

11. Marcos López associe aux photographies prises dans plusieurs provinces d'Argentine, des tirages du Mexique, de Cuba, du Venezuela, du Paraguay.

12. « *Comencé con una serie titulada "Buenos Aires, la ciudad de la alegría". Puestas en escena con la idea de una seudocampaña de reelección presidencial, como si yo mismo fuera la agencia de publicidad a la que le encargaban el trabajo. Son copias en papel (en algunos casos murales de dos metros por tres) coloreadas a mano para exagerar el "error" de los laboratorios de mala calidad.* » « J'ai commencé par une série intitulée "Buenos Aires, la cité de la joie". Des mises en scène dans l'idée d'une pseudo-campagne de réélection présidentielle, comme si j'étais l'agence publicitaire qui en était chargée. Ce sont des copies en papier (dans quelques cas des tirages de deux mètres sur trois) coloriées à la main pour exagérer l'"erreur" des laboratoires de mauvaise qualité. » Marcos López, *La Argentina Pop*, in *Sub-realismo criollo*, p. 19.

13. Marcos López, « *Texturas del Caribe* », « Couleur locale et sentiments. Le stéréotype du stéréotype pour accéder à l'essence même du problème. »

14. De nombreuses manifestations ont eu lieu lors de la crise économique, et quatre gouvernements se sont succédés en quelques mois. La Plaza de Mayo est le lieu où se trouve la Casa Rosada, la maison du gouvernement.

15. Le recueil *Uno a uno* est le troisième livre publié dans la collection « Reservoir Books » qui commande à de jeunes auteurs des nouvelles thématiques. Il est à remarquer que la couverture de ce numéro est une photographie de Marcos López, *Día Feliz* (1996).

16. Cucurto, *El amor es mucho más que una novela de quinientas páginas*, in *Uno a uno*, p. 263-264. « Bien sûr, vous êtes des produits commerciaux que je vends aux éditeurs et aux journaux. S'ils veulent un écrivain à succès ou un journaliste politique brillant, eh bien, je le leur fabrique. »

17. « Las marcas invisibles de la dictadura », Marcos López, *Manifiesto de Caracas* (1998), in *Sub-realismo criollo*, p. 17.

18. Alejandro López, *La asesina de Lady Di*, p. 129. « à partir de là les images se confondent [...] ; comme si j'étais tombée dans le tunnel du temps, mais au lieu des cercles rouges et verts de la série, je voyais les losanges de la boîte à chaussures que Gloria avait apportée à la maison [...] le regard perdu et avec la sensation d'être un de ces esprits de l'émission spéciale qu'ils ont passée sur la 13 sur la "Perception après la mort". »

19. *Ibid.*, p. 38 « Quand ils prenaient des plans rapprochés, la tête de Ricky était si grande qu'on aurait dit un dieu. »

20. *Ibid.*, p. 55. « Nous appuyions fort les doigts ; à la télévision, une tempête féroce éclatait avec des éclairs et des tonnerres. »

21. *Le Pop Art*, dossier proposé par le Centre Pompidou.

22. Raphaël Sorin, *Pop Art 68, produits d'entretien*, p. 11-12.

23. Marcos López, *Manifiesto de Caracas* (1998), in *Sub-realismo criollo*, p. 18. « Travailler dans le visuel avec des phrases toutes faites et se risquer sur le chemin de l'évidence : premier plan, grand angle, fond, message social. / Une touche d'humour et une certaine légèreté dans le regard. / S'empêcher de larmoyer par peur de pleurer à en mourir. »

24. Cucurto, *Las aventuras del Sr. Maíz*, p. 23 « Je suis retourné à la maison [le yotibenco est un verlan pour *conventillo* qui désigne des maisons aux multiples logements bon marché] remplie de Dominicaines et de Péruviens et de tout un fléau de gens du Nord argentin. Des norteños. La musique retentissait, la maudite bachata amoureuse de tous les cœurs caribéens retentissait et retentissait et faisait tinter la clé du sexe et de la joie. »

25. *Ibid.*, p. 13. « Je vais vous raconter comment je me suis retrouvé dans le supermercantilisme. » On peut voir dans le néologisme « *supermercadismo* » un jeu de mot avec le mercantilisme (*mercadismo*) poussé à l'extrême. Mais il ne s'agit pas d'un engagement de l'État argentin pour protéger l'économie de son pays, sinon des manifestations du mercantilisme d'autres pays aux dépens de l'Argentine.

26. *Ibid.*, p. 53-54. « Les heures de ma jeunesse ont été gratuites. Qu'est-ce que je pouvais faire d'autre ? J'ai eu droit à l'époque du boom du néolibéralisme et je n'ai rien pu faire d'autre que de remplir une demande d'emploi dans une de ces agences d'intérim [...] toute cette époque tombait sur ma vie comme un bus tombe sur un aveugle au milieu de la rue. Tant d'heures gratuites de mes 17, 18, 19 ans ; des dimanche et des fériés et des week-end de Pâques, à travailler comme un forçat, à offrir des heures, pour une progression d'employé, pour la croissance de l'entreprise que nous ne voyions jamais. Qu'est-ce que je pouvais y faire ! J'avais 20 ans, c'était l'époque du crédit, je pouvais avoir une chaîne Aiwa quand je voulais, un frigo, une télé, mon bulletin de salaire me permettait de prendre un crédit pour une voiture dernier modèle. J'ai toujours dit oui, oui à tout, qu'est-ce que ça me coûtait de rester trois ou quatre heures gratis après ma journée de travail pour voir ce qui se passait. Il fallait rester, c'était l'essor commercial, tout le pays consommait sans s'arrêter comme un ogre bouffeur de saletés jusqu'à ce que, obèse, gavé, il a explosé en tachant de sa merde toutes nos vies. »

27. « L'art commercial, disait Roy Lichtenstein, n'est pas notre art, c'est notre sujet et, dans ce sens, il est "la nature". » *Dossier sur le Pop Art* proposé par le Centre Pompidou.

28. Cucurto, *Las aventuras del Sr. Maíz*, p. 51. « Bien sûr que c'est carrément cent mille fois mieux d'être magasinier dans les années quatre-vingt-dix en Amérique du Sud que d'être un poète new-yorkais dans les années cinquante. Il faut aimer l'époque. »

29. *Ibid.*, p. 34-35. « Pourquoi ils font des enfants, les riches ? Pour que les autres s'en occupent ! Mais non, c'est pas ça, ils font des enfants pour avoir plus de pouvoir, plus d'employés à diriger, [...] pour que leur argent continue d'être géré par des notaires et des comptables de confiance. Le seul moyen pour que ces gens aient confiance en autre chose qu'en leur argent. Dans le salon du supermarché, toutes les races et conditions sociales se mélangent. »

30. Cucurto, *El curandero del amor*, p. 80. « *Ce n'est pas possible, ce n'est pas possible*, en Amérique du Sud tiers-mondiste sauvage, Buenos Aires, avril 2006, époque kirchnériste, exploitation totale, faim terrible et les mêmes problèmes qu'il y a six ans avec le turc de La Rioja. » « *El turco riojano* » désigne Menem, dont la famille d'origine syrienne s'est installée dans la province de La Rioja. Cucurto, qui reprend le langage populaire, utilise le terme « *turco* », qui est associé à toutes les populations d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient, bien que la plupart des immigrés de cette région du monde en Argentine soient des Arméniens.

31. Cucurto, *Las aventuras del Sr Maíz*, p. 56. « elles ne voulaient pas faire le trottoir... jusqu'à ce qu'elles le fassent. Elles n'avaient pas de travail, mais elles avaient une chatte. »

32. Valeria González, *op. cit.*, p. 24. « Actuellement, dans les agglomérations latino-américaines, affirme l'artiste, notre expérience quotidienne a moins à voir avec l'héritage du folklore indigène qu'avec les couleurs ubiquistes des souvenirs made-in-Taiwan. »

33. Raphaël Sorin, *op. cit.*, p. 14.

34. David William Foster, *Homosocialism, Homoeroticism in the Photography of Marcos López*, en note. « À la façon d'une persécution religieuse de la célébration de la messe, les conséquences du néolibéralisme et de la globalisation constituent quelque chose comme la persécution de la célébration de l'asado. »

35. « Ceux qui se contentent de contester ne se rendent pas compte qu'ils ne peuvent rien changer au système qu'ils critiquent parce que le système a besoin d'eux [...] Nous sommes au milieu de la politique et nous devons voir que tout est politique. Celui qui injurie les politiciens est lui-même un politicien. » Robert Rauschenberg, *in* Raphaël Sorin, *op. cit.*, p. 31.

36. Voir note 23.

37. Cucurto, *El curandero del amor*, p. 16. « Le monde est ce qu'il est parce que personne ne s'engage, tout le monde se fout de tout, comme moi. C'est pour ça que je me mets à gribouiller ces bêtises, pour qu'on ne fasse pas les mêmes conneries que moi, pour que personne ne souffre trop. »

38. Raphaël Sorin, *op. cit.*, p. 17.

39. Valeria González, *op. cit.*, p. 27. « Des photographies comme Plaza de Mayo, de 1996, étaient, comme les autres de *Pop Latino*, allégoriques, et n'avaient pas d'intention politique directe. »

40. Marcos López, *Manifiesto de Río de Janeiro(de la plaza Río de Janeiro)*. « La réponse du Sud au Nord : vous avez la petite sirène du port de Copenhague ? Ok, très bien, maintenant je vais vous présenter le petit sirénon du Río de la Plata. »

41. Alejandro López, *Keres cojer ? = Gwan tu fak*, p. 319. « kes tu t fait aux cheveux / g pa bien vu // coupe américaine // rien à voir c super yanki [On désigne ainsi les États-uniens en Argentine] // ben ici ils disent amérique pour les états-unis. »

42. Cucurto, *Las aventuras del Sr. Maíz*, p. 61. « notre espagnol est plus de Castelar que de Castille ! »

43. Cucurto, *El curandero del amor*, p. 126. « Je n'ai jamais supporté d'être né dans un pays qui s'appelle Argentine, quel nom à la con, tellement européen. La première chose que je ferais c'est changer son nom à l'Argentine : je remplacerait par Panambí, ou Añaratamenguá. »

44. Marcos López, *Manifiesto de Caracas* (1998), in *Sub-realismo criollo*, p. 18. « Un centre commercial en carton peint qui bringuebale frappé par les vents patagons. »

45. Valeria González, *op. cit.*, p. 27. « On peut parler de décadence, mais ce ne serait pas insensé de penser qu'aujourd'hui les vraies ruines sont les relents de l'imposante architecture des entreprises transnationales et des centres commerciaux, les restes d'un modèle épuisé dans les interstices duquel sont en train de pousser des valeurs et des comportements alternatifs. »

46. Cucurto, *El curandero del amor*, p. 16. « On est entré au Pica Pica de l'Amour. Plein à craquer, al dente, infesté de la matitude du nord la plus belle du monde, la meilleure cumbia, les petits litres de bière Condorina qui bourdonnaient comme des coléoptères du Pérou dans les mains brillantes de sueur. »

47. Marcos López, *La Argentina Pop*, 2000. « L'Argentine Pop est sortie de Buenos Aires pour s'étendre peu à peu vers l'immense Amérique : "Soleil de l'Alto Pérou, visage Bolivie étain et solitude, un vert Brésil, embrasse mon Chili cuivre et minéral..." J'ai rêvé que Mercedes Sosa m'appelait en chantant cette chanson du plus haut pic du Machu Pichu. [...] J'ai été la chercher. Timide. Avec ma fragile peau blanche de Palermo-Barrio Norte [quartiers de classe aisée de la capitale]. Sans complexes. Avec une protection solaire indice 40. Serein, sûr que l'Amérique m'appartient aussi. »

On peut entendre les vers suivants dans cette chanson de Armando Tejada Gómez : « *Siento al caminar / toda la piel de América en mi piel.* » « Je sens en marchant / toute la peau d'Amérique dans ma peau. »

RÉSUMÉS

On voit apparaître au cours des années 1990 en Argentine une nouvelle génération d'artistes qui font figurer dans leurs œuvres des icônes de la culture populaire : *fast food* et symboles patriotiques dans les photographies de Marcos López, marques de produits, *telenovelas* et Internet dans les romans d'Alejandro López, *cumbia* et langage populaire dans ceux de Cucurto. Ces artistes ont également en commun de ne pas faire référence aux dures années de la dernière dictature, mais au néolibéralisme, instauré pendant les présidences de Carlos Saúl Menem (1989-1999). En outre, tous trois questionnent l'identité des Argentins, qu'ils montrent plus proches de l'Amérique du Sud que de l'Europe.

The 1990s saw the rise of a new generation of artists in Argentina who include pop culture icons in their works: fast food and patriotic symbols in Marco López's photographs, brand names, soap operas and the Internet in Alejandro López's novels, and cumbia and popular speech in those of Cucurto. In addition, these artists all make references to neoliberalism, established during the presidency of Carlos Saúl Menem (1989-1999), while avoiding references to the hard years of the last dictatorship. Furthermore, all three question Argentinean identity, which they show as closer to South America than to Europe.

En la decada del noventa surge en Argentina una nueva generación de artistas que integran en sus obras iconos de la cultura popular : pancherías y símbolos patrióticos en las fotografías de Marcos López, marcas de productos, telenovelas e Internet en las novelas de Alejandro López, cumbia y lenguaje popular en las de Cucurto. Estos artistas comparten la falta de referencias al autodenominado proceso de reorganización, sin embargo utilizan las del neoliberalismo, instaurado durante las presidencias de Carlos Saúl Menem (1989-1999). Además, los tres cuestionan la identidad argentina, que muestran más cerca de América del Sur que de Europa.

AUTEUR

GENEVIÈVE ORSSAUD

Titulaire d'un doctorat en littérature générale et comparée (Paris III - Sorbonne Nouvelle), Geneviève Orssaud travaille sur le témoignage littéraire en Argentine, notamment dans des romans de l'extrême contemporain (R. Díez, R. Argemí, L. Gusmán, Cucurto, ...). Dans des publications récentes, elle a étendu son champ de recherche à d'autres formes de narrations, notamment la fiction audiovisuelle (cinéma et telenovela). Elle s'intéresse notamment aux questions de la militance et de l'identité en Argentine.