

ETC



Production étrangère : des marchés profitables à court terme
Made in Mexico, Institute of Contemporary Art, Boston, 21
janvier - 9 mai 2004; UCLA Hammer Museum, Los Angeles, 6
juin - 12 septembre 2004

Nicolas Mavrikakis

Numéro 67, septembre–octobre–novembre 2004

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/35155ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

0835-7641 (imprimé)

1923-3205 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Mavrikakis, N. (2004). Compte rendu de [Production étrangère : des marchés profitables à court terme / *Made in Mexico*, Institute of Contemporary Art, Boston, 21 janvier - 9 mai 2004; UCLA Hammer Museum, Los Angeles, 6 juin - 12 septembre 2004]. *ETC*, (67), 66–70.

Boston

PRODUCTION ÉTRANGÈRE : DES MARCHÉS PROFITABLES À COURT TERME

Made in Mexico, Institute of Contemporary Art, Boston, 21 janvier - 9 mai 2004; UCLA Hammer Museum, Los Angeles, 6 juin - 12 septembre 2004

Le problème serait réglé : le milieu de l'art serait finalement et vraiment en train de s'ouvrir au reste du monde. La Biennale de Venise et la Documenta de Cassel (parmi bien d'autres événements) le prétendent depuis plusieurs années. Pour preuve de cela, le cas de l'art hispano-américain contemporain qui, depuis une décennie, fait l'objet d'une multitude d'expositions. L'art mexicain, en particulier, aurait trouvé une reconnaissance accrue. La plus récente exposition présentée au ICA de Boston et au Hammer Museum de Los Angeles ne va-t-elle pas dans ce sens ?

Encore une exposition sur l'art mexicain contemporain ? Je dois dire ma méfiance lorsque des commissaires organisent des expos à saveur nationale. J'ai souvent le sentiment de voir revenir une histoire de l'art très ancienne où cette discipline servait de caution aux gouvernements pour démontrer les différences entre peuples. En célébrant les tempéraments et différences nationales, l'art devenait un instrument de guerre.

Avant de se réjouir d'une telle émergence de la marge artistique au centre du marché de l'art contemporain, il faut se rappeler les propos du critique d'art mexicain, Cuauhtémoc Medina, lors de son passage à Montréal en novembre 2002. Celui-ci, qui venait juste d'être nommé au poste de conservateur associé de l'art d'Amérique latine à la Tate Gallery de Londres, ne se mentait pas quant à la profondeur de cet engouement des pays riches occidentaux pour l'art mexicain. Il faisait remarquer comment quelques années auparavant, l'art cubain avait été mis de l'avant pour être ensuite presque totalement oublié.

Et il n'est pas le seul à croire que l'art créé en dehors du réseau américain-allemand-anglais a toujours du mal à obtenir une reconnaissance soutenue. Le sociologue français Alain Quemin, entre autres dans une entrevue au *Courrier de l'Unesco* (au titre significatif de « Art contemporain : l'illusion d'universalité »), a lui aussi remis en question une telle utopie :

« Aujourd'hui, les artistes d'Europe de l'Est, très à la mode au début des années 1990, ont pratiquement tous été jetés aux oubliettes par le monde de l'art occidental. Et rien ne prouve que les artistes asiatiques ou africains actuellement très en vogue ne se révéleront pas, à leur tour, des « artistes Kleenex ». Enfin, quel itinéraire doivent-ils suivre ? La règle ne souffre pratiquement aucune exception : ils doivent être exposés dans un des pays du centre, voire venir y résider, pour espérer intégrer durablement le main stream de l'art contemporain ».

Dans *L'art contemporain international : entre les institutions et le marché*, Quemin montre que la force de l'art d'un pays ne dépend pas vraiment de concepts auxquels nous pourrions nous attendre, comme la valeur intrinsèque de ses artistes ou de ses critiques. Quemin nous fait comprendre comment la reconnaissance des artistes d'un pays dépend de la force de son marché, donc de l'argent investi dans l'art par cette nation. Plus un pays aura des collectionneurs, des galeries importantes, des musées achetant de l'art, plus ce pays aura un art fort et reconnu internationalement. Voilà un renversement surprenant, qui ramène la valeur esthétique à une simple question de pouvoir économique.

Le nouveau Mexique ?

C'est pourquoi il faut dire comment le grand intérêt de cette expo à Boston et à Los Angeles est qu'elle ne cherche pas nécessairement à trouver l'identité mexicaine, l'esthétique particulière de ses artistes, ou même à mettre simplement de l'avant des artistes mexicains (l'expo comprend 8 artistes mexicains de souche comme Gabriel Orozco mais aussi 4 artistes ayant immigrés au Mexique, comme le belge de naissance Francis Alys, et 8 artistes étrangers qui ont interrogé les représentations du Mexique). Cette expo tente plutôt de réfléchir l'image que le Mexique se donne à lui-même et à l'étranger. Une forme d'analyse qui tient compte de la valeur économique de l'art de ce pays mais aussi, en général, du pays lui-même, de ses produits, de sa main d'œuvre bon marché, de sa classe bourgeoise... Le titre de cette expo est à cet égard significatif. L'expression *Made in Mexico* fait référence à l'étiquette que l'on peut retrouver sur certains produits et qui, encore de nos jours, énonce pour beaucoup un produit bas de gamme (c'est le commissaire Gilbert Vicario qui le dit dans son texte d'introduction).

Dès l'entrée, le ton est donné. Une immense photo, retouchée avec de la peinture, signée Yasumasa Morimura (qui n'a jamais été au Mexique) ouvre le bal. Dans son *An Inner Dialogue with Frida Kalho*, le Japonais Morimura, comme il le fait depuis de nombreuses années, se travestit pour prendre les traits d'un tableau ou d'un dessin célèbre : autoportraits de Rembrandt ou de Van Gogh... Kalho est ici montrée comme une image kistchifiée, une icône populaire, à la mode, digne d'une pub pour une agence de voyages ou pour des vêtements. Dans cette reconstitution, Morimura porte d'ailleurs une de ces horribles échar-





Andreas Gursky, *Untitled XIII*, 2002. C-print monté sur plexiglas ; 275 x 205,7 cm. Courtoisie de l'artiste et Matthew Marks Gallery, New York.



pes bcbg Louis Guitton ! Morimura souligne comment Kalho est malheureusement devenue (malgré la réelle qualité de son art) une valeur sûre de la société bourgeoise, toujours prête à se faire du capital économique et symbolique sur le dos de n'importe qui et n'importe quoi. Et les femmes artistes ne font pas exception. Le capitalisme est aussi prêt à récupérer le féminisme... Si cela rapporte de l'argent, pourquoi pas ? ! ? Après la récupération dans les années 80 de la très branchée Tamara de Lempicka (qui fit les beaux jours des années 20 et fut une source d'inspiration pour la vidéo *Vogue* de Madonna), voici la vampirisation de Frida Kalho qui fut, faut-il le rappeler, communiste, amie et maîtresse de Léon Trotski ? Je ne suis pas sûr, malgré le récent film fait sur elle, avec Salma Hayek dans le rôle principal, que les touristes qui se précipitent pour voir ses œuvres se souviennent de ces détails de sa vie ! Morimura critique cela et en profite pour faire plus. Il faut voir dans le travail de Morimura une tentative de réappropriation de l'art occidental par un Japon longtemps marginalisé par la Grande Histoire de l'art.

Juste après la photo de Morimura, à l'endos du mur où trône la Frida Kalho embourgeoisée, le visiteur est confronté à une photo décapante de l'Allemand Andreas Gursky. Celui-ci signe pour une fois une image moins ambiguë politiquement (ce qu'il n'a pas fait depuis plusieurs années). En montrant un dépôt (où nous pouvons voir plusieurs produits américains, fruit de l'impérialisme victorieux), Gursky nous dévoile un Mexique moins glorieux, moins légendaire, moins touristique. En plein milieu de ce dépôt, notre œil découvre lentement un espace aménagé où semblent vivre des individus...

Juste un peu plus loin, sur le mur adjacent, nouvelle douche froide avec les photos de la Mexicaine Daniela Rossell, l'envers de la photo de Gursky. Rosell a demandé aux plus riches femmes de Mexico de se laisser portraiturer dans leur lieu préféré. Le résultat ? Tout juste un ramassis de seins et de bouches siliconées sur fond de dorures clinquantes. Je peux vous garantir que l'argent ne donne pas nécessairement bon goût. L'Espagnol Santiago Serra propose quant à lui deux vidéos qui sont comme toujours aussi percutantes. Il continue de dénoncer l'exploitation et le mépris de la classe pauvre par l'argent. Pour une de ses vidéos, intitulée *11 Persons Paid to Learn a Phrase*, il a payé des femmes indigènes ne parlant pas un mot d'Espagnol pour qu'elles répètent sans cesse les mots suivants : « *I am being paid to say something the meaning of which I do not know* ». L'argent peut-il tout acheter ? Sierra soulève un problème majeur au Mexique, – et exis-

tant dans bien des pays colonisés. Les indigènes sont très majoritairement exclus du système économique et culturel de leur propre pays. Comme nous le dit le texte de présentation, au Mexique 20 millions de Mexicains sont illettrés ou ne parlent même pas un mot d'Espagnol, qui est pourtant la langue officielle du pays !

L'Anglo-Palestienne Mona Hatoum dénonce les conditions d'exploitation de la classe ouvrière. Dans sa vidéo *Fortune Telling Bird*, elle montre un canari dressé à faire divers trucs lorsqu'il sort de sa cage : faire sonner une cloche, mettre un chapeau sur une poupée miniature... Amusant – pourrait-on se dire – que cet oiseau automate. À côté de cette vidéo, une reconstruction à la taille humaine de cette cage oblige le spectateur à rire jaune (canari ?) et à se demander en quoi consiste son propre dressage... Les tâches répétitives que nos emplois représentent souvent sont-elles si loin de ce dressage de canaris ? Cela fait penser à la première séquence des *Temps modernes* de Chaplin où les travailleurs étaient comparés à des moutons envoyés à l'abattoir.

Une des œuvres les plus efficaces et dérangeantes de cette exposition est sans nul doute celle de la Mexicaine Teresa Margolles. Intitulée « *En el aire* » (Dans l'air), elle se présente comme des bulles de savon que des machines diffusent régulièrement dans une des salles. On se dit « Encore une œuvre qui traite du ludique et du bonheur d'être ». Amusant, mais sans plus ? On s'approche et on lit, sur le carton identifiant cette création, que l'eau qui est utilisée pour ses bulles a servi à laver des corps non réclamés à la morgue... Le spectateur se sent alors tout chose ! L'indication que cette eau a été stérilisée ne change pas grand-chose au malaise ressenti. La mort des démunis laisse-t-elle des traces sur les riches vivants qui visitent les musées et les galeries ? L'argent se moque bien des pauvres et des marginaux. Les musées et les galeries lavent mieux que les banques suisses l'argent des riches.

NICOLAS MAVRIKAKIS