



Le street art in situ et les imaginaires de l'identité : quelles formes, quels contextes pour quelles valeurs?

Karine Pinel

► To cite this version:

Karine Pinel. Le street art in situ et les imaginaires de l'identité : quelles formes, quels contextes pour quelles valeurs?. Colloque international " Identités fantasmées à l'ère du technolibéralisme, Programme " Pratiques Plastiques Contemporaines et contre cultures " du RIRRA 21 Université Paul-Valéry Montpellier 3, France, Mar 2022, Montpellier, France. hal-04208202

HAL Id: hal-04208202

<https://univ-montpellier3-paul-valery.hal.science/hal-04208202>

Submitted on 18 Sep 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Colloque international « Art et identités fantasmées à l'ère du technolibéralisme »

Organisé les 16, 17, 18 mars 2022

par le programme "Pratiques plastiques contemporaines et contre cultures » du laboratoire du RIRRA

**Le *street art in situ* et les imaginaires de l'identité :
quelles formes, quels contextes pour quelles valeurs? (titre définitif)**

Titre annoncé dans le programme : « Le *street art in situ* comme création contre culturelle, quels fantasmes, quelles conditions pour quelles formes. »

Karine Pinel

RIRRA 21, Université Montpellier III Paul Valéry

route de Mende, 34199 Montpellier cedex 5, France.

karine.pinel@univ-montp3.fr

Résumé :

L'objet de la recherche est de s'interroger sur les représentations de l'identité que le *street art* relaye, et d'identifier si elles sont liées à des imaginaires dominants ou contre culturels.

L'hypothèse mise à l'épreuve est que les œuvres de *street art in situ* peuvent soutenir des représentations contre culturelles de l'identité, parce qu'en instaurant une relation au lieu à la fois d'un point de vue formel et sémantique, elles peuvent soutenir une publicité critique.

Il s'agit d'analyser, de façon comparée et située, la structure formelle et sémantique des représentations des identités dans des œuvres de *street art in situ* au regard des relations qui s'établissent entre l'œuvre et le lieu afin d'identifier les valeurs qui les sous-tendent. L'étude menée porte sur la recherche d'homologies de structures entre les œuvres et les structures mentales sociales et non sur les artistes.

Mots clefs :

Arts plastiques, *street art*, *in situ*, identités, valeurs, contre-culture.

Dans le sens commun le *street art* désigne un art qui se situe dans l'espace urbain au contact de la population, possédant par essence un esprit de contestation de la culture dominante.

Il est associé au vandalisme et à la marginalité dans une filiation avec le Graffiti, mode d'expression des contestations populaires qui se développent à New York dans les années 1960 au sein des quartiers déshérités et où s'accumulaient pauvreté et ségrégation raciale dans un contexte de choc pétrolier et de guerre du Vietnam.

Mais il est aussi un héritier des revendications sociales et culturelles des années 1970, en particulier celles des artistes formés en Ecoles d'Art qui créaient un art urbain éphémère pour contrer la marchandisation des œuvres, combattre la culture bourgeoise de l'institution et faire coïncider l'art et la vie.

Dans ces années-là, il s'agissait de lutter contre le pouvoir de la « sémiocratie » (selon le néologisme de Jean Baudrillard¹), celui de la culture du signe médiatique du système capitaliste libéral, en d'autres termes de la publicité qui domine la rue anéantit l'histoire de celle-ci et participe à la rupture des liens sociaux en indifférenciant et ghettoïsant l'espace visuel.

A partir des années 1990, il s'agit de redonner une réalité politique à des signes : les lier à la vie du peuple. Il s'agit de reconquérir l'espace public pour y exposer des problèmes sociaux, écologiques et lutter contre la globalisation.

Qu'en est-il aujourd'hui ?

En 1976, dans *L'échange symbolique et la mort*, Jean Baudrillard avait anticipé la désactivation² de telles pratiques par le système. Il ne s'était pas trompé : gagnant en visibilité à partir des années 2000, le *street art* acquiert progressivement une reconnaissance et s'institutionnalise.

Les politiques de la ville vont en particulier l'assimiler à une culture urbaine et l'ériger en outil de promotion du patrimoine, de valorisation voire d'esthétisation des territoires, en vue d'accompagner le processus de gentrification³; mais aussi en tant qu'outil d'empowerment⁴ au service des diverses communautés des quartiers populaires pour le maintien de la paix sociale.

Dans un tel contexte et au regard de la thématique qui intéresse le colloque international « Art et identités fantasmées à l'ère du technolibéralisme », il convient de se demander de quelles représentations de l'identité le *street art* se fait-il le relai, et si ces identités sont liées à des imaginaires dominants ou contre culturels.

L'hypothèse mise à l'épreuve est que les œuvres de *street art in situ* peuvent soutenir des représentations contre culturelles de l'identité, parce qu'en instaurant une relation au lieu à la fois d'un point de vue formel et sémantique, elles peuvent soutenir une publicité telle que l'entendait Emmanuel Kant l'entendait c'est-à-dire au sens d'une expression publique d'avis contraires aux avis dominants, autrement dit une publicité critique.

Il s'agit par conséquent d'analyser, de façon comparée et située, la structure formelle et sémantique des représentations des identités dans des œuvres de *street art in situ* au regard des relations qui s'établissent entre l'œuvre et le lieu afin de comprendre si les valeurs qui les sous-tendent sont dominantes ou contre culturelles. L'étude menée porte sur la recherche d'homologies de structures⁵ entre les œuvres et les structures mentales sociales et non sur les artistes.

¹ Jean Baudrillard, *L'échange symbolique et la mort*, 1976, Paris, Gallimard, 2009, p 122.

² Ibid, p 21 et chapitre "Kool Killer ou l'insurrection par les signes".

³ Sophie Blanchard. « *Street art*, rénovation urbaine et gentrification dans le Nord-Est parisien : entre marketing urbain et gender mainstreaming ». Revue numérique Urbanités #9 Sur les murs de la ville, septembre 2017.

⁴ que je traduis ici par pouvoir de participation, thématique forte des politiques publiques des années 2000. Marie-Hélène Bacqué, Carole Biewener. « L'Empowerment, une pratique d'émancipation », Paris, La Découverte, 2013.

⁵ Lucien Goldmann. « La création culturelle dans la société moderne. Pour une sociologie de la totalité ». Denoël, 1971, p 42.

Afin de limiter le champ de recherche, j'ai choisi de considérer deux œuvres qui présentent des similitudes dans les sujets représentés, en l'occurrence des portraits. La première est la fresque intitulée « Todos Somos Um (etnias) » (« Nous sommes tous unis » (ethnies)) de l'artiste brésilien Eduardo Kobra. Elle a été réalisée à Rio de Janeiro près de la zone portuaire à l'occasion des Jeux Olympiques de 2016 qui se sont déroulés au Brésil. La seconde est l'installations de photographies « Face 2 Face » réalisée par JR et Marco Berrebi en 2007 dans plusieurs villes des territoires palestiniens et israéliens.

« Todos Somos Um (etnias) » (« Nous sommes tous unis » (ethnies)) d'Eduardo Kobra:

Présentation

La fresque intitulée « Todos Somos Um (etnias) » (« Nous sommes tous unis » (ethnies)) d'Eduardo Kobra est actuellement la plus grande peinture murale au monde, reconnue comme telle en août 2016 par le Guinness Book, le livre des records. Quelques chiffres⁶ : 190 mètres de long, 15 de haut, une surface de 3000 m², 40 jours de réalisation, 1800 litres de peinture blanche pour le fond, 1500 litres de peinture colorée, 3500 bombes aérosol, 12 heures de travail quotidien pendant trois mois.

A l'instar des cinq anneaux présents sur le drapeau olympique qui représentent les cinq continents participants (l'Afrique, l'Asie, l'Amérique, l'Europe et l'Océanie), l'œuvre donne à voir cinq visages : celui d'un Mursi, habitant semi-nomades du sud de l'Éthiopie en Afrique ; d'un Kayin qui vit dans les montagnes Thaïlandaises en Asie ; d'un Tapajós appartenant à un peuple indigène du bassin amazonien ; d'un Supi membre d'une ethnie vivant dans le nord-est du Tibet depuis l'Antiquité (Eurasie) ; et enfin d'un Huli originaire d'une région de Papouasie-Nouvelle-Guinée (Océanie).

Elle a été peinte sur la façade d'un ancien entrepôt près de la zone portuaire en bordure de la baie de Rio. Le mur choisi se situe dans un quartier rénové pour les J.O. autour d'un programme artistique portant le nom de « Boulevard olympique » pour lequel la murale de Kobra a été commandée et financée conjointement par la mairie de Rio et le Comité organisateur des J.O. Cette allée accueille les spectateurs, qui arrivent en paquebots touristiques de la baie de Rio, avec diverses activités musicales, sportives et artistiques proposées sur trois kilomètres.

⁶ Les chiffres trouvés dans différents médias ne sont pas toujours les mêmes selon les sources, le site de l'artiste ne donne pas ce type d'informations.
<https://www.eduardokobra.com/>

Description

Des visages dessinés selon une facture hyperréaliste par une mise au carreau rigoureuse nous font face, cadrés en très gros plans nous permettant de voir les coiffes et les parures en détail. A ces visages détaillés se superpose, tel un maquillage commun, des couleurs saturées de multiples tonalités agencées sous forme de petits modules géométriques. Le principe structure également l'arrière-plan derrière les visages sur lequel se dessine, par un jeu de formes et contre formes, les cinq continents associés à chaque visage. Les cinq portraits ethniques ont ainsi valeur de représentants des différents continents et forment une unité universelle à l'instar de la symbolique du drapeau⁷.

Analyse plastique

Les couleurs saturées géométriques agencées selon un principe kaléidoscopique et réticulaire portent le principe de la multiplicité des différences évoquées dans le sous-titre de l'œuvre (« ethnies »). Le cadrage des visages induit une distance proxémique intime avec chaque figure représentée, proximité qui selon la classification d'Edward Twitchel Hall⁸ est celle de l'engagement d'un corps avec un autre corps où le contact physique domine la conscience. Le cadrage sert ainsi la valeur sémantique de l'œuvre que le titre nous suggère : « Nous sommes tous unis ».

La figure ethnique est portée en gloire selon le principe de reproduction littérale du réel grâce à la facture hyperréaliste des visages et de leurs ornements et par la sacralisation des figures dans une composition visuelle qui encadre les visages par les coiffes semblant former des auras, symbole culturel très répandu pouvant exprimer autant le rayonnement divin, la force vitale que la pureté.

Il s'agit de faire corps avec ces différentes ethnies minoritaires, invisibles menacées. Il s'agit pour l'œuvre de proposer l'expérience la plus sensible possible de la différence, de façon empathique et admirative, dans un registre que l'on pourrait qualifier d'oratoire au regard de la taille et de l'étalement de l'œuvre (15m de haut, 190m de large).

L'œuvre pourrait donc selon une première lecture se faire la porte-parole de minorités invisibles et de la multiplicité des individus dans le monde. Concomitamment elle soutiendrait un principe d'égalité et d'unité.

Quel imaginaire sous-jacent au regard des formes et du contexte ?

Commanditée par la mairie et le comité d'organisation des jeux olympique, l'œuvre de *street art* la plus grande du monde parfaitement licite véhicule à n'en pas douter les valeurs reconnues par ces institutions. Mais quelles sont-elles ?

⁷ Créé en 1913 par Pierre de Coubertin, le drapeau olympique symbolise l'universalité de l'esprit olympique.

⁸ Hall Edward T. La dimension cachée. 1971. Ed. Seuil, 1978.

Que porte le principe coloré kaléidoscopique et abstrait ? Une esthétique réticulaire du multiple co-existant, du multiple toujours reconfiguré de façon fluide mais à chaque fois différent selon un jeu formaliste *kitsch*, désémantisé et déshistoricisé dans une conformité vis à vis de l'esprit postmoderne⁹. L'œuvre peinte de Kobra est une mise en spectacle de l'imaginaire différentialiste qui revendique l'égalité dans l'affirmation exacerbée des différences.

Que sous-entend le lien assumé entre le nombre de figures représentées et les anneaux des jeux olympiques ? Un pluriel différencié et multiculturel, l'exception et l'unique de l'ethnique multiplié. Un échantillonnage sensé être représentatif des minorités des différents continents sous forme d'ethnisation de la diversité. Que traduit l'hyperréalisme ? L'œuvre soutient une vision nominaliste¹⁰ et une esthétique essentialiste de l'identité en travaillant le signe distinctif archétypal. Elle se livre à une discrimination physique¹¹, à un racisme positif, où l'apparence fait l'identité.

Les visages peints arborent les produits de la nature : plumes, fleurs, fils et cordes de fibres végétales, peaux d'animaux, perles de graines d'os ou de pierres, or ou cuivre façonné. La réalisation plastique travaille ainsi le mythe du paradis perdu à travers la figure du « bon sauvage », être spontané, pur, non historique, non soumis au travail dans la mesure où la nature, productrice et abondante, lui fournit de quoi subvenir à ses besoins.

Aussi cette œuvre ne radicalise-t-elle pas la valeur de l'immédiate jouissance en faisant croire que cet archaïsme (imaginaire) peut être retrouvé aujourd'hui dans la consommation : transgressive, libidinale, ludique et marginale telle que Michel Clouscard la définit¹² ? N'habille-t-elle pas l'idéologie du « désir producteur »¹³ qui nie le principe de production et méprise le producteur dans l'idée d'une nature productrice et favorise la consommation permissive ? L'œuvre de *street art* faussement marginale ne colporte-t-elle pas un modèle contradictoire et schizophrène, oppressant et aliénant, où « [...] ce sont les mêmes qui tantôt travaillent et tantôt consomment [...] Tantôt esclaves, tantôt maîtres du monde ! », c'est-à-dire ce que Michel Clouscard identifie comme le fascisme de la société de consommation où « [...] pour jouir, je m'exploite moi-même. »¹⁴ ?

L'œuvre, dans l'espace qu'elle investit, fait la publicité marchande des Jeux Olympiques pour en soutenir la consommation transgressive. Le spectateur est dominé, écrasé par la dimension

⁹ Valérie Arrault. L'empire du Kitsch. Klincksieck, 2010, p 16 et 17.

¹⁰ « Pour les réalistes, (...) les universaux existent réellement en soi (...). Contre le réalisme, le conceptualisme estime que les universaux sont des constructions de l'esprit, qui ne peut se passer d'eux. Les idées n'existent pas en elles-mêmes, mais seulement en tant que conçues par nous. Seuls existent réellement les individus (...). Le nominalisme [it. ds le texte] enfin, dit aussi terminisme, radicalise la position conceptualiste en posant au principe qu'existent seuls les individus, l'universel n'étant jamais qu'un signe, aussi extérieur aux choses que le sont les noms dont on les désigne. Lucien Jerphagnon (sous la Direction de...). « Dictionnaire des Grandes Philosophies ». Toulouse, Privat, 1973, p.269.

¹¹ Article 225-1 de la « Section 1 : Des discriminations », du « livre II : Des crimes et délits contre les personnes » du code pénal.

¹² Michel Clouscard « Néo-fascisme et idéologie du désir ». Delga, 2013 p 59. Il définit la consommation transgressive comme celle délivrée de l'éthique de la consommation de la bourgeoisie traditionnelle qui se caractérise par le « sérieux de la production » et le « sérieux de la consommation ».

¹³, Ibid. p 84, 85.

¹⁴ Fascisme, non réductible au fonctionnement de l'appareil d'Etat fasciste, qu'il nomme aussi « néo-fascisme culturel ». Ibid. p 130.

monumentale des portraits ethniques qui symbolisent malgré eux un archaïsme libre, outil de la pensée dominante néolibérale libertaire. Parce que cet archaïsme est mis en danger, l'œuvre nous fait le désirer. Elle promet bien, dans cette mesure, la libération du désir, le modèle d'émancipation transgressive. Si les visages deviennent des peintures abstraites dont il est impossible de voir la totalité lorsque l'on circule au pied du mur (temps de regard où le modèle est déjà assimilé ?), le spectateur-consommateur est harponné de loin : en arrivant du port et en circulant sur le « Boulevard olympique » prompt à lui proposer du divertissement immédiat, mais surtout à travers les médias de masse qui se feront le relai de la murale dans le monde entier.

Si nous sommes unis (« todos somos um ») au paradis fantasmé des ethnies que nous montre l'œuvre n'est-ce pas pour mieux nous faire consommer du J.O. sans entraves en gommant son coût : celui de l'exploitation et de l'aliénation des producteurs de cette abondance ? Cette œuvre ne nous permet-elle pas d'oublier par exemple l'éviction du centre de Rio des habitants de certaines favelas rasées pour construire les stades, l'exploitation et la maltraitance des travailleurs venus des régions pauvres du pays (nord-est en particulier) à l'occasion de la réalisation des infrastructures, l'augmentation de la prostitution du fait du tourisme de masse et son apport économique non négligeable ?

« Face 2 Face » réalisées par JR et Marco Berrebi

Présentation

L'installation de photographies « Face 2 Face » réalisées par JR et Marco Berrebi en 2007 est considérée comme la plus grande exposition de photographie au monde. Pour ce projet, des portraits d'Israéliens et de Palestiniens sont collés sans autorisation dans des formats monumentaux des deux côtés du mur de séparation de près de 700 km de long érigé par le gouvernement israélien le long de la ligne d'armistice de 1949 (la Ligne verte), entre Israël et la Cisjordanie et dans plusieurs villes alentours. JR précise que le projet artistique n'a été ni sponsorisé ni subventionné par aucune institution ou marque¹⁵. L'idée affirmée aux fondements de l'œuvre est de permettre aux palestiniens et israéliens de se voir autrement qu'à travers les médias de masse qui privilégient le prisme du conflit.

JR a travaillé avec 41 volontaires en Israël et en Palestine ayant des métiers ou des fonctions similaires de part et d'autre : médecins, coiffeurs, taxis, religieux.... Ils ont accepté de se laisser prendre en photo à une distance de 10 cm et autorisé la diffusion de leurs portraits à grande échelle

¹⁵ Marco Berrebi (textes), JR (photographies). « Face 2 Face ». Alternatives, 2007.

en Palestine et en Israël tous côtés confondus, démarche qui en temps de conflit guerrier est loin d'être anodine. En février 2007 les clichés photographiques sont imprimés sur 2 km de papier.

Les collages ont été faits dans huit villes du Proche-Orient dont Hébron, Jéricho, Ramallah, Tel-Aviv, Jérusalem, ou Bethléem, Haïfa. Les premiers portraits sont affichés sans autorisation préalable à Hébron en Cisjordanie où 200 colons juifs protégés par 2000 militaires entretiennent des relations tendues avec les palestiniens. L'intervention de JR n'est alors pas encore médiatisée. Les 4 et 7 mars 2007, c'est le mur symbole du conflit qui divise l'Israël et la Palestine qui est investi des deux côtés pour l'inauguration officielle de l'intervention : à Bethlehem du côté palestinien et à Jéricho côté israélien.

Description et analyse plastique :

Des visages d'hommes de femmes et d'enfants déformés nous font face cadrés en gros plan ou plan poitrine. Ils rient ou font des grimaces. Les tirages photographiques sont en noir et blanc et fonctionnent en binômes, ainsi la photographie d'un taxi palestinien va par exemple être collée à côté de la photographie d'un taxi israélien.

Un jeu qui consiste à tenter d'identifier qui est palestinien et qui est israélien est parfois proposé aux personnes qui viennent voir l'installation¹⁶. Mais les signes distinctifs d'appartenance, de classe sociale ou de fonction ne sont pas visibles du fait en particulier de l'utilisation chromatique noir et blanc dont le contraste homogénéise les tenues vestimentaires et les lieux de prise de vue. L'échelle des portraits permet d'avoir une distance proxémique personnelle qui met à égalité les corps sans les confondre. L'utilisation de l'objectif photographique 28mm déforme les visages car ce qui importe ce sont les mimiques et les grimaces, en particulier le rire.

Ainsi le jeu consiste-t-il à démontrer que l'apparence n'est pas l'identité.

Quel imaginaire sous-jacent au regard des formes et du contexte ?

JR ne fait le portrait ni de dominés, ni de dominants. Il montre ce qui relie ces hommes et ces femmes au-delà des différences et des divergences : le rire.

Selon la neurologie et l'anthropologie, le rire possède le pouvoir de favoriser l'apprentissage social et renforcer les liens entre individus. Ainsi à travers son œuvre et son installation dans le domaine public, JR convoque le *Koinon* c'est-à-dire le monde en tant que « [...] communauté d'objets qui rassemble les hommes et le relie les uns aux autres »¹⁷ dans le passé, le présent et l'avenir.

¹⁶ <https://youtu.be/gFrVnitQLxg>. Le film décrit le jeu proposé au public venant voir les photographies visant à distinguer le palestinien de l'israélien.

¹⁷ Hannah Arendt. « L'Humaine condition ». Gallimard, 2012, p 103.

L'espace investi est utilisé pour sa fonction réelle et symbolique : c'est un mur de séparation entre des hommes et il est détourné pour porter le sens de l'œuvre, celui de montrer que ce qui unit les hommes possède une valeur supérieure à la valeur du mur et peut s'y surimposer. Si la grimace vise à ridiculiser le mur, le rire porte la valeur universelle y compris dans le collage intitulé « Holy Triptych » (triptyque sacré) qui rassemble les visages grimaçants des hommes de foi des trois religions en présence sur les territoires investis par l'installation (musulmane, juive et chrétienne). Même si ces portraits sont les plus explicites sur la fonction des volontaires photographiés en raison de signes distinctifs religieux, ils sont soumis aux mêmes règles unifiantes dans une cohérence avec les convictions des trois prêtres¹⁸.

En montrant dans les lieux même des conflits et tensions ce qui est commun aux palestiniens et aux israéliens au-delà des clichés que JR évoque au début de son film¹⁹, l'œuvre met en débat ce qui les divise et en fait la publicité au sens où l'envisageait Kant²⁰ c'est-à-dire une publicité qui, dans la liberté de la critique, exprime publiquement un avis contraire aux avis dominants dans le respect néanmoins de l'ordre établi : à la division elle oppose l'universalité.

Pour cela elle n'emploie pas le réalisme malgré le potentiel technique que peut apporter le principe photographique. Elle travaille au contraire la mimésis comme structure fondamentale d'imitation qui permet de jouer avec la trame de la réalité tout en s'en extrayant. Les clichés montrent une humanité générique grâce à l'effacement chromatique du lieu de prise de vue et au gommage des traits distinctifs des volontaires par l'utilisation de l'objectif grand angle.

En contextualisant les photographies de cette humanité générique dans le lieu de la guerre des uns contre les autres, l'installation artistique s'érige en tant que rupture fictionnelle, média artistique d'un imaginaire universaliste

Conclusion

Mon hypothèse était que les œuvres de *street art in situ* pouvaient soutenir des représentations contre culturelles de l'identité en instaurant un rapport formel et sémantique au lieu dans lequel elles étaient installées.

¹⁸ <https://www.jr-art.net/fr/projects/israel-palestine>.

¹⁹ Ibid. « Pour un israélien, un palestinien c'est quelqu'un qui se fait sauter sur un marché et qui tue femmes et enfant sans pitié. Pour un palestinien, un israélien c'est un soldat. Un soldat qui l'arrête aux checks point, qui l'humilie, qui tire sur les ambulances, les civils ».

²⁰ Pour Kant la publicité consiste en un processus politique régulateur. C'est la mise sur la place publique d'un jugement politique sachant que cette publication entraîne la responsabilité de l'auteur vis-à-vis de son propos et par voie de conséquence l'obligation pour l'auteur de l'étayer et de l'argumenter. C'est dans le sens d'une liberté de la critique que Kant envisageait le concept de publicité : cette liberté de la critique était pour lui garante de la raison et de l'autonomie de jugement. Il érigeait l'usage public de la raison comme « droit sacré de l'humanité ». Concept principalement développé dans l'opuscule « Qu'est-ce que les Lumières? » (1784, Hatier, 2007) ainsi que dans le « Conflit des facultés » (1798, Vrin, 1988).

Si nous avons pu nous rendre compte que l'imaginaire de l'œuvre « Todos Somos Um (etnias) » était traversé par les valeurs dominantes du système néo-libéral libertaire et en constituait une image de propagande, nous avons pu d'un autre côté identifier que l'imaginaire de « face 2 face » relevait de la pensée universaliste. Or l'analyse formelle et située de cette seconde œuvre a démontré qu'elle relevait de la publicité critique c'est-à-dire d'un avis contraire à l'avis dominant. Dans cette mesure se pourrait-il alors que la pensée universaliste appartienne désormais à un imaginaire contre-culturel s'agissant de la question de l'identité ?