



La construction de l'idole musicale en tant que personnage et performativité. Une étude des écrits biographiques sur Charly García et Fito Páez

Francisca López Molina

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chili

francisca.lopez.m02@mail.pucv.cl

<https://orcid.org/0009-0005-6194-2573>

Marlon Toro Ortiz

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chili

marlon.toro.o@mail.pucv.cl

<https://orcid.org/0000-0002-8558-4476>

Reçu le 15-08-2025 / Évalué le 29-10-2025 / Accepté le 10-11-2025

Résumé

Cette recherche soutient que les écrits biographiques sur les idoles du rock telles que Charly García et Fito Páez démontrent comment l'industrie culturelle les transforme en produits commercialisables. À travers la performativité, le capital culturel et l'esthétisation de leurs vies, un processus d'aliénation et de fétichisme inhérent au système capitaliste est évident. Leur rébellion, leur authenticité et leur génie, loin d'être des qualités intrinsèques, deviennent des marchandises et des spectacles, alimentant un marché qui consomme leur musique, leur style de vie et leurs gestes privés. Les textes de Riera et Guerriero montrent comment ces récits biographiques ne racontent pas seulement leurs vies, mais les organisent et les perpétuent comme des mythes, dissimulant les relations économiques et sociales qui soutiennent leur célébrité. En fin de compte, l'admiration pour ces figures se confond avec l'économie de l'industrie culturelle, qui transforme la vie et l'art en biens de consommation.

Mots-clés : performativité, idolâtrie, industrie culturelle, Fito Páez, Charly García

**La construcción del ídolo musical como personaje y performatividad.
Un estudio de los escritos biográficos sobre Charly García y Fito Páez**

Resumen

Esta investigación sostiene que los escritos biográficos sobre ídolos del rock como Charly García y Fito Páez demuestran cómo la industria cultural los transforma en productos comercializables. A través de la performatividad, el capital cultural y la estetización de sus vidas, se evidencia un proceso de alienación y feticismo inherente al sistema capitalista. Su rebeldía, autenticidad y genio, lejos de ser cualidades intrínsecas, se convierten en mercancías y espectáculos, alimentando un mercado que consume su música, estilo de vida y gestos privados. Los textos de Riera y Guerriero muestran cómo

estas narraciones biográficas no solo relatan sus vidas, sino que las organizan y perpetúan como mitos, ocultando las relaciones económicas y sociales que sustentan su fama. En última instancia, la admiración por estas figuras se fusiona con la economía de la industria cultural, que transforma la vida y el arte en bienes de consumo.

Palabras clave: Performatividad, idolatría, industria cultural, Fito Páez, Charly García

The construction of the musical idol as a character and performativity A Study of the Biographical Writings on Charly García and Fito Paez

Abstract

This research argues that biographical writings on rock idols such as Charly García and Fito Páez demonstrate how the cultural industry transforms them into marketable products. Through performativity, cultural capital and the aestheticization of their lives, a process of alienation and fetishism inherent in the capitalist system is evident. His rebelliousness, authenticity and genius, far from being intrinsic qualities, become commodities and spectacles, feeding a market that consumes his music, lifestyle and private gestures. Riera and Guerriero's texts show how these biographical narratives not only recount their lives, but also organize and perpetuate them as myths, hiding the economic and social relations that sustain their fame. Ultimately, admiration for these figures merges with the economics of the culture industry, which transforms life and art into consumer goods.

Keywords: Performativity, idolatry, cultural industry, Fito Páez, Charly García

Introduction¹

L'écriture biographique est un genre qui « comprend non seulement une soif de détails sur sa vie, mais aussi sur les « coulisses » de sa « « création » » (Arfuch, 2002 : 52). Ainsi, l'empressement à exposer la vie d'une personne spécifique ne se limite pas à l'enregistrement, mais révèle également les prétentions associées à la perception de l'œuvre du sujet inscrit dans l'histoire et, même, à l'image conçue à son sujet. La littérature, en recourant à ce type de production, a reproduit et généré différents imaginaires socioculturels sur des figures spécifiques ayant eu un impact important sur la culture populaire ou les traditions artistiques. Dans ce contexte, différentes formes sont apparues, telles que les témoignages, les récits de vie, les journaux intimes, les carnets, les brouillons, les autofictions, les romans, les films, les portraits, les profils et les nouvelles

¹ Francisca López Molina est auteur de l'introduction, des parties 1, 2 et de la conclusion. Marlon Toro Ortiz a contribué aux parties 2 et 3 de l'article.

« variantes du spectacle » - *talk-show*, *reality-show*, vidéo politique, récits de vie en sciences sociales et nouvelles orientations de la recherche et de l'écriture académiques. En effet, les biographies des notables et des célébrités ou leur « vécu » saisi dans l'instant suscitent de plus en plus d'« intérêt » (Arfuch, 2002 : 52).

Selon le personnage abordé, sa vie attirera plus ou moins l'attention et sera attribuée à des imaginaires socioculturels spécifiques. Cela signifie que, dans le cas de sujets dont les histoires ou les comportements sont capables de susciter de fortes émotions, en raison de leurs expériences et des symbolismes qui les entourent, ils finissent par manifester un processus similaire à celui de l'idolâtrie. L'utilisation de ce terme remonte aux textes religieux dans lesquels l'idolâtrie était considérée comme une action condamnable pour avoir inversé la place d'éléments mondains avec des éléments sacrés. Ainsi, dans le contexte colonial, des auteurs comme Bartolomé de Las Casas problématisent l'idolâtrie dans le contexte américain dans son ouvrage *Apologética Histórica Sumaria* (1967). S'élevant contre les conceptions déterministes qui condamnent les peuples indigènes comme des êtres de nature inférieure parce qu'ils pratiquent l'idolâtrie, de Las Casas considère ces actes comme un phénomène universel de l'humanité avant l'arrivée du christianisme (p. 381). Dans la même veine, des siècles plus tard, Michael T. Taussing reprendra ce concept en relation avec le fétichisme de la marchandise dans l'ordre colonial de la vice-royauté espagnole. D'autre part, Owen Barfield reprend également ce concept dans son ouvrage *Salvandlaen* secular forms afin de démontrer son utilisation pour conceptualiser la réalité. De même, l'idolâtrie influence les études marxistes. C'est pourquoi nous proposons d'aborder les figures de Charly García et de Fito Paez à partir de l'étude des textes qui leur sont consacrés, en nous appuyant sur des outils théoriques liés à la pensée marxiste, aux études de Freud sur la culture et à la compréhension de l'identité en tant que construction issue de la performativité.

Dans cet article, nous proposons d'étudier l'écriture biographique des idoles Charly García, Fito Paez et *De gira con Charly* (2005), de Daniel Riera, publié dans *Revista Soho*, Colombie et *No me verás arrodillado*, de Leila Guerriero (2019), publié dans *Revista GatoPardo*, Mexique. Nous suggérons

que la composition de leur image dans les récits fournit un exemple de la façon dont, à travers les logiques de marchandisation et l'industrie culturelle, une image d'idoles est créée autour d'eux, ce qui a un fort impact socioculturel, en raison du symbolisme associé à la protestation et à la rébellion. Ces symboles sont renforcés par leurs expériences et la performance de leur identité de rock star auprès du public et des médias. Cependant, les dynamiques de l'industrie culturelle déterminent également la portée de cette performativité et font d'eux des figures qui, bien qu'elles soient liées à la rébellion et à la contre-hégémonie, sont traversées par les contradictions du fonctionnement mercantile de l'industrie culturelle.

Dans le cadre des études culturelles contemporaines, le concept d'« altérité » acquiert une pertinence particulière lorsqu'il s'agit d'analyser la manière dont les idoles sont construites et reconnues au sein de la société. L'existence de ces idoles n'est pas autonome, mais dépend de la reconnaissance du public, médiatisée par l'industrie culturelle. Cette industrie joue un rôle fondamental dans l'élévation de personnages à la catégorie des idoles, un processus qui implique non seulement la création d'images idéalisées, mais aussi la marchandisation d'aspects spirituels et culturels.

Charly García et Fito Paez, représentés comme des stars du rock, sont des personnages qui possèdent un certain capital symbolique et culturel qui les place d'une manière particulière dans la société et les espaces artistiques. Ils sont donc situés là où leur connaissance spécialisée des techniques musicales et des autres artistes devient un capital symbolique. Ce capital ne s'acquiert pas seulement par les compétences artistiques, mais aussi par l'insertion dans les industries culturelles, qui revêtent ces idoles d'une aura marchandisée². L'industrie culturelle, en ce sens, agit comme un mécanisme qui transforme la vie de ces individus en un produit, où leur autobiographie et leur style de vie deviennent une fiction performative. La question centrale qui émerge de cette recherche est de savoir dans quelle

² Concept abordé par Walter Benjamin dans *La obra y su reproductividad técnica*, Ediciones Godot (2019), dans lequel il définit l'aura comme : *Un entrelacement très particulier de l'espace et du temps : apparence unique d'un éloignement, aussi proche soit-il* (p.47). Bien que ce concept soit appliqué à l'œuvre d'art, il met également en garde contre les conséquences politiques de l'association d'une certaine aura à des éléments non artistiques, dans le contexte de la période du fascisme au cours du XX^e siècle.

mesure la rébellion associée à ces idoles fonctionne comme un produit qui alimente le capital, plutôt que comme un agent de transformation sociale. La performativité ne se manifeste pas seulement dans la vie publique de ces idoles, mais aussi dans l'écriture et la stylistique des textes qui les décrivent. L'idolâtrie prend un sens commercial, où même la rébellion devient une marchandise. Cette étude cherche à explorer comment l'industrie culturelle construit et perpétue ces récits, et quelles sont les implications de cette marchandisation sur la perception publique des idoles contemporaines, en se basant sur l'analyse des textes de Riera et Leila.

1. L'idolâtrie de Charly García et Fito Páez

La biographie fonctionne comme une médiation culturelle qui sélectionne et ordonne les éléments d'une vie afin de construire un récit qui, en plus d'être informatif, a une valeur symbolique. Arfuch (p.52) énumère parmi ses formes dérivées et apparentées le témoignage, le récit de vie, le journal intime, les carnets, l'autofiction, le portrait, le profil et même des formats médiatiques tels que le *talk-show* ou le *reality-show*. L'ampleur de ces manifestations révèle que l'intérêt social pour la vie des autres se matérialise dans des dispositifs de nature diverse, tous traversés par la tension entre le documentaire et le narratif.

Dans ce contexte, la relation entre biographe et biographié constitue l'un des axes les plus complexes du genre. Daniel Madelénat (p. 151-152) décrit ce lien comme un « ajustement nécessaire et varié, entre omniscience et étrangeté, entre proximité et éloignement, entre distance et empathie ». L'oscillation que Madelénat met en évidence n'est pas seulement un problème d'approche narrative, mais aussi un dilemme éthique : jusqu'où la voix du biographe peut-elle aller dans l'interprétation de la vie d'un autre ? Julia Musitano (p.182) conceptualise cette relation comme « une rencontre amoureuse », soulignant que l'acte de raconter une vie implique une implication affective qui conditionne les choix narratifs. De même, Michael Holroyd (p.125) note que ce qui l'attire le plus dans la biographie est « l'idée d'une 'intimité entre étrangers' » ; une proximité qui s'accroît à travers les actes d'écriture et de lecture entre l'auteur, le lecteur et le biographe.

Dans *De gira con Charlie*, Daniel Riera expose cette « intimité entre étrangers » à travers des scènes qui, même à la distance physique de l'observateur, traduisent une proximité émotionnelle construite sur des gestes et des mots. La narration d'une conversation apparemment banale - la critique du « latin rock » par Charly García et son rejet de la *Color esperanza* - révèle une trame plus profonde : le biographe s'attarde sur la voix, le rythme et les digressions du musicien, non pas pour confirmer des données, mais pour rendre compte d'une subjectivité en action. Ce choix narratif confirme ce que Musitano décrit comme un lien affectif qui oriente le récit : la scène n'est pas là pour sa pertinence documentaire, mais pour la manière dont elle condense la personnalité irrévérencieuse du biographe et la perception intime qu'en a l'auteur.

François Dosse, dans *Le pari biographique*, souligne la nature « hybride » de la biographie, prise « entre la volonté de reproduire selon les règles de la mimésis le passé réel vécu, d'une part, et d'autre part, le pôle imaginaire du biographe qui doit recréer, selon son intuition et ses capacités créatrices, un univers perdu » (55). Cette hybridité est également visible dans *No me verás arrodillado*, où la reconstitution de l'enfance de Fito Páez s'appuie sur la voix du musicien lui-même pour raconter la maladie et la mort de sa mère : « c'était une question de mois. [...] Elle faisait pousser un extraterrestre. Ce n'était pas un être. C'était un horrible amas de cellules » (p.2).

Ici, le fait vérifiable (la mort de la mère) se mêle à la métaphore personnelle (« un extraterrestre »), produisant un effet narratif qui transcende le simple registre historique. Le ton intime, chargé d'images et de mémoire affective, répond à ce que Paula Hamilton (1) définit comme « une production créative, non fictionnelle, dédiée à l'enregistrement et à l'interprétation de vies réelles », dans laquelle la fidélité documentaire coexiste avec la nécessité de donner un sens émotionnel aux événements.

La condition « inclassable » du genre, que Perugini relie à la tâche de « combler les trous et les lacunes par la déduction logique ou l'imagination » (p. 51), se matérialise dans la manière dont ces récits ne se contentent pas de rapporter des événements passés, mais cherchent à capturer une atmosphère, une manière d'être dans le monde. Chez Riera, la critique musicale de García devient un portrait de caractère ; chez Páez, le

souvenir d'une perte devient le noyau émotionnel de toute une vie. Dans les deux cas, l'écriture biographique se déploie comme un espace où la distance de l'historien et la proximité du narrateur coexistent dans une tension constante, réaffirmant que la vérité d'une vie ne s'épuise pas dans ses données, mais se construit dans le récit qui la sauve.

Cette capacité d'invention se manifeste dans l'écriture de *De gira con Charly* de Daniel Riera (2005), où l'absence de ponctuation conventionnelle génère un rythme qui reflète le chaos scénique et vital de Charly García : « Charly García et ils jouent le blues Desconfío et Charly est aux claviers et cela ressemble plus à une compétition pour voir qui l'a plus gros, un acte entre guitare et claviers et avec Popotitos une autre guerre d'egos et quand ils finissent Charly crie ¡Sucio ! ... » (14). La prose chaotique ne traduit pas seulement l'intensité de la scène musicale, mais correspond également à l'imprévisibilité et à la démesure du musicien, montrant comment la forme littéraire peut encapsuler la performativité du biographe.

Des scènes telles que celle décrivant l'entrée de Charly dans le salon VIP de l'aéroport, « il entre dans le salon VIP de l'aéroport à onze heures et demie du soir... il est en feu et a les yeux de quand tu me regardes dans les yeux et que mon regard est ailleurs, ne t'approche pas de moi parce que je sais que je peux te faire du mal » (1), soulignent la transformation de la figure humaine en spectacle et, à son tour, en objet de fascination et de couverture médiatique. La description de Fito Páez, en revanche, met l'accent sur la perception qu'a le public de sa figure en tant qu'idole : « Aucune des choses qui se produisent lorsqu'une rock star traverse la rue... ne se produit lorsque Fito Páez sort d'un taxi... » (1), construisant un récit dans lequel l'attention et l'altérité du public renforcent son statut d'idole.

Le concept d'idole, repris par Taussig, permet de comprendre cette dynamique : « des relations sociales précises sont réduites à la matrice magique des choses... au lieu que l'homme soit l'objectif de la production, la production est devenue l'objectif de l'homme et la richesse l'objectif de la production » (54). Dans cette perspective, Charly et Fito acquièrent une aura presque magique ; leur figure transcende l'humanité concrète et devient le produit et le symbole d'une expérience culturelle et sociale partagée.

Owen Barfield, dans *Sauver les apparences*, renforce cette notion en soulignant que les phénomènes sont perçus comme des idoles lorsqu'on leur attribue une indépendance par rapport à la perception humaine : « les phénomènes eux-mêmes sont des idoles lorsqu'on imagine qu'ils possèdent cette indépendance par rapport à la perception humaine qui, en réalité, ne peut correspondre qu'à ce qui n'est pas représenté » (34). Ainsi, l'idolâtrie ne se limite pas à l'admiration, elle implique la construction d'un espace symbolique où la figure de l'artiste est séparée de son humanité concrète et inscrite dans un imaginaire collectif.

En ce sens, Walter Benjamin propose, à travers son concept d'*aura*, que la singularité et la présence irrépérable d'une œuvre artistique soient transférées à la perception du public, intensifiant l'expérience de l'idolâtrie. Dans cette logique, la vie et l'œuvre de Charly García et Fito Páez se développent dans un cadre où chaque action, concert ou geste est perçu comme une manifestation unique chargée de sens, renforcée par l'attention des médias et la réception du public.

Dans le même ordre d'idées, Bourdieu aborde la construction des idoles à partir de sa notion de capital symbolique et culturel. Ce capital s'exprime dans la combinaison de compétences techniques, de reconnaissance publique et de positionnement dans l'industrie culturelle : « Le capital culturel peut être converti sous certaines conditions en capital économique et se prête à l'institutionnalisation, notamment sous la forme de titres académiques... Le capital culturel s'incorpore à l'habitus du sujet... il en devient partie intégrante » (135-140). Dans ce cadre, Charly García et Fito Páez possèdent un capital culturel incorporé et socialement reconnu qui soutient leur statut d'idole et se traduit par une influence, un prestige et un potentiel de marchandisation de leur image.

L'écriture biographique fonctionne donc comme un mécanisme de médiation entre l'artiste et le public, construisant non seulement la narration de leur vie, mais aussi la perception publique de leur statut d'idole. L'hybridité du genre permet au récit d'aller de la documentation de faits concrets à la création de scènes symboliques, où la performance du musicien et la perception du public s'entremêlent pour produire un effet d'idolâtrie. Les scènes chaotiques de Charly et la réverbération de Fito devant le public illustrent la manière dont la biographie peut capturer et

amplifier la construction de la rock star en tant que figure mythique, médiatisée par l'industrie culturelle et soutenue par son capital symbolique.

Enfin, cette idolâtrie de Charly García et de Fito Páez peut être comprise à la lumière des réflexions de Barthes et de Foucault sur l'auteur. Barthes (1994) souligne que « l'auteur n'est jamais rien d'autre que celui qui écrit... le langage connaît un « sujet », pas une « personne » », c'est-à-dire que celui qui est énoncé dans le texte peut être occupé par quiconque le lit, au lieu d'être une catégorie fixe et unipersonnelle (p. 68). Il y a donc dans l'écriture biographique l'invitation ou la possibilité pour le lecteur de s'identifier à ces idoles auxquelles il attribue des valeurs associées à la rébellion, à l'agitation ou à des manières particulières d'habiter la société. D'autre part, Foucault (1983) observe que « le nom d'auteur... assure une fonction classificatoire... caractérise un certain mode d'être du discours » (61). Ainsi, la fonction d'auteur doit être un moyen de classer et d'orienter les discours émergeant de l'auteur, comme une conséquence ou un héritage de l'auteur : « En un mot, le nom de l'auteur a pour fonction de caractériser un certain mode d'être du discours » (p. 60). Prises ensemble, ces perspectives soulignent que la biographie ne reproduit pas seulement la vie de Charly et Fito, mais contribue également à organiser, classer et perpétuer leur image d'idoles dans la perception sociale, consolidant leur statut symbolique et mercantile au sein de la culture contemporaine.

2. L'industrie culturelle et la marchandisation de la rock star

L'industrie culturelle, telle que conceptualisée par Adorno et Horkheimer (1994), fonctionne comme un système qui standardise, homogénéise et marchandise la production artistique (166). Ainsi, les œuvres d'art, dans le contexte du capitalisme et de la modernité, acquièrent la catégorie de produits soumis à la dynamique du marché et des institutions qui les diffusent. En réalité, si nous considérons l'image des artistes comme des idoles, elle devient également un produit standardisable et commercialisable. Ainsi, l'idolâtrie n'implique pas seulement une inversion entre le sacré et le banal, mais le sujet est également réduit à un produit interchangeable au sein du marché, ce qui correspond aux intérêts de l'industrie culturelle. La dynamique de

l'industrie culturelle a également un fort impact sur les consommateurs de produits artistiques, comme l'illustre la radio : « la radio démocratique transforme tout le monde en auditeurs afin de les livrer autoritairement aux programmes des différentes stations, qui sont tous les mêmes » (p. 167). Cette standardisation, loin de promouvoir une participation active ou critique, instaure des formes de consommation qui garantissent la passivité des récepteurs et reproduisent un ordre culturel qui privilégie la rentabilité sur la véritable créativité.

Ils soulignent également le caractère particulier des stars du cinéma hollywoodien en tant que produit qui reproduit également les propres imaginaires de l'industrie culturelle. Dans le cas d'Hollywood, les stars de cinéma ont été construites comme des images admirables, mais absolument gérables par la machinerie industrielle. La star de cinéma « n'incarne pas seulement pour le spectateur la possibilité qu'il apparaisse un jour à l'écran, mais aussi, et plus clairement, la distance qui les sépare » (1998 : 190). Il y a donc un double processus qui permet la reconnaissance avec la star mais qui souligne en même temps la distance entre le spectateur et la star. Dans le domaine du rock, ce processus est reproduit, bien qu'avec ses propres nuances : les stars du rock incarnent des idéaux de rébellion, d'originalité et d'authenticité qui peuvent représenter des valeurs auxquelles leur public peut s'identifier, mais ces caractéristiques sont soigneusement modelées et commercialisées par l'industrie culturelle, en raison, en partie, du processus d'idolâtrie auquel la star du rock est soumise en tant que personnage public et icône de la culture populaire.

Dans ce contexte, nous pouvons donc affirmer que cette image de l'artiste commercialisé fonctionne comme un produit attractif grâce aux qualités présentes non seulement dans l'imaginaire qui les entoure, mais aussi dans les actes, les gestes et les discours qui caractérisent leur figure publique. De même, nous devons prêter attention au caractère performatif à travers lequel ces stars se représentent, tant sur scène que dans leur vie quotidienne, que ce soit derrière des écrans et des interviews ou dans la manière dont elles se montrent à travers leur art. La performativité de ces stars n'est ni spontanée ni purement expressive : elle est médiatisée par le capital. Comme le montrent les cas de Charly García et de Fito Páez, la vie même de l'artiste - ses anecdotes, ses gestes, ses conflits et ses excentricités

- devient une marchandise. Daniel Riera documente la tension de Charly García dans ses concerts et ses rencontres quotidiennes : la frustration à l'égard de la programmation musicale ou le mépris pour la musique populaire superficielle sont présentés comme des traits d'authenticité, mais, en même temps, ils font partie d'un spectacle soigneusement enregistré et transmis qui alimente le récit d'une idole rebelle et exceptionnelle :

[...]quelqu'un a la mauvaise idée de nous faire écouter la chanson Color esperanza par les haut-parleurs de la piscine et Charly me regarde d'un transat à l'autre avec une tête de « c'est quoi ça ? » et me demande ce qu'est cette merde et je lui réponds Diego Torres, même si je sais qu'il le sait, même si je sais que la question est destinée à accentuer le dégoût et Charly huy hay tanta música qué necesidad et la présence de Diego Torres l'entraîne dans un monologue à propos de J'allais embrasser Paulina Rubio à la fête de MTV et au moment où j'allais l'embrasser elle m'a vomi quelque chose d'horrible au visage, je ne sais pas si c'était des pois chiches et elle est partie comme si rien ne s'était passé, elle ne m'a même pas demandé pardon et avec ça je peux te dire que tout ce qu'ils appellent le rock latin c'est qu'au nom du rock latin on a fait beaucoup de conneries, je peux te dire que ces derniers temps même pas Santana je ne supporte pas trop [...].

Tu prends ou comme Kubrick ou comme moi pourquoi ils se conforment si vite et juste au moment où Color esperanza se termine ils passent ce genre de techno gym et alors Charly perd patience et regarde un employé de l'hôtel et lui demande est-ce que vous avez mis cette merde et le gars dit non et dit mettez-la (p.8).

L'attitude de Charly révèle un comportement hautain et audacieux qui, loin d'être remis en cause, est, dans une certaine mesure, soutenu par ses connaissances musicales, ce qui fait de son comportement la fameuse image du musicien dont le talent justifie sa personnalité chaotique. Son image rebelle est d'ailleurs soutenue par un capital culturel qui lui confère l'autorité d'aborder les thèmes musicaux avec une disposition agressive. Ainsi, ses gestes et ses actions, soutenus par ses opinions et son discours, créent une image qui, au lieu de correspondre à une expression fixe, est soutenue par la répétition d'actions qui soutiennent une figure violente et débridée. De même, dans le récit de Fito par Guerreiro, nous pouvons voir un musicien qui, même dans des contextes quotidiens, révèle une attitude élaborée qui s'adapte à une manière d'être associée à la rock star charismatique :

- *Pasá, allons à l'intérieur pour écouter le test. Fito vient d'arriver.*
- *Oui, je l'ai vu traverser la rue.*

La salle est presque vide, à l'exception des musiciens sur scène. Au milieu de la piste de danse

Au milieu de la piste de danse, une console de son où Fito Páez parle à un technicien.

- *Voilà Fito....*
- *Oui, ne le dérangeons pas maintenant, dit Guadalupe.*

Mais voilà qu'une voix reconnaissable entre toutes - aiguë et grave, effleurée par une certaine rudesse, une voix extrêmement ouverte - se fait entendre.

Une certaine rudesse, des voyelles extrêmement ouvertes - crie :

- *Leila queridaaa !!!!!*

Fito Páez se précipite de la console de son. Il a la même énergie acromégalique

acromégalique qu'il déploie sur scène, et lorsqu'il parle, il bouge les mains dans un mouvement joyeux.

mains dans un joyeux tumulte.

Mettez-vous là, on va essayer un petit peu.

D'un pas qui tient plus de l'opinion que du pas -des enjambées décidées, un balancement coquet, il monte sur la scène où se trouvent les musiciens....

« La gendarmerie musicale est arrivée », dit-il en mettant ses lunettes en guise de bandeau.

bandeau-. Un, deux, trois...

L'allusion sarcastique à une force de l'ordre - la gendarmerie - n'est pas fortuite.

L'allusion sarcastique à une force de l'ordre - la gendarmerie - n'est pas fortuite : on dit qu'elle traite ses musiciens de manière tyrannique (p.4).

Guerriero met en scène Fito Páez dans un cadre quotidien et public, où même ses plaisanteries, ses sarcasmes et ses gestes sont observés, documentés et réinterprétés par des tiers, devenant ainsi un acte de performativité qui oscille entre la spontanéité et la construction d'une image. Le capital symbolique joue donc un rôle fondamental dans ce processus. La position privilégiée des artistes dans l'industrie culturelle leur permet d'accumuler des connaissances et une autorité qui renforcent leur image d'exception. La connaissance d'autres musiciens, de techniques, d'histoires de l'art et de contextes culturels exclusifs, ainsi que l'accès à des espaces opulents et à des ressources économiques, contribuent à

consolider une aura qui simule l'indépendance et le génie, alors qu'elle est en réalité médiatisée par des structures de pouvoir et d'argent. Marx notait déjà comment la montée de la bourgeoisie avait dépouillé certaines professions de leur valeur spirituelle pour les insérer dans la dynamique du marché : « la bourgeoisie a dépouillé de leur auréole toutes les professions considérées jusqu'ici comme vénérables et vénérées... La bourgeoisie a déchiré le voile de la sentimentalité qui dissimulait les relations familiales et les a réduites à de simples relations d'argent » (2000 : 29-30). L'industrie culturelle, en ce sens, recrée un voile sur le spirituel et le créatif : elle ne cherche pas la transcendance artistique en termes romantiques, mais à la marchandiser, en transformant la rébellion et le talent en biens de consommation.

L'impact de l'industrie culturelle sur la production artistique est profond. La mécanisation, la standardisation et la rationalisation du travail créatif - comme le souligne Lukács - pénètrent jusqu'à « l'âme du travailleur : même ses qualités psychologiques sont séparées de sa personnalité totale, objectivées devant lui, afin de les insérer dans des systèmes rationnels spécialisés et de les réduire au concept de calcul » (Lukács, 13). Cela est évident dans la musique contemporaine, où l'édition numérique permet de corriger les erreurs d'exécution et d'homogénéiser le son, réduisant ainsi la nécessité d'un effort créatif soutenu, comme le décrit Charly García dans sa critique de l'utilisation de *Pro Tools* et de la production de disques « sans âme » (Riera, 8). Charly critique clairement les tendances à l'homogénéisation de l'industrie culturelle, bien qu'il ne puisse éviter d'en faire partie et de voir sa musique et son personnage soumis à la dynamique de la marchandisation. La technique, autrefois instrument au service de l'art, devient un outil de marchandisation, où la perfection apparente dissimule l'homogénéité et la perte d'authenticité.

Dans la perspective de Benjamin, l'esthétisation de la vie quotidienne et de la célébrité crée une forme d'aliénation. Dans *L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique*, Benjamin (2019), après avoir problématisé la reproduction de l'œuvre d'art, tourne son analyse vers la guerre et la technologie. Il souligne que la manipulation esthétique peut transformer l'expérience en une jouissance sensorielle qui empêche la reconnaissance des relations sociales qui la sous-tendent (Benjamin, 100-110).

Si l'on transpose cela à l'industrie de la culture rock, l'aura des idoles ne repose pas seulement sur leur talent musical, mais aussi sur leur style de vie, leurs scandales et leur biographie publique, qui sont consommés comme un spectacle. Cette esthétisation du politique, entendu ici comme la vie publique et les relations sociales, bien que moins dramatique que le contexte de l'entre-deux-guerres à partir duquel Benajamin écrit, produit un effet similaire : les masses se concentrent sur la consommation de la représentation et non sur la connaissance des conditions matérielles de production ou des contextes sociaux qui permettent à ces stars d'exister.

La marchandisation de ces vies artistiques se matérialise dans la confusion entre vie et conscience. Les artistes sont perçus comme des sujets d'exception qui déterminent leur destin en fonction de leur talent et de leur révolte, ignorant que, comme le soulignent Marx et Engels, « ce n'est pas la conscience qui détermine la vie, mais la vie qui détermine la conscience » (Marx, 26). L'exaltation du génie individuel, son histoire de souffrance et de résilience, sa vie en tant que marchandise, reproduit un mythe romantique de créativité isolée et originale, alors que sa performance et sa position sont profondément conditionnées par des structures économiques et culturelles qui échappent à son contrôle. Toute une exploitation en tant que marchandise est créée autour de tragédies et d'expériences qui contribuent à singulariser l'expérience de l'idole musicale en tant qu'être exceptionnel, comme l'explique Guerreiro en évoquant le meurtre tragique de la famille de Paez :

Le 7, sa grand-mère Delia, âgée de 76 ans, sa grand-tante Josefa, âgée de 80 ans, et la bonne Fermina Godoy, âgée de 33 ans et enceinte de six mois, ont été retrouvées assassinées dans la maison de la rue Balcarce. Il n'y a rien dans tout cela qui n'ait été dit : Páez brisant la chambre d'hôtel ; les médias disant que la police avait trouvé de la marijuana dans un tiroir de la maison, qu'il s'agissait d'un règlement de comptes et que, par conséquent, les oncles et lui-même seraient interrogés en tant que suspects (p.3).

La notion de fétichisme de Marx aide à comprendre cette dynamique. Dussel (1993) souligne que le capital et les relations de production sont présentés comme des propriétés intrinsèques des biens et des objets culturels, occultant les relations sociales qui les produisent. C'est pourquoi Dussel (1993) reconnaît chez Marx le fétichisme comme un élément fondamental qui se reproduit au sein du système capitaliste : « En effet,

Marx montre dans sa théologie « métaphorique » que le capital a une prétention idolâtre à l'éternité, à l'incorruptibilité, à la permanence ; qu'il est un fétiche qui exige un sacrifice » (p. 201).

Ainsi, la vie d'une idole du rock devient un produit en soi : sa figure, ses succès et ses échecs, sa biographie, sa rébellion, sont marchandisés et consommés par le public, sans que celui-ci ne perçoive qu'il s'agit du résultat de relations sociales et économiques concrètes. Dorfman souligne que « le résultat de la compétition fait de l'individu un produit, au sens étymologique du terme, c'est-à-dire une chose » (Dorfman, 146), en insistant sur le fait que l'identité du sujet peut être transformée en marchandise par l'exposition et la consommation publiques. L'espace biographique devient pertinent dans ce contexte. Bakhtine suggère qu'une « valeur biographique » organise non seulement le récit de la vie de l'autre, mais aussi la propre expérience du lecteur ou de l'observateur, en ordonnant l'expérience fragmentaire et chaotique de l'identité (Bakhtine, 40). Dans la construction de l'image de Charly García ou de Fito Páez, la biographie ne se contente pas de documenter, mais produit également la performativité même de l'idole, renforçant la marchandisation de son aura. Guerriero et Riera montrent comment l'observation de chaque geste, parole ou anecdote de ces artistes se transforme en un enregistrement qui alimente leur image publique, tout en organisant la compréhension par le public de leur propre expérience (Riera : 2 ; Guerriero : 1-2).

Le capital symbolique que possèdent ces stars est directement lié à leur capacité à générer et à maintenir une audience, un prestige et une reconnaissance qui se traduisent par une rentabilité. Ce capital symbolique est soutenu par l'exclusivité des connaissances, des relations, des espaces et des expériences que seuls ces individus peuvent présenter. L'industrie culturelle ne transforme pas seulement le travail et la vie de l'artiste en marchandise, elle reproduit également une hiérarchie de valeur symbolique qui renforce la position des élites culturelles et économiques dans le domaine artistique, consolidant ainsi un système de pouvoir qui se camoufle sous l'apparence de la liberté créative et de l'authenticité.

En ce sens, la performance est à la fois un acte créatif et un mécanisme d'aliénation. Les artistes incarnent la rébellion, l'authenticité et le génie qui les rendent admirables, mais ils deviennent en même temps des objets de

consommation. Leur existence en tant que produit est inséparable de leur activité artistique : musique, style de vie, déclarations publiques et gestes privés sont transformés en marchandises qui circulent sur le marché culturel. La confusion entre vie et conscience, l'exaltation du génie individuel et la marchandisation de la biographie contribuent à créer une aura à la fois fascinante et aliénante.

Walter Benjamin offre un cadre utile pour comprendre comment cette esthétisation conduit à l'aliénation. La construction d'une aura autour de l'artiste suscite l'admiration et la fascination, mais masque également les conditions sociales et économiques qui lui permettent d'exister. Ce qui est perçu comme du charisme, du génie ou de l'authenticité est, dans une large mesure, une construction médiatisée par l'industrie culturelle, qui organise l'attention du public et transforme la vie des artistes en spectacle consommable. L'esthétisation de la célébrité produit donc une aliénation : le public se concentre sur l'objet esthétique - l'idole et son œuvre - tout en ignorant les relations sociales et matérielles qui le soutiennent (Benjamin, 110).

La marchandisation des idoles est également liée à la logique de la production capitaliste, où les biens culturels et symboliques fonctionnent comme une extension de l'économie de marché. Marx explique comment le capital transforme les relations sociales en propriétés des objets, générant une illusion d'autonomie des marchandises : « Le matérialisme grossier des économistes qui considèrent comme des propriétés naturelles des choses ce qui est des relations sociales de production entre les gens... est même du fétichisme, puisqu'il impute des relations sociales aux choses comme des caractéristiques intrinsèques, les mystifiant » (Marx, Grundrisse, 3 : 687). En ce sens, la vie, la rébellion et l'aura de l'artiste sont présentées comme des qualités inhérentes à l'individu, occultant le fait qu'elles sont le résultat de processus sociaux, économiques et culturels spécifiques.

Le cas des biographies et des récits médiatiques renforce cet effet. L'attention méticuleuse portée à la vie privée, aux détails personnels, aux interviews, aux mémoires et aux autobiographies contribue à consolider l'image de l'artiste en tant que produit complet, objet consommable dans son intégralité. Selon Bakhtin et De Certeau, la biographie organise

l'expérience fragmentaire et chaotique de l'identité et, dans le cas des idoles du rock, elle fonctionne également comme un instrument de canonisation et de perpétuation du mythe (Bakhtin, 40 ; De Certeau, 59). L'industrie culturelle utilise ces récits pour maintenir la fascination du public et assurer la circulation constante du capital symbolique.

Enfin, la tension entre la vie, la conscience et la marchandisation témoigne d'un processus de fétichisation : les idoles sont admirées pour des qualités qui semblent leur être inhérentes, alors que les relations sociales et économiques qui soutiennent ces qualités restent invisibles. La performance, la rébellion et le génie sont présentés comme des propriétés de l'individu, plutôt que comme des manifestations d'un système de production culturelle et économique. Marx, Taussing et Dussel montrent comment cette illusion contribue à la naturalisation du capital et à la marchandisation de la vie elle-même, et comment la confusion entre vie et conscience perpétue l'aliénation : les sujets et les biens culturels semblent avoir une existence autonome, alors qu'ils sont en réalité les produits d'un cadre social, économique et symbolique.

Charly García et Fito Páez, en tant que stars du rock, sont des exemples de la manière dont l'industrie culturelle transforme la créativité et la vie en marchandises, en construisant une aura d'authenticité et de rébellion qui dissimule les relations sociales et économiques sous-jacentes. La performativité de ces idoles, leur capital symbolique, la marchandisation de leur biographie et l'esthétisation de leur vie reflètent des processus d'aliénation et de fétichisme profondément enracinés dans la logique du capital. Son admiration et sa consommation sont imbriquées dans l'économie de l'industrie culturelle, reproduisant une forme d'aliénation qui, bien que moins dramatique que les exemples de guerre ou de fascisme analysés par Benjamin, n'en est pas moins efficace pour transformer la vie, la conscience et l'art en marchandises marchandes.

3. La performativité du malaise au cœur de la marchandisation

La performativité des stars du rock telles que Charly García et Fito Páez ne peut être comprise uniquement comme un acte artistique isolé sur scène ; il s'agit d'un phénomène complexe qui articule la personnalité de

l'artiste, sa vie privée et la manière dont ces dimensions sont perçues par le public et médiatisées par l'industrie de la culture. En ce sens, la performativité ne se limite pas à l'action scénique, mais constitue une exposition constante de l'identité, un processus de construction et de négociation avec l'autre qui se déploie sur de multiples plans : musical, symbolique, social et médiatique. De même, la construction de la rock star dépend autant de la créativité et de la singularité des artistes que des conditions sociales, économiques et culturelles qui permettent la circulation de leur image.

Dans le cas de Charly García, la performativité est traversée par son excentricité et son malaise, tant physique que psychologique, qui émerge sur scène et dans les récits de sa vie. Riera (n. d.), dans *De gira con Charly*, décrit comment le musicien impose sa volonté, son irritation et son humour incontrôlable lors des concerts, des gestes qui, loin d'être de simples caprices, font partie intégrante de son image d'idole. La frustration face à l'homogénéisation de la production musicale contemporaine, illustrée par sa critique de l'utilisation de Pro Tools – « les musiciens ont perdu l'ouïe... et ils la corrigent avec la souris... aucun disque ne ressemble à rien » - révèle la tension entre la créativité authentique et les exigences de l'industrie.

Cette tension est performative : Charly ne se contente pas d'exprimer un mécontentement artistique, il en fait un spectacle, une composante du mythe qui l'entoure. Le public ne se contente pas d'observer ce malaise, il s'y identifie, reconnaissant dans sa figure la libération des pulsions refoulées, ce que Freud (n. d.) décrit dans *Le malaise dans la culture* comme la tension entre les instincts et les restrictions sociales. L'excentricité et l'incontrôle deviennent ainsi des éléments symboliques à travers lesquels les spectateurs projettent, reconnaissent et négocient leurs propres expériences de frustration et de désir.

D'un point de vue théorique, cette performativité s'inscrit dans la notion de genre en tant que construction sociale. Butler (2007) affirme que le genre est un acte performatif : « parce que nous avons vu que l'effet substantiel du genre est produit et imposé de manière performative par les pratiques régulatrices de la cohérence du genre... le genre est toujours un acte... mais pas un acte de la part d'un sujet qui peut être considéré comme préexistant à l'action » (p. 84). Dans Charly, la performativité de la masculinité s'articule

autour de la solitude, du génie incompris et du débordement de la rébellion. Cette forme de masculinité n'est ni innée ni naturelle, mais un effet des normes sociales et culturelles que l'artiste incarne, subvertissant parfois ces normes et en renforçant d'autres, comme l'idée du mâle créatif, indépendant et émotionnellement intense.

Fito Páez, quant à lui, développe une performativité plus fluctuante et socialement médiatisée. Guerriero (n. d.) décrit comment Fito interagit avec ses musiciens et le public, en construisant constamment une image de contrôle ludique : de son humour sarcastique à la théâtralité de ses gestes, chaque action est chargée de sens, mais aussi stratégique en termes de projection médiatique. Sa masculinité performative se caractérise par sa flexibilité : il peut être dominant et autoritaire, mais aussi affectif et accessible, et cette dualité contribue à la construction de son aura d'idole, toujours médiatisée par l'industrie culturelle. Dans les deux cas, la performativité n'est pas un acte individuel isolé, mais un phénomène relationnel qui dépend de la reconnaissance de l'autre, de l'interaction avec le public et des conditions de circulation de l'image publique.

Turner (n. d.) offre une perspective clé pour comprendre ce phénomène. Selon l'auteur, la performance rend visibles des aspects de la vie sociale qui sont inaccessibles à l'observation quotidienne : « à travers le processus même de la performance, ce qui est habituellement hermétiquement scellé dans les profondeurs de la vie socioculturelle est éclairé... Une expérience est elle-même un processus qui 'extraît' une expression concluante » (p. 79-80). La performance de Charly et Fito ne se limite donc pas à un spectacle musical, mais constitue un acte de visibilisation des tensions sociales, culturelles et affectives : leurs gestes, leurs paroles et leurs modes d'interaction « extraient » des significations sur le pouvoir, la créativité, la masculinité, la rébellion et le malaise culturel. En ce sens, la performance permet au public de vivre, indirectement, des expériences qui, dans la vie de tous les jours, seraient réprimées ou inaccessibles, générant un lien affectif et symbolique qui renforce la marchandisation de ces idoles.

Ce processus est renforcé par la dynamique de l'industrie culturelle. Adorno et Horkheimer (n. d.) soulignent que les médias de masse transforment tout le monde en auditeurs homogènes et en consommateurs de contenu standardisé : « La radio démocratique transforme tout le monde

en auditeurs afin de les livrer de manière autoritaire aux programmes mutuellement égaux des différentes stations » (p. 167). La production musicale, la narration médiatique et la création d'idoles comme Charly et Fito ne peuvent être séparées de ces conditions. La performativité de l'artiste, bien qu'individuellement singulière, est toujours en dialogue avec les structures économiques et sociales qui la codifient, la reproduisent et la consomment. Cela implique que l'excentricité, la rébellion et le malaise performatif n'existent pas en dehors d'un contexte industriel ; ce sont des éléments qui alimentent le capital symbolique de l'artiste, constituant une partie de sa valeur marchande.

La notion de fétichisme du capital, centrale chez Marx (n. d.), permet de comprendre comment la performativité est transformée en marchandises et en objets de consommation. Marx explique que les rapports sociaux de production se cachent derrière l'apparence des choses : « Le matérialisme grossier des économistes qui considèrent comme des propriétés naturelles des choses ce qui est des rapports sociaux de production entre les hommes... est en même temps un idéalisme grossier, voire un fétichisme » (p. 687). Dans l'industrie musicale, la figure de l'artiste est fétichisée : le public ne perçoit pas directement les conditions matérielles de sa création, mais un produit fini chargé de valeur symbolique. Charly et Fito deviennent ainsi des marchandises vivantes, leur vie et leur personnalité étant transformées en spectacle, tandis que le processus social et économique qui soutient leur production reste caché.

En ce sens, la marchandisation de la performativité s'articule avec la psychologie de masse. Freud (n. d.), dans *Mass Psychology and Analysis of the Ego*, souligne que l'identification au leader permet aux membres de la masse de projeter des affects et des pulsions refoulés : « Nous soupçonnons déjà que la liaison réciproque des individus dans une masse est de la nature d'une telle identification, basée sur une large communauté affective... et du processus appelé « projection sympathique » » (p. 43). Le public ne se contente pas d'observer, il se reconnaît dans les excès, la vulnérabilité et la rébellion de l'artiste. Charly, en exposant son inconfort et son excentricité, agit comme un catalyseur pour la libération symbolique de ces pulsions, transformant sa performativité en un espace où le refoulé trouve une représentation et une reconnaissance.

Le genre constitue un autre axe central de la performativité de ces artistes. Lauretis (n. d.) explique que « le système sexe-genre... est à la fois une construction socioculturelle et un appareil sémiotique, un système de représentation qui assigne une signification... aux individus dans la société » (p. 11). Dans le cas de Charly, la performativité masculine est construite autour de la solitude, de la rébellion et du génie tragique, tandis que Fito affiche une masculinité plus souple, médiatisée par des relations affectives. Tous deux sont des produits du système d'attentes sociales et culturelles, et leur performativité, lorsqu'elle est consommée, renforce ces structures symboliques, transformant l'identité en un acte de négociation constante avec le public et l'industrie.

De cette manière, Turner (n. d.) ajoute que la performance est un acte de rétrospection créative : « la performance, un acte de rétrospection créative dans lequel un sens est attribué aux événements et aux parties de l'expérience - même si le sens est qu'« il n'y a pas de sens ». L'expérience est donc « vivante » et « réfléchie » » (p. 86). La performativité de Charly et Fito, tant sur scène que dans la vie publique, fonctionne comme un récit qui façonne leur expérience de vie, construisant une histoire que le public peut consommer et réinterpréter. La construction de l'idole se nourrit donc de la tension entre le vécu, le représenté et le perçu, créant un espace où l'identité et la marchandise s'entremêlent.

L'industrie des médias renforce cette performativité par la circulation de récits biographiques, d'interviews, d'anecdotes et d'enregistrements quotidiens, configurant ce que Bakhtin appelle « l'espace biographique » : un champ où la vie de l'artiste et la perception du public se rencontrent et s'ordonnent mutuellement. Cet espace permet au public de s'identifier à l'idole, tandis que l'industrie transforme ces identifications en valeur symbolique et économique. La performance de l'artiste devient ainsi une marchandise symbolique, médiatisée par les médias, les formats narratifs et les codes culturels.

Dans la pratique, cette dynamique peut être observée dans les rituels d'interaction entre artistes et musiciens. Fito, comme le souligne Guerriero (n. d.), régule l'énergie de son groupe, alternant autorité, humour et complicité, tandis que Charly impose son caractère excentrique et conflictuel. Les deux styles de performativité créent un récit qui transcende

la musique, englobant des aspects de la personnalité, de l'histoire et du malaise social, et qui permet au public de faire l'expérience de la libération des tensions et de la reconnaissance des pulsions refoulées. La performance est ainsi constituée comme un acte relationnel et social, où l'identité de l'artiste est construite et exposée pour l'autre, tandis que l'autre confirme et reproduit cette identité par le biais de la consommation et de l'attention.

Enfin, la performativité de Charly et Fito articule des éléments de genre, de culture, d'industrie et de psychologie sociale dans un phénomène complexe où l'individu et la marchandise s'entremêlent. Leur excentricité, leur malaise, leur rébellion et leur virtuosité ne les définissent pas seulement en tant qu'artistes, mais deviennent également un capital symbolique et économique. La vie de l'idole, ses tensions internes et son style performatif sont consommés, reproduits et fétichisés par le public, tandis que l'industrie culturelle régule et amplifie ces représentations. La performance, loin d'être un acte privé, est une construction constante et relationnelle, un processus dans lequel l'identité, la masculinité, le malaise culturel et la marchandisation de la célébrité sont négociés.

Conclusion

En guise de synthèse, nous soutenons que les rock stars contemporaines telles que Charly García et Fito Páez illustrent la manière dont l'industrie culturelle transforme la créativité et la vie en marchandises. À travers la performativité, le capital symbolique, la marchandisation de leur biographie et l'esthétisation de leur vie, les processus d'aliénation et de fétichisme inhérents à la logique du capital sont évidents. Ainsi, l'admiration et la consommation de ces idoles sont liées à l'économie de l'industrie culturelle, reproduisant une forme d'aliénation qui transforme la vie, la conscience et l'art en produits marchands. Ainsi, la performativité de ces artistes fonctionne à la fois comme un acte créatif et un mécanisme d'aliénation, car elle incarne la rébellion, l'authenticité et le génie qui les rendent admirables, tout en les transformant en objets de consommation. Leur existence en tant que produit est inséparable de leur activité artistique, où leur musique, leur style de vie et leurs gestes privés sont transformés en biens circulant sur le marché culturel.

La performativité de ces figures dépasse la simple performance scénique, constituant une exposition constante de l'identité sur de multiples plans - musical, symbolique, social et médiatique - qui fait de la vie privée de l'artiste un objet de consommation. Les récits biographiques analysés montrent comment l'excentricité de Charly García est transformée en spectacle, alimentant le récit de l'idole rebelle, tandis que les gestes de Fito Páez sont soigneusement documentés pour construire une image qui oscille entre spontanéité et élaboration consciente. Cela prouve que la performativité, bien que créative, est aussi un mécanisme d'aliénation, où la vie de l'artiste elle-même est marchandisée et indissociablement liée à son activité artistique.

L'étude souligne également le rôle central du capital symbolique dans la consolidation de ces idoles. La position privilégiée de Charly García et de Fito Páez dans l'industrie culturelle leur permet d'accumuler des connaissances et de l'autorité, renforçant ainsi leur image de figures exceptionnelles. Ce capital ne repose pas seulement sur des compétences techniques, mais aussi sur leur accès à des espaces exclusifs et sur leur insertion dans le réseau de pouvoir et de ressources économiques de l'industrie. Dans ce contexte, l'écriture biographique agit comme un mécanisme de médiation qui non seulement raconte la vie de l'artiste, mais aussi organise, classe et perpétue son image d'idole. Une aura est générée qui, à la suite de Benjamin, masque les conditions sociales et économiques qui rendent leur existence possible. L'esthétisation de la célébrité induit une aliénation, car le public se concentre sur le spectacle de la vie et du travail de l'idole, en ignorant les relations sous-jacentes de production matérielle.

Enfin, nous concluons que l'attention portée à la vie privée et aux détails personnels des artistes contribue à consolider leur image en tant que produit complet et consommable. La biographie ne se contente pas de documenter, mais produit également la performativité de l'idole, renforçant ainsi la marchandisation de son aura. La tension entre la vie, la conscience et le marché témoigne d'un processus de fétichisation, dans lequel les qualités des idoles semblent inhérentes, alors que les relations sociales et économiques qui les soutiennent restent invisibles. En fin de compte, la performance, la rébellion et le génie sont présentés comme des attributs

individuels, masquant leur origine dans un système plus large de production culturelle et économique.

Il convient de noter que, bien que leurs productions artistiques puissent être comprises comme une position de protestation, de dénonciation ou de résistance à certaines normes du statu quo ou à des conjonctures politiques spécifiques, telles que la violence et la répression systématiques pendant la dictature argentine, nous proposons dans cette étude une lecture axée sur les conséquences culturelles de la figure de l'idole. Cette proposition n'invalidé pas le discours critique de leurs compositions ni même le pouvoir créatif qui peut sous-tendre la performativité complexe qui les caractérise, mais, dans tous les cas, cela laisse la possibilité d'une recherche future qui entremêle les contradictions entre l'auteur et l'œuvre, l'idole et la production artistique.

Bibliographie

Adorno, T. W., Horkheimer, M. 2007. *L'industrie culturelle : L'illumination comme tromperie de masse* (J. Navarro Pérez, Trans., Trotta (ouvrage original publié en 1944), p. 165-212.

Arfuch, L. 2002. *L'espace biographique : Dilemmes de la subjectivité contemporaine*. Fondo de Cultura Económica.

Barfield, O. 2015. *Sauver les apparences : Une étude de l'idolâtrie*. Atalanta.

Barthes, R. 1994. La mort de l'auteur. In : *Le bruissement de la langue : Au-delà du mot et de l'écriture*. Paidós.

Benjamin, W. 2003. *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* (A. Brotons Muñoz, Trad.). Ítaca (ouvrage original publié en 1936).

Bourdieu, P. 2001. Les formes du capital : Capital économique, capital culturel et capital social. In : *Pouvoir, droit et classes sociales*, Desclée de Brouwer, p. 101-164.

Butler, J. 2007. *Trouble dans le genre : Le féminisme et la subversion de l'identité*. Paidós.

De las Casas, B. 1967. *Histoire apologétique sommaire*. Université nationale autonome du Mexique.

De Lauretis, T. 1996. « La technologie du genre » (A. M. Bach & M. Roulet, Trad.). *Mora*, (2), p. 6-34.

Dosse, F. 2005. *Le pari biographique : Écrire une vie*. La Découverte.

Dussel, E. 1993. *Les métaphores théologiques de Marx*. Verbo Divino.

Guerriero, L. 2018, 18 novembre. *Fito Páez : Tu ne me verras pas à genoux*. *El País*. [En ligne] : https://elpais.com/cultura/2018/11/18/actualidad/1542553331_841022.html [consulté le 05 août 2025].

- Foucault, M. 1983. *Qu'est-ce qu'un auteur ?* (C. Yturbe, trad.). *Littoral*, (9), p. 51-82.
- Freud, S. 2010. *Le malaise dans la culture* (L. López Ballesteros, Trad.). Biblioteca Libre OMEGALFA (Ouvrage original publié en 1930).
- Freud, S. 2018. *Psychologie des masses et analyse du moi*. Omegalfa (Ouvrage original publié en 1921).
- Holroyd, M. 2011. *Comment écrire une vie*. The Equilateral Beast.
- Madelénat, D. 1984. *La biographie*. Presses Universitaires de France.
- Marx, K., Engels, F. 1974. *L'idéologie allemande*. Ediciones Pueblos Unidos & Ediciones Grijalbo (ouvrage original publié en 1846).
- Marx, K., Engels, F. 2000. *Manifeste communiste*. Editions elaleph.com. (Ouvrage original publié en 1848).
- Musitano, J., Surghi, C. (Dir.) 2023. *Défaire la vie : Dimension et expérience dans l'écriture biographique*. Eduvin.
- Perugini, C. 2013. « Une biographie romancée de María Teresa León : Cervantès, le soldat qui nous a appris à parler ». *Hipogrifo : Revue de littérature et culture du Siècle d'Or*, 1 (2), p. 51-58. [En ligne] : <https://doi.org/10.13035/H.2013.01.02.04> [consulté le 05 août 2025].
- Riera, D. 2008, novembre. *En tournée avec Charly*. *Soho Magazine*. [En ligne] : <https://soho.com.co/entretenimiento/articulo/de-gira-con-charly/> [consulté le 05 août 2025].
- Taussig, M. T. 2021. *Le diable et le fétichisme de la marchandise en Amérique du Sud*. Traficantes de Sueños.
- Turner, V. 2002. *Anthropologie du rituel*. Institut national d'anthropologie et d'histoire.



© *Synergies Chili*, n° 21, Année 2025.

Revue du GERFLINT

ARK : <https://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb4269444659>

Bibliothèque nationale de France. Novembre 2025 -

Éléments sous droits d'auteur.

<https://gerflint.fr/>

<https://gerflint.fr/synergies-chili>

