

TROIS NÉOBAROQUES
FRANÇAIS

BEINEIX, BESSON, CARAX
de *DIVA* au *GRAND BLEU*

Raphaël Bassan

THREE FRENCH
NEO-BAROQUES

BEINEIX, BESSON, CARAX
from *Diva* to *Big Blue*

Raphaël Bassan

Dans quelques mois, les années quatre-vingt s'achèveront. Leur « mandat » fut marqué, comme on l'a souligné ici-même, du sceau de la « frilosité » (cf. : « La Revue du Cinéma », nos. 441 et 442). Diagnostic globalement exact, mais incomplet. On ne saurait aussi facilement faire l'impasse sur les travaux de trois « nouveaux venus » : Jean-Jacques Beineix, Luc Besson et Leos Carax. Leurs œuvres firent couler beaucoup d'encre, et rompirent avec le naturalisme chronique de notre cinéma. Les buts visés par ces auteurs ne sont pas forcément identiques, et le terme de « néo-baroque » utilisé ici est peut-être une facilité de plume. On a néanmoins besoin de bases pour amorcer une étude. Étude forcément fragmentaire, contradictoire, à l'image de ces nouveaux « wonder boys ».

In a few months, the '80s will end. Their « mandate » has been sealed, as has been remarked in this magazine, with the stamp of « coolness » (cf. : « La Revue du Cinéma », nos. 441 and 442). An overall correct assessment, but incomplete. It is not so easy to dismiss the work of three « newcomers » : Jean-Jacques Beineix, Luc Besson, and Leos Carax. Their work has broken with the chronic naturalism of our cinema, and has caused a lot of ink to flow. The aims of these « auteurs » are not necessarily identical, and the term « neo-baroque » used here is perhaps a convenient conceit. Nevertheless, some groundwork is needed in order to begin a study. A necessarily fragmentary, contradictory study, just like the works of these new « wonder boys ».¹

¹ The phrase "wonder boys" is in English in the original.

Jean-Jacques Beineix fut le premier des trois mousquetaires à monter sur la scène. Il définit, contrairement à Besson et Carax qui rejoignent cette problématique « néobaroque » avec leur deuxième opus, son programme dès *Diva* (1981) : assurément, le film fondateur du « genre ». Le metteur en scène a eu des prédécesseurs en France : Téchiné (*Barocco*, 1976), Rivette (*Duelle*, 1976), Garrel (*Le berceau de cristal*, 1976). Ces « pionniers » ne travaillèrent qu'occasionnellement dans cette direction. Beineix est, par ailleurs, le seul des compères à élaborer ses scénarios à partir de romans. Il y ajoute des motifs non fonctionnels, des arabesques, des digressions qui « surchargent » le sens initial du film. Ce sens se déplace de la narrativité vers un langage visuel, lui-même porteur d'autres messages.

Jean-Jacques Beineix was the first of the three musketeers to appear on the scene. Contrary to Besson and Carax, who joined this problematic « neo-baroque » with their second movie, Beineix defined his intentions with *Diva* (1981) : without a doubt the foundational film of the « genre » (1)². The director had predecessors in France : Téchiné with *Barocco* (1976), Rivette with *Duelle* (1976), Garrel with *Le berceau de cristal* (1976). These were « pioneers » who worked only occasionally in this direction. Beineix is, moreover, the only one of his contemporaries to derive his screenplays from novels. He adds to these stories non-functional motifs, arabesques, and digressions that « overload » the initial meaning of the film. The meaning of the film shifts from narrativity toward a visual language that carries additional messages.

² (1) As such, it deserves a more in-depth analysis than the others. A brief summary of all the films can be found in the filmography. [Note 1 : The author's footnotes in the original are marked by a number in parentheses, like "(1)." Footnotes without the number in parentheses are the translator's. Note 2 : Every article in *La Revue du Cinéma* included a "filmography" that described

the films that were discussed in the article. This filmography has not been included in this translation. Note 3 : *Les Amants du Pont-Neuf* is not discussed in this article. It would have been an important addition. The filmography lists it as currently in production in May 1989 when this article was published. —Tr.]

DIVORCE AVEC LA CRITIQUE ?

La volonté d'intégrer les films de Beineix, Besson et Carax dans le nouveau paysage intellectuel français (et international) des années quatre-vingt n'est pas fortuite. La décennie qui s'achève a vu l'érosion de nombreuses doctrines et modes de vie. Qu'ils soient politiques (les intellectuels nagent dans un rose pâle flou) ou esthétiques : le « postmodernisme » actuel nie les progrès en art et met, sur un pied d'égalité, les expressions dites « mineures » - B.D., graffiti, publicité - et « majeures » - peinture, musique classique, films de répertoire ... Contrairement à ce que puristes et nostalgiques soutiennent, cela ne marque nullement la fin de notre civilisation (qui en a vu d'autres), mais permet d'instituer des débats sur l'art et la publicité avec un autre regard. Il y a mille et une manière d'être « postmoderne ».

DIVORCE WITH CRITISICM ?

The desire to integrate the films of Beineix, Besson, and Carax into the new French (and international) intellectual landscape of the 1980s is not accidental. The decade that is ending has witnessed the erosion of many doctrines and ways of life. Whether political (intellectuals swimming in a hazy pale pink) or aesthetic : current « postmodernism » denies there is any progress in art, and puts on an equal footing « minor » artistic expressions—comic books (B.D.),³ graffiti, advertising— and « major »— painting, classical music, artistic films... Contrary to what purists and nostalgics maintain, this in no way marks the end of our civilization (not for the first time), but allows us to begin discussing art and advertising with a fresh perspective. There are a thousand and one ways to be « postmodern ».

³ « B.D. » in French stands for « *bandes dessinées* », which means literally « drawn strips ». They are

the French version of comic books, something like a French version of Japanese manga.

Les œuvres des cinéastes considérés ici seraient trop « branchées » pour être sincères. Branchées (?) : tributaires de l'éphémérité de leur époque. Pour certains critiques, *Diva*, *Subway* ou *Mauvais sang* (les trois films les plus « néobaroques » du lot) n'auraient pas plus de valeur culturelle qu'une pub pour les « Bas Dim » ou une émission de Patrick Sabatier (« Avis de recherche », par exemple). C'est faire abstraction de toute une organisation architecturale du matériau et d'un profond désir de filmer, absents chez les promoteurs de Dim et les producteurs de l'émission télévisée. Mais passons. Ces « intellectuels » oublient que les artistes se sont, de tous temps, servis des signes offerts par leur époque. Peut-on adopter l'attitude d'autruche face à l'arrivée de la vidéo, du clip, de la nouvelle bande dessinée? Doit-on continuer à utiliser la sociologie plate et l'humanisme désuet ... et s'éloigner du cinéma, art visuel par excellence? La critique n'ayant pas su ou voulu renouveler son discours, et souhaitant encore croire qu'un « film à message » est supérieur à une œuvre visuelle, a perdu de son influence face à la multiplicité des images imprimées, dessinées, vidéographiées, « lasérisées » ... Il n'est pas rare, aujourd'hui, qu'une affiche offre de meilleures clefs pour comprendre un film que de nombreux articles. La manière de créer du sens a changé, et il est temps que ceux qui souhaitent guider les spectateurs dans leurs choix en prennent conscience.

The works of the filmmakers considered here would be too « trendy » [*branchées* in French] to be serious. « Trendy » (?) : “Dependent” [*tributaire* in French]⁴ on the ephemera of their time. For some critics, *Diva*, *Subway*, or *Mauvais sang* (the three most « neo-baroque » films of the lot) have no more cultural value than an advertisement for « Bas Dim »⁵ or a program by Patrick Sabatier⁶ (« Avis de recherche »,⁷ for example). This is to ignore a whole architectural organization of the material and a profound desire to make a film, absent from the advertisers of Dim and the producers of television shows. But moving on. These « intellectuals » forget that artists have always used the signs and symbols offered by their times. Can we adopt the attitude of an ostrich when faced with the arrival of VCRs, music videos, and the new brand of comic books ? Should we continue to use flat sociology and outdated humanism... and disregard cinema, the visual art par excellence ? The critic who has not known nor wanted to update their discourse, but still wishing to believe that a « message-film » is superior to a visual work, has lost their influence in the face of the multiplicity of images printed, drawn, videotaped, « laserdisked ». It is not uncommon, today, for a poster to offer better keys to understanding a film than of any number of critical articles. The ways of creating meaning have changed, and it is time that those who wish to guide the spectators in their choices take notice of it.

⁴ “Branchée” and “tributaire” form a pun in French. In both English and French, “branch” of a river is a tributary. “Tributaire” in French also means “dependent,” as a “tributary” of a river is “dependent” on its source, and so “trendy” fashions are not serious, not essential, they are

dependent on (or depended from) the more serious and essential movements of the time.

⁵ “Dim” is a brand of French lingerie. “Bas” means, generally, underclothes, in particular stockings.

⁶ A French gameshow host. Think Pat Sajak.

⁷ A modern French version of “This Is Your Life.”

L'hétérogénéité des registres au sein d'un même film n'est pas un signe de fai-blesse. On doit le comprendre si on veut bâtir un système critique cohérent qui puisse coller aux divers produits analysés. Faute de quoi, l'incohérence guette le journaliste le plus compétent. Ainsi, à peu de temps de distance, Michel Perez (un grand professionnel) utilise sensiblement les mêmes arguments pour encenser *Boy meets girl* et démolir *Mauvais sang*, films construits sur des bases identiques ! « Ils (les protagonistes de *Boy meets girl*) témoignent de ce dédain que les nouvelles générations professent à l'égard de la beauté convenue, de la glamour hollywoodienne qu'on croyait taillée dans le marbre, impérissable. Mais Leos Carax, sachant à merveille jusqu'où il convient de se servir des modes, se garde d'attirer ses personnages sur la scène punk et le miracle se produit très vite : ces gens-là deviennent beaux. » Deux ans plus tard, Perez écrit : « Visuellement, *Mauvais sang* est marqué au signe du négligé chic, de la déstructuration (comme disent peut-être encore les stylistes du prêt-à-porter) et de la laideur savamment calculée ... La bavure artistique est ici érigée en système esthétique et la gaffe structurelle . revendiquée (3). »

The heterogeneity of the registers within the same film is not a sign of weakness. We must understand this if we are to build a coherent critical system that can properly deal with the various artforms we are analyzing. Otherwise, incoherence awaits even the most competent journalist. Thus, with just a short time separating them, Michel Perez (a big professional film critic) uses substantially the same arguments to praise *Boy meets girl* and demolish *Mauvais sang*, films built on identical foundations ! « They (the protagonists in *Boy meets girl*) bear witness to the disdain that new generations have for conventional beauty, for the Hollywood glamour that we thought was set in stone, indestructible. But Leos Carax, knowing perfectly well how far fashion should be used, is careful not to be seduced by his characters in the punk scene, and the miracle happens very quickly : these people become beautiful (2).⁸ » Two years later, Perez writes : « Visually, *Mauvais sang* is marked by the sign of negligent chic, by deconstruction (as perhaps prêt-à-porter designers would say) and cleverly calculated ugliness... The artistic blunder is here erected into an aesthetic system and the structural gaffe is claimed (3).⁹ »

⁸ (2) In « Le Matin », 23 November 1984.

⁹ (3) In « Le Matin », 28 November 1986.

Cet exemple, pris parmi d'autres, n'est pas un phénomène isolé. À lire les quelque trois cents pages de textes suscités par les huit films de notre corpus, on sent qu'il y a là un réel malaise. Les admirateurs - souvent peu sincères; on le sent dans l'emploi d'épithètes fleuries, qui dispensent de toute réflexion sérieuse -, comme les détracteurs, s'enlisent dans la face anecdotique des choses. Quelles expressions reviennent sous les plumes ? « Cinéastes jeunes », « iconoclastes » ; « ayant bien assimilé l'héritage des anciens » ou (variante) « impunément dévoyé l'art de leurs aînés » ; « longs clips » ; « le scénario importe peu du moment qu'il y a la poésie » ou « incapables de maîtriser un scénario » ... Cette gêne, ce refus d'admettre un cinéma autre se traduisent, parfois, par des mouvements d'humeur, d'intolérance qui ne sont guère à l'honneur de la critique : « Si vous devez à tout prix aller voir le film de Leos Carax, faites comme moi, choisissez une bonne salle. Une centaine de fauteuils défoncés dans une salle du quartier des Halles, une odeur de joint, quelques cranes rases et, surtout, au fond de la salle, un grand type, genre armoire à glace, qui hennit comme une jument chaque fois qu'il se passe quelque chose à l'écran. N'ayez crainte, dans le film de Carax les événements sont rares et vous pouvez toujours faire comme le reste de la salle : somnoler en paix. » Cette prose haineuse, qui refuse d'évoluer, héritière d'une vision thématique, « auteuriste », sociologique du cinéma, déclare rageusement forfait devant toute œuvre novatrice qui la dépasse.

This example, just one among many, is not an isolated phenomenon. Reading the hundreds of pages of criticism that have been generated by the eight films of our corpus, one senses a real uneasiness. The admirers—often insincere, one senses in their use of flowery epithets, which they dispense without any serious reflection—like the detractors, get bogged down in the anecdotal side of things. What expressions recur under their pens ? « Young filmmakers », « iconoclasts » ; « having assimilated the heritage of their elders » or (variant) « with impunity misuse the art of their elders » ; « long shots » ; « the screenplay doesn't matter as long as there is poetry » or « incapable of mastering the screenplay »... This embarrassment, this refusal to admit a different kind of cinema, sometimes translates into an outburst of temper and intolerance that is hardly to the credit of the critic. « If you must go see Leos Carax's film, do like me and choose the right theater. A hundred destroyed seats in a theater in Les Halles,¹⁰ the smell of joints, shaved heads, and above all, at the back of the theater, a huge guy, the size of a mirrored armoire, who neighs like a mare every time something happens up on the screen. But don't worry, in Carax's films things rarely ever happen, so you can always do like the rest of the theater, and doze in peace (4).¹¹ » This hateful prose, inherited from a thematic, « authoristic », sociological vision of cinema, refusing to evolve, declares in a rage that it gives up before any innovative film that outclasses it.

¹⁰ Les Halles is a seedy area in the center of Paris, full of sex shops and drugs and tattoos and shaved heads.

¹¹ (4) In « Jeune Cinéma », no. 164 (January / February 1985).

PUBLICITÉ ET CRÉATION

Pourtant, des révisions d'opinions, des « recentrages » s'opèrent progressivement. Lorsque je suis allé, le 4 janvier dernier, revoir *Diva* à la Vidéothèque de Paris, j'ai aperçu dans la salle quelques cinéphiles purs et durs qui avaient boudé le film à sa sortie. Peu de temps avant, lors d'un passage télévisé de l'œuvre, Serge Daney—peu amateur de Beineix, mais défenseur de Carax—situait le débat à sa vraie place : « Seul, le public adhéra à *Diva* que la critique bouda, se contentant de reprocher à Jean-Jacques Beineix de s'être livré à un exercice fastidieux de publicité appliquée » . . . Si le débat capota, c'est que la question était mal posée. La publicité, en effet, est plus qu'une « esthétique », elle est un façon d'être et de percevoir, d'évaluer et de juger, bref une vision du monde. Le succès de *Diva* est venu de ce que Beineix, le premier, a voulu moraliser l'héritage publicitaire en proposant une nouvelle ligne de partage entre l'invendable (l'âme, la création) et le prévenu (les objets, les clichés) (5). »

ADVERTISING AND CREATIVITY

However, opinions are being revised ; some « refocusing » is gradually taking over. When I went, last January 4, to see *Diva* again at the Vidéothèque in Paris, I perceived in the theater some cinephiles. Shortly before, during a televised segment on the movie, Serge Daney—not a fan of Beineix, but a defender of Carax—situated the debate properly : « The public latched onto *Diva*, but the critics only complained about it, contenting themselves with reproaching Jean-Jacques Beineix for engaging in a tedious exercise of “applied advertising.”... If the debate faltered, it is because the question was poorly stated. Advertising, in fact, is more than an “aesthetic” question, it is a way of being and of perceiving, of evaluating and judging, in short, an outlook on the world. The success of *Diva* came from the fact that Beineix, the first, wanted to moralize the heritage of advertising by proposing a new dividing line between the unsaleable (the soul, creation) and the pre-sold (objects, clichés) (5).¹² »

¹² (5) In « Libération », 21 November 1988.

Avant d’aller plus loin, une brève analyse de *Diva*, film-étalon contenant tous les thèmes, et leur traduction esthétique, que l’on croquera dans les huit films formant la matière de cet article, s’impose. Jules, le jeune postier, est un mélomane raffiné. Il enregistre, à son insu, un concert donné par la cantatrice noire Cynthia. Ça, c’est la piste « artistique », celle qui intéresse vraiment Beineix. Une intrigue policière vient se greffer sur ce tronc central—test de « passage » obligé pour tout cinéaste du début de la décennie désireux de réaliser un premier long métrage—, « noircit » l’ambiance, et oblige l’action à rebondir. Nadia, une call-girl, glisse dans la sacoche de l’adolescent une cassette dénonçant les malversations du commissaire Saporta. Le postier devient le point de convergence des forces antagonistes qui animent le film. Des industriels taiwanais veulent l’enregistrement de la diva : denrée rare, car Cynthia ne s’est jamais produite qu’en concert. Les hommes de Saporta pistent aussi Jules pour récupérer le document compromettant. Le jeune homme habite un loft qu’il a transformé en véritable paradis technologique.

Before going too far, a brief analysis of *Diva*, the film-standard containing all the themes, and their aesthetic translation, that we will encounter in the eight films comprising the focus of this article, will be helpful. Jules, the young postman, is a refined music-lover. He records, without her knowledge, a concert given by the black opera singer Cynthia Hawkins. That is the « artistic » track, the one that truly interests Beineix. A police intrigue is grafted onto this central trunk—an obligatory « rite of passage » for any new filmmaker in this decade wanting to make their first feature film—, « noirifies » the ambiance, and forces the action to take off again. Nadia, a call-girl, slips a cassette tape into the teenager’s mailbag, a recording of her exposing the crimes of the police commissioner Saporta. The postman becomes the point of convergence of these antagonistic forces that animate the film. Some Taiwanese businessmen want the recording of the diva : a rare commodity, because Cynthia has never allowed a recording of herself in concert. Saporta’s men are also chasing Jules in order to recoup Nadia’s compromising cassette. The young man lives in a loft that he has transformed into a veritable paradise of technology.

Beineix joue à merveille sur les contrastes des ton et des couleurs, accentuant les effets de lumière, débordant chaque cadre d'un fort coefficient décoratif. Le moindre lieu, l'ustensile le plus anodin deviennent les fétiches (et non les produits, comme dans l'univers publicitaire) d'une nouvelle mythologie urbaine. En somme, des emblèmes non fonctionnels. On revient, thématiquement, avec *Diva*, à l'amour courtois. Dans le cours du film, Jules croise Cynthia. Couchent-ils ensemble ? C'est très vaguement suggéré. Ce qui intéresse le garçon, c'est la voix de la star. C'est-à-dire l'Art (avec un grand A), ultime réalité encore apte à intéresser les jeunes. Il est clair que, selon la ligne de partage tracée par Daney, l'art ne se vend pas pour Beineix. Cynthia refuse de commercialiser sa voix, et Jules lui vole un pan de sa prestation pour étancher son plaisir solitaire de mélomane.

Beineix plays wonderfully on the contrasts of sounds and colors, accentuating the effects of light, overloading each frame with a decorative element. The smallest space, the most innocuous utensil become fetishes (and not the products, as in the advertising world) of a new urban mythology. In short, non-functional devices. We return, thematically, with *Diva*, to courtly love. In the course of the film, Jules crosses paths with Cynthia. Do they sleep together ? It is very vaguely hinted at, perhaps. What interests the young man is the voice of the star. That is to say, Art (with a capital A), the ultimate reality still able to interest young people. It is clear that, according to the dividing line traced by Daney, art does not sell for Beineix. Cynthia refuses to commercialize her voice, and Jules steals a piece of her performance to quench his solitary pleasure as a music-lover.

Or, quel but vise la publicité ? Séduire les clients potentiels pour les contraindre à acheter des produits de consommation. Par quelle méthode ? Par un montage bref, allusif, métaphorique, de réalités hétérogènes, afin de marier une certaine idée de bien-être à la sphère industrielle. Que devraient connaître ceux qui se laissent tenter ? Le rajeunissement (grâce aux crèmes, cosmétiques . . .), la forme physique (bières étanchant la soif, lingerie magnifiant les corps), l’amour sans risque (nouvelles pub pour les préservatifs) . . . Les messages restent anonymes (riches, pauvres ; jeunes, vieux les reçoivent : seule une frange d’entre eux s’en servira) et ne tiennent guère compte de la constitution de chacun (le diabétique risque de tomber dans le coma s’il mange trop de « glaces Gervais »). Il s’agit là de la « publicité de base », celle qu’on voit à l’entracte, dans les salles entre deux séances. Il y a aussi le clip forme sophistiquée de pub, qui est une « promotion artistique » de son objet (le disque), et l’affiche (critique visuelle « positive » d’un produit). Quel que soit le brio de ces « créations », leur finalité demeure *commerciale*.

But what is the purpose of advertising ? To seduce potential clients to compel them to buy consumer products. By what method ? Through a short video clip, allusive, metaphoric, of heterogeneous realities, in order to marry a certain idea of well-being to the industrial sphere. What do those who are tempted learn that they need ? Rejuvenation (thanks to creams, cosmetics...), physical fitness (beers to quench the thirst, lingerie to accentuate the body), love without risk (new ads for condoms)... The messages remain anonymous (rich, poor, young, old, all receive them : only a fraction will use them) and barely takes into account the health or circumstances of each (a diabetic risks falling into a coma if she eats too much « Gervais » ice cream). This is the « basic advertising », the one we see at intermission, in theaters between two screenings.¹³ There is also the music video, a sophisticated form of advertising, which is an « artistic promotion » of its object (the album), and the poster (a « positive » visual criticism of a product.) Whatever the brilliance of these « creations », their purpose remains commercial.

¹³ It may be interesting to note that the French had regular product advertising in movie theaters decades before Americans did. As far back as the '80s there were 15 or 20 minutes of ads before the trailers, before each movie. Movie listings*

actually told you how many minutes of ads you'd have to sit through before the movie started.

*In the old days, movie showtimes were found in newspapers and (in France) weekly magazines.

Beineix, Besson, et Carax ont grandi dans un environnement où affiches et publicités étaient omniprésentes. Ils furent émerveillés par cette manière non verbale d'exprimer les choses et l'ont employée (modérément : leurs films contiennent, tous, quoi qu'on en pense, une trame narrative « classique »). Ont-ils cherché à vendre quelque chose ? Non, au sens habituel du terme. Le loft de Jules (*Diva*) est trop surchargé pour être copié ; l'« iroquoise » d'Adjani (*Subway*, 1985) n'est qu'un signe distinctif, une coquetterie qui s'annule d'elle-même. Lofts, coiffures, parures, etc., existent déjà dans l'environnement quotidien. Pourquoi ne pas les utiliser ? C'est du « prévenu ». En revanche, ce langage séduisant, souple, de la pub, au diapason de la sensibilité actuelle, permet de transmettre quelques messages. Au premier rang desquels il y a la *réévaluation de l'art*, dernier refuge contre la barbarie des métropoles urbaines. Jules, le postier de *Diva*, magnifie, comme on l'a noté, sa misérable existence par une passion dévorante pour l'opéra. Il transforme son loft en véritable œuvre d'art en le décorant de gadgets incongrus. Betty est fasciné par le roman de Zorg (*37°2 le matin*, 1986), et sacrifie son équilibre intérieur pour qu'il soit publié. Après un cataclysme nucléaire, le vieux médecin interprété par Jean Bouise (*Le dernier combat*, 1983), réapprend le langage à l'homme qu'il a sauvé en reconstituant, sur les murs de son laboratoire, quelques fresques rupestres.

Beineix, Besson, and Carax grew up in an environment where posters and advertisements were everywhere. They were influenced by this non-verbal way of expressing things and have used it (but with restraint : all of their films contain, whatever one thinks of them, a « classic » narrative framework). Did they try to sell something ? No, not in the normal sense of the word. Jules's loft (*Diva*) is too cluttered to be recreated ; the « Iroquois » look of Isabelle Adjani (*Subway*,¹⁴ 1985) is only a distinctive idiosyncrasy, a self-cancelling coquetry. Lofts, hairstyles, ornaments, etc., already exist in the everyday environment. Why not use them ? They have been « pre-sold ». On the other hand, the seductive, flexible language of advertising, in tune with the current sensibilities, make it possible to convey additional messages. At the forefront of which there is the *re-evaluation of art*, the last refuge against the barbarism of urban metropolises. As we have noted, Jules, the postman in *Diva*, exalts his miserable existence with a consuming passion for opera. He transforms his loft into a true work of art by decorating it with mismatched gadgets. Betty is fascinated by Zorg's novel (*37°2 le matin*,¹⁵ 1986), and sacrifices her sanity in order to get it published. After a nuclear cataclysm, the old doctor played by Jean Bouise (*Le dernier combat*,¹⁶ 1983), relearned the language of the man he had saved by reconstructing, on the walls of his laboratory, some cave frescoes.

¹⁴ Luc Besson's second film.

¹⁵ *Betty Blue*, Jean-Jacques Beineix's third film.

¹⁶ *The Last Battle*, Besson's first film.

Le plongeur Jacques Mayol (*Le grand bleu*, 1988) abandonne tout pour son art (et c'en est un !) : la plongée sous-marine. Quant à Alex, le protagoniste central des deux films de Leos Carax (*Boy meets girl*, 1984, et *Mauvais sang*, 1986), véritable dandy hanté par le désespoir, il a transformé sa vie en œuvre d'art.

The diver Jacques Mayol (*Le grand bleu*,¹⁷ 1988) abandons everything for his art (and what an art it is !) : deep-sea diving. As for Alex, the central protagonist of the two films by Leos Carax (*Boy meets girl*,¹⁸ 1984, and *Mauvais sang*,¹⁹ 1986), a real dandy haunted by despair, he has transformed his life into a work of art.

¹⁷ *The Big Blue*, Besson's third film.

¹⁸ Leos Carax's first film.

¹⁹ *Bad Blood*, Carax's second film.

DIFFICULTÉS À COMMUNIQUER

Autre point important : ces films montrent des jeunes gens incapables de communiquer . . . et d’aimer. Jules est subjugué par la voix de la Diva et, même s’il lui touche l’épaule un moment, tout laisse supposer que son chant seul le bouleverse. Traumatisé par la mort de sa sœur violée, Gérard le docker, autre anti-héros beineixien, n’arrive pas à nouer une véritable liaison avec une femme (*La lune dans le caniveau*, 1983). *37°2 le matin*, le plus physique des films de Beineix, comporte, dans son programme, la déchéance de la fille trop amoureuse, détruite par le talent d’écrivain de son compagnon. Ce don lui paraît supérieur au profil mièvre de Zorg. À cheval entre deux liaisons aussi ténues que malheureuses, Alex, toujours aux frontières de l’autisme, compense, dans *Boy meets girl* et *Mauvais sang*, son malaise existentiel par une dérive tragique.

Et que dire de Besson ? La femme n’est qu’une silhouette furtive et cachée dans *Le dernier combat*. Adjani brille de la séduction froide des mannequins (*Subway*). Fred-Christophe Lambert se risque à lui déclarer sa flamme : « Pourquoi, c’est vous que j’aime ? — Parce que je suis une fille formidable. — Pourquoi vous ne m’aimez pas ? — Parce que je n’en ai pas le courage. — Vous êtes fainéante. — Terriblement ! » Besson veut dédramatiser la situation par l’emploi d’un dialogue laconique et « in ». La fin, pompée sur celle d’*À bout de souffle*, montre que la situation est plus tragique qu’elle n’en a l’air.

DIFFICULTIES IN COMMUNICATING

Another important point : the films show young people who are incapable of communication... or love. Jules is captivated by the Diva’s voice, and even if he touches her shoulder for a moment, everything suggests that it is her singing alone that inspires him. Traumatized by the death of his sister who was violently raped and killed, Gérard the longshoreman, another of Beineix’s anti-heroes, is unable to form a real bond with a woman (*La lune dans le caniveau*,²⁰ 1983). *37°2 le matin*, the most physical of Beineix’s films, includes in its story the downfall of a girl who is too much in love, destroyed by her lover’s talent as a writer. This gift seems to Beineix to be superior to the cutesy personality of Zorg. Straddling two liaisons as tenuous as they are unhappy, Alex, always borderline autistic, compensates, in *Boy meets girl* and *Mauvais sang*, for his existential malaise with a tragic bent.

And what about Besson ? The only presence of a woman in *Le dernier combat* is a furtive and hidden figure. Adjani shines with the cold seduction of a mannequin (*Subway*). Fred-Christophe Lambert ventures to declare his love for her : « Why is it you that I love ? — Because I am a wonderful woman. — Why don’t you love me ? — Because I don’t have the courage. — You are lazy. — Terribly ! » Besson wants to play down the situation by employing a laconic and « hip » dialogue. The end, inspired by the ending of *À bout de souffle* (*Breathless*), shows that the situation is more tragic than it appears.

²⁰ *Moon in the Gutter*, Beineix’s second film.

Diva, premier opus de notre ensemble, insistait en majeur (l’opéra) et en mineur (le look, la décoration) sur l’importance de l’art (et de l’artifice) pour les jeunes. *Le grand bleu*, dernier film de la liste, brosserait plutôt un portrait existentiel des nouvelles générations. On y regarde de près ! Mayol préfère les profondeurs océanes au corps de Johana (Rosanna Arquette, les plus beaux seins de Hollywood !). L’œuvre fut démolie par la critique. Les journalistes ont fait fausse route. Besson n’a été « néobaroque » — dans sa *version clinquante*, façon Beineix — que dans *Subway*, même si, par d’autres côtés (brassage de matériaux hétérogènes, déréalisation des lieux), toute sa filmo entre de plain-pied dans cette catégorie. On a écrit que *Le grand bleu* était un clip géant. En quoi? C’est un drame « réaliste » (le début, en noir et blanc, renvoie au dépouillement du *Dernier combat*) où la dimension mythologique n’apparaît qu’à travers la passion démesurée de Jacques Mayol pour les fonds marins.

Diva, the first work in our collection, insisted both in big ways (the opera) and in small ways (the look, the set dressing, art direction) on the importance of art (and artifice) for young people. *Le grand bleu*, the last film on the list, would rather paint an existential portrait of the new generation. We see it in close-up ! Mayol prefers the depths of the ocean to the body of Johana (Rosanna Arquette, who has the most beautiful breasts in Hollywood !²¹) The movie was demolished by the critics. The journalists followed the same wrong path. Besson was « neo-baroque » in the *version clinquante* — the flashy Beineix style — only in *Subway*, although in other ways (mixing heterogeneous materials, unreal locations), his entire body of work falls squarely into this category. Some even wrote that *Le grand bleu* was nothing but a giant music video. And so ? It is a « realistic » drama (the beginning, in black and white, harkens back to the barrenness of *Dernier combat*) where the mythological dimension appears only through Jacques Mayol’s boundless passion for the oceanic depths.

²¹ It is unlikely this sentence would have made the final edit of this article in 2023. We may still think

such things, but we are no longer allowed to say them out loud.

Une fois la cabale passée, le psychanalyste Daniel Sibony donne quelques clefs autorisant d'autres lectures du film (et de ceux de Beineix et Carax ?) : « . . . elle (Johana) en tombe amoureuse ; lui (Mayol) aussi est “amoureux”, entre guillemets, car il ne sait pas ce que c'est, “être amoureux”, il n'a pas eu de mère, ni père qui de son désir lui eût transmis le désir d'une femme (mais oui, ça se transmet ces choses-là, la *possibilité* de ces choses-là) . . . La fille qui s'en amourache n'a de lui au départ que l'enregistrement de ce cœur qui bat au rythme d'un autre monde. Symbole d'une misère moderne : tous les signes de vie, le cœur bat, mais pas de quoi faire une histoire de cœur . . . La femme veut réchauffer l'homme gelé psychiquement. Mais la maladie de cet homme, très “moderne”, c'est que son cœur froid, son tissu psychique inerte a autant de mal à se réanimer qu'à assumer son inertie. La femme veut donner sa tendresse, mais celle-ci ne marque rien lorsque manquent les éléments *parlants* de l'amour . . . Certains critiques ont dénoncé l'absence de sensations, d'émotions ; de quoi ne pas s'interroger sur le pourquoi de cette absence, ce qui les eût contraints à risquer un peu d'eux-mêmes au lieu de “renoncer à comprendre” . . . (6) » Besson frappe juste. (Ceci n'implique pas que je trouve le film génial.) Les enquêtes sur les hommes et les femmes célibataires fleurissent depuis quelque temps dans les magazines. On est loin des films utopistes des années soixante-dix prônant l'amour libre.

Once the cabal has passed, the psychoanalyst Daniel Sibony offers us some keys authorizing other readings of the film (and those of Beineix and Carax ?) : « ...she (Johana) is in love ; he (Mayol) is also “in love,” in quotation marks, because he does not know what “to be in love” means — he did not have a mother, nor a father who from his own desire would have taught him desire for a woman (because yes, these things are taught, the *possibility* of such things)... The girl who falls in love, in the beginning receives from him only the recording of a heart that beats to the rhythm of another world. Symbolism for modern misery : all the signs of life, a beating heart, but not enough to make a story of a heartfelt love... The woman wants to warm up this emotionally frozen man. But the illness of this very “modern” man is that his cold heart, his inert emotional tissue, has as much difficulty in resuscitating itself as in accepting its inertia. The woman wants to give him tenderness, but it means nothing when *words* of love are missing... Some critics have denounced the absence of sensations, of emotions ; but failed to ask themselves about *why* these things are missing, which would have forced them to risk exposing a little of themselves rather than “giving up understanding”... (6)²² » Besson hits the mark. (This is not to imply that I think the film is brilliant.) Questionnaires for single men and women have been appearing in magazines for some time. We are far from the utopian films of the seventies advocating for free love.

²² (6) In « Libération », 10 August 1988.

QUESTIONS DE STYLE

Je ne veux pas jouer les apprentis sorciers en réalisant un check-up complet des raisons de ce malaise (du moins vu à travers les films considérés ici). Il y a, comme le remarquait Sibony, la mort ou la démission des « pères ». Betty et Zorg (*37°2 le matin*), et les « zombies » du *Dernier combat*, ne semblent avoir aucune famille. Héléna / Adjani (*Subway*) a un mari abject. Gerard a perdu sa sœur et la présence de son frère lui pèse (*La lune dans le caniveau*). Un père demande à son fils de le tuer s'il devient sénile (*Boy meets girl*). Les pères d'Alex (*Mauvais sang*) et de Jacques (*Le grand bleu*) meurent au début de la fiction. Les « héros » de ces bandes sont, en général, d'extraction modeste (postier, peintre en bâtiment, sans profession). Le désir de s'en sortir passe par la compréhension d'un art (sans sa passion pour l'opéra, Jules serait condamné à jouer aux cartes avec ses collègues durant la pause café), voire sa pratique (*Le grand bleu*). Le sujet doit alors être totalement disponible, ce qui exclut toute liaison affective profonde. Le danger atomique (*Le dernier combat*) ou le SIDA (*Mauvais sang*), deux maux éminemment contemporains, obligent les protagonistes à se refermer sur eux-mêmes. Enfin, Beineix, Besson et Carax font figure de « nouveaux moralistes » des années quatre-vingts. Zorg refuse de coucher avec une amie car il aime Betty (*37°2 le matin*). Enzo, qui avait commencé à draguer Johana, s'efface quand il la sent proche de Jacques (*Le grand bleu*). Carax exprime le plus ouvertement cette « philosophie » dans *Mauvais sang* : ceux qui font l'amour sans amour attrapent le STBO (pas besoin de traduire !)

QUESTIONS OF STYLE

I do not want to play the sorcerer's apprentice going through a complete run-down of the reasons for this malaise (at least seen through the films considered here). There is, as Sibony remarked, the death or the resignation of « fathers ». Betty and Zorg (*37°2 le matin*), and the « zombies » of *Le Dernier combat*, seem to have no family. Héléna / Adjani (*Subway*) has a contemptible husband. Gérard has lost his sister, and the presence of his brother annoys him (*La lune dans le caniveau*). A father asks his son to kill him if he becomes senile (*Boy meets girl*). The fathers of Alex (*Mauvais sang*) and of Jacques (*Le grand bleu*) die at the beginning of those stories. The « heroes » of these films are, in general, of modest means (postman, house painter, unemployed). The desire to leave it all comes through the appreciation of an art (without his passion for opera, Jules would be condemned to play cards with his colleagues during coffee breaks), or even his occupation (*Le grand bleu*). The topic should then be completely obvious, that which excludes any deep and affective bond. The threat of nuclear radiation (*Le dernier combat*) or of AIDS (*Mauvais sang*), two more eminently contemporary evils, force the protagonists to close in on themselves. In the end, Beineix, Besson, and Carax appear as « nouveaux moralistes » for the 1980s. Zorg refuses to sleep with a friend because he loves Betty (*37°2 le matin*). Enzo, who had started flirting with Johana, fades away when he feels that she is close to Jacques (*Le grand bleu*). Carax expresses this « philosophy » the most overtly in *Mauvais sang* : those who make love without love contract STBO (no need to translate that !)

Le style de ces wonder boys serait issu de la pub — ce que l’on verra plus loin —, mais la finalité de leurs films s’en détache radicalement : art et « passion » y sont invendables. Ce qui pourrait expliquer le constant mouvement de rejet et de fascination qui fait osciller la critique. Il y a divorce entre l’écrin et le contenu. Quand on regarde un film d’Antonioni, on sait que la tragédie sera au rendez-vous final. Chez Lelouch (simple exemple), les choses finissent souvent par s’arranger. Alors que chez Beineix, Besson et Carax, on a droit, à travers une vision ludique des choses, à la mort ou à la déréliction des « héros ». Tous les éléments de séduction (néons, vêtements chamarrés, chants d’opéra, coiffures extravagantes, chaînes hi-fi sophistiquées...) se trouvent connotés négativement. Ce ne sont plus des objets de bien-être mais des signes de mort. Paraphrasant la pub pour « Canada Dry » (« Ça a le goût, la couleur, l’apparence de l’alcool, mais ce n’en est pas »), on peut dire au sujet de *Subway* ou de *Mauvais sang* : ça a tout l’apparence de pubs pour la jeunesse, pour le Paris by night, pour les lieux touristiques inusités, mais ce ne sont que des visions désespérée d’individus qui étouffent, des contre-publicité pour le « malheur ».

The style of these wonder boys may come from the advertising world —which we will see later —, but the purpose of their films is a radical departure from it : art and « passion » are unsaleable. That might explain the constant vacillation of critics from rejection to fascination. There is a disconnect between the package and the content. When you watch an Antonioni film, you know that tragedy will be the final outcome. With Lelouch²³ (for a simple example), things usually end up working out. For Beineix, Besson, and Carax, on the other hand, we are confronted, through a playful point of view, with the death or dereliction of « heroes ». All the elements of seduction (neon lights, colorful clothing, opera arias, extravagant hairstyles, sophisticated hi-fi equipment...) have negative connotations. They are no longer objects of well-being but signs of death. Paraphrasing the commercial for « Canada Dry » (« it has the taste, the color, the appearance of alcohol, but without the alcohol »), one can say about *Subway* or *Mauvais sang* : it has all the appearance of advertising for young people, for Paris by night, for the unusual tourist destinations, but they are only the desperate visions of individuals who suffocate — counter-advertising for « unhappiness ».

²³ Claude Lelouch. His most famous movie was *A Man and a Woman* (*Un homme et une femme*) (1966). It won many awards, including the Palm

d’Or and an Academy Award for Best Foreign Language Film. He is not disfavored, but his films are not as heavy as Antonioni’s.

Pour ce qui est du style, Guy Scarpetta, auteur d'un remarquable essai sur le « néobaroque », écrit : « La mode (éphémère) et l'art (intemporel) peuvent parfaitement disposer des mêmes formes, des mêmes matériaux, ou des mêmes états d'esprit — la ligne de démarcation réside moins dans la « nature » des signes utilisés que dans le régime auquel ils sont soumis (au sens, si l'on veut, où l'on parle du “régime” d'un moteur : ce qui autorise des vitesses différentes). Mais cela, probablement, ne suffit pas — sans doute devons-nous aussi repérer, au-delà des différences de régime, de temporalité, un écart de fonction. En bref, ce qui singularise l'art, et le distingue de la mode, ce pourrait être sa capacité à susciter, simultanément, un effet de jouissance et un effet de vérité — même si cette vérité résulte de la fiction, de l'artifice... (7). » On trouve chez Beineix et compagnie, à des degrés divers, ce double effet de jouissance et de vérité. Il est intéressant de noter que ces cinéastes sont hypocritement attaqués pour l'effet de jouissance (formalisme soi-disant décousu) procuré par leurs films. Ce qui dispense la critique de gratter sous les apparences, car là se cache une vision très (trop) pessimiste de la société des années quatre-vingt. La publicité plonge ses racines dans le langage allusif de l'art contemporain.

As for style, Guy Scarpetta, the author of a remarkable essay on the « neo-baroque », wrote : « fashion (ephemeral) and art (timeless) can perfectly have the same forms, the same materials, or the same states of mind — the line of demarcation lies less in the “nature” of the signs used than in the *regime* to which they are subjected (in the sense, if you will, that one speaks of “engine speed” : that which allows different vehicle speeds²⁴). But that, probably, is not enough — no doubt we must also identify, beyond the differences of regime, of temporality, a gap in function. In short, the thing that sets art apart, and distinguishes it from fashion, could be its ability to arouse, simultaneously, an effect of enjoyment and an effect of truth — even if this truth results from the fiction, from artifice... (7).²⁵ » We find with Beineix and company, to varying degrees, this double effect of pleasure and veracity. It is interesting to note that these filmmakers are hypocritically attacked for the pleasurable effect (supposedly incongruous formalism) provided by their films. This exempts the critic from scratching under the surface, because there hides a very pessimistic (*too* pessimistic) view of the society of the 1980s. Advertising has its roots in the allusive language of contemporary art.

²⁴ What we call “engine speed,” the rpms of a car's motor, the French call the “regime of the motor” [“*régime du moteur*”]. The different phrase carries different significance for them. They think of engine speed as different bands of rpms (or regimes) for different driving situations. Low rpms for idling, high rpms for aggressive acceleration. That's the metaphor at play here.

It's not a question of the different *kinds* of signs, as much as, perhaps, different intensities.

²⁵ (7) In « L'artifice », by Guy Scarpetta (Grasset, 1988), p. 126. Among numerous contemporary articles also dealing with the resurgence of the baroque : « Le banquet des anges », Dominique Fernandez (Plon) ; « La folie du voir », Christine Buci-Glucksmann (Galilée) ; « Barroco », Severa Sarduy (Seuil).

Le déclic mental que provoqua la mise côte à côte de réalités de nature différentes surprit les avant-gardistes du début du siècle. Dès 1912, Braque et Picasso sont subjugués par les potentialités associatives nouvelles incluses dans la pratique du collage (de tissus, de bouts de journaux, de cartons, d'illustrations découpées...). Ces pratiques se développèrent avec le surréalisme et le pop art. Les publicitaires trouvèrent dans cette forme de communication, qui fait l'économie de toute explication rationnelle, un langage parfait pour vendre leur produits.

The mental trigger caused by placing side by side realities of differing natures surprised the avant-garde at the beginning of the century. From 1912, Braque and Picasso were captivated by the new associative potentialities provided by the practice of collage (fabrics, newspaper clippings, product packaging, cut-out photographs, and so on). These practices developed alongside surrealism and pop art. Advertising found in this form of communication, which avoids any rational explanation, a perfect language for selling their products.

NÉOBAROQUES, QUAND MÊMES ?

Avec *Diva*, quelque chose change dans la manière d’envisager l’art au sein du cinéma commercial français. Contrairement à Epstein (impressionnisme), Godard (Nouvelle Vague), Beineix ne cherche ni à faire école ni à prendre date avec l’Histoire. Il savait que les années quatre-vingt ne produiraient aucun langage novateur. Les œuvres de cette décennie seraient élaborées avec des matériaux empruntés à toutes les périodes historiques, des *matériaux recyclés*, marque de ce qu’on a, parfois, appelé le « postmodernisme ». Diagnostiquant cet état d’esprit, Scarpetta réactualisé la notion de « musée imaginaire » chère à Malraux : « ... une méta-historicité, un monde de l’art devenu autonome, où les formes peuvent se répondre et se provoquer indépendamment de toute “histoire de l’art” linéaire, positiviste, étroitement chronologique... permettre l’accès à un univers perceptif (et non seulement intellectuel) où, comme dans les livres de Malraux justement, la “Cascade de Nashi” du musée Nezu de Tokyo peut se confronter au “Lac d’Annecy” de Cézanne...

NEO-BAROQUES, ALL THE SAME ?

With *Diva*, something changes in the manner of considering art within French commercial cinema. Unlike Epstein (impressionism) or Godard (New Wave), Beineix is not looking to establish a school or make a date with History. He knew that the eighties would not produce any innovative language. The works of this decade would be created with material borrowed from all periods of history, *matériaux recyclés* [recycled material], a feature of what has sometimes been called « post-modernism. » Diagnosing this state of mind, Scarpetta updated the notion of the « museum of the imagination » dear to Malraux²⁶ : « a meta-historicity, an art world that has become autonomous, where forms can respond to and provoke each other independently of any linear, positivist, narrowly chronological “art history”... allows access to a perceptual universe (and not only intellectual) where, exactly as in the books of Malraux, the “Nachi Waterfall” in the Nezu museum in Tokyo²⁷ can be confronted with Cézanne’s “Lac d’Annecy”...

²⁶ Malraux is a famous French author. He was an art historian as well as a novelist. One of his most famous books is called the “Museum of the imagination.”

²⁷ Malraux spent a lot of time in Asia. Nezu Museum is a private art museum in Tokyo,

perhaps similar to the Guggenheim in New York, that holds a 14th-century painting of the Nachi Waterfall in Japan. Malraux wrote about that painting.

ou telle statue vaudou du Dahomey à la “petite fille à la corde” de Picasso. C’est à chaque peintre, bien entendu, à chaque artiste, d’inventer *sa* solution singulière, en réponse à cette situation perceptive inédite. Mais ce qui est certain, c’est qu’il n’est plus possible d’avoir la nostalgie d’un œil “vierge”, d’un regard qui n’aurait pas enregistré, fut-ce inconsciemment, l’ébranlement visuel introduit par tout cela (8). »

J’en viens maintenant à cette question du « néo-baroque » qui n’est, je le répète, qu’une hypothèse de travail. C’est une définition « commode » de l’œuvre des trois cinéastes, mais non dénuée de fondements comme on a pu le suspecter jusqu’ici. Le « Petit Larousse » donne, dans son édition de 1989, la définition suivante du mot *baroque* (qui vient du portugais *barroco*, perle irrégulière) : « En art le baroque veut étonner, toucher les sens, éblouir, et y parvient par des effets de mouvement et de contraste lumineux, de formes tendues et contrariées jusqu’à suggérer l’éclatement de perspectives jouant du trompe-l’œil ; architecture, sculpture, peinture tendent à se fondre dans l’unité d’une sorte de spectacle dont le dynamisme scintillant traduit l’exaltation. »

or some voodoo statue from Dahomey²⁸ with Picasso’s “Little girl jumping rope.” It is up to each painter, of course, to each artist, to invent *her* own unique solution, in response to this unprecedented perceptual situation. But what is certain is that it is no longer possible to have nostalgia for a “virgin” eye, for a gaze that would not have registered, even unconsciously, the visual disturbance introduced by all this (8).²⁹ »

I now come to the question of the « neo-baroque » which is, I repeat, just a working hypothesis. It is a « convenient » definition of the work of the three filmmakers, but it is not without foundation, as one might have suspected by now. The « Petit Larousse »³⁰ gives, in the 1989 edition, the following definition of the word *baroque* (which comes from the Portuguese *barroco*, which means « an irregular pearl ») : « In art, the baroque wants to astonish, to touch the senses, to dazzle, and achieves this through effects of movement and contrasts of light and dark, of tense and upset forms to suggest the bursting of perspectives playing with trompe-l’œil ; architecture, sculpture, painting tend to merge into the unity of a sort of spectacle whose scintillating dynamism conveys exaltation. »

²⁸ Dahomey was a kingdom in West Africa from the 17th century until 1904, located in the country that is today called Benin. The word “voodoo” is a derogatory westernization of the Vodun religion that stretches from Ghana, through Togo and Benin into Nigeria. France has an unsavory relationship with the Kingdom of Dahomey. Dahomey actually thrived during the Atlantic slave trade, becoming a major supplier of slaves to Europeans, and only began to decline in the 1840s when Britain began to pressure it to abolish the slave trade (even imposing a naval blockade against the kingdom). In 1894 they lost a war with France, becoming a French colony in 1904.

They gained their independence in 1958 as the Republic of Dahomey, and changed their name to Benin in 1975. Vodun artwork and statues are associated with the Vodun religion. There is a remarkable resemblance between Picasso’s statue “Little girl jumping rope” and some Vodun statues.
²⁹ (8) Op. cit. page 97.

³⁰ Larousse is the authoritative French dictionary, like Oxford in English, or Merriam-Webster. “Petite” does not mean it’s a small dictionary. It means it’s smaller than the full-size version. The full-size Larousse is fifteen volumes of 1,000 pages each. The Petit Larousse is small at only 2,000 pages.

Cette nouvelle version du spectacle « néo-baroque » (puisque le baroque de référence est, historiquement, daté) que l'on trouve, peu ou prou, chez nos trois « stylistes », est composée d'ingrédients plus ou moins bien dosés. La symbiose est parfaite avec *Diva* (9) : l'équilibre entre le romanesque et la forme est tenu. La surcharge décorative domine *La lune dans le caniveau*. Mais, comme ce film est conçu pour exprimer une douleur, un manque, une névrose, son aspect « dys-narratif » n'est pas vraiment gênant. *37°2 le matin* est guidé par les exigences du scénario. La force visionnaire du cinéaste est concentrée au début, lorsque Betty et Zorg irréaliment leur environnement en peignant les façades de couleurs agressives. Beineix travaille sur un matériau romanesque préexistant (Delacorta, Goodis, Djian), Besson tire son inspiration de genres littéraires ou graphiques (B.D.) populaires : science-fiction, aventures... Carax élabore son univers à partir d'une culture cinématographique solide. *Le dernier combat* atteint un certain équilibre dans le dépouillement. Le baroque est atténué et relève du filmage (noir et blanc contrasté) et des cadrages magnifiant les décors les plus sommaires. *Subway* est le véritable exercice de style baroque de Besson. Toujours situé dans l'éphémère, le film ne résiste pas à une seconde vision. L'« étrangeté » du *Grand bleu* provient des profondeurs sous-marines elles-mêmes qu'on a peu l'habitude de voir sur un écran. Le baroque de Besson est probablement le moins « pensé » des trois. Le plus « théoricien » est, indubitablement, Leos Carax.

This new version of the spectacle « neo-baroque » (since reference to « baroque » is, historically, dated) that we find, to varying degrees, with our three « stylists », is made up of more or less similar ingredients. The symbiosis is perfect with *Diva* (9)³¹ : the narrative and the form are well-balanced. A decorative overload dominates *La lune dans le caniveau*. But, as this film is designed to express sadness, loss, neurosis, its « anti-narrative » quality is not really troublesome. *37°2 le matin* is guided by the demands of the screenplay. The visionary force of the filmmaker is concentrated at the beginning, when Betty and Zorg make their own surroundings unrealistic by painting the façades with aggressive colors. Beineix's subject matter comes from pre-existing novels (Delacorta, Goodis, Djian), Besson draws his inspiration from popular literary or graphic (B.D.) genres : science-fiction, adventures... Carax develops his universe from a solid cinematic culture. *Le dernier combat* achieves a certain balance in the denuding of the environment. The baroque style is attenuated and comes from the filming (contrasted black and white) and framing that magnifies the most basic sets.. *Subway* is Besson's true exercise in baroque style. Always situated in the ephemeral, the film rewards a second viewing. The « strangeness » of *Grand bleu* comes from the underwater depths themselves, which we are not used to seeing on screen. The baroque style of Besson is probably the least « thought out » of the three. The most « theoretical » is, undoubtedly, that of Leos Carax.

³¹ (9) The best film of the lot along with *Mauvais sang*. I admit it here, since this article is mainly aimed at analyzing the method of operation of

these products, independently of their intrinsic qualities.

Tout ce qu'il « pique » à ses aînés (Godard, Garrel, Cocteau, Dreyer...) il le *recycle* aux dimensions de son propre univers. Ses films obéissent bien à la définition de « perles irrégulières ». Quel ciment lie tout cela ? Le désir de raconter, à travers des situations et des personnages croisés dans d'autres films, son *autobiographie*. Cela le différencie de Beineix et de Besson. Peut-être que Jules (*Diva*) est un lointain alter ego du cinéaste, et que Mayol (*Le grand bleu*) a plus d'un point commun avec Besson, mais ces personnages sont trop romancés pour être réellement autobiographiques. Alex, le nom du protagoniste principal de *Boy meets girl* et *Mauvais sang*, interprété à chaque fois par Denis Lavant, est vraiment un « double » de Carax (dont le vrai nom est Alex Dupont). Il s'agit donc, ici, de baroque référentiel : chaque citation de film renvoie à une expérience du spectateur Carax qui vivait, au moment où il voyait le film cité, diverses crises existentielles.

Everything he « steals » from his elders (Godard, Garrel, Cocteau, Dreyer...) he *recycles* into the shape of his own universe. His films fit well with the definition of « irregular pearls ». What holds all this together ? The desire to tell, through situations and characters encountered in other films, his *autobiography*. This differentiates him from Beineix and Besson. Maybe Jules (*Diva*) is a distant alter ego of the filmmaker, and Mayol (*Le grand bleu*) has more than a little in common with Besson, but these characters are too romanticized to be truly autobiographical. Alex, the name of the main protagonist in *Boy meets girl* and *Mauvais sang*, played each time by Denis Lavant, is really a « double » of Carax (whose real name is Alex Dupont). Here, then, it is a question of baroque citation : each film refers to an experience of the real-life Carax who was living through various personal existential crises at the time he saw the films his movies allude to.

Quel sera le devenir de ces cinéastes à l'aube des années quatre-vingt-dix ? Le naturalisme gagne à nouveau du terrain. Zidi réconcilie, avec *Deux*, la pub et son message : Paris est une belle ville, et tout amour, même contrarié, peut s'y épanouir. Un appartement sympa place du Trocadéro arrondit bien des angles. Finis les lofts sordides décorés de posters, les jeunes marginaux désespérés, la difficulté d'aimer dans une société sans idéal. Dans neuf mois (janvier 1990), tout va baigner dans un rêve idyllique. Peut-être que Jean-Jacques, Luc et Leos vont céder à cet appel du « tout le monde est beau, tout le monde est gentil » ? Espérons que non. Rendez-vous est pris pour dans dix ans. On verra alors comment la nouvelle décade aura marquée nos (ex) jeunes cinéastes. R.B.

What will become of these filmmakers at the dawn of the nineties ? Naturalism is again gaining ground. With his movie *Deux*, Zidi reconciles advertising and its message : Paris is a beautiful city, and all love, even frustrated, can flourish there. An nice apartment on the Place du Trocadéro has nothing but rounded corners. Gone are the sordid lofts decorated with posters, the marginal, desperate young people, the difficulty of loving in a society without ideals. In nine months (January 1990), everything will be steeped in an idyllic dream. Is it possible Jean-Jacques, Luc, and Leos will give in to this appeal of « everyone is beautiful, everyone is nice » ? Let's hope not. Let's meet again in ten years. We will see then how the new decade will have affected our (ex) young filmmakers. R.B.³²

³² Translated by Gregory Berry.