

Achète-moi!

La promesse d'accéder à un monde d'abondance, si fondamentale dans la société de consommation, se retrouve dans de nombreuses traditions religieuses. En Bolivie, la fête des *Alasitas* (littéralement « Achète-moi! ») mêle ainsi des éléments précolombiens, catholiques et consuméristes dans une grande célébration de l'opulence. Les participants s'y offrent en miniatures des objets qui cristallisent leurs aspirations pour l'année à venir.

Autour de la figure de l'Ekeko, divinité andine, la mise en scène évoque le marché des *Alasitas* et présente les principales typologies de miniatures vendues, réunies par l'anthropologue bolivienne Varinia Oros pour cette exposition. Nourriture, maisons, véhicules, produits de marque mais aussi titres professionnels, visas ou certificats d'études dressent un panorama des rêves d'abondance et de ses formulations contemporaines. La Chine y concurrence l'Europe et les États-Unis qui, il n'y a pas si longtemps, représentaient le summum de la réussite. Sur les murs, des images prises sur le terrain rappellent le substrat religieux de la fête.

Kauf mich!

Das Versprechen einer Welt in Hülle und Fülle, wie es der Konsumgesellschaft zugrunde liegt, ist in zahlreichen religiösen Traditionen wiederzufinden. In Bolivien vermengen sich beim Fest der *Alasitas* (wörtlich „Kauf mich!“) präkolumbianische und katholische Elemente mit Kommerz zu einer grossen Feier des Überflusses. Die Teilnehmenden schenken sich Miniaturen, die für ihre Hoffnungen für das nächste Jahr stehen.

Die Inszenierung rund um den Andengott Ekeko spielt auf den Markt mit den *Alasitas* an und präsentiert die wichtigsten Eigenschaften der verkauften Figuren anhand von Miniaturen, die von der bolivianischen Anthropologin Varinia Oros für diese Ausstellung zusammengetragen wurden. Essen, Häuser, Autos, Markenprodukte, aber auch Berufsabschlüsse, Visa und Studienzertifikate stehen für den Traum vom Überfluss in der gegenwärtigen Ausdrucksform. Nachdem die USA lange Zeit den Erfolg par excellence darstellten, mischen heute auch China und Europa im Rennen mit. An den Wänden erinnern Bilder von vor Ort an den religiösen Ursprung des Fests.

Buy me!

The promise of access to a world of abundance, fundamental to consumer society, is also present in many religious traditions. In Bolivia, the festival called “*Alasitas*” (literally “Buy me!”) blends pre-Columbian, Catholic and consumerist elements in a grand celebration of opulence. Participants offer each other miniaturized objects that crystallize their aspirations for the coming year.

Centered around the figure of Ekeko, an Andean divinity, the scenography evokes the *Alasitas* market and presents the main categories of miniatures sold there, objects collected by Bolivian anthropologist Varinia Oros for this exhibition. Food, houses, vehicles and brand-name products along with professional certificates, visas and diplomas provide a panorama of the dream of abundance and its contemporary reformulations. China emerges as a competitor for the West, and especially for the United States that not so long ago represented the pinnacle of success. On the walls, a series of photographs taken in the field recall the festival's religious connotations.