

LITERATURES ORALS I NOUS ESPAIS
DE COMUNICACIÓ A LA MEDITERRÀNIA

«Publicacions de la Residència d'Investigadors»

LITERATURES ORALS I NOUS ESPAIS DE COMUNICACIÓ A LA MEDITERRÀNIA

Lluís Calvo i Maria-Àngels Roque (dirs.)



Simposi Internacional celebrat
els dies 1 i 2 de març de 2002
a l'Institut Europeu de la Mediterrània
(IEMed)

RESIDÈNCIA D'INVESTIGADORS
CSIC-GENERALITAT DE CATALUNYA

Barcelona, 2004

**Consortori de la Residència d'Investigadors
CSIC-Generalitat de Catalunya**

President del CSIC: EMILIO LORA-TAMAYO D'OCÓN
Conseller d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació:
CARLES SOLÀ FERRANDO

Consell de Govern

President del Consorci: EMILIO LORA-TAMAYO D'OCÓN
Director: FRANCESC FARRÉ RIUS
Director científicocultural: LLUÍS CALVO CALVO

Vocals:

F. XAVIER HERNÁNDEZ CARDONA
(Director General de Recerca del DURSI)
ÀUREA ROLDÁN BARRERA (Directora de Serveis del DURSI)
LLUÍS CALVO CALVO (Coordinador Institucional del CSIC a Catalunya)

© DELS AUTORS

Primera edició: maig de 2004

Impressió: Alta Fulla · *Taller*

D. L. B 26705-2004

ISBN: 84-931588-1-X

Sumari

Introducció.

LLUÍS CALVO i MARIA-ÀNGELS ROQUE (dirs.)	7
--	---

I. EL MITE ENTRE L'ORALITAT I L'ESCRITURA

L'obertura a l'altre i la història mediterrània.

JOSÉ ENRIQUE RUIZ-DOMÉNEC	13
---------------------------------	----

El gest de la dona de Lot. MANUEL FORCANO	19
---	----

Imaginaire et création en Algérie : L'exemple kabyle.

TASSADIT YACINE	25
-----------------------	----

Entre la naturaleza y la cultura. Mitos y ritos del

Mediterráneo. MARIA-ÀNGELS ROQUE	43
--	----

Mite i escriptura. RAFAEL ARGULLOL	67
--	----

Basile i les *Rondaies mallorquines*: Una tradició

compartida. CARMÉ RIERA	75
-------------------------------	----

La mar de les metàfores. JOSEP PIERA	81
--	----

Reflexions sobre l'Orient i l'Occident. RONNY SOMECK	89
--	----

À la recherche d'un élément fédérateur. HASSAN ABBAS	95
--	----

II. LA CREACIÓ DE NOUS ESPAIS DE COMUNICACIÓ

El Mediterrani: Nous impulsos per a la creació.

FÈLIX RIERA	105
-------------------	-----

La construcción de la tradición. Reflexiones sobre el discurso publicitario y la alimentación en el área mediterránea.

F. XAVIER MEDINA	115
------------------------	-----

Mitos de la globalización: Las leyendas urbanas sobre algunos temores actuales. LUIS DÍAZ G. VIANA	133
La visione di Oriente nel cinema europeo. FERZAN ÖZPETEK	151
Le cinéma dans le monde arabe : La tentation identitaire. AHMED BAHA EDDINE ATTIA	155
La victime et la matrone : les deux images de la femme dans le cinéma tunisien. FÉRID BOUGHEDIR	163
La révolution techno-médiatique : vers une marginalisation culturelle tiers-méditerranéenne? FAÏZA SOUHABI MAJERI	175
Expérience de la chaîne « Canal Algérie » diffusant par satellite. AHMED DJABRI	181
Produire et diffuser en réseau, l'expérience d'une série télévisée : Les « Chroniques méditerranéennes ». SOLANGE POULET	191
Las producciones audiovisuales independientes en el Mediterráneo. SERGI DOLADÉ I SERRA	201
ANNEX: La télévision, instrument pour la paix, le dialogue, la culture et le développement des peuples de la Méditerranée. Déclaration des professionnels de la télévision réunis à Barcelone le 1 et le 2 mars 2002	211
ANNEX: La televisió, instrument per a la pau, el diàleg, la cultura i el desenvolupament dels pobles de la Mediterrània. Declaració dels professionals de la televisió reunits a Barcelona els dies 1 i 2 de març del 2002	215

INTRODUCCIÓ

EXISTEIX un imaginari col·lectiu intercultural mediterrani? Hi ha visions compartides? O l'ambigüïtat, i fins i tot el re-
buig, són els eixos dels discursos? Allò que sí que és cert i que ningú no posa en dubte és que moltes tradicions que creiem ben «nostres» són, a la vegada, també «dels altres», fruit dels contactes de llarga durada, de les migracions, del comerç o dels processos civilitzadors mutus.

Per tal d'intentar respondre aquestes preguntes inicials, l'Institut Europeu de la Mediterrània (IEMed) i la Residència d'Investigadors CSIC-Generalitat de Catalunya, en col·laboració amb el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, i amb el suport de Catalunya Ràdio i TV3, organitzaren a Barcelona, els dies 1 i 2 de març de 2002, el Simposi Internacional «Literatures orals i nous espais de comunicació a la Mediterrània».

Quina fou la raó per organitzar aquesta trobada? Senzillament, perquè si s'analitzen les tradicions difoses des del nord d'Àfrica fins a Istanbul, des d'una riba fins a l'altra de la Mediterrània, es constata la pervivència i la presència, real i efectiva, de la literatura i de la tradició oral en la creació literària i audiovisual. En aquest sentit, cal recordar solament què significa a hores d'ara, per exemple, el llegat de les comunitats sefardites o el paper dels contes populars i les rondalles tradicionals, molts d'ells vinguts d'Orient, que s'han anat emmotllant a les societats i a les cultures específiques de la Mediterrània. D'altra banda, si existeix aquest rerefons en la creació literària o artística, no és menys important el seu paper en els mitjans audiovisuals, amb exemples de primer ordre com poden ser les te-

lenovel·les o els mateixos vídeos d'arrels berbers que es produeixen a França i que són àmpliament consumits al Marroc i a Algèria, o, en un sentit més ampli, les narracions o llegendes urbanes, moltes d'elles adaptacions i recreacions actualitzades de la tradició popular, que es transmeten a través d'Internet.

Per totes aquestes qüestions, el simposi es presentà com una novetat en l'àmbit cultural i científic mediterrani, atès que els temes proposats mai no s'havien tractat amb l'amplitud amb què es presentaren, encara que cal reconèixer que, en el passat, sí que hi va haver reunions sectorials d'escriptors i d'altres especialistes. Amb tot, mai no s'havia fet una trobada de les característiques d'aquest simposi, amb una mirada creuada d'ambdues ribes mediterrànies en la qual es presentés, d'una manera àmplia, el panorama de la influència i de la presència de les literatures populars en la creació literària o en la producció audiovisual actual; en aquest sentit, i per tal de reforçar el missatge del simposi, la Filmoteca de Catalunya programà un cicle de cinema mediterrani al mateix temps, cicle en el qual es projectaren algunes pel·lícules íntimament unides a la temàtica del simposi, per exemple, del realitzador tunisenc Féréd Boughedir.

En definitiva, el simposi esdevingué un important espai de trobada de diferents personatges de la Mediterrània i de diversos àmbits intel·lectuals, creatius i geogràfics íntimament vinculats a la seva temàtica central. Volem agrair la participació de tots els especialistes que contribuïren a reflexionar i a aportar noves perspectives per comprendre millor els lligams entre tradició i modernitat en la realitat de la Mediterrània actual i, cosa que és més important, per establir autèntics ponts i vies de comunicació i de col·laboració cultural i creativa entre totes dues ribes del Mare Nostrum.

Fruit dels debats fou, com a resultat final, la signatura d'una declaració pública entre diverses televisions de la Mediterrània, que es presenta a la fi d'aquesta publicació, per tal de potenciar

la col·laboració entre entitats i afavorir els intercanvis de productes audiovisuals dins l'àmbit euromediterrani.

En darrer terme, volem agrair a totes les institucions i especialment a algunes persones, com Fèlix Riera, que va insistir a donar un paper destacat a les televisions mediterrànies com a nexa important de futurs productors creadors d'un imaginari compartit de la Mediterrània, que pugui anar més enllà dels reportatges conflictius i desoladors. També a F. X. Medina i Gemma Jordi per tota la col·laboració tècnica en l'organització del Simposi, i a tots aquells que, participant en els debats, reconegueren la necessitat d'obrir aquest camp procel·lós que és la Mediterrània a la visió comparada de les dues ribes.

LLUÍS CALVO i MARIA-ÀNGELS ROQUE (dirs.)

I

EL MITE ENTRE L'ORALITAT I L'ESCRITURA

L'OBERTURA A L'ALTRE I LA HISTÒRIA MEDITERRÀNIA

JOSÉ ENRIQUE RUIZ-DOMÉNEC

Historiador. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra

LES CONSIDERACIONS al voltant de la convergència de cultures a la Mediterrània que voldria proposar a continuació assoleixen una significació precisa vistes des de l'observatori de la història. No és fàcil, però, fixar l'origen d'aquest problema, sobretot perquè la majoria de les interpretacions se centren en els esdeveniments dels darrers dos-cents anys i donen per fet que la situació actual al món mediterrani és el resultat de les relacions internacionals creades després de l'expedició de Napoleó Bonaparte a Egipte, acompanyat d'un nombrós grup d'erudits al capdavant dels quals hi havia Jean-Baptiste Fourier. Aquest tenia Champollion-Figeac com a col·laborador, el qual no va trigar gaire a ser eclipsat per Jean-François Champollion, el seu afortunat germà, i per l'agut Vivant Denon, autor d'un cèlebre *Voyage dans la Basse et la Haute Égypte*. Partint d'aquesta premissa, de la qual ningú no pot escapar totalment, es poden prendre per un advertiment les consideracions que aquí proposo, ja que, entrant en el debat actual sobre la multiculturalitat proposat entre altres per Charles Taylor, voldria examinar de prop, en la meua condició de medievalista, alguns punts de vista de sociòlegs, politòlegs i economistes en relació amb el futur de la Mediterrània. Pel fet de ser medievalista, considero els processos històrics dins d'una llarga durada, atès que el meu camp d'investigació estudia sovint fenòmens que es desenvolupen al llarg de segles. Quan Fernand Braudel va esbossar la primera variant d'aquesta idea, el període escollit (el segle XVI

durant el regnat de Felip II d'Espanya) era una època caracteritzada per la col·lisió entre les diferents cultures de la Mediterrània. La conclusió d'aquest ombrívol període de guerres navals i saqueigs sagnants (Lepanto només un entre d'altres) ens convida a modificar els plantejaments i a dirigir-los envers el que, en aquest mateix segle XVI, proposaven alguns intel·lectuals mitjançant un poderós desenvolupament de la imaginació moral. Amb Montaigne, Shakespeare i Cervantes es mirava de trobar el que m'agradaria qualificar de *saviesa de la incertitud*.

El diàleg comença en el punt on es dona veu (i una part de raó) a l'altre. Tots els processos autèntics d'aculturació mediterrània arrenquen d'aquesta actitud d'*escolta* oberta a la veu dels altres, cosa que explica que historiadors com Heròdot, en considerar el món dels escites, coincideixin amb l'actitud d'Averrois o Maimònides quan buscaven un pont de connexió amb les cultures cristianes.

En què consisteix, però, aquesta actitud d'*obertura*? Té alguna cosa a veure amb el relat homèric del viatge d'Ulisses de retorn a Ítaca? Del fons del temps ens arriba un admirable apòleg: el de Pirros, rei de la Magna Grècia. No em vull referir en aquesta ocasió a la seva celebritat com a artífex de les anomenades «guerres pírriques», on el vencedor esdevé vençut, sinó a la llegenda segons la qual va fer marrada en la seva vida, llegenda a través de la qual Hans Blumenberg va interpretar la indecisa actitud de la humanitat davant la natura. M'agradaria imaginar que les possibilitats futures de totes les cultures que conviuen actualment en la Mediterrània donen voltes entorn d'una veritat oculta en nombroses formulacions imaginàries i que, de la mateixa manera que els mites grecs van trobar un element comú després del greu col·lapse que va seguir l'Edat del Bronze (gravada per sempre més a la nostra memòria gràcies al relat de la «guerra de Troia»), les reflexions modernes dels historiadors poden trobar una llum d'esperança enmig de la torbació

dels últims esdeveniments mundials, molts dels quals encara tenen el seu bressol a les ribes del Mediterrani (només cal pensar en Kosovo, Macedònia o Palestina). Em plau pensar que la funció del pensament històric connecta molt més, en el segle XXI, amb l'esperit de la reposada lleugeresa del pensament mític que amb el lleu pes del dogma.

Per què penso que una renovació del discurs històric podria contribuir a millorar les relacions culturals entre els països de la Mediterrània? Doncs perquè l'elaboració del passat evidencia clarament la inutilitat dels esforços bèl·lics. Perquè com més bé es coneix el passat, més lluny se situa l'ansietat d'imposar unes idees amb la força de les armes. Va ser al final de l'Antiguitat clàssica que va emergir aquesta situació fonamental de les cultures mediterrànies acabades de sorgir de l'agònic projecte de restauració imperial promogut per Justinià. El resultat fou el contrari del que buscava l'elegant (i superb) emperador romà, ja que, en comptes de restaurar l'ordre imperial, va accelerar el procés d'alliberament de nombroses comunitats agrícoles i va facilitar la ulterior integració de les tribus berbers a l'islam.

Els escriptors del segle VII van percebre i copsar aquesta nova situació de l'home, que va propiciar una nova mirada al valor de la tradició i la renovació, una mirada etimològica que va trobar en Isidor de Sevilla el seu exponent més conegut. Isidor va buscar una solució harmònica a un món en profunda transformació, per bé que va caure en l'oblit gran part del seu plantejament (sens dubte heretat de Martianus Capella) quan el cristianisme va haver d'acceptar la presència de l'islam al nord d'Àfrica, Sicília i la Península Ibèrica. D'aquest moment ençà, la Mediterrània va esdevenir escenari d'un llarg debat doctrinal que era ensems econòmic i social. Com que mai no hi havia hagut cap polèmica religiosa entre monoteismes diferents, les diverses comunitats van adoptar formes particulars davant el repte d'haver de dialogar amb una religió basada en

l'Alcorà. Però fou precisament en perdre la saviesa de la incertesa i davant el consentiment gairebé unànimе del món, entestat a oblidar el missatge dels mites clàssics, que les cultures mediterrànies van articular quatre models d'accés a la divinitat única i vertadera: el cristianisme llatí, cada vegada més interessat a reformar la seva litúrgia per tal de permetre la integració dels francs i longobards en el seu cos doctrinal; el cristianisme grec, orientat cap a la tradició hellenística i preocupat pel lloc que havien d'ocupar les icones; el judaisme de la diàspora occidental, els missatges del qual es revelen en la documentació de la Genizah des del Caire fins a Còrdova; i l'islam, la ràpida acceptació del qual no va ser obstacle per a la rica elaboració doctrinal des de Síria fins a Espanya. La Mediterrània, doncs, va esdevenir el territori d'una batalla semiòtica la finalitat de la qual era la possessió d'una veritat única que cap dels quatre models religiosos no estava disposat a cedir a l'oponent. Tots tenien el mateix dret a ser escoltats per les comunitats camperoles, però va ser la capacitat d'adaptació dels vells mites el que els va diferenciar.

Al començament de la seva autobiografia, 'Abd Allāh ibn Buluggīn ibn Bādīs, l'últim rei zīrī de Granada, se sent turmentat per la situació creada a la Mediterrània com a conseqüència de la irrupció dels almoràvits, una potència militar de primer ordre, organitzada al voltant dels ribat, que va tornar a considerar la Yihad una guerra santa, talment com en temps del Profeta. Consulta els astres, els poetes de la seva cort, els metges i tots els savis que té a l'abast i no troba cap explicació a la necessitat de crear un aparell estatal de caràcter tributari i segmentat sobre l'edifici cultural islàmic. Malgrat tot, després de la descripció dels anys del seu regnat, 'Abd Allāh continua sense saber quin és el motiu d'aquesta irrupció. Nosaltres, els seus lectors actuals, tampoc no estem segurs de la interpretació d'aquell esdeveniment. Uns quants anys abans havia passat un fet semblant a Sicília, quan els normands de Robert Guiscard van

ocupar l'illa i crearen un Estat sobre la funció guerrera. Aquests dos models culturals que van irrompre a la Mediterrània durant el segle XI van canviar l'equilibri que havia regit aquesta geografia des del final de l'Antiguitat. Un, el que venia del nord, pressuposava una mitologia germànica i escandinava on la força militar era considerada un bé; l'altre provenia de les dures terres del Sàhara meridional tot just romanitzades. El món inspirat en la utopia de Martianus Capella va deixar d'existir i va haver d'idear unes formes per integrar aquests processos que van coincidir en el temps (i encara no sé si en alguna cosa més) amb el desplaçament al nord de les comunitats hebraïques del sud de la Mediterrània i també a la vall del Roine, a Gènova i a Venècia.

La inquietud d'Abd Allâh, doncs, tot i ser clàssica, té un sentit diferent de la inquietud de Polibi o Agustí. La percepció del món vital mediterrani a finals del segle XI no té res a veure amb la del passat. Hi ha una escissió en el procés històric, que avui situem als voltants de 1060, és a dir, una trentena d'anys abans de les expedicions armades que coneixem amb el nom de Primera Croada i de l'ocupació de València per Rodrigo Díaz de Vivar (entre 1096 i 1099).

Un dels fracassos de la historiografia del segle XX és no haver entès del tot aquest fenomen ni tampoc l'autonomia de la incorporació de noves civilitzacions dins el món mediterrani, com els normands a Sicília o els almoràvits a Espanya. La política dels papes inspirada en aquests esdeveniments n'és, en essència, tributària, ja que la reforma gregoriana va teixir un principi de distinció per a uns temps de canvis profunds.

Darrerament s'ha imposat el costum de situar l'origen del capitalisme en el món mediterrani i fins i tot s'ha arribat a censurar durament el tòpic que vincula aquest sistema econòmic amb l'ètica calvinista i la cultura holandesa del segle XVI. No entraré en la polèmica, si bé voldria indicar que el capitalisme va assolir la seva clara definició a mitjan segle XI, i això va ser el

deus ex machina que va dividir les comunitats mediterrànies en sectors poc (o gens) proclius a aquesta forma econòmica i a d'altres inclinats a acceptar-la com a fonament de la seva raó vital.

De totes les experiències d'aquesta època, sembla que la genovesa era la més agosarada, la més èpica en les seves maneres i costums, com subratlla de manera precoç el cronista Caffaro (1099-1163). La convulsió provocada per aquest fenomen va ocasionar un canvi de conducta en les matrius culturals del passat: el Mare Nostrum va obrir pas a la Mediterrània, un món d'horitzons oberts, com li agradava dir a Roberto Sabatino López. Avui, a l'hora de reflexionar per tal de trobar una sortida als actuals enfrontaments, cal tenir present que, com ens revela la història d'aquell remot destret, no condueixen mai a res que sigui bo i perdurable. El canvi autèntic és el diàleg i la concòrdia. Aprenguem, doncs, a construir-lo. Aquest és el repte principal del nou mil·lenni.

EL GEST DE LA DONA DE LOT

MANUEL FORCANO

Escriptor i hebraïsta. Universitat de Barcelona. Barcelona

TOTS CONEIXEM el mite bíblic de Lot, aquest personatge trist i gris aombrat tothora als textos del Gènesi per la figura fundacional d'Abraham. En alguns moments, però, Lot pren un poc de relleu i és protagonista d'algunes escenes vives i amb llum pròpia. Tal és el cas de la destrucció de les ciutats de Sòdoma i Gomorra, de les quals Lot fuig obeint sempre el manament diví. I és en aquest episodi on, precisament, la seva dona, no fent cas de les advertències divines, decideix desobeir i girar el rostre enrere per veure de quin foc es tractava, de quin color era el sofre volcànic que engolia les dues ciutats que deixaven rere seu. El càstig a la indisciplina de la dona de Lot és el de convertir-se en estàtua de sal, romandre quieta i clavada en aquell indret eixarreït i inhòspit. Castigada, doncs, a perdurar.

He tingut la sort de viure aquest any passat sencer al Caire, a la gran Mare del Món, i ser testimoni directe de com l'urbs més dinàmica i poderosa del món àrab vivia i respirava arran dels tràgics fets de l'11 de setembre a Nova York. Per començar diré que, allà, l'atac no va sorprendre. Les imatges, sí. No tots estem avesats al cinema de catàstrofes, i veure en directe l'esfondrament d'un quilòmetre de torres enmig d'un núvol de foc no deixa ningú indiferent, és clar. Però el fet en si mateix, l'atac a les emblemàtiques Twin Towers, símbols de Nova York i per extensió del lideratge i el poder econòmic de la potència que ara governa el planeta, no va ser estrany i gairebé es va percebre com una conseqüència «lògica» que responia a la frustració d'una part del món colonitzat amb terribles greuges i encara descolonitzat pitjor. Contràriament a Lot, per ordre i imposi-

ció dels mitjans de comunicació —ara tan poderosos com els antics déus— tots ens vam veure obligats a ser espectadors en directe de la destrucció.

Pels greuges que el món àrab ha patit per part de les potències europees i per la tragèdia encara no resolta del tema palestí, l'opinió pública, majoritàriament, és de natural contrària als Estats Units, i arran dels atacs americans contra l'Afganistan de l'execrable règim dels talibans, els estudiants al Caire van protagonitzar algunes manifestacions antiamericanes. Totes, però, dins del campus de la universitat, només. A fora, la policia de Mubarak els hauria apallissat. Els manifestants no defensaven l'Afganistan ni donaven suport a l'estil de vida dels talibans, ben lluny d'això; només cridaven i buidaven el pap contra Amèrica. Quan acabaren de cridar contra els americans, els estudiants es van dispersar, se'n van anar a sopar als McDonald's o als Kentucky Fried Chicken que hi ha per tota la ciutat, i van apagar la set a glops de Coca-Cola... Tot plegat, res. Atrapats, com tots nosaltres, per aquesta globalització que camina descaradament i potser d'una manera equivocada en una sola direcció. Som, potser, com Lot seguint el camí que li manen, fent cas, vinciant el cap al jou d'una veu que ens ve de més amunt, de més lluny, que no és realment la nostra. En aquests temps de globalització sota el signe d'una cultura forana, nosaltres els mediterranis correm el perill de caure en l'obediència fàcil i de deixar-nos dur pel corrent tot permetent que es dilueixi el nostre imaginari intercultural comú, la nostra idiosincràsia, la formulació de la qual podria ser només el «saber viure», és a dir, saber gaudir del plaer de la conversa, de la rondalla contada asseguts en una terrassa de cara al mar sota l'ombra estriada d'una heura en flor sobre una pèrgola tot menjant i bevent.

Aquest és el nostre veritable carnet d'identitat mediterrani, perquè el compartim tots de molt temps ençà. I darrerament aquests senyals estan canviant: s'imposa un altre model, més fosc i pessimista, més fred i urgent, calculador i que vol distreu-

re'ns amb foteses que venen una falsa idea de progrés i benestar. Cal reivindicar, doncs, el gest de la dona de Lot, l'agosarament, la indisciplina. No hauríem de seguir a ulls clucs les ordres que ens arriben d'altres instàncies, de lluny, i que ens porten per un camí desconegut cap a una felicitat de plàstic. Hauríem de vogar pel canvi, sí, per la transformació, per la metamorfosi, però no per la substitució. Les nostres fonts arrelen en una cultura grega, llatina, àrab, en unes mitologies generoses en prodigis que han donat peu a mil i una nits d'històries. Però actualment a l'escola predomina la informàtica, i el grec i el llatí i tot el seu món en queden bandejats. Ens ensenyen a mirar al futur amb el ferm propòsit d'oblidar el passat. Sabrem fer anar un programa per calcular els beneficis d'operacions virtuals en borsa, però no sabrem els tons exactes del blau del Bòsfor d'Arrià de Nicomèdia, al segle 11 dC, que descriu al seu tractat *Sobre el Pont Euxí*. Hi haurà qui em dirà: «Ara ho pots trobar tot per Internet». I tant: ens volen amorrats a les pantalles, en lloc d'anar-hi de debò.

El gest de la dona de Lot no és arrapar-se al passat per encallar-s'hi, sinó per transformar-se, per ser una altra cosa, per viure la meravella de la metamorfosi. Nosaltres els mediterranis en tenim la gran patent: Ovidi les canta totes: cossos que esdevenen estels, arbres, roques, sang que es torna flors, homes que desemboquen en dofins, en rius, en fonts, en vents, amors que es transformen en paraules. Girem el cap, desobeïm, com la dona de Lot, i perseguim el mateix objectiu de la metamorfosi: el canvi, l'avenç. Europa ha crescut sobretot gràcies a gestos com aquest. El Renaixement, que havia de salvar-la de la fosca Edat Mitjana, és una mirada enrere cap al món clàssic, la Il·lustració del segle XVIII torna a significar girar el cap als ideals i la cultura dels antics. I els àrabs, amb la *Nahdza*, salven i revitalitzen llur llengua clàssica i recuperen llur identitat més prestigiosa.

En un món que es globalitza, en una Mediterrània sempre

en transformació que s'esforça (amb encert o no) per assimilar nous elements culturals, potser l'actitud i el gest que salva el seu caràcter més intrínsec és just el de la dona de Lot: girar la mirada enrere per mantenir sempre presents els referents culturals i tradicionals propis, i a partir d'ells transformar-se. Nodrir-se de la substància inesgotable del passat és, per tant, la millor senda per continuar avançant cap a la modernitat. El nou ja existeix en allò que és vell. El mite de la destrucció de l'antiga biblioteca d'Alexandria ens parla de sabers avançadíssims que van sucumbir a les flames o a l'oblit. Quants cops s'ha dit que la ciència i la tecnologia actuals, i fins potser també els homes i llurs literatures, ara serien diferents si els hagués pervingut sense dany tot aquell llegat de feixos i paraules acumulats a la capital que va fundar Alexandre! Els camins del canvi i l'evolució ja es trobaven marcats, doncs, en el passat: com la dona de Lot, fem aleshores per girar-nos, sí, girem-nos i contemplem-nos. I com ella romandrem. I que la seva estàtua de sal sigui un monument a la desobediència, a la metamorfosi i a la perdurabilitat. A la Mediterrània podríem aplicar-li, podríem aplicar-nos, un bellíssim vers d'Al-Mutanabbi, el gran poeta àrab del segle x: «en tu dura allò que és fugisser».

A tall de mostra, per no trencar cap baula en la tradició que ens precedeix, passo a llegir-vos un breu poema propi que canta les metamorfosis, que canta el desig de canvi que mai no ens hauria d'abandonar. És aquest, potser, l'esperit de la Mediterrània: mirar enrere —com la dona de Lot— per descobrir que fa segles que canviem, però que la transformació resultant ha d'oobeir justament el nostre savi ideari de vida. Canviem per a millor, per a pitjor també, però no perdem la noció d'on venim: no desestimem la calor agradable del sol que ens escalfa arran de mar. I cal desobeir si algú ens vol fer creure el contrari. Que ens agermani el gest de la dona de Lot.

LLEGINT OVIDI A LA PLATJA

Nedaves.
Tot i la sal,
el mar obria els ulls per a mirar-te.

Vas emergir regalimant,
i, si Dafne es féu llorer, Narcís una flor,
i Níobe un roc,
jo també volia
mudar i ser de la teva tovallola
el tacte i els colors.

Sapiguem sempre on recórrer. Per sort, al llarg de les nostres costes encara és molt evident la glòria del passat. Gràcies a ell hem crescut, a voltes endavant, a voltes cap enrere, però hem seguit avançant. Mimem la imatge del que un cop fórem, perquè en som el resultat. Salvem i que romangui sempre un testimoni que ens digui que fa segles que canviem.

LA CASA DE PÍNDAR

Podem en la memòria,
com el darrer cop d'una destrat al tronc d'un arbre,
convertir tots els records en un temps
que ja no reconeixem mai més
com a nostre.

Però cal salvar-ne sempre alguna cosa:
la llum d'un vespre, el gest d'una carícia,
la calor brillant després d'un bes
als llavis.

Com Alexandre amb Tebes:
va enderrocar pedra a pedra la ciutat hostil,
però hi deixà en peu
la casa de Píndar.

IMAGINAIRE ET CRÉATION EN ALGÉRIE : L'EXEMPLE KABYLE

TASSADIT YACINE

Ethnologue. École des Hautes Études en Sciences Sociales. Paris

ON PEUT FAIRE en règle générale que, pour que l'amour soit une réalité fondamentale de toute société, il le soit davantage là où les hommes le pourchassent, le traquent... Plus les hommes déploient d'efforts pour le bannir, plus il s'incruste, sinon toujours dans le monde réel, du moins dans l'imagination. Cet interdit a donné vie (pour ne pas dire mort) à Roméo et Juliette. Il a rendu célèbre Majnun Leila, Sanson et Dali-la, Titus et Bérénice, et tant d'autres. Il en est de même des Kabyles qui d'un côté relatent aujourd'hui même des faits vécus dans le passé et de l'autre ouvrent grand leur imaginaire pour créer des contes et légendes qui redisent l'amour dans une chatoyante profusion.

Aujourd'hui encore des hommes et des femmes éprouvent une jouissance extrême à réciter des vers, des contes, afin de ne pas laisser mourir le souffle de la vie. Ces histoires se sont déroulées, affirment bon nombre d'entre eux et d'entre elles. Il est vrai que les poèmes sont plus liés à la réalité en ce qu'ils engagent les membres du groupe. Un poème peut être suscité à partir de faits réellement survenus. Le poète lui-même est le produit d'une culture, d'une histoire, et ne peut pas faire abstraction de son auditoire auquel il est intimement lié. En revanche le conteur, bien que lié aussi à son auditoire, n'attend pas de répondre. Il est en quelque sorte un canal de transmission, une voix qui relie à un stock à la fois symbolique et collectif. Tous se reconnaissent dans le conte car l'imaginaire est en chacun des conteurs et des auditeurs. Le pacte qui lie l'auditoire

du conte avec le conteur est différent de celui qui lie le poète à ses « adeptes ». Les liens sont plus lâches et moins compromettants dans le second cas. Réciter des vers d'amour à une femme signifie conclure, donc décider, donner une portée plus grande à ce qui peut-être, ailleurs qu'une simple métaphore, une abstraction, a ici valeur d'engagement, de compromission. En revanche les contes, c'est un plaisir collectif et dès le départ tous savent qu'ils n'ont aucune conséquence — apparente — sur le groupe... Ils se sont déroulés dans un monde, qu'importe s'il est imaginaire. Il leur appartient comme il a appartenu aux générations précédentes qui les ont savourés, qui les ont aimés, conservés au plus profond d'eux-mêmes. Parce que l'amour est banni, parce qu'il est absent, parce qu'il, en fuite de jour, se représente majestueusement la nuit... à la lueur timide et tiède des dernières braises qui se consomment dans le foyer... L'amour habillé de mousseline noire déshabille les âmes pour envelopper aussitôt les corps rongés par la fatigue des jours rationnés et rationnels pour se réfugier dans les voluptés irrationnelles et mystérieuses de la nuit : unique droit, unique plaisir, unique moment où les choses revêtent leurs véritables noms et l'amour rentre dans sa demeure par la porte grande ouverte.

C'est dans la volonté de la négation de certains faits qu'il faut sans doute lire leur force, leur valeur réelle. Si la société kabyle — comme beaucoup d'autres — déploie des efforts multiples pour bannir l'anarchie que peuvent susciter les comportements amoureux par essence dirigés contre l'ordre social, c'est parce que dans la réalité la grandiloquence des actes de vengeance, les scènes que jouent les mâles pour se défendre révèlent le caractère essentiel de la relation amoureuse. Ils savent au fond d'eux-mêmes que c'est là que réside la « vie » que l'on retrouve dans certaines expressions : d'un homme impuissant on dit qu'il est sans vie. Et, paradoxalement, ce sont les femmes qui sont tenues pour responsables de la perte de virilité des

hommes. Le système exige des hommes la virilité et des femmes la tendresse, l'amour, mais tout en préservant l'ordre. Il s'agit donc de maintenir un équilibre du reste, branlant entre la rigueur de convention des mâles et le désordre amoureux — qui prend ici valeur de contestation — et une voie médiane créée par les tenants de la légitimité, c'est la transgression « réglée » qui a ses canaux de transmission et de libération et sert d'exutoire à une société en permanence sous tension.

La société kabyle s'est donc ingéniée à décharger dans le phantasme le surplus de ses privations.

C'est dans le conte que l'amour se déploie grandement, majestueusement, pour ne pas dire royalement. Il épouse bon nombre de situations, des plus simples aux plus complexes. Il est vécu avec faste dans les plus grands palais, il fait franchir au protagoniste des barrières infranchissables comme : ramener de l'eau des monts qui s'entrechoquent, ou du lait dans une outre de lionceau attachée avec les moustaches du lion, ou encore la pomme de jeunesse, la perle enchassée, etc. L'amour est partout présent, il est générateur en premier lieu de paix, de bonheur éternel. Après la conquête de l'aimée le protagoniste savoure avec délice le plaisir de la vie à deux. On retrouve aussi les aspects impossibles : l'amour interdit sous sa forme incestueuse (le frère désirant épouser sa sœur Zelgoum, le beau-père ses belles-filles), ou tout simplement les interdits sociaux auxquels sont confrontés les deux protagonistes (la rose et le laurier)...

Les femmes dans le conte ne sont pas qu'objet de désir, elles sont images de celui-ci, reflet de l'amour que le héros porte en lui. Amour-miroir choisi par l'homme pour s'y mirer, s'y qualifier. Miroir idéal, complet, total, macrocosmique, où le héros se retrouve entièrement et en accord avec lui-même, ou miroir déformant, monstrueux, qui renvoie une image négative, dévorante, quand le héros n'a pas atteint son but : amour dangereux où il faut sacrifier sa vie à l'autre (ogresse, ogre : très sou-

vent suçant le sang de celui ou celle qu'il doit dévorer, prétextant mille choses pour l'engloutir).

On peut donc à travers les contes lire deux principes : l'un masculin, l'autre féminin, celui-là impliquant l'objectivité, l'exploit, la force, le réalisme, l'usage du verbe..., celui-ci signifiant la constance dans l'inconstance, la force dans la faiblesse, le courage dans la peur, l'ignorance dans le savoir..., la magie dans la religion. De ce dernier point de vue on peut relever la dualité sorcière-dévorante / fée-bienfaitrice attribuée au sexe féminin. La femme est en effet muse, inspiratrice, déesse, fantôme pur focalisé en particulier dans le personnage de la sœur (Aubépin - Heb-er-Remman), de la mère (tlata tudayin), de la fiancée (Blanche Colombe), de la lionne. Elle est aussi Tseriel, ogresse sauvage et dévorante, Settoute, la femme intrigante et mauvaise. Pour elle l'aimé n'est pas seulement désir, il est aussi reflet du monde, de l'univers... Il est tout à la fois protecteur, puissant, fort, riche, beau, amant, père... L'exigence féminine est aussi forte sinon plus que celle des hommes, puisqu'elle attend de l'autre ce qu'elle ne peut pas se procurer elle-même. Les femmes ont intériorisé d'un côté un sentiment d'infériorité (en ce qui les concerne) et de l'autre une foi inextinguible en la supériorité de l'autre. Outre l'amour recherché elles se font toutes une représentation de l'homme : l'homme roi, l'homme Dieu, l'homme riche, l'homme puissant (viril à vie), l'homme libre qu'aucune borne, aucune frontière géographique ni culturelle n'enserme dans un étai... C'est pourquoi c'est le héros, tel que les contes le représentent, qui va à la conquête de sa belle complément-nécessaire (sa conquête est de toutes les épreuves qu'il subit l'une des plus périlleuses et des plus exaltantes).

Il est prêt à sacrifier sa personne pour gagner la félicité, comme l'initié est prêt à se vaincre pour accéder à la connaissance des mystères. De ce point de vue le type le plus significatif c'est Psyché, emprunté par Apulée à sa culture berbère d'origine

comme le prouvent les versions orales nombreuses dans la littérature d'aujourd'hui. Psyché c'est l'alchimie de l'amour, parce qu'elle suppose l'amour, la renaissance de l'amour, puis l'achèvement dans le mariage mystique. Éros entraîne Psyché, c'est-à-dire l'âme même, dans la voie de l'initiation ; elle est prête à quitter le monde sensible, à désintégrer son moi pour avoir accès à un nouvel état de conscience. Car la mort de Psyché ou la mort de l'âme préfigure les rites initiatiques communs à beaucoup de religions.

Il faut donc aller au cœur de la mythologie pour y découvrir des visages des femmes, donc de l'amour. On peut constater une évolution qui se fait au détriment de la femme. Si la première femme est donneuse de vie car c'est elle qui enfante le monde, l'univers... (voir le mythe), elle ne va tarder à déchoir et laisser sa place à un homme, un sage. Voici les raisons de la déchéance de la première femme :

— Le monde est enchanté : il doit donc continuer à fonctionner ainsi. — Ensuite : la mère du monde doit rester belle, jeune et en quelque sorte ignorante. Car une femme savante dérange : elle peut retourner son excès de savoir sur les gens si elle veut. Pour préserver l'ordre la première femme doit donc ne pas en savoir trop. On peut constater trois figures féminines toutes négatives :

1. La femme négative représentée par Settoutte : vieille femme incarnant le mal. Elle était la première femme du monde (la mère du monde, de la vie : yemma-s n ddunit : celle qui a été l'origine du monde, donc de la vie). Elle avait un pouvoir sur tout. À l'origine tout était animé de mouvement et de vie. Puis Settoutte commit une maladresse qui provoqua la désunion du cosmos ; beaucoup de choses dès lors ont cessé de se mouvoir : les pierres, le bois... À la suite de quoi Settoutte fut rejetée par tous. Elle devint en quelque sorte le bouc émissaire..., c'est par sa faute que le monde, la vie, devinrent difficiles à vivre. Le

mythe rejoint ainsi celui d'Adam et d'Ève, tous deux chassés du paradis par la seule faute d'elle.

Aussi dit-on de toutes les femmes qui ne se laissent pas bernier, qui se protègent en protégeant les leurs, en défendant leurs intérêts, que ce sont des Settoutes. On peut donc dire que, bien qu'initialement elle fut la première détentrice de tous les mystères de la vie... (elle avait la double fonction d'initiée et d'initiatrice), elle finit par déchoir dans un rôle négatif.

2. La femme sauvage, Tseriel, renvoie sans doute à un passé très lointain où les hommes étaient encore sauvages, voire anthropophages. Le pendant masculin de Tseriel c'est Waâzen (ogre). Mais la figure de Tseriel est plus répandue, et aussi plus redoutable que celle de Waâzen. Cependant le personnage est ambivalent, il est capable d'une transformation radicale, car Tseriel peut devenir très belle, séductrice, habile. Elle donne la mort (en dévorant l'autre), mais aussi elle donne la vie. En réalité, comme nous le verrons plus loin, elle est une image pré-construite, à la fois consciente et inconsciente, de la féminité. Depuis quand le personnage de Tseriel hante-t-il les imaginaires ? Elle a d'abord la fonction inconsciente que nous lui connaissons : celle de mère quelquefois dévorante... Aller vers Tseriel, c'est affronter le monde de l'inconnu, des ténèbres, des aventures, qui peut-être est celui de l'inconscient lui-même... Mais Tseriel est aussi la représentation du sexe (et, au sens large, du monde féminin) qui demeure mystère, ombre, grotte, caverne engloutissante. Ce qui, selon M. Eliade, serait de toute évidence une construction idéologique masculine — datée historiquement — visant à la domination des femmes, en offrant d'elles l'image la plus négative possible : elles sont laides, bêtes, méchantes. La vie des femmes, comme nous l'avons mentionné précédemment, est un monde clos, fermé, silencieux... Les femmes doivent occulter leur intimité, leur corps, leur voix, leurs gestes..., tout ce qui fait leur identité, et n'agir que confor-

mément à la norme... selon la vision imposée par les hommes. Le monde féminin est à la fois silence et confusion, et en même temps source de gêne, car on n'arrive pas à le maîtriser... Le non-connu de la femme fait peur, fait fuir, en même temps qu'il attire et fascine... Le héros du conte n'a choix qu'entre deux termes d'une alternative : triompher d'elle ou y laisser la vie.

3. Les femmes divines. Aussi paradoxal que cela puisse paraître, cette troisième catégorie de femmes est engendrée, en quelque sorte, par les deux premières. Loundja (est fille de Tseriel), Hamama El Beyda Chem set Eddy... Settoutte détient l'art de révéler l'existence de l'autre... Elle met sur la voie le futur initié. Sans elle le candidat ne serait rien. Tseriel, elle, représente la mère... qui, en général, refuse de donner sa fille au candidat... Celui-ci avec la complicité de la jeune fille la rapte. On assiste donc à une lutte d'un groupe de femmes à l'origine uni et solidaire : la mère et la fille se partageant deux univers à la fois antagoniques et complémentaires. Tseriel est renvoyée dans le monde sauvage : elle vit du produit de sa chasse, et Loundja (belle, bien élevée) dans un espace domestiqué, celui de la culture, avec ses us, sa bienséance. L'homme (candidat), en s'interposant entre la mère et la fille, sème entre elles déchirement, désunion. Malgré le refus de Tseriel il enlève Loundja pour la conduire dans sa famille, l'insérer dans sa généalogie dans laquelle elle va se fondre au prix d'un total renoncement. Très tôt, aussi bien dans la réalité que dans l'imaginaire, les femmes se fondent totalement dans la patrilinéarité. Ce sont ces femmes exemplaires, belles, séduisantes, obéissantes qui habiteront l'imaginaire des héros qui fuiront Tseriel, et captureront Loundja.

Le procès de l'amour est donc une courbe ascendante : le candidat a une enfance ordinaire. Qu'il soit situé en bas de l'échelle sociale ou au niveau le plus haut, sa vie est caractérisée

par un quotidien monotone et sans histoire. Les hommes du commun ne trouvent aucun manque à cette vie calme et sans aspérités. Seule une femme, désignée à ce rôle par le groupe et aussi par sa propre vocation, va pousser le héros au dépassement, i.e. à la découverte de lui-même. Ceci au prix d'une triple rupture :

- Sociale (il quitte son rang — il est souvent prince et il décroît volontairement).
- Familiale (en général enfant unique).
- Individuelle (il arrache le masque qu'il portait jusque là), c'est-à-dire la masse des interdits et des conventions qui jusque là faisaient écran et l'empêchaient d'être lui.

Il arrive aussi que le rôle de Settoutte soit rempli par le père ou par un ami du héros ; le fait est plus rare et de toute façon moins significatif, comme s'il ne s'agissait là que d'un rôle de substitution.

En règle générale on peut dire que le héros refuse sa condition première et se lance dans une aventure extraordinaire pour prouver apparemment à ceux qui l'ont provoqué (Settoutte, le père), mais en réalité à lui-même, qu'il est en mesure de relever le défi.

Ainsi la première lecture que l'on pourrait faire du personnage de Settoutte (comme de la jalousie du père) c'est son caractère négatif et a priori destructeur. À l'analyse cette fonction s'avère nécessaire, car d'un côté elle permet à l'action d'exister, de se dénouer, et de l'autre elle sert à établir la distinction entre le héros et les hommes ordinaires. Un homme ordinaire n'est reconnu comme héros que quand, grâce à des expériences hors du commun, il a accompli son périple initiatique ? S'il réussit à vaincre les différents obstacles qui s'interposent ou qu'on interpose devant lui il est récupéré par le groupe, qui en fait alors un protecteur et un chef.

L'important ici est que le personnage qui impulse tout le procès soit très souvent une femme. Une femme qui joue deux rôles antagoniques : l'un apparemment destructeur et par là-même introduisant le mouvement dans la quiétude (en réalité mortifère) de l'ordre social, et l'autre, au contraire, principe de vie, de culture, de beauté, c'est-à-dire de tous les fantasmes d'une vie parfaite et pleine : l'un et l'autre rôle incarnés en définitive par deux personnes différentes : pour la première Tseriel et pour la seconde sa fille Loundja.

Le couple Tseriel/Loundja est très présent dans la première partie du conte qui, en général, correspond à la première tranche de vie, celle où mère et fille vivent ensemble, sans homme. Loundja porte le nom de sa mère (Loundja Tseriel : Loundja fille de Tseriel). Il n'y a pas de traces de paternité. La mère subvient à tous les besoins de sa fille, la fille à son tour maternelle sa mère. Donc dans un premier temps il y a complémentarité entre elles deux. Dans le second la mère génitrice s'efface complètement au profit d'un couple vivant dans une grande famille patriarcale (celle de l'époux). Cette image renvoie aussi à la réalité des femmes qui, après avoir été élevées par leurs parents, sont « enlevées » par l'époux et son groupe.

Mais ce dédoublement même du rôle de la femme en deux personnages distincts, fussent-ils l'un issu de l'autre (c'est, comme il est logique, la culture qui sort de la sauvagerie), est peut-être un phénomène (relativement) récent. Il est possible, il est probable qu'à l'origine les deux visages antithétiques aient été unis au sein du même personnage, car Tseriel, cantonnée par la suite dans la pure négativité, a dû au début concentrer en elle le double rôle de la féminité. Dans certains contes elle est présentée avec les attributs positifs qui seront plus tard ceux de sa fille Loundja. Elle aussi est belle, séductrice, intelligente, puissante, forte. Elle peut même être à l'origine de la fondation d'un groupe, c'est-à-dire accomplir l'acte même qui crée la civilisation et donc la gommer, cette désarçonnante dualité.

En Tseriel, Tanza, Tamza (autant de noms pour désigner l'être étrange), elle n'a gardé que le caractère négatif, les attributs terrifiants : la sauvagerie, l'antropophagie. Jadis Tseriel donnait la vie, comme elle pouvait donner la mort. L'idéologie masculine ne pouvant accepter en l'autre sexe le pouvoir miraculeux d'être seul à donner la vie, l'en ampute par une décision arbitraire : Tseriel n'a plus que la capacité de donner la mort, elle est coincée sans remède dans tout ce que sa familiarité avec la nature la plus nue a de plus délétère, de plus irrationnel. Elle est dyonisiaque à jamais.

Si on la cantonne dans la négativité pure c'est parce qu'on en a besoin pour marquer l'inconscient des femmes (et, il est vrai, aussi celui des hommes, mais on ne s'en avise pas). Très tôt les hommes ont fabriqué tout un arsenal de connotations péjoratives pour imprimer à la féminité des « tares » congénitales. L'ogresse répond à tous ces critères. Mais on peut rétablir le processus de la « fabrication » de cet archétype. Tseriel, cet être fort et capable, beau, doué de surcroît du pouvoir de donner la vie, devait être frappé des stigmates les plus maléfiques de sa condition par les nouveaux tenants du pouvoir, en l'occurrence les hommes.

Mutatis mutandis, les hommes ont accompli là une opération semblable à celle qu'ils ont réalisée dans le domaine, lui aussi essentiel, du sacré et de la religion. En particulier, l'avènement des trois religions monothéistes est un phénomène historique situé. Tous trois ont relégué dans le domaine stigmatisé de la magie, de la sorcellerie et des superstitions les anciennes croyances. L'ogresse, symbole de féminité puissante, n'avait-elle pas aussi subi ce sort des religions qui la déifiaient, lui reconnaissaient valeur et pouvoir... Parler son langage, décrypter son inconscient, respecter ses pactes de colactation, tels sont les actes qui fondent le monde de Tseriel. À qui se met dans le chemin de son droit l'ogresse ne nuit pas. Une preuve, à notre avis décisive, de cette hypothèse nous est fournie par le visage

différent que le même personnage offre en d'autres points de la Méditerranée, dans des mythes qui ont été manifestement à l'origine. Dans de nombreux contes communs au pourtour du bassin méditerranéen le même personnage est d'un côté déesse et de l'autre ogresse. Là où les contes ont été transcrits avant le nivellement monothéiste, les femmes sont restées divines, elles sont devenues ogresses là où les contes sont restés strictement oraux, c'est-à-dire précisément le domaine des trois religions monothéistes — le domaine qui, malgré leurs divergences et leurs oppositions, a en commun la misogynie —. L'exemple du conte de Psyché dans Apulée (africain, ne l'oublions pas) est de ce côté déterminant.

Psyché : résumé (Apulée)

Un roi avait trois filles qui étaient toutes aussi jolies les unes que les autres. Les deux aînées étaient mariées, la dernière ne l'était pas bien qu'elle soit très belle et que tout le monde venait contempler sa beauté.

Pendant ce temps-là la déesse entendit la nouvelle qui gagna l'ensemble du pays : il y avait une femme qui était aussi belle, sinon plus, que Vénus elle-même. Aussitôt Vénus chargea son fils Cupidon ou Éros de la venger :

« Use de ton pouvoir, lui dit-elle, fais en sorte que cette petite effrontée s'éprenne follement de la plus vile, de la plus misérable créature qui soit au monde ».

Mais Psyché resta fidèle à elle-même et ne s'éprit de personne. Ses parents songèrent à consulter l'oracle, qui leur prédit ceci :

« Sur un roc, roi, expose ta fille pour des noces de mort somptueusement parée. Et n'attends pas un gendre issu d'un sang mortel mais un monstre féroce qui vole par les airs ».

Malgré eux les parents préparèrent les noces dans la tristesse et conduisirent Psyché sur un roc escarpé. Au lieu du monstre Psyché se vit bercer par le doux Zéphyr, qui la transporta dans un palais merveilleux. Le soir un conjoint inconnu la rejoint. C'était

ainsi tous les soirs. Psyché était heureuse, mais elle ne voyait pas son mari. Mais dans son bonheur le plus grand, le plus indicible, Psyché pensait à sa famille, qu'elle voulait revoir. Son époux l'autorisa et elle se rendit dans sa famille et conta avec plaisir le faste inénarrable dans lequel elle vivait. Ses sœurs mariées, qui au départ la croyaient morte et la plaignaient, devinrent jalouses de tant de luxe, de tant d'égards auxquels elles n'avaient pas droit. Elles lui posèrent des questions au sujet du mari : est-il beau ? est-il jeune ? Psyché, ayant promis à son époux de garder le secret, tenta maintes fois d'éviter de répondre avec exactitude aux questions posées, mais elle finit par succomber et avoua le plus innocemment du monde qu'elle ne connaissait pas le visage de son époux. Les sœurs, ayant leur but, l'incitèrent à ne pas tenir sa promesse et à le regarder : « Et si c'était un monstre ! », lui dirent-elles.

Grâce aux conseils des sœurs Psyché alluma un cierge et fut émerveillée par tant de beauté et de grâce... Elle avait épousé le Dieu de l'amour lui-même, qu'elle brûla d'émotion. Eveillé Cupidon prit la voie des airs et laissa Psyché dans un désespoir total et victime du courroux de Vénus, qui la confia d'abord à ses deux servantes : Tristesse et Inquiétude, ensuite lui imposa des épreuves impossibles à réaliser et à la dernière Psyché succomba. Elle devait ramener du monde des enfers une boîte fermée de chez Proserpine qu'elle ne devait pas ouvrir. Psyché, en ouvrant la boîte, tomba dans un profond sommeil et grâce à Cupidon elle revint à la vie et vécurent heureux.

Nous avons recueilli maintes versions de ce même conte en Kabylie. Il y a lieu de s'interroger sur l'origine du conte. Apulée, berbère, rapporte qu'il l'a lui-même écouté et qu'il le retranscrit en omettant d'indiquer l'endroit. On peut a priori ne pas être étonné de la vraisemblance des deux textes. Il y a bien d'autres contes européens et autres que nous retrouvons aussi chez les Berbères que chez d'autres peuples d'Afrique ou d'Asie. Mais ici il s'agit d'un Africain qui écrit dans une langue qui n'est pas la sienne. A-t-il inventé ce conte ? Non, puisqu'il affir-

me lui-même l'avoir entendu. A-t-il entendu cette femme conter en Méditerranée occidentale, c'est-à-dire qu'Apulée a rendu aux occidentaux une histoire populaire chez eux par écrit..., ce qui paraît illogique ? Car c'est souvent l'inverse qui se produit : on introduit des éléments de culture dans une civilisation qui ne les a pas ou ne les connaît pas. Le plus simple est peut-être d'avancer l'hypothèse suivante : qu'Apulée comme bien d'autres Africains aient rendu dans la langue officielle, légitime, prestigieuse de l'époque des histoires qui leur paraissaient dignes d'intérêt pour le public occidental ; sinon, comment justifier l'existence de versions prolifiques de ce même conte, une dizaine environ, sur un rayon de 50 km environ, outre les versions recueillies par Dermenghem ? Toutes les versions ont une matrice commune : la dernière des sœurs, que le père donne en mariage à un être invisible qui l'épouse en exigeant d'elle de ne pas voir son visage. La jalousie des sœurs est hautement significative, puisque dans certains cas le conte lui-même porte pour titre « Par la parole de tes parentes est ton dam ! ».

La curiosité de Psyché, qui dans tous les cas s'exprime par la trahison de l'époux et ultime identification : dans toutes les versions le héros s'appelle presque toujours asfur lehwa, c'est-à-dire l'oiseau de la passion personnifié par le Cupidon d'Apulée.

La même femme s'appelle d'un côté Vénus et de l'autre Tseriel, et pourtant leur fonction est identique. On peut affirmer qu'il y a eu une mutation religieuse (ontologique) stricto sensu, c'est-à-dire idéologique : les anciens dieux et déesses sont retombés aux enfers du fait de la nouvelle idéologie qui justifie le pouvoir nouveau.

Mère ogresse, fille divine, voici le schéma devenu classique dans de nombreux contes kabyles : il s'agit toujours pour le héros d'arracher la divinité des mains de la sauvagerie génitrice. Pour réaliser l'opération il faut l'intervention de l'effort et de la volonté. La femme divine est « chassée » : on la représente par

une perdrix... La métaphore fréquente dans les poèmes se retrouve aussi souvent dans les contes : c'est en chassant la perdrix que la révélation de Loundja est faite au prince. Après avoir capturé l'animal (la perdrix), première tentative réussie, il fallait passer à la deuxième : capturer la femme (homologue de la perdrix). De la même façon qu'on avait soustrait au monde libre des animaux le gibier à la fois capturé et captivant, la femme est aussi « chassée », « capturée », et donc soustraite à son ancien monde pour s'agréger à l'autre : celui de l'époux. Par contre l'époux non seulement revient fort d'une expérience extraordinaire mais de plus doté il ramène son autre « moitié », qui le qualifie, le détermine, le distingue définitivement.

Un autre aspect, essentiel à notre avis, qui distingue tout en privilégiant les hommes, c'est le périple initiatique auquel les hommes sont destinés, alors que les femmes en sont exclues.

Il convient cependant de nuancer ce que cette affirmation peut présenter de catégorique. Si l'initiation est une caractéristique masculine, il arrive que les femmes s'y adonnent (aêqqa yessawalen, Tarrec gherbal...). Il est vrai que dans la réalité il y a une ségrégation : dans les sociétés où les rituels initiatiques se pratiquent encore les femmes en sont exclues... Cependant une analyse plus poussée peut mettre sur une autre voie : les femmes ne peuvent pas être initiées mais elles sont initiatrices, puisque ce sont elles qui mettent le candidat sur la voie de l'initiation. Ce sont souvent les sœurs, les ogresses, Settoutte, qui révèlent au héros le chemin à suivre et lui indiquent les aspects positifs comme les périls qu'il encourt.

Les femmes ne sont pas écartées absolument, elles jouent seulement un rôle différent, elles participent et contribuent à la mise en place des règles du jeu social : de nature plus « initiées » car détenant le mystère de la vie (elles la portent), elles sont les gardiennes invétérées non seulement de la vie des hommes mais aussi de celle des animaux et des plantes. Elles n'utilisent pas la force, mais la sensibilité première qui les lie non seule-

ment aux êtres qui les entourent mais surtout à la nature dans sa totalité. Elles entrent en relation avec la lune (Ay aggur ihi-na) qui devient la compagne de la fille que poursuit l'ogresse, de la roche (âllay ay azru) qui s'élève pour que la fille séparée des siens puisse voir le pays de ses parents, des animaux (les chameaux qui écoutent la fille du Grain magique dépérissent en écoutant son histoire, la corneille recolle le bras de Zelgoum...). Les végétaux aussi interviennent pour écouter, consoler, occulter...

Les ronces foisonnent pour protéger l'héroïne, la rivière coule doucement pour laisser passer Loundja et son compagnon et devient furieuse quand l'ogresse se présente. Autant d'éléments naturels que la femme sait en général se concilier. Pour se concilier le courant de la rivière la femme dit : « Rivière de beurre et de miel ! », deux produits naturels recherchés pour leur qualité et aussi pour leur vertu en Kabylie. Une expression qui associe le principe masculin (udi) au féminin (tamment). Ce sont aussi des rivières de beurre et de miel qui peuplent l'imaginaire de ceux qui attendent le paradis... L'expression consacrée pour interrompre son interlocuteur, c'est qu'on lui coupe la parole « avec beurre et miel ». En poésie de nombreuses métaphores rappellent cette association femme-nature : « Peuplier du plateau, / laisse tomber tes feuilles, dit la poétesse, / comme moi je fais tomber mes larmes ». Ou bien : « Montagne, deviens plaine / pour que mon regard passe jusqu'à l'aimé... »

Cette proximité presque charnelle avec la nature a attisé tant de jalousie chez le sexe opposé qu'il a inventé les fantasmes (et le mythe) des sorcières, des magiciennes..., pour l'opposer à celui des hommes, qui, eux, sont voués aux rôles bénéfiques de la prophétie. Nous avons insisté sur la place et les visions de l'amour à notre avis les plus porteurs de sens. Il reste évidemment que le genre quasi-spécifique de l'amour c'est la poésie. En schématisant on peut dire qu'en kabyle il y en a deux types d'expression : le classique (avant le XIX^e siècle) et le moderne.

L'amour chante

En effet, deux contes ici représentés viennent s'adjoindre dans la littérature ancienne les nombreux poèmes d'amour non seulement parce qu'ils réfèrent au même fonds mythique mais aussi parce qu'ils véhiculent une vision complexe, elle-même liée à la complexité de la vie. Chant d'amour profond, plainte ou haine, fantasme, rêve, vérité crue et cruelle réellement vécue par les protagonistes..., tels sont les thèmes qui reviennent dans les vers, parce qu'ils tissent la vie des individus. La mythologie y côtoie la vérité des faits survenus dans la vie de ceux qui ont composé ou transmis cette poésie. La poésie d'amour a connu son apogée avant le ^{xix}^e siècle, à l'époque où, la Kabylie vivant dans l'autonomie culturelle, les genres prestigieux connaissent un développement considérable et entraînaient dans la foule les genres populaires, eux plus liés à l'existence quotidienne, modulant les saisons et les étapes de la vie. Cette poésie d'amour, avant de devenir le seul fait des femmes et des jeunes, était à l'origine chantée aussi par les hommes. Hommes et femmes croisaient les mots en feignant de croiser les fers. Certaines saisons, les fêtes (à l'occasion des naissances, des circoncisions, des mariages) étaient des moments privilégiés de rencontre entre les sexes, retrouvailles qui rappelaient aux unes l'importance de la virilité et aux autres celle de la fécondité : dans certaines joutes hommes et femmes feignent de se battre en duel ; c'est en réalité pour construire la vie avec la bénédiction de l'ancêtre générateur.

Contrairement à cette expression traditionnelle où le mythe et l'élaboration esthétique tiennent une place importante, la poésie moderne prend pour base une réalité non décantée. Au lieu de fabuler ou de magnifier, elle constate. On a bien sûr encore de nombreuses pièces du genre radiophonique et conventionnel devenu presque mondial, ce tout venant ne dépasse pas les limites d'une consommation quotidienne, éphémère.

Les poètes inspirés, ceux dont la notoriété a duré et s'étend à tout le monde kabyle, voire au-delà, disent autre chose. L'initiateur génial en a été au XIX^e siècle Si Mohand, poète de la défaite, du monde éclaté et de la désespérance. D'autres après lui (par exemple, à l'époque actuelle, le plus populaire de tous, Aït Menguellet) vont encore plus loin s'il se peut. Ils substituent à l'enchantement la réalité morose et décapée, à la présence l'exil, à l'amour partagé son absence ou sa condamnation. Dans une société qui à raison où à tort a le sentiment qu'elle a perdu ses racines, sa place et son identité, la jeune production poétique déplore ce manque par le cri, la révolte, le rejet, parce qu'il y a eu perte..., perte d'amour au sens étroit (synonyme de vie)..., perte de toutes les autres formes d'amour..., désintégration de soi pour n'être personne d'autre, nulle part, perte des autres aussi qui vous connaissaient et vous reconnaissaient... On a l'impression de n'être plus protégé que par une enveloppe vide, une couverture fragile... On devient ombre de soi-même, ombre pour soi et pour les autres... Jadis l'amour présent procurait équilibre, paix, concorde... ; l'amour absent d'aujourd'hui, refusé, confisqué, frustre et engendre discordance et révolte...

Conclusion

Ainsi peut-on poser en conclusion que les genres littéraires traditionnels de la Kabylie — tous oraux — s'enracinent dans la réalité profonde à la fois historique et humaine : lors même qu'ils la contestent ou la doublent de rêves ils la disent au plus vrai. En particulier l'analyse fait ressortir les liens complexes et quelquefois bivalents qui les lient à l'idéologie. Très tôt les hommes ont fait les lois qui leur ont permis d'être les dominants, ils ont éradiqué de toutes les productions artistiques les images qui pouvaient servir de modèles d'identification aux femmes. Cependant dans le conte l'image féminine est la mieux

préservée, à tout le moins la moins détruite. Même s'il s'est opéré des mutations importantes on peut encore par recouplements des sources reconstituer les deux faces de la médaille. Par les contradictions qu'il renferme, le monde imaginaire, même s'il n'est pour certains que superposition de fantasmes, en réalité révèle les manques et les frustrations de l'homme, puisque c'est lui-même qui, pour dominer, a fait en sorte qu'ils existent. Le conte dans ce cas apparaît comme réparateur des « injustices » sociales, sexuelles, imposées par la culture, qui très tôt s'est opposée aux instincts naturels de l'homme, grâce auxquels il participe à l'équilibre de la nature, du cosmos. La perte d'amour (au sens étroit) qui est à l'origine de nombreux déséquilibres tant individuels que collectifs a déterminé l'investissement sous la double forme de contestation de la part des dominés et de la répression du côté des dominants. Car il n'est pas osé d'affirmer que les revendications politiques ont aussi pour origine un mal d'amour, une marginalité... que les poètes ressentent sans doute plus que les autres, parce qu'ils sont bannis de la communauté des aimés, des acceptés, des... ayant-droits.

Extraire ces pièces, fût-ce de façon arbitraire, de leur caveau c'est, selon nous, redonner vie aux hommes et aux femmes servis qui les ont créées, puis portées, préservées de la perte et de l'oubli jusqu'à ce jour !... C'est aussi donner un sens à la vie, la reconnaître telle qu'elle est dans sa vérité, sa complexité, son authenticité.

ENTRE LA NATURALEZA Y LA CULTURA. MITOS Y RITOS DEL MEDITERRÁNEO

MARIA-ÀNGELS ROQUE

*Antropóloga. Directora del Área de Estudios del Institut Europeu
de la Mediterrània. Barcelona*

Introducción: del mito cósmico al mito científico

Uno de los peores insultos que se le podía hacer a una mujer en las Baleares hasta los años cincuenta era llamarla *xorca*: estéril. Esta palabra catalana tiene su origen en el derecho de *eixorquia* existente en el reino catalano-aragonés, por medio del cual los señores feudales heredaban las tierras de los colonos que no tenían descendencia.

Hasta hace poco tiempo, en el imaginario popular, el hombre nunca era culpable de la esterilidad, que se imputaba siempre a la mujer: tierra estéril, puesto que el esperma era, por definición, fértil. Sin embargo, en épocas mucho más remotas, no estaba muy claro el papel fecundante del padre, tal como en algunas culturas primitivas han podido demostrar los antropólogos.¹ Y también en lo que podemos discernir a través de ciertos antiguos mitos que los griegos difícilmente se explicaban, y daban interpretaciones peregrinas a través de las costumbres de otros pueblos que calificaron de no civilizadas por que se inserían mal en su cultura patriarcal.

Uno de los mitos más considerables de la Hispania prerro-

1. Entre los más conocidos, los trabajos que realizó Malinowski en las islas Trobriand.

mana es que las yeguas astúricas y lusitanas quedaban preñadas por el viento (Céfiro). Esto es recogido por autores clásicos como Plinio, Varrón, Justino y Silio Itálico, entre otros. Algunas de las versiones hacen aparecer las facultades fecundantes del viento en un monte sagrado.

El poeta y clasicista Robert Graves² apunta que el filósofo Ptolomeo atribuye sólo al planeta Júpiter, que gobernaba el Norte, «vientos fecundos», y Bóreas era uno de los títulos de Zeus. Y en una nota comenta que «una teoría primitiva de que los niños eran reencarnaciones de los antepasados difuntos, que se introducían en las matrices de las mujeres como súbitas ráfagas de viento, subsistía en el culto erótico de la diosa Yegua, y la autoridad de Homero pesaba lo suficiente para que los romanos cultos siguieran creyendo, con Plinio,³ que las yeguas españolas pudieran concebir moviendo sus cuartos traseros al viento (véase al respecto Plinio, *Historia natural*, IV, VIII). Lactancio, a fines del s. III dC, hace de este fenómeno una analogía de la fecundación de la Virgen por el Espíritu Santo» (1981 : 211-212).

Según Columela (VI, 27) y Virgilio (*Geórgicas*, III, 269-271),⁴ las yeguas tienen el celo en primavera, o sea, cuando despiertan los campos. Y Julio Solino reasimila el mito, pues afirma que, una vez fecundadas por el viento, las yeguas lusitanas se aparean después con los caballos. Aristóteles⁵ también recuerda que «se dice que las yeguas son fecundadas por el viento en el momento del celo» y que éste es en primavera, y extiende la teoría de este tipo de mito a algunas aves. En otro orden de cosas, Aristóteles comenta que las hembras más ardientes entre los animales son las yeguas y que de aquí viene aplicar el nom-

2. Robert Graves. *Los mitos griegos*. Madrid, Alianza Editorial, 1981, vol. I.

3. Pline l'Ancien. *Histoire naturelle*. Les Belles Lettres, 1952 (livre VIII) y 1972 (livre XVIII).

4. Virgili. *Geòrgiques*. Traducció catalana de Miquel Dolç. Barcelona, Fundació Bernat Metge, 1982.

5. Aristote. *De la génération des animaux*. París, Les Belles Lettres, 1961.

bre de este animal a la mujer que usa sin medida de los placeres del amor (*Historia natural*, VI, XVIII, 10).

Veamos algunos elementos que forman parte de la cultura griega, que tanto ha influido en nuestra cosmovisión docta y popular sobre el misterio de la vida y del universo. El concepto del *pneuma* desempeñó un papel importante desde los orígenes de la filosofía griega. Algunos presocráticos habían supuesto que hay una sustancia (el aire) que rodea y penetra el universo entero;⁶ el aire rodea el universo del mismo modo que el alma⁷ (que es aire) mantiene la cohesión del organismo humano (y del animal).

Empédocles (c. 483-430 aC) consideraba que la sustancia que llena el universo, al modo de un alma, es un *pneuma*, que, aunque se traduce a veces por «espíritu», tiene aquí un sentido a la vez psíquico, orgánico y material.⁸ Estas ideas se pueden interpretar material y místicamente. Los partidarios de esta última opción se apoyan en el hecho de que en la cultura griega de la época no había necesariamente conflicto entre lo filosófico (o científico) y lo religioso y, en general, entre lo racional y lo irracional.

Los estoicos —que tomaron prestado el concepto de *pneu-*

6. H. Diels. *Die Fragmente der Vorsokratiker*. Berlín, 1934-1954 (citado por G. S. Kirk y J. E. Raven. *Los filósofos presocráticos*. Madrid, Gredos, 1981).

7. Los términos usados en diversas culturas muestran cuán difundida se halla esta idea: *nefesti* en hebreo, *nef* en árabe, *atman* en sánscrito y *animus-anima* en latín; término este último del cual proceden los nuestros románicos.

8. A lo largo de la evolución del pensamiento a través de la historia, el concepto de alma ha sufrido una serie de conceptualizaciones influidas, primero, por Platón y Aristóteles y, más tarde, por el cristianismo. Jaspers, Scheler y Ortega y Gasset distinguen vida, alma y espíritu. Mientras que el alma es concebida como «sede» de los actos emotivos, los afectos, los sentimientos, etc., el espíritu es definido como «sede» de determinados aspectos racionales. El alma es immanencia y el espíritu transcendencia (J. Ferrater Mora. *Diccionario de filosofía*. Madrid, Alianza Editorial, 1990, vol. I, p. 108).

ma de Anaxímenes— consideraban que el *pneuma* está compuesto de aire (sustancia fría) y fuego (sustancia cálida). Según los antiguos estoicos, el aire llena el cosmos y hace posible la cohesión de la materia por medio de su propiedad fundamental: la tensión. El *pneuma* es una sustancia continua, cuyo movimiento no consiste en desplazamiento, sino en propagación de «estados» dentro de un «continuo». Muchas otras escuelas filosóficas griegas hicieron uso de este concepto, incluyendo las escuelas médicas hipocrática y siciliana: según la escuela de Sicilia, el *pneuma* es un soplo localizado en el cuerpo vivo y que penetra todo el organismo.⁹

En la iconografía cristiana son múltiples las escenas de creación por el soplo de Dios, que «insufla» vida, mientras que el aliento humano, por el contrario, es pesado y lleno de impurezas.¹⁰

En época moderna, el término *pneuma* ha sido corrientemente empleado en el vocabulario teológico, especialmente en referencia al Espíritu Santo. Se ha hablado también de *pneuma* como espíritu y como alma, especialmente como objeto de la psicología racional.

En la Grecia antigua, el poder fecundante de los vientos ocupará un lugar destacado en el pensamiento órfico. Los órficos, como los pitagóricos, desarrollaron la teoría del alma como soplo, hálito, en relación con la fecundación del viento (*Himno órfico* 81). Y esta idea aparece en relación con las creencias en los Tritopatores, espíritus de los Vientos, que son antepasados familiares y «soplos fecundos» a la vez.¹¹ Algunos autores cristianos mencionarán todavía estas creencias: Eusebio afirma que entre los buitres no hay machos y las hembras con-

9. *Ibidem*.

10. Como es el caso extremo de las mujeres menstruantes, que corrompen las matanzas y agrian la leche o el vino.

11. Louis Gernet. *Anthropologie de la Grèce antique*. París, Flammarion, 1982, p. 22.

ciben del *pneuma*. Creencia que servirá para explicar el nacimiento virginal de Cristo, que se mantendrá en la Edad Media y continuará activa hasta nuestros días en los cuentos y dichos populares.¹²

El folclorista catalán Joan Amades¹³ todavía recoge historias populares en este sentido en los años cuarenta. Explica cómo el viento de tramontana (el viento norte que, por lo tanto, coincide en el imaginario con Bóreas) que pasa por el Coll del Vent, cercano al barrio de Horta de la ciudad de Barcelona, fecunda a las barcelonesas. Por esta razón, asegura que ni por guerras, pestes u otras calamidades públicas haya cesado nunca la población de Barcelona. Parece que este viento fecundador entra en la ciudad por el viejo portal de Jonqueres, sobre las dos de la tarde. Nuestras abuelas, dice Amades, recelaban de pasar por este lugar a dicha hora por miedo a quedarse grávidas. Pero por supuesto que los embriones de las catalanas serían hueros si los machos no los hiciesen madurar, tal como ocurre con las gallinas. Como bien afirmaba Solino en relación a las yeguas lusitanas, una vez grávidas por el viento, se apareaban con los caballos.

J. Bermejo Barrera¹⁴ (en relación al mito de la fecundación por el viento de las yeguas ibéricas) señala que no constituye una pieza aislada sino que forma parte de una teoría mitológi-

12. En otras culturas, como los *ndembu* estudiados por Victor Turner (*La selva de los símbolos. Aspectos del ritual Ndembu*. Madrid, Siglo XXI, 1980), dar a alguien su propio nombre implica una especie de reencarnación parcial de ciertos rasgos corporales o de carácter. Sin embargo, cuando muere una persona estéril le dibujan una raya negra desde el ombligo hasta el sacro, significando que el muerto no debe volver a visitar el mundo de los vivos, que «ha muerto para siempre».

13. Joan Amades. *El folklore de Catalunya. Costums i creences*. Barcelona, Selecta, 1969, y *El folklore de Catalunya. Rondallística*. Barcelona, Selecta, 1974.

14. J. Bermejo Barrera. *Mitología y mitos de la España prerromana*. Madrid, Akal, 1982.

ca y filosófico-científica a la vez sobre la generación animal, vegetal y humana, tanto en sus aspectos físico-naturales como sociales (paternidad, maternidad, filiación). «Esta teoría se encuentra ampliamente desarrollada en los mitos y en el pensamiento griegos y cabe señalar en ella, entre otros muchos aspectos, la desigualdad de estatus de los seres machos y hembras en la teoría de la generación, destacando la importancia del varón o el macho en la fecundación y formación del embrión y disminuyendo el papel de la hembra».

Considero que no es en este mito donde aparece la desigualdad, ya que se atribuye la fecundación de las yeguas al viento. Pero sí que es cierto que aparecen estas características, o por lo menos lo intentan, en otros mitos y explicaciones generados por el pensamiento misógino de la Grecia clásica al que nos referiremos más adelante.

Luciano de Samosata,¹⁵ escritor griego nacido en Siria (125-192 dC), escribió en su *Historia verdadera* la narración de un viaje a la Luna, donde parodia algunos aspectos de la cultura griega, entre ellos algunos de sus mitos. Según Luciano, los pueblos que habitan la Luna se componen sólo de hombres (1974 : 1, 22 ss.). Afirma: «Quiero ahora describir todo lo que durante mi estancia en la luna observé de extraño y raro. En primer lugar, sus habitantes no son engendrados por mujeres, sino por varones: en efecto, se casan con hombres y ni siquiera conocen el nombre de mujer. Hasta los veinticinco años cada uno es esposa, y después se convierte en marido; no llevan a sus hijos en el vientre, sino en las pantorrillas. Cuando el embrión está concebido, la pantorrilla engorda, y poco después la abren y sacan al niño muerto: lo colocan de cara al viento, con la boca abierta, y revive».

Luciano hace un juego de palabras y comenta: «Me parece

15. Luciano de Samosata. *Historia verdadera*. Edición de Eulàlia Vintró. Barcelona, Labor, 1974.

que de aquí procede el nombre de *gastroknemias* (pantorrilla) entre los griegos, es decir “vientre de la pierna”, porque es ésta la que concibe en vez del vientre».

El coito en el pliegue de la rodilla preñaba su pantorrilla, que, por lo tanto, haría las veces de útero. Cuando el niño iba a nacer se procedía a una cesárea de la rodilla. Esta historia grotesca concentra en un solo relato los dos nacimientos de Dioniso: el de su extirpación antes de tiempo del vientre de su madre, Sémele, y el de su introducción en el muslo de Zeus, que le permite alumbrar a Dioniso por la pierna.

Al étnologo y psicoanalista Georges Devereux,¹⁶ este unisexismo le recuerda a las amazonas, pueblo compuesto únicamente por mujeres. Sin embargo, en el tema que nos ocupa, en ningún momento, ni siquiera en las explicaciones míticas, las amazonas conciben solas. Por ejemplo, según los datos etnológicos de Estrabón¹⁷ (XI, 5.5), éstas se aparean con los gáramantes.

En cuanto a los niños de los «lunares», paridos únicamente por los hombres, Luciano nos ofrece más claves de interpretación: son muertos-nacidos, puesto que la vida la obtienen poniéndolos de forma que puedan inhalar el viento, teoría que coincide con el *pneuma*, que es quien da el hálito vital y el alma. Aspecto que corrobora al explicar que, «cuando un individuo envejece, no llega a morir, sino que se disuelve como el humo y se transforma en aire».

El tema de la procreación humana, y especialmente el misterio de la vida, durante siglos ha tenido un sesgo curioso por la carga ideológica que ha suscitado buscando un sistema coherente con las representaciones simbólicas. Según diversos autores, el ciclo que combina la caza, vinculada a los hombres, con

16. Georges Devereux. *Femme et mythe*. París, Flammarion, 1982.

17. Estrabón. *Geografía de la Península Ibérica*. Edición de Antonio García Bellido. Madrid, Espasa Calpe, 1980.

la agricultura, llevada a cabo por las mujeres, e incluso el pastoreo con la agricultura, formula un sistema de creencias que valorizan a la diosa madre y las facultades de la mujer en el proceso de la generación, especialmente desde el neolítico hasta la edad de bronce, más o menos tiempo según la zona concreta del Mediterráneo. Sin embargo, en la Grecia clásica pronto se minimiza el papel de la mujer, convirtiéndola en simple receptora de la simiente masculina.

Los presocráticos, más atentos a la naturaleza que a la «razón jerárquica», creían que tanto el padre como la madre aportaban un equivalente genético. Parménides de Elea (c. 519 aC) manifiesta que la mujer también produce una semilla. Según Empédocles (c. 483-430 aC), cada padre produce una semilla que contiene en estado disperso todas las partes del feto y se unen al estar juntas. Pero el niño sólo empezará a respirar en el momento del nacimiento. ¿Será entonces cuando tendrá alma? La escuela de Hipócrates tenía el mérito de dar una explicación coherente al doble aporte parental y de la herencia genética. Sin embargo, Aristóteles (384-322 aC), a diferencia de Hipócrates, estima que sólo el principio prolífico se contiene en la simiente del hombre, bajo la forma de un fluido *etéreo* y *sutil*. ¿Intenta Aristóteles suplir el viento fecundante?

Mientras que la teoría de la doble simiente mina todo pensamiento misógino en materia de procreación, Aristóteles aporta en sus teorías una gran misoginia: en su sistema el hombre es causa eficiente de la vida y del movimiento. Es el hombre el que insufla el alma a la materia muerta abastecida por la madre. Esquilo y Eurípides se hacen partícipes, en el campo del imaginario, de que la madre es un depositario extranjero y es del padre de quien se recibe el *gen*.

Para Aristóteles, la mujer, desprovista de semen, es sólo un macho imperfecto (nos recuerda esto teorías más modernas). El hombre, por su naturaleza, es superior, más «divino».

En la Edad Media, y en el área mediterránea, los médicos

andalusíes Avicena y Averroes recogen la herencia de Aristóteles. El Renacimiento no aporta nada nuevo: Paracelso, Bacon y Van Helmt se inspiran en Aristóteles, mientras que Paré, Liebault, Leonardo da Vinci y Falopio proclaman su relación con el pensamiento de Hipócrates.¹⁸

De Hipócrates a Descartes los progresos no son desdeñables, pero la explotación de un pensamiento poco fecundo desde un punto de vista propiamente científico se traduce por la expansión de un sentimiento misógino: «El licor seminal es para la generación lo que el escultor al mármol», todavía dice Dubuisson a principios del siglo XIX en un comentario del sistema de Aristóteles (Darmon, 1981 : 44). En otros términos, y para dar una expresión del siglo XVIII, la mujer, en su función puramente pasiva, sólo asegura «la cama y la cobertura» (*ibid.*). «La mujer —se burlaba Voltaire— sólo es una gallina blanca en Europa y una gallina negra en África».

Uno de los tópicos de los análisis culturales es la vinculación de la mujer como individuo más próximo a la naturaleza, mientras que el hombre lo está a la cultura. La mujer, al mismo tiempo, aparece según las culturas y la época con un estatus ambiguo, a veces peligroso, que le confiere un carácter mediador entre la naturaleza y la cultura asignándole significados polarizados y contradictorios.¹⁹ A este resultado ya había llegado, a mediados del siglo pasado, el jurista y filólogo suizo Johann Bachofen,²⁰ que recogió de las fuentes clásicas un compendio de datos que, según él, ponían de manifiesto una reali-

18. Pierre Darmon. *Le mythe de la procréation à l'âge baroque*. París, Éditions du Seuil, 1981, p. 41.

19. Cf. Sherry B. Ortner. «¿Es la mujer con respecto al hombre lo que la naturaleza con respecto a la cultura?», en O. Harris y K. Young (eds.). *Antropología y feminismo*. Barcelona, Anagrama, 1979.

20. Johann Jakob Bachofen. *Il matriarcato. Ricerca sulla ginecocracia del mondo antico nei suoi aspetti religiosi e giuridici*. 2 vols. Turín, Giulio Einaudi, 1988.

dad social diferente que otorgaba un papel predominante a la mujer. Para lograr la comprensión de un sistema de Derecho, es necesario conocer los principios o las ideas básicas que definen todos y cada uno de los caracteres del sistema; cuando se origina un principio, se altera el conjunto de los elementos del sistema. Por ejemplo, el Derecho romano se asienta en una serie de principios entre los que ocupa un papel preponderante la idea de la *paternidad* y la autoridad del *paterfamilias*.

Partiendo de estos presupuestos, Bachofen orientará sus investigaciones hacia el descubrimiento de un sistema jurídico muy arcaico basado en la autoridad de las madres.²¹ Y para el análisis de este sistema ya desaparecido considera como fuente primordial el mito. Para Bachofen, el mito, «multiforme y cambiante en su aspecto, sigue, no obstante, leyes determinadas, y no es menos rico en resultados firmes y sólidos que cualquier otra fuente de conocimiento histórico».

A pesar de la confusión entre filiación matrilineal y matriarcado o gobierno de las mujeres, cosa muy diferente y nunca confirmada como etapa evolutiva, debemos a Bachofen el primer estudio demostrativo de la filiación uterina y de los elementos matriarcales-agrícolas cuyas características se observan en diferentes sociedades a través del tiempo. Al referirnos a rasgos matriarcales debemos hablar más de tendencias que de predominancia absoluta de la mujer, aunque existen conjunciones de elementos religiosos y sociales que favorecen su papel.

21. Este compendio se centraba básicamente en zonas del Mediterráneo preindoeuropeo, como Lesbos, Licia, Creta, Lemnos, Egipto, Mantinea, Atenas y Libia entre los siglos VIII y III aC. Bachofen, en *Das Mutterrecht* (1861), plantea de forma evolucionista las tesis sociológicas que luego copiarían Morgan y Engels. La sociedad ha pasado por tres niveles: 1) heterismo o sociedad promiscua, 2) ginecocracia o sociedad matriarcal, y 3) sociedad patriarcal o civilizada.

La vinculación clásica del hombre a la cultura y de la mujer a la naturaleza hace de la *covada* un elemento oscuro, debido a sus implicaciones con la imitación de la naturaleza. Rito de paso, como brevemente la había catalogado Van Genneep, la covada es la parodia del parto que efectúa el marido, mientras la mujer disimula el acto de dar a luz. Ésta es la definición más extendida sobre el rito que, como todos sabemos, es de carácter simbólico, puesto que el hombre finge (o no) los dolores de parto y se acuesta junto al niño recién nacido, siguiendo una dieta determinada y recibiendo las felicitaciones por su paternidad.

Esta característica es considerada por algunos antropólogos como propia de los pueblos matrilineales que, no obstante, reconocen la paternidad del hombre,²³ y en algunas culturas es un aspecto profiláctico, puesto que el hombre sirve de señuelo para los malos espíritus. Sin embargo, otros antropólogos ven en la covada un rasgo primitivo del patriarcado, puesto que es al hombre a quien se reconoce socialmente y al que se considera susceptible de dar el nombre, o sea, el linaje.

22. En una publicación anterior (Maria-Àngels Roque. «El viento y la covada: mitos y ritos de las Baleares», en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, LVII [1], Madrid, 1998), el tema de la covada ha sido tratado ampliamente a través de datos recopilados por diversos autores, además de la encuesta del Museo Etnológico de Madrid de 1902, así como a través del trabajo de campo que efectué en las islas Baleares entre 1985 y 1987.

23. Según R. Briffault, el rito de la covada sirve para destacar la relación indisoluble entre el marido y el grupo de la mujer que interviene en el nacimiento del niño. Malinowski afirma que la costumbre de la covada conlleva que la paternidad se establezca simétricamente por reglas según las cuales el padre imite los tabúes y las prácticas impuestas a la madre. La función de la covada representa el establecimiento de la paternidad social por asimilación simbólica del padre a la madre (*Encyclopedia of the Social Sciences*, IV, p. 631).

La covada no es universal, pero teniendo en cuenta el conocimiento etnográfico, que se ha ido ampliando desde el siglo XIX, parece que se ha dado en puntos muy alejados del planeta. Desde mediados del siglo XIX, se impulsó con mayor o menor fortuna entre la etnografía en Europa, hasta los años cuarenta del siglo XX —a excepción de algunos trabajos centrados en Brasil—. ²⁴ En las últimas décadas, el tema ha sido retomado por los psicólogos —que han entrado directamente en el terreno del mito—, evidentemente amparándose en los datos etnográficos, aunque luego su interpretación haya tomado un cariz más internalista. Bruno Bettelheim, ²⁵ que nos habla del macho envidioso, ya que ve en el ritual de la covada un rito de hombres, está en desacuerdo con la aproximación de Briffault, quien en su estudio considera este aspecto como un elemento simpático de imitación. El psicoanalista encuentra que el hombre tiene bien poca simpatía por la mujer, haciéndola saltar del lecho cuando es ella la que tiene los dolores del postparto. Bettelheim, sin negar lo dicho por los antropólogos funcionalistas, desde su ángulo psicológico ve en este ritual la necesidad que tiene el macho de decir que él también puede dar a luz.

24. La sustitución simbólica de la madre por el padre, constitutiva de la costumbre en Europa, es rara o ausente entre los americanos (Patrick Menget. «Temps de naître, temps d'être: La couvade», en M. Izard y Pierre Smith (eds.). *La fonction symbolique. Essays d'anthropologie*. París, Gallimard, 1979, p. 246). Lévi-Strauss, en *La pensée sauvage* (1969), tuvo el mérito de ser el primero en situar el problema de manera general: «Sería falso decir que el hombre toma el lugar de la parida. Marido y mujer están obligados a tomar las mismas precauciones, para confundirse con su hijo, que, en las primeras semanas o meses después del nacimiento, está expuesto a grandes peligros. Así, como ocurre a menudo en América del Sur, el marido toma aún más precauciones que su mujer porque, en razón de las teorías indígenas sobre la concepción y la gestación, es particularmente su persona la que se confunde con la del niño».

25. Bruno Bettelheim. *Heridas simbólicas. Los ritos de pubertad y el macho envidioso*. Barcelona, Barral, 1974.

Sobre los alumbramientos de Atenea y de Dioniso por parte de su padre, Zeus, el etnopsicólogo Georges Devereux ve también en ello ejemplarizaciones del rito de la covada. En la expresión del mito Atenea surgirá de su cabeza y Dioniso de su muslo. De hecho, no se trata de una partenogénesis, pues, para lograrlo, Zeus primero deberá tragarse a Metis, que está embarazada, consiguiendo de esta forma que el embrión de Atenea pase a su cuerpo. Otro tanto hará con Sémele, madre de Dioniso, al cual Zeus arrancará del vientre de su madre y lo introducirá en su propio muslo (*cuisse de Jupiter*), recosiéndolo de nuevo hasta el momento apropiado. Los nacimientos femorales o cefáleos de Zeus no excluyen el papel de la madre en la concepción, sino que se manifiesta una voluntad de dar a luz. *Venir de cuixa* es una expresión de tipo patriarcal de origen latino, que se utilizaba en el reino catalano-aragonés para designar a aquellas personas más próximas a la familia.²⁶

En relación a la covada existen diversas aportaciones en los textos clásicos: Apolonio de Rodas²⁷ habla de los tibarenios, población escita localizada en el Ponto; Diodoro habla de una población corsa; Estrabón de los cántabros en la Península Ibérica; Plutarco de los chipriotas. Veamos lo que escribe Apolonio en su *Argonáutica*: «Cuando las mujeres paren hijos a los maridos, salen fuera y los maridos se meten en el lecho y gimen con la cabeza vendada —;recordando, quizás, el parto cefálico

26. El derecho de pernada o *dret de cuixa* figura entre los abusos tradicionalmente atribuidos a los señores feudales, aunque nunca fue autorizado por ley escrita. El abuso, de forma ocasional, podía ser que el señor pasara la primera noche con la esposa del siervo y, de forma simbólica, cuando la mujer estaba acostada en la cama pasar por encima de ella. Ambas formas son mencionadas por los payeses de remensa en el proyecto de concordia de 1462 y explícitamente prohibidas en la sentencia arbitral de Guadalupe (1486).

27. Apolonio de Rodas. *El viaje de los Argonautas*. Madrid, Editora Nacional, 1975.

de Zeus, o también porque el esperma, según los griegos, viene de la cabeza?—, y las mujeres preparan la comida para ellos y les preparan el baño ritual para el parto».

Comentando el verso inmediatamente precedente, el escoliasta afirma: «Tibarenios, pueblo de la Escitia. En el país de los tibarenios las mujeres cuando parían cuidaban a los hombres, como afirma Ninfodoro en las *Consuetudines*».

La aplicación de esta norma que se da también en los otros pueblos y que *venía seguida de una fiesta*, o por lo menos de visitas sociales, es para Bachofen la manifestación de la bilateralidad, ya que en un principio el hijo sólo lo es de la madre. El padre viene a figurar como una segunda madre. De hecho, en el mito de Dioniso, a éste se le denomina *bimater* porque tiene el doble nacimiento, primero de la madre y después del padre.

Bachofen, que también trabajó sobre el *ethos* o comportamiento desde un punto de vista social y psicológico, continúa diciendo, en relación a la fiesta celebrada por los tibarenios, que «la madre tiene una posición importante, mientras que el padre debe pasar a través de la ficción de la verdad natural de la maternidad a fin de obtener el reconocimiento de la propia masculinidad, la cual no posee por su naturaleza». Para Bachofen, en este caso, el ritual de la covada está claro: es el paso manifiesto del reconocimiento paterno. Una especie de «legitimidad».

En cuanto al hecho de que las mujeres paren y saltan del lecho para que lo ocupen sus maridos, tendríamos que tomarlo de una forma menos literal: entre el nacimiento y el ritual, que es cuando se celebra la fiesta —en relación al trabajo de campo en Formentera— puede pasar desde muy poco tiempo a quince días, como explicaré más adelante, dependiendo de la fuerza de las mujeres y de la costumbre de la zona.

A Julio Caro Baroja debemos el primer estudio sistemático sobre la cultura matriarcal de los pueblos septentrionales de la

Península Ibérica.²⁸ Caro Baroja se manifiesta partidario de usar el término *derecho materno* en vez del solemne matriarcado de Bachofen. Los datos aportados en relación al derecho materno cántabro por el geógrafo griego Estrabón (s. I aC) únicamente son comparables, en cuanto a precisión entre los que proporcionaron los autores clásicos, con los de Herodoto en relación con los licios. El antropólogo español manifiesta que ni Herodoto ni otros autores que hablan de *ginecocracia* llegan a indicar características de orden económico tan fundamentales como las proporcionadas por Estrabón sobre los pueblos cántabro-astúricos, donde eran las mujeres las que dotaban a sus hermanos en el matrimonio. Sobre el ritual vinculado al nacimiento nos habla de la covada, o sea, del acto mediante el cual el hombre sustituye a la mujer en el lecho como si fuera él quien ha dado a luz; rasgo característico que Estrabón considera «poco civilizado» (*Geographika*, III, 4, 17).

Caro Baroja introduce el estudio más definitorio, al menos dentro de la antropología ibérica, en *Los pueblos del Norte* (1977; original de 1946), donde con su prudencia característica y haciendo acopio de las fuentes existentes comenta: «No creo que esta moda o costumbre tenga la importancia general que se le ha querido dar a partir del antropólogo Tylor, pero parece evidente que no puede provenir más que de la idea de participación del hombre en el acto de procreación, y que, según qué punto de vista se practique, puede tener una significación u otra, puede ser un acto jurídico, o puede ser un acto mágico».

En esta obra, Caro Baroja (1977 : 208) realiza un exhaustivo estudio de los textos clásicos sobre la covada y rastrea el mito literario que convierte la «original covada cántabra» de los pueblos ibéricos septentrionales en «covada vasca». Se trata de un ritual que en el siglo XIX ya no tenía lugar; sin embargo, según

28. Julio Caro Baroja. *Los pueblos del Norte*. San Sebastián, Txertoa, 1977.

el autor, la covada ha podido existir en el País Vasco hasta el siglo XVIII —de hecho, en otras partes de España, especialmente en las islas Baleares y Canarias, ha durado hasta el siglo XX—. El mismo autor añade: «Lo curioso es que ha producido la atribución a los vascos reacciones airadas de algunos eruditos que, además, nos han condenado incluso a los que, desde lejos, hemos hablado del asunto» (1977 : 218, 228).

Etimología de la palabra «covada»

La imitación de la naturaleza por parte del hombre en el ritual de la covada ha sido rechazada desde la época de Estrabón por su falta de «cultura» y su proximidad a la naturaleza, pero a la naturaleza femenina. Hemos podido ver cómo, en este sentido, se ha producido un rechazo por parte de los informantes y de aquellos eruditos que, como Estrabón, se consideraban «civilizados». En esta tesitura, observaremos algunos de los contenidos que popularmente se destilan de esta imagen en la palabra. Si bien el rito actualmente se encuentra erradicado, no así la expresión *covar*, que continúa completamente vigente.

El doctor José A. Sánchez Pérez,²⁹ en una de sus obras (1933), señalará: «Los etnógrafos están interesados en proporcionarse datos acerca de la covada, por ser imprecisos los que conocen o resultar contradictorios en apariencia. La palabra *covada* no existe en el Diccionario de la Academia de la lengua. No se explica la omisión de *covada*, siendo palabra que se conoce y usa en Galicia, León, Santander, Burgos, Salamanca, Baleares y Canarias, estando incluida en diccionarios enciclopédicos españoles, como el Espasa, y el francés Larousse».

Covar es un vocablo muy extendido en catalán, tanto en

29. José A. Sánchez Pérez. «La covada», en *Investigación y Progreso*, 7-8, Madrid, julio-agosto, 1933.

Cataluña como en Valencia y Baleares. Una de las acepciones de *covar* del diccionario Alcover³⁰ es la de «estar dentro del lecho fuera de las horas normales de dormir, sea por enfermedad, sea por pereza». ³¹ También encontramos la acepción de *covar* un constipado: «estar encamado para curarse del resfriado». Tiene, además, una acepción curiosa aplicada a no servir para nada: *No esser bo per covar ni per pondre* («No valer ni para poner huevos ni para incubarlos»).

Existe en castellano y también en catalán el vocablo *coba*, que va más allá de lo que puede presumirse en su primera acepción. Si consultamos el *Diccionario etimológico* castellano de Corominas³² vemos que significa «halago, conversación que se da a alguno para halagarle», y añade algo que nos interesa: «voz jergal de origen incierto, quizá derivada del verbo romance *covar* ‘empollar’, procedente del latín *CUBARE* ‘acostarse’». De las diferentes versiones, Corominas se inclina por lo que hacen las gallinas con los polluelos, *coba* en el sentido de *covar* «empollar la gallina», o en el sentido de hablar, de dorar la píldora a alguien que se deja engañar fácilmente, como en la conversación falsamente halagüeña. Parece, sin embargo, que la *covada* aplicada a los hombres está fomada del latín *cubare*, o sea, «estar echado», y el incubar de las gallinas.

El ritual de la *covada*, ¿no podemos considerar que tiene también algo de *coba*, en el sentido de halago desmesurado? En este sentido, y siguiendo el imaginario popular, un caso interesante en relación al vocabulario del ritual lo encontramos en

30. Antoni M. Alcover y Francesc de Borja Moll. *Diccionari català-valencià-balear*. Palma de Mallorca, 1954, vol. III, s. v. *covar*, ac. III.1.

31. *Són les deu i encara coves*: «Son las diez y aún estás en la cama» (Ampurdán, Mallorca, Menorca); *Aviat hauràs d'anar a covar*: «Pronto tendrás que ir a guardar cama», le dicen a una mujer que está en los últimos tiempos del embarazo (Ampurdán).

32. Joan Corominas. *Diccionario crítico etimológico castellano e hispano*. Madrid, Gredos, 1980, vol. II, pp. 103-104.

las islas Canarias, de la mano del Dr. Bethencourt, autor de las respuestas del cuestionario de estas islas para la encuesta del Ateneo de Madrid. Dice Bethencourt: «Hasta hace unos 70 años, en las islas de Fuerteventura y Lanzarote los maridos, durante el puerperio de las mujeres, se constituían en estado de *sorrocloco(a)*, que consistía en permanecer en la cama mientras lo estuviera la parida, haciéndose atender y servir como ella. Hoy ya no se acuestan los maridos en las referidas islas, pero continúan haciéndose agasajar al igual que sus mujeres paridas con cuanto les llevan a la cama, como chocolate, gallina, caldos, vino, etc. Comen y beben lo mismo, las mismas veces y durante el mismo número de días».

El Dr. Bethencourt, en una nota adicional entre otras disertaciones de tipo filológico, se pregunta: «Buscando el origen de la palabra y atendiendo el valor fonético, me he preguntado algunas veces si debería escribirse zorro-cloco, que podría equivaler a zorro-clueco. ¿Habría alguna circunstancia en la vida del zorro aplicable al hombre en estado *sorrocloco*?».

Esta pregunta, lanzada de esta forma, parece más bien una parodia. No es en la vida del zorro donde hay que buscar. Se trata de una comparación aplicada al hombre que come gallina aprovechando el parto de su mujer. Si atendemos el valor de engaño que en las consejas populares representa el zorro, animal que siempre se zafa de las faenas, que hace realizar a los otros animales y de las que luego intenta sacar provecho, así como su afición a comer gallinas, la denominación popular de zorroclueco al padre en el ritual de la covada es realmente oportuna.

No es de extrañar que en el imaginario popular exista una *rondalla* catalana recogida por Joan Amades (1974 : 53), según la cual antes eran los hombres los que tenían los niños, pero las mujeres tenían que cuidarlos y amamantarlos después del nacimiento. Las mujeres pidieron a Nuestro Señor (al *Bon Jesús*) que los niños naciesen de ellas puesto que los alimen-

taban. Al Señor le pareció justa la petición y respondió favorablemente.

Las facultades del viento y cómo se hacen las entrañas

La capacidad para engendrar y/o para dar a luz no es suficiente para resolver el misterio de la vida, y menos todavía el misterio del alma. Al fin y al cabo, los animales también tienen el poder procreador. Por esta razón se recrean aquellos rituales que intentan asegurar una transmisión psicopompa entre los vivos y los muertos, rituales que se verán afectados por las viejas creencias cósmico-religiosas en un *continuum* cultural.

No creemos que en las Baleares se haya perdido el medio de que los espíritus familiares puedan proporcionar sus cualidades a los niños. Hoy en día muchas madres o abuelas han continuado, como siguiendo una llamada primigenia, transfiriendo el *pneuma* por medio de las habas. Las abuelas mallorquinas, sean de Sóller, Deià, Andratx o Montuïri, saben que el primer alimento sólido que se dará a un niño, incluso mucho antes de destetarlo, será tres habas chafadas. Hoy en día se dice que es para que el niño tenga un estómago fuerte, un buen apetito. En fin, características vitales.

Hemos visto anteriormente que, según el pensamiento presocrático, el viento transporta el alma de los muertos y es, al mismo tiempo, fecundador. Las habas son un alimento flatulento, o sea, ventoso. Los pitagóricos se abstendrían de comer habas porque decían que en ellas residían los espíritus de los muertos. En Roma se continuó la interrelación, pues las arrojaban en la festividad de los Difuntos. Si una planta brotaba de una de ellas y una mujer comía sus granos se quedaba grávida por un espíritu. En época más actual, en Cartagena (Murcia), hace una treintena de años, el Sábado de Resurrección todavía arrojaban habas desde los balcones.

Plinio (*Historia natural*, XXX) dice que el haba se empleaba en el culto de los muertos porque contiene el alma de los difuntos. Las habas, en tanto que símbolos de los muertos y de su prosperidad, pertenece al grupo de los encantos protectores. En el sacrificio de primavera, representan el primer don llegado de debajo de la tierra, la primera ofrenda de los muertos a los vivos, el signo de su fecundidad, es decir, de su encarnación. Por ello comprendemos la prohibición de Orfeo y de Pitágoras, en el término del cual comer habas era el equivalente de comer la cabeza de los antepasados, de compartir la comida de los muertos, uno de los medios de mantenerse en el ciclo de las reencarnaciones y de servirse de los poderes de la materia. El campo de habas egipcio, así llamado simbólicamente, era el lugar donde los difuntos esperaban la reencarnación.

Si el vocablo *fava* (el haba) designaba antes al sexo femenino, ahora, en lenguaje popular, se ha convertido en una denominación del miembro masculino, tanto en español como en catalán, especialmente en las Baleares.

Un elemento que se acopla con el imaginario en la relación psicopompa de las habas se manifiesta en las rondallas ibicencas (Macabich)³³ y catalanas (Joan Amades en la *Rondallística*, donde nos encontramos una titulada «La favereta», que no es otra cosa que la planta del haba que sirve de escalera para conectar el cielo con la tierra. Por medio de la cual el protagonista trepa hasta san Pedro y vuelve a bajar).

En Sóller (Mallorca), el acto de dar al niño las tres *favetes* se llama *enconar*. También se denomina así en Ibiza al acto de dar al recién nacido una galleta o un trocito de pan bien masticado. Ésta es una forma de hacerle las entrañas y de transmitirle las propiedades espirituales de los ancestros, que influirán en las características anímicas de la criatura.

33. Isidoro Macabich. *Historia de Ibiza*. Vols. II y IV. Palma de Mallorca, Daedalus, 1966-1967, vol. IV, pp. 305-307.

Enconar, en diversos pueblos de Mallorca y Cataluña, significaba dar de mamar al niño alguien que no sea su madre, cosa que se hacía frecuentemente mientras la madre esperaba la subida de la leche e incluso hasta que desaparecían los calostros. Por ello se intentaba que fuese una mujer de confianza,³⁴ y mejor que fuese una pariente,³⁵ ya que hacer las entrañas es una cosa sumamente delicada. Sabemos que en las vísceras es donde residen las cualidades de la persona.³⁶ Y en el lenguaje popular constantemente oímos: *Fulano no tiene entrañas*, o *Quin fetge!* («¡Qué hígado!»), o *Quin estómac!* («¡Qué estómago!»), o *Mengana está enconada de fulana, ¿no ves que tienen las mismas ideas?*, *Tener mala leche* («Tener mal carácter»). En catalán, así como en su dialecto mallorquín, *enconar* tiene que ver con los hábitos y por lo tanto con la educación y con la transmisión de la manera de comportarse. Significa «inclinarse, habituarse, acostumbrarse; ser semejante».

La antropóloga francesa Nicole Belmont,³⁷ en un interesante artículo sobre cómo «educar» a los niños, juega con el término francés *élever*. Toma el ejemplo romano del padre que levanta del suelo al niño en el caso de que lo admita como suyo, pasando de la horizontalidad en la que se halla en estado natu-

34. En algunos pueblos hay costumbre de tener prevenida a una mujer (llamada *bétera* en Mallorca, y *enconadora* en Cataluña) que sea de conducta intachable, de buena salud y que lleve un año o más de parida, a fin de que dé la primera tetada al recién nacido (Amades, 1969 : 82).

35. En los países islámicos de carácter endógeno y en los que pueden casarse tíos y sobrinas está sin embargo prohibido el casamiento entre los que han establecido lazos de leche.

36. La enciclopedia Larousse española a propósito de entrañas dice: «El vocablo suele usarse en plural y se refiere a los intestinos, órganos contenidos en la cavidad torácica e intestinal». Otra acepción es «voluntad, afecto del ánimo, índole y genio de una persona, lo más íntimo».

37. Nicole Belmont. «L'enfant exposé». *Anthropologie et Sociétés*, vol. 4, núm. 2, 1980.

ral a la verticalidad de la cultura. Belmont expone: «Confiriéndole con el gesto de la elevación estatus de ser humano, cosa que le compromete a *l'élever* en el sentido figurado de la palabra, es decir, educarlo». Vemos de nuevo, a través de este ejemplo, un cierto antagonismo entre la naturaleza y la cultura, representando el padre la cultura y la potestad de convertirlo en ser humano. Sin duda, el papel del *paterfamilias*, como destacaba Bachofen, dentro del sistema romano representa un simbolismo adecuado, incluso en las expresiones.

En la Península Ibérica, la palabra *educar*, que viene del latín *ducere*, no se utiliza hasta el siglo xvii, mientras que la palabra *criar* —que quiere decir «nutrir, alimentar, cuidar, instruir, educar, dirigir, producir, engendrar»— es de viejo arraigo, y procede del latín *creare* («crear, engendrar, procrear»). Como voz popular sólo se ha conservado en las tres lenguas romances de la Península Ibérica (catalán, castellano y gallego). Cuando la encontramos en sentido parecido en otras lenguas romances es tardíamente, y posiblemente préstamo de los ibéricos. Por lo tanto, en la Península Ibérica, el simbolismo de la palabra que contiene el orden de la educación —es decir, de la transmisión— tiene connotaciones de imitación de la naturaleza.

El término *crianza* no se usa solamente vinculado a la lactancia, sino que, unido a adjetivos «buena» o «mala», se refiere siempre a aspectos ligados a la educación y a la cortesía.³⁸ En el campo de los cuidados desarrollados por el hombre para conseguir una cierta calidad en un producto natural como es el vino, es interesante la utilización de la palabra *crianza* referida al conjunto de cuidados a que se someten los vinos después de fermentados (proceso de transformación) para acabar su formación y conferirles un punto perfecto.

Por lo tanto, enconar está dentro del proceso formativo

38. En palabras de Clarín: «De lo que nunca han prescindido los pueblos cultos es de la buena crianza y del respeto que nos debemos a todos».

de la crianza que especialmente tendrá que ver con la formación de las entrañas, que es donde residen las cualidades anímicas de todo tipo. Este proceso formativo y de transformación depende de causas naturales que pueden ser fortuitas o inducidas.

Las cualidades y los defectos, o sea, la esencia, no sólo se transmiten físicamente por la ingestión, sino que existen momentos y lazos que son culminantes —como diría Van Genep— tal como tradicionalmente se atribuye a los padrinos en el bautismo, donde el agua, los óleos y las palabras confieren al niño un nuevo estado. En la percepción sacramental, el bautismo es ritualmente un nuevo nacimiento que cambia la situación del que lo recibe.³⁹

Entre otros muchos, podríamos tomar como ejemplo el caso de Ibiza, donde el padrino, cuando vuelve de acristianar a su ahijado, lo entrega a la madre con las siguientes palabras: *Aquí teniu es vostro infant, mos l'enduguérem moro i el tornem cristià* («Aquí tenéis a vuestro hijo; me lo llevé moro y os lo devuelvo cristiano»), expresión que hasta no hace muchos años era típica de casi toda la geografía española. Esta conjunción (el bautismo) es un momento de tránsito en que se pueden recibir también las cualidades y los defectos de los padrinos. Por eso es una cuestión delicada escoger padrinos que sean lo suficientemente cabales,⁴⁰ como expone Macabich en sus notas costumbristas. Este autor, que curiosamente es un sacerdote, no reniega de ello, como en el caso de la covada; sin embargo, exclama: «Esto ha rayado casi en la superstición. Cuando un

39. Cf. Maria-Àngels Roque. «El aceite y el vino en los rituales de las sociedades mediterráneas», en F. Xavier Medina (ed.). *La alimentación mediterránea. Historia, cultura, nutrición*. Barcelona, Icaria, 1996.

40. Los padrinos son considerados como «vehículo de la gracia», y son llamados «padres de gracia». La buena suerte es la gracia (cf. Julian Pitt-Rivers y John G. Peristiany (eds.). *Honor y gracia*. Madrid, Alianza Editorial, 1993).

chico demuestra un genio irascible, comete alguna ligereza o se manifiesta despejado o de buena índole, los padrinos sirven de comparación y cargan con la gloria o con la infamia».

Amades cuenta también que de forma generalizada en Cataluña, pero sin precisar el lugar exacto, los ahijados asimilan las cualidades y virtudes de sus padrinos. Más concretamente, dice: «Hemos oído contar de muchachas que se han dado a la mala vida porque su madrina no tenía el honor en gran estima». Y añade un refrán que de nuevo tiene que ver con las entrañas: *Si el compare és fetge i la comare freixura, a qui s'ha d'assemblar la criatura?* («Si el compadre (padrino) es hígado y la comadre (madrina) es bofe, ¿a quién tiene que parecerse la criatura?»).

Conclusión

Entre la naturaleza y la cultura, entre lo biológico y lo social, aparecen los elementos simbólicos, los mitos, las construcciones jurídicas y científicas que colocarán al nuevo ser en la trama de su sociedad, con un sistema de valores y de creencias en los que se buscan criterios de «racionalidad». El tema de la racionalidad y el de la jerarquía tanto en el papel procreativo como en el sociológico pueden analizarse a través de lo que el historiador Fernand Braudel denominaría la *longue durée*, al contar en esta zona con una cultura escrita de tres milenios y con una multiplicidad de pueblos enraizados en los que se puede rastrear actualmente —o en un pasado inmediato— buena parte de los rituales y de las creencias antiguas.

MITE I ESCRIPTURA

RAFAEL ARGULLOL

Filòsof i escriptor. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona

EN UN ENCONTRE d'aquest tipus i plantejant termes com els que estem plantejant, crec que és inevitable que hi hagi enfocaments força diferents. A mi, quan se'm va convidar a parlar deu minuts sobre la relació entre mite i escriptura, immediatament vaig pensar: mite, escriptura, paraula, com es deia abans, també imatge —em sembla que és imprescindible incloure aquest terme—, i ho vaig pensar immediatament en termes tradicionals i en termes antics, però també vaig pensar que seria una cosa bastant gratuïta no al·ludir a la capacitat actual de crear mites per part de l'oralitat i de la imatge. En concret, jo crec que el món, la Mediterrània, però tot el món, està assistint en l'últim període a una enorme creació de mites a través de l'oralitat, que són els locutors de televisió, i a través de les icones que transmeten els mitjans de comunicació. No hi ha dubte que si nosaltres analitzem el que ha passat els últims cinc o sis mesos al món, per exemple, des de l'11 de setembre, assistirem a la creació d'una quantitat de mites de dimensió mundial, que ara no tinc temps evidentment d'analitzar aquí, però que seria bo d'analitzar en d'altres circumstàncies, que han estat creats a través d'una iconografia —la imatge— i a través d'una oralitat tecnològica mundial, que és la que transmeten en aquests moments els mitjans de comunicació. Se'ns ha informat sobre el bé i el mal, se'ns ha informat sobre determinades geographies que s'han convertit en geographies mítiques, se'ns ha informat sobre una determinada imatge del present, del passat i del futur, se'ns ha informat sobre la conformació del món a

través de determinats valors morals, religiosos, etc., aplicant, jo crec, una capacitat de producció mítica extraordinària i sense precedents. Aquí s'han citat diversos llibres, llibres importantíssims a través de la història, però cap d'ells no va tenir un impacte immediat i a curt termini com pot haver tingut l'oralitat a la qual he fet referència. Però, és clar, evidentment volia recollir aquest aspecte perquè em fa la impressió que no es pot deixar al marge d'un encontre d'aquest tipus, però evidentment també volia recollir un significat més noble, més literari, més artístic de la paraula *mite*; volia exposar davant de vostès la possibilitat de considerar dos tipus de creació de mites, mites en el sentit original, etimològic, de relat: el que produeix el periodisme, el que produeixen els mitjans de comunicació i el que produeix l'art, el que produeix la poesia. Perquè em fa la impressió que una de les coses que realment està en joc en el nostre món, i està en joc quan parlem d'educació i de crisi educativa, és precisament l'enfrontament d'aquests dos tipus de mites. D'una banda, hi ha el mite que crea el mitjà de comunicació universal, i encara més —hi prestem molt poca atenció— el mite que crea la publicitat. Aquesta és una creadora vertiginosa de mites a la nostra època, i, d'una altra banda, hi ha el mite que crea la poesia o el mite que pot crear l'art. Quina és la diferència que jo els podria proposar aquí entre aquesta doble creació de mites sovint enfrontats? Jo al·ludiria fins i tot a una autoritat clàssica indiscutible com és Aristòtil. Aquest, en la seva *Poètica*, diu en un moment determinat que la poesia és superior a la història (no parla de periodisme, evidentment), perquè mentre que la història recull allò que ha passat, és a dir, fa la crònica d'allò que ha passat, la poesia recull allò que pot passar. Dit amb altres paraules, des de l'òptica d'Aristòtil, mentre la història recollia empíricament allò que s'havia donat a través d'un registre pràctic del pas dels dies, la poesia podia recollir allò que era possible, allò que era potencial. La història era, en aquest sentit, més unicèntrica, la poesia, en canvi, era més policèntrica.

La història ens portava més, en el que seria el llenguatge dels nostres dies, a un discurs únic, a un pensament únic, a un cabal únic, mentre que la poesia ens portava a una pluralitat de cabals, a una pluralitat de relacions entre l'home i la realitat, entre l'home i l'existència. I em sembla que aquesta distinció és molt important quan confrontem el tipus de mite que pot treballar la poesia (o treballa l'art) i el tipus de mite que treballa el mitjà de comunicació dels nostres dies (el periodisme o fins i tot la publicitat). El primer, el que treballa la poesia, jo crec que ens introdueix en un element de multiplicitat. A vegades, quan es parla —per exemple, s'ha parlat aquí— del perill de la desaparició de cultures i llengües minoritàries, etc., jo crec que això va molt lligat al paper mateix de la poesia. La poesia recull la multiplicitat del món, i els mites amb els quals s'ha anat dialècticament enrosquant estan lligats amb aquesta multiplicitat del món. Mentre que els mites que crea la tècnica comunicacional actual són mites unidimensionals, són mites diguem-ne amb una sola direcció, basats en la preponderància de l'actualitat. Per això, quan nosaltres parlem de paraula o escriptura, mite i poesia, jo crec que hem de fer molt de cas a aquest caràcter múltiple i plural. Hem de fer molt de cas —jo voldria introduir al debat una paraula que potser estava viva amb els meus companys de taula, però que encara no s'ha utilitzat: és la paraula *metamorfosi*—... S'ha parlat molt justament de *Les mil i una nits* o dels llibres homèrics. Jo els recordaria aquí un llibre que jo sempre proposaria com a llibre central en l'educació dels nens, sobretot dels nens quan es transformen en adolescents, que és *Les metamorfosis* d'Ovidi. Per què els la proposaria com una obra central? Perquè *Les metamorfosis* d'Ovidi ens introdueix precisament aquesta pluralitat dels mons a través de la pluralitat de les formes i de les paraules. En aquest sentit, jo crec que la mateixa expressió *metamorfosi* recull una cosa essencial en la tradició poètica, en la tradició de la paraula literària, però essencial també en un concepte actual i futur de lli-

bertat. Mentre nosaltres podem tenir una relació de metamorfosi amb l'existència, d'alguna manera som molt més lliures que quan tenim únicament una relació unidimensional, una relació epidèrmica, una relació superficial, una relació de mera actualitat amb l'existència. Aleshores jo crec que, d'alguna manera, si haguéssim de definir el paper del poeta, entès aquest en un sentit prototípic, el poeta com a escriptor —ara no diferencio el poeta oral del poeta escrit—, jo diria que és un mediador dins d'aquest procés universal de metamorfosi. Mentre altres figures restringeixen d'alguna manera la relació de l'home amb l'existència, mentre d'altres figures la fan fragmentària, mentre d'altres figures la redueixen a l'especialització —la figura de l'expert, la figura de l'especialista, la figura del publicitari, la figura del comunicador, la figura tan sovint del polític—, la figura prototípica del poeta, potser també de l'artista, seria la de conservar aquesta multiplicitat, la de conservar aquest sentit de la metamorfosi, aquest sentit de la narració oberta, que efectivament conserven tots els nostres grans llibres fundadors, com la *Iliada*, l'*Odissea*, *Les mil i una nits*, *Les metamorfosis* d'Ovidi, i que ens introdueixen en el sentit de la complexitat de la vida, que és imprescindible, des del meu punt de vista, per a la llibertat. Voldria consumir l'últim dels meus deu minuts al·ludint al significat que a vegades es dona de cultura o d'educació, que per a mi va molt lligat a cultura i, al mateix temps, molt lligat a art o a poesia. A vegades es diu: «Per a què serveix la cultura?» O: «Per a què serveix l'educació?» I et repten; a vegades et trobes fins i tot en rodes de premsa que et repten amb aquesta pregunta: «Vostè sap per a què serveix la cultura?» La resposta és sí. La cultura serveix per conservar aquest sentit de complexitat i de multiplicitat, aquest sentit d'intentar veure la vida des de diversos miradors. Per a això serveix la cultura, per a això serveix la literatura, per a això serveix la poesia. Enfront d'això, tot el que sigui restrictiu, tot el que porti a crear mites —també hi ha creació de mites—, però mites unidimensionals, ens por-

ta a una restricció de la llibertat i ens porta, jo crec, a un empobriment de la vida. Gràcies.

Debat amb el públic

Pregunta: Bé, jo he de dir que m'ha encantat l'exposició del Sr. Argullol. Sóc professor de literatura d'un institut. He trobat molt interessant aquesta idea que la història és de fets passats, però que realment la poesia dóna més, és possible albirar coses del futur. Llavors, quan intentes inculcar-ho als alumnes, és evident que allò de la ment única, el discurs únic, està molt arrelat. Així doncs, quan tractem temes de literatura o de poesia, el que diuen és que són coses que no importen, que n'han de saber i conèixer d'altres. I llavors, és clar, és molt difícil a vegades fer-los veure aquest aspecte que abans esmentaves de *Les metamorfosis* d'Ovidi, aquesta possibilitat de canviar les coses, de veure altres opcions. I moltes vegades, també, citant les tradicions orals, hi ha al *Romancero* castellà aquella cita coneguda del Conde Arnaldo, la d'aquell mariner que va sobre la barca cantant una cançó i que aquell senyor li diu que li ensenyi aquella cançó que està cantant amb la qual els peixos es queden parats, i el mariner li diu: «Yo no enseño mi canción sino a quien conmigo va». Llavors, potser el problema és el fet del compromís amb les coses. La joventut avui dia no es compromet, està obnubilada per altres coses, i en aquest sentit els costa molt «pujar a la barca», i el problema és que se n'adonin. A veure si poguéis concretar una mica aquesta qüestió.

Resposta: És difícil, perquè això donaria lloc, no per a un col·loqui, sinó per a molts col·loquis. Quan jo parlava sobre el fet de traslladar el tema d'aquest col·loqui (mite i escriptura) als nostres dies, partia de la idea que avui dia s'està produint una gran creació de mites, però jo els qualificaria com a prims i fulminants, és a dir, són mites que es formulen per a una mena

d'autoconsum immediat, i són mites vertiginosos en la seva enunciació i a vegades també en la seva desaparició, però no per això deixen de tenir una importància enorme en el moment d'aglutinar les consciències, tan enorme que de vegades és d'una importància totalitària. Vostè, si és professor d'institut, sabrà que el tema de la publicitat es planteja en aquests moments d'una forma abassegadora entre els més joves. Per què? Perquè pràcticament la publicitat es presenta a la nostra societat com l'única veritat. Hi ha una relació gairebé teològica entre el jove consumidor i la publicitat. En aquest sentit, són mites importantíssims creats a través de la paraula i de la imatge. No únicament a través de la cultura de la imatge, sinó també a través de la paraula, de l'eslògan, etc. Enfront d'això, tractava d'oposar aquesta altra idea de mite vinculada a la poesia com a portadora de complexitat i portadora d'aquesta metamorfosi. A vegades penso que en el nostre món, en lloc de l'habitual divisió entre dreta i esquerra en la terminologia política, el terreny mental s'hauria de confrontar entre el totalitarisme de la unidimensionalitat i la complexitat. O sigui, la capacitat de ser plurals, múltiples, flexibles, policèntrics, o aquest unicentrisme que comporten els mites contemporanis. Jo, doncs, aniria amb compte. Jo crec que la nostra època té una gran capacitat de creació mítica. El que passa és que és una creació mítica en gran manera totalitària, unicèntrica i unidireccional. Però la capacitat de creació mítica, i tant si hi és! I fulminant! I aleshores, davant d'això, hi podem contraposar la consciència crítica, una expressió que gairebé està passada de moda. Però què voldria ser la consciència crítica? La consciència crítica és la capacitat de resistència de la complexitat, de la pluralitat contra aquesta unitat. Això seria la consciència crítica que ara tan sovint no es dona. Per tant, el poder que hauríem d'atorgar a la cultura, l'art i la poesia parteix d'aquí. Per exemple, tornant a la publicitat, jo crec que aquesta ha assimilat moltíssimes de les formes de les avantguardes i de la modernitat. Si vostè s'hi fixa,

la publicitat, per exemple, utilitza formes del surrealisme, de l'expressionisme, de la metafísica tradicional (allò del monjo al costat del precipici en un anunci de cotxes). Paraules solemnes per a un anunci de no sé què. Ha anat vampiritzant tots els mites tradicionals de l'home. L'única capacitat de resistència que tenim, però, davant d'aquest totalitarisme és oferir la pluralitat que ja enunciava Aristòtil. I no he citat aquest filòsof perquè sí, sinó perquè ell ja introdueix la idea d'imaginació, de policentrisme, i aquesta altra idea que jo he esmentat de metamorfosi, que em sembla molt important per veure la relació múltiple de l'home amb l'existència. Quan es parla de crisi educativa —jo no sé als altres països, però suposo que també—, crec que qualsevol reforma educativa que no passi precisament per la defensa radical d'aquesta multiplicitat i d'aquest sentit de la metamorfosi està perduda, que és el que precisament no interessa normalment als polítics, perquè aquests busquen una rendibilitat immediata que és contrària a aquesta multiplicitat.

BASILE I LES «RONDAIES MALLORQUINES»: UNA TRADICIÓ COMPARTIDA

CARME RIERA

Espectora. Palma de Mallorca

EN AQUEST petit article vull parlar dels referents tradicionals de les meves obres. Com que allò que anomenem tradició no és altra cosa que una transmissió —del llatí *tradere*, la paraula *tradició* vol dir donar, lliurar a la posteritat—, entenc per tradició tots aquells aspectes que ens han estat transmesos. Per això considero que no hi ha literatura sense tradició, tot i que aquesta tradició no sigui sempre de caire popular o ho sigui només en els seus orígens. Per a mi la història de la literatura és la història d'una tradició, amb la qual els escriptors es topen de seguida que comencen a escriure i a la qual poden oposar-se, refusar-la, enfrontar-se-li o fins i tot negar-la, però mai ignorar-la. De fet, el rebuig de la tradició és un aspecte que ja forma part de la tradició, com forma part de la tradició l'avantguardisme o l'experimentalisme. Tal vegada el que succeeix és que no podem fer literatura fora de la literatura, donat que el fet literari és força convencional i es regeix per unes pautes determinades.

La tradició literària no és altra cosa que un immens arxiu, una gran reserva de material, de temes i motius, un reducte de procediments estilístics i, fins i tot, un àmbit de coneixements oferts per la doble via de la intel·ligència i de la sensibilitat.

Dit això, voldria afegir que la meua tradició literària comença per ser local i popular. Sempre he afirmat que sóc escriptora perquè no em queda altre remei, perquè no ho puc evitar. Encara

ara que ja sóc vella no puc deixar de continuar els contes que de nina em va explicar la meva àvia, no puc deixar de seguir contant les seves històries. Per això, *Cap al cel obert*, la meva darrera novel·la, està dedicada a la clara memòria de la meva àvia, tot agraint-li aquest immens regal. La meva àvia —que per altra banda era una dona que llegia molt, tant novel·la com poesia— pertanyia a una cultura que podríem considerar popular, basada en l'oralitat. El fet que les vetllades fossin llargues, el fet que la vida a la Mallorca de fa un segle estigués pautada pels treballs i els dies i l'ordre de l'existència fos tan antic com el dels grecs, possibilitava que la narració oral, la transmissió oral, constituís un element primordial d'aquesta cultura, cosa que ara ja no succeeix. El temps sembla girar d'una altra manera i la TV organitza la vida familiar a l'entorn de l'altar de l'aparell cap a on es concentren les mirades i les orelles. Qualsevol conversa aliena al que succeeix a la pantalla rebotja contra el seu mur i es dilueix *ipso facto* en cendra. Tampoc no hi ha àvies —el seu paper al nucli familiar ha canviat substancialment—. Ara els nens tenen una àvia comunal: la factoria Disney que els transmet la compulsiva necessitat de consumir, traduïts en joguines o en paraments de la seva habitació, els contes adaptats al cinema, una tradició de la qual s'ha apropiat l'imperi americà per convertir-la en una gran màquina de propaganda ideològica que ofereix la mitificació mixtificada de l'antiga cultura popular. Però de tot això m'estimo més no parlar-ne perquè em posa de mal humor.

Retornaré, doncs, a Mallorca, a la Mallorca rural que forma part del meu imaginari infantil, la Mallorca en la qual la conta-rella, el coverbo o la glosa, i especialment aquesta, acompanyaven les grans festes que per a la gent de camp eren les matances. No hi havia matances —sacrifici quasi ritual del porc engreixat amb amor i cura durant tot l'any perquè de la seva carn depenia l'alimentació anyal d'una família pel que feia a les proteïnes— sense literatura oral, sense exercici, sovint espontani, dels glosadors, dels poetes populars que establien entre ells rivali-

tats i que eren capaços, com els trobadors, de mantenir una tençó sobre qualsevol tema relacionat amb aspectes que interessaven a la comunitat. Sense gloses la festa de les matances no hauria estat reeixida. Aquesta espontaneïtat de la glosa —sense cap dubte, poesia de circumstàncies, sorgida precisament d'elles— té a veure amb l'oralitat i, en conseqüència, és efímera. Ningú no la recull i el glosador o la glosadora, normalment analfabets, tampoc no la feien transcriure a ningú. Jo record en la meva infantesa llunyaníssima haver sentit diversos glosadors i algunes gloses se'm clavaren a la memòria:

De la vila fins Ciutat,
pertot contaré lloances
des bon sopar de matances
que sa madona ha cuinat.

I record també les gloses de n'Úrsula, la vella criada de Sa Llepassa —la possessió de la cosina de la meva àvia, la poeta Maria Antònia Salvà— que vaig conèixer de manera indirecta, mitjançant la memòria de l'àvia. Una que Úrsula improvisà el dia del seu aniversari resulta molt *ad hoc* amb la meva situació actual:

Fa dos dies que era nina,
que jugava pes carrer,
i ara no me'n temeré
i ja seré seixantina.

Les gloses anaven lligades a situacions extraordinàries: la de n'Úrsula, a la festa del seu aniversari o a la gran festa anyal de les matances, i les apartava de la prosa de la vida quotidiana, de la vida de cada dia. A la vida de cada dia es contaven històries en prosa —el vers quedava per a les ocasions solemnes—. I, entre aquestes històries, les rondalles tenien el paper més important.

Les *Rondaies mallorquines* foren reunides per mossèn Antoni Maria Alcover, sota el pseudònim d'En Jordi d'es Racó, a principis del segle xx, expurgades, netejades de tot el que ell considerava moralment perjudicial, provocador, revolucionari o massa escatològic.

El corpus de les rondalles mallorquines, que tant han influït en la meua literatura, pel que fa a la llengua literària, és un mosaic viu, sucós, riquíssim de llengua, d'una plasticitat extraordinària, un compendi de frases fetes que, en comparació de la llengua plana, descafeïnada que es parla avui, guarden troballes magnífiques tot i ser expressions lexicalitzades com *fora cans que no fan ous!* o *ja tenim la Seu plena d'ous!* Com veieu en els dos exemples, els ous preocupaven molt els mallorquins antics, i feien bé. Els ous —i la referència no és de caire sexual, com algú podria sospitar, sinó de caire real— eren força valuosos i no tothom tenia a casa gallines que poguessin pondre'ls.

El corpus de les rondalles és integrat per un conjunt de narracions populars que podem documentar en d'altres col·leccions, com per exemple en el recull de Giambattista Basile *Cunto de li cunti*, anomenat també *Pentamerone*, publicat el 1634, i en el qual s'inclouen alguns dels contes tradicionals més coneguts, com el de *La Ventafocs* o *La bella dorment*. Entre els contes reunits per Basile criden l'atenció un grup d'històries on les dones són més intel·ligents, despertes i vives que no els homes, cosa que també succeeix a les *Rondaies mallorquines*, on l'amo, el pagès, és sempre, o gairebé sempre, una mena de beneit entanocat o entabanat, com babau és sovint el noi jove —el jovenot o jovencell, com se l'anomena—. Un cas paradigmàtic ens l'ofereix el protagonista d'*Es festejador*, una rondalla que, per cert, amb petites variants, recull Lévi-Strauss al seu llibre *Tristes tròpics* i que, segons assegura, va sentir durant una estada a l'Amazònia.

Es festejador és la història d'un tal Joanarro que sempre s'equivoca: va a festejar a casa de l'allota i es troba que se li ha

mort el pare, i en lloc de donar-li el condol li diu: *Festegem, festegem...* Torna a ca seva despatxat de mala manera i ho conta a sa mare, que el renya: *Babau, més que babau! Havies de dir: Que el vegem en el cel.*

En Joanarro aprèn la lliçó i va a veure l'allota un cop més. La troba fent matances i li enteplega: *Que el vegem en el cel*, una frase que la concurrència aplica al porc. Tothom se'n riu i ell queda decebut. Altre cop la mare s'enfada: *Beneit, més que beneit! El que has de dir és: Molts i grossos.*

Passat un temps reprèn el camí i troba l'allota amb un ui-xol. Aleshores li diu: *Molts i grossos*. I el que aconsegueix és que el facin fora i que sa mare el torni a insultar: *Bàmbol, més que bàmbol! El que has de dir és: Que rebenti per defora i no arrelli cap endins.*

Quan torna a ca l'allota aquesta sembla clavellines... I així, *ad infinitum*, fins que sa mare, veient que no és casador, aconsegueix que sigui municipal... La rondalla s'acaba amb una ironia quasi política contra el poder, encara que en el nivell més baix.

El fet que a les rondalles, en general, les dones —tot i diversos referents misògins— siguin més llestes que no els homes, té a veure, em penso, amb la circumstància que eren elles les que les solien contar. I aquesta és una coincidència amb el recull de Basile. No oblidem que Basile era napolità i que hi hagué un temps que Nàpols, com Mallorca i València, pertanyia a la Corona catalanoaragonesa o antic Regne d'Aragó. No sé si les rondalles, com els betlems, també vingueren de Nàpols. El que és cert i segur és que tant la majoria dels contes recollits per Basile en el segle XVII com les rondalles tenen un tronc comú: són formes populars que constatem al manco a dos indrets diferents de la Mediterrània.

Avui els contes de Basile, que no sé si han estat traduïts al català, però sí al castellà (editorial Siruela, 1994-95, en 2 volums, ja que apleguen 49 històries), ens ofereixen una extraor-

dinària mostra de diversos elements provinents de les tradicions populars, provinents del subconscient col·lectiu i ancorats en els mites. Basile assegura que posa per escrit els contes i facècies que de petit va sentir contar a les dones, quan, enyorant el Nàpols on va néixer cap al 1575, recorda des de lluny la seva terra. Abans que Perrault i els germans Grimm, fou Basile qui ens referí, com esmenta Italo Calvino, «un arabesc de metamorfosis multicolors teixides com si fos el dibuix d'una catifa persa».

L'allusió a Orient no és, naturalment, casual. No debades Sherezade era una dona. La font és sempre el món àrab. Per això, tal vegada, l'allusió de l'abat Ferdinando Galiani, que, quan en el segle XVIII rebutja els contes de Basile, diu que «no va fer altra cosa que amuntegar contes de fades i d'ogres tan insípidos, monstruosos i obscens que els mateixos àrabs fundadors d'aquest gust tan depravat haurien enrogit de vergonya si l'haguessin conegut». Hagué d'arribar el segle XIX per tal que Basile fos reivindicat per un altre napolità, Vittorio Imbriani. En un article titulat «Il gran Basile», Imbriani remarca un altre aspecte que curiosament he comprovat que coincideix amb les rondalles de Mallorca: el sentit de l'humor, la càrrega irònica que hi ha darrere de moltes situacions i de moltes paraules, un sentit de l'humor, de distanciament irònic, que em sembla un tret mediterrani del qual jo almenys em sento orgullosament hereva.

LA MAR DE LES METÀFORES

JOSEP PIERA

Escriptor. València

LA NAU ens porta avant. Ítaca? Santorini? Alexandria? Jerusalem? Noms i mites. Ciutats d'ara i llocs de la memòria. Viure l'instant de cada instant. Saviesa. En el futur hi ha el passat, com en el passat hi ha el futur. Avant, sempre avant, sense cap pressa d'arribar...

El viatge d'Ulisses

Amb el títol en italià d'*Il viaggio di Odisseo*, he llegit una mena d'assaig breu, en forma de diàleg, entre Vincenzo Consolo i Mario Nicolao, sobre el viatge literari, és a dir, sobre el viatge de la vida, o, més ben dit, el viatge com a metàfora de la vida, a partir de l'*Odissea*.

El llibre, poc més que un quadernet, és una conversa escrita, o transcrita, que un escriptor i un intel·lectual amics mantenen; un col·loqui sobre el tema del viatge en la literatura universal a partir del d'Ulisses, l'heroi perdut en el retorn a casa, Ítaca, on l'espera la història personal d'abans d'emprendre el viatge cap a Troia. Una conversa, o diàleg, que es transforma en una meditació moral, tant sobre el sentit del viatge mític, el viatge conatat, com sobre la solitud de l'escriptor, condemnat a l'exili permanent, a la soledat de les paraules.

Diu Consolo: «Casualment, naixem en una Ítaca on tramem els nostres afectes, on plantem les nostres oliveres, on al voltant de l'oliver construïm el nostre llit nupcial, on generem els nos-

tres fills». Tot i això, Ítaca és justament el lloc inassolible: *Ítaca non è più raggiungibile*. En el món fugisser i virtual de les imatges, l'escriptor ha quedat aïllat en un mar de coneixements, de records i de dubtes que a tothom semblen inútils: la tradició escrita, la memòria morta, les històries del temps... Sense més pàtria que la llengua pròpia, una petita illa en una mar turbulenta. Si la llengua és l'única Ítaca de l'escriptor, què és la literatura? La casa perduda i alhora volguda i somiada? L'indret dels afectes? El racó del desig? Dels records? Les paraules més humanes? Pura ficció? Potser una meravellosa passió inútil, sense més sentit que ésser i prou, com tot, com la vida mateixa. Una passió que mereix ser viscuda, tot i la seua inutilitat. Per a l'escriptor d'avui en dia, que viu aquest exili permanent, en solitud d'eremita, dins de la virtualitat de masses, «la terra de la memòria ha desaparegut, ha estat devastada» i ja no existeix —diu Consolo— ni com a refugi imaginari. Així, el viatge de l'heroi perdut només pot expressar furor i dolor, quan no plànyer sobre les ruïnes. Això és el que, resumint, ve a dir amargament Vincenzo Consolo.

El crític, Mario Nicolao, segueix la conversa dient que el ver viatge, en tot gran escriptor, és el relat, i que, per tant, «cal aprendre a judicar un relat com s'avalua un vent: per la intensitat i la direcció». Ens recorda, també, que les muses són filles de la memòria, mentre que les sirenes, que encanten, desmemorien a qui les escolta. Diu, seguint Maurice Blanchot, que «el cant és sempre un encant». I encant ací vol dir embadocament, fascinació, meravella o seducció.

Diu Consolo: «La narració poètica (no la novella, gènere ara impracticable en el nostre context) és la restitució verbal d'una experiència, i especialment l'experiència d'un viatge, segons la definició de Walter Benjamin. I aquesta narració és cant i encant, revelació i ocultació, veritat i mentida, musa i sirena, memòria i oblit. És la recreació, si es vol, d'una altra veritat, la veritat de la poesia. I la poesia, recordem-ho, en la seua forma més

alta és també entusiasme, és *en theó*, vaticini, previsió d'una realitat a venir».

A la pregunta de per què alguns crítics, com Harold Bloom, posen la *Bíblia* per davant de l'*Odissea*, Consolo respon definint la diferència entre el complex de culpa individual, del qual hom s'allibera amb la catarsi, i el complex de culpa originari, del qual hom no s'allibera fins després de mort, si és que se n'acaba alliberant. Aquest sentit de culpa originari, que els protestants hereten amb la lectura directa de la *Bíblia* i de la tradició jueva, els catòlics no el senten igualment, ja que el pecat té el conhort o remei de la confessió, el bàlsam de l'absolució.

Una reflexió, aquesta, que el seu interlocutor intenta matissar dient que en la cultura contemporània el viatge d'Ulisses i el de Moisès tendeixen a confondre's, i, per això, Ítaca pot aparèixer com la «terra promesa». Reflexió que Consolo remata responnent: «En la cultura hebraica la terra promesa és una dimensió de tipus metafísic, és Déu qui promet la terra al poble elegit, mentre que Ítaca té una dimensió humana, històrica, sense cap mística que ens duga a un "altre" món. Ítaca ens du només a aquest món. Ítaca, per a tots nosaltres, és la terra de la història, de la realitat, dels afectes». Ítaca, doncs, és on es torna, és la llar dels records, vull dir, de la vida, de la vida personal, de cadascú en la de tots i la de tots en cadascú, i en minúscula sempre, pense jo.

Pense també en Kavafis.

Memòria fugitiva de Kavafis

Fa molts anys, quan era jove, vaig escriure: «Poemes de vell, poemes de qui ha begut l'agredolç suc de les fruites prohibides, poemes de les coses perdudes que l'art revifa: siguen cossos amats, siguen fets de la història i de la cultura».

He llegit molts Kavafis, i moltes, moltes voltes, però no mai

en grec, la seua llengua. Pot dir-se que s'ha llegit un poeta quan només se'l coneix en traducció? Quants i quins Kavafis he llegit? De qui eren els poemes que en distints temps he admirat com de Konstandinos Kavafis?

Com llegesc Kavafis ara que Grècia no és el desig d'un somni, que Alexandria és una ciutat real i fantasmal alhora vora una mar de memòries? L'entenc millor? Cal entendre la poesia? Diria que el sent més prop, part del record que em fa ser, i amb agraïment; com el deixeble que no ha oblidat les lliçons del mestre.

Grècia i al-Andalus

Una altra manera de respondre la qüestió sobre quins són els referents tradicionals i de creació mediterranis presents en la meua literatura, és fent una lectura comentada d'uns pocs poemes propis amb la mar com a tema i el viatge com a motiu. Per a un poeta, aquestes són les seues paraules més netes, les més sentides, les més ben dites, les que millor expressen el món referencial que ens convoca, siguen temàtiques històriques, mítiques o tradicionals, ja que en poesia tot és una sola i mateixa cosa. Metàfores volgudes, desitjos fets paraules.

Grècia: un univers d'illes en una mar compartida, un espai de llums en moviment, de raons sentides i de sentits raonats. La memòria emocionada. La mar grega, per a mi, és l'exaltació o celebració de l'instant, una síndria que encalma la set salabrosa. Presència viva del passat (mites i tradicions), la mar de mil memòries: infància, joventut, bellesa, mite. Grècia, la de cadascú i la de tots. Un sensual sentit del paganisme i de l'equilibri raonat alhora: Dionís i Apollo. Un lema: «Viu i deixa viure».

Al vaixell cap a Siros

Quin goig antic, déu meu,
badar una magrana,
despullar-la de vels
i menjar-se gra a gra
tot el sol de l'Egeu.
Quin plaer fresc, amics,
a la vora del mar
esmorzar pa i raïm
sentint el cant d'un gall
que saluda el matí.
Quin somni bru, poetes,
trobar un àngel bell
a la platja en capvespre
que una figa de pala
et pela amb un coltell.
Quin delit fosc, senyor,
des d'un marge collir
un codony de cotó
i acaronant-lo nu
mossegar-li el peçó.
Quin goig de déus, aquest
d'imitar En Carner
amb vaixell per l'Egeu.

Dedique, per acomiadar Grècia, un record a Santorini —la «zona zero» de l'antiguitat mítica— i al mite de l'Atlàntida —en homenatge a Verdaguer—. Santorini i el sentit de la tragèdia, l'arqueologia com a paisatge i el paisatge en tant que arqueologia. Seferis i Elitis en el record.

Homenatge a Ibn Khafaja d'Alzira

Al-Andalus: una Grècia amb turbant. Un paradís de frontera. El viatge a la recerca del temps redó i de la paraula dita. Paisatge enjardinat de la memòria: de la tradició oral (la rondallística, el llegendari, cançons...) a la poesia culta andalusina.

La vida només és que un vi negre
servit per un vailet d'ulls lluent.
Per sobre els gots, els àlbers,
com en la boca, una rosa.
L'albereda sembla un got ple de bromera,
i el got, un arbre a punt d'esclatar en flor.
S'aixeca esvelt per abocar-nos el vi
i l'embriaguesa li dobra la cintura.
Es vincla com una branca
i el got es fa més roig que una rosa.
L'embriagament li crema les galtes
i la passió li encén en flames el ble.
Mentre ell em xupla l'ànima,
jo em bec el vi de les seues galtes.

Batega el núvol, mou el zèfir i les ones del riu
creixen altes com els brots de les palmeres.

El temps passa, com una copa que de mà en mà gira;
i passa la vida, com també la joventut, fràgil flor
que del matí assolellat a la fosca nit es mustia.

La tomba en el jardí

La darrera metàfora: Jerusalem.

A Jerusalem no s'hi pot anar a viure, sinó que s'hi ha d'anar a morir. A aprendre a morir, a ser conscients que els humans som mortals, i que, més que vividors de la mort, som moridors

de la vida. Per això crec que la millor manera d'anar a Jerusalem, per als que en vivim lluny, és com hi van els jueus rics de la diàspora: en un taüt, amb l'esperança de ser dels primers el dia de la resurrecció. Mai no havia caigut, abans, que Terra Santa és el mateix que Camp Sant, és a dir, cementeri.

Per això, de totes les metàfores reals que és Jerusalem, em quede amb la de la Tomba del Jardí. Ni mur on plànyer, ni roca per a pregar, ni via del dolor a refer, ni passió a representar, ni temple del sepulcre on orar; només això: una tomba en un jardí per a la meditació i el record. No sóc protestant, com no sóc jueu, ni tampoc musulmà. Sóc, si sóc res, un home laic, o gentil, de formació i de tradició catòliques, que, això sí, admira i respecta la cultura tant dels hebreus com dels àrabs. Cap fe no m'avalua ni em protegeix, però. Cap culte no em vincula a cap santuari concret, ni a cap litúrgia, tampoc. Metafísicament sol, de la religió, com de la vida, m'atrau i em lliga només el que és capaç d'emocionar-me, el que em fa sentir la rara tremolor de la Bellesa; sóc, si es vol, un creient fidel de la Bellesa, de la Bellesa humil d'aquesta terra i d'aquesta mar que els llatins en diem nostra, la Mediterrània; de la Bellesa que ens fa sentir la vida com un goig efímer, com un tot fugitiu, i també com un dolor o una pèrdua, però que paga la pena de ser viscuda. I per això dic que aquest indret (la tomba en el jardí) m'atrau, pel que simbolitza i representa justament; no pel fet de considerar-lo l'autèntic, ni tenir-lo per veritable, sinó perquè se'm presenta bell en la seua pulcritud enjardinada. En aquest lloc he trobat la gran veritat dels homes: que tots ens morim, però que la vida continua. En el principi és el final, com en el final és el principi. En aquest lloc de mort he sentit vida.

A Jerusalem, torne a dir, o s'hi va a patir i morir, com Jesús, o s'hi va en un somni alat, com Mahoma, o millor no arribar-hi, com Moisés; Jerusalem, la vull com una bella esperança de vida futura, no com una amarga realitat adolorida; la vull una metàfora de tots.

REFLEXIONS SOBRE L'ORIENT I L'OCCIDENT*

RONNY SOMECK

Escriptor. Tel-Aviv

1. Febrer de 1991. Trenta-nou anys després de néixer, la vaig tornar a veure. Més exactament: la vaig trobar al laboratori de patologia de l'Hospital Soroka de Beer-Xevà. Va ser a l'època de la guerra del Golf, quan jo anava a donar una conferència als soldats de la unitat de salvament. Els soldats esperaven un atac químic i mataben el temps escoltant conferenciants. Jo els vaig parlar de poesia, de la poesia que tenia al seu ventre una càmera de fotografiar amb un rodet de pel·lícula sobre la guerra.

Les neveres i els congeladors feien uns tic-tac espordidors com si els sacs de plàstic de sang coagulada degotessin a poc a poc en cubells de llauna. A cada minut aquests sons creixien i jo imaginava que les portes d'acer dels congeladors rebentarien de sobte i estendrien pertot arreu membres de cossos entre els poemes que jo els llegia i els malmesos uniformes caqui dels soldats que m'escoltaven. Tenien la ràdio encesa i esperaven d'un moment a l'altre el senyal dels «escurçons». Aquest era el mot per avisar la població que un altre míssil Scud carregat d'armes químiques havia estat llançat contra el país.

Jo els llegia poemes sobre la guerra, poemes escrits amb un bolígraf ple de pólvora en lloc de tinta. Després de la lectura un soldat va demanar que expliqués alguna cosa sobre mi mateix.

—Què? —vaig dir-li.

* Traduït de l'hebreu per Manuel Forcano.

—On vau néixer, per exemple.
Jo vaig inspirar i vaig dir:
—A Bagdad.

BAGDAD, FEBRER DE 1991

Per aquests carrers on ara cauen bombes, empenyien el meu
cotxet
d'infant. Les noies de Babel em pessigaven les galtes
i feien voleiar les mans com fulles de palmera
per sobre el borrisol ros dels meus cabells.
El que n'ha quedat d'ençà d'aleshores, s'ha enfosquit molt,
com Bagdad
i com el cotxet que vam haver de treure del refugi
en aquests dies d'espera abans d'una altra guerra.
Oh Tigris, oh Eufrates, serps amables en el primer mapa de la
meva vida,
com heu mudat la pell i sou ara escurçons.

2. Febrer de 1991. Segon cop. Jo sec a la meva habitació,
amb la màscara antigàs al meu devora, i veig a la televisió com
el general americà Schwarzkopf ajusta una antena parabòlica
sobre la fotografia d'un pont sobre el Tigris. Jo hi pinto al seu
costat el meu cotxet de nen petit, el vermell dels llavis de la
meva mare i la mà del meu pare que s'acarona els cabells plens
de brillantina.

En la fotografia següent, el pont és bombardejat i s'esfondra
sencer. Per a Schwarzkopf, això és una ploma més sobre la boi-
na de la seva força aèria. Per a mi, és una foto-assassinat.

3. Jo no em crec el meu àlbum de fotos. L'infant ros sóc jo.
El barri on vivíem es deia Bustan al-Has i, en els cafès del pas-
seig al llarg del riu Tigris, els meus pares bevien te i menjaven
l'*English cake*. Ells anaven a veure Farid al-Atraix a la sala de fes-
tes Alhambra, i Clark Gable al cinema Roxy.

Jo vaig néixer allà, i l'aparador dels records esquiva les mirades. Potser és perquè jo m'imagino la coordinació dels vols per Bagdad tant des d'un avió de combat com d'un avió de jo-guina. La trajectòria d'aterratge començarà a l'Hospital Mar Elies, on jo trobaria la llevadora alemanya que em dugué a aquest món, després continuarà amb les olors de *lukum* al mercat de Xughra i s'acabarà al carrer Raixid, on jo cercaré el fotògraf cristià que havia fet penjar al damunt de la seva botiga el rètol de «Studio Ronny», del qual els meus pares agafaren el nom per a mi.

4. Quan jo tenia un any i mig, vam emigrar a Israel. Vam viure en un campament provisional, i el meu avi em duia cada matí al cafè de la plaça Struma. Ell tenia allà la seva taula habitual. Les ampolles d'aiguarent s'alineaven damunt la fòrmica, i el meu avi parlava amb els seus amics només en àrab. La caixa negra dels seus records no contenia sinó Bagdad. De tant en tant, es girava cap a mi i em mullava els llavis amb algunes gotes d'aiguarent. Els altres nens aprenien a reconèixer lleons als llibres o al zoo, però els primers lleons que jo vaig veure van ser els de les etiquetes de les ampolles d'aiguarent.

EN RESPOSTA A UNA PREGUNTA:
QUAN VA COMENÇAR LA TEVA PAU?

A la paret del cafè vora dels barracons
van penjar els cabells rebels al vent de David Ben Gurion
i al seu costat, en un marc semblant, la cara de bunyol
d'Um Kulzum.
Això va ser l'any 55 o 56, i vaig creure que si els penjaven
de costat, home i dona, aleshores de segur que eren
parella.

5. Un any més tard, quan ja vaig anar a escola, un dia van dir-nos que la dona de Ben Gurion vindria a visitar-nos. Vam decorar la classe, ens vam posar les camises blanques i ens van donar petites banderes d'Israel per saludar-la. Jo esperava veure la cantant Um Kulzum, i em vaig decebre d'allò més quan la vaig veure arribar, ja que en lloc d'aquella gran dama dels somnis va aparèixer una dona petita i rabassuda que saltironejava ça i lla parlant un hebreu lamentable que s'assemblava més a l'ídix que a res més.

6. Charles de Gaulle va dir un dia: «Només el perill pot unir els francesos. Ningú no pot unir un poble que té dos-cents seixanta cinc tipus de formatges». Quants formatges teníem nosaltres? De segur que molts menys. Tot i això, els lligams que unien tots els jueus eren cosits amb l'únic fil del perill. Quan tenia setze anys em vaig escriure amb Ben Gurion. Jo era un adolescent i ell ja era ex-primer ministre. Era un home venerable, almenys així el consideraven a la casa on vaig créixer. Una de les seves cartes acabava així: «Tanmateix, després de vint anys des de la seva creació, l'Estat jueu que tothom esperava encara no existeix. I jo no sé quant de temps passarà fins que existeixi de debò». Aquestes frases, en aquella època, ens feien posar la pell de gallina, i encara ho fan ara. Jo espero el moment en què podrem transformar aquell «encara no» en «ara sí». Aleshores podrem contenir dins un sol formatge els gustos de tots els formatges del món. I aquest formatge, jo el decoraria amb gessamí.

GESSAMÍ. UN POEMA DE PAPER DE VIDRE

Fairuz alça els llavis
cap al cel
perquè una pluja de gessamins caigui
sobre tots aquells que va conèixer

i no va saber que l'estimaven.
L'escolto al Fiat d'en Mohammed,
de nit al carrer d'Ibn Gabirol.
Una cantant libanesa en un cotxe italià
d'un poeta àrab de Baqa al-Garbia
en un carrer que porta el nom d'un poeta jueu
que va viure a Sefarad.
I el gessamí?
Caurà del cel a la fi dels dies,
però podria ser per uns moments
el semàfor
en verd.

CATÀLEG VERMELL DE LA PARAULA POSTA

Un poeta francès veu un sol que envermelleix
i degolla dels raïms dels núvols el color del vi.
Un poeta anglès la compara a una rosa,
i un d'hebreu a la sang.
Oh país meu, terra que enfonsa els seus llavis caníbals al coll verge
de la posta.
Porto cosida la por al llarg dels braços,
i jo, en l'arca de la meua vida, remo com Noè
més enllà d'Ararat.

EL PARADÍS DE L'ARRÒS

L'àvia em prohibia deixar arròs al plat.
En lloc de parlar-me de la fam de l'Índia i d'aquells nens
de panxa inflada i boca oberta de bat a bat a cada gra,
reunia les restes al centre del plat esgarrapant-lo
amb la forquilla, i amb ulls gairebé en plor
m'explicava com l'arròs no menjat pujaria
a queixar-se davant Déu.
Ara ja és morta i m'imagino l'alegria de l'encontre
entre les seves dents postisses i els guardes d'espases alçades

a la porta del Paradís de l'arròs.
Els hi estendrien, en passar, una estora d'arròs vermell
i un sol d'arròs groc tenyiria
la blancor fins dels cossos més bonics del Jardí.
La meva àvia fregaria amb oli d'oliva la pell de cada gra
i els faria lliscar un a un a les cassoles còsmiques de la cuina de Déu.
Àvia, em ve de gust dir-li, l'arròs és una petxina ben tancada
i tu t'has escapat com ella
del mar del meu viure.

POEMA DE FELICITAT

Ens han col·locat dalt del pastís
com una parella de nuvis.
Si també hem d'esperar el ganivet
farem per quedar-nos tots dos al mateix tall.

BLAT

Un camp de blat oneja al cap de la meva dona
i de la meva filla.
Quina banalitat descriure així la rossor,
i, tot i així, allà creix el pa
de la meva vida.

À LA RECHERCHE D'UN ÉLÉMENT FÉDÉRATEUR

HASSAN ABBAS

Institut Français du Monde Arabe. Damas

QUAND NOUS étions petits enfants, nous allions visiter, en été, nos grands-parents paternels dans leur village perdu dans les montagnes occidentales de la Syrie. Devant la modeste mais imposante maison, la première construction en pierre de taille au village, il y a une vaste cour largement couverte par un immense mûrier. Des douchouks (c'est un mot turc qui désigne une sorte de banc en bois sans dossier) étaient repartis sous l'arbre. Quand le soleil disparaissait derrière les proches cimes, les gens du village venaient par petits groupes s'asseoir sur les bancs éclairés par des lux (c'est le nom donné aux lanternes des veilleurs, il dérive du mot latin *lux* qui signifie « lumière »).

Les vedettes de ces soirées n'étaient pas toujours les mêmes. Ils pouvaient être un musicien chanteur, un cheikh qui répandait son savoir et répondait aux questions posées par l'assistance ou un conteur qui racontait les hauts faits des héros légendaires comme le poète Antar ibn Chadad, le roi Az-zaher Beybers ou le chevalier Az-zir Salem, etc.

De retour au village après trente années d'absence — le mûrier était toujours là abritant la voiture d'un cousin —, j'évoque les soirées d'antan. Une tente m'explique que depuis l'arrivée de l'électricité au village au début des années quatre-vingts, la télévision a envahi les foyers. Les rassemblements sous le mûrier ont laissé la place à des soirées familiales plus restreintes autour des téléviseurs.

Le progrès matérialisé ici par l'électrification de la campagne apporte à la vie socio-culturelle des modifications parmi lesquelles nous pouvons souligner les deux suivantes: la transformation de la mode de transmettre la culture et la décomposition d'une certaine vie collective.

1. La transformation de la mode de transmettre la culture

Les personnages principaux dans les soirées des villageois étaient le cheikh, le conteur et le musicien. Leur importance provient du rôle qu'ils jouent dans la diffusion des valeurs et des mythes constituant les éléments spirituels partagés par l'assistance. Ils sont les médiateurs qui assurent la transmission de ces éléments, et les catalyseurs des liens intersubjectifs qui relient les membres de la communauté entre eux. Avec ces personnages la transmission de la culture se faisait de manière directe, presque physique. Les membres de la société pouvaient toucher le médiateur, ils pouvaient même sentir l'air qu'il fait bouger s'il hausse la voix.

La télévision déloge ces médiateurs et met à leur place l'écran cathodique. Le contact physique direct n'existe plus, mais le rapport d'intimité avec le nouveau médiateur n'est pas pour autant moins important. Cela est dû à l'établissement d'un nouveau rapport de force entre le spectateur récepteur et le médiateur émetteur. Le spectateur a plus de liberté à l'égard du médiateur. Il peut l'avoir à sa disposition à n'importe quel moment de la journée, il peut le changer pour lui faire dire ou présenter une chose différente, il peut enfin le faire taire complètement. Donc, paradoxalement, la distanciation intervenue dans la mode de transmettre la culture est associée à son contraire, c'est-à-dire à un rapprochement entre le récepteur et le médiateur.

Le progrès technique va approfondir le paradoxe avec la

diffusion par satellite qui offre plus de choix au spectateur, l'invention de la télécommande qui facilite l'exercice du pouvoir sur le médiateur et surtout avec les nouvelles modes de communication où le rapport est de nouveau physique avec le médiateur (ordinateur) mais entièrement assujetti cette fois-ci aux caprices du récepteur manipulateur.

2. La décomposition de la vie collective

En renvoyant les membres de la communauté réunie sous le mûrier devant les écrans argentés dans les foyers, le progrès provoque la décomposition d'une certaine forme de la vie collective. Les images qui unissaient les gens du village ont perdu leur éclat. Il y a d'autres musiques à connaître et d'autres héros à adorer et à s'y identifier. Des héros modernes mais qui ne tardent pas à gagner l'admiration de tous les gens du village, même des anciens. Paradoxalement, là encore, la décomposition d'une communauté entraînera la composition d'une autre. Les gens adhèrent automatiquement à cette nouvelle qui est plus élargie, plus efficiente mais moins perceptible. Au début, quand les téléviseurs ne recevaient que les programmes nationaux, la communauté, dont tous les membres recevaient le même message et partageaient les mêmes valeurs et les mêmes mythes, cultivait une conscience nationale. Il y avait de nouveaux éléments fédérateurs qui créent de nouveaux liens intersubjectifs. A une période plus avancée, les téléviseurs étant remplacés par d'autres capables de recevoir les chaînes par satellite, les messages reçus proviennent d'une aire géographique de plus en plus vaste jusqu'à devenir à la fin des messages mondialisés provenant des puissances capables d'occuper les espaces médiatiques les plus larges. Les valeurs reçues changent avec le progrès technique et les communautés vont se faire et se défaire au rythme de ces changements.

L'aspect paradoxal des modifications qui affectent la vie au village dans notre exemple — qui par ailleurs peut être pris comme une représentation en miniature de l'ensemble du bassin méditerranéen — nous met devant la constatation suivante : si le progrès dont nos sociétés furent l'objet entraîne des modifications certaines dans la vie culturelle, celle-ci garde des constantes qui traversent les modifications et continuent d'agir quelque différentes que soient les circonstances nouvelles. Nous pouvons dégager de notre exemple deux de ces constantes :

1. L'inclination naturelle à appartenir à une communauté.
2. L'importance que joue la médiation dans la constitution d'une communauté.

L'agent fondamental qui constitue le moteur qui maintient ces deux constantes en activité est un élément culturel actif qui rassemble les gens dans une unité fédérée, c'est ce que j'appelle l'élément fédérateur. Il peut être une utopie que partagent les membres de la communauté, un ensemble de valeurs dans lesquelles ils se reconnaissent ; ou un ensemble de rythmes musicaux ou de parfums et de saveurs. Il peut surtout être tout cela en même temps.

Cet élément peut séduire les gens et les attirer dans des circonstances que l'on peut qualifier de naturelles, c'est-à-dire sans l'intervention des médiateurs ; mais il ne devient réel et efficace que quand il passe de l'état d'existence passive en état d'existence active, c'est-à-dire quand il devient une conscience communautaire. Ce passage est l'affaire de la médiation assurée à l'aide de supports de natures différentes : des mots, des images, un discours orale, un texte écrit, des symboles, une musique, etc.

Dans l'exemple du village la médiation est assurée par les mots dont se servaient les trois personnages vedettes des soi-

rées. Ces mots formaient un élément fédérateur composite qui contenait des préceptes religieux, des valeurs communautaires, des histoires d'amour mises en chansons. Dans une période antérieure la médiation radiophonique était assurée par les discours du président Nasser, les chansons d'Oum Koulthoum et d'autres produits idéologiques égyptiens appelant au pan-arabisme. Aujourd'hui des prêcheurs qui ne manquent pas de charisme adoptent les méthodes américaines de médiation religieuse telle les talk-show et les sermons de masse pour assurer la divulgation de l'intégrisme à travers les chaînes de télévision par satellite.

Le projet euro-méditerranéen né de la conférence de Barcelone en 1995 semble avancer dans son volet économique et, non sans tergiversations, dans son volet politique plus vite que dans le volet culturel. Pourtant c'est l'interdépendance culturelle qui devrait former les assises sous-jacentes de ce projet.

Bien que beaucoup de rencontres, d'échanges d'expériences et de savoir-faire, d'initiatives de création de réseaux aient été entrepris depuis le lancement du processus de Barcelone, il n'en reste pas moins que la constitution de la communauté méditerranéenne semble ne pas être prise au sérieux. Comme c'était le cas par exemple avec la création de l'Union européenne. Pourtant, nous ne manquons pas en Méditerranée de données communes partagées par l'ensemble de ses habitants. Mais ces données ne sont pas encore actualisées en un élément fédérateur qui participerait à la formation de la communauté.

Quand nous nous retrouvons dans des rencontres organisées sous le signe de ce projet, ces données semblent omniprésentes, ce qui est loin d'être le cas au-delà de l'espace et du temps où de telles rencontres ont lieu.

Or, pour constituer la Méditerranée, nous devons peut-être commencer à nous interroger plus particulièrement sur les données profondes que nous avons en partage, pour faire le

premier pas dans la recherche de l'élément fédérateur qui formera la base pour la construction de la conscience méditerranéenne.

Dans cet objectif nous pensons que l'appel à ce symposium est de bonne augure puisqu'il concentre ses travaux sur l'imaginaire qui constitue un domaine important de la culture méditerranéenne.

Mais, peut être qu'interroger notre histoire et notre présent ne suffirait pas pour atteindre l'objectif auquel nous visons. Il faudrait peut-être, et sans négliger notre passé ni notre présent, continuer à créer des données communes nouvelles qui participent à la création de l'élément fédérateur méditerranéen. Pour cela j'approuve entièrement Amine Maalouf quand il dit : « Le premier pas, salutaire, serait de commencer à parler de construire la Méditerranée. Et d'abord [...] il s'agit de construire une conscience méditerranéenne. La conscience d'appartenir au monde méditerranéen. Il est important de persuader les hommes et les femmes vivant autour de cette mer commune que cette appartenance fait partie de leur identité ». Et quand il ajoute : « il faut, face aux mythes de division, innombrables et encore dominants, partout bâtir patiemment des mythes différents, des mythes qui rassemblent. Retrouver dans le passé les symboles [...] qui rassemblent. Oui, bâtir, face aux mythologies ethniques, identitaires, une mythologie commune, une histoire commune, une fierté commune. Une appartenance commune ».

Comme le dit très bien Maalouf, il ne suffit pas de puiser dans le passé, il faut créer les symboles de l'appartenance à la Méditerranée. Parmi ces symboles que nous pouvons rêver d'avoir un jour je me permets de mentionner quelques-uns rapidement :

1. Un drapeau méditerranéen : qui n'aura pas, au moins au début, une valeur politique mais une valeur civilisationnelle indéniable. Il peut être dominé par des variantes du bleu, mais

il évoquera la mosaïque de la Méditerranée, c'est-à-dire la diversité constituant son unité.

2. Un label de la culture méditerranéenne : que l'on verra apposé sur les produits de culture et sur les affiches publicitaires.

3. Une chaîne de restaurants « food-Med » tout au long des plages méditerranéennes qui, à la place des hamburgers « mac-do », offriraient des plats et des menus de la région. Ceux-ci pourraient contenir des *pan con tomate* espagnols, des chawarma grecques avec salata machwua tunisienne ou taboulée libanaise pour finir tout avec une bonne glace aux pistaches d'Alep ou des mangues de l'Égypte.

4. Une revue spécialisée dans la diffusion de la culture méditerranéenne. Elle paraîtrait en plusieurs langues, et en différents lieux, avec les mêmes articles au même jour. J'avais formulé le souhait d'un tel projet lors de la première conférence EuroMed. Depuis, une revue *Rive* qui n'a connu qu'une vie éphémère était éditée en Italie. Espérons qu'un jour une autre revue verra le jour.

Quand on appelle à la recherche d'un élément fédérateur capable de construire une conscience méditerranéenne, la réalité impose à l'espoir d'être modeste. Car la création de la Méditerranée ne peut, d'aucun cas, être une affaire de culture uniquement. Elle est aussi, sinon plus, une affaire de politique et d'économie, et dans ces deux domaines les rivalités l'emportent sur la concordance.

Mais gardons l'espoir de voir la bonne volonté des méditerranéens triompher de leur discordes. C'est une Utopie ? Oui, peut-être, mais l'utopie fait partie de l'élément fédérateur ; et puis, n'a-t-on pas vu des utopies qui ont réussi à faire tomber des murs ?

II

LA CREACIÓ DE NOUS ESPAIS DE COMUNICACIÓ

EL MEDITERRANI: NOUS IMPULSOS PER A LA CREACIÓ

FÈLIX RIERA

Conseller, Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Barcelona

LA RECUPERACIÓ dels ideals del Mediterrani,¹ amb el propòsit de crear un espai de diàleg orientador, reconstructor i clarificador dels cismes culturals i polítics produïts durant els últims anys, es troba en una fase d'estancament que està generant en l'ànim de la comunitat cultural² una visió malenconiosa, producte de la no-acció. Fins avui, els esforços de la comunitat cultural han anat en la direcció d'establir una reconstrucció crítica del vell i el nou Mediterrani. Una recuperació de símbols (el Mediterrani de les ciutats), de geografies perdudes

1. Els ideals del Mediterrani a què em refereixo són: la democràcia (l'esperit d'Atenes), la importància de la ciutat (com a estructura organitzativa a la mesura de les persones), l'art del coneixement (la filosofia com a síntesi d'un coneixement d'arrel universal), l'espiritualitat (el Mediterrani com a gresol de les tres grans religions: el cristianisme, el judaisme i l'islamisme). El Mediterrani, en definitiva, com a mesura de l'home.

2. L'existència de la comunitat cultural del Mediterrani és avui una realitat. Noms com els de Baltasar Porcel, Edgar Morin (França), Yashar Kemal (Turquia), Abdallah Laroui (el Marroc), Andrea Riccardi (Itàlia), Nawal al Sadawi (Egipte), etc., ens indiquen que ens trobem davant d'un moviment cultural d'arrel humanista que busca la creació d'una consciència mediterrània, com existeix ja una consciència europea. El terme «comunitat cultural» queda perfectament delimitat per Xavier Bru de Sala quan compara el món científic amb el món cultural tot afirmant que aquest últim hauria d'estar estructurat com el món de la ciència, on el factor determinant no són les multinacionals farmacèutiques ni les empreses de biotecnologia, sinó que és la comunitat científica la que marca tendències.

(foment de noves centralitats: el Marroc, Tunis), d'identitat formal (a través d'incorporacions culturals), de la història (Mediterrani com a caos i ordre) i emocional (la creació com un enigma clar), a la recerca del retrobament amb el nostre jo mediterrani, un esforç per despertar en la nostra consciència que no som un producte de compartiments estancs, sinó que estem subjectes al flux d'idees i vivències interconnectades amb el passat i projectades cap al futur. Un Mediterrani on nord i sud s'expressen com una mateixa realitat cultural, encara que des del punt de vista econòmic, social i religiós visquem realitats intermitents i desconnectades com a conseqüència d'interessos immediats propis.

El resultat d'aquest procés, lent i constant, ha generat, d'una banda, la creació d'una infinitat de nodes culturals i incorporacions estètiques i, d'una altra, la constatació que aquests moviments culturals es dilueixen en la pròpia comunitat cultural. És més, cal constatar que aquest esforç de coneixement i reconeixement cultural, basat en la diversitat, no aconsegueix influir en els esdeveniments. La incapacitat de la labor de creadors i intel·lectuals per incidir en l'acció-esdeveniments, implica la contemplació impotent de l'esdevenir del Mediterrani, font de valors universals, en un lloc permanent de conflictes (xenofòbia, guerres, prejudicis, fonamentalisme, deficiències democràtiques...), que neguen els esmentats valors i propicien que molts d'ells es preguntin: «Com hem de transmetre les nostres idees en favor dels ideals del Mediterrani, per potenciar la creació d'una nova identitat emmarcada en un projecte conjunt de les societats que l'habiten? De quins instruments cal dotar-se per avançar en una visió constructiva del Mediterrani? Com hem d'influir en la classe política per motivar noves formes d'articulació del Mediterrani? En definitiva, com aconseguir canviar el destí tràgic del Mediterrani modern?»

Des del meu punt de vista, no podrem influir en la realitat, en la seva dinàmica dels esdeveniments, des de la comunitat

cultural, si no som capaços de transmetre amb claredat i potència comunicativa la situació actual, intentant, en primer lloc, objectivar la imatge del Mediterrani que tenen els ciutadans i, en segon lloc, establir el paper dels diferents instruments de mediació, la responsabilitat dels quals és vincular la comunitat cultural amb el públic-espectadors.

Notes sobre la imatge prefixada

El ciutadà es veu sotmès al desordre dels esdeveniments que mostren de forma fragmentària i descontextualitzada els mitjans de comunicació. Aquesta visió incompleta, unida a un llarg procés d'allunyament de les dues ribes del Mediterrani, provocat per les dues grans guerres civils europees, ha creat una valoració esbiaixada en ambdues. Per comprendre millor aquest aspecte cito a continuació alguns elements que dificulten una comprensió més profunda del Mediterrani com a espai comú.

a) Una imatge del Mediterrani de forta concepció mítica, on el pes del passat, sobre la base de l'aportació de l'antiguitat, del món clàssic, implica una visió romàntica del Mediterrani, on les ruïnes són més visibles que la realitat que habitem. Un procés d'exhumació de la nostra història, que busca fer reviure el millor d'aquesta, a través d'una constant evocació de llocs comuns que van des del pensament fins a la religió. Aquesta concepció mítica ha suggerit al ciutadà la idea que la continuïtat històrica del Mediterrani depèn més de comprendre el passat que de viure el present.

b) Un desbordament-aflorament dels prejudicis. Les societats occidentals es veuen sotmeses a un fenomen migratori que observen com una amenaça i no com un factor de desenvolupament. Els prejudicis s'estableixen en termes de raça, religió,

cultura o costums. I des de l'Europa del Mediterrani s'observa l'arribada de l'altre com una càrrega no sols econòmica sinó també cultural. En el llibre *Orgull i ràbia* d'Oriana Fallaci, la part dedicada a la ràbia apella de forma radical i incendiària als prejudicis —islamofòbia— per conscienciar el lector occidental que està perdent el seu lloc i els seus drets. Els prejudicis davant el fenomen de la migració es converteixen en l'única resposta per al ciutadà afectat.

c) La consolidació d'una mentalitat de blocs, abans ideològics, avui de civilitzacions, producte de tensions polítiques i territorials situades al Pròxim Orient, reclamen a Occident i a Orient una nova dinàmica de blocs on el factor de disputa és essencialment cultural.

d) El debat de la descolonització, si bé s'ha tancat, en molts casos, en termes d'independència o recuperació de la sobirania, segueix obert en termes de dependència econòmica i d'esferes d'influència. Els Estats Units, França i el Regne Unit, bloc occidental, són considerats culpables dels desequilibris econòmics i socials.

e) El radicalisme religiós, fonamentalment islàmic, ha construït un sistema social tancat, enrocat en una visió de croada cultural. La no-separació entre estat i religió fomenta la política d'allunyament de models culturals que no siguin afins, propis. En aquest sentit, el burca s'observa des d'Occident com un nou mur de separació entre cultures.

f) I, finalment, encara que s'hi podrien introduir més elements, les diferències econòmiques i d'organització social del sud del Mediterrani, situa el nord en un pla superior, no dependent de la mirada de l'altre.

Doncs bé, tots aquests aspectes, que podríem denominar deformadors, són els que avui habiten l'imaginari del jo occidental, consolidant la idea que la recuperació del Mediterrani com a espai comú és una illusió intel·lectual irrealitzable. Tots

els aspectes exposats, deformants, potencien una visió esbiaixada i neutralitzadora d'un costat i un altre del Mediterrani. És descoratjador advertir aquesta realitat perquè, si analitzem les aportacions que ha fet la comunitat cultural per trencar aquesta lògica, observarem que el ciutadà disposa d'elements suficients per modificar la seva interpretació de la realitat. El Mediterrani construït per la comunitat cultural no se centra només en el mite com a motor de la història, sinó que ha estat capaç de coordinar esforços creatius que han donat com a resultat noves sonoritats, noves formes visuals, noves correspondències literàries, han possibilitat una nova realitat cultural sorgida del diàleg creatiu i han establert el mite com a punt de partida, no d'arribada. Cal indicar també que, enfront d'una visió plena de prejudicis, la labor de la comunitat cultural ha estat capaç de fer comprendre a molts la necessitat d'entendre l'altre, dissipant els esmentats prejudicis i fent aflorar la confiança a través de trobades creatives que permeten al ciutadà adquirir noves formes de coneixement de la seva pròpia realitat, des d'una visió més àmplia. La mentalitat de blocs, gràcies al diàleg —ponències, conferències—, es veu sotmesa a un procés de reconsideració, cosa que propicia la seva revisió i ofereix nous patrons d'interpretació històrica, que ens demostren que la nostra geografia cultural és laminar, com a concepte de suma, no de divisió. La mirada, des de la literatura o el cinema, dels processos de descolonització ha apostat per una revisió crítica cap als uns i cap als altres. D'altra banda, mai no hem disposat com ara de tantes dades sobre les distintes religions (islamisme, judaisme, cristianisme) i la seva dimensió social, cultural i política per construir la nostra pròpia opinió, ja que ens podem apropar a la cultura d'altres països gràcies als nous suports de comunicació, ja sigui internet o televisió. No obstant això, s'imposen al ciutadà els aspectes deformants abans citats, del moment que és més potent la influència de l'immediat sobre l'elaborat. L'immediat, suggerit sempre des de la informació

des dels mitjans de comunicació, ens endinsa en la segona qüestió que desitjo tractar, el paper dels instruments de mediació, fonamentals per a la difusió d'una nova mirada sobre el Mediterrani.

Nota sobre la imatge construïda

Si analitzem el circuit de la producció-obra cultural, la creació-producció-mediació-espectador, tant en el camp de la literatura com en els de la pintura, el cinema, les arts plàstiques, el teatre, etc., veurem que el punt que falla en tot el procés és el de la mediació, ja que la distribució de les produccions i l'emissió televisiva haurien de fomentar i difondre la vasta producció intel·lectual i artística que la comunitat cultural de l'un i l'altre costat del Mediterrani intenten traslladar als ciutadans. La distribució de les produccions que es realitzen està, en molts casos, determinada per la difusió i la importància que li atorguen les televisions. És per aquesta raó que vull centrar-me en la televisió com un dels factors d'alentiment de la presa de consciència del Mediterrani com a espai comú, tant a nivell cultural com social, polític i econòmic; la recuperació del Mediterrani com a forma d'enllaç entre el passat, trets comuns, i el futur, comprensió de l'altre, nou mercat, noves xarxes culturals. A tall d'exemple, podem centrar-nos en l'evolució de la programació del Fòrum 2004, que se celebrarà a Barcelona. El Fòrum 2004, en els seus inicis denominat Fòrum de les Cultures, iniciarà una vasta programació on totes les cultures quedaran reflectides i que definirà Barcelona com un espai de trobades culturals de gran difusió internacional. S'hi parlarà sobre immigració, sostenibilitat, mestissatge cultural, la cultura de la pau. S'hi realitzarà una carta-constitució de la cultura, entre moltes altres manifestacions. Però aquesta organització no ha considerat la possibilitat de llançar un canal de televisió o programació

de televisió sobre el Mediterrani com a unitat creativa. De la mateixa manera que cap de les televisions públiques de Catalunya no té en aquests moments cap programa que vagi en aquesta direcció. Una situació extrapolable a la majoria de les cadenes de televisió, i que resulta paradoxal si pensem en la potencialitat del mercat del Mediterrani, amb més de 450.000.000 d'habitants, compost per vint-i-dos estats, amb més de seixanta televisions públiques³ i més de mil televisions privades. Aquestes dades ens indiquen que el problema no és de mercat, ni de continguts, ni d'una llengua comuna (avui els sistemes digitals d'emissió permetrien solucionar el problema esmentat). El problema radica en el fet que per a la majoria de les televisions el Mediterrani segueix sent una identitat abstracta difícil de fixar en una programació. Els informatius i els programes d'actualitat no diària no aconsegueixen establir un vincle entre informacions d'uns i altres països per entendre els problemes en tota la seva complexitat, fins al punt que les televisions europees tenen encara una mirada colonial o de culpa

3. Els països als quals em refereixo són: Albània (un canal públic), Algèria (un canal públic), Bòsnia (un canal públic i un canal privat), Xipre (dos canals públics i dos canals privats), Croàcia (dos canals públics i un canal privat), Egipte (nou canals públics i una plataforma digital: Niel Sat), Grècia (tres canals públics, cinc de privats i dues plataformes digitals), Itàlia (tres canals públics, sis de privats i dues plataformes digitals), Jordània (dos canals públics), Eslovènia (dos canals públics i tres de privats), Espanya (deu canals públics, tres de privats i una plataforma digital), França (dos canals públics, cinc de privats i tres plataformes digitals), Líban (dos canals públics i tres de privats), Líbia (dos canals públics), Malta (tres canals públics i tres de privats), el Marroc (un canal públic i un canal privat), Mònaco (un canal privat), Síria (dos canals públics), Tunis (dos canals públics i un de privat), Turquia (set canals públics), Iugoslàvia —Sèrbia i Montenegro— (set canals públics). Aquestes dades es refereixen a la situació de la televisió en el Mediterrani l'any 2000. La tendència dels últims tres anys ha anat en la línia d'augmentar l'oferta televisiva amb l'aparició de fenòmens com els de la televisió local.

amb les seves excolònies, com és el cas d'Espanya amb el Marroc-Sàhara, França amb Algèria i les seves relacions amb Israel i els països àrabs, Grècia amb Xipre, el Regne Unit amb Israel o Itàlia amb Tunis, per raons de proximitat.

Com a conseqüència, l'esforç de la comunitat cultural per conscienciar en el valor d'allò que és mediterrani com a factor transformador i impulsor de les nostres cultures, es veu frenat i convertit en una madeixa intel·lectual incomprensible per al receptor, indicant-nos la desconexió existent entre realitat cultural i realitat mediàtica, entre creació i informació.

La falta de compromís dels instruments de mediació, produïda pel desconeixement de la potencialitat del jo mediterrani, és el factor clau per entendre la falta de resposta dels ciutadans a les diverses formes de crida que es realitzen des de la comunitat cultural i comprendre el sentiment d'impotència que bona part dels creadors i intel·lectuals té, en comprovar que els seus punts de vista no apareixen en els mitjans, ja que es prefeix observar i mostrar la cara tràgica del Mediterrani, no la seva cara constructora. No és fàcil avançar en un concepte unificador del Mediterrani, a través de la diversitat de les cultures que s'hi manifesten, sense comptar amb els instruments de mediació, que haurien de ser els principals creadors de vincles entre el món cultural i els públics i espectadors. Podem concloure, en aquest sentit, que la imatge prefixada que té el ciutadà no sols respon a pautes culturals tradicionals, sinó a la falta de tensió cultural dels mitjans de comunicació que no han estat capaços d'impregnar la seva programació amb una visió més plural i projectiva sobre el Mediterrani.

La imatge incompleta de què disposen els ciutadans sobre la dimensió real del Mediterrani (com si només ho veiessin en dues dimensions) i la falta de compromís dels mitjans de comunicació per difondre i promocionar noves posicions, sorgides de la comunitat cultural, sobre la realitat que vivim, són els elements centrals pels quals avui encara no podem parlar d'un

nou centre de decisió econòmica, política i cultural en el món, com és la comunitat europea. Europa, amb totes les seves diferències culturals, polítiques, socials, amb dues guerres mundials encara presents en la seva geografia i en el seu esperit, va decidir que la seva supervivència només podia arribar de la mà del reconeixement d'una realitat comuna europea. Un dels factors més determinants que van permetre el reconeixement mutu va ser el fet cultural, impulsat per la comunitat cultural, ja fora de París, Londres, Praga, Roma, Barcelona o Berlín. El món intel·lectual europeu del segle xx va aconseguir modificar lentament les fronteres, assimilar-les, fins a situar-les més enllà de la lògica política i militar. L'esforç que està realitzant la comunitat cultural del Mediterrani va en la mateixa direcció d'ampliar les fronteres del paisatge intel·lectual del Mediterrani.

A tall de conclusió

Les conferències-trobades que hem impulsat tenen com a objectiu principal considerar el valor del paper dels mitjans de comunicació com a factors centrals per a la mediació entre el món cultural i els ciutadans. Un objectiu que es concreta a fomentar que les televisions, principalment les públiques, aprofundeixin en les seves relacions i aconseguixin impulsar una xarxa-intercanvi de programes que permetin a l'espectador disposar de punts de vista més plurals. Es tracta, doncs, de suggerir la necessitat d'impulsar un pacte-acord entre els emissors i els generadors de continguts per renovar la mirada que tenim del nostre entorn comú; buscar noves formes de relació entre el món intel·lectual i les televisions perquè aquestes arribin a un major grau de profunditat i alçada en mostrar les complexes relacions que es donen cita en el Mediterrani. Es tracta que la televisió, sobre la base d'aquest acord, tingui capacitat d'influència en tot el conjunt de la societat. Com indica Ernst Jün-

ger,⁴ «no podem excavar sinó el ja conegut». Els mitjans de comunicació han de començar a conèixer la veritable dimensió del Mediterrani que ens ofereix la comunitat cultural si vol començar a descobrir cap on ens dirigim, si vol apostar pel futur.

4. Citació extreta del seu llibre *L'art i l'escriptura*.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA TRADICIÓN. REFLEXIONES SOBRE EL DISCURSO PUBLICITARIO Y LA ALIMENTACIÓN EN EL ÁREA MEDITERRÁNEA¹

F. XAVIER MEDINA

*Antropólogo. Investigador del Institut Europeu
de la Mediterrània. Barcelona*

LOS CONDICIONAMIENTOS sociales y culturales que se refieren a la alimentación son variados y complejos. Como ocurre con todos y cada uno de los aspectos de la cultura, los hábitos alimentarios de los grupos —y, por lo tanto, dentro de ellos, de los individuos— se construyen socioculturalmente. En este sentido, como señala González Turmo (1996 : 13), «la elección en alimentación, aunque dependa de la persona que compra y guisa en cada casa, rara vez es libre, aun cuando pueda parecer una de las actividades humanas donde más independencia tienen el propio parecer y el gusto. Las actitudes y los comportamientos [...] citados vienen, de hecho, condicionados por factores (de bagaje cultural) ajenos a la voluntad de cada cual».

Es en este sentido que la publicidad juega un cierto papel interactivo con el consumidor. Por un lado, ofreciéndole² toda una gama de posibilidades a su alcance; pero, por otro, asu-

1. Este artículo recoge, actualizados, algunos materiales y reflexiones que habían aparecido ya, en inglés, en un artículo precedente (Medina, 1998a), así como otros desarrollados en otro trabajo (Medina, 1998b) y algunas otras reflexiones posteriores.

2. Y seduciéndole estéticamente (Zunzunegui, 1994).

miendo y jugando con los condicionamientos culturales que influyen, sin lugar a dudas, en la elección alimentaria. Desde esta perspectiva, la presencia y la búsqueda de la *tradición*, las referencias al pasado, a los orígenes culturales de los alimentos promocionados, se han convertido desde hace tiempo en un recurso de especial consenso y efectividad, particularmente en lo que a los productos de la alimentación mediterránea se refiere.

En este artículo intentaremos realizar una aproximación a la *construcción de la tradición* llevada a cabo alrededor de la alimentación y de la dieta mediterráneas, atendiendo principalmente a la promoción de esta *identidad* alimentaria a partir principalmente de algunos ejemplos procedentes de la publicidad española aparecidos durante la última década. No pretendemos hacer aquí una revisión exhaustiva ni pormenorizada de los mensajes publicitarios sobre el tema; sin embargo, pensamos que un análisis del discurso utilizado en dichos anuncios sí que puede darnos la pauta de una tendencia que ha identificado particularmente los alimentos y productos del régimen alimentario mediterráneo con la *tradición* y con la reivindicación de un pasado que viene a asegurar la naturalidad y la calidad de los productos presentados.

Mediterráneo y tradición

En una publicación de hace ya unos años, Claude Fischler se quejaba de que «encontramos constantemente los mismos temas en el discurso contemporáneo de los nutricionistas a propósito del *régimen mediterráneo*, que siempre habla de cualquier cosa en lugar de simplemente nutrición, y que se aguanta en argumentos extranutricionales y extracientíficos para justificar sus preconizaciones» (Fischler, 1996 : 364). Casi seguidamente, el mismo autor plantea que uno de estos «argumentos extranutricionales» es —y lo sitúa en primer lugar— el

de la *tradición* y la *perennidad* del modelo alimentario mediterráneo, muy especialmente desde el punto de vista anglosajón (*op. cit.* : 365 y ss.).

Cualquier tipo de identidad colectiva —y bien podemos calificar la alimentación mediterránea como una identidad alimentaria específica, construida socialmente en oposición a otras tradiciones igualmente construidas socioculturalmente, y situada en un área geográfica concreta— necesita hundir sus raíces en un pasado determinado —a ser posible mítico— y legitimador de un presente y de un futuro también en construcción. En este sentido, y en palabras de Millán (1995 : 225), «las diferencias entre regiones conllevan aspectos socioculturales y físicos y, por lo tanto, una cocina considerada *tradicional*».³

El tiempo evocado por la tradición se pierde más allá de la memoria, más allá de lo que socialmente es posible recordar y afirmar, e incluso más allá de los confines de la imaginación mítica. Sin embargo, es un tiempo aceptado grupalmente como perteneciente e incluso iniciador de la memoria colectiva. De este modo, es proyectado desde el pasado para legitimar y justificar el presente, la acción cultural vigente. En palabras de Mintz (1996 : 85), «la historia reciente y los Mass Media nos “preparan” para una catástrofe medioambiental. Estamos dispuestos a descubrir impureza a cada paso, a ser amenazados por la impureza a cada momento. Mucha de nuestra añoranza por lo que es puro —agua, aire, verduras, frutas— mira con nostalgia hacia un pasado cada vez más en vías de desaparición». Un pasado que aporta calidad y naturalidad al presente.

Más allá de las valoraciones dietéticas, médicas o socioantropológicas de la alimentación mediterránea en sí, el recurso

3. A no ser que se especifique lo contrario, todas las cursivas que aparecen en las citas o en los fragmentos publicitarios seleccionados han sido introducidas para remarcar las frases que más nos interesa destacar.

de la tradición ha sido uno de los principales focos promocionales de las diversas campañas, ya sean institucionales o privadas, llevadas a cabo por las diversas empresas productoras de alimentos considerados como pertenecientes al ámbito de *lo mediterráneo*. Sirva como ejemplo un artículo de prensa⁴ dedicado a la promoción de la dieta mediterránea, cuyo título reza: «Un régimen alimenticio donde prima la variedad, la estacionalidad y la *tradición*». En las líneas que siguen abordaremos diversos casos que nos servirán como ejemplo de dicho recurso en relación con el discurso alimentario promocional que se construye en relación con la alimentación.

La base de la cultura mediterránea

El Mediterráneo ha sido considerado, popular y *tradicionalmente*, como la cuna de la cultura. Sobran ejemplos al respecto. Como ilustración, citaremos tan sólo uno de ellos, relacionado con la alimentación: cuando el eminente nutricionista Ancel Keys (1975) expresaba, al comienzo de una de sus obras más conocidas, sus sensaciones sobre «todo aquello que llamamos *nuestro* mediterráneo, aquella gran extensión de tierra que va desde el estrecho de Gibraltar hasta el final de Europa, en la cuna de la cultura europea».

La publicidad, como parte de este imaginario popular socialmente construido, ha seguido un camino semejante hasta nuestros días. En 1996, una multinacional del sector lácteo lanzaba en España la hoy famosísima campaña de un yogurt de textura cremosa: el «yogurt griego». A pesar de tratarse de una creación relativamente reciente dentro de la gama comerciali-

4. Conrado Estragués. «Un régimen alimenticio donde prima la variedad, la estacionalidad y la tradición», en *El Periódico de Catalunya*. Barcelona, jueves 20 de marzo de 1997, p. 18.

zada por la marca, el producto —la imagen que de él se da— no se promociona, ni mucho menos, como nuevo. El eslogan publicitario habla por sí solo:

El yoghourt a la *receta tradicional* griega, es un producto para los que aprecian el sabor auténtico y la textura más cremosa de este alimento *base de la cultura mediterránea*.

Casi no es necesario mencionar que la imagen gráfica que ilustra el producto muestra unas ruinas griegas. Por un lado, la «cuna de la civilización»; por otro, la *receta tradicional griega*. El resultado es «este alimento base de la cultura mediterránea».

En un sentido semejante se expresaba una conocida marca vinícola, productora de cava catalán:

Bienvenido al Mediterráneo, donde está el origen de [nombre de la marca]. En el Mediterráneo empieza su historia, y su espíritu está en la esencia de todos nuestros cavas.

El Mediterráneo es la *base* y el *origen*, la *cultura* y el *espíritu*. Es, en definitiva, la *tradición*. En relación a ello, en otro lugar (Medina, 1996*b*), mencionaba el caso de otra campaña relativamente reciente de la anteriormente citada empresa de productos lácteos para promocionar su *cuajada*. El texto publicitario decía lo siguiente:

Hay costumbres que se mantienen arraigadas y fuertes a través de los años. Como la cuajada, nuestro gran postre. Cuajada de [nombre de la marca]. Como de costumbre. [Las imágenes, en tetrante, ofrecían un partido de pelota vasca en un medio rural].

Como señala Atkinson (1983), la imagería de los *health foods* refleja, en definitiva, tres temas fundamentales: lo sano, lo exótico y lo tradicional. Estas tres categorías proporcionan la

justificación para la superioridad de algunos alimentos y sus virtudes especiales. En el caso del anuncio mencionado, las tres categorías se cumplen: el alimento es natural —y se evocan sus orígenes rurales y caseros para darlo a entender—, es *tradicional* —como «costumbre arraigada y fuerte a través de los años»— y es, a la vez, exótico —puesto que la promoción del alimento en cuestión se realizaba a nivel del Estado español, y las referencias a los rasgos «étnicos» o tradicionales vascos pueden resultar de alguna manera *exóticos* fuera de Euskadi—.

La modernidad al servicio de la tradición

Como señala Ritzer (1996 : 66), «el horno microondas (al igual que el abanico de productos que ha contribuido a propagar) es sólo uno de los numerosos elementos que han contribuido a incrementar la eficacia de la cocina *casera*».⁵ En este sentido, cabe destacar que, «a diferencia de sus colegas de la industria cosmética, los químicos de la industria alimentaria están condicionados en su imaginación tecnológica a producir platos que parezcan salidos de la cocina de nuestras abuelas (cocinados como en casa, como a ti te gustan, con el sabor, textura y las cualidades nutritivas de la mejor cocina casera)» (Contreras, 1993 : 45). La cita de Contreras nos introduce en todo un mundo de nuevas tecnologías de producción alimentaria —los eslóganes que utiliza pertenecen a una marca de platos precocinados—, al servicio, eso sí, de la cocina «tradicional».

En esta misma línea, una marca andaluza de mermeladas anuncia así uno de sus productos:

5. La cursiva, también en este caso, es nuestra. El término «casera» debe ser entendido como aquella comida que se *cocina* —ya preparada, o precocinada, en este caso— y se consume *en casa*.

[Nombre de la marca]: auténtica mermelada de melocotón elaborada artesanalmente. Fundada en 1834. Las mermeladas [nombre de la marca] son elaboradas *como se ha hecho durante más de 160 años*, usando siempre frutas selectas de primera clase. El *artesanal proceso de fabricación* permite conservar la *textura, el color y el aroma natural* de las frutas empleadas y presta a las mermeladas un sabor *realmente casero*.

Según Atkinson (1983 : 15), lo «rural» —en el sentido que a nosotros nos interesa destacar aquí, como aquello «tradicional»— conlleva una imagen de pureza y de naturalidad opuesta diametralmente a la de caos, maquinaria (procesadora) y adulteración. Y esta ruralidad es la que los profesionales y la publicidad de la industria alimentaria, ya desde mediados de los años setenta —aunque con varios altibajos en el camino—, se han visto obligados a destacar, respectivamente, en su producción y en sus campañas. Hace ya unos años, una muy conocida marca italiana de vermouths, en destacada oposición a su más directa rival, también italiana, que había puesto de moda en la década anterior a una exuberante muchacha con patines rodando por la *urbana* Sunset Boulevard, lanzaba una campaña mostrando cuál era «su chica»: ni más ni menos que una adorable viejecita, vestida a la manera «tradicional», en un entorno campestre (y natural, por lo tanto), con una cesta repleta de hierbas en el brazo. La *tradición* personificada.

Un claro ejemplo de la mencionada unión entre modernidad y tradición alimentarias puede ser el caso de las aguas de mesa:⁶

Una leyenda de pureza. [Nombre de la marca] ha simbolizado la máxima pureza del agua mineral *desde épocas anteriores al*

6. Sobre el análisis de la publicidad y la promoción de las aguas minerales embotelladas, he publicado recientemente un estudio específico (cf. Medina, 2003).

Imperio Romano. Para garantizar y preservar esta pureza mítica embotellamos sistemáticamente el agua en el momento en que brota y la analizamos diariamente en nuestros laboratorios.

Aunque el caso del agua pueda ser considerado en buena parte como especial, el ejemplo expuesto nos muestra claramente la triple unión entre la tradición, encarnada esta vez en el mundo antiguo «anterior al Imperio Romano», la pureza, directamente relacionada con la tradición e inalterada a través de los siglos, y las últimas tecnologías en el análisis y en el control del producto, en los laboratorios especializados de la marca. Se da, a nivel de marca, y también en relación con la tradición y con el pasado, una omnipresente vinculación del agua mineral embotellada con el territorio específico del cual procede, ya sea haciendo referencia a él en el etiquetaje, ya sea directamente en el nombre del producto, a menudo ligado al manantial o a la fuente de la cual mana, o la localidad o comarca en la que éste se encuentra. Sutton (2001), en relación a su estudio en las islas griegas, señala al respecto:

Los hombres hablaban constantemente del agua en su región de Grecia, sobre cómo había sido transportada desde una larga distancia por rocosos senderos, cómo estaba de fresca, su especial sabor, sus cualidades curativas, sobre cómo su fama era conocida por toda la provincia y cómo la gente venía desde lejos para beberla. Ellos hablaban de nombres de las aguas [nombres de las marcas] con reverencia [...].

Otro ejemplo en este mismo sentido procede esta vez del vino, un alimento diametralmente opuesto al agua en el imaginario popular y, además, uno de los tres pilares fundamentales de la alimentación mediterránea, junto con el trigo (pan, pasta) y el olivo (aceite) —de los que nos ocuparemos un poco más adelante—:

Desde 1890, cuatro generaciones de artesanos-viticultores de [nombre de la empresa] hemos conservado toda una *tradición* de calidad. A esta *tradición* se han ido sumando los resultados de una constante investigación encaminada a mejorar los niveles tecnológicos de nuestra bodega. *Hoy día el vino* [nombre de la marca] *es el mejor fruto de esos 100 años de historia*. Un vino elaborado a base de mosto virgen de acuerdo con nuestros más rigurosos *cánones artesanales*, y envasado con las más *avanzadas técnicas* de micro-filtración, que permiten conservar intactos todo el aroma y sabor. Por eso [nombre de la marca] es el vino más vendido en España. El vino con la más alta *tradición* de calidad, que Ud. puede disfrutar en su mesa todos los días.

La *tradición* productora *artesana* con más de cien años de antigüedad se suma a las *tecnologías más avanzadas* para ofrecer un producto, no sólo de la mejor calidad, sino que, además, es el más vendido; la tecnología permite, asimismo, que el producto pueda ser disfrutado a diario en la mesa del consumidor.

El pasado «inmemorial»

Las referencias al pasado de y desde la *tradición* alimentaria mediterránea toman principalmente dos formas: el pasado que hemos dado en llamar *memorial* —que será mencionado más específicamente en el apartado siguiente—, y que es aquel que busca despertar y seducir la memoria del receptor del mensaje a través de sus recuerdos «más entrañables», principalmente de la niñez (es decir, del tiempo en el que el receptor era un niño y, por extensión, del tiempo de las comidas elaboradas por las respectivas madres y abuelas); y el pasado *inmemorial*, que busca las raíces de aquello que se presenta en épocas pretéritas más allá de la memoria del actor, e incluso mucho más allá de nuestra era y del tiempo histórico. El ya citado A. Keys (1975) expresa en la ya mencionada introducción de su obra, redactada re-

cordando su estancia en el Mediterráneo —«cuna de la cultura europea», como él mismo expresaba en la cita anterior de ese mismo libro—, que, «más de dos mil quinientos años antes, los emigrantes griegos se lanzaron al *oscuro mar de vino* para colonizar Italia y las costas de Francia y España». En este mismo sentido, la historiadora medievalista australiana Barbara Santich (1995 : 1x) expresa en una de sus obras que «la intemporalidad es, para mí, la fundamental cualidad de la cocina mediterránea».

Los mensajes publicitarios de los productos alimentarios mediterráneos, de la misma manera, buscan —y reivindican— esos orígenes. Hemos mencionado anteriormente el caso de una marca de agua de mesa, cuyo eslogan manifiesta la pureza del manantial de donde procede «desde épocas anteriores al Imperio Romano». En un sentido semejante se expresan los promotores de la denominación de origen (D. O.) del queso de Mahón, en la muy mediterránea isla de Menorca, en las Baleares: «Queso Mahón, Menorca. Siglos de sabor y tradición». La imagen que aparece junto al eslogan recoge diversos quesos de esta denominación de origen, en un marco «tradicional» de utensilios de madera (tablas para cortar el queso), mimbre (cestería), lienzos blancos y espigas secas —con lo que queda asegurada también, por otro lado, la cercanía a la naturaleza, a lo natural en contraposición a lo artificial—.

Otra marca de queso, esta vez manchego, lleva su mensaje más lejos, si cabe, y se remonta nada menos que al *origen* —aunque desde un punto de vista amplio: no acaba de quedar claro «el origen de qué»: «El queso preferido en España, *por sabor y tradición*. [Nombre de la marca], *sabor de origen*».

La búsqueda de aquello que es original, de lo que se encuentra en el principio de las cosas, es uno de los principales puntos a tener en cuenta a la hora de analizar la construcción de la tradición —del *tiempo* de la tradición—. Sin embargo, no menos importante es aquel tiempo construido en relación a

la memoria individual del sujeto: el pasado recordable, *memorial*.

*El pasado «memorial». Los confines
de la memoria y el pasado gustativo*

No iba cabalgando sola, llevaba a su lado, en la alforja, su niñez encerrada en un frasco de torrejas de nata.

LAURA ESQUIVEL, *Como agua para chocolate*

Otro aspecto importante relacionado con la tradición es el de la memoria vivida; el recuerdo; la memoria gustativa; los sabores, los colores y los olores de la niñez. La publicidad alimentaria se encarga de desplazar al receptor del mensaje, desde el presente, a un pasado alimentario entrañable, *auténtico* y, sobre todo, vivido.

El gusto es uno de los sentidos menos fugaces. Su recuerdo se inscribe en nuestra memoria para poder revivir una y otra vez recuerdos y sensaciones inolvidables. Porque el sabor es un arte, un arte fiel a la tradición de las cosas bien hechas...

Este mensaje publicitario, perteneciente a una marca de galletas —actualmente en manos de una multinacional norteamericana de la alimentación—, lleva al actor-receptor a un pasado *memorial* —recordable por el sujeto; es decir: vivido— lleno de «recuerdos y sensaciones inolvidables». Igualmente, frente a las prisas, al caos de nuestras sociedades contemporáneas, el producto presentado, situado en un pasado apacible y lejos del desarrollo tecnológico, permanece «fiel a la tradición de las cosas bien hechas».

Es en este mismo sentido en el que se destaca que lo producido en la actualidad no es —no puede ser— igual que «antes».

No tiene el mismo color, el mismo sabor... No es casualidad, por lo tanto, que una empresa catalana dedicada a la comercialización de huevos lanzase como frase principal de su campaña publicitaria, e incluso como marca, el eslogan: «Sabor d'abans» («Sabor de antes»), famoso en España muy especialmente porque llegó a ser el nombre de un equipo de la primera división femenina de baloncesto, patrocinado por dicha empresa. Sabor de antes, cosas bien hechas. *Tradición*, en definitiva.

La trilogía mediterránea: trigo, vid, olivo..., tradición

Un caso especialmente interesante del recurso a la tradición alrededor de los alimentos mediterráneos es aquel que se refiere a los llamados «pilares» de la dieta mediterránea: el cereal, la vid y el olivo o, lo que es lo mismo, el trigo, el vino y el aceite de oliva. Si sobre determinados alimentos existe alguna duda acerca de su pertenencia o no al régimen —que no a la región— alimentario mediterráneo, sobre los tres elementos citados las dudas desaparecen totalmente: ellos son la esencia de la llamada *dieta mediterránea*.

Igor de Garine (1993) nos dice: «Hay numerosas variaciones de matices, del norte al sur y del este al oeste, pero podemos definir cómodamente el área mediterránea como la que permite, sin riesgos, el cultivo de cereales, viñas y olivos al mismo tiempo que la práctica de la ganadería».

Pero si el cultivo de la vid,⁷ junto con el del grano y el del olivo, tienen tanta importancia en Europa y muy especialmen-

7. Como señala Pujol (1996 : 62), la vid es espontánea en el Mediterráneo. No será hasta el siglo VI aC cuando los griegos la implanten como cultivo en el área mediterránea occidental, y tendrán una gran influencia en su difusión entre los indígenas ibéricos. Serán los romanos, por su parte, quienes llevarán a cabo una explotación intensiva.

te en el mundo medieval, es también por el carácter fuertemente ideológico que el pan y el vino —junto con el aceite—, instrumentos del milagro eucarístico, asumen en la tradición cristiana. La difusión de la nueva fe significó también la difusión de la cultura agraria y vitícola, indispensable soporte técnico de la liturgia cristiana (Montanari, 1993).

El papel «tradicional» de estos elementos / alimentos queda, pues, manifiesto a través de estas líneas. En el caso del vino, como hemos visto en uno de los casos expuestos más arriba, la elaboración *tradicional* se liga hoy a las nuevas tecnologías en la producción / promoción vinícola, conservando «toda una *tradición* de calidad» conjugada con «las más *avanzadas técnicas*».

Como ejemplo complementario nos sirve otra marca del centro-sur de España (Castilla-La Mancha), que manifiesta haber «experimentado una constante evolución hasta nuestros días, manteniendo siempre un perfecto equilibrio entre las *mejores prácticas tradicionales* y la más moderna tecnología».

La presencia del aspecto tradicional no es menor en el caso del pan (elaborado a partir del trigo, principalmente, en el caso español). Una de las más importantes marcas del mercado en España, radicada en Cataluña, anuncia uno de sus productos con el siguiente eslogan: «Un nuevo sabor a pan tradicional». Y añade: «[Nombre de la marca] es un pan *recién sacado del horno*. Hecho con la misma calidad de ingredientes seleccionados que [nombre de la marca] pone en todos sus panes. [...] Pruébelo también tostado y verá cómo le recuerda *al viejo sabor del pan tradicional*». Mucho más radical y concisa se muestra otra marca de pan —principalmente tostado— del sur de la Comunidad Valenciana, quien lanzó un único eslogan con la frase: «Como manda la tradición».

Un caso muy especial en este mismo sentido es el del aceite de oliva. El antropólogo francés Igor de Garine (1993), como ya hiciera Braudel, expresa que «tal vez la distribución del olivo

marca los límites dentro de los cuales consideramos que se halla el mundo agrícola mediterráneo». March (1992 : 54), por su parte, en referencia a la cocina, destaca que «la cocina mediterránea no podría existir sin el aceite de oliva. Ese aceite de oliva virgen que a través de los tiempos fue un alimento básico y hoy es indispensable en una dieta equilibrada».

Promocionado como elemento base de la dieta mediterránea, y muy especialmente en los últimos años a raíz de sus implicaciones en la reducción de los niveles de colesterol, la presentación del aceite de oliva ha hecho un uso particularmente importante de la *tradición* como elemento de entrada y de asentamiento en el imaginario colectivo. Mientras que otros tipos de aceite (maíz, pepita de uva...) utilizan referencias publicitarias y de presentación cercanas al mundo de la salud, el deporte, la agilidad, la «vida sana», la ecología, etc., las marcas de aceite de oliva continúan vendiendo —además de la imagen de grasa saludable y reductora de los niveles de colesterol— *tradición*.

Situadas principalmente en el litoral mediterráneo y en el sur de España, las plantaciones olivareras y las compañías aceiteras tienen una fuerte implantación en el mercado español. En este sentido, el recurso a la tradición no les es ni mucho menos extraño:

[Nombre de la marca]: Aceite de oliva virgen extra. *En la mesa desde hace siglos*. Los aceites [nombre de la marca] proceden del olivar más antiguo⁸ y más extenso de España. De unos campos de olivos que constituyen auténticos parques naturales, que, en Anda-

8. «El olivo, que se había introducido en España durante la dominación de los Fenicios (1050 aC), no alcanzó notable desarrollo hasta la [...] dominación de Roma (45 aC). Después de la Tercera Guerra Púnica, el olivar ocupaba una importante extensión de la Bética y se expandió hacia el centro y litoral mediterráneo de la Península Ibérica» (Consejo Oleícola Internacional, s. f. : 4).

lucía, Jaén, Córdoba y Granada, abarcan una superficie de 675.000 hectáreas.

En la cocina y en la mesa, el zumo de aceitunas [nombre de la marca] constituye un aderezo de lujo para aliñar verduras y pescados hervidos, sazonar ensaladas y realzar con su elegancia múltiples platos de la *cocina tradicional* (pescados en salsa verde, bacalao al pil-pil, escabeches...).

Debido a su elevado contenido en ácido oleico y su riqueza en vitaminas A y E, contribuye a disminuir el nivel de colesterol, siendo un eficaz antídoto contra las enfermedades cardiovasculares.

Al final, especialmente remarcada en la etiqueta, figura la frase «Aceite desde hace siglos». La empresa, situada en la provincia de Jaén, en la Andalucía oriental, reivindica los *siglos de tradición* olivarera de la zona, según reza la misma publicidad: «el olivar *más antiguo y más extenso de España*». En el mismo sentido, una empresa radicada en Sevilla manifiesta:

El aceite de oliva [nombre de la marca] procede de los olivares andaluces, cultivados con el máximo esmero desde *tiempos inmemorables*.

Frente al recurso de este pasado *inmemorial*, otra empresa aceitera, una de las marcas líderes del sector, esta vez radicada en Córdoba, en la Andalucía occidental, recurre a la memoria del receptor para demostrar la permanencia de su producto en la mesa del consumidor a pesar del paso de los años: «Aceite de oliva [nombre de la marca]. En casa de toda la vida».

Pero el recurso de la *tradición* no se encuentra solamente en la publicidad de las empresas aceiteras, sino que podemos encontrarla también fuertemente presente en la publicidad institucional. Un tríptico informativo de promoción del aceite de oliva perteneciente a la campaña: *Aceite de oliva, fuente de vida*, financiada por la Unión Europea, comienza su explicación con

estas palabras: «El olivo, árbol mítico y símbolo de inmortalidad, se funde con la historia, la *tradición* y la cultura de los pueblos mediterráneos. [...] El aceite de oliva da sabor a nuestra más *tradicional* y mejor cocina». De la misma manera, en su momento, en un artículo patrocinado por el Departament d'Agricultura de la Generalitat de Catalunya reseñando la presentación de la «Declaració de Barcelona sobre la dieta mediterrània», se pone de manifiesto que, en el punto cuarto de dicha declaración, «los alimentos se condimentan habitualmente con aceite de oliva, [...] todo ello de acuerdo con costumbres, hábitos y creencias religiosas».⁹ Las referencias a la dieta mediterránea en toda la «Declaració» se hacen en términos de «dieta mediterránea *tradicional*».

Como hemos podido observar a lo largo de todo el presente artículo, la construcción y la promoción de la alimentación mediterránea se han enmarcado perfectamente dentro de una tendencia que lleva, sin lugar a dudas, hacia una identificación de alimentos sanos y saludables con alimentos *tradicionales* y cuyo origen y consumo se pierden, ya sea en el origen de la civilización, ya sea en los más remotos y entrañables rincones de la memoria del sujeto receptor del mensaje. Esta tendencia, sin embargo, no nace aisladamente, y se sitúa dentro de un marco más general, especialmente en lo que a la publicidad y la promoción alimentaria se refiere, de recuperación del pasado como símbolo de naturalidad y, por lo tanto, de calidad. Asistimos, pues, junto a la promoción internacional del régimen alimentario mediterráneo, a un nuevo *retorno de la tradición*.

9. DARP. «Declaració de Barcelona sobre la dieta mediterrània», *Avui*, martes 19 de marzo de 1996, p. 23.

Bibliografia

- Atkinson, Paul (1983). «Eating Virtue», en Anne Murcott (ed.). *The Sociology of Food and Eating. Essays on the Sociological Significance of Foods*. New York, Aldershot Gower.
- Consejo Oleícola Internacional (s. f.). *El olivo, el aceite, la aceituna*. Madrid, COI.
- Contreras, Jesús (1993). «La nostra alimentació contemporània: Dialèctica entre tendències contradictòries?», en *Revista d'Etologia de Catalunya*, 2, Barcelona.
- Fischler, Claude (1996a). «El modelo alimentario mediterráneo: Mito y/o realidad», en F. Xavier Medina (ed.). *La alimentación mediterránea. Historia, cultura, nutrición*. Barcelona, Icaria.
- Garine, Igor de (1993). «La dieta mediterránea en el conjunto de los sistemas alimentarios», en Isabel González Turmo y Pedro Romero de Solís (eds.). *Antropología de la alimentación: Ensayos sobre la dieta mediterránea*. Sevilla, Junta de Andalucía / Fundación Machado.
- González Turmo, Isabel (1996). «Modelos ideales y realidad en alimentación», en Isabel González Turmo y Pedro Romero de Solís (eds.). *Antropología de la alimentación: Nuevos ensayos sobre la dieta mediterránea*. Sevilla, Junta de Andalucía / Fundación Machado.
- Keys, A., & Keys, M. (1975). *How to eat well and stay well the Mediterranean way*. New York, Doubleday.
- March, Lourdes (1992). *La cocina mediterránea*. Madrid, Alianza Editorial.
- Medina, F. Xavier (1996a). «Alimentación, dieta y comportamientos alimentarios en el contexto mediterráneo», en F. Xavier Medina (ed.). *La alimentación mediterránea. Historia, cultura, nutrición*. Barcelona, Icaria.
- . (1996b). «El festín de Aitor. Alimentación, identidad y comportamientos alimentarios entre los emigrantes vascos», en *Generació*, 8, Barcelona.
- . (1998a). «Mediterranean Food: The Return of Tradition», en *Rivista di Antropologia*, 76 (supl.). Roma.

- Medina, F. Xavier (1998b). «El color de la tradición. Color y construcción del pasado en la publicidad alimentaria», en Angela Barusi, F. Xavier Medina y Gemma Colesanti (eds.). *El color en la alimentación mediterránea. Elementos culturales y sensoriales de la nutrición*. Barcelona, Icaria.
- . (2003). «Immagini e immaginario dell'acqua minerale imbottigliata nella pubblicità», en Vito Teti (ed.). *Storia dell'acqua. Mondi materiali e universi simbolici*. Roma, Donzelli.
- Millán, Amado (1995). «L'émergence du local: Identités, régions, cuisines», en Jocelyne Aubé-Borlignieux, Jean-Paul Barbe & Pilar Martínez-Vasseur (dirs.). *Le fait culturel régional I*. Nantes, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université de Nantes.
- Mintz, Sidney W. (1996). *Tasting Food, Tasting Freedom. Incursions into Eating, Culture and the Past*. Boston (Mass.), Beacon Press.
- Montanari, Massimo (1993). *El hambre y la abundancia. Historia y cultura de la alimentación en Europa*. Barcelona, Crítica.
- Pujol, Anna (1996a). «La alimentación en tierras catalanas en la antigüedad: su carácter mediterráneo», en F. Xavier Medina (ed.). *La alimentación mediterránea. Historia, cultura, nutrición*. Barcelona, Icaria.
- Ritzer, George (1996). *La Mcdonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona, Ariel.
- Santich, Barbara (1995). *The Original Mediterranean Cuisine. Medieval Recipes for Today*. Totnes (Devon), Prospect Books.
- Sentieri, Maurizio (1993). *Cibo e ambrosia. Storia dell'alimentazione mediterranea tra caso, necessità e cultura*. Bari, Dedalo.
- Sutton, David E. (2001). *Remembrance of Repasts. An Anthropology of Food and Memory*. Oxford, Berg.
- Zunzunegui, Santos (1994). *Desear el deseo. Discurso publicitario e imaginario social*. Valencia, Eutopías, 62 (Working paper), Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo, Universitat de València & Asociación Vasca de Semiótica.

MITOS DE LA GLOBALIZACIÓN: LAS LEYENDAS URBANAS SOBRE ALGUNOS TEMORES ACTUALES

LUIS DÍAZ G. VIANA

*Antropólogo y escritor. Consejo Superior
de Investigaciones Científicas. Madrid*

Otro es el perro de Gerión [...]. Acerca de él poseemos muy pocos conocimientos. Existen varias tradiciones genealógicas, pero la fundamental está recogida en Hesíodo. Físicamente se caracteriza por poseer dos cabezas y un cuerpo de perro, en la versión de Apolodoro. [...] No hay unanimidad en la descripción física de Orto. Además de las ya indicadas, tenemos que, por ejemplo, Servio indica que es un perro que lleva en su espalda una piel de león; pero es innegable que en todas ellas aparece un componente canino. [...] En las representaciones artísticas aparece normalmente como perro de dos cabezas, pero también con tres, y con una cola terminada en cabeza de serpiente. [...] Orto es un guerrero, como Euritión y Gerión, y por ello posee una multiplicidad de miembros y, al igual que sus amos, tiene como misión el custodiar una riqueza, pero se diferencia de ellos en una nota esencial; y es que Orto no es un hombre ni un monstruo, sino simplemente un animal más o menos híbrido, pero en cuya naturaleza predominan los componentes caninos. (Bermejo, 1994 : 158-159).

Todas las leyendas recogidas en Europa o Estados Unidos sobre el perro «traído de fuera», que yo titulé «El perro del Ganges» —por la procedencia que tenía el animalito en dos versiones que me fueron contadas a mediados de los años noventa— y que en la recopilación de *Leyendas urbanas en Espa-*

ña (Ortí y Sampere, 2000 : 285) sus autores denominaron «El perro extranjero», vienen a coincidir —aparentemente— en lo fundamental: alguien —casi siempre una pareja— en viaje turístico por algún país, generalmente exótico (y, por lo tanto, del llamado «Tercer Mundo»), recoge a un animal al que la «piedad europea» del turista —o turistas— identifica como un «perro abandonado» y lo trae a su casa (en el «Primer Mundo» o similar). Al cabo de unos días, el perro abandonado da muestras de un comportamiento extraño y alarmante. En uno de los dos ejemplos (ambos de Barcelona) reproducidos por Ortí y Sampere «el perro de fuera» destroza al perro de la casa, pero en el otro «se adapta perfectamente»:

Una familia se va de vacaciones a un país tropical. Se encariñan con un animal desconocido, pero que es muy afectuoso con los niños. [...] Se lo traen, le dan de comer, le preparan un rincón para él, todo muy bien, se adapta perfectamente. A los pocos días se presenta un amigo. Es entendido en animales. Al ver el bicho se asombra de que tengan allí aquello. Que es un cruce muy raro [...], que además son crueles carnívoros, que si les faltase comida atacarían a los dueños sin pensarlo dos veces, hasta devorarlos para asegurarse así la comida. Que se sorprende [de] que les hayan permitido traerlo con lo peligrosísimo que es. A pesar del cariño de los niños hacia el animal y de lo bueno que parecía ser, se deshacen de él.

Una pareja se fue con su perro a Alemania. Allí encontraron a otro perro abandonado, muy débil. Decidieron traerlo a España. Poco a poco se fue recuperando. Un día volvieron a casa y vieron que su perro estaba destrozado: se lo había comido el perro que recogieron. Lo llevaron al veterinario y resultó que no era tal, sino la mutación de una rata. Me lo contó una amiga; le había pasado a los amigos de una conocida. (Ortí y Sampere, 2000 : 285-286).

En las versiones mías, a las que ya me referí en un trabajo publicado hace algún tiempo (Díaz, 1997 : 153), y en las cuales ese supuesto «perro traído de lejos» o «mascota engañosa» era —respectivamente— incorporado a la vida cotidiana de una familia de Madrid y otra de Barcelona (dos ciudades que pueden ser consideradas como de las más cosmopolitas de nuestro país), el recién llegado daba señales de retraimiento ante otros animales domésticos o (en la versión barcelonesa) rasgaba con sus garras la ropa blanca colgada en el tendedero del jardín. En alguna muestra más truculenta —como una italiana— el extraño ser llega a mutilar y devorar a un niño pequeño (Ortí y Sampere, 2000 : 286).

Finalmente, los turistas regresados, inquietos ante la amenaza de la bestia salvaje que han introducido en sus domicilios o preocupados samaritanamente por ella, la llevan al veterinario. Y entonces se descubre la verdad: el perrito es una rata o algo aún peor. En una de las versiones recopiladas por Ortí y Sampere será un amigo «entendido» o experto en animales el que realice el descubrimiento. En los ejemplos norteamericanos consignados por Jan Brunvand (1986) sobre el *Mexican Pet*, que nos presentan a un turista —o turistas— de esa nacionalidad trayéndose a un pretendido chihuahua de Méjico (una vez más este país como paraíso del exotismo o reserva de lo salvaje para sus vecinos de arriba), el veterinario resulta —tal y como recogen Ortí y Sampere— anglosajonamente preciso y bastante más brutal: «En primer lugar no es un perro, sino una rata de alcantarilla mejicana. Y en segundo lugar, se está muriendo» (Ortí y Sampere, 2000 : 285).

Recordemos ahora, como síntesis de muchas de estas versiones, la que me contó un joven colega —que no la identificaba como leyenda, sino como hecho sucedido de verdad a unos amigos de unos conocidos suyos—, en un contexto «nada rústico»: la Universidad de Salamanca. El narrador es de origen vasco, pero ha vivido la mayor parte de su vida en Madrid, de

modo que puede pensarse que la versión pertenece —siquiera formalmente— al «ámbito estudiantil madrileño» de esta clase de relatos:

Una pareja joven de Madrid se fue de viaje turístico a la India y, allí, cuando estaban en el río Ganges, un perrito empezó a seguirles. Le habían dado alguna sobra de comida y ya no dejaba de ir tras de ellos. Pasaron los días y se encariñaron con él, así que al tener que venirse a Madrid lo ocultaron en una especie de fiambrera o cesto de mimbre y se lo trajeron en el avión. Nadie les dijo nada y se lo llevaron a su casa. Al cabo de unos días notaron que el animal se comportaba de una forma huidiza con los perros de los vecinos, que se iba a un rincón o arañaba las paredes. Preocupados por si estaba enfermo, lo llevaron al veterinario. Y entonces éste, después de reconocer a la mascota durante un buen rato, se lo dijo: «El animal está perfectamente; lo que le pasa a su perro es que no es un perro, sino una rata gigante del Ganges.

Leyendas de la globalización: miedos de ida y vuelta

En sintonía con el análisis que sobre las leyendas del perro chihuahua o «la mascota mejicana» propusiera Gary Alan Fine —quien relacionó la creciente difusión de las mismas a partir de principios de la década de los ochenta en USA con el problema paralelo de la inmigración clandestina—, Ortí y Sampere parecen inclinarse, también, por poner «el collar de la inmigración» a los perritos venidos de Méjico, Cuba, Filipinas, Tailandia, Paquistán o —como acabamos de ver en mi ejemplo— de la India:

En el espejo deformante del folklore moderno, el así llamado Tercer Mundo encarna lo primitivo en estado puro: es un lugar amenazador donde las ratas, animales nocturnos y subterráneos, han emergido a la luz del día y conviven igualitariamente con los

nativos, transmitiéndoles toda clase de infecciones que los hacen tan peligrosos (y escasamente exportables) como ellas. (Ortí y Sampere, 2000 : 287).

Esta conexión que tales interpretaciones establecen entre el auge de la leyenda en algunos países y la curva ascendente de algunos problemas derivados de la inmigración —como disturbios racistas o la agitación despertada por las leyes de extranjería— también casaría con las circunstancias que aquí hemos vivido recientemente y, por ello, la tesis de Fine parecería cumplirse —igualmente— en el caso de España.

Sin embargo, esta clave de interpretación, fundamentalmente coyuntural, quizá no agote todas las posibilidades explicativas que las distintas versiones de la leyenda ofrecen ni revele del todo lo que esos relatos pueden querer decir. Más allá de la validez circunstancial de ese tipo de interpretaciones, el significado profundo de la leyenda del «perro de fuera» empieza a iluminarse cuando la situamos en el contexto del folclore de —y sobre— la globalización. Y es que puede que la verdadera o mejor explicación de un mito de la globalización surja al contrastarlo con otros mitos sobre lo mismo.

De la misma manera que en los países colonizados o excolonizados proliferan los relatos sobre vampiros u otros animales mitológicos —como el *chupacabras* o *chupasangres*— que absorben la sangre de sus víctimas, en las naciones de alguna forma colonizadoras —que lo fueron de hecho o lo son hoy culturalmente— se extienden y van *in crescendo* las leyendas sobre perros recogidos en lugares exóticos que acaban mostrándose agresivos y peligrosos.

Son miedos de ida y vuelta. Miedo siempre al otro. Y resulta tentador situar a esos temores que habrían generado la proliferación de unas y otras leyendas dentro del marco de una dicotomía general entre «poseedores» y «poseídos» —o «desposeídos»— que ya algunos estudiosos utilizaran para explicar el

sentido del primer grupo de estas historias. La idea de que el colonizador es un vampiro o un caníbal (metáfora bastante palmaria de la explotación) procede —paradójicamente— de la propia Europa y, aunque su plasmación legendaria pudiera haber surgido en África independientemente, hay que pensar que —en la mayoría de los casos— engarza con nuestras leyendas sobre capitalistas que sacarían, de forma literal, la sangre o cualquier otra sustancia de sus cuerpos a los trabajadores: ricos «consumiendo pobres» y gregarios trabajando para ellos en ese tráfico macabro: de los relatos escoceses en torno a vagabundos asesinados para que sus cadáveres fueran utilizados científicamente a las narraciones acerca del «sacamantecas» español, pasando por los rumores dieciochescos que hubo en París sobre niños raptados para que los decadentes aristócratas se purificaran bañándose en su sangre (Noyes, 2001).

Como ha señalado recientemente Nancy Scheper-Hughes, «los rumores acerca del robo de órganos y cuerpos de los años ochenta y noventa fueron, al menos metafóricamente, verdad, al operar mediante simbólicas sustituciones. Ellos hablan a la ontológica inseguridad de la gente pobre de que casi cualquier cosa se les podría hacer, reflejando las amenazas cotidianas a la seguridad corporal, la violencia urbana, el terror a la policía, la anarquía social, la pérdida y la fragmentación» (Scheper-Hughes, 2000 : 203).

Historias que vuelven a surgir en las habladurías que tienen por objeto el comercio de órganos extraídos a niños secuestrados y muertos en el Tercer Mundo o en las «noticias» no comprobadas sobre los supuestos experimentos que los Servicios Secretos Españoles del CSID habrían realizado con los «sin techo» raptados al efecto.

Los vampiros de tierras exóticas, los centauros antropófagos que frecuentan las zonas turísticas y que —incluso—, como en el caso de los infernales *bibiolona* de Madagascar, comen reveladoramente carne humana en el despacho de los directo-

res de algún hotel (Rabarijaona, 2000), pueden, en efecto, ser entendidos como una metáfora de la depredación insaciable que los occidentales habrían ejercido —o ejercen de nuevas formas— sobre los nativos de los países antes «poseídos» y que ahora constituyen destinos preferentes del turismo exótico; o como una metáfora —también— de las infecciones que, a través de la sangre, los países más desarrollados económicamente devuelven «con creces» a los pueblos empobrecidos de los que aquéllas pudieron partir (White, 2000).

Se trata, en todo caso, de seres mitad humanos y mitad animales que —como los *bibiolona*— merodean de noche (a veces acompañados de «un perro y de uno o dos gendarmes») buscando víctimas a las que extirpar el corazón. Uno de los relatos más reveladores al respecto es éste, recogido en Madagascar y al que más arriba me he referido:

Un hombre trabajaba de intendente en el «Hotel des Thermes», y contaba a su familia y sus amigos que, en aquel hotel, el director tenía siempre un despacho privado y que prohibía a todos los empleados que entraran allí, así que, cuando querían hablar con él, los recibía en otro despacho. Un día, el hombre tuvo necesidad de hablar directamente con el director, pero no lo encontró en su despacho habitual, así que subió a la torre donde se encontraba el despacho privado. Llamó y, sin esperar la respuesta, abrió la puerta. Lo que vio en aquel instante le dejó petrificado. El director estaba sentado en un sillón y, delante de él, un *bibiolona* estaba comiendo carne cruda. Había sangre por todas partes. Se miraron unos segundos, y el hombre echó a correr hasta su casa. A la mañana siguiente, no quiso volver a su trabajo y se quedó en casa. Pero, por la tarde, dos mensajeros fueron a buscarlo y se lo llevaron con ellos. Nunca más se le volvió a ver. La familia presentó una denuncia en la comisaría, pero todos sus intentos para encontrar a su pariente fueron en vano. (Rabarijaona, 2000 : 162).

Y así como los oriundos de las ex-colonias vuelven a modo de «invasión de inmigrantes» a los países del Primer Mundo que les colonizaron y explotaron sus materias primas, el miedo que los colonizadores europeos provocaron regresa con aquéllos a través del discurso legendario. Un discurso en el que los grupos —*folks*— sí se atreven a expresar mediante un lenguaje poético, alegórico, mediante una proyección o traslación metafórica, sus temores más íntimos sobre asuntos que preocupan, pero de los que no se habla aún directamente. Quizá por ello no parece que la propagación de estas leyendas crezca cuando los conflictos explotan, sino que más bien los preceden, nos advierten de ellos, funcionan como una especie de premonición o de profecía escalofriante acerca de lo que puede ocurrir.

En España, por ejemplo, la difusión de tales leyendas resulta inmediatamente anterior a la explosión de los brotes xenófobos más destacables que tuvieron lugar en Cataluña o en Almería (con los hechos tristemente «espectaculares» de El Ejido). Sabemos demasiado poco de las leyes que rigen el funcionamiento de la cultura —si es que existen— como para aceptar que actúa de manera semejante a lo orgánico —y que no constituye, según algunos antropólogos propusieron, el universo de lo superorgánico (Kroeber, 1975)—, pero podría suponerse, aunque sólo sea también como metáfora, que esta clase de leyendas equivalen a la fiebre que indica el calentamiento —la imparable subida de temperatura— del «cuerpo social» ante graves tensiones que acabarán explotando.

Hay un contencioso que viene de tiempo atrás entre el Primer Mundo y el Tercero, entre los poseedores y poseídos, entre los ricos y los pobres repartidos por áreas geográficas bien concretas. Y estas leyendas nos hablan sibilinaamente —como en una constelación de mitos premonitorios o augurales—, pero con fuerza y rotundidad, acerca del volcán de celos en que se asienta nuestro aparente e injusto bienestar.

Habría que matizar igualmente esta visión algo simplista —a la que antes me he referido— en torno a los mitos de la globalización. No todo se reduce a historias metafóricas de poseídos sobre poseedores o de poseedores sobre poseídos. Un mismo mito puede funcionar en una doble dirección. La introducción de una leve variante quizá signifique más de lo que un estudio formalista nos revelaría. Y eso es lo que puede haber ocurrido en ciertas versiones del «perro traído de fuera». En aquellas muestras en que el animal es recogido por los turistas en Alemania o Japón (Ortí y Sampere, 2000 : 287-288), la rata o extraño animal no es ya un ejemplar desconocido de una especie repugnante y atávica, sino una rata mutante producida por los excesos de la experimentación científica.

Hay, pues, un doble miedo, también, en las mismas gentes: a lo exótico primitivo y a lo excesivamente moderno. Y en países como el nuestro, donde todavía no sabemos muy bien en qué mundo estamos o a qué escala (europea o exótica, desarrollada o subdesarrollada) pertenecemos, parece suceder justamente esto. De hecho, en las versiones alemanas y suecas se reitera —como han señalado Ortí y Sampere— «el origen africano, asiático o tropical de la bestia», pero se amplía también «el catálogo geográfico» con la inclusión de España, concretamente Mallorca, como país productor de «voraces roedores» (Ortí y Sampere, 2000 : 286). ¿Razones? Quizá el que para muchos alemanes las Islas Baleares siguen constituyendo el paraíso exótico por antonomasia.

Prestemos nuestra atención interpretativa a un nuevo elemento introducido en el proceso de transformación de la leyenda que servirá para comprender mejor este cruce de versiones en sentidos contrarios. Tomemos en consideración que, en el momento actual, todos nos hemos tornado, en cierto modo, colonizables en virtud de la mundialización de la economía,

posibles desempleados ante los brutales ajustes de las multinacionales que recurren al despido indiscriminado sin apenas costes; que todos podríamos convertirnos, en un momento dado, en emigrantes en busca de trabajo de un lugar a otro lugar.

Las leyendas que expresan un recelo ante los avances tecnológicos o sobre los paradigmas de la comida globalizada —como son las hamburguesas o los pollos fritos— y de la bebida universal —la Coca-Cola— adquieren desde esta perspectiva una dimensión aún más sugerente. La globalización sería en este lenguaje metafórico una amenaza que, a través de esos productos incontrolados con que otros nos colonizan o de los inventos tecnológicos, nos está afectando a todos.

En las mismas leyendas acerca de la comida podría descubrirse —y habría, de hecho, que distinguir— esa doble dirección a la que antes me refería: formalmente, los relatos sobre las dudosas comidas de los restaurantes chinos parecerían coincidir con aquellas narraciones sobre las hamburguesas de McDonald's o los pollos de la cadena Kentucky Fried Chicken; en unas y otras —dicen los rumores populares— se nos podría haber dado «rata por ternera o pollo» (Fine, 1992). Los mismos bulos apuntan a los restaurantes chinos como suministradores de alimentos en que habrían aparecido dientes o uñas de tan odiados roedores. Pero la leyenda más terrorífica al respecto, que también ha circulado en España (Ortí y Sampere, 2000) y de la que se hizo eco una película, *La fuente amarilla*, sugiere que la inmigración china en Occidente ha encontrado una imaginativa y escalofriante solución a su clandestinidad: los recién llegados asumirían la personalidad y el carnet de identidad de los desaparecidos, de modo que el cupo de chinos en cada país se mantendría así asombrosamente estable. ¿Qué ocurre con los desaparecidos? Se supone que son deglutidos bajo apariencia de comida china en los restaurantes del ramo. Dos aspectos hacen creíble esta barbaridad a ojos de los euro-

peos: todos los chinos parecen iguales, con lo que el cambio de identidad resultaría fácil, y la comida china se adorna o disfraza de tantas y tan fuertes especias que nadie notaría qué tipo de carne es la que se está comiendo.

El primer ministro británico, Tony Blair, ha culpado, así, contando con la supuesta credibilidad de sus compatriotas ante lo que —hasta ese momento— eran sólo bulos, a los restaurantes chinos de haber introducido la fiebre aftosa de porcino en el Reino Unido. Fiebre que, merced a la globalización de mercancías y, en concreto, animales y productos cárnicos, se ha extendido al resto de Europa. En un caso real —y supuestamente demostrado— como éste tenemos, pues, las dos caras del «perro del Ganges». El atraso, lo atávico, lo exótico, originan la enfermedad. Y la globalización, lo moderno, la nueva economía transnacional, se encargan de expandirla.

Sin embargo, los maledicentes rumores acerca de la comida de los restaurantes chinos deberían inscribirse —a pesar de las coincidencias morfológicas— más en el grupo de las leyendas del Primer Mundo sobre los otros (y sobre la emigración), es decir, en el corpus de historias del tipo del «perro salvaje traído de fuera», que junto a las narraciones sobre la sospechosa carne de las hamburgueserías y otras cadenas globalizadoras. Éstas tienen más que ver, por otro lado, con la suspicacia ante la comida manipulada, ante los abusos de la modernidad y la tecnología: el mismo grupo de invenciones en que figuran, por derecho propio, los rumores transmitidos por Internet sobre los timos telefónicos o los hornos microondas (Ortí y Samper, 2000 : 275). El peligro que se presagiaba en tales narraciones se ha revelado más tarde en la realidad, como —según ya señalé— parece que suele ocurrir: el auge de las compañías ligadas a los nuevos avances informáticos y de telecomunicación, las famosas *telecoms* cuyas acciones subieron como la espuma y que hicieron supermillonarios a tantos jóvenes yuppies, entra ahora en grave crisis y la gente que confió en el futu-

ro que aquéllas vendían se siente, de alguna manera, estafada. Se calcula que 150.000 trabajadores del sector de empresas de alta tecnología habían perdido su empleo ya, en los primeros meses del 2001, en todo el mundo a causa de la recesión que afecta a estas innovadoras empresas.

De otra parte, y como efecto de la globalización, la brecha entre los países ricos y pobres ha aumentado, ya que los estados que saludaron a través de sus gobiernos la nueva era globalizadora como garantía de modernidad y de progreso no han hecho sino allanar la implantación de la nueva economía para presentar a sus países como los más atractivos cara a la inversión, olvidándose de las garantías sociales, relegando los aspectos de exigencia y justicia social que pudieran ahuyentar a los inversores que querían enriquecerse pronto y con el menor número de trabas. La inmigración clandestina, pero no sólo ésta, debe enmarcarse en el mismo contexto, por mucho que ello pueda escandalizar a la mentalidad de quienes siguen enarbolando el discurso progresista más superficial: se trataba de conseguir mano de obra barata y sin derechos sindicales y sociales, nuevos esclavos. Los «platos rotos» ya los pagaremos, luego, entre todos mediante el paternalismo que se sigue suponiendo a los estados.

*Inmigrantes y turistas o las «nuevas invasiones»:
los «bárbaros» ya estaban aquí*

Volvamos, en este punto, a lo que nos puede enseñar la leyenda del «perro traído de fuera»: parece existir un desplazamiento del perro o mascota inofensiva que el extraño animal semeja hacia lo exótico, lo salvaje. Los perros misteriosos de Alemania y Japón serían la contrafigura de este perro primitivo (en realidad, una rata) aún salvaje, a pesar de la analogía morfológica de unas y otras versiones de la leyenda de ese «perro

extranjero». Tenemos dos perros que son ratas, pero la diferencia de intención va más allá de la mera variante detectada en un análisis sólo formalista, como hemos visto. Que el perro en cuestión proceda de una ciudad de Alemania o del río Ganges en la India viene a cambiar el sentido de la historia, la perspectiva sobre nosotros y los otros, viene a indicar nuestra propia ubicación entre el Primer y el Tercer Mundo, la consciencia que tendríamos sobre nosotros mismos en cuanto «poseedores» o «poseídos» o —quizá— nuestra mala conciencia de ser en parte (o a partes iguales) las dos cosas. No olvidemos, por ejemplo, que Alemania representó el Primer Mundo para muchos españoles que emigraron hacia allí en busca de trabajo y un mejor nivel de vida a partir de la década de los años sesenta, cuando no sólo éramos todavía un «país en vías de desarrollo», sino que también nos reconocíamos como tal.

Lo que decían los Bateson (1994 : 46) sobre la importancia de la colocación de los elementos dentro de una historia para intentar comprender qué es lo que nos quiere decir vale para un conjunto de mitos, según ha demostrado cumplidamente, de otro lado, Lévi-Strauss en sus estudios. Pero la conveniencia de establecer esa correlación se muestra —incluso— más relevante (y también más factible) para los mitos recientes sobre la globalización, pues todavía estamos en condiciones, respecto a ellos, de reconstruir los contextos en que surgieron. Si colocamos a uno junto a otro veremos, pues, cómo funciona este sistema metafórico en unas coordenadas precisas de tiempo y espacio, cuál puede ser el último sentido de esa intrincada constelación de mitos. De ahí que la descontextualización de narraciones practicada por los folcloristas durante siglos, separando unos cuentos de otros, aislándolos entre sí, clasificándolos y subclasificándolos en tipos morfológicos, haya podido fragmentar universos completos y dificultar —más que facilitar— la comprensión de estas historias, ligadas las unas a las otras, en su totalidad.

Perros del Ganges y ratas mutantes expresan seguramente un semejante sentimiento de temor, de aprensión ante los cambios, ante amenazas latentes. Pero unas y otras versiones no cuentan exactamente la misma historia, aunque lo parezca: el sentido del relato cambia sensiblemente según se narre desde la perspectiva de los colonizadores culturales o desde el lado de los colonizados. Por eso resulta reveladora esa innovación reciente de que todos seamos en cierto modo ahora, ya, colonizadores o colonizados en la nueva realidad que la globalización plantea. Jugamos roles en apariencia contrapuestos dentro de nuestra vida. Y el mito, esta leyenda riquísima precisamente en matices, nos muestra las dos caras, dos percepciones de la misma realidad.

La invasión de otras tierras y culturas se efectúa en el mundo actual de maneras que no parecen una invasión. De un lado está el turismo exotista y, del otro, la emigración por motivos laborales. «Paraísos en Centroamérica, toda una aventura que nos está esperando»: con anuncios como éste nos bombardean, por ejemplo, a diario las agencias de viajes. Los turistas siguen siendo —de alguna manera— colonizadores de los lugares que los colonizadores expoliaron, pues continúan condicionando —para bien o para mal— la economía y las costumbres de los pueblos invadidos. Y la inmigración «invade» el Primer Mundo como una inmensa resaca postcolonizadora. Los inmigrantes venidos de lejos serían nuestros actuales «bárbaros». Extranjeros que, aparentemente, se adaptan a nuestro mundo, pero que siempre resultarán sospechosos de traernos toda clase de infecciones o de no renunciar, en el fondo, a sus costumbres y leyes «salvajes».

Nuestro propio miedo es bifronte también: como ex-colonizadores que ahora se sienten invadidos por la inmigración y como colonizables por las multinacionales que están por encima de nosotros, que transforman nuestros pequeños mundos nacionales mediante la aplicación económicamente interesada

de las continuas innovaciones tecnológicas. Telefonías, alimentos fuera de todo control, enfermedades de vacas y cerdos, animales mutantes, virus biológicos e informáticos, aerolitos de ignota procedencia, plagas del nuevo milenio vuelan o caen constantemente sobre nuestras cabezas. Y que, como en algunas de las versiones sobre las leyendas de los aerolitos de hielo supuestamente caídos sobre España en el 2000, lo hagan en forma de botella de Coca-Cola, resulta —en este contexto— más que revelador.

El temor se expresa, en la actualidad, por fotocopias e Internet. La respuesta ante él, también. Y así circulan denuncias contra empresas supuestamente ligadas al terror o se pretende organizar comandos de voluntarios contra ETA. A veces, el temor al terror recurre al propio temor y, de este modo, vemos que se expanden por la red «cadenas» de mensajes apelando a aquella vieja estratagema fanática de que si rompes la «cadena» el cielo se desplomará sobre ti. Y hay quienes, hartos de que les metan el miedo en el cuerpo por cualquier medio, reaccionan airadamente proclamándose partidarios de la «anticadena».

Llevando al extremo la descodificación interpretativa de las sucesivas transferencias metafóricas de las que es compendio «el perro extranjero», podríamos vislumbrar que estos animales no se refieren sólo a los inmigrantes, sino también a esos niños que adoptamos movidos por nuestra compasión occidental —y cierto sentimiento de culpa— en los países más miserables del Tercer Mundo. Creemos que así los hacemos felices y quizá nos equivocamos. Hemos permitido que los piratas de todo tipo que salieron de nuestros países para enriquecerse arruinaran aquellas tierras y ahora nos da miedo que los descendientes depauperados de aquellos nativos vuelvan o que los niños adoptados no resulten todo lo agradecidos que cabría esperar ante nuestro noble gesto.

Los medios de comunicación se hacen eco —de vez en cuando— de casos aparentemente verídicos de niños adopta-

dos en naciones hoy desaparecidas o que se han hundido en la depresión económica —como las del Este— y que intentarían agredir a sus padres putativos. Los infantes importados revelarían un comportamiento salvaje. Perros y niños traídos de fuera resultarían ser distintos de lo que parecían, nada domésticos, nada adaptables: fieras peligrosas que atentan contra nuestro orden doméstico. De nuevo el dilema entre naturaleza y cultura, entre salvajismo y civilización, de nuevo el temor a los bárbaros: la educación, la cultura... ¿cambian, forman y determinan al ser enculturándolo o éste permanecerá allá, en lo más oculto, fiel siempre a su naturaleza a pesar del amor y enseñanza recibidos?

Naturaleza *versus* cultura.
Espíritu *versus* tecnología

La naturaleza entendida como el territorio de lo salvaje. La cultura entendida como el reino de los saberes locales más que como conocimiento universal. La tecnología ligada al fenómeno de la globalización. Un cuadrilátero que se abre y cierra con la suspicacia ante la barbarie identificada con lo extraño. Si naturaleza y cultura exceden la esfera del «conocimiento local» pueden atentar contra él, lo que quiere decir que amenazan nuestra propia capacidad de comprensión del mundo: al espíritu como último reducto de lo humano. Y, como ha escrito Geertz, «no es una nueva criptografía lo que necesitamos, especialmente cuando ésta consiste en reemplazar una cifra por otra nueva, sino una nueva diagnosis, una ciencia que pueda determinar el significado de las cosas para la vida que las rodea» (Geertz, 1983 : 120).

Por crudo que resulte, no podemos dejar de pensar tampoco que, en relatos como el del «perro traído de lejos», estos animales salvajes o mutantes adoptados como mascotas son, en última instancia, metáfora de los propios seres humanos; y que

—como señaló Lévi-Strauss— para que la actitud ante lo extraño, ante lo otro, cambie, tendría que transformarse antes la visión excluyente que en el mundo occidental se tiene de esos «otros» que, aunque viven con nosotros, son segregados y tratados como los primeros extraños: los animales (Lévi-Strauss, 186 : 140). Las leyendas de perros extranjeros proceden de gentes que lo saben bien y, al equiparar a unos extraños y otros en su lenguaje poético, plasman los temores que nos atenazan y, quizá, nos impiden avanzar.

Bibliografía

- Bateson, Gregory, & Bateson, Mary Catherine (1994). *El temor de los ángeles. Epistemología de lo sagrado*. Barcelona, Gedisa.
- Bermejo Barrera, José Carlos (1994). *Mitología y mitos de la Hispania prerromana, I*. Madrid, Akal.
- Brunvand, Jan Harold (1986). *The Mexican Pet*. Nueva York - Londres, Norton.
- Díaz G. Viana, Luis (1997). *De lo propio extraño. Crónicas antropológicas*. Oyarzun, Sendoa.
- Fine, Gary Alan (1992). «The Kentucky Fried Rat: Legends and Modern Society», en *Manufacturing Tales. Sex and Money in Contemporary Legends*. Knoxville, The University of Tennessee Press, pp. 120-137.
- Geertz, Clifford (1983). *Local Knowledge. Further Essays in Interpretative Anthropology*. Nueva York, Basic Books Publishers - Harper Torch.
- Kroeber, Alfred L. (1975). «Lo superorgánico», en J. S. Khan Comp. *El concepto de cultura. Textos fundamentales*. Barcelona. Anagrama.
- Lévi-Strauss, Claude (1986). *Raza y cultura*. Madrid, Emecé Editores, S. A. - Ediciones Cátedra, S. A.
- Noyes, Dorothy (2001). «Vampiro o rey pescador: La globaliza-

- ción y los mitos del capitalismo», en L. Díaz G. Viana. *Cultura popular y globalización: paradojas de un proceso*. Madrid, Fundación Navapalos (en preparación).
- Ortí, Antonio, & Sampere, Josep (2000). *Leyendas urbanas en España*. Barcelona, Martínez Roca.
- Ortiz, Carmen (2001-2002). «Consumiendo tradición: Elementos patrimoniales y locales en la publicidad alimentaria», en *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 19. Editado por Luis Díaz G. Viana y Cristina Sánchez Carretero.
- Rabarijaona, Harinirinjahana (2000). *Narrativas orales malgache e hispánica: Convergencias, divergencias y estudio comparativo*. Tesis doctoral. Universidad de Alcalá.
- Scheper-Hughes, Nancy (2000). «The Global Traffic in Human Organs», en *Current Anthropology*, vol. 41, núm. 2.
- White, Luise (2000). *Speaking with Vampires: Rumor and History in Colonial Africa*. Berkeley & Los Angeles, University of California Press.

LA VISIONE DI ORIENTE NEL CINEMA EUROPEO

FERZAN ÖZPETEK

Regista di cinema. Roma/Istanbul

IO SONO cresciuto in una famiglia di varie culture. Mia nonna, che era molto presente nella mia infanzia, faceva parte dell'impero ottomano. Faceva parte del Palazzo e aveva quindi la follia di pretendere di vivere ancora quel periodo lì e ho vissuto in una casa piena di donne: mia nonna, mia sorella, le due cameriere e mia madre. Ho avuto un'infanzia che sicuramente ha poi influenzato tutto il resto anche della mia carriera cinematografica, credo, perché sono stato molto aperto verso le culture.

Quando vivevo con mia nonna, con i miei, con la mia famiglia, vedevo per esempio che fumava con un anello nonostante avesse 86 anni perché non voleva sporcarsi le mani. Chiamava le persone battendo le mani. Quando s'incazzava parlava in francese. Mandava la donna di servizio a raccogliere dei papaveri per fare una cosa che ti stordiva e lei beveva questa cosa e ogni tanto bevevo pure io insieme a lei.

Quando sono poi andato in Italia che avevo 17 anni, appena finito il liceo, ho scoperto la mia cultura, quella turca, nel senso che in genere nella vita solo quando perdiamo le cose, quando si allontanano le cose da noi, riusciamo ad accorgerci del loro valore. Ho cominciato, ogni volta che tornavo in vacanza in Turchia, ho scoperto i bagni turchi, che non conoscevo, perché nella mia famiglia il bagno turco era un posto dove andavano i poveri, la gente che non aveva il bagno in casa. Ho scoperto quindi la cultura del bagno turco. C'era una frase molto bella

che mi ha detto la signora, una greca, che gestiva questo bagno turco: «Attraverso la carne, dando sollievo alla carne, arrivare allo spirito e dare sollievo allo spirito». Questa è una cosa che mi ha piaciuto tantissimo.

Quindi mi sono interessato a questa cosa e intanto facevo l'aiuto regista in Italia — il mio sogno era quello di fare il regista —. E c'erano amici che mi guardavano con sospetto perché era quasi impossibile che un turco che vive in Italia, anche se fa l'aiuto regista..., ma c'erano già molti italiani che cercavano di fare regia, di realizzare il loro film ed avevano molte difficoltà. Io portavo avanti questo progetto, che era il *Bagno turco* — poi ho scoperto che anche Feritz aveva lo stesso progetto; una volta che l'ho fatto io mi hanno detto che era questo stesso progetto sui bagni turchi e ho detto: «Vabbè» («Va benissimo»).

Stavo dicendo che io portavo il mio progetto in giro, un progetto in cui si parlava in turco e in italiano, si parlava di una cultura italiana e di una cultura turca. Ci ho messo cinque anni a fare il film e i produttori mi dicevano sempre: «Ma no: c'è l'omosessualità, c'è che parlano in turco, al pubblico non gli va di vedere i film con i sottotitoli». Ma nonostante tutte queste difficoltà qui all'improvviso sono riuscito a rovesciare da cosa negativa a cosa positiva questo fatto di avere due paesi: al produttore italiano ho detto che avevo un coproduttore turco, poi sono andato in Turchia ed ho trovato un produttore turco cui ho detto che avevo un coproduttore italiano, li ho messi in contatto e sono così riuscito a fare questo film. Con grande difficoltà, ma poi mi ha portato una enorme fortuna proprio il suo essere un miscuglio di culture mediterranee. Questo mi ha fatto un gran bene; il film è uscito poi in tutto il mondo ed ha avuto il successo che ha avuto.

Credo che il fatto di essere straniero in un paese come sono stato in Italia, ed essere straniero anche in Turchia, in tutti e due i paesi, praticamente... C'era una frase di Malen Ritsche che mi piace molto: «L'estero non è diventato la patria ma la patria

estranea». Ho vissuto molto questa cosa, di essere straniero, però poi ti aiuta molto quando ti sposti per il mondo, quando vai in altri paesi perché non ti senti più straniero. È un meccanismo abbastanza strano.

Mentre col *Bagno turco* cercavo un po' le mie radici e raccontavo la storia di un italiano che andava in Turchia a cercare e a trovare una cultura, sull'*Harem soirée* sono andato nel profondo delle mie radici, dell'harem dei racconti di mia nonna, dei racconti delle amiche di mia nonna a casa, che erano dei racconti che mi hanno influenzato molto sul fatto di mischiare le culture. E quindi mi ha creato una natura, quella di mischiare sempre le carte, nel senso che in un ambiente molto occidentale io metto magari la musica orientale. Mischio tutte le cose: mischio i caratteri, mischio la sessualità, mischio il cibo. La mia grande paura, adesso che parliamo della cultura mediterranea, è che ogni giorno si appiattisce di più la tradizione. Un esempio banale è quello dei bagni turchi: quando io ho voluto fare il film, quando sono andato in Turchia a fare il casting, quando dicevo che volevo fare un film che si chiamava *Ham-mam*, gli agenti ridevano e dicevano: «Ma lei è pazzo, come le è venuta in mente una cosa del genere? Fare un film sui bagni turchi!». Con questo tipo di difficoltà. Quando poi il film è stato realizzato ed è uscito nelle sale, un anno dopo è uscito un profumo in Turchia di uno stilista che si chiamava Hammam, hanno aperto un ristorante che si chiamava Hammam, una fabbrica di sapone ha creato un tipo di sapone che si chiamava Hammam, quindi è ritornata un poco la cultura del bagno turco. Io ero contento perché la gente, come mio fratello che non era mai stato in un bagno turco, si è incuriosita. Però ora vedo che ci sono i bagni turchi e magari qualcuno ci va ma non hanno più quella cosa tradizionale, quella cosa vera, vera cultura. Sono diventati un po' degli esempi turistici, non sono più una cosa naturale che si usa.

E questo c'è anche molto in tante cose che vediamo, come

quando un cibo arabo, un cibo turco, un cibo messicano, un cibo comunque particolare diventa fast food. Questo a me m'infastidisce perché comunque credo che avremo sempre più appiattimento sulle cose, sulle culture.

Prima si parlava dell'entrata dell'euro: a me fa un enorme piacere — sono stato l'altro mese in Francia e non avevo bisogno di cambiare i soldi —, sì questo è molto comodo, però d'altra parte ho una leggera malinconia di non distinguere le cose, non diversificare le cose e quindi sono un po' perplesso su questo, oggi.

Nel senso che sì all'Unione Europea, sono molto contento, ma dall'altra parte vorrei che ogni paese si attaccasse alle sue radici, difendesse la sua tradizione, questo mi piacerebbe moltissimo.

A un certo punto in Italia avevo fatto due film: il *Bagno turco* e *Harem soirée*, e tutti mi dicevano: «Il tuo cinema parla di due culture, parla dell'Oriente ed è questo che attira il pubblico...». Sentivo sempre questo peso addosso dell'Oriente che adesso ho capito che non è poi un peso, assolutamente.

Allora ho deciso di fare un film totalmente italiano, prodotto in Italia, con gli attori italiani, però non ho resistito e comunque esce fuori sempre il mio lato turco, dato che ho messo un'attrice turca che un po' rappresenta me nel film; ho messo il poeta turco Nazim Hikmet in qualche modo, ho messo le musiche turche. Comunque c'è una grande influenza delle mie radici. Il film ha avuto un enorme successo, è stato uno dei più grandi successi italiani di quest'anno e oggi in Italia la cosa mi fa un enorme piacere, un grande onore, vengo considerato un regista di origine turca, non più regista turco ma regista di origine turca, e questo da una parte mi fa sorridere e da una parte mi fa molto piacere.

È tutto qui.

LE CINÉMA DANS LE MONDE ARABE : LA TENTATION IDENTITAIRE

AHMED BAHÀ EDDINE ATTIA

Producteur de cinéma. Président de l'APIMED. Tunis

UNE SOCIÉTÉ déchirée par des contradictions difficiles à surmonter, l'introduction de la modernité à rythme soutenu, les résistances conservatrices, les frustrations et l'humiliation par la création de l'État d'Israël, la convoitise des pays occidentaux sur les richesses du monde arabe, tout cela met les cinéastes arabes dans la situation difficile d'être dans l'alternative de créer un cinéma qui conforte l'identité ou qui soit une distraction populaire comme c'est le cas des pays grands producteurs.

La tradition orale héritée de nos ancêtres, l'interdiction par l'Islam du figuratif ont certainement contribué aussi aux difficultés inconscientes et conscientes que vit le cinéaste et le créateur en général dans notre monde.

Le cinéma arabe est né au début du xx^e siècle avec déjà deux écoles distinctes. L'une en Egypte avec Talât Harb revenant des États Unis, qui a bien compris qu'il s'agissait d'une activité économique et industrielle, et qui en parallèle avec la création de studios a créé une banque pour soutenir ses activités. Ainsi, se développa, durant la première moitié du siècle dernier, un cinéma qui nous rappelle le cinéma hollywoodien de l'époque : grandes fresques amoureuses, films d'aventure et surtout des comédies musicales s'appuyant sur une génération de chanteurs et chanteuses d'un talent incontestable dans le monde arabe.

La deuxième école du cinéma arabe a sans doute un maître,

qui, malgré quelques tentatives de films de fiction comme *Zohra* et *Aïn el Ghazal (la Fille de Carthage)*, s'est attaché particulièrement à la description de la réalité et nous a laissé un patrimoine documentaire assez exceptionnel.

Il s'agit d'Albert Samama Chikli, juif tunisien. Cette différenciation entre le Machrek et le Maghreb, malgré les exceptions notoires, perdure jusqu'à nos jours.

Le spectacle du cinéma en salle est né dans les grandes villes arabes presque en contemporanéité avec sa naissance en Europe et en Amérique du Nord.

Au début, comme phénomène de curiosité, à l'image du cirque ou de compagnies de troubadours, il s'est consolidé comme un art populaire de distraction et souvent instrument d'identité en face des puissances coloniales à tel point que ces mêmes puissances coloniales se sont senties obligées de faire des versions arabes de certains de leurs films (*le Voleur de Bagdad*, *le Fou de Kairouan...*).

En effet, aller voir un film égyptien, parlant arabe, était pour les populations des pays arabes un acte de foi et un plongeon dans sa culture et sa langue, même si les films proposés n'avaient aucune préoccupation sociale ou pour la réalité.

A l'orée des indépendances, de nouvelles générations de cinéastes arrivent avec des contenus et des formes d'expression qui vont modifier profondément le paysage amoureux et chantant, romantique et bedonnant du cinéma arabe. En effet, la réalité du fallah (« paysan ») dans *la Terre* de Chahine, les visages des cheminots de gare centrale du même Chahine, les difficultés des Palestiniens dans leur tribulations dans *les Dupes* de Taoufik Salah, la glorification de la lutte anti-coloniale dans les films des algériens Ahmed Rachedi et Mohamed Lakhdar Hamina, comme *l'Opium et le bâton*, *les Années de braise* et *le Vent des Aurès*, la générosité et la sensibilité autour des artisans locaux et de la lutte contre l'apartheid du marocain Souheil Ben Barka dans ses films *les Mille et une mains* et *Amok*, la sensibili-

té aux réalités du quotidien des cinéastes tunisiens Nejia Ben Mabrouk dans *la Trace* et Mahmoud Ben Mahmoud dans *Traversées*, Abdelatif Ben Ammar dans *Sejnane* et Nouri Bouzid dans *l'Homme de cendres et les Sabots en or* vont indiquer une nouvelle voie pour le cinéma arabe.

Il est clair que les difficultés que vivait le monde arabe — les guerres successives avec Israël, la militarisation du pouvoir, comme conséquence de la guerre, la naissance de nouvelles doctrines politiques prônant artificiellement l'unité arabe dans un monde qui n'est arabe que par la langue, les différences de traditions de mœurs entre l'Orient et l'Occident du monde arabe, entre les pays du Golfe et le Maghreb, la lutte sourde et sans merci entre modernité et conservatisme, le renfermement sur soi d'une partie de la société arabe comme réaction défensive sur son propre héritage, l'émergence des extrémismes et des pouvoirs dictatoriaux — ont souvent poussé les cinéastes arabes vers d'autres contenus.

Certes, ils ont été influencés par tout cela à la foi, mais nous voyons émerger derrière la génération citée plus haut une nouvelle vague de cinéastes préoccupés par les blessures sociales, les difficultés dans les rapports entre les gens, entre les citoyens et le pouvoir. Ceci a engendré *un cinéma de transgression, souvent impertinent, malmené par la censure mais incontestablement proche du public ; un cinéma qui a osé toucher les tabous comme la sexualité, les mariages mixtes, les interdits sociaux, la virginité...*

Le dilemme de ce nouveau cinéma se situe entre la préoccupation sociale et la conscience citoyenne des cinéastes, d'une part, et leur volonté de faire un cinéma attractif et nécessairement de distraction, d'autre part.

Les dérives ont été multiples : penser à décrire la réalité et prendre en compte les difficultés de notre société a poussé certains cinéastes à des orientations misérabilistes souvent non conformes à l'attente du public et de la critique. Parfois aussi,

l'image projetée sur nous par l'Occident a totalement été prise en compte par certains de nos créateurs et un filon néo-orientaliste a vu le jour souvent loué par la critique occidentale mais totalement boudé par le public local et européen.

La société arabe est confrontée aujourd'hui grâce aux nouvelles technologies à une réalité multiple. D'une part, elle regarde par parabole interposée les films hollywoodiens : une vitrine brillante de l'Occident où l'opulence et le «consumisme» sont impérieux ; c'est à l'image d'un affamé qui regarde un beau sandwich à travers une vitre blindée et qui n'arrive pas à l'atteindre, d'où la tentation très forte de l'immigration clandestine malgré la qualité de vie souvent intéressante et la solidarité familiale qu'offre le monde arabe. L'alternative à cette tentation c'est le repli sur soi-même alimenté par les gloires du passé arabo-musulman, le paradis promis après la vie sur terre et enfin, le martyre pour Dieu. D'où, l'intégrisme et la violence.

Dans cette jungle d'embûches, le créateur arabe est dans le désarroi. En face de lui des médias domestiqués par les pouvoirs et une langue de bois dominante, des télévisions nationales qui chantent les succès des politiques en place et qui disent tous les jours que tout va bien, que nous sommes les meilleurs, qu'on a les meilleurs dirigeants du monde et les plus clairvoyants.

Une réalité bien différente, sauf aux yeux de nos cinéastes, où souvent brimades, humiliations, misère, intimidations sont leurs spectacles quotidiens. Qu'ils aillent chercher un visa dans une ambassade occidentale ou arabe, c'est un papier qui manque, une attestation nécessaire : il s'agira de réponses évasives et souvent négatives. Les vérifications de papier, la recherche laborieuse d'un emploi ; quelquefois l'achat même d'une simple savonnette devient problématique.

Le cinéaste est contraint, pour faire ses œuvres, de mendier des aides et des subventions conditionnées par des visions et

des lectures de ses projets qui le désorientent et souvent le font dériver de sa propre lecture de la réalité.

Les insuccès dans son propre marché et son étroitesse rendent son rapport avec son public frustrant. À l'exception de l'Égypte, quand un film fait succès chez nous, il couvre à peine 10% des investissements. De nombreux films arabes se sont faits et se font grâce à la générosité française et européenne. Celle-ci est parfois perçue comme une volonté d'interférer sur les contenus des films et souvent les cinéastes sont considérés comme les « chevaux de Troie » de l'Occident dans le monde arabe.

La vigilance des créateurs doit être accrue, mais il est incontestable que le soutien qu'apporte la France et l'Europe à l'initiative de la production arabe et du sud n'est pas seulement un phénomène de générosité, mais le fruit d'une stratégie bien pensée de défense de l'identité européenne qui ne se conçoit pour eux qu'à travers une alliance avec les créateurs du monde entier pour proposer au public une vraie « ciné-diversité ».

Le cinéma identitaire, qu'il soit de fiction ou documentaire, est une nécessité pour les sociétés arabes : confirmer l'identité, parler avec impertinence des blessures de la société, entamer les tabous, transgresser les interdits, conquérir plus de liberté d'expression, doivent être les vrais objectifs des créateurs de notre contrée.

Ainsi, d'une part, leurs œuvres seront de proximité de leur public et se différencieront des autres médias locaux et, d'autre part, donneront une image plus réelle de nos sociétés en Occident.

Cela peut contribuer à éviter les malentendus et les images déformées qu'offrent de nous les médias occidentaux. L'homme arabo-musulman n'est pas un terroriste en puissance ou fondamentaliste barbu, mais un être humain comme les autres vivant les difficultés de l'heure, la lutte quotidienne pour vivre et survivre. Il est confronté au pouvoir sous toutes ses formes, à ses ambitions, à ses désillusions et à ses rêves. Quand *Halfa-*

ouine est sorti en France, en septembre 90, en pleine préparation de la guerre du Golfe, après l'occupation du Koweït, un journaliste du *Nouvel Observateur*, n'a-t-il pas dit : « On ne pensait pas que Tunis était si proche de Paris et que Halfaouine était un quartier de la France » ; c'est dire toute l'humanité que colporte ce film.

Il est vrai que le cinéma identitaire pourrait être démagogique et une large escroquerie. L'exemple typique est le large succès populaire remporté par un film égyptien cette année, en pleine préparation de la deuxième guerre du golfe (qui parlait d'un héros positif défendant sa patrie contre les manigances d'un groupe voulant déstabiliser le pouvoir); c'est, quelquefois, le revers de la médaille.

Les télévisions arabes, en dehors d'Al Jazira, ne conçoivent pas de pratiquer, de soutenir ou de produire le cinéma du réel. Les seuls documentaires que nous voyons sur nos écrans sont soit des documentaires animaliers et naturalistes, soit des documentaires célébratifs d'événements ou de personnages qui ont marqué notre histoire contemporaine ou notre actualité. Pourtant, le documentaire devrait avoir une place essentielle dans nos médias. À l'exception des égyptiens, l'impression que donnent nos cinéastes est qu'ils n'ont pas de rapport avec le marché local ou international et se contentent de trouver les financements d'un film, de le fabriquer et de le balader à travers les festivals plus ou moins intéressants dans le monde.

Il est impératif que nos créateurs prennent conscience que le cinéma est un spectacle populaire et qu'il est nécessaire que les films sortent des ghettos des festivals et aillent directement à la rencontre du public, aussi bien à travers le grand écran que le petit écran dans le marché local et dans le marché international.

Les cinéastes arabes, pour atteindre le public, n'ont pas nécessairement besoin ni d'être domestiqués par le pouvoir en place ni de reproduire une image orientaliste et délétère pour

plaire à l'Occident. Ils sont dans l'obligation de parler en toute liberté, sans autocensure et avec sincérité, de leur lecture de la réalité avec sincérité, de leurs perceptions de la société et du monde qui les entourent.

La sincérité et la crédibilité, souvent l'impertinence, sont les gages essentiels de leur succès aussi bien auprès du public local que du public occidental. L'émotion de la condition humaine est la clé essentielle de leur rôle d'avant-garde dans la société et auprès du public.

LA VICTIME ET LA MATRONE : LES DEUX IMAGES DE LA FEMME DANS LE CINÉMA TUNISIEN

FÉRID BOUGHEDIR

Metteur en scène et critique de cinéma. Tunis

ON LE SAIT, les deux premiers films tunisiens de l'histoire portaient déjà des noms de femmes : *Zohra* (1918) et *Aïn el Ghezal (la Fille de Carthage)* (1924), tous deux réalisés par Samama-Chickly, avaient été écrits, joués et montés par une femme (Haydée, la fille du réalisateur et interprète principale des deux films). Le second prenait déjà position en faveur de la femme, pour le libre choix du conjoint et contre le mariage forcé, et cela trente-trois ans avant la promulgation du « Code du statut personnel », émancipant les femmes tunisiennes en 1957.

Après *la Fille de Carthage*, il faudra attendre 57 ans pour qu'une femme tunisienne, Nejia Ben Mabrouk, écrive et réalise en 1981 *la Trace*, un véritable long-métrage cinématographique de fiction digne de ce nom, venant après les documentaires et dramatiques télévisés de Fatma Skandrani, les courts-métrages ethnographiques de Sophie Ferchiou et le courageux pamphlet didactique de Selma Baccar, *Fatma 75*.

La Trace avait, comme la presque totalité des fictions qui seront réalisées plus tard par des Tunisiennes, une femme comme protagoniste principal. On pouvait penser qu'il a fallu attendre pour cela qu'une femme passe derrière les caméras.

Or à étudier tous les longs-métrages de fiction réalisés par des cinéastes (hommes) avant *la Trace*, entre 1967 et 1982, on s'aperçoit que l'image de la famille est au cœur de leur cinéma : les cinéastes partent souvent d'un environnement familial im-

médiat même pour figurer une structure plus large. La famille, en ce sens, est souvent le microcosme représentant la nation, et les générations qui y co-habitent sont alors autant de figures de l'affrontement tradition-modernité.

Cependant, le cinéma tunisien présente une étonnante particularité : les familles y sont presque toujours privées de pères et la femme y tient une place prépondérante. Les pères sont soit disparus (ils meurent parfois dès les premières images du film), soit défaillants, ivrognes, irresponsables, et toujours négatifs. Dans d'autres cas, ils sont vivants mais muets, laissant la parole à la femme. Cette dernière, figure centrale de presque tous les films tunisiens, y a un double visage : elle est soit la victime de siècles de traditions injustes qui en font une monnaie d'échange et une esclave qu'il faut libérer, soit une matrone omnipotente derrière les apparences de la soumission.

Ce père que l'on évacue dès les premières images, représenterait-il le colonialisme qui avait laissé la Tunisie dans une structure de type patriarcal ? Ou alors cette importance réelle de la mère par rapport à l'autorité supposée du père est-elle justement typique de la culture méditerranéenne ?

Toujours est-il que le cinéma tunisien n'est jamais misogyne : il ignore totalement les rôles de pécheresse, de vamp, de femme fatale entraînant les hommes à leur perte, que l'on retrouve dans les autres cinémas méditerranéens, et notamment dans les cinémas populaires turcs ou égyptiens. Mais, contrairement aux images de « mère courage » se défendant contre l'adversité présente dans les autres cinémas arabes, le cinéma tunisien privilégie surtout la matrone dominatrice qui règne seule dans une famille où le père est absent ou défaillant.

Cette permanence de la figure du père absent laisse tout naturellement la place à des héros orphelins. Des orphelins qui deviennent parfois des marginaux, témoins privilégiés d'une société qu'ils nous font découvrir à travers leurs yeux. Le plus souvent ils profitent de leur absence d'attaches, de chaînes les

reliant au passé, pour agir. Cette action vise parfois à secouer la société, elle se limite souvent à une simple affirmation individuelle. Le héros dont le père est mort doit souvent subir une série d'épreuves initiatiques pour prouver sa virilité ou son identité face à une mère omniprésente ou castratrice. Qu'on en juge sur pièces, et par ordre chronologique de production des films tunisiens :

– *Le Rebelle* d'Omar Khelifi (1968) : le père est tué dès le générique. La mère demande à son fils de désertir l'armée du bey pour le venger. Après une série d'épreuves qui en font un héros et affirment sa virilité, le fils meurt devant sa mère, impassible, à qui il a apporté le cadavre de l'assassin du père. Seule, elle a la parole et énonce la loi. Le fils, pour accomplir sa mission, repousse l'amour d'une fiancée. Celle-ci n'ouvrira la bouche qu'à la fin du film, pour nier absurdement la mort du héros devant la mère (sa rivale ?), enfin satisfaite. Cette interprétation est peut-être excessive, mais elle éclaire d'emblée d'un jour révélateur cette particularité « familiale » de tous les films tunisiens. Déjà le héros de *l'Aube* (1967) du même Khelifi devait passer l'épreuve de tuer son beau-père, avant de périr à son tour.

– *Mokhtar* de Sadok Ben Aïcha (1968) présente encore un héros orphelin, libre de toute attache. C'est un romancier dont l'œuvre est consacrée à la libération de la femme. Il meurt à la fin, laissant l'héroïne de son livre questionner le spectateur : le film s'achève sur ce visage de femme.

– *Khelifa, le teigneux* de Hamouda Ben Halima (1967-70) a de nouveau un héros orphelin qui vit entouré de femmes. La seule autre figure masculine est un marginal (un magicien marocain).

– *Une si simple histoire* d'Abdelatif Ben Ammar (1970) propose encore un héros orphelin, doté d'une mère forte et castratrice, qui s'oppose au mariage de son fils et à la liaison de sa

filles, laquelle finit par se suicider. Un des thèmes est la condition injuste subie par la femme.

– *Sous la pluie de l'automne* d'Ahmed Khechine (1970) : ici le père de famille est vivant, mais c'est un père démissionnaire et ivrogne qui a fui toute responsabilité dans l'alcool. Il ne prononce pas une parole durant tout le film ! C'est la mère qui tient le vrai rôle de chef de famille. Encore une fois le problème central est la condition de la femme : le sort injuste de la fille aînée, séduite, abandonnée et honnie par l'opinion publique.

– Dans *Om Abbès* d'Ali Abdelwahab (1970) le père est mort et la mère, forte et dominatrice, se substitue physiquement à lui. Elle revêt des habits d'homme pour tuer l'assassin de son fils, afin que le code de l'honneur et de la tradition soit respecté.

– Sur les trois sketches de *Au pays de Tararani* (1972) deux ont des femmes comme figures centrales. Dans *le Réverbère* de Hamouda Ben Halima : l'homme (le coiffeur) est défini jusqu'à la caricature (il est coquet, faible, etc.), tandis que la mystérieuse inconnue qu'il veut séduire captive notre attention et mène le jeu jusqu'au bout, c'est lui qui est berné. Dans *la Visite* de Hédi Ben Khelifa, l'homme est totalement absent de l'image, le sketch se résumant à un monologue féminin qui rappelle, à nouveau, la condition injuste de la femme à l'époque. Le troisième sketch, *le Pique-nique*, de l'auteur de ces lignes, est centré lui aussi sur une famille dont le père est particulièrement irresponsable, mais les femmes n'y sont pas prépondérantes.

– Dans *les Fellagas* d'Omar Khelifi (1972) le héros s'engage dans la lutte nationale, non par patriotisme, mais à cause d'une femme. Après s'être affirmé dans une série d'épreuves, il meurt à la fin.

– *Et demain* de Brahim Babaï (1972) est le seul film maghrébin qui attribue le rôle traditionnel de fou du village, personnage éternel de la culture orientale et africaine, non pas à un homme mais à une femme : une des plus belles scènes est celle où la folle — diseuse de vérité — est trouvée morte face à

une télévision — diseuse de propagande —. Dans le film, c'est une petite fille et non un petit garçon qui présente l'avenir éduqué du pays : elle lit une lettre au héros analphabète. Le père effacé ne prononce pas une seule parole durant tout le film. Son fils doit également s'affirmer en quittant son village...

– *Yusra* de Rachid Ferchou (1972) : comme son titre l'indique, est à nouveau centré sur un personnage de femme, réincarnation d'une déesse carthaginoise qui vient hanter un peintre.

– *Les Enfants de l'ennui* du même auteur (1973) a de nouveau une femme pour héroïne, en la personne d'une assistante sociale qui milite en faveur de la libération des femmes par le contrôle des naissances.

– *Omi Traki* d'Abderrazak Hammami (1973) est également centré sur un personnage féminin, comme *Om Abbès* (et interprété par la même actrice, Zohra Faïza), matrone « qui détient le phallus » : son mari est faible, falot, dépassé. C'est sa femme qui règle les problèmes de la famille et ceux de tout le quartier. C'est encore une mère castratrice : elle traîne partout son fils Ali, au comportement totalement infantile malgré sa quarantaine, boulimique, bloqué au stade oral et de toute évidence sexuellement vierge. À part le film du marocain Abderahmane Tazi *Lella Hobbi*, cette figure de mère envahissante et dominatrice, héritée de la tradition méditerranéenne, se retrouve surtout dans le cinéma tunisien : la mère du *Vent des Aurès*, un des seuls films algériens « maternocentristes », est au contraire une victime qui subit les événements et, loin de triompher, suit son fils dans la mort.

(Mais le personnage tunisien Omi Traki, qui à l'origine était une série télévisée, a eu un énorme succès en Algérie, au point de faire figurer ce personnage dans le film algérien de Moussa Haddad *les Vacances de l'inspecteur Tahar*).

– *Hurlements* d'Omar Khelifi (1973) annonce dès les premières images qu'il est un « plaidoyer pour la libération de la

femme en Tunisie et en Afrique ». Le jeune héros, assez falot et une fois de plus orphelin, quitte le village sur les conseils de sa mère pour s'affirmer en ville et trouve bien entendu la mort à la fin. Il est tout aussi innocent sexuellement que les héros similaires. Une des héroïnes, qui a subi un viol, est condamnée à mort par le village. Sa sœur devient folle. Et c'est encore à la mère que revient la parole finale : c'est elle, seule survivante, qui demande des comptes à Dieu pour tant d'injustices.

– *Sejnane* d'Abdelatif Ben Ammar (1974) : un des films tunisiens de « pionnier » les plus réussis, s'appelait au stade du scénario *le Père*. Celui-ci est tué au tout début du film. Orphelin, son fils va suivre un chemin initiatique, au cours duquel il découvre entre autres l'injustice de la condition féminine et la politique. Il meurt à la fin, mais après son responsable syndical, qui était en quelque sorte devenu son second père.

Après ce sommet très accompli, il est normal que les réalisateurs se soient détournés un temps du thème de la famille pour s'orienter complètement vers le cinéma purement politique que *Sejnane* avait si brillamment introduit.

– *Les Ambassadeurs* de Naceur Ktari (1976) et *Soleil des hyènes* de Ridha Behi (1977) n'accordent plus une place prépondérante à la femme. Quoique en cherchant bien le seul personnage français positif des *Ambassadeurs* est une institutrice antiraciste et le héros encore un jeune adolescent qui cherche à s'affirmer... avant de mourir à la fin du film. Pour n'être point majeurs, ces thèmes sont néanmoins encore là! Mais après cette « pause », la thématique féministe repart de plus belle!

– *Le Mannequin* de Sadok Ben Aïcha (1978) est une enquête sur la femme tunisienne, menée par un journaliste libanais au regard neutre, qui croise une série de personnages féminins représentatifs de toutes les catégories sociales. Le personnage masculin tunisien, Raouf, est un intellectuel faible et démissionnaire, qui est poussé à l'action par sa fiancée. Son père est mort, et lui vit chez sa maman...

– *La Noce*, réalisé par le groupe Nouveau Théâtre (1978), est centré sur les rapports homme-femme : un couple se déchire sous nos yeux et le mari a le moins beau rôle. C'est son épouse qui se montre active et provoque l'esclandre, « fait la révolution », tandis que l'homme, poltron, en état de fuite permanente, essaie désespérément de revenir à l'ordre ancien en rangeant des papiers, des meubles, des principes et des conventions que sa femme bouleverse. Même si la fin du film voit la soumission de cette dernière, c'est elle qui aura fait bouger les choses et servi de révélateur.

– Enfin *Aziza* d'Abdelatif Ben Ammar (1980) clôt la première boucle : le héros n'est plus un orphelin qui découvre la condition de la femme mais... c'est une orpheline qui vit elle-même cette condition. Après la mort de son second père (son oncle qui l'a adoptée) et devant la lâcheté du personnage principal masculin (son cousin), être veule et égoïste, c'est elle qui va montrer au spectateur la voie de l'intégrité, de la responsabilité et de l'indépendance.

Après les pères absents ou défaillants, voici dans *Aziza* que même le « jeune héros » qui faisait son apprentissage de la vie et des injustices (en particulier celles que subit la femme) disparaît au profit de l'héroïne. Ainsi celle-ci n'est plus vue par procuration, à travers un homme substitut du réalisateur, mais occupe le devant de la scène, devenant enfin à la fois objet et sujet réel du film.

Le premier long-métrage féminin, *la Trace* (1982), apporte une différence de taille par rapport aux films réalisés par des hommes : les hommes n'y sont plus faibles mais durs, tels des loups qui ne cherchent qu'à séduire l'héroïne (à qui sa mère avait imposé un rite de préservation de la virginité quand elle était enfant), une héroïne qui doit se préserver des hommes à son arrivée dans la capitale avant de les fuir, peut-être à l'étranger.

Cette omniprésence de la figure féminine dans le cinéma tunisien, continuera, bien après le premier long-métrage féminin, *la Trace*, dans les films réalisés par des hommes : dès *Halfaouine* de l'auteur de ces lignes (1990) (où l'on voit que c'est toujours malgré les apparences de la soumission la mère qui a le dernier mot avec son mari) jusqu'à *Bent familia* de Nouri Bouzid (1997) (où c'est la mère gardienne des traditions qui vient persuader la jeune épouse rebelle de revenir à son foyer) et à *Fatma* de Khaled Ghorbal (2001), consacré aux « réparations chirurgicales de virginité » exigées par un certain ordre social, ordre social que l'héroïne affrontera à la fin du film au prix d'un divorce, pour assumer enfin pleinement son indépendance. Examinons à nouveau dans le détail quelques films tunisiens des deux dernières décennies :

- *Le Défi* d'Omar Khelifi (1985) : comme dans *le Rebelle* du même réalisateur, c'est une femme qui pousse le héros à venger l'honneur (national) au prix de sa vie : il meurt à la fin du film.

- *L'Homme de cendres* de Nouri Bouzid (1986) : c'est une femme, une prostituée (Sejra), qui résoudra les problèmes du héros hésitant sur sa sexualité, suite à un viol subi dans sa jeunesse. Il vit une crise à laquelle son père répond par l'autoritarisme aveugle et sa mère par la compassion.

- *C'Ur nomade (regaya)* de Fitouri Belhiba (1990) est centré sur la forte personnalité d'une veuve qui veut choisir librement l'homme qui remplacera son mari.

- *Automne 86* de Rachid Ferchou (1990) : c'est une femme qui remet sur le droit chemin le journaliste qui s'était vendu au pouvoir.

- *Arab* de Fadhel Jaïbi et Fadhel Jaziri (1989) et *Chich Khan* de Fadhel Jaïbi et Mahmoud Ben Mahmoud (1991) : dans les deux films c'est une femme forte (interprétée par Jellila Baccar) qui a le rôle positif face à la faiblesse et à la folie des hommes.

- Dans *Soltane el Medina* de Moncef Dhoub (1992) et dans

le *Vent des destins* d'Ahmed Djemaï, la figure de la mère dominatrice et abusive (interprétée dans les deux films par Mouna Nourreddine) atteint dans les deux cas des sommets : dans *Soltane el Medina* elle est la seule dont a peur le costaud du quartier (« El Bab »), son fils, dont elle organise le mariage sans lui demander son avis, tout en commercialisant les dons de « voyance » de son autre fils simple d'esprit qu'elle fait passer pour un saint : on retrouve ici la figure d'Omi Traki et de son fils simplet, mais en version beaucoup plus dramatique : ici on ne rit plus du tout, et le fils est vraiment un déficient mental totalement manipulé par sa mère et incapable d'échapper à son emprise : à la fin du film, il renonce à fuir, et reste près d'elle.

Dans *le Vent des destins*, la mère, dominatrice, marie son fils (orphelin de père comme il se doit), puis, jalouse de sa belle-fille, fait de la vie de son fils un enfer : il en perdra la vie à la fin du film.

– Dans *Échec et mat* de Rachid Ferchiou (1994), comme dans son film précédent *Automne 86*, c'est une femme qui vient rappeler à un homme politique exilé les abus qu'il avait commis et le remet sur la voie : il fait alors un retour (suicidaire) vers son pays où il perdra lui aussi la vie.

Pour faire une parenthèse dans cette liste chronologique de films issus de l'imaginaire masculin, nous parlerons exceptionnellement de trois films :

– *Les Silences du palais* de Moufida Tlatli (1994) (car réalisé par une femme) où toutes les femmes sont positives : elles sont toutes victimes (plutôt qu'abusives) : l'héroïne parvient à sortir de sa condition injuste par l'art (le chant).

– Nous parlerons aussi exceptionnellement de *Habiba M'sika (la Danse du feu)* de Selma Baccar (1995), également réalisé par une femme et, comme tous les films de réalisatrices tunisiennes, centré sur une femme : Habiba M'sika, une « diva »

de la chanson et du théâtre tunisien des années 30 : là encore, comparativement aux figures de « femmes fatales » du cinéma (masculin) égyptien populaire, cette « vamp »-là est positive, et tout comme dans *les Silences du palais* elle sort de sa condition grâce à ses talents artistiques (le chant et le théâtre).

– Dans la comédie *Bedwin hacker* de Nadia El Fani (tourné en 2001) l'héroïne est bien entendu une femme qui, grâce à ses talents de pirate informatique, osera perturber l'ordre mondial de la communication imposé par le nord au sud.

Revenons à présent à la chronologie des films réalisés par les hommes :

– Dans *Un été à la Goulette* (1996) de Férid Boughedir, si les hommes sont jaloux, benêts, passionnels et souvent dupés, les femmes sont toujours positives. À la fin du film, c'est une femme qui par la beauté de son corps provoquera la crise cardiaque du « méchant » qui dominait le village par la puissance de son argent, et libère ainsi les pauvres qu'il opprimait.

– Dans *Essaïda* de Mohamed Zran (1996), situé dans un quartier très pauvre, le père est chômeur, ivrogne et violent, le fils adolescent est délinquant et mourra également à la fin du film. Sa mère est une mère-courage qui devant la démission de son mari tient à la fois sa maison et un petit commerce au marché et ramène chaque soir son mari saoul dans une brouette. Par contre la jeune bourgeoise snob qui vient rejoindre son fiancé peintre venu s'installer dans le quartier est un personnage négatif, mais tout autant que le jeune bourgeois mâle qui incite l'adolescent à voler : dans *Essaïda*, film social, la lutte des classes prédomine sur le conflit entre sexes opposés.

– Dans *Bent familia* (1997) de Nouri Bouzid, tous les hommes (à l'exception d'un seul, le violoniste) sont négatifs et les trois héroïnes qui sont le sujet même du film (dont le titre en français est *Tunisiennes*) sont positives : une différence ici tou-

tefois, comme on l'a vu plus haut, la mère gardienne de l'ordre social venue ramener sa fille, l'épouse révoltée, au bercail, n'a pas gain de cause.

– Dans *Demain je brûle* (1998) de Mohamed Ben Smaïl, le héros silencieux qui rentre gravement malade d'un long exil en Europe, retrouve lui aussi trois femmes « positives » : sa mère (douce et non « abusive »), une prostituée (généreuse et positive) et une « folle de village » qui rappelle la folle de *Et demain* de Brahim Babai : le héros meurt à la fin du film en silence.

– Dans *Soit mon amie (H'lou ou morr)* de Naceur Ktari (2000), le héros qui perd la raison faute de mettre en scène sa pièce de théâtre idéale est secouru par deux femmes : son épouse, dévouée et fidèle, et une jeune fille fantasque qui l'inspire, et que sa femme, pour sauver son mari, accepte de recevoir dans un étrange ménage à trois : une fois sa pièce aboutie, le héros meurt également à la fin.

Omniprésence de la figure féminine et mort sacrificielle du héros : la Tunisie étant le pays musulman qui a à ce jour accordé le plus de droits à la femme (et au plus tôt dès 1957, soit un an après l'Indépendance politique du pays, la polygamie et la répudiation étaient interdites, le port du voile tombait en désuétude, des indemnités et des pensions alimentaires étaient obligatoirement allouées à la femme en cas de divorce, etc.), il est compréhensible que les réalisateurs commençant à filmer dix ans plus tard, aient été quotidiennement concernés par cette mutation sociale capitale de la société tunisienne qui a ébranlé leur quotidien. Reste à savoir pourquoi les films tunisiens procèdent presque tous rituellement au meurtre du père... en mettant très souvent en avant des « mammas » méditerranéennes dominantes et castratrices en tant que figure centrale.

A moins que ce rôle dominateur donné si souvent par les cinéastes tunisiens à une matrone onnipotente soit non seule-

ment le reflet du matriarcat réel sur lequel repose la civilisation méditerranéenne, mais également une expression de l'angoisse profonde des mâles d'un pays arabe et musulman qui a « prématurément », par rapport aux autres régimes arabes et musulmans, donné de façon abrupte et sans étapes le maximum de pouvoirs légaux à la femme par rapport à sa condition antérieure. Et créant peut-être un véritable « traumatisme culturel » chez l'homme, se voyant brusquement démunie de presque tous ses anciens privilèges familiaux.

Dans ce cas l'image dominatrice de la Mamma méditerranéenne prenant trop de pouvoirs, par rapport à l'homme, releverait alors plutôt de l'ordre du fantasme, de la hantise (ou du cauchemar) tapi dans l'inconscient des cinéastes mâles tunisiens...

Mais ce cauchemar est-il seulement propre aux mâles ? Deux des derniers films de long-métrage tunisiens réalisés par des femmes (*Kesswa* de Kalthoum Bornaz (1998) et *la Saison des hommes* (2000) de Moufida Tlatli) mettent à nouveau tous les deux en scène des personnages de « Matrone », de mère dominatrice, interprétés tous les deux par la même actrice, Mouna Nourreddine, et le premier long-métrage de la jeune Raja Amari, *Satin rouge* (2001), met en scène une mère forte, jalouse de sa fille au point de séduire son propre gendre... Si les films du nouveau millénaire confirment cette direction, il sera alors permis de dire que dans le cinéma comme dans la société tunisienne, aussi bien pour les cinéastes hommes que les cinéastes femmes, le matriarcat serait plus de l'ordre de la réalité que du fantasme.

LA RÉVOLUTION TECHNO-MÉDIATIQUE : VERS UNE MARGINALISATION CULTURELLE TIERS-MÉDITERRANÉENNE?

FAÏZA SOUHABI MAJERI

Producteur de télévision. ERTT. Tunis

Préambule : informationalisme et globalisation

La révolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication a donné naissance à l'informationalisme selon M. Castells (1998), comme fondement radical d'une nouvelle société. Dans ce contexte, la production de richesses, l'exercice du pouvoir, la création de codes culturels dépendent de la capacité technologique des sociétés et des individus, capacité dont les NTIC constituent le noyau dur.

Du coup, celles-ci sont devenues l'outil indispensable pour la mise en œuvre effective des processus de restructuration économique et le développement du maillage ou mise en réseau comme forme d'organisation humaine dynamique et autogénératrice. Cette nouvelle logique de mise en réseau est en train de transformer, toujours selon Manuel Castells, toutes les sphères de la vie sociale et économique.

Mais c'est justement à ce niveau que se manifestent les plus grandes disparités entre l'Union Européenne et les Pays Tiers-Méditerranéens (PTM), et par voie de conséquence, au niveau culturel.

Autrement dit, et pour reprendre A. Mattelart, la production culturelle et le développement technomédiatique se présentent

comme les armes d'une forme nouvelle et insidieuse d'impérialisme à double tranchant : économique et idéologique.

Selon Armand Mattelart, les réseaux économiques transnationaux ne feraient donc qu'accentuer les inégalités et par conséquent les luttes de pouvoir identitaires, économiques et culturelles, d'où la nécessité de mettre en place des mécanismes visant à désamorcer les conflits potentiels, ces mécanismes de nature idéologique que Mattelart nomme globalisation.

La globalisation incarne l'idéal cybernétique d'une entité systémique et autorégulée (en l'occurrence par les lois du marché), qui doit impérativement s'affranchir des contraintes sociales pouvant nuire à son bon fonctionnement. Pour se réaliser, l'idéologie globaliste investit subrepticement la sphère sociale par l'entremise de l'entreprise, et j'ajoute, si je peux me permettre, de la sphère culturelle par l'intermédiaire des moyens de communication audio-visuelle pour ne pas parler des NTIC.

Mutation des médias audio-visuels

Nous assistons de nos jours à la grande mutation des médias audio-visuels et leur évolution progressive dans un univers numérique de plus en plus envahissant. Nous passons du coup d'une économie de la rareté en matière de production audio-visuelle à une économie de l'abondance et d'une offre de masse à une offre sur mesure.

Ainsi, cables, satellites, numérique hertzien et hauts débits vont autoriser les consommateurs à diversifier leurs pratiques médiatiques. Diffuseurs, producteurs, créateurs, distributeurs mais aussi publicitaires devront modifier leurs stratégies et construire des offres adaptées aux goûts et aux modes de vie de chacun.

Dans ce contexte, il s'agit surtout de savoir comment les

médias généralistes surmontent ces bouleversements qui remettent en cause un équilibre économique sur lequel ils ont établi leur puissance.

Par cette question nous nous engageons de plain pied dans une nouvelle économie de l'audio-visuel où les enjeux sont d'importance.

Enjeu culturel d'abord, puisque le secteur de la création et de la production audio-visuelle reste très dépendant des médias généralistes qui sont soumis à des obligations d'investissement et assurent le maintien d'une industrie de programmes nationale.

Enjeu de société, eu égard au rôle fédérateur joué par les médias généralistes en particulier, aux missions de service public qu'ils assument.

Enjeu économique enfin, puisque le rayonnement de la production audio-visuelle doit pouvoir supporter la concurrence internationale, notamment américaine qui a su, avant tous les autres, conquérir des parts de marché bien au-delà de ses frontières.

L'enjeu culturel : vers une problématique

Sur le plan culturel et dans le contexte d'une économie mondialisée, il y a lieu de constater la multiplicité des références identitaires entre les peuples et la place récurrente du cybermonde-univers de référence des circuits lettrés qui accentue le tropisme vers le cosmopolitisme et le métissage des cultures. Cette hétérogénéité culturelle autorise une valorisation des identités et la diversité des appartenances culturelles.

Le thème de la diversité culturelle marque en fait simultanément l'attachement à une culture (ce qui justifie une politique publique en faveur des programmes) et la reconnaissance

de la différence et de l'altérité (ce qui justifie l'accueil envers les programmes étrangers) et l'ouverture vers les autres cultures.

Sur un autre plan, l'avènement d'une société plurimédiatique conduit à envisager la vidéosphère comme un tout, même si des différences notables existent entre les médias traditionnels et l'univers des réseaux qui combine des offres très segmentées de contenus et services de la communication privée.

Mais le numérique qui autorise le transport de mêmes contenus sur des supports différents rapproche les deux mondes. C'est ainsi que la radio et la TV procurent des offres de plus en plus segmentées et peuvent être articulées à des services interactifs pendant que l'Internet diffuse de la musique broadcast et des films.

À cet effet les médias des réseaux participent au même titre que les médias classiques à l'élaboration de l'espace public et les questions de l'ordre public, de l'éthique des contenus et de la diversité culturelle y sont tout autant brûlantes.

Par ailleurs, la mutation culturelle sous ses deux aspects : horizon cosmopolite et affirmation des identités met en question les fondements de la culture nationale et incite à porter le combat à un niveau plus général sous le signe d'une appartenance culturelle commune drainant ses valeurs, ses croyances, son éthique et confrontée à des aires culturelles différentes pour ne pas dire antagoniques. (Je citerai notamment le fossé qui sépare les TV arabes des TV occidentales.)

Les NTIC ouvrent comme il se voit de nouveaux champs de rencontre entre les cultures, car il ne s'agit pas de choc entre les civilisations comme l'atteste Huntington, mais posent aussitôt la problématique des disparités sociales et géographiques qui compromettent le véritable dialogue. De ce fait, toutes les cultures n'ont pas la même chance de pouvoir suivre le rythme de la mondialisation. De plus, les NTIC contribuent pour une large part à façonner la hiérarchie des cultures dans le monde; or, le fort et le faible ont toujours du mal à dialoguer, et je re-

viendrai plus loin sur un cas d'espèce. Il n'est donc pas étonnant de s'attacher à défendre les identités culturelles nationales et à faire prendre en compte la culture dans le développement des pays interméditerranéens en encourageant toutes les initiatives de coopération culturelles multilatérales (et il y en a quelques-unes dont je citerai le projet CAPMED sur lequel je reviendrai plus loin).

À ce titre, les NTIC constituent un moyen privilégié de catalyser les trois principaux objectifs adoptés par la Conférence Euroméditerranéenne des ministres des Affaires étrangères à Barcelone le 27 et 28 novembre 1995, à savoir : *le renforcement du dialogue politique, la valorisation des liens sociaux et culturels*, le développement de la coopération économique et financière dans la perspective de la création d'une zone de libre échange.

Qu'en est-il du monde arabe ?

D'une manière générale, l'impact des NTIC sur le monde arabe se manifeste surtout par l'intrusion intempestive des chaînes internationales dans son paysage audio-visuel, ce qui occasionne un véritable bouleversement sur les plans politique, juridique et culturel.

Sur le plan politique, le monde arabe est de plus en plus envahi par des programmes diversifiés et souvent plus crédibles qui détournent les téléspectateurs de leurs chaînes nationales, fait aggravé par la généralisation de la parabole et des récepteurs digitaux. Sur le plan juridique : en dépit de leur monopole encore préservé, les stations de TV nationales ne sont plus les seules à diffuser des programmes. Sur le plan culturel : pour une large part des programmes diffusés, les téléspectateurs arabes, excepté dans le domaine des informations, ne connaissent pas un grand bouleversement du fait du caractère planétaire

des feuilletons et des films essentiellement occidentaux, sud-américains et égyptiens.

Face à ces transformations, le monde arabe est en demeure de relever un certain nombre de défis. Le premier est lié à la création d'un véritable service public à la disposition des collectivités, de la diversité des publics et de la démocratie. Le deuxième consiste à intervenir d'une manière dynamique sur la production nationale en favorisant d'autres contenus et en créant d'autres savoir-faire. Le troisième défi enfin se résume à encourager la libre circulation des programmes de chaque état arabe à l'intérieur de la région et à regrouper les possibilités des uns et le savoir-faire des autres pour obtenir un système audio-visuel capable de soutenir la compétition mondiale des médias et de leurs contenus.

Je ne prendrai pour exemple que le projet CAPMED qui porte sur la constitution d'archives audio-visuelles méditerranéennes disponibles en ligne. Il s'appuie sur la mise en place d'une base de données multilingue et multimédia accessible sur Internet. La Tunisie, l'Italie, l'Espagne, la Grèce, l'Algérie, la Jordanie, le Liban, l'Egypte et le Maroc participent à ce projet.

Il faut cependant noter que les défis à relever pour ces pays ne sont pas seulement endogènes si l'on considérait les obstacles auxquels se heurtent toutes les tentatives de coopération avec les instances audio-visuelles occidentales.

EXPÉRIENCE DE LA CHAÎNE « CANAL ALGÉRIE » DIFFUSANT PAR SATELLITE

AHMED DJABRI

Producteur de télévision. ENTV. Alger

1. *Les objectifs*

La diffusion transnationale d'un programme de télévision est forcément sous-tendue par des considérations d'ordre politique et culturel auxquelles se greffent inmanquablement les intérêts de nature économique et commerciale.

Dans le cas de l'Algérie, il s'agit en priorité de porter son image et sa voix sur la scène internationale afin de contrebalancer les effets ravageurs de l'information tendancieuse, partielle, tronquée..., prodiguée, sciemment ou par ignorance, par certains grands médias audio-visuels internationaux.

Sur le plan culturel, il s'agissait non seulement d'entretenir les liens identitaires avec la communauté algérienne émigrée mais aussi de s'associer au dialogue et à l'échange entre les cultures et les civilisations.

Enfin, dans le domaine économique, la chaîne internationale peut générer des ressources propres considérables, publicitaires et autres, en investissant dans les gisements inexploités du marché international de la télévision.

1.1 *L'audience.* La zone de couverture du satellite utilisé par l'ENTV est large (Eutelsat + Astra + Cablo distributeurs français), mais elle ne doit pas nous amener à confondre l'audience théorique et l'audience potentielle.

La réalité du paysage audio-visuel international dans ses

différents aspects et nos capacités d'offre de programme, entre autres facteurs, nous a conduits, dans une première étape, à définir nos ambitions avec réalisme à la lumière d'un certain nombre de paramètres, en exploitant au mieux nos atouts et en procédant selon un ordre de priorités.

Cerner aussi précisément que possible l'audience ciblée nous permet, outre de mieux assurer l'offre de programmes, une meilleure maîtrise de l'approche marketing développée dans le cadre de la stratégie commerciale de la chaîne internationale.

Parmi les atouts dont dispose la chaîne internationale pour se placer dans le paysage audio-visuel extérieur on peut notamment citer :

- Un programme national de base relativement bon et en tous cas perfectible.

- Une communauté algérienne émigrée importante en nombre surtout si on l'apprécie du point de vue de l'origine ethnique et culturelle et non pas du seul critère de la nationalité.

- Une conjoncture nationale conjuguée à l'absence de correspondants étrangers créatrice d'un fort besoin de savoir ce qui se passe en Algérie.

- Ce besoin est évident pour la communauté algérienne émigrée mais il touche également un public étranger curieux (intellectuels, journalistes, etc.) intéressé (milieux politiques et d'affaires) ou se sentant concerné (amis et sympathisants) par la situation politique et économique en Algérie.

- Une aspiration au ressourcement culturel de la communauté algérienne émigrée.

- Un certain déficit en matière de programmes typiquement maghrébins et une absence quasi-totale de programmes africains sur les chaînes internationales disponibles actuellement.

À la lumière de ces éléments, non exhaustifs, juxtaposés aux objectifs préalablement définis, il est possible d'esquisser les contours de l'audience ciblée.

1.2 *La chaîne internationale s'adresse en priorité à la communauté algérienne émigrée.* Celle-ci est principalement implantée en Europe occidentale (en France surtout et à un degré moindre en Espagne, en Belgique, en Allemagne, en Suisse, en Italie, en Scandinavie et en Grande-Bretagne) et éparpillée dans les pays du Maghreb, en Syrie et en Europe centrale.

Le bassin de cette audience serait donc constitué de la communauté algérienne établie en France.

Celle-ci n'est cependant pas homogène et peut être subdivisée, au moins, en trois segments :

- Les émigrés dits de « première génération » (agés, ouvriers et petits commerçants, vivant en famille ou seuls dans des foyers, attachés à leur pays qu'ils visitent régulièrement et à leur culture d'origine).

- Les émigrés dits de « deuxième génération », ou « beurs » (plus jeunes, niveau d'instruction relativement élevé mais condition sociale généralement difficile, culture ambivalente forgée par l'écartèlement entre l'influence, émoussée, des parents et celle de la société dans laquelle ils évoluent; de nationalité française mais il n'en nourrissent pas moins un rapport indissoluble avec le pays d'origine de leurs parents).

- Les émigrés qu'on pourrait qualifier de « troisième génération » : ce sont les algériens qui ont quitté leur pays pour diverses raisons à la fin des années 70 et dans les années 80 (étudiants et boursiers n'ayant pas rejoint le pays, regroupement familial, immigration clandestine...) et, depuis 1988, professions libérales, intellectuels, journalistes, entrepreneurs...

1.3 La chaîne s'efforce également de s'adresser au public maghrébin et surtout africain, apparemment délaissé. Il convient d'ouvrir ici une parenthèse pour signaler que les résultats du sondage réalisé en 2001 par l'Institut ABBASSA, dans plusieurs villes de France auprès de ce public, laissent apparaître une nette préférence pour « Canal Algérie ».

1.4 La chaîne internationale tend enfin à intéresser et à séduire le public étranger dans ses milieux avertis concernés d'une manière ou d'une autre par l'évolution de la situation en Algérie en particulier dans les domaines politique et économique.

2. *Les programmes*

Ils découlent du fait des objectifs assignés à la chaîne et des audiences ciblées. Or, à la lumière des arguments développés ci-dessus concernant ces deux références, il ressort que la chaîne se devait, en priorité et dans une première phase, de mettre l'accent sur le double volet de l'information et de la culture.

2.1 *L'information.* L'information est ici entendue dans un sens plus large que celui donné traditionnellement à cette notion.

Au-delà de l'information de type actualité (couverture des manifestations et événements qui marquent la vie nationale dans ses différents aspects), cette chaîne se trouve un canal par lequel un autre regard est porté sur l'Algérie, un regard nuancé, voire corrigé, des clichés reproduits par certains médias étrangers.

Pour ce faire, et parallèlement à l'actualité, il est fait recours à l'information de type magazine, au moyen de courts reportages et enquêtes, sur des thèmes très variés mettant en exergue

les potentialités de toutes sortes de notre pays, sa vitalité, sa détermination et son optimisme.

Informé c'est aussi faire état et contribuer à l'explication et à la diffusion des dispositions à caractère politique, en particulier en matière d'efforts en faveur du retour à la légitimité constitutionnelle et au processus démocratique, et à caractère économique en faveur de l'ouverture et de la libéralisation.

L'information sur la chaîne s'est aussi intéressée de plus près aux problèmes et aux préoccupations quotidiens de la principale audience ciblée en l'occurrence celle de la communauté algérienne en Europe et plus particulièrement en France.

Elle a également tendu à satisfaire le besoin de savoir des autres communautés ciblées, maghrébines et surtout africaines qui se trouvent pratiquement sevrées d'informations audiovisuelles en provenance de la terre natale.

L'information a été donc privilégiée ; elle revêt diverses formes (revues de presse, journaux télévisés, magazines, enquêtes et reportages, entretiens, publi-reportages...). Elle aborde différents thèmes (politique, économie, société, sport avec un intérêt accru pour les sportifs maghrébins et africains évoluant en Europe...) et s'exprime en plusieurs langues (arabe, français, anglais et berbère « amazigh »).

2.2 *La culture.* La chaîne se devait en priorité d'œuvrer à étancher la soif de ressourcement culturel observée dans la communauté algérienne à l'étranger, particulièrement en Europe où l'environnement ne lui permet pas d'assumer pleinement son identité.

Par programmes culturels, il s'agit moins de faire preuve d'ésotérisme que de permettre tout simplement à l'algérien déraciné de se retremper, grâce aux pouvoirs et aux vertus extraordinaires de la télévision, dans une ambiance dans laquelle il se reconnaît et se retrouve.

Ces émissions aussi variées et attrayantes que possible s'efforcent d'allier l'intérêt culturel et éducatif au besoin de distraction et de divertissement, de même qu'elles privilégient, chaque fois que possible, l'interactivité et la participation du public.

Des besoins spécifiques et souvent exprimés sont également assurés à l'exemple des cours de langue arabe.

D'un autre côté, la chaîne s'adresse à d'autres publics, algériens d'origine, ou étrangers qui ne connaissent pas, ou si peu, la culture algérienne. Dans ce cas, il s'agit de montrer un autre visage de notre pays en mettant en valeur la richesse, la diversité et le raffinement de son patrimoine culturel et artistique, son enracinement arabo-musulman, amazigh, africain et méditerranéen ainsi que son apport à la culture universelle.

3. *Les perspectives de développement*

À défaut de sondages fréquents et répétés, la chaîne s'appuie sur les différents contacts avec les téléspectateurs et les appréciations de certains journaux édités à l'étranger et notamment en France où l'on trouve la plus forte concentration de notre population émigrée.

À titre d'exemple, le journal *Le Monde* dans une de ses éditions de fin août 1996 a consacré un de ses articles au sondage commandé par Eutelsat à l'Institut Carat. Analysant ce sondage, l'article rapporte « qu'en neuf mois (octobre 1995 à juin 1996), le nombre de paraboles recevant des chaînes arabophones diffusées par satellite a augmenté de 77% pour passer de 205.000 foyers en 1995 à 368.000 en 1996. Et au journal de poursuivre que cette performance est due en grande partie à la diffusion par satellite, depuis 1994, de Canal Algérie ».

Ce qui laisse entendre que notre chaîne dispose de plus d'un atout pour renforcer sa position dans le paysage médiatique

dans un premier temps et engager son expansion dans un deuxième temps.

3.1 *Le renforcement de la position de la chaîne.* Le besoin du lancement de cette chaîne en direction des téléspectateurs résidant en dehors du territoire national se trouve ainsi dûment constaté. Aussi faut-il aujourd'hui renforcer sa position plus précisément au niveau de l'espace médiatique plus proche de l'Algérie, c'est-à-dire maghrébin, arabe, africain et européen.

Ce qui se traduit, selon notre conception de cette chaîne ainsi que les objectifs qui lui sont fixés, par des actions diverses qui se trouvent soit en situation opérationnelle, soit en phase de projets assez avancés.

Ces actions sont axées fondamentalement autour de la recherche permanente de l'amélioration des programmes fournis pour que leur contenu et leur forme technico-artistique puissent répondre au mieux aux attentes des téléspectateurs.

Au plan opérationnel les actions initiées et à développer privilégient la réalisation d'émissions de proximité produites au sein même des milieux ciblés par la chaîne. Ces actions se sont distinguées par la réalisation de nombreux programmes. À titre d'exemple nous citerons en particulier le magazine de proximité réalisé en France-même sur le quotidien de la communauté algérienne résidant à l'étranger où sont abordés les problèmes, les questionnements et les aspirations de cette communauté et ses relations dans la vie pratique avec la mère patrie.

3.2 *Les perspectives d'évolution de la chaîne internationale.* Étant toujours en phase de construction dans la mesure où elle est constituée actuellement d'une sorte de jumelage avec la chaîne nationale, la chaîne internationale se fixe comme objectif de réunir les moyens qui lui permettent de se détacher progressivement de la société mère à travers la création d'une nouvelle société de télévision.

Pour ce faire celle-ci se doit, en plus de la nécessité de développer et de diversifier son programme spécifique, de créer les conditions nécessaires tendant vers :

- L'introduction et/ou le développement des programmes à caractère éducatif et d'enrichissement culturel tels que les cours de langue arabe, la connaissance de l'Islam et des richesses culturelles et touristiques de l'Algérie.
- Le développement des services à vocation commerciale générateurs de revenus (publicité, sponsoring, etc.).
- Le développement de réseaux de relations avec les créateurs de l'audio-visuel intervenant dans l'espace maghrébin, africain, arabe et méditerranéen.
- La recherche de complémentarité avec les autres chaînes arabes diffusant par satellite au moyen des canaux de coopération et plus particulièrement l'organe de coordination entre ces chaînes qui a été créé sous l'égide de l'Arab States Broadcasting Union (ASBU).

Conclusion

Tels sont, en quelques lignes, les différents aspects liés à l'expérience algérienne en matière de diffusion des programmes télévisuels par satellite.

Il est clair que cette expérience reste à consolider et à raffermir plus particulièrement par rapport au développement rapide et spectaculaire des moyens de communication modernes. Dans un tel cadre, il devient impératif pour nous, pays arabes, d'accorder une plus grande attention à cette mutation multidimensionnelle. Les débats organisés à cette occasion doivent permettre la conception d'une stratégie commune. Cette stratégie peut, à notre sens, à partir des expériences vécues par chacun d'entre nous, permettre de dégager les éléments de com-

plémentarité à même de nous éviter la « dépersonnalisation » et rentabiliser au maximum l'extraordinaire gisement culturel et vivier de compétences que recèle le monde arabe.

PRODUIRE ET DIFFUSER EN RÉSEAU, L'EXPÉRIENCE D'UNE SÉRIE TÉLÉVISÉE : LES « CHRONIQUES MÉDITERRANÉENNES »

SOLANGE POULET

*Coordinatrice. Centre Méditerranéen
de Communication Audio-visuelle. Marseille*

L'UNE DES ACTIVITÉS du CMCA est de coordonner la réalisation d'émissions destinées à promouvoir une production originale des télévisions du nord et du sud de la Méditerranée concernées par un certain nombre de préoccupations ou de valeurs culturelles communes.

Après la série des « Fantômes sous-marins » et celle des « Mémoires de l'eau », la série des « Chroniques méditerranéennes », lancée en 1997, témoigne de la volonté des TV membres du réseau du CMCA de s'intéresser à une forme du documentaire qu'on appelle souvent aujourd'hui — du nom d'un festival bien connu — le « cinéma du réel ». Un objectif que le titre donné à la première série des « Chroniques méditerranéennes », « L'aventure des vies privées en Méditerranée », venait d'ailleurs encore très clairement signifier.

Choisir le domaine de la vie privée, c'était en effet abandonner, pour une fois, des thèmes généralistes comme ceux de l'histoire ou des arts, pour entrer dans l'approche de la culture, collective ou individuelle, telle qu'elle apparaît dans le vécu quotidien des uns et des autres.

Deux autres thèmes, deux autres séries ont suivi : l'une sur les « Mères en Méditerranée » (fin de réalisation en 2000), et la

troisième, sur « La jeunesse et ses passions », actuellement en cours de réalisation.

Quinze documentaires de 26 mn sont déjà disponibles, tandis que quatorze sont en chantier sur la série en cours.

L'originalité de cette initiative réside par ailleurs dans le dispositif adopté pour la mettre en œuvre : les réalisateurs désignés par chaque télévision proposent un synopsis, puis se retrouvent lors d'un atelier organisé par le CMCA et où ils travaillent ensemble, confrontant leurs sujets et leurs expériences de la réalisation documentaire dans les systèmes de télévision qui sont les leurs.

Et, deuxième étape, chaque organisme de télévision ou de production participant à la série autorise à la diffusion gratuite du documentaire qu'il a produit sur les écrans des autres participants, et s'engage par ailleurs à diffuser tout (règlement de la 1^{ère} et de la 2^{ème} série), ou partie des exemplaires de la série.

Je vais donc tenter de vous donner une description rapide de cette *expérience, assez unique, de coopération de télévisions en réseau*, et d'un dispositif dans lequel le CMCA joue le rôle du coordonnateur :

- Une coopération qui commence avec le choix du sujet décidé par les télévisions du réseau.
- Qui se poursuit lors de l'écriture des sujets.
- Et qui s'achève avec la programmation de la série dans chacune des télévisions impliquées dans ce réseau d'adhérents au CMCA.

a) *De l'écriture à la réalisation*

Une fois le sujet déterminé par les membres du CMCA, chaque télévision nomme un réalisateur qui propose alors un synopsis. À partir de la seconde série, les réalisateurs se sont par

ailleurs retrouvés pour confronter le travail amorcé sur leurs films. Cet atelier avait d'ailleurs eu lieu à l'époque à Barcelone. Une rencontre qui avait permis aux réalisateurs ayant déjà tourné de montrer ce qu'ils avaient fait, ce qui avait servi de support aux discussions sur la réalisation de l'ensemble de la série, coordonnée à l'époque pour le CMCA par M. Chiche, journaliste à FR3 Méditerranée.

Pour la troisième série, dont je m'occupe, l'ensemble des télévisions participantes avaient formulé une demande plus précise quant à la mise en œuvre de l'atelier réunissant les réalisateurs : il s'agissait de travailler en amont sur l'écriture de ces documentaires, chaque réalisateur devant arriver avec un sujet et un synopsis, mais sans avoir tourné.

L'atelier qui a eu lieu en novembre 2002 a duré trois jours et demi et réuni dix réalisateurs qui ont travaillé collectivement (présentation de chacun des sujets en réunion, débat, discussion) et individuellement (approfondissement des sujets, écriture ou ré-écriture), avec le CMCA et un réalisateur présent sur l'ensemble de l'atelier et qui avait lui-même exposé sa démarche, ses méthodes de travail, à partir de ses propres films.

Tue Steen Muller, spécialiste du documentaire et organisateur de festivals et de « pitching » pour EDN, assurait par ailleurs une partie plus générale de présentation de films et d'extraits de films donnant un panorama de l'histoire du documentaire européen (du cinéma direct au « documentaire de création »).

À partir du travail et du projet de chacun, et des discussions autour des documentaires présentés, beaucoup d'échanges ont eu lieu et ont ainsi permis de faire émerger, entre autres, les questions concernant ce genre cinématographique particulier, ainsi que sur la question du public et de la capacité de chacune des télévisions représentées pour accueillir ce type de programmes.

b) *Bilan général des « Chroniques » :*
leur forme, leur contenu

Chacune des séries a donc été réalisée à partir d'une thématique générale, la première laissant le champ très ouvert et donnant le ton général de cette série (« Aventure des vies privées »), et la seconde, « Les mères en Méditerranée », ciblant plus clairement le sujet à traiter.

En ce qui concerne la forme choisie pour ces documentaires, dès la première série, c'est le portrait qui a été privilégié. En même temps que la place donnée au commentaire était réduite, ce sont en effet, la plupart du temps, les personnages dont il est question qui s'expriment directement à l'écran ou en voix off.

Sans parler de chacun des documentaires réalisés, je vais essayer de donner une idée de la multiplicité des thèmes abordés :

– *La famille*, dans plusieurs des films de la série des « Mères », bien entendu :

- L'importance de la vie familiale (repas réunissant les membres de la famille, réunions et fêtes familiales montrées dans beaucoup de films de cette série).

- L'importance de la pérennisation des valeurs familiales de la transmission du patrimoine (en particulier dans « Mamette, Paule et Fabienne » et dans « Pêcheurs d'eau douce »).

- La gestion du « manque » de famille dans un documentaire algérien qui se passe dans un orphelinat.

– *La politique et les conflits*, dans le documentaire algérien de la série des mères, où l'orphelinat recueille les enfants dont les parents ont été tués pendant la guerre civile de ces dernières années, dans le documentaire palestinien, où les mères manifestent pour la libération de leurs fils, prisonniers en Israël.

– *Paternité et maternité*, dans le documentaire de la série des « Mères », réalisé par la télévision catalane, où il est question des choix des femmes pour leur maternité, mais aussi de l'importance d'une implication des hommes dans cet événement.

– *La passion du sport*, hommes, femmes, jeunes gens, sportifs ou non : les fans barcelonais du club du Barça.

– *La musique*, dans « Raï », documentaire algérien qui explique comment ce type de musique a évolué et traversé la Méditerranée, continuant à passionner non seulement les jeunes algériens mais aussi les amateurs de la « world music ».

– *La vie professionnelle*, essentiellement dans la série des « Mères », où la volonté des femmes d'accéder à la vie professionnelle est évoquée sous de multiples aspects.

– *L'immigration*, dans deux documentaires de la première série :

- « Marseille, rêve du sud », où il est question du racisme et de l'intégration des diverses communautés dans un quartier du centre de Marseille.

- « Farah », où une adolescente entre deux cultures parle de sa sensibilité et de son rapport au monde.

– *La femme / la condition féminine*. Dans les deux séries, on peut remarquer que la femme est un sujet très privilégié.

Bien sûr, les hommes sont là, mais globalement, les personnalités qui marquent le plus sont des femmes, y compris dans la première série, avec le portrait de femmes supporters du Barça, ou bien d'une femme de l'île de Kerkenna, en Tunisie, qui a choisi de devenir patron-pêcheur, et donc de travailler comme les hommes, et avec les hommes.

La série des « Mères », d'ailleurs, plus que le thème de la maternité, c'est-à-dire le rapport privilégié de la mère aux enfants, met en évidence l'importance et la multiplicité des rôles qui reviennent aux femmes dans la société d'aujourd'hui :

– Leur rôle face aux problèmes de l'éducation, et de la scolarisation de leurs enfants.

– Leur engagement politique (Algérie / loi sur l'adoption - Palestine-Tunisie (1^{ère} série).

– Leur rôle positif dans la gestion de l'entreprise : non seulement elles réussissent à faire des affaires et à gagner de l'argent, mais les hommes qui travaillent avec elles soulignent souvent la qualité de la relation qu'elles instaurent dans le travail (Jordanie, Tunisie).

– Leur rôle de vecteur du progrès et de la modernité :

- Elles trouvent le moyen de briser les tabous et de faire évoluer leur propre statut dans la société puisque, par leur compétence dans le travail et leur capacité à apporter un revenu supplémentaire dans leur foyer, elles imposent leur « droit » à sortir de la maison.

- En prenant en main le destin de leurs enfants grâce à leur entrée dans le monde professionnel, elles ouvrent des voies nouvelles à leurs enfants (garçons ou filles) à qui elles peuvent offrir l'éducation qu'elles n'ont pas reçu (Tunisie, Jordanie, Egypte).

- Elles réussissent à faire évoluer des pratiques traditionnelles en voie de disparition, et leur donnent une nouvelle valeur (le droit de la pêche en étang dans une ville du sud de l'Espagne, par exemple).

- Elles réussissent à modifier le regard de la société sur certains problèmes, et à faire évoluer les lois et la prise en charge de l'État : à propos des orphelins et de l'adoption en Algérie, par exemple.

Les classes sociales

Du nord au sud de la Méditerranée, les classes sociales représentées à travers cette série est large, même si l'accent est mis

sur le caractère remarquable d'individus venant de classes modestes.

En conclusion...

Quel bilan peut-on tirer aujourd'hui de cette expérience où se sont confrontées les pratiques des réalisateurs et de leurs commanditaires, les télévisions, lors d'ateliers organisés par le CMCA, où ont été évoqués les problèmes de chacun face à une écriture documentaire où il s'agissait d'aller à la rencontre de la vie et des problèmes d'individus, en se dégageant d'images et de stéréotypes, qui, d'une rive à l'autre de la Méditerranée, nous sont souvent imposés ?

Comment a évolué le travail autour d'une série qui demandait de s'adapter à une écriture documentaire, c'est à dire, une approche où le réalisateur s'implique assez fortement par rapport à son sujet ?

Plus qu'à moi, je pense que c'est à un certain nombre de représentants des télévisions présentes ici, et qui ont participé à cette série, ou à Henri Dumolié, responsable du CMCA à l'époque des premières séries, qu'il conviendrait de dresser un bilan de l'expérience...

Je me contenterai donc de lancer quelques pistes, de proposer quelques orientations pour un débat. À partir d'un constat, d'abord : quand j'ai rencontré pour la première fois en juin dernier les représentants des télévisions pour discuter de la série nouvelle dont j'étais chargée et des premiers sujets proposés, j'ai constaté que ces derniers avaient vraiment *l'habitude de travailler ensemble*, c'est-à-dire de débattre très directement à la fois de problèmes professionnels et culturels qui leur sont particuliers. Je veux parler des sujets choisis par les uns et les autres, et diffusables — ou non — partout, des difficultés de programmation de l'ensemble de la série pour certains, des

contraintes concernant les moyens et le temps alloués au tournage de documentaires pour d'autres, etc.

Un constat qui d'emblée m'est apparu comme un résultat positif énorme du travail engagé par le CMCA depuis plusieurs années.

Autre élément notable de cette expérience, le fait que, à partir du choix de plus en plus clair de privilégier l'« approche biographique », comme diraient les ethnologues, émerge la volonté de s'inscrire dans une démarche documentaire qui s'écarte de plus en plus clairement du reportage, ceci étant confirmé par la teneur de la plupart des synopsis présentés par les réalisateurs de l'atelier de la troisième série.

Si le reportage est un genre qui donne toute sa valeur à l'événement, à l'immédiateté, et où tout se passe au moment du tournage, le documentaire implique une relation qui, de l'écriture du scénario à l'enregistrement, se construit « entre le réalisateur et son sujet », « entre réflexion et émotion ». La pertinence, la spécificité du genre documentaire, la valeur d'un film de ce type, réside alors dans ce que le « réel », l'imprévu, vient inscrire dans le scénario, et à l'attention portée par le réalisateur à ce qui survient pendant le tournage, l'obligeant à faire évoluer son point de vue.

L'expérience des deux premières séries a ainsi rendu évidente la demande de travailler sur l'écriture, ce qui est encore autre chose que la préparation de tournage et qui met en valeur le travail du réalisateur et la nécessité, pour chaque télévision, de lui donner les moyens (temps, équipe) de réaliser un vrai film.

Ce qui me semble être une avancée considérable, pour la diffusion et la communication d'une *culture méditerranéenne* bien inscrite dans le présent et l'actualité.

Et si les documentaires de la série commencent à concourir dans des festivals, on peut espérer que la qualité de leur réalisation, de leur approche, l'originalité des sujets abordés, intéresseront de plus en plus le public des télévisions du réseau, mais

aussi les programmes d'autres télévisions du nord ou du sud de la Méditerranée... ou d'ailleurs !

Un travail qui demandera d'ailleurs d'être approfondi pour tenter de trouver des propositions qui s'adaptent mieux à la demande des télévisions productrices de la série, et de répondre aussi aux exigences d'un marché plus large pour les faire circuler.

LAS PRODUCCIONES AUDIOVISUALES INDEPENDIENTES EN EL MEDITERRÁNEO

SERGI DOLADÉ I SERRA

Coordinador de la APIMED. Barcelona

LA REGIÓN del Mediterráneo vuelve a recuperar una notable centralidad en la atención mundial por causa de los problemas específicos que está viviendo esta zona en los últimos años. Problemas de carácter político y económico, social y cultural, conflictos bélicos y religiosos, flujos migratorios permanentes, etc. Todo ello hace de la cuenca mediterránea un escenario de singular interés para identificar y estudiar cuáles son los diversos procesos y factores que mejor puedan servir a la causa de la paz, la comprensión y la cooperación entre los pueblos y países que tienen en el Mare Nostrum el medio natural de comunicación y de convivencia.

En este sentido, el estudio de las oportunidades de creación, de intercambio y de cooperación en el campo del audiovisual, del cine y de los nuevos medios no sólo puede ofrecer bases importantes para el diálogo y la cooperación en el campo cultural y comunicativo; en realidad, este ámbito de actividades se va configurando como un frente estratégico para la comunicación intercultural en el Mediterráneo. La importancia que va adquiriendo la imagen en la cultura contemporánea, la omnipresencia de los grandes medios audiovisuales, el indudable impacto de los referentes y de los imaginarios colectivos que vehiculan los medios, e incluso las nuevas oportunidades de empleo y de ocupación que ofrecen en el marco de la sociedad

de la información, todo ello proporciona razones de peso para estudiar a fondo el estado y la dinámica de la cultura audiovisual en el Mediterráneo.

En realidad, esta perspectiva se inscribe en la estrategia general diseñada por la Comisión Europea a través del Programa Euromed y el llamado Proceso de Barcelona, que ha dado lugar a la Asociación Euromediterránea, integrada por veintisiete países asociados.

En efecto, la Declaración de Barcelona de 1995, con la que concluía la primera Conferencia Euromediterránea, establecía el punto de partida para estrechar los lazos en el Mediterráneo a través de un triple compromiso: establecer un área común de paz y estabilidad, basada en el respeto a los derechos humanos y en la democracia; crear un área de prosperidad económica impulsando el libre comercio junto con la asistencia económica y financiera; y desarrollar los recursos humanos promoviendo la comprensión entre las culturas y el encuentro entre los pueblos de la región.

Esta vía abierta en la reunión fundacional de Barcelona se ha ido consolidando posteriormente, sobre todo con ocasión de las cumbres ministeriales de Marsella (2000), Bruselas (2001) y Valencia (2002). En el 2000 la Comisión publicó la *Estrategia común de la Unión Europea en la región mediterránea*, una guía que garantizaba la coherencia de las acciones de la UE en esa área y a la vez hacía patente su compromiso con los objetivos de la asociación y la visibilidad del proceso. A pesar del deterioro político derivado de los atentados del 11 de septiembre de 2001 y de la evolución del conflicto palestino-israelí, el Proceso de Barcelona sigue siendo la mayor apuesta por el diálogo y la cooperación de todos los países de la zona.

Por lo que se refiere al campo de la cultura audiovisual, hay que recordar que la Comisión Europea ha impulsado una cantidad importante de proyectos de cooperación en el área mediterránea a través de programas como Euromed Audiovisual o

Euromed Heritage, para promover acciones como la producción de documentales, la distribución de filmes, la protección de los archivos audiovisuales o la protección del patrimonio común.

En la reunión ministerial de Bruselas (2001) de la Asociación se acordó «trabajar para profundizar en el diálogo entre culturas y civilizaciones, centrando la atención en la juventud, la educación y los media». En la reunión de Valencia (2002) se propuso la creación de la Euro-Mediterranean Foundation «para promover el diálogo entre culturas y civilizaciones en la región euromediterránea». Con ocasión de la presidencia española de la Unión, se celebró en Madrid (abril de 2002) la Conferencia sobre el Sector Cinematográfico y Audiovisual de la Unión Europea, Iberoamérica y Mediterráneo, la cual reafirmó el compromiso de la UE con la cooperación audiovisual bajo el objetivo común de la preservación de la diversidad cultural. La declaración final recuerda que la UE ya interviene a varios niveles: sus estados miembros apoyan las coproducciones, la colaboración euromediterránea reconoce hace tiempo la importancia del sector audiovisual, Euromed Audiovisual apoya distintos proyectos de cooperación entre ambas orillas del Mediterráneo y en Rabat se ha iniciado un diálogo sobre políticas audiovisuales.

Vista la importancia de la circulación de la comunicación intercultural entre los pueblos, culturas y religiones del área mediterránea, hoy se hace evidente que una parte central del diálogo y del intercambio cultural tiende a realizarse a través de los medios audiovisuales y de las industrias de la imagen, especialmente del cine, de los programas de televisión, del vídeo y de los nuevos productos multimedia.

Existe una importante tradición de intercambio y cooperación en el terreno audiovisual entre las dos orillas del Mediterráneo. Algunos organismos europeos (como por ejemplo la Unión Europea de Radiodifusión) y algunos programas europeos (co-

mo Eurimages o Eureka Audiovisual, etc.) han promovido relaciones de intercambio y de ayuda profesional, comercial y técnica entre diferentes países y operadores audiovisuales. Así, por ejemplo, la UER incorpora entre sus socios a muchos organismos de radio y televisión de la mayoría de los países mediterráneos. En el terreno del cine y del audiovisual existe una específica tradición de festivales y están surgiendo diferentes organismos de cooperación, como se detalla a continuación.

Festivales cinematográficos del Mediterráneo

Existen diferentes festivales que centran su atención en el cine mediterráneo. El más importante es el Festival Mediterráneo de Montpellier (Francia), pero también hay otros. Aquellos que se celebran en el Magreb: Mediterranean Cinema Festival in Tetouan (Marruecos), Carthage Film Festival y Rencontres du Cinéma Méditerranéen de Hammamet (Túnez), Alexandria International Film Festival (Egipto); en España: Incurt. Festival de Curtmetratges d'Europa i la Mediterrània (Tarragona), Mostra de Cinema Mediterrani de València; en Grecia: Mediterranean Festival of New Filmmakers in Larissa; en Turquía: Antalya Short Film Festival; en Italia: Medfilm Festival, European and Mediterranean Film Festival of Florence; o incluso en países que no forman parte del área mediterránea, como Bélgica (Cinéma Méditerranéen à Bruxelles), Alemania (Filmatge des Mittelmeers, Tübingen-Stuttgart) o Japón (The Mediterranean Film Festival).

En algunos de los festivales reseñados, existen mercados paralelos al propio festival, como por ejemplo en el Festival de Cartago; pero desde hace cuatro años ya existe un mercado consolidado dedicado exclusivamente a la industria audiovisual de los países euromediterráneos, el MEDIMED, que se celebra anualmente en Sitges.

Organismos del Mediterráneo relacionados con el audiovisual

Existen diferentes asociaciones creadas para potenciar la industria cinematográfica y la cooperación entre países del Mediterráneo: CINEMAMED, un proyecto en el que participan diferentes asociaciones de países mediterráneos y filmotecas, que se ha creado para promocionar la colaboración y potenciar las cinematografías débiles; la Co.Pe.A.M. (The Permanent Conference of the Mediterranean Audio-visual Operators), con proyectos como la formación de un canal televisivo mediterráneo (EUROMED TV), la coordinación de los festivales mediterráneos, un mercado audiovisual mediterráneo virtual, etc. El Programa Mediterráneo y Europeo de Desarrollo Audiovisual, MEDEA, ha creado ayudas al desarrollo de obras audiovisuales y de apoyo a la formación destinado a los profesionales del ámbito euromediterráneo. Existe también el Centre Méditerranéen de la Communication Audio-visuelle, CMCA, con sede en Marsella, y que organiza anualmente el Premio Internacional del Audiovisual Mediterráneo. La única asociación proveniente de la sociedad civil que abarca a los productores audiovisuales de ambas orillas es por ahora APIMED (Asociación Internacional de Productores Independientes del Mediterráneo), con sede en Barcelona desde 1999. APIMED fue fundada el año 1997 en Montpellier con la intención de contribuir a la afirmación de las culturas que comparten esta zona geográfica desde la diversidad y la tolerancia en el ámbito audiovisual. Pueden ser socios de APIMED los profesionales y las empresas de producción del sector audiovisual de cualquier país del arco mediterráneo.

Estos festivales, mercados y organismos entienden el Mediterráneo como una entidad propia, con una cultura propia, pero ¿podemos hablar de un imaginario colectivo en el panorama audiovisual de los países del Mediterráneo?

Éste es el gran reto al que deben enfrentarse los productores responsables de los contenidos y formas de este imaginario. Sólo la corresponsabilización de entidades y organismos estatales e internacionales apostando por el desarrollo detallado de un estudio en profundidad, nos dará la respuesta a esta gran pregunta: ¿Qué nos une y qué nos separa para convivir mejor?

En el momento actual, vista la situación geopolítica mundial, esto ya no es una demanda sino una obligación inexcusable a la que deberíamos responder con urgencia entre todos.

La producción y circulación del audiovisual por áreas

El paisaje cinematográfico y audiovisual de la cuenca mediterránea está formado por áreas de países con una gran capacidad de producción y de comercialización y por otras de escasa capacidad o que viven un período de transformación significativo. Así, teniendo en cuenta la evolución de los últimos años, podemos distinguir entre las siguientes áreas.

Países de la Europa occidental

Todo parece indicar que los países mediterráneos de la Europa occidental son los que gozan de una industria cinematográfica más estable y consolidada. Aunque las ayudas del estado son un motor muy importante para su financiación, existen televisiones privadas que aportan ayudas a la producción cinematográfica dando, en principio, un mayor grado de libertad de contenidos.

La producción anual de películas producidas en estos países oscila de las 20 que se filman en Grecia hasta las 130 de promedio que se realizan en Francia en los últimos años. Cabe señalar que aproximadamente un 30% de las películas que se producen en estos países son en régimen de coproducción.

En este sentido destacaríamos que Francia es el único país que tiene un proyecto gubernamental para potenciar la industria cinematográfica en los países del Magreb. Se trata del programa «Fonds Sud», que facilita financiación para coproducir con países del sur del Mediterráneo dando especial importancia a aquellos países que en su día fueron colonias francesas, como Argelia o Túnez.

Sin embargo, y a pesar de estas ayudas, el mayor flujo de producciones todavía es el que se realiza entre los propios países de la Europa occidental.

La importancia y consolidación del cine en estos países queda demostrada por su presencia en todos los mercados internacionales así como por el altísimo volumen de festivales cinematográficos que se realizan. Entre ellos, algunos de los más importantes del mundo, como Cannes, Venecia o San Sebastián.

Países ex-socialistas

En los países ex-socialistas, la producción cinematográfica de los últimos años ha descendido notablemente. Sin embargo, esta disminución de la cantidad ha conllevado un incremento de la calidad y, en consecuencia, una mayor proyección internacional de su filmografía. Títulos como *Before the rain* o *Slogans* son algunos de los ejemplos de esta proyección.

En la mayoría de estos países, además, existe una mayor libertad de contenidos tras la caída del muro de Berlín y la consiguiente desaparición de los sindicatos únicos y la pérdida de poder de las televisiones estatales.

La mayoría de ellas son industrias cinematográficas en crecimiento pero que todavía viven una etapa de transición y en algunos casos (países de la ex-Yugoslavia, Armenia...) siguen muy marcadas por las recientes guerras. En este sentido, las malas relaciones de algunos de los gobiernos dificultan la co-

producción con otros países más desarrollados que podrían potenciar el cine de la zona. El peso de la producción sigue recayendo en las televisiones estatales (la ATA en Albania, la NTA en Armenia, la BHT en Bosnia, la BNT en Bulgaria, la HTV en Croacia, la RTS en Eslovenia, la GTVR en Georgia, la MTV en Macedonia, la RTV en Rumania y la TV Belgrad en Yugoslavia). Sin embargo, a través de asociaciones de productores y de festivales cinematográficos, se está intentando incentivar una industria más independiente forjada con una nueva ola de cineastas jóvenes que no necesitan grandes presupuestos para realizar sus proyectos.

La presencia de estos países en los festivales internacionales es muy aislada y la mayor parte de la producción sigue siendo para el autoconsumo. En este sentido, cabe recalcar el nacimiento de nuevos festivales de carácter muy localista que pretenden potenciar el cine en los Balcanes y difundir toda su producción a los países vecinos.

Resulta sorprendente que sean tal vez los países ex-socialistas los que tienen menos conciencia de formar parte del área mediterránea: casi no coproducen con otros países mediterráneos, no tienen festivales dedicados al Mediterráneo ni son sede de ninguna asociación cinematográfica destinada a potenciar la especificidad mediterránea.

Países del Magreb y Oriente Próximo

Debido a los problemas socioeconómicos que sufren estos países, parece que el cine, de momento, ocupa un lugar secundario en su escala de prioridades. A excepción de Egipto (con más de 30 producciones al año), la producción cinematográfica es bastante escasa y depende, por un lado, de las ayudas de las televisiones gubernamentales y de las coproducciones con países de Europa occidental, sobre todo con Francia. Esta doble dependencia condiciona los contenidos de los productos, que

muy a menudo se encargan de reflejar la tensión socioeconómica en la que se encuentran los países árabes en la actualidad.

La repercusión internacional del cine del Magreb y de Oriente Próximo se ha visto potenciada por la inclusión de películas libanesas (*West Beirut*, *Civiliséés*), egipcias (*Destiny*, *El Akhan*), marroquíes (*Ali Zaoua*) y palestinas (*Haifa*, *Conte des trois diamants*) en los festivales más importantes. Sin embargo, el cine iraní ha tomado el relevo del cine egipcio como país con mayor proyección cinematográfica a nivel internacional del mundo de influencia árabe.

No existe en estos países un gran número de festivales cinematográficos. Sin embargo, se percibe un gran interés en incentivar la colaboración entre países del Mediterráneo, de manera que los países del Magreb tienen una presencia muy activa en todos los festivales, mercados, proyectos y asociaciones destinadas a potenciar el Mediterráneo como bloque unitario.

A pesar de todo ello, subsiste todavía un notable desconocimiento mutuo y sobre todo una falta de información, actualizada y permanente, sobre la creación y producción en el cine y el audiovisual de los distintos países del área y, especialmente, sobre las oportunidades de cooperación, intercambio y comercialización.

Para potenciar un espacio común de cooperación e intercambio en un ámbito tan crucial como es el audiovisual y cinematográfico, APIMED se propone como objetivo inmediato potenciar la circulación del cine y del audiovisual en todos los países del Mediterráneo, que nos acercan como espectadores a una gran diversidad de realidades y temáticas que sin duda favorecen el diálogo imprescindible entre el norte y el sur.

LA TÉLÉVISION, INSTRUMENT POUR LA PAIX, LE DIALOGUE, LA CULTURE ET LE DÉVELOPPEMENT DES PEUPLES DE LA MÉDITERRANÉE

*Déclaration des professionnels de la télévision
réunis à Barcelone le 1 et le 2 mars 2002*

Nous, les professionnels de la télévision et de la communication qui provenons de diverses nationalités, de différentes langues et cultures, réunis en raison de la célébration du Symposium International « Littératures orales et nouveaux espaces de communication en Méditerranée », convoqué par l'Institut Européen de la Mediterrània, à titre personnel et dans le cadre des respectives activités professionnellement au sein de nos institutions,

NOUS DÉCLARONS ET CONSIDÉRONS :

Que le bassin méditerranéen, nord ou sud, n'est pas seulement un espace historique, berceau de cultures et de civilisations, mais aussi la scène, vive, aujourd'hui, où ont lieu des faits et se rencontrent des dynamiques étroitement liées à des questions fondamentales pour l'avenir des peuples qui y cohabitent, pour l'avenir de la civilisation et de la démocratie et pour l'avenir de l'humanité.

Que, parmi toutes ces questions, il en est une qui nous apparaît comme fondamentale, celle qui touche au dialogue entre les cultures, à la recherche de la paix, la promotion des

Droits de l'Homme et le travail pour le développement économique, social, culturel et démocratique des peuples.

Qu'en tant que citoyens et aussi en tant que professionnels de la culture, nous nous sentons personnellement et profondément interpellés par ces questions, qui nous concernent au plus haut point.

Étant conscients comme nous le sommes que la télévision est un instrument de communication d'une extraordinaire puissance, susceptible d'être utilisé en faveur de la paix, de la culture, du dialogue et du développement, non seulement du fait du potentiel de cet outil, mais aussi parce que la télévision est une part très importante, de nos jours, de la culture à transmission orale,

NOUS MANIFESTONS :

- Notre volonté de contribuer de manière constructive et positive aux processus de dialogue, d'échange et de coopération culturelle et citoyenne qui peuvent avoir lieu dans ce cadre, tout particulièrement dans les domaines de la télévision, du journalisme et de la culture.

- Notre confiance en la télévision en tant qu'agent culturel, capable de dépasser et de vaincre des frontières physiques et culturelles et de promouvoir des attitudes de connaissance mutuelle, de dialogue et de recherche conjointe de la paix, la promotion sociale et économique et la défense des Droits de l'Homme.

- Notre engagement, écrit et aussi par l'esprit, par rapport à la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, comme cadre et objectif réaliste pour la promotion de nos peuples et de nos nations respectives.

- Notre plus profond désir de voir atteints, dans tout l'espace méditerranéen, des objectifs tels que :

- La pleine acceptation des immigrés maghrébins en Europe, leur promotion économique et citoyenne, et la disparition de tout acte raciste commis à leur égard.

- La reconnaissance des droits nationaux du peuple palestinien, en même temps que la sécurité et le droit à l'existence du peuple d'Israël.

- La promotion de la paix et des Droits de l'Homme dans tout le bassin sud, ainsi que le développement économique et social de ses nations, libres de toute forme de colonialisme.

- La promotion des cultures minoritaires et des petites nationalités, telles que la catalane, l'amazigh, la corse, la sahraoui, la maltaise, la chypriote, et de toutes celles qui apportent l'enrichissante diversité propre à notre cadre de vie géographique.

- La promotion de la femme et son entrée dans des sociétés fondées sur un esprit de liberté, d'égalité et de tolérance.

- La promotion des jeunes travailleurs et étudiants, et leur plein accès à la formation et à la culture.

- Le dialogue et la coopération entre toutes les nations et tous les peuples de l'une et de l'autre rive, en termes de bonne volonté, de respect et d'égalité, loin de toute attitude d'imposition ou de supériorité du fait d'aucune partie que ce soit.

- La sauvegarde de l'environnement de nos écosystèmes particuliers et de l'héritage de notre cadre naturel, compatible avec un développement économique et industriel suffisant et soutenable, qui ne produise plus d'inégalités entre le nord et le sud.

- L'application de ces expériences à un monde plus pacifique, plus sûr, plus développé, plus juste et plus soutenable.

Et, par conséquent, NOUS NOUS ENGAGEONS À :

- Travailler pour que la télévision soit un espace de rencontre, d'échange et de promotion de tous les peuples et de toutes les nations de la Méditerranée.

– Travailler pour favoriser toutes les dynamiques qui, dans le domaine de la culture et de la communication, tendent à atteindre les objectifs signalés.

– Travailler pour dépasser toutes les barrières culturelles, linguistiques et nationales, et, dans ce sens tout particulièrement.

NOUS DEMANDONS :

– Que soient prises toutes sortes de mesures destinées à permettre la circulation d'informations, d'œuvres et de créations, telles que la création du Fonds d'Aide à la Circulation des Œuvres dans la Méditerranée, ainsi que toute autre action qui rende plus aisée la traduction de tout matériel audio-visuel et le dépassement des barrières linguistiques et communicationnelles.

– Que soient poursuivies, comprises et approfondies des activités telles que celle qui nous convoque aujourd'hui, et toutes celles de même ordre qui seront entreprises.

LA TELEVISIÓ, INSTRUMENT PER A LA PAU, EL DIÀLEG, LA CULTURA I EL DESENVOLUPAMENT DELS POBLES DE LA MEDITERRÀNIA

*Declaració dels professionals de la televisió
reunits a Barcelona els dies 1 i 2 de març del 2002*

NOSALTRES, els professionals de la televisió i de la comunicació, de nacionalitats diverses i de diferents llengües i cultures, reunits amb motiu de la celebració del Simposi Internacional «Literatures orals i nous espais de comunicació a la Mediterrània», organitzat per l'Institut Europeu de la Mediterrània (IEMed), a títol personal i en el marc de les respectives activitats professionals de les nostres institucions,

DECLAREM I CONSIDEREM:

Que la conca mediterrània, nord o sud, no és només un espai històric, bressol de cultures i de civilitzacions, sinó també l'escenari viu on, avui dia, tenen lloc fets i on es retroben dinàmiques estretament lligades a qüestions fonamentals per al futur dels pobles que hi conviuen, el futur de la civilització i la democràcia i el futur de la humanitat.

Que, entre totes aquestes qüestions, ens sembla fonamental la que es refereix al diàleg entre les cultures, a la recerca de la pau, la promoció dels Drets Humans i el treball per al desenvolupament econòmic, social, cultural i democràtic dels pobles.

Que, com a ciutadans i també com a professionals de la

cultura, ens sentim personalment i profundament interpellats per aquestes qüestions, que ens afecten de manera prioritària.

Plenament conscients que la televisió és un instrument de comunicació d'un poder extraordinari, susceptible d'ésser utilitzat a favor de la pau, la cultura, el diàleg i el desenvolupament, no només pel seu potencial com a eina, sinó també perquè actualment és una part important de la cultura de transmissió oral,

MANIFESTEM:

– La nostra voluntat de contribuir, de manera constructiva i positiva, als processos de diàleg, d'intercanvi i de cooperació cultural i ciutadana que puguin tenir lloc en aquest marc, ben especialment en els camps de la televisió, el periodisme i la cultura.

– La nostra confiança en la televisió com a agent cultural, capaç de superar i de vèncer les fronteres físiques i culturals i de promoure actituds de coneixement mutu, de diàleg i de recerca conjunta de la pau, la promoció social i econòmica i la defensa dels Drets Humans.

– El nostre compromís, escrit i també en l'esperit, en relació amb la Declaració Universal dels Drets Humans, com a marc i objectiu realista per a la promoció dels nostres pobles i les nostres nacions respectives.

– El nostre desig més profund d'aconseguir, en tot l'espai mediterrani, objectius com:

- La plena acceptació dels immigrants magribins a Europa, llur promoció econòmica i ciutadana i la desaparició de tot acte racista comès contra ells.

- El reconeixement dels drets nacionals del poble palestí i alhora el dret a la seguretat i a l'existència del poble d'Israel.

- La promoció de la pau i dels Drets Humans en tota la conca sud, així com el desenvolupament econòmic i social de les seves nacions, lliures de tota forma de colonialisme.

- La promoció de les cultures minoritàries i de les nacionalitats com la catalana, l'amazigh, la corsa, la sahrauí, la maltesa, la xipriota i totes aquelles que aporten l'enriquidora diversitat pròpia del nostre marc geogràfic de vida.

- La promoció de la dona i la seva integració en societats basades en un esperit de llibertat, d'igualtat i de tolerància.

- La promoció dels joves treballadors i estudiants, i el seu lliure accés a la formació i a la cultura.

- El diàleg i la cooperació entre totes les nacions i tots els pobles d'ambdues ribes, en termes de bona voluntat, de respecte i d'igualtat, lluny de qualsevol actitud d'imposició o de superioritat.

- La salvaguarda dels nostres ecosistemes particulars i la preservació de l'herència del nostre entorn natural, compatible amb un desenvolupament econòmic i industrial autosuficient i sostenible, que no produeixi més desigualtats entre el nord i el sud.

- L'aplicació d'aquestes experiències a un món més pacífic, més segur, més desenvolupat, més segur i més sostenible.

I, en conseqüència, ENS COMPROMETEM A:

- Treballar a fi i efecte que la televisió sigui un espai de trobada, d'intercanvi i de promoció de tots els pobles i de totes les nacions de la Mediterrània.

- Treballar per tal d'afavorir totes les dinàmiques que, en el camp de la cultura i de la comunicació, tendeixin a aconseguir els objectius assenyalats.

- Treballar per traspassar totes les barreres culturals, lingüístiques i nacionals i, molt especialment, en aquest sentit.