

PICNIC ANTHROPOPHAGE

concours « beauté intérieure »

œuvre d'Art Public

Fabiana de Barros
2008

PICNIC ANTHROPOPHAGE



concours « beauté intérieure »

« Viens-tu du ciel profond ou sors-tu de l'abîme,
Ô Beauté !
Ton regard, infernal et divin,
Verse confusément le bienfait et le crime, (...)
Que tu viennes du ciel ou de l'enfer, qu'importe,
Ô Beauté !
Monstre énorme, effrayant, ingénu ! »
Baudelaire « Hymne à la Beauté », dans *Les Fleurs du mal*

Aujourd'hui, la beauté intérieure existe-t-elle?

Faire émerger la beauté intérieure, est-ce possible dans le monde matérialiste et cynique dans lequel nous vivons?

L'anthropophagie rituelle

L'anthropophagie décrite par les voyageurs des XVe et XVIe siècles était considérée comme un acte étrangement violent. Il fascinait les observateurs car il soulevait à leurs yeux des questions d'ordre moral qui renversaient les valeurs occidentales.

Dans son récit, *Voyage fait en la Terre du Brésil*, paru 1578, l'écrivain protestant Jean de Léry (1534-1613) relate les sacrifices humains dont il a été témoin chez les Indiens Tupinambas. Les cérémonies cannibales l'écœurent et le fascinent. L'extrême cruauté du cérémonial ne l'empêche pas d'éprouver, toutefois, compréhension et respect pour les tribus anthropophages. La cérémonie qui entoure l'acte de manger autrui, illustre la toute puissance de la tribu ainsi que le respect des anthropophages ont envers leurs ennemis. En effet, la force de ces derniers sera recueillie et transcendée, par le biais du rituel, en énergie vitale. Le rituel transforme la chair de l'homme en aliment spirituel. Manger l'autre n'est jamais une simple question de subsistance:

« Non pas cependant, ainsi qu'on pourrait estimer, qu'ils fassent cela ayant égard à la nourriture (...), que plus par vengeance, que pour le goût. »¹

Jean de Léry déclare que le rituel Tupi n'est de loin pas plus écœurant que les guerres de religions qui sévissent en Europe, au cours desquelles les hommes s'entretuent avec une violence inouïe. A ses yeux, les Tupinambas anthropophages sont plus humains que bien des Européens :

« Il y en a de tels, voire d'autant plus détestables et pires au milieu de nous, qu'eux qui, comme il a été vu, ne se ruent que sur les nations lesquelles leur sont ennemies, et ceux-ci se sont plongés au sang de leurs parents, voisins et compatriotes, il ne faut pas aller si loin qu'en leur pays, ni qu'en l'Amérique pour voir les choses si monstrueuses et prodigieuses. »²

¹ Jean de Léry, *Histoire d'un voyage fait en la terre du Brésil*, 1578, 2^e édition 1580, Paris, coll. Le Livre de Poche, 1994 p. 366.

² *Idem*, p. 377



Pour les civilisations précolombiennes, le sacrifice humain sert en réalité à capturer « l'énergie vitale contenue dans la victime »³. L'ennemi représente une source d'énergie et une « nourriture » indispensable pour l'entretien du cosmos. Selon les croyances de ces civilisations, le Soleil et la Terre se nourrissent du cœur et du sang des victimes, afin de perdurer.

L'historien Christian Duverger rappelle que « la consommation de la viande humaine s'entoure de codifications et d'interdits »⁴. Les cérémonies qui accompagnent l'anthropophagie sont en effet d'une grande complexité ; elles sont codifiées, précises, ritualisées et se déroulent généralement en trois temps :

- 1) prélude
- 2) mise à mort
- 3) traitement de la dépouille.

Il ne s'agit jamais de manger l'autre pour se nourrir, mais plutôt de manger le corps de l'autre pour les valeurs immatérielles qu'il renferme. L'anthropophagie témoigne ici d'une conscience intellectuelle et spirituelle. La personne destinée à être mangée est sélectionnée en fonction de ses vertus. Ses organes représentent, eux aussi, différentes valeurs selon une hiérarchie bien définie.

L'anthropophagie culturelle

Le poète Oswald de Andrade écrit en 1928 le *Manifeste Anthropophage*. Le courant artistique moderniste que l'on nommera *anthropophagie culturelle* est né au Brésil dans les années 1920. Il s'inspire des rites indiens décrits précédemment. Cette nouvelle expression se forme en vertu de l'idée que les diverses influences artistiques ont besoin d'être « consommées » par les indigènes pour pouvoir se transformer et s'adapter à une culture brésilienne spécifique. Il s'agit de déconstruire la culture étrangère tout en conservant idées, valeurs et symboles positifs, afin de faire émerger une nouvelle pensée, originale et singulière. C'est la naissance d'un art singulier, inscrit dans son temps.

« Seule l'anthropophagie nous unit. Socialement. Economiquement. Philosophiquement.
Seul m'intéresse ce qui n'est pas mien. Loi de l'homme. Loi de l'anthropophage.
Absorption de l'ennemi sacré. Pour le transformer en totem. »
Oswald de Andrade, *Manifeste anthropophage*, 1928, Brésil

³ Duverger Christian, *Enquête sur un tabou*, in *L'Histoire*, septembre 2004, p.42.

⁴ *Idem*, p. 43



La beauté intérieure

À la fin du XIXe siècle, le roman d'Oscar Wilde, « Le Portrait de Dorian Gray »⁵ est publié en Angleterre. Il raconte l'histoire d'un représentant de la bonne société victorienne, un jeune homme d'une rare beauté. Dorian pose pour un peintre et fait un pacte avec lui : les signes du temps n'entameront jamais son magnifique visage. Ils se déposeront au contraire sur la peinture qu'il conservera dans son grenier, à l'abri des regards. De plus, quels que soient les actes qu'il commettra, Dorian conservera une apparence à la beauté fascinante, tandis que son visage peint deviendra vieux et hideux. L'image peinte de Dorian porte les signes de la dépravation cachée dans l'intériorité du personnage. En définitive, derrière l'aspect respectable et bien élevé de ce monsieur se cache une *intériorité épouvantable*.

Dorian Gray est un protagoniste masculin. Pourtant, à cette époque, l'image pure, enfantine et sans défense, fruit de l'héritage romantique, prévalait pour l'élément féminin. Quand on attribuait à une personne une *beauté intérieure*, cela s'entendait le plus souvent en référence à une femme, tandis que l'on attribuait plutôt à l'homme la *noblesse d'âme* ou les vertus de l'honnêteté, de la droiture, du courage, de la virilité et du commandement.

La pensée de Jung, selon laquelle « *le plaisir de la beauté est un plaisir du soi objectivé* », nous induit à envisager que la beauté est l'extériorisation d'un état intérieur, perçu comme objectif et extérieur. Aussi, la *beauté* ne serait qu'un état psychique. L'aspect physique, lui, extérieur, jouerait un rôle relatif bien qu'il dérive d'un soi idéal, réconcilié, dans lequel le sujet se sent en syntonie avec lui-même et, par extension, avec le monde.

Cette définition vaut-elle encore de nos jours, époque où l'esthétique a pris le dessus sur la morale et où l'aspect extérieur compte plus que la vertu? Aujourd'hui, « l'effet Dorian Gray » peut être atteint autant par des hommes que par des femmes à l'aide de cosmétiques, d'infusions, de pilules ou d'interventions chirurgicales qui effacent les dommages physiques causés par le vieillissement et la débauche. Cela étant, cette uniformisation de l'apparence mène-t-elle vers une esthétique ordinaire ? Comment, dès lors, la *beauté intérieure* peut-elle apparaître extérieurement s'il ne reste qu'une médiocrité généralisée?

⁵ Oscar Wilde, « Le Portrait de Dorian Gray », 1890, Paris, Folio Gallimard.

Cependant, il existe encore aujourd'hui une marge permettant au caractère intérieur d'une personne de se révéler. Par exemple, au lieu de parler de *beauté intérieure* pour décrire une femme qui n'est pas particulièrement séduisante, on dira plus facilement : *elle a de beaux yeux*. On considère ainsi les yeux comme le miroir de l'âme⁶. Mais encore plus que les yeux, c'est le regard, oblique ou fuyant, droit ou franc, qui peut trahir l'intériorité. Il y a aussi l'habillement, qui peut être pauvre ou griffé, élégant ou vulgaire (même s'il existe une vulgarité dans l'élégance et de l'élégance dans la vulgarité). Enfin, l'attitude (timidité, arrogance, franchise, hypocrisie, etc.) peut être un moyen de manifester extérieurement un *tempérament intérieur*.

Certains affirment que l'intériorité se révèle par une sorte de halo qui enveloppe la personne et n'est visible que par certains êtres particulièrement sensibles. Ce halo est appelé *aura*. Il serait coloré par le caractère de celui qu'il entoure. La couleur prédominante de l'*aura* est le jaune. Celle-ci devient rouge autour des individus spécialement méchants ; tandis qu'une pureté d'âme élevée sera marquée par un jaune brillant et solaire. Dans les peintures de l'époque médiévale, le cercle de couleur blanc ou or qui entoure la tête est appelé *auréole* et est attribué aux saints, aux anges et aux figures de la Trinité. Les auréoles indiquent la valeur des êtres conformément à une échelle du bien et du mal.

Ceci dit, il faut distinguer la *bonne âme* de la *belle âme*. La première dépend des oeuvres qu'un être accomplit : s'il se conduit bien ou s'il aime son prochain plus que lui-même, il atteint la sainteté et obtient une *auréole*. La *bonne âme* est donc liée à l'*éthique* et elle se construit dans la lutte quotidienne avec le mal. À l'inverse, la *belle âme* est un fait *esthétique* qui ne s'acquiert d'aucune manière : elle est innée et omniprésente. On doit toutefois être cultivé pour atteindre la pleine expression de la vertu. Chez les êtres *masculins*, elle se confond avec l'*âme noble*, propre à une certaine aristocratie du caractère.

"Une *belle âme*, écrit Schiller, *n'a pas d'autre mérite que son existence*". Elle peut être présente chez les pauvres et chez les riches. Or, une aisance matérielle favorise son développement. Les riches ont en effet plus d'occasions pour la développer. Enfin, il est rare que les classes inférieures, préoccupées par leur condition, possèdent et cultivent une belle intériorité.

Une forme de *beauté intérieure* extrême, qui peut avoir des effets maléfiques, est celle liée au charisme exercé dans les rapports individuels ou sociaux. Elle permet d'influencer les autres. Lorsqu'un être charismatique réussit à gagner la confiance d'une masse, un phénomène typique du siècle dernier apparaît : le leader charismatique est vu comme un demi-dieu, comme le guide spirituel. Sur le plan individuel, le *charisme* provoque la *fascination*. La *fascination* naît face à l'assurance extrême de la personne charismatique. Celle-ci rassure et attire les gens fragiles qui cherchent un soutien. La personne dotée de ce talent fascinateur possède et exerce un pouvoir de séduction dans tous les domaines, et surtout sur le plan sexuel.

Pour conclure, s'il existe, dans notre monde matérialiste et cynique, quelqu'un qui possède une forme de *beauté intérieure*, celle-ci est le fait d'une personne ingénue semblable à *l'Idiot* de Dostoïevski - personnage contraint par son propre tempérament de dire toujours la vérité. Mais, si tant est que cette hypothétique personne existe, nous pourrions l'enrôler dans la prière de Socrate : "*Je t'en prie mon Dieu, fais-moi être beau à l'intérieur et fais que je corresponde extérieurement à mon intérieur*".

⁶ Cf Pline, *Histoires naturelles* : «L'âme est dans les yeux, c'est par l'âme que nous voyons ».



PICNIC

Rituels anthropophages et beauté intérieure : projet artistique de Fabiana de Barros

Les indiens anthropophages du Brésil pensaient pouvoir assimiler le courage, le savoir, l'intelligence et la sagesse de l'Autre par le biais de rituels anthropophages. Le mouvement créé par Oswald de Andrade transpose l'esprit de ce rituel en un courant artistique novateur.

Le projet Picnic Anthropophage de Fabiana de Barros réunit deux idées : beauté intérieure et anthropophagie. Il entend faire émerger la beauté intérieure d'un individu en mimant le rituel anthropophage. Grâce à une cérémonie qu'elle a codifiée, chaque individu « offert » au public va devoir exprimer sa propre beauté intérieure. De cette façon, celui-ci offrira une nourriture intellectuelle et culturelle à l'assistance.

Concours de beauté intérieure

1. Chaque candidat aura été inscrit par un tiers qui aura choisi de le faire participer selon le critère de sa beauté intérieure.
2. Une fois les inscriptions récoltées, le concours peut commencer.
3. Les candidats sont à tour de rôle installés dans un siège créé par Fabiana de Barros qui fait partie d'une installation.
4. Le jury, préalablement sélectionné selon les critères de l'artiste, est composé de cinq personnes. Il est assis en demi-cercle autour du candidat, adoptant ainsi le mode de fonctionnement du rituel tribal. Son rôle consiste à écouter le candidat parler de sa beauté intérieure.

Le public venu assister au concours se placera autour de l'installation. Il participera pleinement au picnic puisqu'il se nourrira aussi des paroles du candidat.

Bien qu'un premier prix soit prévu, l'artiste souligne que tous les participants sont gagnants : c'est l'esprit du concours. En effet, chacun aura vécu une expérience de groupe inédite et se nourrira de l'expérience des autres. *In fine*, c'est une œuvre d'Art Public qui va naître de l'échange, une expérience ludique de groupe où chacun reçoit autant qu'il donne selon sa singularité.

Œuvre

Une intervention publique *in situ*, une performance interactive.

L'objectif est d'enregistrer l'évènement de façon sonore, et d'utiliser postérieurement ce matériel pour réaliser une installation et un livre.

Prix

- La remise des prix a lieu directement après l'annonce du verdict par un membre du jury.

- Deux prix de valeur égale sont décernés à l'issue du concours :

- Un prix pour le vainqueur du *concours de beauté intérieure*.
- Un prix pour le parrain qui la inscrit.

- Les prix consiste en un voyage (vol + 1 nuit d'hôtel) pour Lisbonne, organisé par l'artiste Fabiana de Barros.

- Les gagnants, pourront partir au plus tôt au début du mois de décembre 2008.

- Les dates et l'organisation du voyage seront discutées entre les gagnants du concours et Fabiana de Barros.

- Les prix ne seront en aucun cas échangeables contre une somme d'argent équivalente à ceux-ci.

Campagne d'affichage et d'information

L'objectif est de toucher et d'informer un public très large.

Affiches : dans des lieux publics tels que grandes surfaces, cafés, etc.

Les affiches sont un appel à participer au concours.

Interventions : journaux, radio et TV locales.



