



Annales de l'Université Joseph KI-ZERBO,
Série A, Vol. 027, Décembre 2019
ISSN : 2424-7529
Arrivé le 12/11/2019, Accepté le 16/12/2019
Std. : (+226) 25 30 70 64 / 65
Ld. : (+226) 25 31 31 37
Postes : 2316 - 2317 - 2318 - 2320 – 2322
03 BP 7021 Ouagadougou 03



L'ŒUVRE DE GUINGANE : UN ETAT D'ESPRIT DE MARCHE AFRICAIN

Romain Dédjinnaki HOUNZANDJI
drhaumain@gmail.com
Université d'Abomey-Calavi

Résumé :

En mai 2001, à l'occasion d'une conférence-débat qu'il a animée à Montpellier sur « Le marché africain comme espace de communication », Jean-Pierre Guingané en minore la fonction mercantile, estimant qu'il y a « dans le phénomène du marché quelque chose qui dépasse les considérations purement économiques ». Il fait observer que le *phénomène du marché* concourt à l'intégration sociale et constitue, entre autres, un espace de festivals artistiques et esthétiques. Ces fonctions socioculturelles du marché africain traditionnel l'ayant fasciné depuis l'enfance, selon ses propres mots, il n'est pas impossible que cette fascination ait déteint sur les fondements et finalités qui déterminent l'œuvre théâtrale et, plus largement, culturelle produite et laissée à la postérité par Jean-Pierre Guingané. Aussi, y aurait-il quelque intérêt à évaluer la mesure dans laquelle l'état d'esprit du marché africain, auquel l'homme de culture burkinabè a porté un certain intérêt, affecte son œuvre. En s'assignant pour objectif de montrer que cette œuvre culturelle multidimensionnelle concrétise l'état d'esprit du marché africain traditionnel, la présente réflexion postule que le théâtre-débats de même que les événements et infrastructures créés sous l'égide de Guingané satisfont, à l'instar des marchés africains, à des besoins de socialisation et de participation à la dynamique de la vie communautaire. S'éclairant du concept de champ littéraire de Pierre Bourdieu et de la notion de posture littéraire de Jérôme Meizoz, cette étude caractérise sommairement l'état d'esprit du marché africain traditionnel avant de s'investir à analyser sa mise en œuvre dans les produits culturels de ce grand homme de théâtre africain.

Mots-clés : marché africain – FITMO – théâtre-débats – Espace culturel Gambidi – posture littéraire – champ littéraire.

THE WORKS OF GUINGANE : A STATE OF MIND OF THE AFRICAN MARKET

Abstract :

In May 2001, during a conference-debate that he hosted in Montpellier on "The African market as a space of communication," Jean-Pierre Guingané downplayed the mercantile function of this space, arguing that there was "in the market phenomenon something that goes beyond purely economic considerations." He points out that the *market phenomenon* contributes to social integration and offers, among other things, a space for artistic and aesthetic festivals. These socio-cultural functions of the traditional African market having, in his own words, fascinated him since childhood, it should not be discarded that this fascination has rubbed off on the foundations and finalities that determine the theatrical and, more broadly, cultural work which Jean-Pierre Guingané has produced and left to posterity. Thus, there is some interest in assessing the extent to which the mood of the African market, to which the Burkinabé man of culture has been interested, affects his work. By aiming to show that this multidimensional cultural work concretizes the state of mind of the traditional African market, this analysis postulates that the theater-debate, as well as the events and infrastructures created under the Guingané umbrella, like African markets, meets the needs of socialization and participation in the dynamics of community life. Under the light of Pierre Bourdieu's concept of literary field and Jérôme Meizoz's notion of literary posture, this study summarily depicts the state of mind of the traditional African market before focusing on how it is staged in the cultural output of this great man of African theater.

Keywords: African market - FITMO - theater-debate - Gambidi cultural space - literary posture - literary field.

Introduction

Portée au-delà des frontières du Burkina-Faso puis de l'Afrique, la réputation d'homme de culture et de théâtre de Jean-Pierre Guingané fait souvent oublier que cet universitaire est aussi, voire d'abord, un spécialiste de la communication. Défendue en 1987 à Bordeaux III, sa thèse d'Etat est inscrite dans l'option « Arts et spectacles » de la spécialité « Sciences de l'information et de la communication »¹. L'application des notions et concepts de ce champ disciplinaire à certaines réalités socio-culturelles fait alors remarquer à Guingané qu'en Afrique, le marché traditionnel est un espace de communication dont les fonctions débordent largement les seuls enjeux économiques. Il postule et démontre que « *dans (les) villages, on va plus souvent au marché qu'on ne croit, sans intention ni de vendre, ni d'acheter* »²; on y va plutôt pour contribuer à la mise en œuvre des fonctions socio-culturelles du marché et/ou profiter des bénéfices de leur déploiement. Assez stimulant pour l'esprit du chercheur, cet angle d'étude des fonctions du marché africain laisse apparaître globalement que,

dans son animation, le marché africain traditionnel est surtout marqué par un état d'esprit bien loin de la seule logique marchande. Au-delà des manifestations de cet état d'esprit dans l'espace physique du marché, il peut se déployer ailleurs et investir d'autres domaines comme celui des produits culturels au sein duquel figure, en bonne place, le *phénomène théâtral* dont s'est passionné l'enseignant-chercheur burkinabè.

Dès lors on peut légitimement s'interroger sur la mesure dans laquelle l'état d'esprit du marché africain, auquel l'homme de culture burkinabè a porté un certain intérêt, a pu affecter son œuvre artistique et culturelle. Pour répondre à cette interrogation, l'étude prétend que la forme de théâtre d'intervention sociale pratiquée de même que les événements et infrastructures créés sous l'impulsion de Jean-Pierre Guingané satisfont, à l'instar des marchés africains, à des besoins de participation à la dynamique de la vie communautaire. L'objectif est de montrer en quoi l'œuvre culturelle multidimensionnelle de Guingané concrétise l'état d'esprit du marché africain traditionnel à travers certaines fonctions socioculturelles.

Ajustés à l'objet de la présente étude, le concept de champ littéraire et la notion de posture littéraire fondent les bases théoriques et méthodologiques de l'analyse. Pierre Bourdieu conçoit le champ littéraire comme « *les espaces sociaux dans lesquels se trouvent situés les agents qui contribuent à produire les œuvres culturelles* »³. Le champ implique donc des compartiments qui sont occupés

¹ Jean-Pierre Daogo Guingané, *Théâtre et développement culturel en Afrique : le cas du Burkina-Faso*, Thèse pour le Doctorat d'Etat ès Sciences de l'Information et de la communication (Option Arts et Spectacles), Université Bordeaux III, 1987, 4 tomes, 1591p.

² Jean-Pierre Guingané, « Le marché africain comme espace de communication : place et fonction socio-culturelles du marché africain », Conférence-débat animée le 7 mai 2001 au Centre Lacordaire (Montpellier). Texte transcrit et mis en ligne sur <http://afrique.cauris.free.fr/guingane.html>, [Consulté le 09 août 2017 à 21h].

³ Pierre Bourdieu, « Le champ littéraire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 89, septembre 1991, p. 4.

par différents acteurs incarnant des rôles dans lesquels ils animent plusieurs sous-champs par leurs contributions à la production de divers biens culturels. A la lumière de ce concept, on comprendra sans doute en quoi la définition de l'état d'esprit du marché africain et l'introduction de certaines de ses fonctions caractéristiques dans la production de certains biens culturels font de Jean-Pierre Guingané un agent qui circule assez librement entre différents sous-champs et rôles. Pour renforcer l'analyse de cette libre circulation à travers les espaces et les rôles constitutifs du champ, l'exploitation d'un avatar de la notion de posture littéraire ne manquera pas de pertinence. En effet, on ne doit pas ignorer que l'application de cette notion « *permet d'affiner les interrelations entre l'ethos discursif d'un locuteur et sa position dans un champ (littéraire, politique, religieux), sans en faire un simple reflet, ou les réduire à une relation causale unilatérale* »⁴. Jérôme Meizoz laisse ainsi entendre que dans une analyse inspirée de la notion de posture d'auteur, il est important de ne pas minorer les influences d'ordre dialectique que l'expression de l'image de soi et la conduite non-verbale du locuteur exercent l'une sur l'autre. Sous cet angle, la notion de posture peut permettre d'étudier en quoi l'exposé, par Jean-Pierre Guingané, de sa conception de l'état d'esprit du marché traditionnel – exposé qui ressortit à un éthos discursif collectif des intellectuels africains promoteurs des spécificités de l'identité culturelle de l'Afrique traditionnelle – associé à ses positions dans

⁴ Jérôme Meizoz, « "Postures" d'auteur et poétique (Ajar, Rousseau, Céline et Houellebecq) », <http://vox-poetica.org/t/articles/meizoz.html>, [Consulté le 7 septembre 2017 à 15h50].

le champ littéraire ont nourri son parcours en tant que « producteur culturel »⁵.

Encadrée par ces précautions conceptuelle et notionnelle, cette étude, partira d'une synopse de certaines fonctions constitutives de l'état d'esprit du marché africain, exposées par Guingané dans ses prises de paroles relatives au marché traditionnel. Posée comme une mise en perspective et un point d'appui, cette synopse ouvrira sur la seconde partie dédiée à une certaine évaluation du déploiement de l'état d'esprit du marché africain traditionnel dans l'œuvre culturelle progressivement construite par cet intellectuel et homme de terrain.

1. Le marché africain traditionnel : un état d'esprit

Dans leurs analyses comme dans les conclusions qui en découlent, plusieurs travaux de recherche contemporains relatifs au marché en Afrique se focalisent sur les marchés urbains dont ils insistent sur le caractère d'espace d'interpénétration des réseaux de production et de distribution de biens et services. La motivation et l'enjeu de cette interpénétration sont inéluctablement imprégnés par un état d'esprit mercanti

⁵ Nous empruntons l'expression à Pierre Bourdieu. Dans le prolongement du sens étendu qu'il confère au qualificatif « littéraire », il définit le producteur culturel comme regroupant autant l'écrivain que l'artiste, le philosophe, l'intellectuel et le savant. Chez Bourdieu, le « champ littéraire » désigne donc aussi bien le littéraire proprement dit que l'artistique, le philosophique, l'intellectuel, le scientifique, etc.

secondairement prolongé, parfois, par des mobiles d'aménagement et d'urbanisation⁶.

Dans le paysage de telles analyses qui mettent l'accent sur les fondements et finalités économiques et matérielles du marché en Afrique, Jean-Pierre Guingané fraie la voie à un discours discordant. Il l'élabore aux fins de focaliser les vertus du marché africain traditionnel, non quantifiables en espèces sonnantes et trébuchantes mais très bénéfiques au renforcement des dynamiques socio-culturelles à l'œuvre dans les communautés africaines. Timidement et éparsement, Guingané amorce l'élaboration de ce discours, déjà dans sa thèse d'Etat. Quelques décennies après, il lui donne une allure plus structurée et plus consistante lors de la conférence – déjà évoquée – prononcée en 2001. De ses prises de parole sur la question, on retient que plusieurs fonctions du marché africain traditionnel soulèvent et confirment la nécessité de relativiser voire de minorer les enjeux économiques au profit des vertus socio-culturelles. Les fonctions de communication, de créateur d'une « fiction » d'égalité et de monstration esthétique et artistique, qui font ici l'objet d'un rapide exposé, ont été retenues, non qu'elles soient prépondérantes dans le discours de Guingané mais parce qu'elles satisfont aux besoins de démonstration qu'implique le protocole de ce sujet de recherche

⁶ Au sujet de la conjonction des enjeux relevant aussi bien de l'économie que de l'aménagement urbain, on peut utilement consulter : Thierry Paulais, Laurence Wilhelm, *Marchés d'Afrique*, Paris, KARTHALA Editions, 2000, 198p.

« C'est au marché que les populations allaient s'informer des nouvelles du pays, des amis, des parents »⁷. Ce constat posé par Jean-Pierre Guingané met en lumière l'une des fonctions du marché africain traditionnel, vitale pour la communauté : la fonction communicative. Elle fait envisager le marché comme un espace de transaction de nouvelles. Les informations qui font l'objet de diffusion dans l'espace communicant du marché africain traditionnel sont d'une typologie diversifiée : les nouvelles à caractère individuel, les informations de portée communautaire, les nouvelles gaies ou pénibles et bien d'autres.

A l'échelle individuelle, bien des gens se rendent au marché d'une contrée ou d'une région pour prendre, porter ou confier les nouvelles d'un parent, d'un ami ou d'un allié. En effet, pour des personnes tenues par les liens de famille ou d'amitié mais vivant dans des agglomérations distantes les unes des autres, le marché de la contrée offre l'occasion de rencontrer personnellement un proche pour l'informer d'une situation ou de confier, pour lui, les nouvelles à un usager du marché qui le connaît.

Certaines nouvelles à envergure communautaire se diffusent également dans l'espace du marché africain traditionnel. Lorsque le chef d'une communauté veut communiquer avec ses membres généralement dispersés sur différents espaces géographiques, il sollicite l'appui du chef du marché qui s'associe les services d'un crieur public pour diffuser la nouvelle. Même s'ils n'en sont pas tous la cible, ceux qui sont venus au marché deviennent alors récepteurs

⁷ Jean-Pierre Guingané, *Op. Cit.*

effectifs de cette nouvelle dont ils assurent la propagation au-delà du jour et de l'espace du marché ; ce mécanisme permet de toucher le plus grand nombre possible de personnes concernées.

Les nouvelles gaies ou pénibles constituent d'autres types d'informations pour lesquelles le marché africain traditionnel sert d'espace de diffusion. Ces nouvelles ont généralement des implications « juridiques » et, quoique parfois liées à la vie d'un ou de quelques individus seulement, elles méritent d'être publiées dans les registres immatériels du journal officiel que devient alors le marché. Il peut s'agir d'un mariage, du décès d'un notable... Guingané rapporte que chez les Turka⁸, l'acte de mariage est publié par une pratique qui consiste, pour un des amis du marié, à le porter sur les épaules et à faire le tour du marché. Lorsque les Mosse sont endeuillés de la disparition d'un ancien ou d'un notable, on fait faire au cortège funèbre trois tours du marché à l'occasion des funérailles. Dans les deux cas, ceux qui étaient encore ignorants de la nouvelle l'apprennent, soit directement puisqu'ils sont venus au marché, soit par les soins d'un témoin qui rapporte ce qu'il a appris au marché.

A l'évidence, l'observation attentive de faits et actes non marchands, qui s'insèrent, généralement sans encombre, dans l'animation du marché traditionnel fonde la fonction communicative que Guingané lui découvre. Le marché apparaît aux yeux de l'universitaire burkinabè comme un centre

⁸ Les Turka forment une communauté ethnique de la province de Comoé. On les retrouve principalement dans la ville de Banfora et les villages environnants.

de transactions de la denrée qu'est l'information. Il est entendu que ces transactions ne sont imprégnées d'aucune logique marchande : les seuls enjeux étant de l'ordre de la contribution au fonctionnement harmonieux de la communauté.

La fonction de socialisation et d'instauration d'une fiction d'égalité est une autre dimension importante de cette contribution. A ce sujet, Jean-Pierre Guingané trouve que le marché

vise à briser la solitude, signe d'une asociabilité, et à donner à chaque individu la possibilité de nouer les contacts les plus divers avec les autres membres de la communauté. C'est donc surtout un espace de communication intense où chacun peut assumer, au contact des autres, la plénitude de son humanité, parce que tout seul, on se déshumanise. Ce n'est qu'au contact des autres qu'on s'épanouit, qu'on épanouit son humanité⁹.

Le marché offre donc à l'individu la possibilité de dépasser ses propres limites puisqu'il trouve, dans cet espace social, des occasions et des mécanismes qui non seulement le sortent de chez lui mais surtout le sortent de lui-même et l'ouvrent aux autres. Le marché apparaît de ce fait comme un microcosme qui favorise chez l'individu l'apprentissage du code social et de la relation à autrui. D'un autre point de vue, ce lieu de rencontre est un espace d'effacement des différences d'autant qu'il assure une interpénétration

⁹ Jean-Pierre Guingané, *Op. Cit.*

des catégories sociales. Tout le monde va au marché et l'anime : nantis et moins nantis, enfants et adultes, femmes et hommes, gens bien portants et malades. Le marché est ainsi revêtu du caractère du bien humain du monde africain traditionnel le mieux partagé car il réalise, à chaque fois qu'il s'anime, un effet de dilution des clivages, un heureux brassage où chacun, débarrassé de ses complexes, côtoie l'autre comme un égal acteur de la scène marchande.

Parmi celles que définit Guingané, une troisième fonction du marché africain traditionnel intéresse la présente étude : la fonction de mise en relief de certaines valeurs et produits culturels. En effet, d'ordre culturel ou plus spécifiquement artistique, plusieurs produits et valeurs trouvent dans le marché africain traditionnel un espace de monstration et de diffusion. Chez les Kassena¹⁰, une illustration caractéristique de cette fonction est rapportée par l'universitaire burkinabè :

Les cérémonies (de mariage) sont plus populaires et spectaculaires¹¹. [...] Le jeune homme et la jeune fille conviennent du jour du marché où aura lieu l'enlèvement (de la fiancée), et chacun de son côté se prépare. La fiancée apprête un trousseau, amène toutes ses amies qui devront l'accompagner au marché. Le fiancé de son côté mobilise ses parents et amis et ensemble, ils se rendent

aussi au marché. Le groupe du fiancé guette celui de la fiancée. Au moment où il estime avoir le plus de chance de succès, il enlève la fille et le baluchon de son trousseau. Les jeunes filles tentent d'empêcher l'enlèvement de la fiancée. Un combat, parfois rude, s'engage ainsi sous les yeux de tous ceux qui sont présents au marché. Les garçons, parce qu'ils sont plus forts, finissent toujours par l'emporter : ils emmènent la jeune fille et son trousseau au domicile du fiancé¹².

L'enlèvement factice de la fiancée prête pour le mariage est le sujet de cet épisode de l'action du mariage traditionnel chez les Kassena. Guingané en infère que le marché fonctionne, à l'occasion, comme un lieu de théâtralisation de certains faits culturels au point d'acquiescer, dès lors, le statut d'espace scénique pour des comédiens de circonstance. A cette illustration, on peut ajouter une autre, relative à l'art vestimentaire. Il s'exhibe au marché dans sa variété et la gent féminine en est le meilleur agent. Pour se rendre au marché, la femme veille non seulement à ses parures mais accorde son style vestimentaire à son statut matrimonial de jeune fille célibataire, de femme divorcée en quête d'un nouveau mari ou de femme mariée. Pour tout dire, le marché africain traditionnel occasionne un festival artistique où se déploient « *les meilleures*

¹⁰ Groupe ethnique aux origines quelque peu discutées, les Kassena se retrouvent au Sud du Burkina-Faso.

¹¹ C'est nous qui soulignons.

¹² Jean-Pierre Daogo Guingané, *Théâtre et développement culturel en Afrique : le cas du Burkina-Faso*, Thèse pour le Doctorat d'Etat ès Sciences de l'Information et de la communication (Option Arts et Spectacles), Université Bordeaux III, 1987, pp.213bis-214.

expressions, les plus vivantes de la culture »¹³.

Tout bien considéré, plusieurs fonctions déterminent ce que nous désignons par *état d'esprit du marché africain traditionnel*. Jean-Pierre Guingané les a progressivement définies. Les trois fonctions : de communication, d'effet d'effacement des différenciations sociales et de théâtralisation des faits et produits culturels confirment que, dans l'état d'esprit du marché africain traditionnel, la logique marchande devient tout à fait mineure face aux enjeux d'ordre socioculturel que concentrent ce lieu et ce moment de rencontres. En se chargeant de la conceptualisation d'une vision du monde relative au marché africain traditionnel, l'universitaire burkinabè adopte une position précise dans le champ des intellectuels producteurs de savoirs sur l'univers africain et ses réalités spécifiques. Son discours sur le marché est, sinon une contestation du moins une mise en garde contre tout transfert et toute application mécanique des schèmes classiques des sciences sociales et économiques occidentales à la réalité du marché dans l'Afrique traditionnelle. La précision et la profondeur avec lesquelles Jean-Pierre Guingané analyse l'état d'esprit du marché africain traditionnel situent bien, dans le champ de l'élaboration des savoirs, sa position d'observateur et d'analyste non extraverti et sans *a priori*.

¹³ Jean-Pierre Guingané, « Le marché africain comme espace de communication : place et fonction socio-culturelles du marché africain », Conférence-débat animée le 7 mai 2001 au Centre Lacordaire (Montpellier). Texte transcrit et mis en ligne sur <http://afrique.cauris.free.fr/guingane.html>, [Consulté le 09 août 2017 à 21h]

La fierté qu'il tire de cette position n'a d'égale que la fascination exercée sur lui, depuis l'enfance par les fonctions non économiques du marché africain traditionnel. Pour conforter cette fierté, il ne s'est pas figé définitivement dans cette seule position. Il a également occupé le rôle de producteur de biens culturels. De là, il a réalisé une sorte de praxis de ce que ses recherches et analyses d'universitaire lui ont permis de théoriser à propos des enjeux non marchands du marché africain traditionnel.

2. Guingané, producteur et « marchand » culturels

Pour examiner comment l'état d'esprit du marché africain traditionnel imprègne l'œuvre théâtrale et, plus largement, culturelle au cœur de laquelle Guingané s'est retrouvé fortement impliqué, deux entrées de ses produits culturels se présentent comme de bons terrains d'investigation : l'esthétique du théâtre-débats d'une part et, de l'autre, la création d'événements et d'infrastructures culturels.

2.1. Le théâtre-débats : une foire aux idées démocratisée

Forme spécifique du théâtre d'intervention sociale ou théâtre pour le développement, une pièce de théâtre-débats présente une structure ternaire : le prologue, la fable et l'épilogue. Le motif de la fête perturbée est caractéristique du prologue à la fin duquel intervient le personnage de Joé l'Artiste. La sagesse qu'il a accumulée au fil de ses nombreux voyages fait de lui le détenteur de la solution au problème qui a surgi. Sous son égide alors, les comédiens jouent la fable. Joé l'Artiste orchestre également l'épilogue ou le débat avec les spectateurs

à qui il fournit des éléments susceptibles de nourrir la réflexion au-delà du *hic et nunc* caractéristique du spectacle de théâtre.

Une analyse de l'esthétique du théâtre-débats, surtout dans sa réalisation spectaculaire, établit que

L'intérêt de la mise en scène des pièces-débats est double en ce sens qu'elle permet de déployer, sur la scène, à la fois la dimension esthétique totalisante et l'esthétique participative du théâtre-débats. En tant que spectacle total, le théâtre-débats réunit sur la scène plusieurs arts tels que la musique, les chants, la danse, la gestuelle et la parole dans ses fonctions communicationnelles. Sur le plan de l'esthétique de la participation, tout comme dans le théâtre pour le développement, il interpelle constamment le public et l'associe au spectacle en lui faisant prolonger celui-ci par l'épilogue-débats aux cours duquel les spectateurs interviennent librement pour dire leur avis ou faire reprendre des séquences de la fable¹⁴.

Cette analyse de Pierre Médéhouégnon est, sans préméditation du reste, une irréfragable mise en perspective des empreintes de l'état d'esprit du marché africain traditionnel dans les textes spectaculaires du théâtre-débats. La

¹⁴ Pierre Médéhouégnon, *Le théâtre francophone de l'Afrique de l'ouest des origines à nos jours*, Cotonou, CAAREC Editions, (Coll. Etudes), p. 217.

fonction d'exhibition ou de parade de produits artistiques et culturels imprègne évidemment chaque spectacle de cette forme spécifique du théâtre d'intervention sociale créée et promue par Jean-Pierre Guingané. La représentation de chaque pièce de théâtre-débats établit la scène comme une galerie marchande où sont exhibés plusieurs produits artistiques. Le public, venu assister à un spectacle de théâtre ne profite pas que de la représentation d'une action jouée par des acteurs incarnant des rôles. Le protocole de mise en scène greffe à ce qui relève spécifiquement de la performance dramatique un florilège de produits des autres arts de la scène comme la musique, la danse et la chorégraphie. Chaque pièce de théâtre-débats est, pour tout dire, une épiphanie scénique qui confère à chaque représentation toute l'allure d'un festival de produits d'arts vivants, une scène ou un marché d'exposition de différents produits culturels.

Par ailleurs, pour conforter l'idée que la pratique théâtrale, surtout la sienne, qui s'informe de l'esthétique du théâtre-débats, corrobore à perfection l'état d'esprit du marché africain traditionnel et s'y adapte, Jean-Pierre Guingané a initié, avec ses comédiens du Théâtre de la Fraternité, des représentations théâtrales dans des marchés de localités éloignées des centres urbains. Avec, entre autres spectacles-phares, *Femmes, prenons notre place*, l'expérience a eu cours, pendant les décennies 1990 et 2000, dans plusieurs marchés dont ceux de Di, commune de Tougan, de Djibasso dans la commune du même nom, de Loanga, commune de Tenkodogo, de Bomborokuy et de Bondigui dans la commune de Diédougou. A l'occasion de ces représentations, le bus qui transporte les comédiens sert de

coulisses que jouxte une scène de fortune autour de laquelle s'attroupent progressivement les spectateurs. Lorsque la représentation est lancée, les activités classiques de marchandage et d'achat/vente tournent au ralenti et le spectacle acquiert, surtout à la phase de l'épilogue, le statut d'une espèce de produit marchand au cœur d'échanges et de transactions qui s'opèrent sans bourse délier. C'est que déjà, dans l'esthétique du théâtre-débats, l'épilogue se présente comme le moment où se tient une sorte de foire aux idées. Et le fait de jouer ce type de spectacle en plein marché amplifie les proportions et la portée de cette foire atypique. En effet, les spectateurs participent non seulement au débat orchestré par Joé l'Artiste à la fin du spectacle, mais le prolonge autour des étals pour le reste des heures pendant lesquelles le marché reprend sa belle animation après la représentation. Toujours par l'épilogue et surtout quand le Théâtre de la Fraternité se produit dans un marché, le spectacle de théâtre-débats accomplit une autre fonction caractéristique de l'état d'esprit du marché africain traditionnel : l'effacement des différenciations sociales. Les sujets qui motivent le débat sont fédérateurs de diverses sensibilités sociales. La question des droits de la femme dans l'Afrique traditionnelle intéresse les femmes en même temps qu'elle interpelle les hommes sur leur devoir de coopérer au respect de ces droits afin de contribuer au bien-être du corps social. Axé sur la propagation du Sida au sein de la couche juvénile et la prise en charge des séropositifs, le débat suscité par la fable de *Virus au lycée*¹⁵

¹⁵ Jean-Pierre Guingané, *Virus au lycée*, création de décembre 2004 à Ouagadougou.

implique autant les jeunes que les adultes, formateurs et parents. A l'évidence, par le choix des sujets, le théâtre-débats transcende les cloisons sociales. En outre, puisqu'aucun critère sélectif ne préside à la présence des spectateurs et compte tenu de la procédure immédiate de déclenchement du débat par Joé l'Artiste, les discussions consécutives à la représentation de la fable sont totalement inclusives surtout quand le public est celui de l'espace *sociopolite* du marché africain traditionnel. Avec un tel public, on réalise une démocratisation certaine du pouvoir d'exercer la réflexion, de l'aptitude à prendre part à des débats publics sur les questions d'intérêt commun dont l'enjeu décisif est la survie et/ou l'harmonie de la communauté.

Au final, la représentation d'une pièce de théâtre-débats concrétise, au moins pendant le temps du spectacle, un effet de gommage des clivages sociaux, elle s'offre comme un vrai espace d'échanges où les membres de la communauté communiquent entre eux d'égal à égal. Il reste à préciser qu'à la différence de l'état d'esprit du marché africain qui fait prendre ou porter des nouvelles sur n'importe quel sujet, les transactions d'idées se font autour d'une problématique bien précise, celle de la pièce. Cette délimitation du sujet qui alimente la discussion relève de la touche spécifique apportée par Jean-Pierre Guingané à cette culture du débat à bâtons rompus ou de l'arbre à palabres. Sans perdre sa forme substantielle, cette culture s'accomplit dans le refus de la dispersion au profit de la mobilisation des intelligences et de la réflexion autour d'un seul sujet qui est alors soumis à une implacable dissertation susceptible de déboucher sur des conclusions et résolutions porteuses pour la communauté.

L'esthétique du théâtre-débats en acquiert donc son caractère d'une foire aux idées démocratisée.

Ce caractère imprime également ses marques aux rencontres et infrastructures culturelles initiées par Jean-Pierre Guingané. On peut notamment penser au Festival International de Théâtre et de Marionnettes de Ouagadougou (FITMO) et à l'Espace Culturel Gambidi.

2.2. Le FITMO et l'Espace Culturel Gambidi : marché itinérant et totalisant

En 1989, l'Union des Ensembles Dramatiques de Ouagadougou (UNEDO) et le Centre Burkinabè de l'Institut International de Théâtre (CB-IIT) décident de créer un Festival qui prendra le nom de FITMO. Depuis lors, ce qui est devenu une biennale accueillie, à chaque édition, plusieurs troupes et compagnies de théâtre et de marionnettes, sélectionnées de partout dans le monde en fonction de la qualité artistique et de l'originalité des spectacles qu'elles proposent. Pour être, en 1989, président et secrétaire général respectifs de l'UNEDO et du CB-IIT, Jean-Pierre Guingané se retrouve à la tête du Festival qu'il dirige pendant de nombreuses années. Dès lors, on peut à peine contester que le FITMO apparaisse comme une entrée majeure du patrimoine artistique et culturel laissé par Guingané à la postérité.

Et, autant que l'esthétique du théâtre-débats, ce Festival s'inscrit dans l'état d'esprit du marché africain traditionnel. Entre les lignes, la synthèse que Christine Douxami fait de la onzième édition tenue en 2007 en est un indicateur certain :

Le festival compta cette année onze troupes de théâtre, sept de marionnettes, deux groupes de conteurs, treize de musique et sept compagnies de danse, sans compter deux expositions d'art plastique et diverses projections de cinéma. Neuf nationalités étaient représentées : La Guinée Conakry, le Niger, le Congo, la République Démocratique du Congo, le Bénin, l'Haïti, le Togo, le Burkina Faso et la France¹⁶.

Cette synthèse engage à affirmer sans détour que le FITMO est un beau petit marché des arts. En effet, à l'instar de la fonction artistique qui fait du marché africain un lieu de rencontre et d'expression de différentes formes artistiques muettes ou vivantes, le FITMO est devenu, au fil de ses éditions successives, un événement convoyeur de produits dont la variété n'a d'égale que les différents domaines artistiques desquels ils proviennent : le théâtre, bien sûr, mais aussi le cinéma, les arts plastiques, les arts oratoires, la littérature écrite... Le FITMO n'est donc qu'un bon prétexte pour occasionner un déploiement de produits culturels qui débordent largement les champs restreints du théâtre et des marionnettes. De même, les débats que les professionnels et autres experts organisent

¹⁶ Christine Douxami, « Le Festival International de Théâtre et de Marionnettes de Ouagadougou sous le regard de son fondateur », entretien avec Jean-Pierre Guingané in *Africultures*, en ligne sur : <http://africultures.com/le-festival-international-de-theatre-et-de-marionnettes-de-ouagadougou-sous-le-regard-de-son-fondateur-7582>, [Consulté le 27 août 2017 à 17h].

au sujet des spectacles rappellent la fonction communicative du marché africain traditionnel à la différence que, sur le Festival, les nouvelles et les idées qui sont partagées concernent, non le « trantran » des individus venus de divers horizons mais la vie culturelle et sociopolitique. D'ailleurs, ces nouvelles et idées transcendent les spécificités artistiques, culturelles et sociopolitiques du pays d'origine de chaque festivalier pour permettre, par leur interpénétration et leurs interactions, d'envisager les contours de la dynamique de la vie théâtrale et culturelle de certains ensembles régionaux intra ou intercontinentaux.

Le FITMO a si bien intégré cette conception de la mise en place d'une dynamique régionale que ses organisateurs ont étendu les manifestations du Festival à d'autres pays de la sous-région ouest-africaine. Au départ de cette extension hors des frontières géographiques du Burkina-Faso en 2010, le Mali et le Niger ont été positionnés sur le circuit de diffusion *extra muros* des produits du FITMO. Au Mali, Guingané a confié la coordination locale du FITMO à l'Ensemble Artistique Duga de Cathérine Koné alors qu'au Niger la Compagnie Koykoyo de Cheick Ahmadou Kotondi lui a servi de point d'appui. Ce circuit de diffusion qui continue de s'étendre compte, en 2017, en plus du Burkina-Faso, quatre pays : la Côte-d'Ivoire, le Mali, le Niger, et le Togo. A cette expérience se greffe désormais une autre initiative, née à l'occasion de la 16^{ème} édition et dénommée la « Route des Arts ». Elle consiste, pour chacun des pays qui accueillent successivement les manifestations d'une même édition du Festival, à mettre en lien une ou deux

ville(s) de son propre territoire avec des villes des autres pays¹⁷. Aussi, au cours du Festival mais surtout dans l'entre-deux-festival,

les créations qui se feront chaque jour (peuvent-elles) emprunter ce circuit, parce que chacune des étapes constitue un cadre de distribution permanent et de diffusion de spectacles. On n'aura pas besoin d'attendre chaque deux ans pour prendre le circuit¹⁸.

A l'analyse, la constitution d'un réseau qui assure l'expansion de l'événement dans la sous-région ouest-africaine et la densification de ce réseau par la mise en place de la « Route des Arts » instaure un marché, entendu comme lieu et moment de rencontre dont le FITMO amplifie les proportions en élargissant ses dimensions au-delà des limites de quelques villages voisins que réunit habituellement un marché africain traditionnel. Par ailleurs, ce marché enrichit d'une dimension nouvelle l'état d'esprit de marché africain d'autant que, par sa *dé-centralisation* de Ouagadougou, le FITMO introduit alors

¹⁷ « Conformément à sa tradition, le FITMO innove également au cours de cette édition par le tracé d'un circuit dénommé " La Route des Arts " qui reliera les villes de Ouaga, Bobo-Dioulassa (Burkina-Faso), Ségou, Bamako (Mali), Katiola, Abidjan (Côte-d'Ivoire), Lomé Dapaong (Togo), Niamey (Niger) », extrait de « Mot de bienvenue des directeurs » in *Livret programme* du Festival International de Théâtre et de Marionnettes de Ouagadougou (FITMO) 2017, p. 4.

¹⁸ Hamadou Mandé, Directeur artistique du FITMO, cité par Revelyn Some, « FITMO 2017, une route des arts à travers les 5 pays », <http://faso24.com/news/fitmo-2017-une-route-des-arts-tracee-a-travers-les-5-pays>, [Consulté le 18 janvier 2018 à 15h28].

les festivaliers dans l'élan d'un marché itinérant qui s'anime de pays en pays et, à l'intérieur d'un même pays, tout le long de la « Route des Arts ».

A côté du complexe d'événements artistiques et culturels que constitue le FITMO, il y a un autre complexe, celui-là infrastructurel dont la configuration et les fonctions ne sont pas moins en lien avec celles du marché africain traditionnel : l'Espace Culturel Gambidi.

L'Espace Culturel Gambidi (ECG) est créé en février 1996. Galopant vers un quart de siècle d'existence, il est passé, entre autres, par deux étapes importantes en 2001 et en 2003, années respectives de création, en son sein, de Radio Gambidi et du Centre de Formation et de Recherche en Arts Vivants (CFRAV). L'Espace en est alors devenu un véritable organisme culturel.

Il accueille des rencontres entre professionnels des arts mais dispose aussi d'infrastructures qui servent de cadre de créations, de productions, de diffusion et d'animations artistiques et culturelles. Presque toutes les fonctions de l'état d'esprit du marché africain traditionnel s'actualisent à travers l'organisation de l'ECG et les activités qu'il accueille. Sa grande salle Sony Labou Tansi se prête à des représentations théâtrales autant qu'à des projections cinématographiques et autres spectacles de contes, danses contemporaines et traditionnelles, musique, slam... Manifestement, l'ECG est investi des attributs du marché africain traditionnel en tant que celui-ci se prête à l'expression directe ou détournée de plusieurs formes et produits artistiques. Cette présence plurielle de producteurs et de produits culturels que réalise l'ECG décloisonne quelque peu les métiers, les

secteurs et les pratiques artistiques et opère une *con-fusion* semblable à la communion que le marché africain traditionnel réalise pendant son animation entre différentes catégories socioprofessionnelles.

Cette communion s'accomplit également dans les émissions de la Radio Gambidi qui, sans sous-estimer son rôle de médiation des événements culturels programmés à l'ECG, s'offre aux artistes et public, hommes et femmes, jeunes et anciens, locuteurs du français ou des langues nationales, comme un outil pour exprimer leur pensée sur des questions diverses dans une logique communautaire du donner et du recevoir. Cette même logique commande dans une certaine mesure la mise en place du Centre de Formation et de Recherche en Arts Vivants (CFRAV). Avec ses trois départements que sont les arts dramatiques, les arts chorégraphiques et les arts musicaux, le CFRAV propose différents types de formation : continue sous formes d'ateliers intensifs, diplômante et formation des formateurs. Il étend l'état d'esprit du marché africain à une dimension nouvelle, celle de la formation formelle, focalisée sur l'acquisition de compétences susceptibles d'accroître la qualité des produits culturels diffusables sur le marché des arts.

D'ordre événementiel et infrastructurel, le FITMO et l'Espace Culturel Gambidi sont, de toute évidence, deux entrées importantes de l'œuvre de Guingané grâce auxquelles, en tant que producteur culturel, il atteint une certaine plénitude dans la praxis des fonctions caractéristiques de l'état d'esprit du marché africain. Avec le FITMO qui étend ses tentacules dans la sous-région et l'ECG qui a acquis l'envergure d'un véritable complexe culturel, l'état d'esprit du marché africain déborde ses

caractéristiques classiques pour intégrer les aspects de produit culturel itinérant et pédagogique.

Conclusion

L'étude qui s'achève est partie pour démontrer comment le théâtre-débats, forme de théâtre d'intervention sociale pratiquée par Jean-Pierre Guingané, ajouté aux événements et infrastructures créés sous son impulsion sont marqués par l'état d'esprit du marché africain traditionnel. Pour ce faire, l'analyse s'est d'abord attachée à caractériser cet état d'esprit avant d'en sonder les marqueurs à travers quelques entrées majeures de l'œuvre culturelle de l'universitaire et homme de théâtre burkinabè.

Plusieurs fonctions dessinent les contours de l'état d'esprit du marché africain traditionnel. L'espace et les actes de communication qui se déploient dans le marché, l'effet d'effacement des lignes de démarcation que son animation réalise autour de sphères sociales différentes et la transformation du marché en une scène d'exhibition et de diffusion de faits et produits culturels très variés sont quelques fonctions caractéristiques de l'état d'esprit du marché africain traditionnel. De l'exposé que Jean-Pierre Guingané donne de celui-ci, il apparaît assez nettement que l'universitaire burkinabè se positionne en intellectuel porté à interroger les réalités africaines de l'intérieur et à en proposer un descriptif qui, dans ses méthodes et outils, ne se laisse pas éblouir par les procédures que la science occidentale a établies pour interroger ses sociétés. Cette position dans le champ de la production conceptuelle est renforcée par la posture de producteur et « marchand » de biens culturels dans laquelle s'est retrouvé l'inventeur de la foire aux idées qu'est le théâtre-débats et la

cheville ouvrière de la création du FITMO et de l'Espace Culturel Gambidi, modèles de marchés culturels itinérant et englobant dans l'univers africain des œuvres artistiques. En conférant à ces trois réalisations les atouts non mercantiles du marché africain traditionnel, Jean-Pierre Guingané met en consommation des produits non périssables, dégagés de toute propriété de nuisance à l'être humain dont il s'adresse non pas au corps mais à l'esprit.

Au final, on s'aperçoit que, dans sa démarche de transfert de l'état d'esprit du marché africain traditionnel dans la sphère de la production et de la diffusion de biens culturels, Guingané ne procède pas mécaniquement. Il féconde plutôt cette transposition de son statut d'homme de culture polyvalent et de sa vision de ce que doivent être le producteur et les produits culturels : sève vivifiante qui irrigue tout le corps social dans une dynamique où l'offre se tient toujours prête à entrer en dialogue avec la demande, respectée dans ses ancrages et ses spécificités.

Bibliographie

- BOURDIEU, Pierre, « Le champ littéraire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 89, septembre 1991, pp. 3-46.
- Id., *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil, 1998 (2ème édition), 572p.
- DOUXAMI, Christine, « Le Festival International de Théâtre et de Marionnettes de Ouagadougou sous le regard de son fondateur », entretien avec Jean-Pierre Guingané in *Africultures*, en ligne sur : <http://africultures.com/le-festival-international-de-theatre-et-de->

- marionnettes-de-ouagadougou-sous-le-regard-de-son-fondateur-7582, [Consulté le 27 août 2017 à 17h].
- GUINGANE, Jean-Pierre Daogo, *Théâtre et développement culturel en Afrique : le cas du Burkina-Faso*, Thèse pour le Doctorat d'Etat ès Sciences de l'Information et de la communication (Option Arts et Spectacles), Université Bordeaux III, 1987, 4 tomes, 1591p.
- Id., « Le marché africain comme espace de communication : place et fonction socio-culturelles du marché africain », Conférence-débat animée le 7 mai 2001 au Centre Lacordaire (Montpellier). Texte transcrit et mis en ligne sur <http://afrique.cauris.free.fr/guingane.html>, [Consulté le 09 août 2017 à 21h].
- Id., *Virus au lycée*, création de décembre 2004 à Ouagadougou.
- MEDEHOUEGNON, Pierre, *Le théâtre francophone de l'Afrique de l'ouest des origines à nos jours*, Cotonou, CAAREC Editions, (Coll. Etudes), 2010, 387p.
- MEIZOZ, Jérôme, « "Postures" d'auteur et poétique (Ajar, Rousseau, Céline et Houellebecq) », <http://vox-poetica.org/t/articles/meizoz.html>, [Consulté le 7 septembre 2017 à 15h50].
- Id., *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*, Genève, Slatkine, « Erudition », 2007, 210p.
- PAULAIS, Thierry, WILHELM, Laurence, *Marchés d'Afrique*, Paris, KARTHALA Editions, 2000, 198p.
- SOME, Revelyn, « FITMO 2017, une route des arts à travers les 5 pays », [http://faso24.com/news/fitmo-2017-une-route-des-arts-tracee-a-travers-](http://faso24.com/news/fitmo-2017-une-route-des-arts-tracee-a-travers-les-5-pays)
- [les-5-pays](http://faso24.com/news/fitmo-2017-une-route-des-arts-tracee-a-travers-les-5-pays), [Consulté le 18 janvier 2018 à 15h28].

