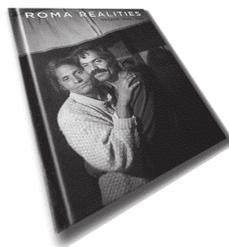


# Global



# Warning



# Rroms



Projet Ra&D, Hes-so  
-  
La discrimination  
envers les Rroms,  
pour une communication  
d'intérêt général.  
-  
Head-Genève 2012

<b>04</b>	Introduction
<b>06</b>	Méthode
<b>08</b>	<u>Signes et représentation</u>
<b>10</b>	Le nom: du Tsigane folklorique aux Roms en tant que «masse»
<b>12</b>	L'espace: nomade's land, du voyage à l'errance
<b>13</b>	Le temps: un peuple sans histoire?
<b>18</b>	<u>Symboles et clichés</u>
<b>20</b>	Poncifs et clichés
<b>22</b>	Grille de lecture
<b>26</b>	Les stéréotypes: femme, homme, caravane
<b>32</b>	<u>Culture contemporaine</u>
<b>34</b>	La Roma Decade
<b>36</b>	Bandes dessinées et animations
<b>39</b>	Photographie documentaire
<b>40</b>	Cinéma
<b>42</b>	Jeux
<b>44</b>	Quelques personnalités roms
<b>46</b>	<u>L'espace public et politique</u>
<b>49</b>	Le design de la peur
<b>50</b>	Design d'exclusion, campagnes UDC
<b>51</b>	Signalétique
<b>52</b>	Design humanitaire
<b>53</b>	Design de la revendication
<b>54</b>	Design citoyen
<b>55</b>	Performances artistiques: Buna Ziua
<b>56</b>	Expériences associatives: l'exemple de l'Ecodrom
<b>58</b>	<u>Perspectives de l'expérimentation</u>

## Introduction

Loin d'être des étrangers lointains et nouveaux, les Roms sont aujourd'hui européens, et posent un problème d'acceptation «de l'intérieur». Dans l'hypothèse d'une communication qui chercherait à réconcilier communication de masse et conscience individuelle, la question rom se trouve au cœur du sujet. Ce sont des étrangers «familiers» pour les populations majoritaires: blancs, de religion majoritairement catholique ou chrétienne, ils sont, contrairement à ce que l'on croit, souvent sédentaires, et vivent au milieu (et en même temps à la marge) de l'Europe depuis près d'un millénaire.

Les discriminations dont les Roms sont victimes sont pourtant nombreuses, constantes, répétées depuis des siècles, alors même que la culture européenne – voire mondiale – est imprégnée de culture tsigane. Confrontés à leur errance, à leur misère, les pouvoirs publics sont dépassés et les populations excluantes.

Il ne s'agit pas dans le contexte du présent projet de recherche de proposer des solutions politiques, mais dans un premier temps d'analyser les signes et représentations qui s'attachent aux communautés roms en Europe aujourd'hui, afin de déterminer le cadre dans lequel pourrait prendre place une «communication différente de la différence». Pour cela, nous avons rencontré un certain nombre d'interlocuteurs qui apparaîtront au fil de ce document, notamment l'association suisse Mesemrom, La Voix des Roms (France), des élus et responsables d'associations de la Ville de Montreuil (France) en charge de la Mous (Maîtrise d'œuvre urbaine et sociale) Roms, le centre social protestant (Genève) sur la problématique plus générale des réfugiés et divers spécialistes (Genève) et intervenants, dont les travaux autour de la question rom semblent pertinents dans le cadre de cette recherche (Martin Olivera et Lulia Hasdeu).

Il n'y a pas de partenariat mis en œuvre à ce stade. Tous nos interlocuteurs se sont pourtant déclarés en difficulté sur la question de la communication, comme d'ailleurs de l'action. Il en va de même des représentant-e-s des Roms, au premier rang desquels les députées européennes Lívia Járóka et Viktória Mohácsi, qui réclament une communication «contre les préjugés», mais aussi et surtout, «pour des espaces communs».

## Méthode

L'objet du présent document est de déterminer sur quels éléments repose «l'image» actuelle des Rroms, en positif et en négatif, comment les institutions, associations et militant-e-s se sont éventuellement saisis de cette question, comment ils la représentent et la portent, et comment enfin la culture rrom s'inscrit dans la culture européenne d'aujourd'hui.

Notre approche est similaire à celle employée dans les projets de communication ou de design, s'agissant de produits ou de services. Cette approche «marketing» est pertinente pour définir l'image «rrom» telle qu'elle prend place dans l'univers de signes et de représentations qui nous entoure.

Elle consiste à faire un inventaire des design, discours, presse écrite et audiovisuelle, champs culturels (cinéma, théâtre, musique), à les mettre en rapport et à déterminer les registres sur lesquels ces différentes formes de communication se déploient, selon les moments et les lieux: la narration et la dramaturgie procèdent-elles de l'émotionnel, du rationnel, du décalage? S'appuient-elles ou ont-elles recours à des signes, logos, pictogrammes? Comment peut-on lire ces signes? Sont-ils contradictoires? Contre-productifs (en termes de sémiologie)? Quand, au contraire, ont-ils un impact positif vérifié ou vérifiable?

L'un des moyens de problématiser la recherche consistera à comparer, sur des sujets voisins, les types de communication adoptés et leurs impacts respectifs.

Dans un second temps, celui de l'expérimentation, on s'attachera à proposer des signes, discours et représentations alternatifs susceptibles de modifier la perception du plus grand nombre sur ce sujet, à travers une approche et un vocabulaire novateurs en prise avec les outils et médias de communication les plus actuels.

# Signes et représentations



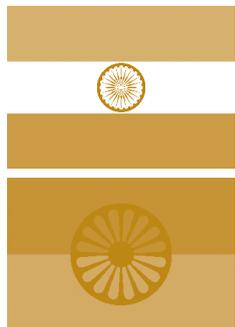
**De manière pragmatique – et sans doute quelque peu simplificatrice – nous retiendrons ici l'acception suivante du terme de représentation : une représentation est une construction mentale que tout un chacun utilise, consciemment ou non, pour appréhender son environnement de vie, celui des autres, le monde. Les représentations sont notamment influencées par le vécu personnel, ainsi que par la culture et la société au sein desquelles on évolue. On peut distinguer les représentations individuelles, « qui peuvent être interprétées comme étant le produit d'un itinéraire de vie, d'une vision du monde singulière » (Lévy & Lussault), et les représentations sociales, qui « correspondent à des formes de connaissance ordinaire, socialement élaborées et partagées, à visée pratique notamment dans la maîtrise de l'environnement et l'adoption d'attitudes et de comportements collectifs et qui participent (...) à la construction d'une vision commune à tous les membres d'un collectif.**

Les signes et représentations fabriquent l'opinion, et c'est sur eux que nous nous pencherons tout d'abord pour déterminer le projet Global Warning concernant les Rroms. Nom, lieu, temps sont les trois modes de représentation basiques qui produisent de l'image (à ne pas confondre avec l'identité réelle). Ces images, nous allons d'abord en poser les bases, les mettre en rapport les unes avec les autres, en tentant de décrypter les signes qui les composent ici et maintenant.

## Le nom : du Tsigane folklorique aux Rroms en tant que « masse »

**Nous sommes une nation qui partage la même tradition, la même culture, la même origine, la même langue (...). Nous n'avons jamais cherché à créer un Etat. Et nous ne voulons pas d'Etat aujourd'hui, au moment où la nouvelle société et la nouvelle économie sont concrètement et progressivement en train de transcender l'importance et la compétence de l'Etat en tant que moyen d'organisation des individus.**

Emil Scuka,  
président de l'Union  
romani internationale,  
juillet 2000



La roue à 16 rayons évoque la route, le voyage, la roulotte, mais aussi, et surtout, les origines indiennes des Rroms, que plusieurs hypothèses situent vers le Rajasthan actuel. On peut d'ailleurs noter la ressemblance, évidente, entre le drapeau rrom et le drapeau de l'Inde. La couleur bleue symbolise le ciel, la liberté, les valeurs spirituelles tsiganes. La couleur verte, hymne à la nature, au progrès, à la fertilité, aux valeurs matérielles.

Le terme de «Rroms» est apparu en 1971 lorsque l'Union romani internationale a décidé d'unifier les communautés tsiganes sous ce terme. Bien qu'il ait été adopté par des Rroms comme alternative à des exonymes ou prétendus tels (Gitans, Sintis, Rroms, Tsiganes, Romanichels, Bohémiens, Manouches, etc.), cet endonyme a pour effet d'effacer une histoire, y compris positive, qui marquait les rencontres entre «Gadjés» (non-Rroms) et Rroms. Il va de pair avec la volonté de créer politiquement une «nation» rrom, dotée d'un drapeau, d'une langue.

Le passage au mot Rrom a privé les communautés d'une histoire et de spécificités liées à leur ancrage à un pays, une culture. Il les rattache dans l'imaginaire du langage – parce que c'est ainsi qu'agissent les mots – à la Roumanie, comme s'il existait une «appellation d'origine contrôlée rrom»: en se constituant comme nation, le peuple rrom n'a pas pu empêcher que s'invente à son insu un territoire auquel il serait rattaché par le nom.

Le drapeau en revanche rappelle une autre origine: l'Inde. Mais la rencontre entre la Roumanie et l'Inde produit une sorte d'impensable dans l'imaginaire de base: très peu de gens, en Europe, savent que les Rroms seraient venus, il y a plusieurs siècles (un millénaire), d'Inde. Et l'image de l'Inde se réduit dans la culture de masse à des clichés: Gandhi, le curry, le yoga, le kamasutra, les castes, Katmandou, la pauvreté, le bouddhisme. Celle de la Roumanie reste marquée par la chute de Ceausescu, le charnier, et s'est passablement dégradée depuis. On a oublié les Roumains illustres (l'athlète Nadia Comaneci, Cioran, Celibidache, Brancusi), et le prestige du pays est faible. Le démantèlement du bloc communiste a permis ce retour du refoulé de la construction européenne: la Roumanie, c'est les Rroms, «ceux dont personne ne veut».

Il ne s'agit pas ici de prendre pour argent comptant cet amalgame, mais, partant de cet amalgame tel qu'il surgit dans le chaos de l'information à flux continu, de tenter d'identifier ces signes et le brouillage qu'ils opèrent lorsqu'on tente de se pencher «sans préjugés» sur la situation des Rroms. Les examiner, c'est permettre de déjouer le piège du cliché, en ne faisant pas semblant de l'ignorer.

## L'espace : nomade's land, du voyage à l'errance



Répartition des Roms en Europe  
Population estimée à 9,1 millions – Conseil de l'Europe, 2007.

Six à 20 millions dans le monde, 10 à 12 millions en Europe, particulièrement concentrés dans les Balkans, les Roms sont un peuple sans terre, dans des pays où ils vivent pourtant depuis des siècles. Ils sont plus d'un demi-million (certains disent même 2 millions) en Roumanie et en Bulgarie. On en compte 350 à 500 mille en France, dont la quasi-totalité de nationalité française. Leur statut est si précaire que la menace d'une «invasion» rom a été brandie en 1999 lorsque 12 pays allaient rejoindre l'Union européenne. Les tabloïds anglais annonçaient par exemple une arrivée massive avec des accents effrayants, décrivant les Roms comme «parasites, délinquants et prédateurs, attirés par le seul bénéfice d'un système anglais dont ils ne souhaitent que profiter».

De cette représentation média résulte une imagerie persistante révélant une ambivalence à l'égard de la mobilité, du nomadisme prétendu des Roms. Car si le nomadisme fait partie de l'histoire et de la culture tziganes, seuls 2 % seraient aujourd'hui «du voyage». Sédentaires, les Roms le sont devenus à la mesure de leur acceptation dans les communautés où ils arrivaient, avec une très longue histoire attachée à ce périple accompli depuis près de mille ans à travers l'Europe, en provenance de l'Inde du Nord.



Le bidonville du Hanul à Saint-Denis, l'un des plus anciens camps roms en Seine-Saint-Denis, établi en 2001 sous l'A86 sur un terrain des autoroutes d'Ile-de-France. © AFP/Thomas Coex

La confusion entretenue entre gens du voyage, nomades par choix, et les Roms aujourd'hui le plus souvent sédentaires et paysans, mais privés de terre et de travail (90% des Roms des Balkans sont aujourd'hui sans emploi), victimes de lois d'exception depuis des siècles, conduit à leur dénier leurs droits fondamentaux (accès au logement, à l'éducation, à la santé). La perception qu'ont d'eux les populations dites «d'accueil» oscille alors entre deux extrêmes – menace ou victime – et empêche de les considérer d'abord comme sujets libres et citoyens de droit.

A l'œuvre, dans ce processus visant à ne pas leur faire de place sur les territoires qu'ils occupent: le recours à une différence supposée «naturelle», qui ferait obstacle à leur intégration ou assimilation dans les pays où ils s'installent: nomadisme, organisation clanique, mode de vie libre ou rebelle, paresse et vol. La construction de ce préjugé repose sur une approche différentialiste propre

au racisme «séparatiste», par opposition à l'approche universaliste républicaine, s'appuyant sur ce qui nous unit, nous rassemble. C'est ainsi que les Roms, par groupes, clans, familles, s'installent non pas en masse, mais de façon continue dans les failles, les marges, les fractures des territoires dont ils menacent en effet l'équilibre ou le contrat social, produisant de nouveau des images qui renforcent les préjugés négatifs à leur endroit.



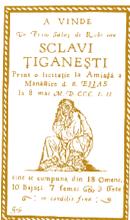
Affiche publicitaire pour un cirque tzigane - 1909, Adolph Friedländer, Collection Circusarchief Jaap Best.

Le nomadisme devient alors non plus un mode de vie ou une culture, véhiculant aussi parfois un art comme celui du cirque, mais une errance comparable à celle qui frappe les groupes sociaux exclus: SDF, précaires, déplacés ou migrants perdent dans ce processus leur statut de peuple, voire d'êtres humains, pour révéler les manquements d'une société qui exclut économiquement un nombre croissant de personnes. C'est d'ailleurs le terme employé le plus souvent à l'égard des Roms dont on dit qu'ils «errent» dans les rues à la recherche d'un refuge, même provisoire, ou d'un lieu où prendre place sur un mode perçu comme parasitaire par les populations déjà fragilisées économiquement et socialement. C'est «la guerre des pauvres», de tous contre tous, rêvée par les puissants.

## Le temps : un peuple sans histoire ?

L'histoire des Roms existe et des historiens comme des anthropologues de plus en plus nombreux l'étudient, y compris parmi les Roms. La mémoire, elle, est le plus souvent ignorée, qu'il s'agisse de reconnaître les persécutions dont ils furent victimes durant la Seconde Guerre mondiale (50 à 80 mille victimes de *porrajmos*, le mot rom pour génocide, qui signifie «dévoration» ou *samudaripen*, «meurtre total»), ou le fait qu'ils furent assimilés, durant très longtemps, à une catégorie particulière d'esclavage, la *robie*. Envoyés aux galères sous Louis XIV en France, ils ont aussi fait l'objet d'oppressions spécifiques dans des pays connus pour leur tradition démocratique, comme la Suède ou la Suisse au XX<sup>e</sup> siècle.

Par exemple, en Suisse, le Département fédéral de justice et police planifie en 1930 l'enlèvement des enfants sur dix ans. La Fondation Pro-Juventute a déjà mis en application en 1926 l'opération



Affiche de Valachie annonçant une vente aux enchères d'esclaves rroms dans un monastère en 1852.

Texte: «A vendre, lot d'esclaves consistant en 18 hommes, 10 garçons, 7 femmes et 3 filles en bonne santé.»  
Wikipedia.org



Plaque mémorisant la persécution des Rroms, des Sintis et des Hébreux (Italie, Rome): «Pour que cette histoire ne se répète plus – pour ne pas oublier – pour la fraternité entre tous les peuples.»  
Wikipedia.org

«Les Enfants de la grand-route». Celle-ci enlève de force les enfants des Yéniches (Tsiganes de Suisse) pour les placer et les rééduquer dans des familles d'accueil sédentaires, des orphelinats, voire des asiles psychiatriques en tant que «dégénérés».

Le docteur Alfred Siegfried, directeur des Enfants de la grand-route, considère en effet les Yéniches comme génétiquement menteurs et voleurs. Non seulement on interdit aux parents biologiques de rencontrer leurs enfants (sous peine de prison), mais des stérilisations sont pratiquées sous prétexte «humanitaire» pour limiter leur reproduction. Cette opération ne prend fin en Suisse qu'en 1972. La Suède pratique une politique similaire jusqu'en 1975.

**L'énoncé de ces trois éléments nom/nomadisme/mémoire dessine donc les contours des représentations primaires que l'on se fait d'un peuple dont, par ailleurs, on ne connaît rien. Précisons encore une fois qu'il ne s'agit pas ici de conduire une étude ethnographique ou sociologique, mais de partir des signes tels qu'ils nous apparaissent et apparaissent au plus grand nombre concernant les Rroms. Et l'on devine déjà, à les décrypter même superficiellement, le handicap que ces signes basiques représentent en termes de communication :**

⊙ **le nom de Rroms (ou plus fréquemment Roms) englobe et masque la réalité diverse de communautés aux identités affirmées et parfois complètement identifiées aux pays auxquels elles appartiennent (les Gitans sur les rives de la Méditerranée, par exemple, avec une culture flamenca, taurine... ; les Tsiganes en Europe centrale rattachés aux arts du cirque, à la musique, à l'équitation, à l'artisanat, pour ne citer qu'eux);**

⊙ **le nomadisme supposé qui enferme les communautés dans un mouvement inlassable, et autorise les populations à s'imaginer qu'il n'y a pas pour elles de destination finale : le « problème » rrom peut faire l'objet d'un déplacement perpétuel, puisque c'est « dans leur culture », et les nations comme les villes ou les régions n'hésitent pas à se renvoyer mutuellement la responsabilité de les accueillir dignement, chacun invoquant son incapacité réelle ou supposée « à prendre en charge toute la misère du monde », voire l'incapacité des Rroms eux-mêmes à s'intégrer dans un territoire donné;**

⊙ **la confiscation mémorielle, qui empêche de relier les Rroms à la chaîne des générations, des souffrances comme des joies communes qui fondent l'identité partagée d'une nation, d'un territoire, d'une société donnée – facteur de cohésion sociale.**

**Agir sur ces trois items semble le préalable à toute communication, puisqu'il s'agit de ce que nous avons identifié comme les « briques » de base de l'image rom aujourd'hui. En effet, lorsque l'Union européenne, des pays ou des communes entendent modifier durablement la condition imposée à cette population, ils doivent prendre en compte et anticiper une opposition explicite ou implicite de leur population ou des autorités, qui s'appuient systématiquement sur ces préjugés, mettent systématiquement l'accent sur les difficultés ou obstacles, et effacent tout aussi systématiquement les récits, faits ou exemples qui permettraient de démontrer l'aptitude de ces populations à vivre en paix avec les autres, et d'apporter leur contribution à la communauté au sens large.**

**Global Warning dans la phase expérimentale mettra en œuvre différents projets visant à restituer voire réhabiliter la mémoire rom : recueil d'histoires, de témoignages, de récits partageables par toutes et tous, à rendre visible le nomadisme non pas réel (très peu de Roms sont aujourd'hui nomades) mais culturel de cette population, en la mettant en rapport avec le nomadisme culturel que permettent aujourd'hui les technologies de l'information, comme la réalité augmentée, à remettre en rapport l'image des Roms telle qu'elle est véhiculée avec d'autres images qui ont déjà fait la preuve de leur impact positif (nous y reviendrons dans les chapitres suivants).**

**Il semble aller de soi que les institutions qui entendent mettre en œuvre des politiques visant l'intégration des Roms accompagnent leurs actions de dispositifs de communication. La plupart du temps,**

**il n'en est rien. Global Warning devrait proposer un guideline des étapes indispensables de communication pour accompagner toute action, qu'il s'agisse de l'installation d'un terrain d'accueil, d'un dispositif d'insertion. Pour mémoire, lorsqu'en 2000 une loi a été promulguée en France obligeant les communes de plus de 5000 habitants à installer une aire d'accueil pour les gens du voyage, rares ont été les collectivités à expliquer leur projet aux habitant-e-s. Quelques brochures ont été éditées, mais principalement à l'intention des professionnels ou responsables locaux, jamais à destination du grand public.**

**Convaincre les responsables politiques de la nécessité de communiquer de façon générale sur la place des Roms dans nos sociétés, en amont et en aval de toute action concrète, et en collaboration avec les intéressés, constituerait le point de départ, avec des rappels concrets sur les étapes indispensables : transparence de l'information dans les publications des collectivités territoriales, portraits, témoignages, histoires, et organisation d'événements y compris protocolaires, comme dans tout projet urbain.**

**Il s'agit de sortir les Roms de leur spécificité en tant que population, pour les inclure dans une prise en compte globale de leur situation au titre de la lutte contre les discriminations et pour la cohésion sociale. Dans le même temps, la singularité des individus, des histoires, des parcours, doit être valorisée pour sortir du cliché et créer des modes de reconnaissance et de rencontre.**

# Symboles et clichés



## Imaginer

Se représenter dans l'esprit.

## Imaginaire



1.

**Qui n'existe que dans l'imagination,  
qui est sans réalité.**

**Irréel, fictif / Fabuleux, fantastique ;  
un être imaginaire > légendaire, mythique.**

2.

**Qui n'est tel que dans sa propre  
imagination / Produit, domaine de  
l'imagination.**

**Contraire : Effectif, réel, véritable, vrai.**

Définitions du Nouveau  
Petit Robert de la langue  
française, 2009

Il est impossible d'étudier tous les clichés, car ils sont nombreux. Nous avons donc choisi d'en dresser d'abord une liste à la Prévert, avant de les mettre en rapport avec différents registres de communication, pour examiner en les énonçant de quelle façon ces clichés, poncifs et stéréotypes entraînent en résonance avec notre imaginaire quotidien, et comment ils se rattachaient à la culture rom telle qu'on peut se la figurer quand on ne la connaît pas, qu'on n'en fait pas partie.

Il s'agit de voir comment ces clichés nous percutent, sans que nous en ayons conscience, de façon répétée, si bien qu'ils nous viennent naturellement à l'esprit quand bien même nous ne les partagerions pas. Pour illustrer visuellement cet aspect de la recherche, nous avons décidé de nous appuyer sur le travail conduit par un photographe suisse, Yves Leresche, sur le quotidien des Roms aujourd'hui en Europe.

Les séries Roms des Balkans, de Serbie, d'Albanie et de Macédoine sont le résultat d'un projet qu'Yves Leresche a proposé fin 2006 à la Direction suisse du développement et de la coopération.

Intitulé Roma Realities, ce travail photographique s'inscrit dans le cadre de la Décennie pour l'intégration des Roms 2005-2015, qui vise à convaincre les différents états européens de combattre les discriminations dont ces populations sont victimes, en rendant visibles les problématiques qui les concernent, avec le soutien notamment de la Banque mondiale, de l'Open Society Institute, et du Programme des Nations Unies pour le développement.

Comment percevons-nous les Roms? L'idée que nous nous faisons d'eux reflète-t-elle fidèlement la diversité de ce peuple? Ou est-ce plutôt une caricature fondée sur des préjugés et de fausses vérités? Tel est le point de départ de ce projet, qui fait l'inventaire des préjugés et fausses vérités qu'il dénonce.

## Poncifs et clichés



Représentés dans  
des cadres champêtres  
feu en extérieur  
Enfants pieds nus  
Vêtements abîmés  
rapiécés  
Montrés inoccupés  
Visages barbouillés  
Cheveux en bataille  
Visages fiers  
regards pénétrants  
méfiants  
Présence du cheval  
et de sa symbolique,  
noble  
libre  
cheval cabré  
qu'on dresse  
Le Tsigane oisif  
joue aux cartes  
fume  
boit  
joue de la musique  
Ils ont trop d'enfants  
Ils sont analphabètes  
Font partie de réseaux  
mafieux  
qu'ils entretiennent  
et développent

Leur argent  
quand ils en ont  
est forcément malhonnête  
Ils exploitent leurs enfants  
mendient  
Vivent comme des assistés  
aux crochets de la société  
Ils harcèlent  
pour nettoyer les vitres  
vendent de l'eau  
ou des journaux  
aux carrefours  
Mariages arrangés  
Dénuement opposé  
aux biens matériels montrés  
voitures, caravanes  
téléphone, télévision  
Les femmes sont  
des tentatrices sexuelles  
Les hommes sont  
des musiciens nés



## Grille de lecture



Campagne de la Fondation Abbé Pierre sur le mal-logement, 2011.

Une recherche en design ne peut esquiver la question des formes, et du sens que celles-ci peuvent prendre selon les lieux et les circonstances. Nous avons réuni ici des images «basiques», en tentant de les décrypter, d'en tirer les fils possibles pour «détricoter» mythes et clichés tels qu'ils sont exploités de façon périphérique, dans des créations culturelles ou publicitaires.

Les volutes, le mouvement (le vent), les fleurs, la boucle, la courbe, les couleurs chatoyantes apparaissent comme les formes récurrentes riches d'une symbolique dont il n'est pas inutile de rappeler les fondements ou origines, car elles influent sur les représentations du plus grand nombre. On les retrouve dans des images aux provenances pourtant diverses: les tissus, dessins animés, paquets de cigarettes... Le nomadisme, la pauvreté et une «predatory female sexuality» sont parmi les clichés les plus répandus dans la conceptualisation des Gitans. Ils peuvent d'ailleurs être reproduits par ces mêmes communautés, dans les films, la musique et les expositions... Cette cohérence de formes, de couleurs, de motifs dans nos représentations nourrit les clichés précités, voir par exemple les publicités pour des cigarettes brunes: incertitude de ces volutes, symboles à forte connotation sexuelle (dangereux, attirant), formes et mouvements qui disent la liberté ou le voyage, l'ancrage dans une mythologie parfois folklorique, «de pacotille».

Dans ce chapitre, nous nous penchons sur les éléments qui constituent les clichés les plus courants, façonnant des figures (femme, homme, caravane, cigarettes Gitanes, et), aujourd'hui, leur persistance sur Internet, espace de communication lui-même très nomade.

Les représentations s'inscrivent dans différents modes de dénonciation: descriptif (on montre), discursif (on argumente), participatif (on revendique), pédagogique (on explique), historique ou scientifique (on démontre), narratif (on raconte). Elles se déploient dans des registres complexes et parfois mêlés qu'il importe de pouvoir déchiffrer lorsqu'on s'attache à analyser des images, ou à en produire.

### Registre émotionnel

S'agissant des poncifs et clichés que nous nous attardons à présenter ici, on s'aperçoit qu'on

demeure principalement dans les registres narratifs à forte dimension émotionnelle, soit pour susciter la compassion, soit pour justifier le rejet, les deux émotions ayant d'ailleurs souvent partie liée – à travers la peur.

On observe dans les représentations les plus courantes cette ambivalence dans la façon de mettre en scène les Rroms, faisant naître à la fois l'ouverture et la fermeture, à l'insu même de celles ou ceux qui ont produit les images considérées: une association va vouloir émouvoir en présentant les enfants hâves et décharnés, les mères entourées d'une ribambelle d'enfants – mais le public pourra en conclure qu'ils constituent en fait une menace. En effet, puisqu'ils «n'ont rien à perdre», pourquoi ne voudraient-ils pas «tout nous prendre»? A l'inverse, présenter des images où tout se passe bien, où la misère est «présentable», fait baisser le niveau de tension, et détourne l'attention. On voit bien qu'on a besoin, pour dépasser le cliché, d'un registre émotionnel qui permet de créer un rapport, une dynamique (pour ne pas dire une dialectique) avec l'image, ce qui suppose un haut niveau d'élaboration des messages. Certains y parviennent. Ainsi, la campagne de la Fondation Abbé Pierre sur le mal-logement des enfants est-elle de cet ordre: présentant un enfant dans un logement très dégradé, elle résume l'enjeu par un slogan: «Manon a gribouillé sur le mur. Pour le reste, c'est pas elle.»

### Registre factuel

Le registre factuel est relativement absent, y compris dans les médias d'information. C'est dans le domaine des valeurs sociales qu'il s'affirme: habitat, salubrité et hygiène, sédentarisation versus mobilité, accès au travail, éducation, planning familial et contraception. Il détermine l'ancrage ou non de la population en référence à la norme. L'absence de données chiffrées fiables et stables contribue à renforcer l'image d'un peuple «non contrôlable», voire d'origine incontrôlée. On peut imaginer qu'une communication différente devrait s'attacher à rassembler des données factuelles fiables sur ces populations – parce que les chiffres sont essentiels pour déjouer les pièges de l'émotionnel, et qu'ils pourraient servir à bâtir d'autres systèmes narratifs, y compris de façon provocatrice, en rapportant ces données chiffrées à des invariants humains connus. Par exemple: la grossesse chez une femme rrom dure neuf mois. L'espérance de vie d'une femme rrom est inférieure de treize ans au moins

(selon les sources) à celle d'une autre Européenne. Les différences, ainsi nommées, deviennent indiscutables, indéniables même, comme on peut l'observer quand, toutes statistiques confondues, on note une différence de revenus de 27 % au détriment des femmes en Europe. Un argument que personne n'ose mettre en cause, qui dit l'injustice sans autre commentaire. En revanche, il est inutile voire contre-productif de rappeler les chiffres sans les contextualiser.

#### Registre moral et religieux

On trouve occasionnellement un registre moral affirmé en positif, quant au goût de la liberté, du plaisir, de l'oisiveté, suscitant même une certaine fascination pour la capacité de résistance aux normes et plus largement qui force l'admiration des peuples eux-mêmes soumis à un joug, fût-il la tyrannie «douce» de la démocratie et de la société de consommation.

Mais, le plus souvent, cette moralité est mise à mal, avec des soupçons de malhonnêteté (des voleurs de poules aux mafieux, des diseuses de bonne aventure aux «faux» mendiants). Dans ce registre, on trouve beaucoup d'éléments narratifs relevant de la rumeur : on a lu, on nous a dit, on a entendu... On est dans le registre du fait divers, avec un effet de loupe sur un cas particulier devenu généralité, une grande méconnaissance des principes moraux des Roms, des usages, de ce qui est ou non sacré – susceptible de produire de grandes incompréhensions. Là aussi, c'est une situation partagée par beaucoup de migrants. A cette différence près que les Roms sont, selon la formule consacrée, des «étrangers de l'intérieur» (cf. Lamia Missaoui, «Etrangers de l'intérieur», *Revue des migrations internationales* et «Eternels étrangers de l'intérieur», de Christophe Robert, Editions Desclée de Brouwer, notamment).

Le rapport à la religion est aussi à prendre en compte dans des sociétés laïques qui ont perdu pour la plupart ce lien au sacré «visible», massif, tel qu'on peut l'observer chez les communautés tsiganes évangéliques. Le rapport à la chrétienté pourrait jouer en faveur des Roms, si la montée en puissance de la laïcité comme principe fondateur du contrat social ne venait ternir ce possible point de rencontre, dans un contexte de remise en cause de la religion musulmane, à laquelle on reproche précisément sa trop grande «visibilité». Ainsi, parmi les registres observés quant à la façon de représenter et de se représenter la société rom, la



Légende de sainte Sara. Sainte Sara, la Vierge noire des Saintes-Maries-de-la-Mer, est la patronne des Gitans. Elle a un lien avec la déesse indienne de la connaissance. Lors de sa fête, la statue est promenée dans la ville, puis immergée, comme sainte Sara, Marie-Salomé et Marie-Jacobé en Camargue. Sara pourrait aussi s'apparenter à Sara-e-Khali, Sara la Noire, dérivée de la princesse Kali qui incarne violence, création et destruction. Elle appartient à la catégorie des vierges noires présentes dans de nombreuses églises romanes, comme celle du Puy-en-Velay – elle sans rapport avec l'Inde.  
© Pierre Mazières

religion tient une place importante, car l'enracinement chrétien de l'Europe a façonné les esprits et les imaginaires populaires de façon encore puissante (par exemple avec le mythe de la Vierge noire).

**Ce que montre l'étude de ces différents registres, dans lesquels s'inscrivent et s'incrument les discriminations, c'est la nécessité pour un projet de communication « d'intérêt général » de souligner le lien, les ponts entre les différents traits culturels qui traversent les populations roms et non roms :**

- ⊙ **une communication qui met toujours en rapport la situation des Roms avec celle des non-Roms;**
- ⊙ **une communication qui rend visibles les liens entre les pratiques, coutumes, origines, histoires (de sainte Sara, par exemple);**
- ⊙ **une communication qui montre l'évolution d'une forme ou d'un objet considéré par le plus grand nombre comme intégré à la culture « mainstream », mais provenant en réalité d'un apport rom.**

## Les stéréotypes : femme, homme, caravane

**La rencontre de la bohémienne correspond à une plongée dans l'inconnu, en raison de l'attitude de Carmen, d'abord (tous ses actes sortent de l'ordinaire: elle chante, danse, lit les lignes de la main, sait guérir les blessures, se livre à la contrebande et au vol), et, plus profondément, en raison de l'incertitude de son origine qui fait d'elle, partout, une étrangère. (...) On peut voir en Carmen une figure de la transgression, non seulement parce que sa beauté échappe aux codes, mais parce que sa nature insituable et mêlée ébranle les frontières entre humanité et animalité et rend caduques les lois sociales.**

Mérimée, *Carmen*,  
dans *Théâtre de Clara Gazul*.  
*Romans et nouvelles*,  
éd. Jean Mallion et Pierre  
Salomon, Paris, Gallimard,  
«Bibliothèque de la Pléiade»,  
1978, p.950 et p.993.

### La femme: le mythe de la Bohémienne



Diseuse de bonne aventure, femme libre et séductrice, la Bohémienne est encore aujourd'hui un cliché de la femme rrom, hérité d'un ancrage mythologique très ancien, de Kali à Artémis ou Isis, voire Séléne, déesses féminines qui ont donné, dans la chrétienté, le mythe de la Vierge noire, à laquelle plusieurs communautés rroms sont particulièrement attachées. Cette vision mythique d'une femme sacrée, toute-puissante, insoumise, fatale se retrouve aujourd'hui encore dans la culture flamenco, fortement marquée par les Gitans, mais depuis longtemps aussi dans deux figures emblématiques de la Bohémienne dans la littérature française du XIX<sup>e</sup> siècle, Carmen et Esmeralda. L'une et l'autre allient l'attrait de l'exotisme, le pouvoir de la magicienne, la force de la séduction.

### L'homme rrom



Le chapeau ou le foulard, la moustache ou la barbe, la guitare, l'accordéon, la musique, la boucle d'oreille, la cigarette, le tatouage, le jeu de cartes, la chemise noire, le gilet cintré... L'homme rrom ou gitan répond aussi à des archétypes sexués, avec une forte dimension de séduction. Homme fort, vigoureux, joyeux et volontiers fêtard, il n'a pas donné lieu à des personnages de fiction aussi forts que Carmen et Esmeralda. C'est dans la tauromachie que ce stéréotype a perduré, et dans le flamenco. Mais aussi dans les arts du cirque et plus largement du spectacle: chevaux, acrobatie, domptage d'animaux sauvages, illusionnisme et magie. On retrouve un lien entre ces traits de culture et ceux des pirates.

### La caravane et la roulotte



La roulotte et la caravane sont constitutives de cette identité visuelle des Rroms, quand bien même ceux-ci ne seraient plus nomades au sens strict. A Montreuil, un jeune homme de culture tsigane a choisi d'installer une caravane dans son jardin pour y vivre et y dormir, à côté de la maison où il n'habite pas vraiment.

La nomadologie, selon le concept philosophique de Deleuze et Guattari à partir de l'étude des peuples nomades, se résume ainsi: «Elle est une tendance à se penser toujours en mouvement, en devenir, dans un espace mental et physique que le sujet produit constamment, par dé-territorialisation et re-territorialisation

successives et infinies. (...) Les Rroms ne sont pas des nomades au sens anthropologique du terme mais bel et bien dans le sens philosophique du terme, avec la particularité de ne pas être attachés au territoire qu'ils créent. (...) tout nomade possède d'abord son territoire sur lui, dans son imagination, dans son mental. Ainsi, les Rroms, actuellement sédentaires à plus de 95% en Europe, de par les politiques de sédentarisation étatiques, conservent-ils encore un mode de pensée nomade (...).

Ainsi, la roulotte est l'élément du «design d'espace», et aussi de la façon dont les Rroms entendent «communiquer avec l'espace». Selon Claire Auzias, historienne et auteure de nombreux ouvrages sur les Rroms, «le territoire du Rrom, c'est sa caravane, sa famille, sa civilisation rromani, sa langue. C'est aussi le territoire où il y a du travail à échanger avec le Gadjo. C'est un espace vécu. On est en plein dans la notion de territoire existentiel.»

Il existe un «design» caractéristique de la roulotte classique, comme celle conservée au Tarnow Regional Museum ou photographiée sur le site gypsyvans.com. La forme du toit, arrondie, le tuyau de cheminée, les frises qui ornent l'extérieur comme l'intérieur de l'habitable montrent une importante référence figurative du sexe féminin, que la roulotte incarne à l'instar d'une matrice toujours en mouvement, avec une prédominance de la couleur rouge, et des tissus qui évoquent ce que l'on appelle aussi «la dentelle utérine». Sur la frise on reconnaît une référence au trident de Shiva, dont l'autre emblème est le lingam (le sexe masculin), des motifs de fleurs, issus de la tradition et de la mythologie indiennes animistes. La présence de la nature y est forte, comme en témoignent ces images tirées de ce site de passionnés des roulettes: fleurs, grappes de raisins, animaux (y compris mythologiques), feuillages. Les caravanes actuelles, ou les campements provisoires, tentent toujours de reproduire, à l'intérieur, cet habitat nomade «originel» – c'était le cas à Montreuil par exemple de box de parking aménagés de façon très accueillante, à défaut d'accès à l'eau et à l'électricité. Bien que remplacée par des véhicules moins décorés, parfois dégradés, sans cheval et sans «poésie», la roulotte reste un symbole de la culture et de l'identité rroms. Elle donne naissance aussi à des œuvres d'art, comme ici cette illustration où la roulotte est soulevée dans les airs pour s'envoler.



Gypsys Bazaar - Ebay  
Illustration de style Art nouveau utilisée pour illustrer une page consacrée à la vente d'objets venant principalement d'Orient. Pose suggestive, bras relevés, foulard et chevilles visibles. Le slogan «Magic happens!» donne l'idée d'un possible surnaturel, promesse de miracles fascinants.



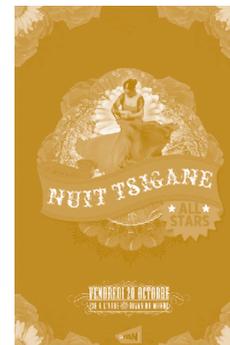
Le Bossu de Notre-Dame, Walt Disney - 1996.  
Walt Disney a aussi popularisé cette imagerie «pacotille» où se déclinent les clichés de la Gitane séductrice.



Gitane du Rajasthan -  
Les tissus, les jupes longues et les bijoux en or, les Tsiganes portent sur eux leur argent, sont hérités de la culture indienne, tout comme l'astrologie et la chiromancie. Les lèvres, dans toutes les photos, sont surlignées.



La Diseuse de bonne aventure  
Huile sur toile, 1830, Claude Bonnefond, dépôt au Musée national du château de Compiègne © RMN



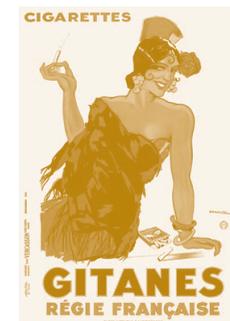
Une affiche du designer graphique Pablo Pasadas pour une Nuit tsigane au divan du monde, qui reprend les codes visuels habituels: le rouge, les frises, la caravane, l'alcool, l'excès...



Voyance sur Internet  
Ces images, tirées du site de consultation aléatoire en ligne magie-voyance.com, reprennent les codes vestimentaires de la culture tsigane: foulard, boucles d'oreille, châle, couleurs chatoyantes.



Gypsy woman  
©2010-2012  
-chloe101102  
deviantart.com



La cigarette brune Gitanes a décliné les formes caractéristiques de la culture rrom pour son image de marque.



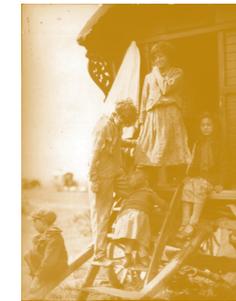
—

Pirate des Caraïbes,  
 musicien, patriarche,  
 les codes visuels  
 liés à l'homme  
 rrom montrent une  
 prépondérance de la  
 moustache  
 («usine à frissons»,  
 disait l'adage), de  
 cheveux souvent longs,  
 d'une posture fière,  
 d'un côté «viveur»,  
 «joyeux», «fêtard»,  
 «joueur»  
 - répondant masculin  
 au mythe de la femme  
 «rrom» tentatrice  
 sexuelle.



—

Coucou Doerr,  
*Les Circassiens*  
 (50 x 50 cm, huile  
 sur canevas), date  
 inconnue, publié  
 dans *Où vas-tu,*  
*Manouche?*,  
 Editions Wallâda  
 (www.wallada.fr),  
 1982, réimprimé  
 en 2008.



# Culture contemporaine



**Sans une augmentation dans notre effort commun à l'inclusion des Roms, et à notre combat contre la violation des droits humains, et sans une recherche intensive pour développer de nouveaux instruments pour favoriser cette inclusion, le risque est que le problème ne parvienne encore à des niveaux plus élevés. Nous devons mettre un terme immédiat à la stigmatisation rhétorique, renforcer et rendre plus efficace la coopération entre les pays européens dans le but d'améliorer la situation des Roms en Europe.**

Déclaration du comité  
de la Roma Decade, à l'issue  
du meeting de Prague / Sept.-oct. 2010

[http://www.romadecade.org/isc\\_meeting\\_situation\\_of\\_roma\\_deteriorating\\_cooperation\\_urgently\\_needed](http://www.romadecade.org/isc_meeting_situation_of_roma_deteriorating_cooperation_urgently_needed)

## La Roma Decade



Affiches  
du festival  
international  
d'art tzigane

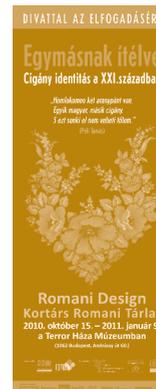
A côté ou au-delà des clichés, on note aussi des tentatives de produire d'autres images, reflets et réflexions : par les Roms eux-mêmes, par des penseurs/seuses ou créateurs/trices qui tentent de proposer un autre regard.

La Roma Decade a ainsi pour objectif de valoriser la ou les cultures Roms par les Roms eux-mêmes, et s'est donné dix ans (2005-2015) pour y parvenir, avec le soutien politique de l'Union européenne. Dans le cadre de la Roma Decade est organisé un festival international d'art tzigane (voir affiches), un salon de design et de mode design, un concours photo intracommunautaire.

On peut observer les références à la culture rom : le chapeau dans le logo du festival, la roue dans une affiche, les termes comme «Michto» ou «Choukar», entrés dans le langage courant.

Les créations de la large communauté artistique montrent de quelle façon les clichés ou «briques» de leur culture servent à réinventer des formes vivantes, qui parlent à toutes et à tous, et sont souvent le fait de collaborations entre Roms et Gadjés, très loin des enfermements communautaires supposés. De cette façon, la culture rom se régénère et construit des ponts entre les cultures européennes : en partageant, en fabriquant, en explorant, en expérimentant ensemble, à partir de leur réalité d'aujourd'hui, les Roms renversent les clichés, et créent aussi un engouement réel, très vaste pour leur peuple et leur culture, comme en témoignent par exemple le succès du groupe de Goran Bregovic, les films et la musique d'Emir Kusturica, de Tony Gatlif, qui prouvent ainsi par leurs œuvres que la culture européenne est imprégnée de culture tzigane.

Ce travail sert à la fois de révélateur et de médium, de base de départ possible. Observer le potentiel de ces créations, les valoriser, permet de sortir de la posture uniquement compassionnelle ou victimaire, et d'opérer un changement de focale sur une base éventuellement partageable, car on se penche sur le potentiel, la richesse, l'apport d'une communauté, et non sur ses manques, sa pauvreté, ses difficultés.



## Bandes dessinées et animations

La bande dessinée est un mode de narration répandu qui tranche avec la vision caricaturée, misérabiliste, prisée par les médias. La façon dont les codes visuels et culturels y sont réinterprétés montre que la vivacité de ces formes est souvent sous-estimée.

### Les Bijoux de la Castafiore



Hergé – *Les Bijoux de la Castafiore*, 1963.

Dans cet opus, les Romanichels tiennent un rôle de premier plan. Ils font même figures de coupables idéaux dans le vol des bijoux de la cantatrice. C'est ce bon vieux Haddock qui en est le premier victime, en passant à côté d'une décharge où se sont installés les Roms: «Il y a des gens qui semblent attirés par cette puanteur, c'est incroyable! Aucun sens de l'hygiène ces zouaves-là!» Le capitaine se fait très vite rembarquer par les Tsiganes qui lui expliquent qu'ils n'ont pas choisi de vivre là. Haddock, au grand cœur légendaire, leur propose alors de s'installer dans le parc de son château de Moulinsart. Puis c'est Nestor qui hallucine en voyant arriver les caravanes aux portes du château. «Mais, monsieur, que Monsieur me pardonne! ces Bohémiens, c'est tout vauriens, chapardeurs et compagnie!... Ces gens-là vont vous causer des tas d'ennuis...», lance le domestique au capitaine Haddock, puis en aparté: «Inviter des Romanichels chez soi!! C'est de la folie!... Je dis que c'est de la folie!!» Puis c'est le commandant de la gendarmerie qui appelle le capitaine pour le mettre en garde. «Il ne faudra vous en prendre qu'à vous-même s'ils amènent des ennuis.»

Les Dupondt mènent l'enquête maladroitement: «Les voilà, les coupables! Ça ne fait pas l'oncle (*sic*) d'un doute!» Quand ce libertaire de Tintin ose soulever l'absence de preuves, on lui répond: «Des preuves?... Nous les trouverons! Ces gens sont tous des voleurs!» Quand les agents vont pour les trouver, le camp a disparu, les nomades sont partis. Pourtant, on découvrira à la fin de l'épisode qu'ils n'y sont pour rien et que toute l'affaire a été causée par une pie voleuse.

### Klezmer

Dans la série Klezmer, Joann Sfar met en scène des musiciens slaves. Dans cet hommage coloré et fantastique

extrait de l'article de Laureline Karaboudjan, sur <http://blog.slate.fr/des-bulles-carrees/2010/08/09/sarkozy-devrait-relire-les-bijoux-de-la-castafiore>.



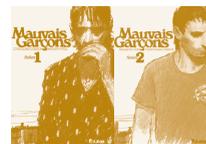
Joan Sfar – *Klezmer* (Editions Gallimard, Collection Bayou)



Guy Jimenez – *J'ai vu pleurer un vieux Tsigane* (Editions Ricochet, Collection Histoire & Société)



Follet & Delporte – *Zingari* (Editions du Hibou)



Benjamin Flao & Christophe Dabitch – *Mauvais Garçons*

à la musique klezmer, nourrie de diverses influences, Sfar use donc du cliché musical. Pour autant, il ne fait pas d'angélisme, puisque les Roms sont aussi coquins que les autres personnages de la trilogie, aux identités diverses (juifs, orthodoxes, etc.).

### J'ai vu pleurer un vieux Tsigane

En 40 pages, Guy Jimenez n'explique pas forcément tout – il renvoie son lecteur à un livre de Jan Yoors, Tsiganes, chez Phébus – et exhume des réalités enfouies. Il interpelle le jeune lecteur quant aux lâchetés morales des adultes. Le texte possède un aspect documentaire, pédagogique. Mais la façon astucieuse dont il est mis en scène, limpide et captivante, le ramène dans le champ d'une fiction de belle facture. Un petit dossier final complet montre l'opposition de la richesse d'un peuple mouvant aux peurs étriquées des sédentaires.

### Zingari

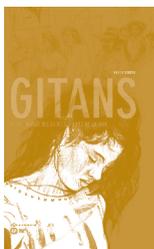
Dans *Les Zingari*, on retrouve encore des Tsiganes artistes, mais cette fois-ci dans un cirque. Dans cette série, parue initialement dans le Journal de Mickey au début des années 1970, les Manouches sillonnent des villages où ils se trouvent confrontés à chaque fois à une nouvelle affaire à résoudre. Et même si on les accuse (à tort) de divers larcins, ils sont toujours prêts à rendre service.

### Mauvais Garçons

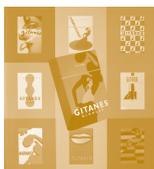
Dans un autre registre, *Mauvais Garçons*, éditée chez Futuropolis, met en scène des Gitans en Espagne qui rêvent de vivre du flamenco, leur passion. Mais, dans une espèce de purisme amer, ils refusent toutes les opportunités qui se présentent à eux car elles reviendraient, d'une façon ou d'une autre, à trahir leur clan.

### Gitans

Les auteurs de bande dessinée s'intéressent aussi à l'aspect communautaire des Gitans, aux codes qui régissent leurs sociétés, au voyage en groupe, etc. Dans une veine réaliste, voire ethnologique, le dessinateur Kkrist Mirror a consacré tout un album, sobrement intitulé *Gitans*, au pèlerinage des Saintes-Maries-de-la-Mer. L'événement religieux rassemble tous les ans des Roms venus des quatre coins de l'Europe, l'occasion de découvrir la richesse culturelle des



Kkrist Mirror –  
Gitans,  
La communauté  
du voyage



Variations Gitanes  
www.archivespratt.net



GIF animé



«Histoires de Vampires»  
(Autumn Moon  
Entertainment)

nomades. L'auteur en tire un ouvrage proche du carnet de dessins, au style très décousu mais graphiquement réussi.

A noter que dans un registre moins joyeux, Kkrist Mirror a écrit une autre bande dessinée sur les Roms, Tsiganes. Il y est question du sort réservé aux gens du voyage en France pendant l'Occupation.

### Variations Gitanes

Travail d'Hugo Pratt sur le paquet au centre de l'image et d'autres artistes en collectif. Cette réinterprétation de la figure du paquet de Gitanes est aussi une façon de faire évoluer les codes visuels liés aux Tsiganes.

### Images Internet

Après recherche des mots clés («Gypsies» et «roulotte»), des images curieusement similaires mettent en scène des roulettes. Dans le premier cas, il s'agit en fait d'un Gif animé, dans l'autre, d'une illustration développée dans le cadre d'un jeu virtuel, section «Histoires de Vampires». Il est intéressant de noter l'élément du feu, toujours à proximité de la femme gitane, ou encore le décor. Par deux fois ici, on est au cœur de la forêt et avec une lumière allumée (à l'intérieur de la roulotte ou sur le haut de celle-ci).

## Photographie documentaire



Yves Leresche,  
Roma Realities  
Decade 2005-2015,  
Edition Thomas  
Jenatsch of the  
Swiss Agency  
for Development and  
Cooperation.

Dans le cadre de cette recherche, nous nous sommes attachés à observer les registres principaux dans lesquels s'inscrivaient les photographes documentaires, qu'ils soient Roms ou non. Nous avons retenu ici les travaux qui semblaient procéder d'une approche inhabituelle, décalée dans la forme ou dans le fond.

### Yves Leresche

Certains de ses travaux (les plus anciens, soit en 1997-1998) débutent dans un style très «ethnologique», avec de nombreux clichés noir et blanc. Ancrées dans le passé, picturales, ces photographies sont certes très belles, mais laissent peu de place à l'imagination en ceci qu'elles nous livrent un regard plus occupé par un souci de documentation, de fixer une histoire en train de disparaître.

### Eric Roset

Eric Roset est un photographe suisse, qui s'est engagé dans la documentation de la vie des Roms avec cette particularité: sortant du noir et blanc souvent prisé dans les photographies des populations tziganes, manouches, etc, il donne à voir, en couleurs, une image moins connue et plutôt surprenante.



Photographie  
© Eric Roset

Se gardant d'une esthétisation «gratuite» qui se contenterait de photographier de beaux visages, il propose une image plus moderne, plus fraîche et même assez décalée. Ici, les caravanes sont en bon état, les paysages ne sont pas boueux.

### Roma Decade en photos

L'association Roma Decade a lancé un concours photos, dont on retrouve ici quelques clichés. On peut faire, à partir des différentes productions photographiques vues, quelques constats. Dans un premier temps, il y a la photographie produite sur les Roms par les Gadjés et la photographie produite sur les Roms par les Roms. Or en effet, comme nous en avons soulevé l'hypothèse, alors qu'on aurait pu s'attendre à un traitement assez différent de leur part, on s'aperçoit assez rapidement que la façon dont les Roms se représentent eux-mêmes (en dehors de quelques projets initiés par la Roma Decade) rejoint souvent une esthétisation similaire à celle des Gadjés. Ainsi, le noir et blanc est souvent choisi ou préféré à la couleur pour



Quelques-uns des résultats du concours photos Roma Decade.

magnifier les sujets. Tout comme le mode du «Portrait» qui reste un des styles favoris.

D'autre part, il y a les différents répertoires à travers lesquels ils sont utilisés. Nous avons vu par exemple la même photo simultanément présentée en noir et blanc dans le cadre d'un ouvrage de sciences sociales spécialisé en ethnologie («Interdisciplinary approaches to the representation of Roma») et en couleur sur le portail Internet de la Roma Decade. En dehors de cette préférence des ouvrages de type scientifique pour l'utilisation du noir et blanc, ce genre est aussi largement préféré dans les ouvrages historiques, parfois pour des raisons purement pratiques (date et disponibilité des clichés), mais également par choix ou par habitude.

S'il ne faut pas lui nier une certaine efficacité, notamment dans des cadres bien déterminés (expositions «à thème» rrom, spécifiques), on peut se demander si la photographie, pour parler de la problématique rrom, n'est pas aujourd'hui devenue banale. D'où un impact amoindri. La recherche et ces confrontations nous conduisent à penser qu'il manque encore aux photographes rroms de se pencher sur les Gadjés, leurs étranges coutumes sédentaires, leur sens de la famille très vague, leurs coutumes et tenues vestimentaires un peu tristes... Le projet *Global Warning: Rroms* pourrait lancer sur son site un appel dans ce sens.

## Cinéma

Le cinéma est un médium de masse qui a permis de faire connaître l'univers des Rroms, notamment à travers Emir Kusturica et Tony Gatlif. Le cinéma puise abondamment dans la culture tsigane. Les malheurs, les dimensions dramatiques, romantiques, passionnelles et les thèmes tsi-ganes se prêtent bien à un traitement visuel. Musique, érotisme, liberté, survie et pauvreté, errance et fatalisme sont parmi les thèmes privilégiés. Avec, en filigrane, y compris dans une série TV comme *The Riches*, la mise en récit et en images des valeurs de cette culture, de ces traditions qui, très loin d'être le résultat d'une «acculturation» ou d'une inadaptabilité sociale, apparaissent comme ancrées dans le réel, une symbolique souvent noble que d'autres sociétés ont aujourd'hui oubliée ou négligée.

### Emir Kusturica – Le Temps des Gitans

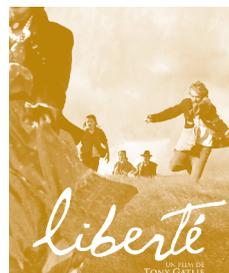


Après avoir hésité entre le documentaire et la fiction, Kusturica choisit de tourner un film dans le décor de toutes les républiques de Yougoslavie. Le Temps des Gitans reste à ce jour l'un des seuls films presque entièrement tournés en rromani, la langue tsigane. La multiplication des pays du décor (la Macédoine, la Serbie, l'Italie...) est une des premières étapes du déracinement.

Le cinéaste se plaît à mettre en parallèle la confusion des hommes avec celle de la nature: c'est ainsi qu'une poule apparaît dans le champ aux moments de discussions les plus sérieuses, qu'une tempête peut balayer la maison que la famille de Perhan a gardée avec courage.

C'est sans doute la plus belle scène du film: alors que l'oncle demande encore de l'argent, il menace de tirer par un câble la maison et de la détruire s'il ne parvient pas à soutirer à sa mère quelques espèces. Celle-ci refusant de céder au chantage, il emporte le câble en démarrant la voiture et dénude la maison, dont le toit reste suspendu. La caméra de Kusturica reste fixée sur la maison sans toit, et sur la famille, qui ne crie pas, qui ne réagit que discrètement, condamnée à vivre à l'air libre, ou plutôt à vivre enfermée à l'extérieur.

### Tony Gatlif – Latcho Drom / Gadjo Dilo / Liberté



Quasiment tous les films de Tony Gatlif explorent l'univers des Rroms ou des Gitans. Dans *Liberté*, il dévoile un aspect méconnu de l'histoire de ce peuple: leur enfermement et leur déportation. Le film fait apparaître la puissance du lien entre les Tsi-ganes et la nature, avec la liberté, le sacré, et la profonde humanité d'un peuple insoumis, mais profondément respectueux de ce qui fait l'essence de la vie: le lien, le fait d'être ensemble, l'honneur, le plaisir, le partage, le courage. L'affiche de Gadjo Dilo présente une similitude avec l'affiche de la série TV américaine *The Riches*, avec cette frise de fleurs très comparable à celle que l'on trouve comme décor des roulottes.

### The Riches: une série TV

Une série américaine, *The Riches* de Dmitry Lipkin (2007), raconte aussi l'épopée d'une famille de Travellers qui usurpe l'identité d'une famille bourgeoise américaine, et se sent perdue sans les règles



du clan. Faisant souvent référence à des traditions, à une culture qui leur manque, ils contribuent à donner, paradoxalement, et alors qu'ils sont des escrocs, une image des Tsiganes comme des personnes imprégnées de valeurs et de principes beaucoup plus solides et humainement défendables que les bourgeois qui les entourent.

L'affiche reprend tous les codes visuels des Travellers – la belle femme en décolleté, les cheveux tirés en arrière, avec une résille et des brillants, dans un environnement naturel avec une bordure d'arabesque – inspirés de la culture rrom.

## Jeux

L'univers du jeu est un moyen de partager, de socialiser, d'apprendre des autres et de soi-même.

### Jeux traditionnels et de divination



Tarot dessiné par  
Walter Wegmüller,  
10,5 x 15 cm.

Les jeux de cartes et bien sûr le tarot et certains jeux de divination typiquement tsiganes possèdent des codes bien identifiés (sainte Sara, la roue de la fortune, l'étoile...), ou des codes en lien avec la nature.

### Les Sim's

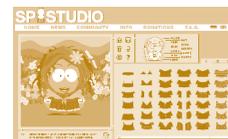
Sherahbim, une utilisatrice du jeu Sim's Life, a mis à disposition des autres joueurs ses « créations graphiques » afin que chaque utilisateur du jeu puisse décorer son « Gypsy Wagon » à son goût. Or on constate que l'on retrouve encore une fois les mêmes couleurs que celles utilisées par les « variations gitanes ». ou dans la « restauration » des Gypsy Wagons cités plus haut. Une partie de ces couleurs sont directement inspirées par celles du drapeau rrom.



Textures pour le jeu  
Les Sim's réalisées  
par Sherahbim,  
utilisatrice du jeu.

### South Park

La même chose peut être réalisée avec les personnages de South Park (sur la base du dessin animé South Park). Initialement créé pour les aficionados de South Park (afin que chacun puisse se projeter en tant que personnage du fameux dessin animé du même nom), nous nous sommes amusés, à partir des possibilités proposées par ce « jeu » en ligne, à recréer une femme et un homme rroms, tels que nous les percevons selon certains des symboles vestimentaires et accessoires connus et évoqués



Site internet  
permettant de créer  
des personnages  
sur la base  
des personnages  
de la série animée  
South Park.  
[www.sp-studio.de](http://www.sp-studio.de)

jusqu'ici. Ce jeu va assez loin, puisqu'il ne s'arrête pas seulement aux personnages mêmes, mais propose une multitude d'arrière-plans possibles (dans quel cadre insère-t-on notre personnage?), de vêtements (blouse, châle, jupe, etc.) ainsi que d'accessoires (guitare, bouquet de fleur et même des animaux, comme le cheval que nous avons ajouté).

Il existe les mêmes variétés de choix pour les barbe(s)/moustache(s), coupe(s) de cheveux, couleur(s) de peau, etc. On constate que, en reprenant des codes couleurs de manière globale et quelques détails (les boucles d'oreille en or, le jeu de cartes par exemple), le résultat est assez rapidement concluant.

### Jeu de société Latcho drom, de la roulotte à la roulette

Le jeu reprend le symbole de la roue, qui constitue une figure courante des jeux de société, souvent circulaires (jeu de l'oie), sans oublier la roue de la fortune géante de la télévision. Le lien entre la roue et la roulotte et celle de la fortune est évident. De même que la roulette du casino, qui souligne l'importance de la chance ou du hasard dans la culture rrom.



Une partie de jeu  
Latcho drom.

## Quelques personnalités rroms

On peut difficilement parler du «potentiel d'image» des Rroms sans s'arrêter sur les personnalités connues, qui ont été ou sont encore des ambassadeurs de la culture rrom, mais aussi tout simplement des personnalités qui ont contribué à la culture commune de l'humanité. Au-delà des artistes de cirque (Romanès en est un exemple actuel), on note la présence de nombreuses femmes, notamment écrivaines et poétesses, des peintres, et bien entendu de nombreux musiciens, surtout virtuoses du violon. Parmi ces personnalités, dont on devrait rappeler l'existence ou la mémoire :

Janos Bihari  
Violoniste (1764-1827)

Janos Balazs  
Peintre naïf (1905-1977)

Franz Liszt  
Né en Hongrie, pianiste et compositeur (1811-1886)

Josef Koudelka,  
photographe d'origine tchèque, né en 1938

Philomena Franz  
née en 1922, écrivaine déportée à Auschwitz en 1943, rescapée, vit toujours en Allemagne près de Cologne. Auteure de nombreux contes de fées qui contribuent à diffuser la culture rrom

Bronislava Wajs  
dite «Papusza» («Poupée»), poétesse, 1908-1987, morte dans la misère

Katarina et Rosa Taikon  
La première, écrivaine, est l'auteure de plusieurs livres pour enfants. La seconde est actrice, mais aussi créatrice de bijoux

Django Reinhardt  
guitariste (1910-1953)

Cinka Panna  
virtuose du violon (1711-1772): un portrait la montre fumant la pipe...

Julienne (Mona) Metbach  
née dans les années 1950, peintre

Tania Magy  
plasticienne, née en 1960, qui a réalisé une «caravane musée» présentant la culture rrom de ville en village

Matéo Maximoff  
Ecrivain, (1917-1999)

Charlie Chaplin

Alexandre Romanès

Tony Gatlif



Katarina Taikon



Josef Koudelka



Django Reinhardt,



Julienne (Mona) Metbach



Philomena Franz



Tania Magy



Janos Bihari



Rosa Taikon



Cinka Panna



Bronislava Wajs



Franz Liszt



Matéo Maximoff

# L'espace public et politique



**Tuer le nomade,  
c'est tuer la part de rêve  
où toute la société va puiser  
son besoin de renouveau.**

Proverbe (prétendument)  
tsigane trouvé sur le site  
[www.evene.fr](http://www.evene.fr)

Les représentations des Roms se déclinent aussi dans le champ de l'expression médiatique ou politique. Si le champ médiatique ne fait pas partie du cadre de cette étude en design, ou seulement de façon indirecte, à travers notamment les dessins de presse, nous avons tenté de déterminer les logiques discursives et symboliques dans lesquelles on parlait des Roms dans la sphère publique aujourd'hui.

Comme les esclaves, les peuples colonisés ou les minorités, les Roms sont traités en citoyens de deuxième catégorie, et ne bénéficient pas des mêmes droits que les autres. C'est le résultat d'une propagande explicite ou implicite visant à la fois à justifier cette politique et cette diminution des droits. Ainsi les pouvoirs publics, les politiques, voire les humanitaires, véhiculent-ils un discours qui rend étrangement possible, dans des Etats de droit, au cœur même de l'Union européenne, le fait que des individus ne puissent voter qu'à certaines

conditions de «rattachement», y compris quand ils possèdent la nationalité française, qu'ils n'aient pas le droit de travailler, ni de résider sur des aires prévues pour les gens du voyage – qui en dépit de la loi sont et restent notoirement insuffisantes partout en Europe. On se trouve alors face à une politique sécuritaire, qui fonctionne de façon constante sur la peur de l'autre, et qui a besoin de cette peur pour asseoir sa propre domination.

Des contre-discours se déploient cependant aussi, dont nous donnons ci-après quelques exemples, dans le domaine humanitaire, dans le domaine revendicatif, institutionnel ou citoyen, voire associatif.



Le régime  
de la terreur,  
Auschwitz 1944.



Expulsion d'un  
campement rrom  
à la Porte  
de Valenciennes,  
Lyon, France, 2007.



Panneaux signalant  
la présence de Roms  
à Hodonin et Lety,  
2003.

## Le design de la peur



Dessin de presse  
paru dans *Courrier  
international*  
n°#1038, sept 2010,  
«Roms : géopolitique  
d'un peuple.»



Selon l'ethnologue Martin Olivera, l'esclavage, le génocide et les régimes communistes sont les trois axes qu'on rappelle souvent pour décrire les «longs malheurs successifs» vécus par les Roms. Une réalité rappelée aussi bien par les défenseurs de la cause rom que par leurs détracteurs, qui contribue à forger une image d'un peuple perpétuellement victime, jamais acteur et encore moins vainqueur dans le cours de l'histoire : pas de mythologie de la libération, comme pour les Noirs américains, pas de création d'un Etat, comme pour les juifs, pas de rôle politique connu ou valorisé dans l'histoire des oppressions ou résistances coloniales, des combats collectifs ou des guerres – auxquelles ils ont pourtant beaucoup participé, notamment au XVII<sup>e</sup> siècle.

L'angle du malheur nourrit le discours de la peur et, au-delà, de la légitimité à occuper un territoire. Ce discours de la peur revient toujours sur les mêmes arguments, suggérés visuellement, par des amalgames parfois douteux :

peur que les Roms soient incapables de s'intégrer à un tissu social quel qu'il soit, et cela bien que des millions d'entre eux, au fil des siècles, aient réussi socialement, se soient éventuellement sédentarisés, se soient aussi «fondus» dans la société qui les accueillait, au point de ne pouvoir en rien s'en distinguer ;

peur que les Roms, usant de leurs «réseaux», créent un appel d'air si on leur offrait des conditions de vie meilleures, avec une crainte irrationnelle de l'envahissement. Or, depuis 2004, les chiffres sont stables : ce sont les «mêmes groupes» qui se déplacent, soit 15 mille personnes, dont environ 3 mille en Seine-Saint-Denis. Par ailleurs, le réseau de migration est le réseau local, via principalement le cercle familial. On est donc très loin d'un appel d'air «massif» qui pourrait faire arriver des milliers de personnes d'un seul coup ;

peur que les Roms «profitent» du système (éducatif, de santé, de prestations sociales), mettant ainsi en danger un système de répartition jugé lui aussi fragile en raison de la mondialisation ;

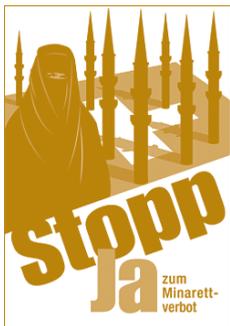
peur que les Roms portent atteinte à la sécurité des biens, des lieux, des personnes par leur mode de vie précaire, produisant des nuisances (déchets, maladies, dégradations) – comme si ce mode de vie n'était pas le résultat des conditions qui leur sont imposées, mais d'un choix délibéré lié à leur «mode de vie».

Encore une fois, il ne s'agit pas ici de justifier ces peurs ou de leur reconnaître un fondement, mais bien d'en déterminer les constantes, afin de voir de quelle façon il serait éventuellement possible de les désamorcer par des modes de communication adaptés.

## Design d'exclusion, campagnes UDC



L'iconographie des discours politiques ou de propagande est vaste. Dans un contexte général de montée des populismes d'extrême-droite, et de leur approche de plus en plus «décomplexée», jouant des peurs, les campagnes et contre-campagnes suscitées par l'UDC sont un cas d'école qui montre bien la façon dont le design sait faire preuve d'efficacité au service de l'exclusion.



Campagne de communication de l'UDC. Les affiches de l'UDC ont vu se multiplier leurs plagiat et/ou déclinaisons, mais aussi les parodies.

Alors que, depuis les années 70, l'affiche politique tend à ressembler de plus en plus à une affiche publicitaire, consensuelle ou complaisante, l'UDC opère une rupture en renouant avec la tradition de l'affiche de propagande qui provoque et stigmatise: les moutons noirs, les corbeaux qui s'en prennent au drapeau suisse, les mains qui se servent du passeport à croix blanche... Ce design s'inspire de l'iconographie et du bestiaire des années 30 (rats, corbeaux, etc.), et va jusqu'à transformer certaines figures en véritables emblèmes – les moutons noirs par exemple dans le cadre des campagnes de votations.

Cette stratégie a fait son apparition en 1994, lors de la votation sur la participation de la Suisse aux Casques bleus, la force de maintien de la paix de l'ONU. Devant le succès de ses affiches créées par l'agence publicitaire Goal à Dübendorf (canton de Zurich), le parti s'est fait depuis le champion des messages provocateurs. Avant même qu'elle soit placardée sur les murs de Suisse, son affiche sur l'interdiction des minarets lui permet d'occuper le terrain médiatique... Remarquées et même plagiées à de nombreuses reprises (notamment par le Front national en France), les affiches reposent sur des principes dont l'efficacité est connue: une grande lisibilité, une grande simplicité et une grande visibilité.

Le rouge et le blanc sont abondamment employés pour le rappel de l'identité nationale. Le noir représente la menace (minarets, mouton, ou encore dans la



Affiche UDC «mouton noir» et la réponse de l'illustratrice genevoise Albertine. A noter sur cette affiche sécuritaire, le slogan: «Ma maison, notre Suisse».

partie ombrée supérieure dans l'affiche contre les naturalisations en masse, avec le «Oui» dans la partie blanche), le noir et le rouge pour les «messages principaux» (mots «Stop», «Oui» / ou en arrière-plan pour «Stop aux abus» / «Pour plus de sécurité»). Il est à noter que cette sémantique est aussi présente sur les documents à vocation humanitaire produisant un effet malencontreux. Ainsi, même des designers ont joué sur l'idée de la tolérance (moutonsdegarde.ch / Albertine). Le design de Goal au service de l'UDC avait pour ainsi dire pris la main, obligeant ses rivaux politiques à se déterminer en fonction de cette représentation, sans déjouer les peurs sur lesquelles elle reposait. Il est intéressant de noter que très peu d'affiches ont été créées pour renverser la proposition, en mettant en scène les abus dont sont victimes les moutons noirs – dénués de droits, victimes de persécutions, enfermés, empêchés de travailler, de vivre dignement, voire de vivre tout court.

Même si ces campagnes ne visent pas spécifiquement les Roms, elles reposent sur des mécanismes qui s'appliquent aussi à leur situation – ici assimilée à celle des étrangers en général, qu'ils soient réfugiés ou immigrés.

## Signalétique



La signalétique est un outil de délimitation du territoire, qui en fixe les usages et le partage. La question de la signalétique se pose notamment pour les aires dédiées aux gens du voyage en France, mais elle n'a pas donné lieu à des créations originales, à l'exception de quelques panneaux de signalisation destinés spécifiquement aux caravanes.

La création de villages d'insertion, soit précaires pour l'emplacement de caravanes fournies par les collectivités, soit semi-précaires avec des habitats modulaires, pourrait donner lieu à des dispositifs signalétiques partagés, coélaborés avec les Roms, et l'un des volets de *Global Warning* pourrait s'attacher à proposer des guidelines à cet effet, mais pour l'instant aucun n'a été conçu ou trouvé dans le cadre de cette recherche documentaire.

## Design humanitaire

### Campagne Amnesty



Campagne Amnesty International dénonçant «la chasse aux Roms».

Amnesty International a conçu une campagne dénonçant «la chasse aux Roms», sur un registre documentaire destiné à révéler l'injustice de leur situation. On y voit des enfants «laissés à eux-mêmes» (ou qui semblent comme tels) qui jouent. Il y a la boue, le froid, des maisons délabrées, des débris en arrière-plan (amas de tissus entrelacés avec de vieux objets)... La cible semble mal définie: s'agit-il d'un document d'information adressé aux Roms eux-mêmes? d'une campagne destinée à «réveiller les consciences» des militants éventuels?

Le jaune utilisé là semble évoquer le danger (c'est la couleur du danger en signalétique, le bleu étant celle de l'obligation, le rouge celle de l'interdiction). La façon dont les Roms sont représentés sur les trois photos mérite qu'on s'y attarde. Les fillettes présentant leurs dessins sont joyeuses, elles sont sages, tandis que les garçons semblent vouloir passer au-delà d'une barrière (barbelés?). On peine à saisir le sens de ces mises en pages/scène qui représentent les Roms comme des personnes à la fois enfermées, aspirant à la liberté, et joyeuses, tandis que le regard traqué de l'homme, sur la page suivante, légèrement flou, moustachu, a quelque chose d'inquiétant. L'autre homme, torse nu devant une tente où sont entassés une femme et des bébés, produit également un malaise: qui est cet homme qui semble libre, face à une famille comme cachée?

L'intitulé de la brochure produit également de la confusion: «HALTE», clame le titre. Le choix de ce mot est contradictoire avec l'intention affichée de dénoncer la discrimination. Cela pourrait aussi bien être compris comme «Halte aux Roms». Et l'interpellation «Connaissez vos droits!» comme un ordre adressé à des personnes qui, de fait, sont privées de droits, ou en situation de «sous-droits», a quelque chose de maladroit. On est là typiquement dans le non-sens de la communication humanitaire, qui veut «donner une image positive», tout en dénonçant, et qui finit par produire des injonctions paradoxales.

### Campagne Amnesty «Portes ouvertes sur l'avenir»



Campagne Amnesty International «Portes ouvertes sur l'avenir».

La campagne de sensibilisation sur l'avenir des enfants roms «Portes ouvertes sur l'avenir» (image reprise d'Internet) qui en est le pendant prend le contre-pied de cette campagne en présentant des enfants «propres, attentifs, bien habillés». Elles s'inscrivent dans le registre habituel des campagnes humanitaires pour l'éducation, telles que celles de Terre des hommes (juin 2010), qui tournent le dos aux clichés misérabilistes pour promouvoir une communication «positive», à la limite de l'angélisme, destinée à convaincre les donateurs de l'efficacité de leurs dons, à créer non pas l'empathie et le découragement, mais la fierté d'agir et d'être solidaire.

Des sites tentent aujourd'hui d'aller dans le sens de ce «marketing humanitaire» en rendant le don concret, soit par le parrainage, soit dans cette image «Water for three families» du site <http://seeyourimpact.org>, dont l'objet est de montrer l'impact du don auprès des personnes et communautés concernées.

L'objectif, on le voit, est de transformer l'empathie en solidarité. Mais il n'existe pas, dans ces exemples de communication humanitaire, de représentation qui permettrait aux donateurs comme aux bénéficiaires de se reconnaître les uns dans les autres – comme devrait tenter de le faire *Global Warning*, et comme tente de le faire le documentaire décrit ci-après: «50 ans d'asile en Suisse», qui ne porte pas spécifiquement sur les Roms cependant, et dont la portée reste limitée.

## Design de la revendication



L'étoile jaune juive.

La communication militante, de contestation, a donné lieu à des productions originales sous forme de badges, de signes, à grande puissance d'évocation. On a vu l'efficacité de la création de signes simples pour affirmer une position (éventuellement une posture): le ruban rouge contre le Sida, la main jaune «Touche pas à mon pote» de SOS racisme. La cause rom en a suscité quelques-uns, comme la défense des sans-papiers en France, ou le combat antiraciste.

### Badge «ROM»



Alphabet hébreu (partie).



Manifestation parisienne (septembre 2010)  
Distribution d'autocollants (pour soutenir les Rroms) par la Fédération anarchiste.

On peut observer ici la volonté d'établir une analogie entre l'étoile juive et les Rroms, avec la reprise d'une typographie inspirée, dans la forme, de l'hébreu, et le rappel des triangles utilisés par les nazis pour établir et signifier les discriminations entre catégories «non aryennes» ou asociales.

On pourrait discuter à l'infini sur le choix du triangle ou de l'étoile comme forme discriminante, excluante. Le triangle pointe en bas dit originellement le sexe féminin - c'est le mont de Vénus (en inversé, pointe en haut, il dit en signalétique le danger - le pouvoir masculin, cf. les pyramides qui avaient les deux). On peut imaginer que le recours au triangle seul est évocateur d'une question matricielle, signalant le caractère héréditaire, la «race» à la base du racisme, l'exclusion «parce qu'on est né de la mauvaise lignée» (on naît et on est juif par la mère). L'étoile n'est pas, ici, l'étoile comme point de repère, ciel, dieu ou déesse, mais la conjonction des deux triangles s'annulant l'un et l'autre pour dénier l'humanité dans sa conception même (un sexe masculin et un sexe féminin). L'usage du noir, ici, vise la lisibilité maximale. Il est aussi la couleur de l'anarchie.

## Design citoyen

### Unis dans la diversité



Unis dans la diversité, Studio photo à la gare du Nord.

«Unis dans la diversité - Attitudes européennes» met en lumière l'identité européenne à travers une œuvre photographique et un geste scénographique. Cette exposition représentait le tandem France/Pays-Bas de la Saison culturelle européenne.

Un tandem, constitué des artistes photographes néerlandais Ari Versluis et Ellie Uyttenbrek (Exactitudes) et du scénographe français Olivier Boisson (Nawak & Ventilato), a été réuni sur une proposition de Caroline Siobhan Ryan, PiArt. De cette rencontre naîtra une série de six œuvres photographiques, révélant les visages de l'identité européenne, qui seront exposées sur un train Thalys qui a «circulé» à travers l'Europe du 13 octobre et jusqu'à la clôture de la Saison culturelle européenne.



Exposition sur le Thalys  
13 octobre - 31 décembre 2008.

Ludique et citoyen, cet événement s'articule autour de trois lieux emblématiques de l'Europe et de la mobilité: Rotterdam Centraal, Paris Gare du Nord et le train Thalys. Sur une période de six semaines, les voyageurs et autre public sont invités à se faire photographe au cœur des gares. La rencontre publique prend forme dès cette première étape, et se révélera quand le public se découvrira ou se reconnaîtra, quelques semaines plus tard, comme «citoyen européen» dans les images de l'exposition. L'espace conçu par Olivier Boisson est à la fois lieu d'exposition et studio photographique. Il est installé en gare de Rotterdam Centraal (juillet) puis à la Gare du Nord (septembre). L'exposition finit sur le train Thalys, tel un moment de retour vers le public sollicité, photographié, interrogé. Elle donne «à voir» cette identité européenne en la rendant concrète et vivante.

## Performances artistiques : Buna Ziua

Buna Ziua est une action publique urbaine. Elle s'articule principalement autour d'une distribution gratuite de conversations français-roumain-rromani, utiles pour entamer une discussion avec des Rroms roumains de Genève, qui ne parlent que très peu français. Accessoirement, ces guides peuvent être laissés en pile dans un lieu urbain (fréquenté par des Rroms) et des phrases, extraites du guide, sont réalisées au pochoir et à la bombe, sur le support le plus proche (mur, trottoir, banc, etc.). Buna Ziua propose de favoriser les contacts directs. Son action est donc celle d'une médiation externe (entre les Rroms et nous-mêmes), par l'outil du guide de conversation. Mais, en réalité, le projet propose aussi une confrontation avec nos propres peurs des Rroms, ce qui relève plutôt d'un travail de médiation interne (entre notre société et nous-mêmes).

«Buna Ziua» (signifie «Bonjour, en roumain), tiré des Actes de recherche 2010, Master of Arts orientation CCC.

Ce projet fait penser notamment (en partie) au principe du «Travelling Book» «I'M NOT LOST - I'M ON A JOURNEY» / «Je ne suis pas perdu, je suis en voyage». Or un pont tel que celui-ci, jeté entre les Rroms et les Gadjés, sur le principe du document «itinérant», comme moyen de tisser un lien, de faire connaissance et/ou d'échanger, sans que ce support n'appartienne à un lieu mais à son «propriétaire provisoire» semble être une approche possiblement intéressante.

## Expériences associatives : l'exemple de l'Ecodrom

**Si vous voulez  
que les hommes s'entendent,  
faites-leur faire  
des choses ensemble.**

—  
Paul Valéry



Ce projet repose sur le croisement de besoins et d'une situation sociale locale qui se complètent : l'existence de la dernière ferme de Montreuil et d'un terrain annexe, municipalisés, en friche depuis une quinzaine d'années d'un côté, et de l'autre la présence d'une population issue de la terre : les Rroms qui, venus de Roumanie, ont été à un moment de leur histoire des agriculteurs. Riche de sa diversité, le quartier a toujours accueilli une population migrante. La plus récente étant constituée de Rroms venus d'une province agricole de Roumanie, l'Arad. La population rrom de Montreuil est experte en autosuffisance. Ecodrom93 propose de valoriser ses capacités à s'adapter au milieu urbain, comme utiliser les ressources environnementales et intégrer les Rroms qui en ont le désir au développement économique et social du quartier à travers les projets d'agriculture d'Ecodrom. L'objectif est d'offrir une réponse à l'exclusion sociale et économique pour lutter contre la stigmatisation de cette population, de créer un lieu de citoyenneté, de rencontre, de partage autour des projets d'environnement d'Ecodrom, d'agir en lien avec les partenaires institutionnels et associatifs du quartier, de la ville et d'ailleurs, de se retrouver autour de moments de convivialité (fête, exposition, récoltes) et de s'ouvrir à toutes initiatives autour de la pratique agricole en favorisant les échanges.

Une des particularités de cette proposition est qu'elle ne nécessite aucun argent public, tout se passant par échanges et trocs. Pour garantir le bon fonctionnement de son action, Ecodrom a fait appel à un couple et sa famille qui habiteront sur les lieux. Leur mission est l'entretien des cultures, l'accueil des visiteurs (soins des animaux) et la préservation du site et de sa production.

La présence permanente de cette famille doit faire vivre ce jardin et accueillera d'autres jardiniers intéressés à la culture de la terre. Elle sera logée dans un habitat construit à partir de matériaux de recyclage, situé dans le jardin de la ferme. Cet habitat éphémère et évolutif s'inscrit dans une perspective reproductible qui ne nécessite aucun financement. Ecodrom93 travaillera en lien avec les associations écologiques et socioculturelles existantes dans la ville, les habitants, les anciens Montreuillois riches de leur expérience ; les institutions et les associations de proximité pourront s'associer au projet (écoles, services municipaux, bénéficiaires de la Mous). Le projet est soutenu par S.F.M. Montreuil, Tony Gatlif, Alexandre Romanès et les associations « Coup de main » et « Terne Roma ».

## Perspectives de l'expérimentation



A cette étape de la recherche, nous sommes en mesure de dégager des axes d'expérimentation, répondant aux enjeux posés en préambule de Global Warning. S'agissant de créer des objets, médias, campagnes, signes concernant la communication avec les Roms, trois constats se dégagent: l'échec de la communication proclamative ou ascendante, l'invisibilité des Roms (comme de la plupart des communautés discriminées) dans les campagnes d'intérêt général, l'absence de processus participatif dans les campagnes de communication d'intérêt général.

### L'échec de la communication proclamative ou ascendante

Par communication proclamative, on entend : ce qui prétend détenir une vérité (par exemple la réfutation de préjugés par l'argumentaire), affirmer une position, donner des leçons – travers que l'on retrouve dans presque tous les supports de communication concernant les Roms, d'où qu'ils proviennent (associations, institutions, mouvements citoyens y compris s'exprimant au nom des Roms).

Ces campagnes, affiches, brochures ne font que renforcer la position de passivité dans laquelle les Roms sont maintenus en droit, figeant une condition en trait de caractère. Elles renforcent par rebonds les préjugés qui les concernent et les privent d'une capacité d'interaction. L'examen critique qui précède en fait la démonstration à plusieurs reprises, notamment dans la communication humanitaire. Ces messages confortent le sentiment de culpabilité et la bien-pensance là où l'on aurait besoin – pour dépasser les préjugés séculaires – de partage ou de connaissance, voire de reconnaissance.

### L'invisibilité des Roms – comme de la plupart des communautés discriminées – dans les campagnes d'intérêt général

La santé, l'éducation, l'emploi, la sécurité, la justice, l'habitat, l'environnement, la culture sont des problématiques qui concernent tout le monde. Mais les campagnes – y compris les plus subtiles – semblent ne concerner personne en particulier. C'est pourquoi par exemple une campagne comme celle de la Fondation

Abbé Pierre qui pose la question du mal-logement au regard du quotidien d'un enfant turbulent est si originale. De même, une campagne sur la nécessité du dépistage du cancer du sein, conduite avec et par des femmes roms, pose les bases d'une approche différente et sous-exploitée : la communication d'intérêt général non pas vue sous l'angle de la généralité, mais sous l'angle des particularités. Il y a là un ressort conceptuel puissant qui pourrait être vérifié dans l'expérimentation. Cette invisibilité est d'ailleurs à double tranchant : s'agissant de ce peuple, on ne pose jamais la question des apports culturels qui sont les leurs dans l'histoire européenne et mondiale, dont le faible aperçu donné dans cette recherche montre pourtant l'étendue considérable.

### L'absence de processus participatif dans les campagnes de communication d'intérêt général

On a compris que sans participation et sans coélaboration, sans implication, aucune campagne de communication ne pouvait véritablement « changer le regard », défaire les préjugés ancrés et perpétuellement réactivés. L'expérimentation s'attachera donc à tenter de définir les types d'outils auxquels Roms et non-Roms puissent être associés, qu'ils puissent partager à travers un dispositif dynamique de participation. Ces outils et/ou concepts ne peuvent être efficaces que s'ils créent une réelle plateforme d'échange, à travers un jeu, ou une mise en situation qui révèle ce qui nous est commun en tant qu'être humain, et détermine la valeur que nous donnons au lien social. Cette hypothèse, souvent affirmée (la communication participative), n'a pas encore trouvé les

**conditions de sa réalisation dans le domaine de la communication d'intérêt général ou portant sur les droits humains.**

**Pour résumer, l'expérimentation tente donc de répondre aux hypothèses suivantes**

**Est-il possible de créer des images, des concepts, qui relèvent d'un imaginaire commun (jeu, territoire réel ou virtuel, média...), et dans lesquels Rroms comme non-Rroms puissent se trouver impliqués simultanément ?**

**Peut-on réaliser une communication susceptible d'agir et de changer les esprits de façon non tyrannique ? Il y a là une dimension « holistique » : communiquer de façon globale systémique, c'est proposer des outils qui échapperont à leurs concepteurs pour renverser la situation et d'une certaine façon guérir cette maladie du corps social qui produit souffrances, craintes et injustices répétées.**

**Comment créer des messages et des images « inclusifs », c'est-à-dire qui s'adressent à tous et en même temps à chacun, pour éviter le « lissage » et la discrimination « à l'envers » ? Quelles représentations, quels signes peuvent y parvenir, être reçus, compris, relayés et renforcés dans cette perspective ?**

Projet Ra&D, Hes-so  
et SAGE-X 22505

Responsable du projet  
Jérôme Baratelli

Auteure de la publication  
Elise Thiébaud

Design graphique  
Paul Michelin

Relecture  
Julie Weidmann

© Head-Genève, 2012

— HEAD  
HAUTE ÉCOLE D'ART ET  
DE DESIGN GENÈVE  
GENEVA UNIVERSITY  
OF ART AND DESIGN

Hes·SO GENÈVE  
Haute Ecole Spécialisée  
de Suisse occidentale

