

Carmen Global. El mito en las artes y los medios audiovisuales

Inmaculada Sánchez-Labela Martín

Universidad de Sevilla

UTRERA MACÍAS, Rafael y GUARINOS GALÁN, Virginia. (Coordinadores)

Secretariado de publicaciones. Universidad de Sevilla. Sevilla 2010.

393 páginas.

Carmen es cultura, Carmen es leyenda, fuente que emana tradición y origen. Un nombre propio que habla por sí mismo impregnando diferentes vertientes culturales que aunque difieran entre sí, quedan aunadas por un mismo mito compartiendo significaciones sin desviarse de las directrices que dibujan el arquetipo de *femme fatale*: libertad, erotismo y pasión. Carmen es historia, es olor y es la transmisión caracterológica de vivencias propias en la imagen de un típico tópico de mujer adscrita a la Andalucía pintoresca tal y como redactan los autores de esta obra reseñada. Siendo su padre creador Prosper Mérimée, Carmen ha sido la infanta adoptada por otros muchos artistas otorgándosele en función del medio en el que se la representa y el contexto en el que se la ubica, características diversas pero todas sujeto paciente de la Carmen libertina y enardecida de 1845.

Desde la literatura a la publicidad y pasando por la operística, las tablas de lo teatral así como el medio cinematográfico y televisivo, la historia de Carmen ha quedado simplificada en una imagen estereotipada que traspasa fronteras, habla distintos idiomas pero es unívocamente legible. La literatura de Mérimée fue el primer escenario que Carmen pisó y en el que se puso en pie su historia donde lo picaresco es el rasgo más primario y definitorio de la obra. Posteriormente y saliendo del relato escrito, la obra pasa a un cuadro musical siendo George Bizet el autor en ópera del mito, una adaptación llevada al límite de la excentricidad. Muchos fueron los directores de la filmografía española que convirtieron a Carmen en un motivo de creación; Rafael Utrera menciona alguno de ellos en los que se

hallan apuntes estilísticos dispares a la original de Mérimée. *Carmen, la hija del bandido* (Baños y Marro, 1911), *Carmen, la de Triana* (Rey, 1938), *Carmen, la de Ronda* (Demichelli, 1959) y *Carmen* (Saura, 1983) son sólo algunos títulos. Pero Carmen traspasó los aledaños de la sevillana fábrica de tabaco emigrando hasta Estados Unidos donde las adaptaciones fueron múltiples. Como así escribe Virginia Guarinos, “Carmen divagó desde Chaplin hasta versiones pornográficas, pasando por adaptaciones orientales y de animación” (p.178); Cecil B. Demille y Raul Walsh, entre otros, se constituyeron como autores de “una Carmen a la americana”. Desde el Atlántico al Mediterráneo, Carmen conquistó territorios y adquirió diversas nacionalidades convirtiéndose por ende, en un mito en plural como así la denomina Luis Navarrete. La fábula de Carmen además de copar páginas de literatura y minutado en cine, tomó también las riendas de la televisión con Basilio Martín Patino, así como las tablas de un escenario de la mano de Granés, Madariaga, Gala y Távora; un trasvase de registro menos común aunque conservando la linealidad femenina vs. libertad.

Dentro de las artes plásticas, la figura protagonista de estas líneas fue la musa de los pinceles de los artistas que se veían atraídos por colorear la seducción y el salvajismo de un concepto de feminidad que impregnaba el imaginario colectivo más occidental. Gonzalo Bilbao, Edouard Manet y Picasso sobre el lienzo; George Richard e Idígoras y Pachi en el cómic y la caricatura, quedaron hipnotizados por la figura de la erótica heroína gitana. Y es que entre tanto arte, Antonio Checa incide en que fue el contexto fílmico español el precursor de la inclusión del personaje en la música, una Carmen bailaora y cantaora que enamora. Diste de estar agotada, en el terreno publicitario Carmen monta en bicicleta en 1906 siendo imagen de una marca francesa, calzó zapatos bajo el eslogan “A los pies de Carmen” convirtiéndose además en una nueva marca de vinos “Carmen”, y transformándose en perfume con Vittorio&Luchino dejando así rastro de su esencia. Leyendo entre líneas, la utilización del personaje en relación con los últimos productos mencionados (pies, alcohol y perfume), sea por considerarse éstos elementos de seducción y fatalismo en torno a la figura de la mujer para con el sexo masculino. A pesar de la inclusión o nulidad de recursos originales, lo que ha persistido en la historia ha sido la figura de Carmen entendida como un mito femenino libre, algo

impropio del siglo en el que se escribe. Ya Mérimée anunciaba lo que ahora viene siendo un hecho referido y entendido como violencia de género, una mujer que disfruta de su independencia pero que con un desenlace fatal, ve coaccionada su libertad por parte de su pareja inmersa en el androcentrismo llegando a terminar con su vida bajo el lema “si no eres mía no eres de nadie”.