Pregoneros: Un air se fait entendre à La Havane

Habana XXI2017

Par Sofía D. Iglesias

« Cacahouètes, cacahouètes, cacahouètes. Si tu veux amuser ta bouche, achète-moi un petit cornet de cacahouètes... »

Maní, maní, maní. Si te quieres por el pico divertir, cómprame un cucuruchito de maní...

Photo: Luis Grabiel

Il fut un temps où les marchands ambulants et les airs qu'ils entonnaient pour louer les qualités de leurs articles s'inscrivaient naturellement dans le quotidien de Cuba.

C'étaient les temps de la colonie, quand le marketing et les relations publiques faisaient leur apparition dans la voix des vendeurs - il s'agissait parfois des propriétaires eux-mêmes - des petits commerces.

Ces marchands connurent un deuxième âge d'or à l'époque où Moisés Simons composait la chanson *El manisero* (« Le vendeur de cacahouètes »), interprétée pour la première fois par Rita Montaner avant d'être reprise par une multitude de chanteurs.

Ils connurent également des temps plus austères - plus silencieux - qui les virent pratiquement disparaître. Les interdictions qui pesaient sur les petits commerces, au cours des années 1980, 1990 et au début des années 2000 y sont pour beaucoup. Tout comme les pénuries, le manque de demande et la peur des vendeurs de se voir saisir toutes leurs marchandises après avoir

vanté leurs mérites. À cette époque, on vendait toujours, certes, mais les transactions se faisaient à voix basse.

Depuis quelques temps, les marchands ambulants ont repris possession des rues cubaines et leurs annonces résonnent à nouveau à l'oreille des Cubains.

Les anciennes réclames chantées ont fait leur retour dans la bouche des fleuristes, qui annoncent leurs lis, leurs tournesols, leurs papillons blancs,leurs immortelles...

Des hommes aux voix puissantes, louent, aux quatre vents, la qualité des fruits, des tubercules et des légumes qui remplissent leurs charrettes à bras improvisées.

Ces marchands utilisent l'empathie, c'est dans le face à face qu'ils sont efficaces et ils revendiquent leur charisme.

Pregoneros: Un air se fait entendre

S'ils interrompent leur marche, entre une livraison et l'encaissement d'une vente, c'est pour souffler un peu et parfaire leurs annonces : « L'avocat mûr », « La carotte bien fraîche », « La meilleure des papayes », « La plus grande des bananes : sucrée et crémeuse »...

A l'heure du petit-déjeuner, du déjeuner ou du dîner - on ne saurait être plus opportun - il n'est pas rare d'entendre un air invitant à la dégustation de gâteaux, de glaces ou de *tamales* (spécialité à la farine de maïs), vantés à la manière de mets raffinés.

Les transformations économiques récentes, avec l'apparition des travailleurs indépendants et le développement des emplois dans le secteur privé - désormais légalement reconnu -, ont largement contribué à cette renaissance.

Les activités concernées sont de plusieurs ordres. En effet, les marchands apportant leurs produits au plus près des consommateurs ne sont pas les seuls à avoir recours à leur voix, on trouve aussi des artisans qui proposent leurs services ou bien des commerçants qui achètent des objets d'occasion : on peut citer les matelassiers, les marchands de meubles, les acheteurs de « n'importe quel petit morceau d'or », de flacons de parfum vides ou d'appareils électroménagers en mauvais état.

Les vendeurs que l'on entend le plus souvent sont sûrement les boulangers ou, moins traditionnels, ceux qui proposent des produits d'entretien et des ustensiles de cuisine. Ceux ou plutôt celles, car ces articles récemment commercialisés de cette manière, sont souvent vendus par des femmes. En revanche, ce sont généralement des hommes - se déplaçant parfois à bicyclette ou en vélomoteur - qui font commerce du pain ou des biscuits.

Dans tous les cas, et bien qu'il ne s'agisse pas de chanteurs ou de speakers, la voix est leur instrument de travail. Les clients seront d'autant plus nombreux que leur voix portera loin et que leur réclame sera originale ou rythmée.

Il faut reconnaître que certains d'entre eux font connaître leurs créations musicales à des heures indues, ce qui suscite le mécontentement des habitants et contribue a ternir l'image traditionnelle de ces vendeurs ambulants. Il en est aussi qui hurlent leurs annonces et ravalent cet art traditionnel au rang de grossiers braillements.

Il n'en demeure pas moins que d'une manière générale, ces stratégies publicitaires rudimentaires mais efficaces font preuve de bon goût et de créativité. De plus, cette modalité de vente permet aux consommateurs d'acheter certains articles sans se déplacer.

Ces discours publicitaires populaires constituent un instrument pour inciter les consommateurs à l'achat, et il faut dire que c'est une stratégie qui

fonctionne. Certes, la portée du message est limitée, mais ce n'est pas forcément un inconvénient pour les marchands. En effet, l'espace d'activité des vendeurs ambulants utilisant ce moyen de communication est limité. Ces marchands utilisent l'empathie, c'est dans le face à face qu'ils sont efficaces et ils revendiquent leur charisme. Quant à l'air entonné par ces vendeurs, il doit être accompagné d'une diction soignée et d'une intonation adéquate. La cohérence des paroles a également son importance.

Il se peut que ces airs surprennent ou déplaisent à certaines ouïes étrangères… Quoi qu'il en soit, et même s'ils rompent parfois un silence des plus profonds, en ville ou dans les campagnes cubaines, ils sont partie prenante de notre paysage sonore.

…*Maní, maní, maní. Caserita no te acuestes a dormir, sin comer un cucurucho de mani (*…Cacahouètes, cacahouètes, cacahouètes. Petite dame, ne te couche pas avant d'avoir mangé un petit cornet de cacahouètes. »).

Traduction : B.F