

«Blog de Pénélope»: Ithaque règle ses comptes sur le Net

Par [Thierry Hillériteau](#)

Mis à jour le 06/03/2017 à 18h20 | Publié le 06/03/2017 à 17h53

En marge des représentations du *Retour d'Ulysse dans sa patrie*, des étudiants font vivre sur les réseaux sociaux les personnages de *L'Odyssee*.

Moi, Pénélope (...), ai décidé de publier un blog pour m'adresser à chacun de vous, mes chers concitoyens. Mon blog vous parlera de mes engagements (...) Cette tribune me permettra d'élever ma voix contre les absurdes allégations qui circulent sur les réseaux sociaux et répondra à tous ces prétendants autoproclamés cherchant à nous désespérer (...)

Ce n'est pas le prélude d'un nouveau rebondissement dans l'affaire Penelope Fillon mais les premiers mots du blog de Pénélope, reine d'Ithaque, la mythique épouse d'Ulysse dont Homère narre les mésaventures dans son Odyssée. Ouvert en novembre 2016, dix jours avant la primaire de la droite, cet amusant journal à la première personne n'a bien évidemment aucun lien avec la campagne présidentielle. La seule campagne dont il se fait l'écho, c'est celle du programme de «médiation transmédia», à destination des jeunes, lancé par le Théâtre des Champs-Élysées dès le début de sa saison autour de sa nouvelle production du *Retour d'Ulyssedans sa patrie*. Ce chef-d'œuvre opératique de Monteverdi, à l'affiche du théâtre jusqu'au 13 mars, a servi de point de départ pour ce qui se présente comme l'un des projets les plus innovants de ces dernières années en matière d'actions culturelles et pédagogiques. Mis en place à l'initiative de la salle, il ne mobilise pas moins de 120 étudiants de Paris et ses environs, ainsi que 30 enseignants et 20 artistes. Les établissements concernés sont pour la plupart versés dans les nouvelles technologies (développement informatique, communications numériques, graphisme digital...). Mais aussi dans le théâtre, la traduction et même... la parfumerie!

Fragrance «antique» et onguent

Car le programme ne se limite pas à la tenue du blog imaginaire de Pénélope. Les étudiants ont créé des comptes Facebook, Twitter (où sont postés des extraits réactualisés du livret de l'opéra) ou Instagram, pour chacun des protagonistes de l'opéra. À chacun son style et son caractère. Une fausse page de l'Office du tourisme d'Ithaque a même été créée.

Pour les éventuels réfractaires aux réseaux sociaux, d'autres opérations sont en cours. Un jeu vidéo, développé par les étudiants du Campus la Fonderie de l'image, doit être mis en ligne dans les jours prochains. Pendant toute la durée des représentations, les spectateurs peuvent également repartir avec un bout du ruban parfumé entourant une reproduction de la statue de Pénélope par Bourdelle, qui trône dans le hall du théâtre. Une fragrance «antique» à base de myrrhe, rose ou encens, réalisée par les étudiants de l'École supérieure du parfum, qui ont aussi créé un «onguent de Pénélope» pour les mains (distribué le soir de la première) ainsi qu'un cocktail des dieux à base de rose, miel et abricot, proposé au bar du théâtre. Le blog de Pénélope: odyssee-penelope.42.fr ; Suivre les personnages sur Twitter:

#O2P ; <http://efonderie.net/hermes-mag/>