



## II. Salvador Shopping ou l'aseptisation optimisée

### Conditions de l'observation :

Mercredi 28 octobre 2009

11h – 13H

Temps chaud et ensoleillé (25°C env.) – forte humidité –

Quel contraste avec l'intérieur du shopping si frais...

### De la démobilitation...

L'air du centre commercial, nettement plus froid et plus sec qu'à l'extérieur, conjugué à la froideur des couleurs et au poli des matériaux, participe du lissage sensible du lieu et focalise l'attention du piéton sur sa mise en scène visuelle. La sonorisation diffuse une musique de type musak (musique « d'ascenseur » consensuelle) et dans ces larges volumes très lisses donc très réverbérants règne un brouhaha continu. Le « paysage sonore » est particulièrement pauvre : pas de plans sonores successifs, de multiples effets de délocalisation<sup>39</sup>, on ne peut distinguer que les paroles des personnes les plus proches de soi.

Le paysage olfactif, même s'il est ténu, ne parvient pas à être aussi neutre que le paysage visuel. Bien sûr se sont les odeurs « de neuf » des objets à la vente qui règnent : graisse des machines qui ont fabriqué les vêtements, plastiques divers des objets électroniques et de leurs emballages... Mais là où se trouvent des commerces alimentaires les odeurs sont toutes autres : café, friture à l'huile de palme, fromage fondu... Pas d'odeurs des corps par contre (pas même les déodorants ou autres parfums), sans doute de par la densité assez faible et la climatisation.

*« L'odeur aurait pu être l'odeur d'un autre centre commercial ailleurs : le plastique, les vêtements neufs qui sentent la graisse des machines, et ça fait une odeur générale qui rassemble tout, sauf là où il y a de la cuisine et c'est peut-être là qu'on pourrait dire qu'il y a une identité olfactive (...) je ne sais pas si c'étaient des odeurs brésiliennes, mais je n'ai pas l'impression que je les avais senties ailleurs. » (Suzel)*



Une (rare) boutique odorante (photo SB)

<sup>39</sup> L'effet de délocalisation désigne la difficulté à localiser une source sonore dans l'espace (Augoyard et Torgue, 1995)

### **... à la re-focalisation sensible**

Entrer dans le centre commercial est une situation tout à fait remarquable car l'attention individuelle se trouve à la fois démobilisée et re-focalisée. La densité des corps, par rapport à l'extérieur, a en effet radicalement changé, et comme le lieu présente un caractère clairement privé, l'agression physique, toujours possible dans l'espace public, n'est plus à craindre ; d'où un premier relâchement, rapidement suivi d'une nouvelle démobilisation, sensible cette fois.

La température et l'humidité de l'air changent radicalement lorsque l'on entre. Que l'on arrive à pied (si on est pauvre) ou en voiture (si on est riche), l'entrée, par les parkings comme par l'extérieur, est marquée par ce changement thermique très fort. L'odeur est aussi différente : à la première inspiration une faible senteur d'emballages plastiques, à la seconde des traces de vêtements neufs, plus tard d'éventuels relents de nourriture. Visuellement tout est clair et froid, large, haut. Règne également un brouhaha de voix et de musique d'intensité moyenne. Toutes les sensations qui ne sont pas au service du commerce sont éradiquées ou au moins diminuées, brouillées (comme les sons par exemple). Cette double démobilisation, attentionnelle et sensible, permet une re-mobilisation presque uniquement visuelle... vers les vitrines.

### **Droit au but et lèche vitrine**

On pourrait parler de « prise de contrôle » des ambiances du centre commercial sur les corps. Celui-ci induit deux types de rythmes dans le Salvador Shopping. Ceux qui cherchent à se soustraire au contrôle vont chercher à rester le moins longtemps possible sur place. Dans un espace pratiquement sans chicane, pour celui qui a un objectif (achat) précis, la ligne du regard précède la trajectoire : le trajet le plus direct possible, d'objectif en objectif, se fait rapidement, sur un mode affairé. D'autres, à l'inverse, se laissent emporter dans cette mobilisation visuelle, et dans la situation du lèche-vitrine c'est aussi le regard qui mène les pas, mais suivant un rythme moins soutenu. Les trajectoires restent rectilignes mais peuvent zigzaguer d'un côté à l'autre de la galerie en fonction de l'attraction des différentes vitrines. C'est un mode de promenade proche de l'hébétude, commandé par leur force hypnotique.

*« Dans le Shopping Center, les gens sont droits, les trajectoires sont droites : rectilignes. (...) Dans ce type d'espace on va d'un point A vers un point B, un point c'est tout. On est un robot. Les ¾ du temps je suis sûr que les gens savent très bien où ils vont aller. » (Stéphane)*

*« Apparemment les gens se promenaient. Je dis apparemment, parce que quand on voit quel type de promenade, il y a toujours quelque chose de contrôle, de contrôle très très fort : il y a partout marqué règles ou les règlements, partout les restrictions et prohibition. Donc la promenade libre est assez compromise, il y a des caméras partout, donc ces corps là, dont on peut penser qu'ils sont en train de se promener, en réalité ils sont en train de se faire discipliner par les structures de contrôle très fortes et très visibles. (...) Contrôle d'une soi-disant promenade libre. » (Paola)*

## Lissage, désincarnation, exposition : des gestes ambiants au Salvador Shopping

Raideur et contrôle caractérisent assez bien les corps dans le « Salvador shopping » : les corps se tiennent droits (moins déhanchés qu'à l'extérieur), plus raides, avec un port de tête. L'apparence de chacun est bien plus « sous contrôle » que dans la rue, les peaux sont moins exposées car les vêtements sont plus couvrants : présence de manches longues, absence des torsos masculins. Les cheveux et les vêtements sont lissés : vêtements repassés, cheveux lissés et/ou attachés. La tong, si courante ici, a pratiquement disparu au profit des baskets ou des chaussures de ville (à talon pour les femmes).

*« L'apparence des corps change [par rapport au marché de São Joaquim] : moins de nudité, on est plus apprêté, on s'habille, on se coiffe, on se maquille, on fait un peu plus attention à l'apparence de son corps. » (Rachel)*



Lissage des cheveux et chaussures fermées pour des lycéennes en visite scolaire (photos SB)

L'apparence des corps est ici, comme celle de l'ambiance, beaucoup plus sous contrôle que dans la rue. Les corps se donnent eux aussi à voir et sont la seule « autre chose » à regarder que les vitrines. Le flip flop des tongs serait inaudible dans le brouillard sonore que constitue le brouhaha du centre commercial : il est ici remplacé par le claquement des talons sur les surfaces dures et lisses. Hormis les commerces, les seuls lieux de contacts interpersonnels possibles sont les rampes d'accès aux différents étages et les toilettes où la densité de personnes est un peu plus forte qu'ailleurs, et cette mise à distance constitue une « vitrinisation » des corps : leurs aspects prennent, dans ce contexte, une importance plus grande encore, tout en les désincarnant de leurs personnalités propres, renforçant celle du Shopping.



Sacs à main, chaussures de ville et manches longues, des tenues apprêtées (photos SB)

*« L'aseptisation, je l'ai ! L'aseptisation du corps. Des ambiances, bien sûr, on est dans la neutralisation du corps, de son amplitude, de sa gestuelle. Elle est là. » (Rachel)*

*« L'aseptisation est là pour l'espace, pour le corps, elle est là pour les deux ensemble, et elle est là pour tous les sens, pour l'odeur... pour tout ce que nous avons vécu les autres jours, et c'est très violent. C'est peut être plus violent pour vous que pour nous. » (Paola)*

*« Par rapport aux centre commerciaux qu'on connaît (en Europe), le Salvador Shopping paraît poussé à l'extrême, encore plus « clean », encore plus surveillé, encore plus... poussé à l'extrême dans tous ses aspects. » (Suzel)*

## États sensibles : hypnose et discipline

En entrant, chaque individu se trouve happé par les ambiances séductrices du centre commercial ; le confort de l'apaisement des sens par rapport à l'extérieur le mettant dans un état d'hypnose. Certains tentent de résister aux « sirènes de la consommation » en s'inscrivant dans le dynamique du lieu tout en actualisant des tactiques d'échappement : écourter son temps de séjour, éviter les expositions commerciales temporaires, planifier ses visites à différents commerces... D'autres laissent passivement le lieu les prendre, les guider, dans une forme de fascination assumée pour cette facticité.

*« Il y a quelque chose de ce corps discipliné, que peut-être en Europe (...) là on voit tout le système de contrôle et discipline très fort, qui en plus n'est plus d'État, mais du centre commercial qui veut modeler ces corps. Pour moi le symbole de ça, se sont les policiers [vigiles] « robocops » parce qu'ils sont complètement comme s'ils étaient dans un cintre, ils ne bougent pas, ou très raides, grands, énormes (ils sont choisis pour, pas par hasard), ils sont énormes, pour moi se sont les représentants du contrôle total » (Paola)*

Outre l'affichage explicite des règles de conduite dans le lieu, la présence et la figure du vigile, grand, raide, statique et tout de noir vêtu, manifeste l'emprise<sup>40</sup> de ces ambiances lissées et policées sur les corps. Les vigiles sont à la fois les emblèmes et les garants<sup>41</sup> du puissant contrôle exercé par le lieu sur les corps qui s'y trouvent, leur présence souligne son caractère privé.

La discipline du lieu pourrait sembler rassurante, bénéfique même, à l'ensemble de la communauté (ici pas de vol à la tire, pas d'agressions au couteau...) si elle ne générerait pas, conjointement, un état proche de l'anxiété. Le bénéfice communautaire est nul puisque la discipline des corps (tenue vestimentaire et corporelle exigée<sup>42</sup>, règles d'usages explicites) repose sur une base faussée : celle du respect (forcé) de l'espace privé (riche), en parallèle à des comportements irrespectueux dans l'espace public (dédié aux pauvres). Le contraste entre ces deux espaces, trop grand pour que les « bonnes règles de conduite » de l'un influencent l'indifférence vis-à-vis de l'autre, ne fait que souligner la violence implicite des relations sociales. La promenade pourrait ainsi paraître plus libre que

<sup>40</sup> La tenue (vestimentaire et corporelle) exigée atteint un apex lorsque le vigile se déplace à l'aide du segway : il n'est alors plus un corps capable de se mouvoir par lui-même mais le prolongement d'une machine.

<sup>41</sup> Lors de cette visite, certaines personnes du groupe se sont assises par terre, et il n'a fallu que sept minutes pour qu'un vigile vienne leur annoncer que son chef leur demandait de se lever.

<sup>42</sup> Le contrôle des corps, qui apparaît en si violent contraste avec les comportements à l'extérieur du centre commercial, prend une dimension toute particulière dans le cas des enfants en visite scolaire. Les nombreux bus garés à l'extérieur du centre manifestent cette présence de groupes importants à l'intérieur. Ils viennent pour le cinéma ou simplement en visite, et la discipline qui est imposées à ces enfants libres des quartiers pauvres est alors particulièrement frappante. Les vigiles du centre aident les accompagnateurs des enfants à maintenir ces derniers en files indiennes, à leur faire respecter les règles du centre commercial. *« Ça m'a déprimée de voir les petits enfants là. Parce que c'est vraiment une éducation qui passe par là, (...) comme s'ils devaient être disciplinés dans cette structure là, très rigide, donc ils avaient des chaussures, la grande majorité, fermées et tout, mais il y avait un malaise. » (Paola)*

dans la rue. Mais c'est au prix de violentes contraintes et d'aveuglements volontaires : la part de la population admise ici au prix d'une discipline corporelle exigée peut faire semblant d'ignorer tous ceux qui sont repoussés à l'extérieur.



Instruction d'utilisation des rampes (photo SB)

*« Nous, avec notre regard d'étrangers, finalement plus habitués à voir des centres commerciaux, et bien j'ai trouvé que c'était très agressif, très violent. (...) la gêne et l'embarras sont venus du Shopping Center parce qu'à un moment on sent qu'il y a quelque chose qui ne colle pas, qui est neutralisé. » (Rachel)*

*« Par rapport au corps des autres, j'ai du mal, pour moi, à percevoir quelque chose, parce que pour moi c'est vraiment comme si... c'est corps là, il y avait quelque chose de mort. (...) c'était très autoritaire » (Paola)*

*« Dans le shopping on a vu qu'il n'y a pas de vie en dehors [du travail de vente] les gens viennent pour occuper des boîtes, les clients viennent juste là pour faire ce qu'ils peuvent faire : acheter. Ils ne peuvent venir juste pour regarder car si vous entrez dans un magasin juste pour regarder, immédiatement quelqu'un vient pour vous proposer quelque chose. (...) [à São Joaquim] il n'y a pas de dramatisation, de solennité. Je prends ceci ou cela comme je veux. » (Fabiana)*

## Dynamiques sensibles : gommage du temps qui passe et contrôle global de la coplasticité

Le caractère très contrôlé des ambiances et des corps limite considérablement les possibilités de modulation temporelle de leur coplasticité. Cette dynamique de l'entrave découle d'une staticité très forte de l'ambiance, elle-même construite sur un modèle monolithique. Par ailleurs, l'absence de contact visuel avec l'extérieur, comme le contrôle des qualités de l'air (température, hygrométrie...), engendrent un gommage du temps. Ce gommage se traduit par un rapport paradoxal au temps écoulé dans le lieu : un étirement de ce temps sans repère d'écoulement et/ou, successivement, un raccourcissement de ce même temps.

### **Contrôle global de la coplasticité**

La double démobilité, attentionnelle et sensorielle, de tout ce qui n'est pas l'attraction hypnotique des vitrines doit, à chaque instant, être maintenue, par un contrôle global de l'environnement, des ambiances et des corps. La coplasticité est, au fond, parfaitement intégrée par tous les dispositifs de contrôle du centre commercial : les dispositifs techniques comme les vigiles, y compris l'auto-contrôle des corps, sont là pour freiner autant que possible les dynamiques éventuelles des corps et des ambiances.