



Comment devenir un Carioca

Corps, identité et production de sens dans la ville

Denise Da Costa Oliveira Siqueira, Professeure en sciences de la communication à l'Université de l'Etat de Rio de Janeiro (laboratoire LAMPE)

denise.siqueira@yahoo.com.br

Euler David De Siqueira, Professeure de sociologie et d'anthropologie à l'Université Fédérale Rurale de Rio de Janeiro (laboratoire LATUR)

euleroiler@gmail.com

Mots-clés : Corps, ville, apprentissage, imaginaire, tourisme

A Rio de Janeiro le tourisme est devenu un enjeu majeur du développement. Ces derniers années, la ville vient d'accueillir de nombreux événements internationaux parmi lesquels les Jeux Panaméricains, en 2007 ; la Journée Mondiale de la Jeunesse, en 2013 et la Coupe du Monde de football, en 2014. En 2015, la ville a fêté ses 450 ans en se préparant pour accueillir les Jeux Olympiques de 2016. L'essor de cette activité touristique offre un cas pertinent pour analyser la mise en valeur des identités culturelles, notamment l'affirmation d'une « identité carioca », sa construction sociale et son apprentissage (CUCHE, 1996).

Dans ce contexte, nombreux sont les sites internet qui proposent des cours sur format de vidéos aux touristes qui veulent abandonner leur condition de « gringos » (étrangers) pour devenir des « cariocas » (les personnes nées à Rio). Il s'agit d'un imaginaire qui met en valeur les habitudes et les comportements d'un « typique et authentique » habitant de la ville surnommée « merveilleuse » et qui dorénavant veut être connue comme « Olympique ». Or, cette fabrication d'une identité carioca par ceux qui proposent d'apprendre aux touristes/gringos le mode d'emploi carioca ne va pas de soi. Elle finit en grande partie par reproduire et naturaliser comportements, gestes et habitudes reprochées elles mêmes par les cariocas.

Dans ces vidéos, véhiculés notamment sur Youtube, l'identité carioca mise en scène se traduit par des corps bronzés portant des vêtements légers (ORY, 2012), souvent placés aux bords des plages célèbres (URBAIN, 1994 ; AGIER, 2009) et qui font usage des émotions et des sentiments pour accentuer certains comportements (LE BRETON, 2000 ; MARZANO, 2012). Parmi les comportements assignés aux cariocas et véhiculés par ces médias on compte certains traits : « arriver à un rendez-vous avec un certain retard ; embrasser sur les deux joues ou donner une petite tape amicale dans le dos ; se placer plus près de la personne et même souvent la toucher lors d'une conversation en la regardant en face évidemment ». Apprendre à devenir carioca relève donc d'un processus d'apprentissage plus complexe que seule la maîtrise de la langue. Ce sont donc des règles de base apprises aux touristes sous la forme de cours qui leur permettent de mieux s'intégrer au « *carioca way of life* ».

Notre recherche, de nature qualitative, fait usage d'une approche sociologique herméneutique-interprétative. Notre objectif avec ce travail est d'interroger le rôle que les médias et le corps jouent dans le processus d'apprentissage aux touristes de la « culture corporelle et affective » dite « carioca ». Du point de vue de la méthodologie, on précise que l'on va s'attacher à l'analyse et à l'interprétation d'un échantillon composé de trois vidéos sur YouTube et 3 sites internet où l'identité carioca est mise en jeu. On se penchera aussi sur les réactions des internautes qui interagissent avec ces médias.

Références bibliographiques :

AGIER, Michel. Esquisse d'une anthropologie de la ville : lieux, situations, mouvements. Louvain : Academia Bruylant, 2009

CUCHE, Denys. La notion de culture dans les sciences sociales. Paris : La découverte, 1996

LE BRETON, David. Les passions ordinaires : anthropologie des émotions. Paris : Armand Colin, 2001

MARZANO, Michela. Penser le corps. Paris : PUF, 2012

ORY, Pascal. L'invention du bronzage. Paris : Editions Complexe, 2008. p.133

URBAIN, Jean Didier. Sur la plage. Paris: Payot, 1994.

Colloque *L'éducation aux voyages : sensibilisations, apprentissages et productions touristiques*
20-22 juin 2016