

SPAZIO E SOCIETÀ

GEOGRAFIE, PRATICHE, INTERAZIONI

a cura di
Fabio Amato

Dipartimento di Scienze Sociali Università degli Studi di Napoli "L'Orientale"



Guida

2012 © Alfredo Guida Editore
Napoli - Via Port'Alba, 19
www.guidaeditori.it
elites@guida.it

Il sistema di qualità della casa editrice
è certificato ISO 9001/2000



ISBN 978-88-6666-107-8

L'Editore potrà concedere a pagamento l'autorizzazione a riprodurre una porzione non superiore al 15% del presente volume.
Le richieste di riproduzione vanno inoltrate all'Associazione Italiana per i Diritti di Riproduzione delle Opere dell'ingegno (ADPRO).
Corso di Porta Romana, 108 - 20122 Milano - segreteria@aidro.org

7	<i>Prefazione</i> di Rosario Sommella
9	<i>Introduzione: la rilevanza del sapere geografico</i> di Fabio Amato
	SPAZIO E TERRITORIO NELLE SCIENZE SOCIALI
27	<i>Paesaggi migranti, geografie post-coloniali</i> di Iain Chambers
35	<i>Storia sociale e territorio. Note sul caso italiano</i> di Giuseppe Civile
45	<i>Lo spazio in sociologia</i> di Paolo Jedlowski
53	<i>Il territorio negli studi economici</i> di Achille Flora
65	<i>Spazi partecipativi e translocalità</i> di Vanna Ianni
77	<i>Pratiche e poetiche dello spazio</i> di Carla Pasquimelli
	LA GEOGRAFIA SOCIALE TRA ITALIA E FRANCIA
93	<i>Le corps humain, une dimension essentielle de la géographie sociale</i> di Guy Di Méo
103	<i>Capitale spaziale, scale temporali, interazioni sociali e sociali</i> di Isabelle Dumont
113	<i>Geografia e società: dallo sviluppo locale alla città cosmopolita</i> di Vincenzo Guarrasi
125	<i>Teoria e pratica di ricerca in Geografia sociale</i> di Mirrella Loda
135	<i>Geografia sociale e sistemi finanziari</i> di Paolo Pegorer
145	<i>De la "géologistique" contemporaine</i> di Michel Lussault

CITTÀ IN TRASFORMAZIONE E ASPETTI SOCIALI

- 157 *Actouisme urbain et économie culturelle. Une favela de Rio de Janeiro* di Nicolas Bautès
- 169 *La mixité sociale : un objectif, un principe, une utopie?* di Robert Héryn
- 181 *La notion de quartier au prisme du productif. Le centre historique de Naples* di Pascale Froment
- 191 *Nelle periferie della città* di Francesca Governa
- 201 *Pratiche ZEN: decostruzione e ricostruzione di un "luogo comune" a Palermo* di Marco Picone
- 213 *La ricerca-azione in ambito urbano ed istituzionale. Il caso arentino* di Marina Marengo
- 223 *La démarche géodocumentaire. L'expérience du film Las Playitas (Venezuela)* di Benoit Raouk

Prefazione

Rosario Sommella *

L'Università di Napoli "L'Orientale" ha ospitato, nell'aprile 2009, il Convegno italo-francese su *La società tra spazio e territorio: il ruolo della geografia sociale (www.geosociale.unior.it)*, secondo di una serie di confronti annuali tra geografi francesi e italiani sulla geografia sociale, finalizzati a discutere temi e metodologie di un'importante branca della geografia. Si pensò allora di cogliere l'occasione per ampliare il confronto anche ad altre discipline, coinvolgendo i colleghi del Dipartimento di Scienze sociali dell'Orientale. A questo fine l'incontro italo-francese fu aperto da un seminario sul tema *Spazio e territorio nelle scienze sociali*, che ha costituito un momento di dibattito assai stimolante tra docenti che esprimono le diverse anime di un dipartimento molto articolato nella sua composizione scientifico-disciplinare. Grazie all'organizzazione curata da Fabio Amato si conseguirono così più obiettivi, dando corpo al dibattito sulla geografia sociale con una riflessione attraverso la quale economisti, storici, antropologi, sociologi s'interrogavano sul ruolo dello spazio geografico in alcune delle diverse declinazioni delle scienze sociali.

Nell'ampio saggio in apertura del volume, Fabio Amato approfondisce questi temi in relazione ai contenuti del volume, che raccoglie nella seconda parte i testi presentati dai geografi in quell'incontro. Quello che mi preme affermare in veste di direttore del dipartimento e di questa collana è la soddisfazione per essere riusciti a realizzare un momento di fattiva collaborazione all'interno di una struttura universi-

internazionale

7-2013 Obietti-
Firenze, Giunta

upazione' FESR
esse al cofinan-
abile (PIUSS)»,

, Toscana Noti-
novembre 2009

anze del Comi-
tatoria e ammis-
el 13/10/2009.
iuss di Arezzo
ttà", in Maren-

XVIV

La démarche géodocumentaire : de l'idée au film et à sa diffusion. L'expérience du film *Las Playtas* (Venezuela)

*Benoît Raoulx*¹ * e *Gustavo Chourio* **

Cet article est la suite de la contribution proposée lors du précédent séminaire franco-italien de géographie sociale à Parme. Ont alors été présentées les dimensions épistémologiques et la posture qui nous amènent à proposer une « démarche géodocumentaire » (Raoulx, 2009 a). Cette réflexion a été complétée par un autre article, à l'occasion d'un colloque avec des chercheurs en sociolinguistique urbaine, dont les préoccupations sont proches et qui a présenté de façon synthétique plusieurs projets.

Ce texte complète les volets précédents en insistant sur les aspects pratiques : comment passe-t-on de l'idée à la réalisation et à la diffusion d'un film ? Comment cette expérience, en retour, nourrit-elle la recherche ? Après un bref rappel de la démarche, nous présentons la réalisation d'un film, *Las Playitas* (2007), qui concerne un marché populaire, à Maracaibo, au Venezuela². Cet article prend en compte la contribution de Gustavo Chourio, sociologue au département d'architecture de l'Université du Zulia, dans le cadre d'une recherche-action sur le marché de Las Playtas.

* Université de Caen/Basse Normandie.

** Universidad del Zulia.

¹ Je souhaite remercier chaleureusement Gustavo Chourio et l'équipe du projet *Las Playitas* de l'Université du Zulia (LUZ) ainsi que les commerçants de las Playtas rencontrés, en particulier la famille Moncada. Ce travail n'aurait pas eu de sens sans leur implication.

² Version internet sur le site de films géographiques <http://doc2geo.googlepages.com>.

Rappel de la démarche

Notre démarche en géographie est illustrée par le schéma ci-dessous. Elle essaye d'établir, d'une part, un continuum entre la construction des connaissances, leur diffusion et l'intervention sociale, et, d'autre part, d'associer étroitement l'expérience et le regard géographique.

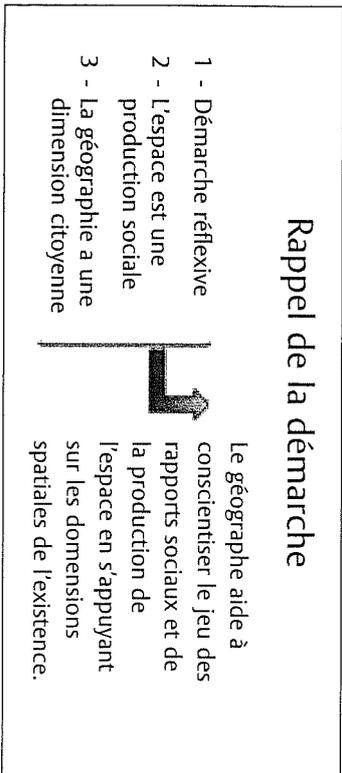


Fig. 1

On ne peut parler de "film géographique"; cela signifierait qu'il y aurait une façon reconnue par les géographes de concevoir, de réaliser et de diffuser un film en fonction d'un objet géographique déjà construit en amont. La production de films en géographie, bien qu'ancienne (Jean Brunhes au début du XXème siècle a été un pionnier dans le cadre du projet des Archives de la Planète d'Albert Kahn), reste marginale et éclatée.

Domine largement une fonction illustrative et pédagogique, éloignée de la pratique du cinéma documentaire (Raoux, Zooga et b). Il est préférable de parler de "film en géographie" ou de "films de géographes". L'expression "démarche géodocumentaire" que nous avons proposée ne désigne pas simplement l'utilisation du film documentaire en géographie. Elle prend en compte plusieurs aspects.

Elle s'appuie sur une discipline géographique incorporée, qui n'est pas séparée de l'existence, sur une tension entre le document (l'objectivation) et le "documentaire" (qui renvoie à une intersubjectivité et un récit), ou, autrement dit en termes de pratiques généralement conçue comme différentes, entre le «scientifique» et le "documentariste".

Le film n'est pas considéré comme la simple illustration d'un objet géographique déjà construit, en aval de la recherche (première li-

gne du schéma ci-dessous). Cela conduit à reconstruire l'objet par le film (2^{ème} ligne), et à inscrire le produit réalisé dans une démarche réflexive, le film étant, d'une part, renvoyé aux personnes parties prenantes, pour qu'elles puissent se réapproprier (3^{ème} ligne), et d'autre part, utilisé comme support d'intervention sociale et de réflexion.

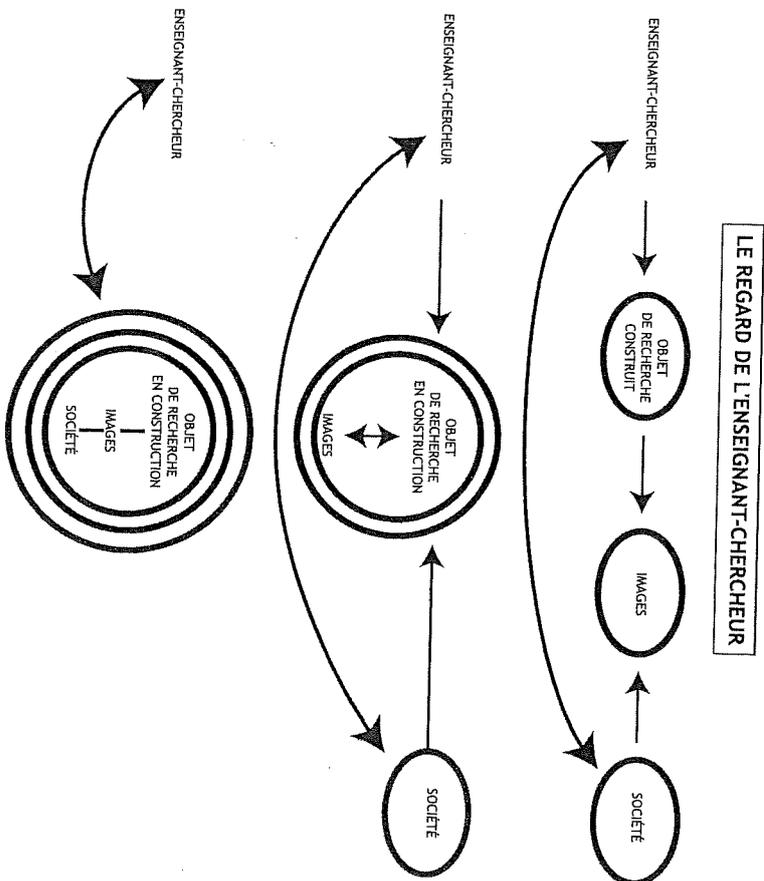


Fig. 2 - De l'idée de film à l'intention

EN AMONT, UN TRAVAIL DE RECHERCHE-ACTION

Ce film est parti d'une recherche-action réunissant des collègues et étudiants d'architecture et de sociologie de l'Université du Zulha (LUZ) sur le marché de Las Playitas, un marché populaire souvent méprisé et donc méconnu par les catégories aisées, qui fréquentent généralement les *malls*, centres commerciaux climatisés de luxe. L'emplacement de Las Playitas suscite les convoitises : il est situé en centre ville, à proximité d'un nœud de communication. La réali-

sation alors en cours d'un métré de surface a renforcé cette position stratégique. Les enjeux sont donc importants : beaucoup de commerçants ont peur que le marché soit 'étouffé' par l'installation de des centres commerciaux luxe, voire qu'il soit rasé. Les commerçants du secteur (en particulier les *buhoneros*, installés illégalement sur les trottoirs) craignent d'être évincés pour laisser place à d'autres fonctions (on parle alors de l'implantation possible d'une université privée, mais il ne s'agit que de rumeurs). La question du titre de propriété, le mauvais état du bâti (qui consiste en des extensions bricolées et en des recyclages d'espaces commerciaux antérieurs) fragilisent la situation. Le projet de l'Université du Zulia portait sur un diagnostic physique et économique du marché, dans le but de l'améliorer et de garantir sa pérennité. L'équipe de recherche-action, qui a investi durablement les lieux, a été déterminante dans cette étape : elle a facilité les contacts dans le marché. J'ai pu ainsi connaître rapidement le marché, rencontrer des commerçants pour concevoir la *note d'intention*. Notre point de vue était celui des commerçants de Las Playitas en interaction avec un regard étranger (une intersubjectivité). Le film a été considéré comme un appui à ce projet, par la contribution d'un regard étranger sur le marché.

Une année auparavant, un travail sur la photographie comme méthode de recherche (Raoux et Chourio, 2006) a permis un premier repérage des lieux et d'exercer l'acuité visuelle, alors que l'idée de film n'était pas encore pensée. Une deuxième étape, à l'occasion d'un autre séjour, consacré au projet de film, a permis à Benoît de concevoir et d'écrire le projet de film.

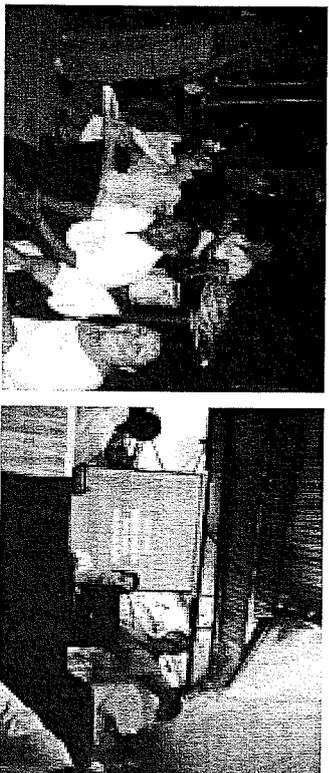


Fig. 3 et 4 - Réunions dans le cadre du projet de recherche-action. GC (2005).



Fig. 5 - Photographie aérienne de 1988 du secteur de Las Playitas, au centre ville. On distingue bien le cours d'eau sinueux (*la cañada*) qui longe les édifices du marché couvert de Las Playitas avant de se jeter dans le lac de Maracaibo, ainsi que la convergence des grands axes routiers

La photographie aérienne, comme la carte ou le plan, propose une vision zénithale, objectivée permettant de localiser, de placer des objets ou des phénomènes les uns par rapports aux autres, dans leur étendue. Elle ne présente pas de point de vue explicite. La démarche géodocumentaire propose un autre point de vue, d'en bas, à partir du regard du réalisateur, ou du photographe, qui prend en compte d'autres dimensions spatiales (spatialités) et construit un récit. Deux visions du monde, donc, qui se complètent.

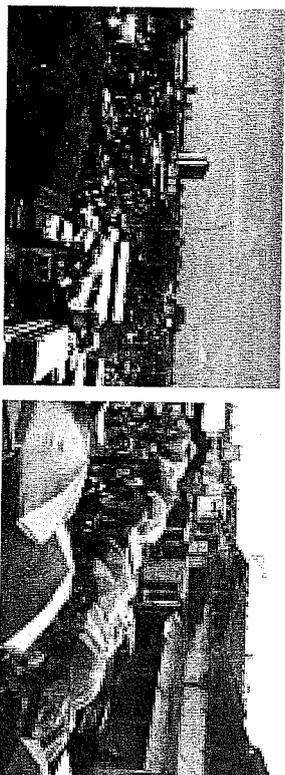


Fig. 6 et 7 - Deux images extraites du film. Une vision légèrement surplombante montrant la densité du marché et de ses abords.

L'INSCRIPTION DANS LE CIRCUIT D'AIDE AU CINÉMA DOCUMENTAIRE

Comme pour le film précédent *Traplines in Vancouver* (Raoux, 2003), le projet de film *Las Playitas*, a été soumis au circuit de financement public français concernant le cinéma 'documentaire de création'. Cette expression renvoie implicitement à considérer le film documentaire comme une forme de création et insister plus sur la démarche filmique que sur le thème en soi. En effet, si dans le langage courant, le 'documentaire' s'oppose à la 'fiction', le film documentaire de création renvoie d'abord à interroger le rapport au monde, par la construction d'un récit, brouillant parfois les pistes entre le 'réel' et la 'fiction'. La méthode *géodocumentaire* n'est pas contradictoire avec cette approche du film : le géographe part d'un point de vue qui entre en résonance avec le monde tel qu'il l'expérimente et qu'il essaye d'objectiver.

En amont, il faut prendre en compte toutes les étapes du projet. Cela demande de réfléchir aux objectifs, à quels publics s'adresse le film, aux dimensions éthiques. Dans ce projet, l'objectif n'était pas de faire du 'film communautaire', qui n'aurait été qu'approprié par le public de Las Playitas. Tout en étant pensé comme un appui à la recherche-action, le film est considéré comme un lien entre plusieurs groupes, donc plusieurs publics, au Venezuela et ailleurs. Les dimensions éthiques se retrouvent à toutes les étapes du projet, mais il faut les prendre en considération dès l'intention du film. Que s'autorise-t-on à filmer ? Que montre-t-on ? Comment restitue-t-on le film aux personnes partie prenante ? Un film peut s'accompagner en effet d'une violence symbolique, dans la mesure où les personnes filmées sont exposées à un regard public.

La première étape du film est la *note d'intention* et les documents qui y sont liés rédigés par le réalisateur. La durée prévue du film était

de 52 minutes³. La note d'intention explicite la démarche et le point de vue du réalisateur. Elle conduit à écrire un *synopsis*, une mise en récit, s'appuyant sur des personnages et des lieux, qui, dans cette orientation, n'est pas l'exposé du déroulement des séquences, des plans, mais une boussole. En effet, on ne filme pas sans orientation ; on ne monte au retour des images 'prise à la volée'. Ce rapport est similaire à celui du chercheur de terrain, qui part d'une problématique et qui la retravaille par l'expérience (Raoux 2009a, p. 70). La note d'intention constitue une étape nécessaire pour audiovisualiser le récit, pour incorporer le projet de film. Elle est partie d'un regard géographique sur la ville, qui a été reconstruite dans une démarche de film documentaire. Elle s'est appuyée sur l'idée de microcosme de la ville (voir encadré 1 ci-dessous), transposée sur le plan du film en une sorte de scène. Tout le film se situe dans le marché et ses abords.

Encadré 1 Présentation du lieu : le marché Las Playitas, un microcosme (extrait de la note d'intention, 2006, BR).

Au cœur du marché Las Playitas, on trouve une place comme dans une ville. Une place avec un buste de Bolívar, *el libertador*, symbole de l'indépendance des anciennes colonies espagnoles d'Amérique du Sud. Toutes les villes ont une Plaza Bolívar, une école avec une citation du général.

Las Playitas correspond à un vaste marché dans la ville de Maracaibo. Il est situé le long d'un axe important vers ce qui est identifié comme le centre de l'aire métropolitaine. C'est un lieu où transitent les transports collectifs (bus, cars venant de la Colombie). Son nom vient du cours d'eau qui le jointe (une *cañada*, sorte d'oued canalisé dans ce climat semi-désertique), bordé par des étendues de sable formant de petites plages (*playitas*).

Le marché actuel correspond à l'appauvrissement d'un marché formel au cours des années 1980 ; les commerçants d'alors ont relocalisé leurs activités dans d'autres secteurs de la ville. Sur des terrains vacants, mais dont le sol relevait d'une propriété plus ou moins légale, des commerçants ont fait une invasion et occupé le terrain. Aujourd'hui, on ne sait pas trop le statut du sol, mais les commerçants le revendiquent comme le leur. Les pas de porte se revendiquent et font l'objet d'un marché intense. La station de métro aérien (un train léger) d'abord prévue pour ouvrir fin 2006 (son ouverture a été reportée d'un an) aura certainement un impact, mais il est difficile de l'évaluer. Des projets de reconfiguration des accès du marché sont prévus.

Le marché est différencié selon les produits et le *standing*, du *platanero* (vendeur de bananes) au marchand de meubles d'origine ibénoise. La rue sépare la partie non consolidée, aujourd'hui restreinte, qui occupe un terrain sous le soleil, d'un vaste ensemble couvert. La rue est souvent occupée par des étalages de petits commerçants qui s'installent là où ils le peuvent. Circuler dans le marché, composé de plusieurs édifices, c'est changer de quartier comme dans une ville : *sector Nasa*, *sector 100 boutiques*, *sector El Fortín*, *sector Terreno viejo*... les noms font référence à des anciens magasins. C'est un véritable labyrinthe pour les personnes non familières. Des panneaux de couloirs permettent de se repérer. Les enseignes reflètent la personnalité du commerçant.

³ Les durées sont fixes et correspondent aux normes audiovisuelles (26 minutes, 52 minutes etc.). Il est difficile d'échapper à cette contrainte.



Fig. 8 - Une entrée du marché, le secteur « 100 boutiques ». (Image extraite de la note d'intention), BR, 2006.

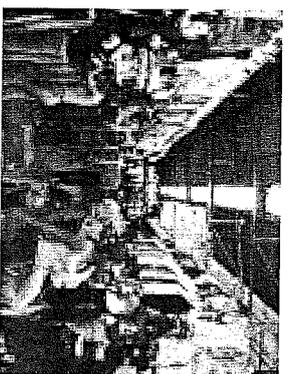


Fig. 9 - Dans le secteur « 100 boutiques ». (Image extraite de la note d'intention), BR, 2006.

Las Playitas constitue un lieu de sociabilité et une source de revenus, pour les habitants des *barrios* (quartiers autoconstruits), les immigrants colombiens et les *Gugithros* (*Wayuu*)⁴. C'est aussi un lieu d'itinéraire social, la place dans le marché reflétant la position sociale. Chaque changement d'état, comme dans un jeu de société, correspond à une nouvelle position et à un rapport différent avec le marché. Toutefois, seuls quelques uns arriveront à concrétiser leur volonté d'ascension sociale, en raison de la concurrence et des aléas de l'activité. On peut ainsi structurer l'intention du film à partir de l'idée de microcosme, qui renvoie en miniature à la ville et à la société vénézuéliennes.

Le *traitement du film* correspond à la mise en œuvre technique du film. J'ai (BR) choisi un *dispositif* de tournage léger (caméra numérique HDV) inspiré du 'cinéma vérité'⁵, sans voix off (donc en espagnol, sous-titré ensuite en français), en 'immersion' dans le marché. Contrairement au film précédent, *Trappines in Vancouver*, où j'ai filmé seul, j'ai travaillé avec un preneur de son, afin de rendre compte de l' 'univers' dense, autant sonore que visuel, que constitue un marché vénézuélien, autrement dit *l'ambiance* d'un lieu. L'ambiance d'un lieu, qui sollicite la perception sonore et visuelle, échappe généralement aux recherches de terrain, en raison des outils 'classiques' utilisés ; le chercheur ne lui accorde généralement que peu d'attention. Dans l'intention du film, le son a été considéré comme une matière à travailler au même titre que l'image.

Le travail du film documentaire est généralement collectif et souvent parcellisé en fonction des étapes et des techniques. Ma démarche prend un sens en cherchant à maîtriser directement à la fois la réalis-

⁴ Population autochtone transfrontalière originaire de la Guajira.

⁵ Ces expressions désignent une forme de cinéma documentaire, apparue dans les années 1960, rendue possible par l'équipement léger et la synchronisation de l'image et du son.

tion et l'image. Cela permet, en effet d'intégrer le regard de 'chercheur' et de 'documentariste'. Le montage, en revanche, a été réalisé avec une monteuse, ce qui a permis, outre de bénéficier de la maîtrise technique du banc de montage, de prendre une certaine distance avec l'expérience du tournage et du terrain, en passant du regard du filmeur au spectateur.

Le projet a été déposé ensuite au fonds d'aide à la production (via les affaires culturelles de la Région) par une société de production. Il a été évalué par des professionnels de la filière documentaire et de la culture (producteurs, réalisateurs, notamment) sur dossier et entretien. Le financement à une société de production a permis de prendre en charge un certain nombre de coûts - notamment pour le tournage (matériel léger : caméra HdV, micros etc.), et, surtout, le montage au retour.

Du tournage au montage

TROUVER SA PLACE

Le tournage pour ce film a duré environ deux mois, mais cela ne voulait pas dire que je (BR) filmais tous les jours. En revanche, j'étais présent pratiquement tous les jours dans le marché, de l'ouverture (parfois avant) à la fermeture. Beaucoup de temps a été passé seul, sans preneur de son. J'ai d'abord travaillé dans le bar-épicerie de Norberto, dans le secteur "100 boutiques". Ce commerce est le lieu de rencontre des marchands du couloir (*pasillo*) et du secteur (*sector*) et constitue donc un endroit privilégié. Cette présence a permis de se faire reconnaître une place dans le marché ; il était surprenant pour les commerçants qu'un universitaire puisse travailler à Las Playitas, dans une petite échoppe au fond d'un couloir. Pour filmer, il faut aussi trouver sa place au sens physique du terme. Cela nécessite de prendre du temps, pour incorporer les rythmes de la vie du marché, la gestuelle, le rapport du corps à l'espace des différents personnages, en fonction de leur travail.

Les commerçants n'étaient pas timides face à la caméra. Pour que la caméra soit un objet approprié, banalisé, au delà de l'effet d'attraction du début, il a fallu un certain temps. J'ai expliqué qu'il ne s'agissait pas d'un reportage d'actualité télévisée, mais d'un film documentaire. Au fur et à mesure du tournage, la caméra est devenue le principal support d'échanges avec les commerçants. Elle m'a accordé une fonction dans le marché : j'étais devenu une sorte de 'commerçant ambulante', à la fois extérieur et partie prenante du marché.

LES PERSONNAGES ET LEUR POSITION, DU TROTTOIR À LA PLACE BO-LIVAR

La position sociale du commerçant est signifiée par sa position dans l'espace. Dans l'intention du film, nous avons grâce au travail de recherche-action identifié des personnages-types, du commerçant ambulante au commerçant établi, en passant par le *buhonero*, petit marchand qui occupe illégalement un bout de trottoir au bord du marché couvert. A part Norberto, les personnages du film ont été finalement rencontrés au tournage : un vendeur d'eau de coco qui lutte pour garder le bout de trottoir qu'il s'est approprié, un *carretillero*⁶, un restaurateur qui circule dans le marché pour livrer des repas, un vendeur de billet de loterie (illégal). Ces personnages permettent de déambuler dans le marché et de donner une dimension collective.

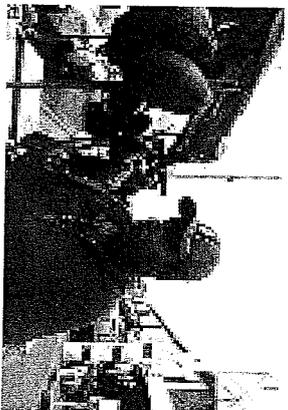


Fig. 10 - Image extraite du film. Le vendeur d'eau de coco qui lutte pour sa place sur le trottoir.

La mobilité de l'extérieur du marché vers l'intérieur du marché correspond à une ascension sociale. Beaucoup de commerçants ont commencé comme *buhonero*, puis se sont établis dans le marché, à l'exemple de Gloria, marchande de tissu située à côté de la place Bolivar que nous voyons dans le film.

Je pensais aussi solliciter un grossiste, qui correspond à la catégorie la plus aisée, dont les magasins sont souvent tenus par des Syro-libanais⁷ venus de la Colombie voisine. Plus la catégorie sociale est éle-

⁶ Métier qui consiste à transporter les marchandises dans un chariot, surtout entre les grossistes et les détaillants. Le *carretilero* rencontré est connu pour sa rapidité : il est ainsi surnommé *correcaminos* du nom du personnage d'un dessin animé de Tex Avery : le *roadrunner* (oiseau du sud des Etats-Unis) ou « bip-bip ».

⁷ Au Venezuela, on désigne un commerçant d'origine syro-libanaise par l'expression *drade* (« arabe »). A Maracabo, et à Las Playitas en particulier, beaucoup sont venus de la région voisine de la Colombie pour y développer des commerces.

vée, moins elle est visible et accessible. C'est en fin de tournage que nous avons une entrée prometteuse, mais un événement inattendu a bouleversé notre intention.

QUAND L'ÉVÉNEMENT SURVIENT...

En effet, au court de notre séjour, une explosion s'est produite dans le secteur de Las Playitas, à l'extérieur du marché couvert, dans le secteur *platanero* (vendeurs de banane) : un magasin de pétards et feux d'artifice, ouvert pour les fêtes de fin d'année a explosé, causant des pertes humaines et des dégâts matériels importants. La très forte densité, l'état général du bâti et des infrastructures (électricité), font du marché un espace à risques, en particulier pour les incendies. Dans le contexte d'incertitude quant à l'avenir du marché, cet événement dramatique a provoqué une très forte émotion et inquiétude parmi les commerçants.

L'explosion et l'incendie ont réorienté le tournage. Le risque était de tomber dans le spectaculaire, à l'exemple des médias locaux qui se sont déplacés, le jour suivant l'incendie, puis ont disparu. La démarche documentaire, qui demande une implication dans le temps et dans les lieux, apporte un contre-point à l'actualité médiatique. J'ai donc pris une certaine distance avec l'événement, distance qui répondait aux considérations éthiques du point de vue documentaire (quoi montrer ?).

L'événement a révélé la condition fragile des commerçants. Le secteur de Las Playitas était déserté par les clients. La crainte viscérale d'être expulsé des lieux, de perdre tout du jour au lendemain, de devoir à nouveau *buhonero*, a alimenté des rumeurs de pillage, des mouvements de panique, les jours et les semaines suivantes.

Cet événement dramatique a replacé le marché dans les enjeux de la ville et finalement rejoint la recherche-action des collègues vénézuéliens.

UN TRAVAIL DE TERRAIN INTENSIFIÉ

Le tournage intensifie la pratique de terrain : il permet de développer une acuité du présent (il faut avoir une concentration visuelle et auditive forte pour filmer). Beaucoup de rushes n'ont pas été utilisés pour la version finale du film⁸, mais l'expérience du tournage a contribué à comprendre les liens forts des commerçants au lieu, lieu support de relations sociales. Les commerçants habitent le

⁸ Certaines séquences ont été gardées ; ce matériau peut être retravaillé plus tard.

marché. Le tournage et l'immersion dans Las Playitas m'ont amené à relever, à une échelle micro, des formes de syncrétisme culturel dans différentes manifestations de la vie quotidienne. La présence en toute occasion de la musique populaire, le rapport du corps à l'espace, etc. Je me suis rendu compte de l'importance de la "socialité de couloir" et de la "socialité de secteur", qui relèvent à la fois de la sociabilité de travail et de voisinage, un peu comme dans une rue et dans un quartier. J'ai essayé de retranscrire ces dimensions dans le film.



Fig. 11 - Image extraite du film.
Le corps au travail
(bar-épicerie de Norberto).



Fig. 12 - Image extraite du film.
Le corps à la fête
dans le couloir. Le syncrétisme culturel, caractéristique de la région du lac de Maracaibo s'y exprime).

Les étapes en aval : du montage aux diffusions

LE MONTAGE : FAIRE LE DEUIL DU TOURNAGE

Le montage, fait en France, plusieurs mois après la fin du tournage, avec une monteuse, a constitué une autre étape importante. Dans un premier temps, il a été nécessaire de regarder l'ensemble des séquences filmées, de les inventorier précisément, pour les mémoriser ("dérushage") non plus en fonction de l'expérience du tournage, mais en adoptant un regard neuf, permettant de se mettre à la place d'un spectateur. Le risque est d'être submergé par les images.

Un film est une mise en récit, ce qui passe par des agencements entre le temps et l'espace différents de la géographie "classique". La logique répond, comme pour une carte, à un langage qui compresse le réel pour mieux l'approprier. A la différence d'une carte, ce langage n'apporte pas un regard zénithal sur le monde, un espace euclidien, mais un espace-temps, qui transpose par le rapport du corps dans l'es-

pace, les interactions, le contexte spatio-temporel et sonore. Nous avons procédé par étape, grâce à la confrontation avec le regard de la monteuse, jusqu'à aboutir à la durée du film, autour de 56 minutes, correspondant à celle prévue.

Nous avons donc du laisser plusieurs séquences qui nous paraissent importantes au moment du tournage, mais qui ne s'inscrivaient plus dans la trame du récit. J'ai toutefois gardé des archives (des rushes placés bout à bout), qui n'ont donc pas fait l'objet d'un véritable montage, mais qui ont été agencées et gravées sur le DVD (*Voices de las Playitas*, « voix des Playitas »). Nous avons ainsi gardé des entretiens de commerçants libanais, des séquences d'autres commerçants ambulants, de commerçants wayuu. Par exemple, une séquence composée de deux trajets à Macao, petite ville commerçante en Colombie, située près de la frontière, lieu d'approvisionnement du marché. Elle rend compte des activités des femmes entrepreneurs wayuu, population transfrontalière, qui jouent le rôle d'intermédiaires entre les grossistes et les détaillants. Cela relevait finalement plus d'une ébauche d'un film à faire que d'une séquence du film *Las Playitas*. En effet, un tournage peut ouvrir sur de multiples pistes, ouvrir d'autres films potentiels. Nous avons préféré garder une unité de lieu – le marché et ses alentours immédiats – pour obtenir davantage de cohérence. Il faut, en effet, travailler par réduction successives et faire le deuil du tournage pour se concentrer sur le matériel rapporté. En revanche, ces rushes (images brutes) ou séquences (unités narratives) peuvent être utilisés comme documents bruts, en dehors du film, pour enrichir la recherche.

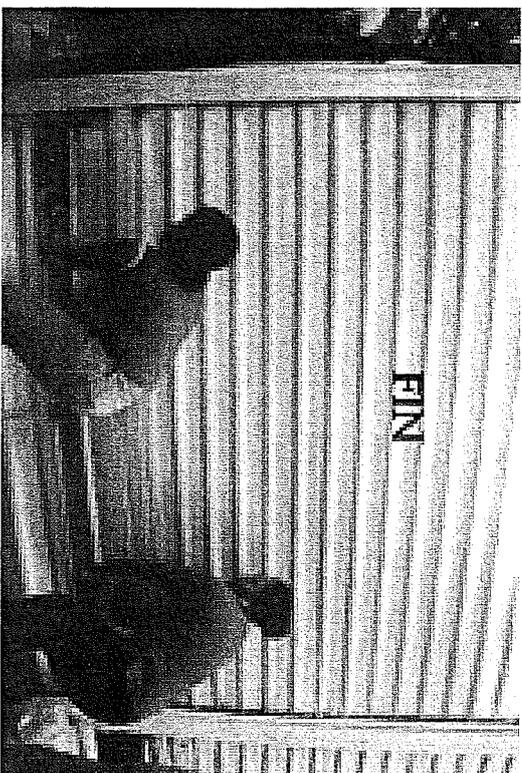
LA DIFFUSION, DE LAS PLAYITAS AUX SALLES DE COURS

La diffusion correspond à plusieurs étapes. La première étape a été celle de la restitution aux premières personnes concernées, les commerçants de las Playitas. Cette étape est importante pour des raisons éthiques, tout d'abord, afin que les personnes partie prenante se s'approprient le film. Nous avons projeté le film dans le couloir du secteur "100 boutiques". A ce premier stade, de confrontation des regards, il y a souvent peu de débat collectif : les gens cherchent d'abord à se reconnaître individuellement et collectivement (autrement dit à négocier la marge entre le personnage du film et l'image de soi). On peut penser que le film a été rapidement approprié : en effet, avant la projection, le DVD a été piraté et mis en vente dans le marché. La deuxième étape correspond à celle des débats dans la société locale. Le film *Las Playitas* a été montré à plusieurs endroits à Maracaibo, correspondant à d'autres publics. Dans ce cadre, Norberto est interve-

nu plusieurs fois, apportant son témoignage. Le film a surtout contribué modestement à "démarginaliser" Las Playitas en montrant son importance sociale, économique et culturelle dans la ville. Cela a aussi renforcé la légitimité universitaire et sociale de la recherche-action. En 2007, il n'a pas permis en revanche de s'inscrire dans une dynamique de forum public avec les autorités, car la situation politique locale ne permettait pas, la municipalité et les autres acteurs (autorités du métro) étant peu enclins à la concertation. Un des objectifs de ce projet était que les acteurs de la recherche-action (universitaires et commerçants de Maracaibo) puissent s'approprier le film dans la durée, le réalisateur s'effaçant. En 2010, il a ainsi fait l'objet d'une projection publique dans le marché, comme élément de mobilisation et de débat public (*cineforo*).

Par ailleurs, le film été diffusé au Venezuela et en France, dans des rencontres de film documentaire (projections-débats), sur des chaînes de télévision régionales et locales.

En s'éloignant de Maracaibo et du Venezuela, le film prend d'autres fonctions, en relation avec son énonciation : les modalités de sa projection, de sa diffusion et des publics sollicités. Par exemple, en dehors du contexte vénézuélien, le film suscite la comparaison avec d'autres marchés populaires à travers le monde. Le film fait aussi l'objet d'une utilisation pédagogique en géographie, en architecture, en sociologie et anthropologie par des collègues au Venezuela et en France (voir encadré 2, qui concerne un public français). Ce film peut être énoncé et utilisé de plusieurs façons, en fonction des publics. Il peut être utilisé tout seul, comme support de débat, ou avec un complément écrit, des cartes, etc., chaque langage contribuant à révéler s dimensions spatiales (spatialités) et sociales, contribuant ainsi à informer (mettre en forme) la réalité.



Comprendre le Venezuela « par le bas ».

Analyse du film documentaire de Benoît Raouik.

Jean-Marc Fournier Université de Caen Basse-Normandie

Las Playitas 9, 2007, Tarnak Production, 56 mn.

Analyse des personnages, des "acteurs", de leurs positions sociales, de leurs conditions sociales, de leurs pouvoirs. Qu'est-ce que chaque personnage apprend sur les conditions de vie des strates sociales populaires ? Sur les possibilités d'ascension sociale ? Sur les différences sociales à l'intérieur de ce groupe ?

Le marchand d'eau de coco

Le livreur du marché avec chariot (*correcaminos*)

La commerçante (boutique de vêtements, ancienne vendeuse de sous-vêtements)

Les danseurs et musiciens de San Benito (saint noir)

Norberto (propriétaire du bar-épicerie)

Le « prophète » de Jésus-Christ au haut-parleur

Les journalistes (reporters et en studios)

La police

Les protestataires (*Comité Consejo comunal*)

Les commerçants en petite assemblée dans le marché

Hugo Chávez

Gustavo Chourio (universitaire) etc.

Analyses des espaces géographiques

Comment fonctionnent ces espaces ? Sont-ils ouverts ? Fermés ? Peut-on classer ces espaces et en faire une typologie ? Sur quels critères ?

La rue

⁹ *Synopsis* : à Maracaibo, le marché populaire de Las Playitas constitue une scène représentant la vie vénézuélienne. Dans ce lieu de la consommation s'entremêlent le rêve collectif d'ascension sociale et la précarité des gens qui y travaillent. C'est un lieu de sociabilité, qui rythme les grands et les petits moments de la vie.

Les trottoirs
 Les entrées du marché
 L'intérieur du marché : couloirs, labyrinthe, etc.
 Les boutiques (différentes catégories)
 Les restaurants

La place Bolívar
 Le lieu de l'explosion
 Le bar de Norberto
 La station de radio, etc.

Analyse des temporalités
 La vie quotidienne est-elle révélatrice du Venezuela « d'en bas » ? Que révèle en particulier l'événement « exceptionnel » ?

L'aube, l'ouverture, la journée, le repas du midi, la fermeture, la nuit
 Un événement « exceptionnel » (l'explosion) : pendant, le lendemain, après
Analyse des bruits, sons, musiques, etc.

Comment contribuent-ils à définir des espaces, des ambiances, des décors particuliers ?

Les bruits de la ville
 Les bruits de voitures
 Les interpellations des personnes
 Les conversations
 Les musiques
 Les silences, etc.

Conclusion

Ce marché de *Las Playitas* présente des traits communs à d'autres marchés des pays en développement et des caractéristiques spécifiques. Peut-on dire que ce marché est un microcosme de la société vénézuélienne ?

Références bibliographiques

- Chourio G. et A. Etcheverría (2001), "Hacia una interpretación de la dinámica barrial en Maracaibo", *Revista mexicana de sociología*, vol. 63, n. 1, pp. 177-200.
- Fournier, J.M., G. Chourio et A. Etcheverría (2005), "L'appropriation socialement différenciée de l'espace urbain de Maracaibo (Venezuela)", *Norris*, 195, pp. 43-58.
- Raoult B. (2009a), "Il procedimento geodocumentario. Saggio sulla funzione riflessiva della geografia sociale in un mondo mediatizzato", *Bollettino della società geografica italiana*, 1, pp. 49-74.
- Raoult B. (2009b), "Le film documentaire : une méthode pour rendre audible la marginalité (essai sur la démarche géodocumentaire)", in Bastian S. Bulot T et E. Burr, s.l.d., *Sociolinguistique urbaine et développement durable urbain*, Martin Meidenbauer, Munich, pp. 245-269.
- Raoult B. et G. Chourio (2006), "La photographie, une méthode de recherche. Éléments de réflexion à partir des icônes-écrits urbains et application sur le marché de Las Playitas de Maracaibo", in Bulot T. et V. Verschambre, s.l.d., *Mots, traces, marques : dimension spatiale et linguistique de la mémoire urbaine*, L'Harmattan, Paris, pp. 63-93.

Filmographie

Version internet des films sur le site de films géographiques <http://doc2geo.googlepages.com>

2003, *Tropiques in Vancouver*, 37 min., DV cam, réalisation et image : Benoît Raoult, montage : Ghislaine Dubarry. Production Tarnak Films, avec le soutien de la Région Basse-Normandie et du Centre National de la Cinématographie (CNC); VO en anglais, sous-titrée en français. Production Ateliers Cinéma de Normandie et SFRS (GERMES), en co-production avec Cityzen TV. Distribution : www.cerimes.fr

Fiche du film *Las Playitas*

2007, *Las Playitas*, 56 min., HdV, réalisation et image : Benoît Raoult, Production Tarnak Films, avec le soutien de la Région Basse-Normandie et du Centre National de la Cinématographie (CNC); VO en espagnol sous-titrée en français (2007), ou en espagnol sous-titrée en anglais (2010). Production Tarnak Films en co-production avec Cityzen TV, France. Réalisation et images : Benoît Raoult. Son : Santiago Ortega et Emmanuel Hernandez-Avila. Montage : Amélie Bouillon. Avec le soutien de la Région Basse-Normandie et du Centre National de la Cinématographie (CNC).