

La revue des ressources

-- Création littéraire - Carnets de Voyage --

Carnets de Voyage



**Shibuya / Under
Control**

Pierre Alex
lundi 23 juin 2008

Chaque fois que je débarque à Shibuya, je me dis : "Je suis à Tokyo".

Il y a tout. Les écrans géants qui diffusent la publicité en continu ; les magasins sur quatorze étages, où les Japonaises dans le vent trouvent les fringues qui seront à la mode la semaine suivante ; la foule massée le long du trottoir en attendant de traverser. Shibuya, c'est Tokyo, c'est le Japon, c'est le monde. La mecque du consumérisme. La cathédrale gothique du capitalisme.

Mais attention, ici, c'est le capitalisme à l'ancienne. Pas de concessionnaire porsche, de magasin dior ni de "concept restaurant" aux saveurs sophistiquées. Ici, la classe moyenne vient boire un verre après le travail, flamber un peu au pachinko, pousser la chansonnette dans un karaoke. Shibuya est somme toute un quartier populaire. On est loin du luxe "premium" d'Omote Sando, loin de la fausse discrétion "business" de Ginza. Ici, on vient pour s'amuser et dépenser son argent. Le capitalisme à l'ancienne, c'est celui qui se contentait de neutraliser les masses.

Donc, je me dis que je suis à Tokyo. Et ça tombe bien parce que le quartier dans son ensemble me le répète sans arrêt. Depuis le vendeur à la criée de téléphones portables, jusqu'à la tour "109", chaque élément du décor est une caricature de lui-même. Et dans une surenchère permanente, on invente de nouveaux clichés, prêts à l'emploi, aussitôt dilués dans la marmite géante des clichés qui font que Sibuya est Shibuya. Le rapport des Japonais à l'image, à l'image de l'image, a atteint au fil des siècles un raffinement qui confine à l'absurde. Et c'est de cet absurde que naît la véritable splendeur de Sibuya.

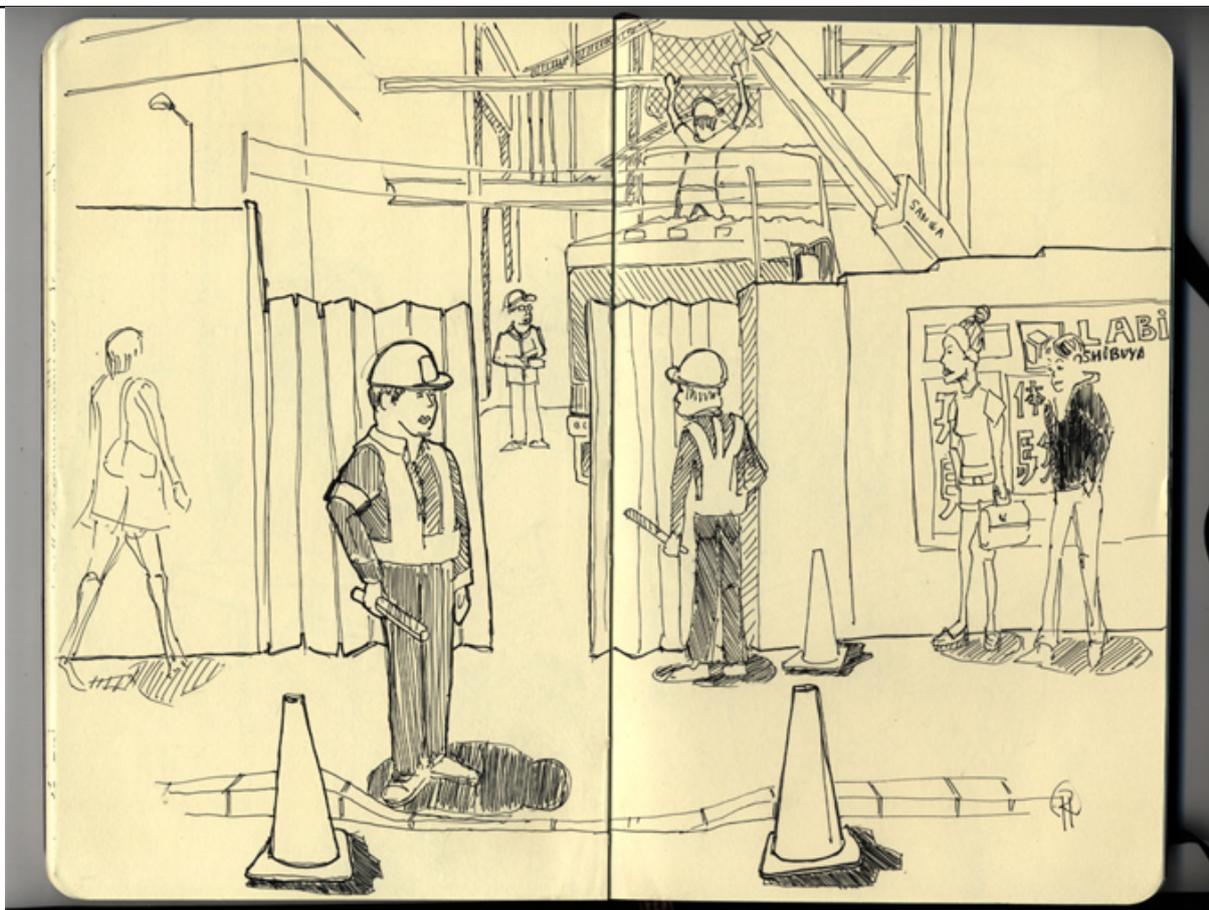
Au sein de cet abîme, il existe des codes. Il y a toujours des codes ; des systèmes. La loi. L'ordre. Moins on le voit, et plus il existe. Je propose donc une promenade dominicale, au fil des rues de Shibuya et de mes réflexions approximatives sur la sécurité, l'ordre et la beauté.

Welcome



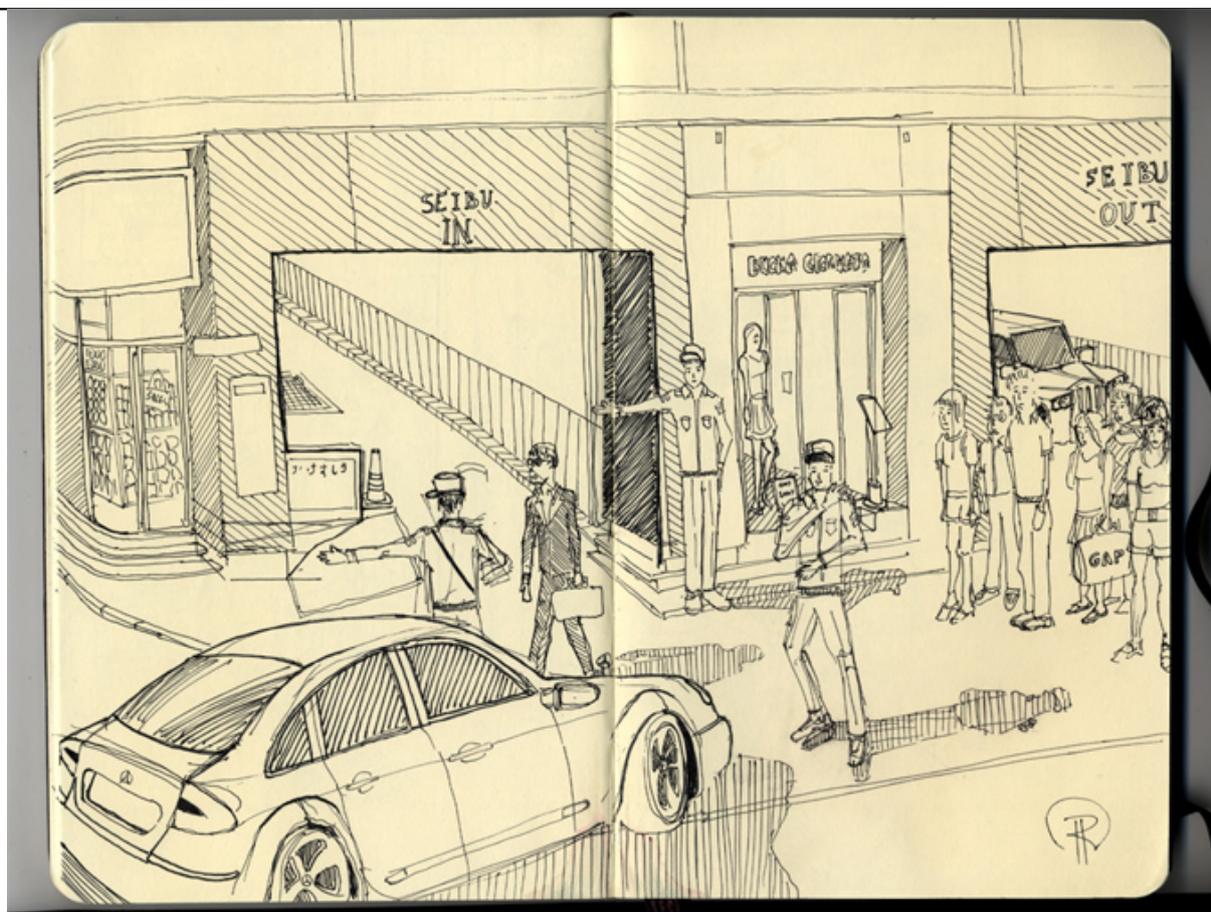
Lieu de rendez-vous moins fréquenté que la statue du chien "Hachiko", à cinquante mètres, un poste de police (Koban) se trouve juste à la sortie de la station JR de Shibuya. Cet après-midi, un sexagénaire, un grand type à lunettes pas très gracieux et un jeune agent plutôt beau gosse montent la garde. Ils ont beaucoup à faire. On leur demande souvent où se trouve tel building, tel café. Il n'y a qu'eux qui savent. Ils possèdent les cartes détaillées du quartier, celles où les blocs sont numérotés. La plupart du temps, les jolies filles demandent leur chemin au plus "kawaii" des trois policiers. Les deux autres n'ont pas l'air de mal le prendre. A Tokyo les rues n'ont pas de nom. Pour se rendre quelque part il faut soit un flic, soit un gps.

Men at work



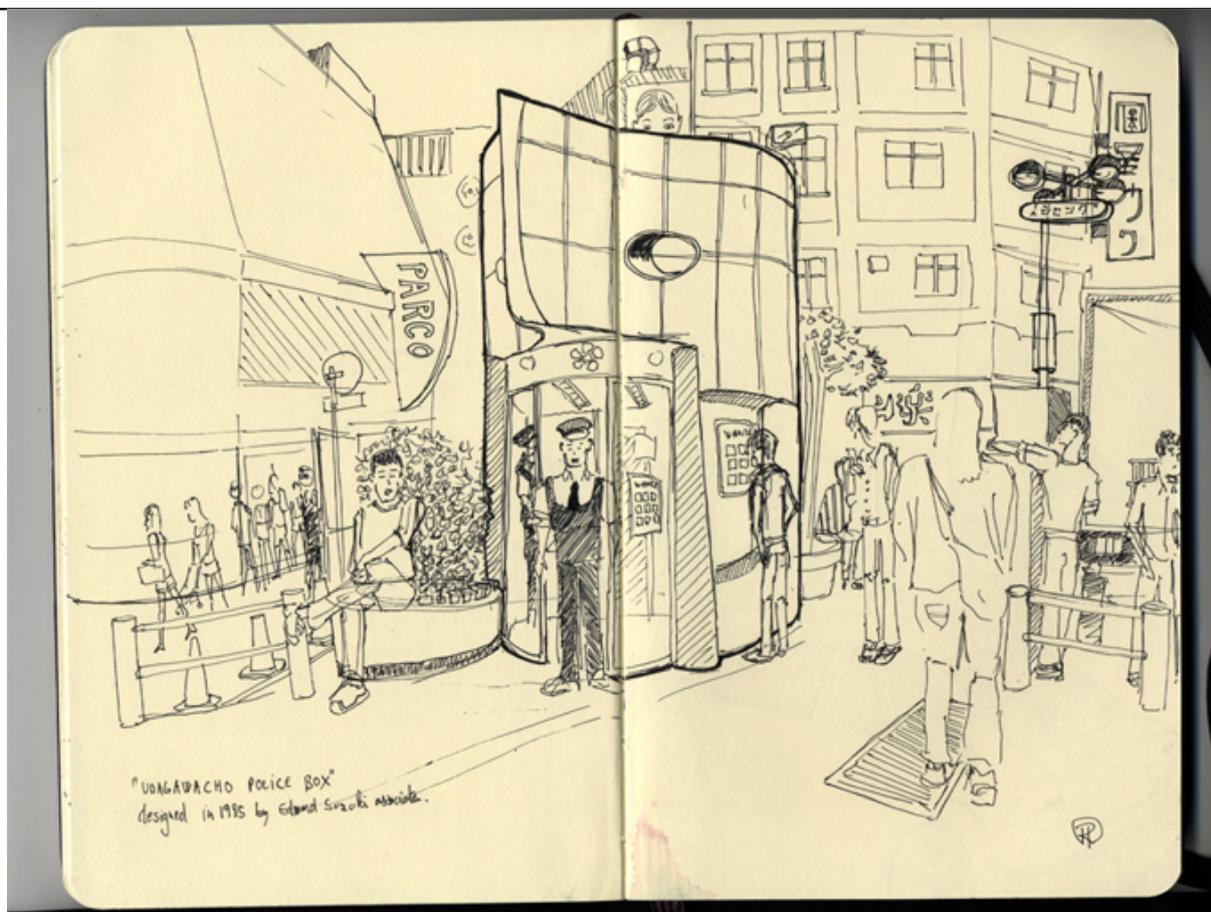
Je remonte la Bunkamura Dori. Un immeuble en construction. Pendant que les grues hissent les armatures, que les travailleurs travaillent et que les chefs commandent, il y a ces espèces de playmobiles, qui assurent la sécurité. Souvent, ils sont plus nombreux que ceux qui font le chantier. C'est très étrange, pour un Français habitué depuis sa naissance aux "restructurations", à "l'abaissement des coûts de fonctionnement" et autres "dégraissages", de voir ces salariés âgés, en casques de chantier et uniformes bleus, qui agitent leur petit bâton rouge pour régler la circulation. Je me demande pourquoi on les oblige à faire ça. Ils ont travaillé pendant quarante ans, ils devraient rester à la maison. Mais la société japonaise préfère sûrement que les citoyens s'activent de façon improductive, plutôt que de les mettre à la retraite. D'ailleurs, ces employés font leur travail avec une motivation et un zèle surprenants. Pas de laisser-aller au pays des samourais. Plus étrange encore, personne ici ne se moque d'eux. "La sécurité, c'est très important. Mais ça, vous ne pouvez pas le comprendre." Mes amis ont raison. Je ne peux pas le comprendre. Ma sécurité, c'est moi qui l'assure. Mais ici, la sécurité se construit par la confiance en la collectivité, et chacun est absolument indispensable et aisément remplaçable.

Voie de garage



Je marche maintenant sur la Koen Dori, un peu après le magasin Disney Store. La légion étrangère est en manoeuvre. Trois gardiens en uniforme kaki, gants blancs et képi, s'acquittent d'une mission de la plus haute importance : faire entrer les voitures dans le parking "Seibu". Là encore, ils sont âgés, soixante ou soixante-dix ans. Ils se sont sûrement fourvoyés dans des caisses de pensions privées qui ont fait faillite, ou alors ils ont dépensé ce qu'ils auraient dû garder pour leurs vieux jours. Certains font ça en complément de leur retraite. Le travail structure tellement les existences qu'il est dur de passer du jour au lendemain au statut d'inactif. Pourquoi ces tenues martiales ? Chaque entreprise de parking a son propre modèle. L'uniforme du Parco, nettement plus chic, ressemble à celui de la garde républicaine. Il est sans doute important de donner une visibilité à ces employés, pour que les passants les repèrent plus facilement. Je pense aussi qu'il motive les gardiens. Ici, un uniforme, ce n'est pas rien. Au Japon, le rapport au vêtement est quelque chose de fabuleux, . Tokyo est quand même une des rares villes au monde où l'on peut croiser, dans la même rame de train, des lycéennes en tenue, chaussettes, jupe et foulard, des salary men, costume-cravate, des jeunes filles habillées façon "lolita", d'autres en kimonos traditionnels, sans oublier les amateurs de "Cosplay", qui se rendent à Akihabara tous les dimanches dans le costume du héros de leur manga favori. Chaque vêtement est une sorte de déguisement... Je repense à ce film de Murnau, "Le dernier des Hommes", dans lequel, vêtu d'une magnifique livrée, le héros est portier du grand hôtel Atlantic. Muté, il doit rendre son uniforme, et il perd ainsi le prestige qu'il avait auprès des siens.

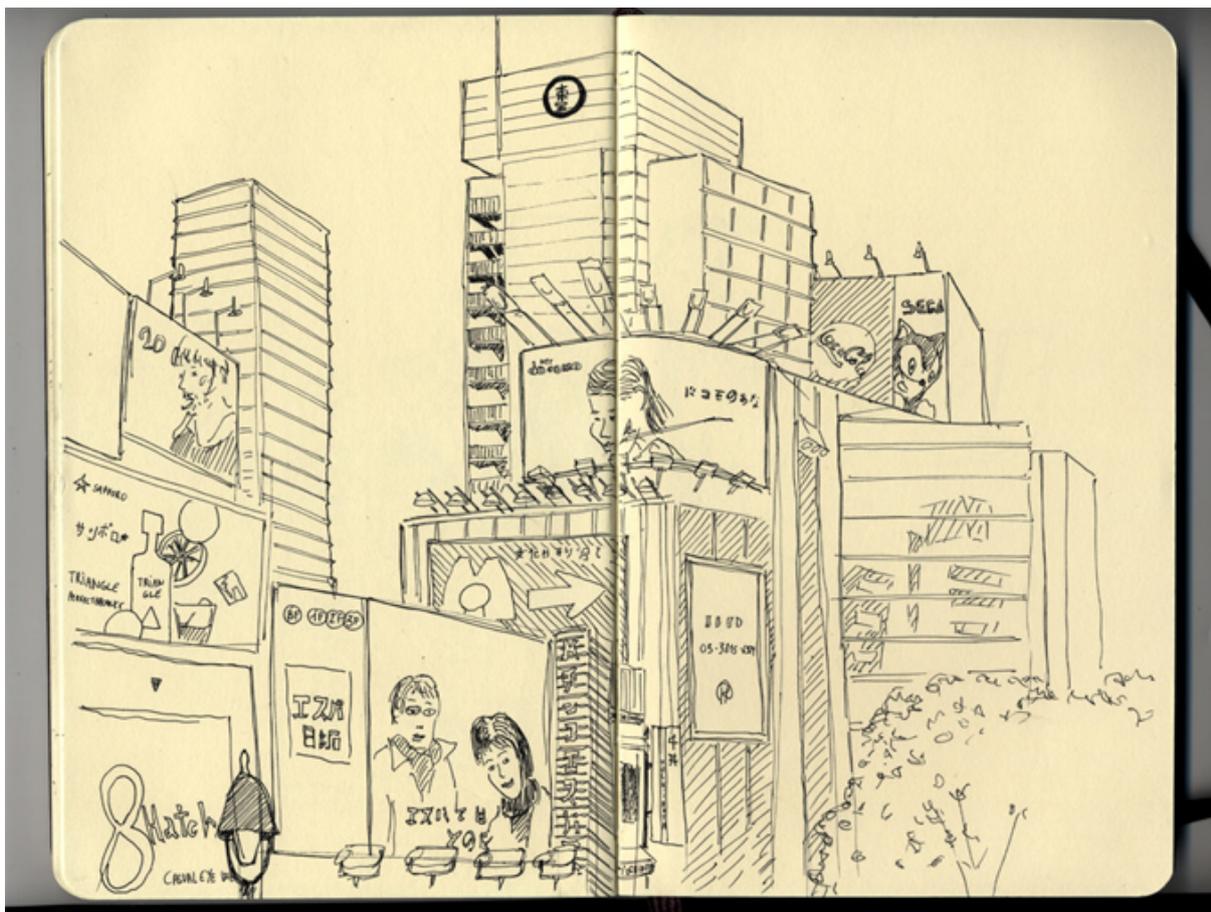
Shibuya Vice



Au Japon, on peut se faire dérober deux choses : son parapluie et sa bicyclette. Dans le premier cas, on rachète pour six cents yens un de ces géniaux pébrocs en vinyle. Dans le deuxième, on se rend au koban. On a de grandes chances de retrouver sa bécane. La plupart du temps, c'est un salary man qui l'a empruntée pour pouvoir rentrer chez lui après le dernier train. Parfois, quelques esclandres. Un client qui chahute, qui ne veut pas payer, un commerçant mahonnête, une bagarre, un pickpocket. Les flics débarquent au moment des premiers éclats de voix. Ils sont six, dix, quinze. La situation s'apaise aussitôt. Plus rarement, le deal. Le Japon est très dur en ce qui concerne les stupéfiants. On fait de la prison pour un peu de marijuana. Alors forcément, les affaires ne se font pas dans la rue. En général, la petite criminalité n'est pas très développée au Japon. On passe directement aux nébuleuses plus sophistiquées. Mais les policiers des koban ne traquent pas les yakuzas. Ils sont équipés de vélos, radio, et armés d'une grande matraque, parfois d'un pistolet. Je les vois parfois s'entraîner, tôt le matin, au Kendo ou au Karaté. A Akihabara, la semaine dernière, c'est un flic de Koban qui a arrêté le tueur. En cas de coup dur, ou d'émeute, ils sont les premiers sur les lieux. On trouve ces microscopiques postes de police dans tous les blocs, dans tous les districts. D'après Nicolas Bouvier, dans "Chroniques Japonaises", "Chaque habitant y a son dossier - origines, âges, casier judiciaire, réputation, conduite, etc - où les entremetteurs pour les "mariages arrangés" vont soigneusement vérifier l'honorabilité de leurs clients." Ce qui fait peur, dans les pays "sécuritaires", ce n'est pas la surveillance en soi. Mais si les choses tournent mal, si on bascule dans le véritable fascisme, les dégâts sont tout de suite plus graves. Le travail a été bien préparé...

Ce koban, en forme de Tomahawk, se trouve à côté de Tokyu-Hands, en plein milieu d'un carrefour. Il semble sorti d'un épisode de Goldorak.

Under control



Il est temps de rentrer. En passant devant le 109, building "phare" de Shibuya, où des milliers de Japonaises viennent s'habiller à la dernière mode, on lève les yeux. L'architecture est une composition publicitaire. La publicité est architecture. Le marketing est urbanisme. On se donne rendez-vous au Starbucks, puis on va vers ce bar, à côté de l'apple store, et on terminera peut-être par un karaoke en face de sega center. A Shibuya, il n'y a pas d'espace public. Pas de place, de square ni de fontaine. Pas d'endroit où s'asseoir dans la rue. L'espace de la ville, et celui de l'esprit, est entièrement occupé par les marques.

Quand j'arrive à Shibuya, je me dis "Je suis à Tokyo". Et dans ma tête commence à raisonner la petite ritournelle "Ta ta da ta ta, NTT Docomo, Ta ta da ta ta..."