

Creative Mobilities Forum
Grenoble, le 29 septembre 2017

**Medellin, la construction du discours de la “Culture Métro” et ses impacts sur la
“Culture Citoyenne”**

Beatriz Villa

Docteure en Sociolinguistique

Laboratoire LIDILEM

Université Grenoble Alpes

La mobilité, c'est bouger, se déplacer, changer, agir. Et à ce titre, aujourd'hui nous réfléchissons sur l'avenir de nos pratiques de mobilité car nous sommes de plus en plus conscients de l'influence qu'elles exercent sur la qualité de l'environnement et de notre santé.

Cette réflexion met au centre l'humain, s'adaptant à des rythmes de vie en accélération, comment faire? comment gérer? comment suivre? comment vivre bien, malgré la vitesse, le temps qui s'envole, les enchainements qui se chronomètrent ?

Aujourd'hui l'invitation est à observer cette réalité depuis nos modes de transport et les espaces qui les composent: l'entrée, la voie, la ligne jaune, la plateforme, la porte, le wagon, la télécabine, la sortie de secours, la station, la ville... Dans ces espaces les masses se déplacent sans cesse.

Le Métro de Medellin, depuis sa mise en circulation en mille neuf cent quatre vingt quinze (1995), a su prendre en compte ces moments d'attente et de projection sur sa destination, pour faire appel à d'autres niveaux de conscience chez les passagers. Le temps d'un déplacement ne peut pas être accessoire, ce temps est précieux et doit être habilement orchestré pour que le parcours devienne une expérience, une pause, une parenthèse, une détente, une bonne respiration, un échange cordial.

A Medellin, le principe est de croire que la tranquillité, la propreté, le confort et l'efficacité doivent être assurés dans les moyens de transport. Le Métro a réussi ce pari. Il est devenu “le mobilisateur” de cet esprit partagé par ses usagers d'être un exemple de “Culture”.

Dans ce contexte, nous entendons par “Culture” *sensu stricto* l'action de cultiver la terre, une signification qui parle certainement à un peuple d'agriculteurs comme les Medellinois. Au sens figuré la culture se réfère à l'action d'éduquer l'esprit. Cependant, le sens moral me semble être le plus proche dans le cas de Medellin, à savoir que la construction d'une Culture, Métro ou Citoyenne, consiste à développer des facultés intellectuelles par des exercices appropriés. Autrement dit, ce serait “l'action de civiliser”. D'ailleurs, la carte personnelle sans contact pour l'utilisation du système de transport en réseau Métro, à Medellin, porte le nom de “Cívica”, à Grenoble c'est la carte “Oùra”.

Pour nuancer la normativité et la hiérarchisation que suppose la notion de “civilisation”. Je retiens la définition de Marcel Mauss selon laquelle, la culture est un “ensemble des formes acquises de comportement dans les sociétés humaines”.

La **question** que je pose tout particulièrement dans le cadre de cette rencontre interroge la manière dont, dans une société aussi violente, le Métro de Medellin a réussi à instaurer une Culture de l’Usager, qui demande à être mise au service d’une restauration d’une Culture Citoyenne. Ce sont, en fin de comptes, deux questions: (i) la construction de la Culture Métro et (ii) son rayonnement dans la ville.

Le **constat** est que les habitants de Medellin sont fiers de leur système de transport massif en réseau “Métro”. Celui-ci inclut deux lignes ferroviaires aériennes, un tram, cinq lignes par câble, comme les bulles de Grenoble, deux lignes de bus. Et cela fait un total de 73,5 kilomètres. Avec une capacité de 140 mille passagers par heure. Le système a transporté 270 millions de passagers en 2016.

Sur une population de 2’500.000 d’habitants, ont été investis en transport, 117 millions d’euros dont 47 euros *per capita*. Sur le total de ce budget dédié au transport, la ville a investi 46% dans le système de transport massif Métro.

Selon la dernière Enquête de Perception Citoyenne Medellin 2016, les niveaux les plus élevés de satisfaction par rapport au transport, parmi les modes massifs et collectifs, sont dans l’ordre, le taxi (83%), le téléphérique Métrocable (77%), le bus Métroplus (75%) et le train aérien Métro (74%).

Je laisse un peu les chiffres de côté pour tenter de **répondre** à mes deux questions.

(i) D’abord comment le Métro a-t-il réussi à instaurer une Culture Metro?

Depuis ses débuts, il s’est positionné comme un symbole de l’idiosyncrasie locale. C’est-à-dire l’expression concrète d’un savoir-aller-de-l’avant “*ser echao’ pa’ lante*”, pour ceux qui comprennent l’espagnol païsa. Les Païsas sont des hommes et des femmes fiers, dotés d’une invincible capacité à maîtriser les difficultés jusqu’à leur résolution, avec créativité, optimisme et foi. Un peuple profondément croyant et imprégné des valeurs religieuses. Le Métro incarne la fierté d’un peuple qui quatre ans auparavant, en 1991 recevait le titre de la ville la plus violente au monde. Grâce au Métro, Medellin se reconnaissait dans une image plus positive telle que le passage à une ère nouvelle de modernité.

A partir de là, l’intérêt de prendre soin du Métro a été partagé par une très large majorité. Le Métro a su embaucher et maintenir à disposition des “Personnes-ressources” chargées d’accompagner les voyageurs à des endroits ponctuels de leur parcours (à l’entrée, au guichet d’accueil et sur la plateforme). Egalement, le Métro a su rapidement communiquer pour préserver son image positive.

Nous avons décortiqué les messages vocaux qui sont émis dans les stations et aussi dans les wagons, et nous avons repéré de grands traits qui sont:

- (1) la porosité entre les personnes “tous”, “nous” et “tu”
- (2) cinq notions porteuses: la sécurité, l’efficacité, le confort, la cordialité et l’engagement
- (3) un contenu plutôt performatif qu’informatif
- (4) l’insistance sur les “rappels” (recuerda que...), comme des appels à la conscience
- (5) beaucoup de messages vocaux et très peu d’écrit
- (6) dans les wagons on entend une voix enregistrée alors que sur les plateformes la voix est en

directe

(7) les consignes sont accompagnées d'une explication

(8) la négation est contournée ou nuancée par le verbe "éviter de"

(9) la définition claire de ce qui est la Culture Métro

(10) des descriptions détaillées sur la gestion du corps et l'occupation de l'espace

Le métro forme ses usagers à suivre un code stricte de comportements adéquats dans le système et parallèlement il s'améliore chaque jour pour offrir un service plus efficace, sûr, innovant et agréable. Dans ce "donnant- donnant" se crée une sorte de cercle vertueux où chacun donne le meilleur de soi, on assume que les bons comportements des usagers ont un impact sur l'efficacité du système, et vice-versa.

En bref, le Métro a réussi à créer une Communauté d'Usagers à travers la prise en compte du caractère des autochtones, la clarté de ses consignes concernant la gestion corporelle et l'imbrication espace-temps. Et enfin, ces messages portent davantage sur la reconnaissance et la prise de conscience que sur la pénalisation.

(ii) Ma deuxième question concerne la demande des habitants et des administrations municipales pour que cette cohabitation dans le respect soit aussi possible à l'extérieur des infrastructures du Métro, dans les rues et dans les espaces publics en général. Pour que la Culture et la Mobilité dans la ville soient compatibles il faudra d'abord prendre position face à des contradictions écrasantes telles que l'investissement, à la fois, dans une politique de mobilité durable et dans une circulation plus facile pour les modes de transport des particuliers, véhicules et motos, dont l'usage a augmenté en 2016. Ensuite, il faudra investir sur la construction de routes pour les vélos et de trottoirs pour les piétons. Seulement après cela, les campagnes véhiculant le nouveau langage de la Culture Citoyenne seront audibles.

Les enjeux pour d'autres villes se situent moins dans la consolidation d'une nouvelle "Culture" liée aux bons comportements comme dans le cas de Medellin, quoique! pourquoi pas? Mais ce qui reste commun à toutes les expériences de mobilité est la nécessité d'étudier les champs de la cognition spatiale et les dimensions kinesthésiques pour concevoir des espaces plus lisibles, agréables à pratiquer, capables de diminuer la charge mentale des usagers tout en leur offrant une expérience humaine.