



Début avril, les « love motel » brésiliens ont commencé à être désertés par leur clientèle habituelle. Elle pourrait être remplacée par des malades...

extravagantes et les plus kitsch. Pour quelques dizaines ou centaines d'euros, le client peut s'offrir une ambiance Taj Mahal, tente berbère, yacht de luxe, cockpit d'avion, temple grec, ring de boxe, Las Vegas ou donjon « sadomaso » médiéval en carton-pâte, le tout sur plusieurs centaines de mètres carrés, avec chaîne hi-fi, barbecue, piscine privative et, parfois, toit ouvrant inclus. . .

Dans ces temples de la consommation, les clients peuvent passer commande de tout et n'importe quoi : fouet, combinaison de latex, godemiché, champagne, fruits de mer. . . « *C'est un espace utopique concret, entre pudeur et hédonisme, où tout est permis car tout est caché. On y trouve à la fois des personnes qui veulent avoir une sexualité minoritaire, extrême ou tarifée, mais aussi des couples bien installés qui souhaitent seulement pimenter leur quotidien, s'offrir un peu d'imaginaire et de luxe* », résume l'anthropologue français Jérôme Souty, auteur d'un ouvrage sur le sujet (*Motel Brasil. Une anthropologie des love hotels*, Riveneuve, 2015). Confrontés à la crise due au coronavirus, ces établissements ont, dans un premier temps, connu une augmentation significative de leur fréquentation : au moins 20 % de plus que la normale, pour ceux de Rio, durant les trois premières semaines de mars, selon l'hebdomadaire *Veja*. Juste avant que les municipalités ne mettent en place des mesures de restriction, il s'agissait de transgresser une dernière fois les règles, comme avant la fin du monde. « *La situation a fait que les gens ont réévalué l'importance d'être en vie et d'avoir du plaisir* », analysait l'anthropologue Bernardo Conde dans ce magazine. Mais l'acmé n'a pas duré. Début avril, les « love hotels » ont commencé à être désertés. « *La fréquentation chez nous a chuté de 60 %* », confie par téléphone « Espedito », 56 ans, sympathique gérant du New Star Motel, à Rio (qui, avec 48 chambres au bord de l'autoroute, propose « *bon goût et raffinement à petit prix* »). Comme dans d'autres établissements, il a fallu s'adapter pour éviter de mettre la clé sous la porte. « *On travaille masqués, on propose du gel hydroalcoolique aux clients, on lave tout sans arrêt à l'eau de javel* », poursuit « Espedito », qui a dû mettre un quart de ses trente-six employés en chômage partiel. Tous les « love motel » n'ont cependant pas renoncé à attirer le client libertin et certains voient même dans le coronavirus une opportunité. « *Si c'est pour être confiné, autant que ce soit en bonne compagnie* », proclame ainsi le Love Time Hotel de Rio sur son site. Comme d'autres, il met en avant les deux atouts majeurs du motel en ces temps de pandémie : la distanciation et l'hygiène. En règle générale, l'arrivée sur les lieux se fait, en effet, en voiture, après avoir passé un guichet où l'employé de l'hôtel est dissimulé par une vitre opaque. Depuis le garage, un escalier privatif mène directement à la chambre. Celle-ci, insonorisée et le plus souvent dépourvue de fenêtre, dispose d'une anti-chambre ou d'un système de trappe, permettant de se faire livrer sans aucun contact. « *C'est aussi un lieu d'hygiène absolue* », remarque Jérôme Souty. Entre chaque « passage », les chambres sont en effet lavées à grandes eaux et à grand renfort de produits chimiques. C'est donc tout sauf un hasard si le gouverneur de l'État de Rio de Janeiro, Wilson Witzel, a signé au mois de mars une loi lui permettant le cas échéant de réquisitionner les nombreux « love motel » de la région pour des malades du Covid-19 en quarantaine. Un isolement sur des lits ronds aux draps rouges, encerclés de miroirs. . . (M)

AU BRÉSIL, LES « LOVE MOTEL » PRÊTS À ACCUEILLIR DES MALADES DU COVID-19.

Parfaitement adaptés aux exigences d'hygiène et de distanciation, ces temples du libertinage très populaires dans le pays pourraient être réquisitionnés pour des patients atteints du Covid-19 placés en quarantaine.

Texte Bruno MEYERFELD

MALGRÉ LA GESTION DE LA CRISE SANITAIRE DÉPLO- RABLE DE LA PART DU PRÉSIDENT BRÉSILIEN, JAIR BOLSONARO, magasins, bars, restaurants et autres commerces « non essentiels » sont fermés dans la plupart des grandes villes du pays. Mais, envers et contre la pandémie, il est des lieux particulièrement symbolique qui n'ont jamais baissé le rideau. Églises ? Stades de foot ? Centres de beauté ? Rien de tout cela. Il s'agit. . . des « love motel ». Ces lieux de rendez-vous intimes entre adultes consentants, une véritable institution ici, pourraient, dans certains États, être réquisitionnés pour isoler les malades mis en quarantaine. Au nombre de 5 000, répartis sur tout le territoire, ils emploient environ 150 000 personnes, pour 100 millions de nuitées par an, et produisent un chiffre d'affaires annuel estimé à 4 milliards de reais (660 millions d'euros environ). Noirs et Blancs, jeunes et vieux, riches ou pauvres, hétéro ou queer, à deux ou davantage. . . toute la société brésilienne a l'habitude d'y réserver une chambre.

Le concept débarque au Brésil dans les années 1960, sous la dictature militaire. Le pays est en pleine urbanisation et la jeunesse rêve de liberté, de transgression des mœurs et du corps, à l'opposé de la morale patriarcale et catho-conservatrice des généraux à lunettes fumées. Quoi de mieux, alors, qu'un motel, à l'image de ceux qui existent aux États-Unis pour les voyageurs, lorsqu'on veut se retrouver discrètement, de jour comme de nuit, loin des regards de la famille et de la société ? Aujourd'hui, le nom des établissements navigue entre le très explicite et le parfumé. Au choix : Nude, Fantôme, Playboy, mais aussi L'Amour, Bon goût, Fleur de lys ou encore le très culinaire Carbonara Motel. À l'intérieur, il y en a pour tous les goûts, depuis la chambre « classique » (draps rouges, lit rond, miroirs, Jacuzzi. . .) jusqu'aux suites les plus