

CHAIRE de recherche du Canada
en mondialisation, citoyenneté
et démocratie

UQÀM

DOCUMENT DE TRAVAIL DE LA CHAIRE MCD

—

Par Yves Archambault

Le 17 juin 2008

*Les idées exprimées dans ce document n'engagent que l'auteur.
Elles ne traduisent en aucune manière une position officielle de la Chaire de recherche du
Canada en Mondialisation, Citoyenneté et Démocratie.*

**Chaire de Recherche du Canada
en Mondialisation, Citoyenneté et Démocratie**

Université du Québec à Montréal
C.P. 8888, succursale Centre-ville
Montréal, Québec
CANADA H3C 3P8



ARC-17062008

**L'impact de l'industrie touristique globalisée
sur la préservation des cultures
autochtones en Amérique latine :
modes de vie, langues traditionnelles et sentiment identitaire chez
les Quechuas et les Mayas**

Par Yves Archambault
Chercheur associé
Chaire Mondialisation, citoyenneté et démocratie
UQAM

Le 17 juin 2008

TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	1
1 - Un portrait démographique des populations autochtones d'Amérique latine : les Quechuas et les Mayas	4
2 - Quelques considérations sur les notions de mondialisation et d'identité.....	9
2.1 - La mondialisation.....	9
2.2 - L'identité et la culture	11
2.3 - La langue.....	12
2.4 - Le tourisme	13
3 - Les impacts négatifs de la mondialisation et du tourisme globalisé	15
3.1 - Les impacts de la mondialisation	15
3.1.1 - Les impacts culturels	15
3.1.2 - Les impacts identitaires et linguistiques.....	17
3.2 - Les impacts du tourisme globalisé	19
3.2.1- Les impacts culturels.....	20
3.2.2 - Les impacts socioéconomiques	27
3.2.3 - Les impacts identitaires et linguistiques.....	30
4 - Les impacts positifs de la mondialisation et du tourisme globalisé	32
4.1 - Les impacts de la mondialisation	32
4.1.1 - Les impacts culturels.....	32
4.1.2 - Les impacts linguistiques.....	34
4.1.3 - Les impacts au plan identitaire.....	34
4.2 - Les impacts positifs du tourisme globalisé	36
4.2.1 - Les impacts socioéconomiques	36
4.2.2 - Les impacts culturels.....	38
4.2.3 - Les impacts identitaires	43
4.2.4 - Les impacts linguistiques.....	44
5 - Vers un ethno-tourisme autochtone ?.....	45
Conclusion.....	49
Sources bibliographiques.....	53
Remerciements.....	59

Introduction

Merida, capitale de l'État du Yucatan, à 13 heures tous les jours de l'année, des danseurs professionnels s'exécutent devant une foule de touristes, face au Palacio municipal, l'édifice colonial de la mairie bordé d'une double rangée d'arcades cintrées, donnant sur la Plaza Grande, cœur vibrant de cette ville mexicaine d'aspect colonial. C'est la municipalité qui parraine ces spectacles quotidiens de danses folkloriques « yucatèques », selon la formulation officielle. Jupes aux couleurs chatoyantes virevoltent autour des messieurs tout de blanc vêtus, sous un soleil de plomb, sous l'objectif des appareils photos et des caméscopes des touristes qui se pressent autour des danseurs. Or quel sens doit-on donner à ce genre de manifestation? Est-ce l'expression de la fierté de la population locale « yucatèque », heureuse de retrouver ainsi sa véritable identité? Et encore, de quelle identité s'agit-il? D'une identité dite yucatèque, métissée, résultant du métissage de Mexicains de souche européenne ou créole avec les Mayas de la région? Ne doit-on pas y voir plus simplement une activité « exotique » s'inspirant de traditions locales, destinée à attirer le tourisme de masse, répondant ainsi à une stricte logique économique ?

Au cours des années, cette activité économique que représente le tourisme international a acquis une envergure considérable. En effet, elle a connu une expansion fulgurante durant ce dernier demi-siècle et touche désormais presque toute la planète. Avec 850 millions de voyages internationaux en 2006 (contre 25 millions en 1950), elle constitue de nos jours le plus important secteur économique à l'échelle planétaire. Ce secteur d'activité économique est particulièrement représentatif de l'économie mondialisée, non seulement par son importance croissante, mais aussi par son caractère transnational et ce, notamment dans les pays du Tiers Monde dont il constitue l'une des principales sources nationales de devises étrangères.

Au-delà de cet aspect quantitatif lié aux volumes de déplacements de voyageurs, le tourisme de masse revêt une dimension qualitative, qui s'inscrit au cœur de la problématique de la globalisation de l'économie mondiale. Comme le souligne Vincent Coëffé¹, « le tourisme apparaît bien souvent comme un des moteurs les plus puissants » du processus de mondialisation, dans sa capacité de multiplication et d'intensification des liens entre les divers lieux à l'échelle terrestre et d'uniformisation du Monde. Ce phénomène, que nous désignons ici comme celui du « tourisme globalisé », touche particulièrement les pays du Tiers Monde et les régions de peuplement autochtone, autrefois isolées géographiquement, avec ses multiples manifestations, tant positives que négatives. Voilà pourquoi nous estimons que ce thème mérite d'être exploré plus avant.

Nous examinerons dans cette étude les impacts du tourisme globalisé sur la préservation des modes de vie, des pratiques linguistiques et du sentiment identitaire des peuples autochtones d'Amérique latine, en nous appuyant sur les cas des communautés quechua et maya. Pourquoi un tel choix? D'une part, les communautés indigènes, à cause de leur isolement géographique par rapport aux grands pôles d'activité économique et en raison de leur marginalisation sociale héritée de cinq siècles de domination par les élites blanches ou métisse, ont maintenu un mode de vie et des traditions ancestrales bien davantage que d'autres groupes ethnoculturels issus de vagues d'immigration d'implantation plus récente en terre d'Amérique. C'est sur ces communautés les plus « isolées » du monde moderne que l'on peut le mieux mesurer, pensons-nous, la portée et l'étendue du phénomène du tourisme globalisé et de ses impacts culturels.

D'autre part, le choix des communautés quechua et maya nous paraît être fort approprié pour les fins de notre recherche, par leur caractère représentatif de la problématique du phénomène du tourisme globalisé en milieu autochtone, en raison à la fois de leur poids démographique important et de leur forte exposition au tourisme de masse. En effet, ces deux collectivités comptent, avec les Guaranis, à la fois les effectifs les plus importants et les plus grands nombres de locuteurs de langues amérindiennes, soit les langues quechuas et mayas, du moins si l'on considère l'ensemble des variétés dialectales se rattachant à celles-ci. En effet, on dénombre de nos jours plus de treize millions de locuteurs du quechua et six millions de locuteurs des langues mayas.

De plus, ces deux communautés occupent des territoires parmi les plus achalandés d'Amérique latine au plan touristique, en raison de la valeur patrimoniale considérable de ceux-ci, qu'il s'agisse d'attrait naturels, de sites archéologiques ou de traditions rurales indigènes de l'Altiplano andin et d'Amérique centrale. Qu'il suffise de mentionner la « Route des Incas », jalonnée par les sites célèbres de Macchu Picchu au Pérou et de Tiwanaku en Bolivie, le lac Titicaca, les plages de la Riviera Maya au Yucatan, les volcans du Guatemala, les pyramides mayas de Chichen Itza, d'Uxmal et de Tikal, les villes pittoresques de Quetzaltenango et de Chichicastenango, au Guatemala, et d'Otavalo en Équateur, avec leurs marchés indigènes colorés. À lui seul, l'État mexicain du Quintana Roo où se situe la Riviera Maya accueille en moyenne, bon an mal an, plus de six millions de touristes internationaux. N'oublions pas que Mayas et Quechuas d'aujourd'hui sont dépositaires d'anciennes civilisations remarquables par leur degré de raffinement et leur génie, soit les empires maya et inca.

Notre cadre géographique d'investigation porte sur les États où se concentrent la grande majorité du peuplement quechua et maya, à savoir : la Bolivie, le Pérou, l'Équateur et l'Argentine pour les Quechuas, ainsi que la péninsule mexicaine du Yucatan et le Guatemala pour les Mayas.

On imagine difficilement que l'afflux massif de touristes internationaux dans les zones de peuplement autochtone n'engendre aucune espèce de transformation sur la culture de ces populations, ni aucune perturbation sur leur mode de vie. Il est fort probable que celles-ci subissent un réel choc culturel au contact de visiteurs aux valeurs et aux coutumes fort différentes des leurs et doivent s'adapter, ne serait-ce que minimalement, à ce contexte. De quelle ampleur et surtout de quelle nature sont ces adaptations (si tant est que ce terme est approprié)? Ces transformations agissent-elles dans le sens d'une dilution des traits culturels autochtones ou ont-elles pour effet, au contraire, de renforcer leurs différences, leurs spécificités culturelles, que ce soit par réflexe de protection au contact de touristes étrangers ou par fierté de mettre en évidence leurs traditions? Tel est l'objet de notre recherche, qui se base sur une recension de précédentes études ayant traité de la question.

Posons comme première proposition que le tourisme globalisé a un impact négatif sur le mode de vie des membres de communautés amérindiennes, en ce sens qu'il perturbe l'organisation sociale de celles-ci et tend à diluer leurs traits culturels spécifiques. Posons également comme seconde proposition que le tourisme globalisé contribue à la déperdition de l'usage des langues autochtones chez les membres de ces communautés. Posons enfin comme troisième proposition que le tourisme globalisé a un impact également négatif sur le sentiment identitaire chez les membres de ces communautés, à savoir leur sentiment d'appartenance communautaire. Nous tenterons de vérifier la validité de ces trois propositions dans cette étude.

Nous amorçons notre analyse des impacts de la mondialisation et du tourisme globalisé sur le mode de vie, les pratiques linguistiques et le sentiment identitaire chez les peuples amérindiens en examinant cinq éléments de contexte en lien avec les incidences culturelles de la globalisation relevés dans la littérature :

1. À défaut pour les États de pouvoir intégrer désormais les composantes de chaque société, unification des peuples au sein de marchés transnationaux, dans le contexte d'une ère « post-nationale »¹.
2. Étouffement de la reproduction des modes de vie traditionnels des groupes ethniques par la concurrence globale, faute d'un soutien de l'État².
3. Aspirations croissantes à des identités fluctuantes, peu conciliables avec la valorisation des langues traditionnelles³.
4. Lutte pour la préservation des langues traditionnelles dans le contexte du combat mondial en faveur de la diversité linguistique et culturelle⁴.
5. Contribution du tourisme au maintien de la majorité de la population autochtone dans la pauvreté, faute d'un accès suffisant aux ressources productives, parallèlement à leur intégration dans une économie néolibérale urbaine axée sur la consommation⁵.

Auparavant toutefois, nous dressons un portrait démographique sommaire des populations autochtones d'Amérique latine, objet de notre étude.

¹ N. Canclini, p. 21. Les notes de bas de page réfèrent aux ouvrages cités dans la section Bibliographie, en fin de document.

² N. Canclini, p. 77.

³ M. Abley, p. 352.

⁴ Id..

⁵ A. Zoomers, non paginé.

1 - Un portrait démographique des populations autochtones d'Amérique latine : les Quechuas et les Mayas

Il n'existe guère de données précises sur les effectifs des divers groupes autochtones. En effet, les méthodes de cueillette de données sur les groupes ethnolinguistiques varient beaucoup d'un État à l'autre, quand elles ne sont pas carrément inexistantes, rendant plutôt hasardeuse toute comparaison de données entre États⁶. De plus, un grand nombre d'indigènes ne se déclarent pas ou plus comme tels lors des recensements de population, notamment ceux du Guatemala, ce qui amène une sous-estimation des effectifs réels. Enfin, il n'est pas facile d'établir un critère objectif de distinction entre autochtone pur et métis, considérant la très grande diversité des types de métissage des populations latino-américaines. Même des organisations internationales comme la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement (BID) disposent de données fort différentes sur l'effectif total de la population autochtone d'Amérique latine : 28 millions en 2007, selon la BM; de 45 à 50 millions en 1999, selon la BID.

Quoiqu'il en soit, les Quechuas forment la communauté amérindienne la plus nombreuse, avec environ 13 millions de représentants. Ils se répartissent entre les divers pays andins (Chili, Argentine, Bolivie, Pérou, Équateur et Colombie). Ils se concentrent sur les hauts plateaux de Bolivie, du Pérou et d'Équateur, où ils forment la majorité des groupes autochtones, et n'occupent que de petites portions de territoires dans les autres pays, soit dans le nord du Chili, le nord-ouest de l'Argentine et le sud de la Colombie. Ils constituent, de plus, la famille ethnolinguistique la plus importante numériquement parmi les communautés amérindiennes. En effet, le nombre total de locuteurs de la langue quechua, appelée *runa simi* (étymologiquement : « langue populaire ») varie, selon les sources consultées, de 8 à 13 millions. Cet effectif comprend l'ensemble des variantes du *runa simi*, lesquelles s'articulent autour de deux grandes familles : le « quechua 1, dont l'aire géolinguistique correspond à la partie centrale des Andes péruviennes (Altiplano avec les versants pacifique et amazonien), et le quechua 2, qui couvre les autres zones de peuplement quechua. Le SIL⁷ évalue à 46 le nombre total de dialectes quechuas.

Il est très difficile d'estimer l'effectif total actuel de la population maya en Mésoamérique, mais celle-ci excède certainement six millions. En effet, un nombre élevé de Guatémaltèques d'origine maya ne s'identifient pas, ou ne s'identifient plus, comme Mayas (notamment les paysans mayas ayant migré vers les villes), de sorte que leur pourcentage au sein de la population du Guatemala oscillerait entre 41 % et 60 %. Les Mayas sont répartis entre le Mexique oriental, le Belize, le Guatemala, le Salvador et le nord du Honduras. Ils constituent la quasi totalité des groupes autochtones du Guatemala, de la péninsule du Yucatan et de l'État du Chiapas, au Mexique, mais ils sont minoritaires au Honduras et au Salvador, étant concentrés dans l'ouest de ces pays. On compte environ six millions de locuteurs de la famille linguistique maya, avec ses 28 variantes dont le quiché et le yucatèque sont les plus importantes. On constate donc un taux très élevé de préservation de ces langues parmi les Mayas d'aujourd'hui. Ceci s'explique par l'isolement relatif de ceux-ci par rapport aux communautés métisses voisines. En effet, la population d'origine maya est confinée dans un territoire relativement monolithique et est formée de paysans peu en contact

⁶ X. Albo, p. 122.

⁷ SIL : Summer Institute of Linguistics (organisation à caractère religieux dédiée à l'étude des langues les moins connues de la planète). Parmi les 46 dialectes quechuas, on en dénombre 17 affiliés au quechua 1 et 29 affiliés au quechua 2.

avec la culture espagnole, ce qui favorise le maintien de leurs traditions et de leurs pratiques linguistiques (ce qui n'est toutefois pas le cas dans certaines régions du Yucatan, comme nous le verrons plus loin). La majorité des Mayas guatémaltèques sont unilingues et ne connaissent donc pas l'espagnol.

Mayas et Quechuas partagent les mêmes conditions socioéconomiques défavorables. Il s'agit de communautés de paysans vivant traditionnellement d'agriculture, d'élevage et d'artisanat, longtemps en marge de l'économie moderne. Ils sont, par ailleurs, les héritiers de brillantes civilisations précolombiennes, en l'occurrence les Mayas et les Incas, qui ont régné respectivement en Amérique centrale et dans les Andes centrales à des époques précolombiennes. Les membres de ces deux communautés sont soudés par une identité culturelle claire.

Le tableau ci-contre illustre bien, par l'imprécision des données chiffrées disponibles, les difficultés d'estimation de la répartition par pays des populations quechua et maya.

Estimations par pays des populations et des locuteurs des langues mayas et quechuas

Pays / Population totale	Population autochtone		Locuteurs des langues autochtones	
	Effectifs	Pourcentage / pop. totale	Effectifs	Pourcentage / pop. totale
Argentine 36 700 000 (2001*)	Inférieur à 600 000	Inf. à 1,6 %	300 000	2,5 %
Bolivie 8 300 000 (2003*)	4 100 000	30 ou 25 %	3 000 000	Quechua : 36,4 %
Pérou 28 100 000 (2005*)	5 000 000	44,7 %	3 700 000	13 % (3,7 / 28,1)
Équateur 13 200 000 (2005*)	3 000 000	Total : 40 %	1 500 000	
Ensemble des Quechuas**	13 000 000		Entre 8 et 13 000 000	
Péninsule Yucatan*** (Mexique) (2003*)			Yucatan : 629 000 Q. Roo : 225 000 Campeche : 110 000 Total : 965 000	Yucatan : 37 % Quintana Roo : 23 % Campeche : 15,4 %
Guatemala 12 300 000 (2006*)	5 000 000	41 %	3 000 000	32 %
Ensemble des Mayas	Supérieur à 6 000 000		Environ 6 000 000	

Sources :

J. Leclerc, Trésor de la langue française;

Summer Institute of Languages (SIL);

Mutur Zikin, Cartes de l'Amérique du Sud (nombre de locuteurs du quechua);

N. Hornberger.

* Pour chaque pays cité, les données chiffrées datent de l'année indiquée entre parenthèses dans la colonne de gauche.

** L'ensemble des effectifs quechuas comprend également les populations quechuas d'autres pays, non représentés dans le tableau (Chili, Colombie, etc).

*** La péninsule du Yucatan comprend les États du Yucatan, du Quintana Roo et de Campeche. Avec l'État voisin du Chiapas (qui compte un million de locuteurs de langues mayas), elle regroupe la grande majorité de la population de souche maya du Mexique. Notons que les pourcentages de locuteurs de langues mayas sont ceux de l'an 2000 (ils tendent à baisser d'année en année).



AIRE DE PEUPLEMENT DES MAYAS

Source : *Geographica : Atlas mondial illustré*, Könemann, Cologne, 2003, p. 428.



AIRE DE PEUPEMENT DES QUECHUAS

Source : Atlas géographique du monde, Paris : Éditions Atlas, 1999, détail de la planche 54.

2 - Quelques considérations sur les notions de mondialisation et d'identité

Notre étude sur les impacts culturels de la mondialisation est précédée d'un exercice de définitions et de clarifications de certaines notions de base.

2.1 - La mondialisation

Contrairement à ce que l'on serait porté à penser, la mondialisation ne constitue pas une réalité nouvelle. Des civilisations anciennes, telles que les Phéniciens et les Perses pratiquaient des échanges de biens divers au sein de très vastes zones commerciales, entre le Bassin méditerranéen et le sous-continent indien par exemple. C'est l'ampleur considérable qu'elle a prise depuis la fin du siècle dernier, à la faveur du développement accéléré des technologies de communication, qui a placé la mondialisation au cœur des enjeux du monde moderne. Sur le plan sémantique, mondialisation et globalisation sont deux termes souvent considérés comme interchangeable dans le langage courant. Toutefois, des distinctions sémantiques sont apparues peu à peu, à la suite de l'introduction dans les années 1960 dans la langue française du concept de globalisation, d'origine anglo-américaine. Les deux concepts ont trait au développement d'une interdépendance au niveau mondial. La « globalisation » réfère à « l'extension supposée du raisonnement économique à toutes les activités humaines et évoque sa limitation au globe terrestre », alors que le terme « mondialisation » désigne l'extension planétaire (incluant l'espace proche de la Terre) des échanges, qu'ils soient culturels, politiques, économiques ou autres⁸.

Scott McLeod, de l'Université de Berkeley en Californie, définit la globalisation comme étant l'accroissement rapide des mouvements de biens, de capital, de l'information et des individus à travers des espaces géographiques culturels et politiques de plus en plus perméables.

Globalization which can be defined... as the increasingly rapid and dramatic movement of goods, capital, information and people across ever more permeable geographical, cultural and political boundaries...⁹.

La globalisation est étroitement associée à la marchandisation du monde, du fait qu'un nombre croissant d'activités se trouvent assujetties aux lois du marché. Elle consisterait en « un phénomène supposé d'application de la logique économique, plus particulièrement financière, à un nombre croissant de sphères d'activité humaine dans un nombre croissant de régions de la Terre »¹⁰.

Pour les milieux d'affaires, la globalisation fait référence au processus par lequel les économies des divers pays deviennent progressivement intégrées avec le temps, les progrès technologiques permettant l'extension au niveau international du commerce des biens et services, des flux de

⁸ T. Guénolé, Agora Vox, n.p.

⁹ Scott MacLeod, p. 10.

¹⁰ T. Guénolé, Agora Vox.

capital et des migrations humaines. Jennifer Derryberry¹¹ distingue quatre niveaux de globalisation en fonction de l'envergure des entreprises, soit :

- L'entreprise multidomestique, dont plusieurs unités de production sont actives dans différents pays;
- L'entreprise internationale, qui gère des filiales dans d'autres pays que celui de son siège social;
- L'entreprise transnationale, qui répartit sa production dans plusieurs pays au sein d'unités commerciales plus ou moins intégrées (*loosely integrated business units*);
- L'entreprise vraiment globale¹², qui considère le monde comme un marché unique et qui développe une stratégie globale pour ses diverses opérations à travers le monde.

Alors que la globalisation est un concept essentiellement économique, d'inspiration néolibérale¹³, celui de mondialisation est un peu plus large. « La mondialisation est un processus à la fois social, économique, politique et culturel ». Elle porte sur le développement de liens d'interdépendance entre hommes, activités humaines et systèmes politiques à l'échelle du monde. Il s'agit du « processus historique par lequel des individus, des activités humaines et des structures politiques voient leur dépendance mutuelle et leurs échanges matériels autant qu'immatériels s'accroître sur des distances significatives à l'échelle de la planète. [La mondialisation] s'appuie sur l'interdépendance croissante des économies et contribue à l'expansion des échanges et des interactions humaines »¹⁴. Les deux moteurs de cette mondialisation sont, d'une part, l'accélération de la vitesse de circulation des personnes, des biens et des informations et, d'autre part, l'augmentation du « volume » de personnes, de biens et d'informations qui peuvent circuler. La mondialisation amène donc un « rétrécissement du monde » parce que tout circule plus vite et en plus grandes quantités¹⁵.

De son côté, Zaki Laïdi démontre que la mondialisation, au sens contemporain du terme, ne se limite pas à un glissement horizontal, spatial, de l'espace-Monde mais désigne aussi l'« entrée du monde dans l'intimité sociale et culturelle de chaque société »¹⁶.

La mondialisation économique, par son caractère multiforme, génère ce que certains sociologues qualifient comme étant un phénomène de mondialisation culturelle. Celui-ci consiste en « un processus paradoxal qui, à l'aide des technologies de la communication, permet à la fois l'action à distance et le court-circuit de l'espace ». Ces auteurs ajoutent que « la mondialisation culturelle est l'ensemble des effets induits par ces nouvelles technologies dans les rapports au temps, à l'espace et au monde, que ce soit dans le domaine des représentations ou dans celui des pratiques sociales »¹⁷.

¹¹ J. Derryberry, « What It Really Means to Go Global ». *Sales and Marketing Management*, déc. 1999. Cité dans *Small Business Encyclopaedia*.

¹² Answers.com – Globalization. *Small Business Encyclopedia*.

¹³ Octavio Ianni, *Teorias de globalização*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 199, p. 67. Cité dans J. F. Lessard, p.8.

¹⁴ *Wikipedia*, article sur la mondialisation, p. 3 (fr.wikipedia.org/wiki/Mondialisation) inspiré de : *La mondialisation : faut-il s'en réjouir ou la redouter?*, Fonds monétaire international, 2000.

¹⁵ T. Guénolé, *Agora Vox*.

¹⁶ Z. Laïdi, *Malaise dans la mondialisation*, Textuel, Paris, 1997. Cité dans V. Coeffé, H. Pébarthe et P. Violier, p. 84.

¹⁷ Collectif d'auteurs sous la direction de W. Kymlicka et S. Mesure, 2002. Cité dans R.A. Maltez, p. 47.

Autre notion d'origine anglo-saxonne voisine de la mondialisation, la transnationalisation fait référence à un monde dont l'organisation sociale et économique transcende progressivement les frontières nationales (« a world... where economic and social organization and coordination increasingly reach across national borders »)¹⁸.

Ce concept coïncide avec celui de la mondialisation mais y intègre, en plus, l'existence des nations et les délimitations floues (*blurred boundaries*) entre ce qui est interne à une nation et ce qui dépasse celle-ci. Agentes de la transnationalisation, les firmes transnationales, définies plus haut, ont un rayonnement qui, précisément, « transcende » les frontières des États.

2.2 – L'identité et la culture

Le groupe de travail auteur du projet de Déclaration des Droits culturels sous l'égide de l'UNESCO définit ainsi les notions de culture et d'identité:

« Le terme culture recouvre les valeurs, les croyances, les langues, les sciences et les arts, les traditions, institutions et modes de vie par lesquels une personne ou un groupe s'exprime et s'épanouit »¹⁹.

L'identité est un principe social qui implique la reconnaissance personnelle et sociale de traits spécifiques et d'une intégration dans la dynamique des rapports sociaux. « L'identité d'un individu est composée de l'ensemble de ses appartenances dans le système social et avec le temps, cet individu accumule un certain nombre de caractéristiques identitaires par lesquels il se représente, se situe et joue ses rôles dans la société... »²⁰. Ce concept d'identité fait référence à « l'ensemble des symboles, des coutumes, des modes de pensée, des croyances, des traditions et des langues instituées en modèles collectifs qui conditionnent et régulent les conduites et pratiques d'un groupe... ». L'identité culturelle est « l'ensemble des éléments de culture par lequel une personne ou un groupe se définit, se manifeste et souhaite être reconnu ». La langue figure parmi les éléments fondamentaux qui participent à la construction de l'identité culturelle. C'est un marqueur clé de l'identité, notamment pour les Quechuas²¹.

L'identité des peuples indigènes « se fonde sur des références historiques : une origine commune, un espace territorial délimité, des langues locales, des pratiques collectives et un système d'organisation ancestral différent de celui des Métis. Les peuples autochtones d'Amérique latine, incluant les Mayas et les Quechuas, « partagent une histoire commune et occupent un même territoire. Ils possèdent leur propre système linguistique, leur musique, leur alimentation, leurs vêtements, leurs rites et leurs croyances. De plus, ils disposent d'un système de valeurs et de normes propres, c'est-à-dire des traits culturels axés sur une identité ethnique permettant l'apparition de modèles collectifs qui conditionnent et régulent les conduites et les pratiques de ces

¹⁸ M. L. Djelic et S. Quack, p. 2.

¹⁹ Collectif des auteurs, Les identités culturelles, sous la direction de Will Kymlicka et Sylvie Mesure, 2001. Cité dans A. Maltez, p. 37.

²⁰ R.A. Maltez, p. 32.

²¹ N. Hornberger, p. 17.

groupes... »²². Ils possèdent un mode de vie et une organisation sociale très spécifiques qui les distinguent des sociétés métisses qui les environnent.

Enfin, réalité fréquente dans la vie des communautés autochtones, l'acculturation, concept originaire des États-Unis, peut se définir de diverses manières. Retenons celle-ci : « Il y a acculturation lorsqu'il y a modification des modèles culturels de base de deux ou plusieurs groupes d'individus, de deux ou plusieurs ethnies distinctes, résultant du contact direct et continu de leurs cultures différentes ». Ou encore celle-ci : « Processus dynamique dans lequel s'engage une culture évoluant sous l'influence d'une autre culture »²³.

2.3 – La langue

Critère essentiel de l'identification des peuples indigènes, la langue autochtone constitue un paramètre indispensable selon Margarita Nolasco. Principal marqueur identitaire pour ceux-ci, c'est la langue « de la vie quotidienne, du rituel et celle qui sert d'indice de l'identité » et ce, bien que l'espagnol reste « la langue du commerce et des relations dans le travail migratoire »²⁴. La langue n'est pas seulement un instrument de communication mais aussi un ordre symbolique contenant des représentations, des valeurs et des pratiques sociales et qui permet à une société de construire sa vision du monde et son identité »²⁵. À cet égard, Dixon fait ressortir que « chaque langue enferme la vision du monde de ses locuteurs : ce qu'ils pensent, ce qu'ils valorisent, ce qu'ils croient, comment ils classent le monde qui les entoure, comment ils organisent leurs vies »²⁶.

On distingue trois modèles d'évolution des pratiques linguistiques :

- Les transferts linguistiques (*Language Shift*), à savoir la déperdition progressive de l'usage d'une langue (généralement la langue maternelle) au profit d'une autre au sein d'une communauté donnée, pouvant aller jusqu'à sa disparition;
- Le maintien d'une langue (*Language Maintenance*), à savoir une relative stabilité de l'usage d'une langue, en termes de nombre et de distribution de locuteurs au sein d'une communauté linguistique et de compétence langagière de ceux-ci;
- La revitalisation d'une langue (*Language Revitalization*), à savoir la récupération et la reconstruction d'une langue initialement en déperdition.

²² R.A. Maltez, p. 41.

²³ J. Poirier, *Ethnies et cultures*, in *Ethnologie régionale*, Paris, Gallimard, Encyclopédie de la Pléiade, 1972, p.24-2. Cité dans *Acculturation*, n.p.

Autre définition de l'acculturation proposée par R. Bastide, dans le *Mémoire du Social Sciences Research Council* : « Ensemble des phénomènes résultant du contact direct et continu entre des groupes d'individus de cultures différentes avec des changements subséquents dans les types de culture originaux de l'un ou des autres groupes ».

²⁴ Margarita Nolasco, « Langue hégémonique, langues autochtones, Identités différenciées au Mexique », *Diversité Langues*, Mexique, 1996. Cité dans A. Maltez, p. 42.

²⁵ Ladmiral, *La communication interculturelle*, Nathan, Paris, 1989. Cité dans H. de Urtubey, p. 4.

²⁶ Dixon, R.M.W., *The Rise and Fall of Languages*, Cambridge Univ. Press, 1997. Cité dans L. I. Albarracín, p. 1.

Les transferts linguistiques découlent de conditions socioculturelles qui contribuent à la déperdition d'une langue, conditions appelées « dislocations » par Fishman²⁷. Ces dislocations sont d'ordre soit démographique et physique, soit sociales. Dans le premier cas, il s'agit de troubles sociaux ou politiques (impact des activités terroristes du Sentier lumineux et de la répression de l'armée péruvienne en milieu quechua au Pérou durant les années 1980-1990). Dans le second cas, il s'agit de la recherche de mobilité sociale et économique, soit par l'éducation (institutions de formation en espagnol en zone indigène), soit par les migrations, soit encore par les conditions d'accès au marché du travail, soit enfin par les mariages interethniques et inter-linguistiques: exode rural, systèmes éducatifs unilingue espagnol (autrefois destinés à réprimer l'usage des langues indigènes, comme au Pérou), exigence de la connaissance de l'espagnol comme condition d'embauche pour les emplois, notamment ceux liés au secteur touristique, etc.

Il existe de nos jours approximativement 6 500 langues vivantes dans le monde, dont à peine dix sont parlées par plus de la moitié de l'humanité. Parmi ces 6 500 langues, on dénombre 600 langues amérindiennes réparties dans les trois Amériques. Or la moitié de celles-ci sont en voie d'extinction²⁸, comme l'indique Mark Abley dans son ouvrage intitulé *Parlez-vous boro?*²⁹, ce qui illustre l'extrême fragilité des langues amérindiennes.

2.4 – Le tourisme

Il existe plusieurs définitions du tourisme, variant selon l'approche scientifique adoptée. De façon générale, l'activité touristique est associée aux déplacements temporaires et volontaires vers d'autres espaces distincts de ceux de la résidence habituelle afin de jouir de temps libre sans aucun but de rémunération ou sans objectif professionnel.

L'Organisation mondiale du tourisme a adopté la définition suivante du tourisme :

« Le tourisme comprend les activités que réalisent les personnes durant leurs voyages et leurs séjours dans des lieux distincts de celui de leur environnement habituel, pour une période de temps sans interruption inférieure à une année, pour des fins de loisirs, de négoce ou autres »³⁰.

En tant que concept économique, l'industrie touristique considérée sous l'angle de la demande par la clientèle comprend l'ensemble des services et des biens consommés par les touristes aussi bien que les investissements faits pour satisfaire à cette consommation. Le Comité de l'Organisation internationale du Travail responsable du secteur de l'hôtellerie, des services de traiteurs et du tourisme proposait également en 1980 une définition large de l'activité touristique. En vertu de celle-ci, le tourisme englobe, en plus des services touristiques à proprement parler, soit les agences

²⁷ N. Hornberger et S. Coronel-Molina, p. 18.

²⁸ Jacques Maurais, Les langues autochtones du Québec. Dossier No. 35, Conseil de la langue française, Québec, 1992. Cité dans L.I. Albarracin, p. 2.

²⁹ M. Abley (titre de l'ouvrage).

³⁰ OMT, 1994. Cité dans : O Getino, p. 46.

de voyage, les guides touristiques, les bureaux d'information touristique, les services d'hébergement (hôtels, motels, centres de vacances), les services de restauration (restaurants, bars, cafétérias et services de traiteurs alimentaires pour tous types de clientèles), ainsi que les centres de conférences et d'expositions commerciales³¹.

D'autres institutions et organisations telles que les gouvernements et les organisations non gouvernementales, ont recours à des définitions encore plus englobantes du tourisme, en considérant la totalité des services et produits utilisés par les touristes, y compris le transport.

Le tourisme ne se limite pas à une simple activité économique, si importante soit-elle, mais constitue un phénomène humain et social d'une ampleur considérable. L'Équipe Mobilité Itinéraire Tourisme (MIT) de l'Université Denis Diderot de Paris, fournit une définition plus sociologique du tourisme : « Système d'acteurs, de lieux et de pratiques permettant aux individus la récréation par le déplacement et l'habiter temporaire de lieux autres ». ³²

Ces définitions valent tant pour le tourisme national, intra-frontalier, que pour le tourisme international. Or c'est dans cette dimension internationale que se développe le « tourisme globalisé », évoqué en introduction. En effet, c'est dans sa capacité de multiplication et d'intensification des liens entre les divers lieux à l'échelle terrestre et d'uniformisation du Monde que le tourisme agit fréquemment « comme un des moteurs les plus puissants » de la mondialisation. « Le phénomène de globalisation des marchés touristiques consiste en l'homogénéisation des goûts et des critères d'achat des acheteurs de services et produits. Cette globalisation des marchés facilite la structuration de chaînes d'établissements et de groupes industriels qui offrent des gammes complètes de produits, servent des segments variés d'acheteurs et sont présents dans un grand nombre de marchés géographiques »³³. Nous examinerons dans le prochain chapitre comment s'exerce cette mondialisation à travers les activités touristiques et comment se départagent les effets bénéfiques et néfastes de ces dernières pour les communautés autochtones.

³¹ Organisation mondiale du tourisme, *Rapport des discussions du Tripartite Meeting on Human Resources Development and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector*, Genève, 2 au 6 avril 2001.

³² V. Coëffé, H. Pébarthe et P. Violier, p. 84.

³³ V. Sabourin, Introduction. Traduit de : T. Levitt, *The globalization of market*, Harvard Business Market, mai-juin 1983, p. 92- 102.

3 – Les impacts négatifs de la mondialisation et du tourisme globalisé

Par leur caractère universel et parce qu'ils envahissent les multiples sphères d'activité humaine, les phénomènes de mondialisation, de globalisation et de transnationalisation engendrent inévitablement diverses mutations dans les modes de vie, les traditions et les pratiques linguistiques des communautés humaines. Ils altèrent le sentiment d'appartenance identitaire de ces communautés, qu'il s'agisse de groupes nationaux majoritaires ou de groupes minoritaires autochtones. Il en va de même pour le tourisme globalisé, activité majeure du phénomène de mondialisation. Ce qui nous intéresse de savoir, c'est dans quels sens s'opèrent ces changements. La mondialisation nivelle-t-elle, tel un rouleau compresseur, sur la diversité culturelle et linguistique ou bien, au contraire, permet-elle la mise en valeur de cette diversité? Nous répétons ensuite le même exercice pour ce qui est du tourisme globalisé.

Rappelons les trois propositions de départ :

Proposition 1 : Le tourisme globalisé a un impact négatif sur le mode de vie des membres de communautés amérindiennes, en ce sens qu'il perturbe l'organisation sociale de celles-ci et tend à diluer leurs traits culturels spécifiques.

Proposition 2 : Le tourisme globalisé contribue à la déperdition de l'usage des langues autochtones chez les membres de ces communautés.

Proposition 3 : Le tourisme globalisé a un impact également négatif sur le sentiment identitaire chez les membres de ces communautés, à savoir leur sentiment d'appartenance communautaire.

Examinons dans un premier temps, à partir des cinq éléments de contexte évoqués en introduction, les aspects qui sous-tendent ces trois propositions, qui vont dans le sens d'une confirmation de celles-ci. Nous nous pencherons ensuite, dans la section 4, sur les éléments qui s'inscrivent dans la logique opposée, à savoir qui contredisent nos propositions.

3.1 - Les impacts de la mondialisation

3.1.1 – Les impacts culturels

Que faut-il comprendre de l'affirmation de Canclini selon laquelle, à défaut pour les États de pouvoir intégrer désormais les composantes de chaque société, les marchés transnationaux tendent à unifier les peuples, dans le contexte d'une ère « post-nationale »? La mondialisation, dans sa dimension culturelle, favorise l'émergence d'une sorte de « culture commune », ou de « culture-Monde » comme la qualifie Canclini. Cette culture-Monde est fortement imprégnée des références culturelles occidentales, principalement nord-américaines, portée par des biens de consommation (vêtements, meubles, jouets, outils, objets décoratifs, etc) et des produits culturels (cinéma, musique, télévision, magazines, spectacles, etc), ou des modes de vie (sports occidentaux, cuisine

italienne, chinoise). Par le biais de la publicité, des émissions de télévision et du cinéma hollywoodien, ces valeurs sont axées sur la consommation de masse et est diffusée partout, même dans les endroits très reculés géographiquement, par les grands médias de communication. En effet, on observe, depuis les années quatre-vingt, une progression remarquable des moyens de communication, incarnée par l'apparition, puis l'essor fulgurant de l'Internet, parallèlement à l'expansion continentale des industries culturelles, dont la plupart proviennent des États-Unis et d'Espagne (à la faveur de vagues de privatisation des entreprises publiques des pays latino-américains). On assiste à une transnationalisation des moyens de communication, en vertu de laquelle, selon Jeremy Rifkin³⁴, de grandes entreprises commerciales contrôlent désormais la quasi-totalité des ondes en Amérique latine.

Quant à l'assertion de Canclini selon laquelle la concurrence internationale étoufferait la reproduction des modes de vie traditionnels des groupes ethniques, elle s'appuie sur l'observation selon laquelle les marchés mondiaux ratissent jusque dans les sociétés les plus reculées. En effet, dans un contexte de concurrence intense, les marchés mondiaux ont désormais l'obligation de rejoindre les couches populaires peu intégrées à la vie moderne, incluant les classes défavorisées socio-économiquement, les communautés métisses, afro-américaines et indigènes, et aussi d'intégrer les structures et les biens culturels traditionnels dans les circuits médiatiques internationaux. C'est ainsi que les biens de consommation courants importés des pays industrialisés pénètrent dans les sociétés traditionnelles et tendent à remplacer les objets utilitaires fabriqués localement selon un mode artisanal transmis de génération en générations.

Mais l'impact sans doute le plus décisif de la mondialisation culturelle, selon Akende, a trait à la commercialisation de la culture. Qu'il s'agisse de musique, de nourriture, de vêtements, d'art, de sports, de représentations de la jeunesse, de la féminité ou de la masculinité, la culture est devenu un produit, une marchandise. Il en est de même pour ce qui constituait autrefois des éléments du mode de vie, fabriqués et adaptés selon les besoins spécifiques des individus. Ces éléments se trouvent ainsi dépouillés du sens, de l'utilité qu'ils avaient dans le contexte culturel d'origine. On peut donc parler de déculturation, au sens de Devereux³⁵. On assiste à l'érosion du rôle de la culture locale en tant que partie intégrale et spontanée de la vie des individus ainsi qu'à l'abandon de sa fonction d'élaboration de valeurs sociétales, de reproduction d'identités collectives et de construction d'une cohésion sociale. Par conséquent, les industries de la culture mondialisée prennent le contrôle des formes traditionnelles de création et de diffusion culturelle.

Globalized « cultural » industries are taking over traditional forms of creation and dissemination of culture. Local culture's role as a spontaneous and integral part of people's life is eroded and it ceases to serve as the means of constructing societal values, reproducing group identity and building social cohesion. The end result becomes global integration at the expense of local disintegration³⁶.

Selon Canclini, tout produit culturel initialement propre à une culture locale devient multiculturel et « délocalisé ». On assiste donc à une interpénétration de la culture-Monde et de la « culture-

³⁴ « La venta del Siglo », journal *El Pais*, Madrid, 5 mai 2001. Cité dans N. Canclini, p. 42.

³⁵ G. Devereux : « J'entends par déculturation d'un trait culturel le processus par lequel on le dépouille du sens qu'il a dans la culture ». Cité dans *Acculturation*, Association Geza Roheim, déc. 2003.

³⁶ W. Akande, p. 3.

Tradition, à savoir les cultures nationales et régionales, soit une fusion du local et du global. Canclini parle de « glocalité ». Il s'ensuit un mouvement de dilution des particularismes culturels, des traditions autochtones, d'homogénéisation et d'uniformisation des modes de vie des populations amérindiennes touchées par la mondialisation. Plusieurs y voient un risque d'appauvrissement de la diversité culturelle, voire la domination d'une certaine conception des rapports économiques et sociaux.

3.1.2 - Les impacts identitaires et linguistiques

Sur le plan linguistique mondial, c'est l'anglais qui s'impose comme lingua franca du commerce mondialisé et de la culture de masse ...au détriment des 6 500 autres langues vivantes de la planète. Cette culture-Monde est marquée par le recours à un « anglais de communication », version appauvrie de la langue anglaise. Quel impact cela peut-il avoir sur les pratiques linguistiques et sur le sentiment d'appartenance identitaire des peuples autochtones d'Amérique latine?

Quel que soit le groupe linguistique auquel on se réfère, Mark Abley affirme que « nous sommes de plus en plus nombreux à aspirer à une identité fluctuante » et que « cette liberté peut être difficilement conciliable avec les exigences d'une langue traditionnelle »³⁷. Cette fluidité de l'identité ethnique se manifeste de diverses manières chez les peuples amérindiens. Xavier Albo a observé chez les communautés andines dont il a fait son objet d'études de curieux paradoxes dans leurs comportements, lesquels suggèrent une forme de dédoublement de la personnalité. Ainsi, nombre de Quechuas de Bolivie s'identifient à part entière comme indigènes, même ceux vivant en ville, mais ne parlent plus la langue ancestrale et ne l'enseignent pas, non plus, à leurs enfants³⁸. Un tel comportement ambivalent reflète-t-il chez ces individus un état transitoire entre fidélité à l'identité indigène et adoption de valeurs occidentales?

Par contre, d'autres autochtones, en particulier parmi les Quechuas du Pérou et les Mayas du Yucatan, renoncent à s'auto-désigner comme Indiens (*Indios*) ou indigènes (*indigenas*), car ces termes revêtent à leurs yeux une connotation péjorative ou discriminatoire. Selon Marisol De la Cadena, cette « dé-indianisation » signifie la mise au rancart de marqueurs qui indiquent la condition sociale de l'indianité, associée à la pauvreté, tels que le fait de marcher pieds nus ou en sandales et le manque de compétences pour la vie urbaine en général³⁹. De même, les Quechuas de l'Équateur rejettent le stigmate de leur qualité d'Indiens dès qu'ils sont en contact avec la civilisation occidentale. Stevenson évoque le cas de ces migrants indigènes qui troquent leurs habits traditionnels pour des vêtements à l'occidentale à la toilette de la gare d'autobus de Riobamba, sur le chemin les menant de leur région de résidence, de peuplement essentiellement indigène, à Guayaquil, cette métropole de la côte pacifique, et qui, une fois de retour dans leur patelin, parlent en espagnol, comme les habitants de la côte, plutôt qu'en quechua⁴⁰. Ces comportements trahissent

³⁷ M. Abley, p. 352.

³⁸ X. Albo, *Iguales aunque diferentes : hacia unas políticas interculturales y lingüísticas para Bolivia*, La Paz, Ministerio de Educación. Cité dans N. Hornberger.

³⁹ M. De la Cadena, *Indigenous Mestizos....* Cité dans S. L. Mattiace, p. 13.

⁴⁰ Robert Stevenson, *Global Communication in the 21st Century Persuasive Communication*. Cité dans V. Rada, n.p.

chez ces individus un processus d'acculturation, par lequel ils délaissent peu à peu leur culture autochtone pour adopter des éléments de la culture occidentale, ou du moins s'identifier à celle-ci.

Il arrive également que les attributs de la culture et de l'histoire des peuples autochtones soient réappropriés par les représentants de la classe dominante, créole ou métisse, dans le but de forger une identité régionale ou nationale plus ou moins factice. Ce phénomène d'« appropriation de l'historicité de la population autochtone » serait l'un des traits caractéristiques des nations du Nouveau Monde, selon Gérard Bouchard, pour lesquels la possibilité de revendiquer des origines très anciennes leur confère assurance et autorité morale. Ainsi, la majorité des Mexicains et des Péruviens, blancs et métis, reconnaissent les Aztèques et les Mayas pour les uns, et les Incas pour les autres, comme leurs véritables ancêtres, représentations dont l'origine remonte aux Créoles des XVIII^e et XIX^e siècles⁴¹. De plus, le métissage est un élément clé de l'idéologie officielle du Mexique, héritage de la Révolution de 1910. Dans cet esprit, l'élite non maya aurait récupéré des marqueurs identitaires mayas au profit d'une identité régionale yucatèque, selon Shannan Mattiace, où les véritables Mayas n'auraient ni plus ni moins que des rôles de figurants⁴². Peut-on y voir les fondements idéologiques des spectacles quotidiens de danses « yucatèques » devant les foules de touristes à Merida, évoqués en introduction?

La dilution des sentiments identitaires chez les communautés amérindiennes s'accompagne généralement d'une déperdition progressive, plus ou moins importante selon les cas, de l'usage des langues d'origine. C'est pourquoi, parmi les modèles d'évolution des pratiques linguistiques évoqués ci-haut, c'est clairement celui des transferts de langues (*Language Shift*) qui prévaut chez les autochtones d'Amérique latine. Ce phénomène de dislocation remonte en fait aux premiers temps de la colonisation espagnole, mais il a pris une ampleur accrue à l'ère de l'économie planétaire. Ce sont à la fois l'exode rural vers les villes, où l'espagnol représente la langue de l'ascension sociale, et l'exigence de la connaissance de cette langue associée à l'obtention d'un emploi, qui contribuent le plus à l'abandon progressif de la pratique des langues indigènes. La ville d'El Alto, cette immense banlieue de la capitale bolivienne, La Paz, en pleine croissance démographique (au point de voir sa population égaler désormais celle de la ville centre) représente le cas le plus connu de ces villes d'accueil de migrants paysans autochtones, en l'occurrence principalement des Quechuas et des Aymaras, fuyant la misère des campagnes de l'Altiplano andin.

Il n'est donc pas surprenant de constater que le recul de l'usage des langues autochtones se manifeste de façon plus marquée parmi les ex-migrants définitivement implantés en milieu urbain, où l'espagnol est la principale, sinon l'unique langue de la vie publique et du travail. Il se manifeste également chez les plus scolarisés, du moins chez ceux qui ont au moins une scolarité du niveau primaire. En effet, l'instruction publique, qui est dispensée en espagnol en Amérique latine (sauf au Brésil et dans les Guyanes), constitue un facteur puissant d'hispanisation des autochtones et de déperdition de leur langue maternelle et ce, dès l'âge scolaire, comme c'est le cas chez les Mayas yucatèques, comme nous le verrons plus loin⁴³. Le déclin de la pratique des langues indigènes est également plus rapide au sein des mariages interethniques autochtones non-autochtones, lesquels sont plus ou moins fréquents selon les groupes autochtones considérés et leur degré d'isolement géographique et d'autarcie économique relatifs.

⁴¹ G. Bouchard, p. 381.

⁴² S. L. Mattiace, p. 22.

⁴³ L. Dufresne, p. 277.

Ce phénomène d'érosion linguistique au détriment des langues autochtones s'observe davantage parmi les jeunes que chez les plus âgés. En effet, ce sont les jeunes autochtones, qu'ils soient mayas ou quechuas, qui sont les plus exposés à la mondialisation, en tant que consommateurs de produits de la culture-Monde, au sens défini par Canclini, notamment en matière musicale (la « world music ») et utilisateurs des technologies informatisées de communication dont font partie l'Internet et les jeux vidéos. Ils préfèrent parler espagnol dans des lieux publics, avec leurs amis ou avec les membres de leur famille. Par contre, les personnes âgées continuent souvent à privilégier la langue traditionnelle, indépendamment de leur environnement. Or la transmission intergénérationnelle est l'un des facteurs clés dans la transmission de l'héritage linguistique⁴⁴.

En Amérique latine, c'est essentiellement par l'hispanisation, langue de l'ascension sociale et économique des autochtones, que s'effectue ce phénomène d'érosion culturelle et linguistique liée à la mondialisation. La langue espagnole est en effet auréolée de prestige chez la plupart des indigènes. À cet égard, Holman remarque une préférence croissante des parents quechuas pour que leurs enfants soient éduqués en espagnol, malgré les efforts entrepris en faveur de l'introduction d'un enseignement multilingue, parce que leur langue maternelle n'est pas respectée ou acceptée au sein de l'économie dominante de la Bolivie et du Pérou. Ils espèrent ainsi favoriser l'ascension sociale de leurs enfants vers les classes urbaines économiquement fortes⁴⁵. Or l'élection en 2005 d'un président quechua, Evo Morales, qui assume fièrement ses racines autochtones, précédent historique dans l'histoire de la Bolivie, pourra-t-elle aider à déconstruire cette attitude de refus de l'enseignement en langue indigène chez les parents quechuas? Un autre motif explique le refus de programmes d'enseignement bilingue espagnol/quechua, selon Maria Elena Garcia : les parents d'écoliers quechuas refusent de se laisser dicter des programmes éducatifs par l'élite blanche de l'administration gouvernementale⁴⁶.

On remarque le même phénomène de recul de l'usage de la langue patrimoniale chez les Mayas, du moins chez ceux de la péninsule du Yucatan, au profit de l'espagnol, voire quelquefois de l'anglais, langue de communication avec la clientèle touristique internationale. Toutefois, ce déclin de la pratique du maya se manifeste peut-être de façon plus rapide et plus radicale que pour les Quechuas, puisqu'il découle directement d'une intervention politique, à savoir la création ex-nihilo en 1969 d'une ville vouée spécifiquement à l'industrie touristique mondiale: Cancun. Ceci nous amène à entrer de plain pied au cœur de notre problématique : l'impact du tourisme globalisé.

3.2 – Les impacts du tourisme globalisé

On assiste depuis quelques décennies à une massification du tourisme international, forme la plus courante du tourisme globalisé, en particulier dans les pays en développement. Ceci est attesté par divers indicateurs économiques, tels que le volume annuel de visiteurs étrangers. Ainsi, l'Organisation mondiale du Tourisme a comptabilisé pour 2006 plus de 846 millions d'arrivées de touristes internationaux, nombre en augmentation constante d'année en année, ce qui a généré des

⁴⁴ N. Hornberger et S. Coronel Molina, p. 18 et suivantes.

⁴⁵ D. Holman, p. 12.

⁴⁶ M. E. Garcia, p. 9 -11.

revenus de plus de 733 milliards de \$ US. Les États andins et centroaméricains, qui regroupent les populations quechua et maya, n'échappent guère à ce phénomène. Le Pérou, l'Équateur et la Bolivie, soit les trois pays regroupant la majorité de la population quechua, enregistraient, respectivement 1 635 000, 841 000 et 352 000 entrées de touristes étrangers⁴⁷. En ce qui concerne les zones à forte concentration de population maya, le Guatemala accueillait 1 502 000 visiteurs étrangers en 2006, alors que l'État mexicain du Quintana Roo en recevait la même année 5 935 000, dont la grande majorité se destinait à Cancun (2 430 000) et à la Riviera Maya (2 650 000)⁴⁸.

Cet essor du tourisme international dans cette région d'Amérique centrale a été fortement stimulé par les interventions conjointes des gouvernements du Mexique, du Guatemala, du Belize, du Honduras et du Salvador, avec la création en 1992 de l'organisation Mundo Maya visant précisément le développement touristique.

3.2.1- Les impacts culturels

Le tourisme est souvent considéré comme l'un des moteurs les plus puissants de la mondialisation dans sa capacité à uniformiser le Monde⁴⁹. Dans un tel processus, le trait prédominant d'une industrie de services avec économies d'échelle, comme c'est le cas du tourisme de masse, est la standardisation des manifestations culturelles⁵⁰, selon Getino. Toutefois d'autres auteurs apportent un éclairage différent au concept de tourisme globalisé et à ses impacts sur les manifestations culturelles et identitaires. Ainsi Kevin Gotham fait ressortir les aspects contradictoires et conflictuels du phénomène touristique contemporain en ayant recours aux notions de *tourism from above* et de *tourism from below*, ce que l'on pourrait qualifier en français de « tourisme dominé par le haut » et de « tourisme issu de la base » :

“Tourism from above” refers to the global level forces of commodification, standardization and rationalization that affect all cities. “Tourism from below” refers to the ways in which local groups and individuals resist the homogenizing effects of globalized tourism...⁵¹

Cette définition en deux volets, qui prend appui sur le cas de villes ayant un fort attrait culturel comme la Nouvelle-Orléans avec son Carnaval du Mardi Gras, s'applique tout aussi bien aux milieux ruraux traditionnels qu'aux milieux urbains. D'une part, la première forme de tourisme (*tourism from above*) correspond à une approche dite du haut vers le bas (*top-down approach*). Celle-ci fait ressortir le rôle des facteurs globalisants du tourisme dominant sur la gestion des activités touristiques, soit la marchandisation (*commodification*), la standardisation et la rationalisation bureaucratique. En vertu de cette approche, le développement de l'industrie touristique globalisée

⁴⁷ Les deux premières données (entrées de touristes au Pérou et en Équateur) datent de 2006 et la dernière (la Bolivie), de 2004.

⁴⁸ Organisation mondiale du tourisme, *Faits saillants du tourisme*, édition 2007.

⁴⁹ V. Coëffé, H. Pébarthe et P. Violier, p. 83.

⁵⁰ O. Getino, p. 16.

⁵¹ K.F. Gotham, p. 312. Traduction libre: Le tourisme dominé par le haut se réfère au niveau global des forces de marchandisation, de standardisation et de rationalisation qui affecte toutes les villes. Le tourisme issu de la base se réfère aux moyens avec lesquels les groupes locaux et les individus résistent aux effets d'homogénéisation du tourisme globalisé.

est dominé par de grandes firmes transnationales (chaînes hôtelières, agences de location de voitures, etc.) qui imposent leurs stratégies de marketing à l'échelle internationale. Ceci favorise la création de produits touristiques homogènes partout à travers le monde, « déconnectés » de l'environnement social et culturel dans lequel ils sont mis en marché. Ces grandes entreprises étrangères n'établissent aucun lien avec les populations locales, qui ne bénéficient guère de l'activité touristique générée par ces entreprises étrangères. Du moins, tel était le cas dans un passé récent, selon Morales Morgado :

... la población local no se vio beneficiada por la actividad turística durante décadas 80 y 90, puesto que aquella está controlada en su gran mayoría, por empresas foraneas que no establecen vinculo alguno con los distintos poblados.⁵²

D'autre part, la seconde approche du tourisme, dite du bas vers le haut (*bottom-up approach*), s'appuie sur les influences locales et les facteurs de mise en valeur des particularismes locaux sur la gouverne des activités touristiques. Selon cette approche, ce sont les communautés locales qui tentent de résister à l'uniformisation des produits touristiques par la mise en valeur des aspects originaux de leurs attraits touristiques et de leur culture propre et en font un argument de promotion touristique.

On the one hand, as a global industry, tourism unfolds through a process of bureaucratic rationalization and standardisation in which different cities court the same transnational tourism firms (e.g. international hotel chains, casinos, car rental agencies, etc.)... and embraces similar marketing strategies, thereby creating identicalness and homogeneity. On the other hand, in an era of major socio-economic restructuring, places vie to differentiate themselves, playing up their cultural distinctiveness and advertising themselves as places to visit⁵³.

Cette double approche nous amène à nous poser la question suivante : le tourisme globalisé contribue-t-il à niveler les différences culturelles ou bien au contraire favorise-t-il la mise en valeur de la diversité culturelle (la culture étant entendue ici comme englobant le mode de vie, la langue et le sentiment identitaire)?

Examinons tout d'abord les effets « homogénéisants » du tourisme de masse, induits par le jeu des forces globalisantes, selon l'approche du tourisme dominé par le haut. En ce sens, l'action des facteurs de standardisation, dans un contexte de concurrence mondiale, contribuerait à l'« étouffement » de la reproduction des modes de vie traditionnels des groupes ethniques, ce

⁵² H. F. Morales Morgado, p. 256 et 263. Traduction libre : La population locale ne bénéficia pas de l'activité touristique durant les décennies 80 et 90 parce que celle-ci était contrôlée en grande majorité par des entreprises étrangères qui n'établissaient aucun lien avec les diverses populations locales.

⁵³ K. F. Gotham, p. 314-315. Traduction libre : D'une part, en tant qu'industrie globale, le tourisme se déploie à travers un processus de rationalisation bureaucratique et de standardisation où les différentes villes courtisent les mêmes firmes touristiques transnationales (c'est-à-dire les chaînes hôtelières, les casinos, les agences de location de voitures, etc.) et adoptent des stratégies de marketing similaires, créant ainsi des concepts identiques et homogènes. D'autre part, à une époque de restructuration socioéconomique majeure, les sites touristiques cherchent à se différencier entre eux, en mettant en évidence leur caractère culturel distinctif et en faisant leur propre promotion en tant que lieux à visiter.

qu'affirme Canclini (tel que relevé dans l'Introduction), voire à l'éradication des cultures locales et des traditions.

C'est un fait que l'activité touristique exerce, au-delà de la contribution économique évoquée ci-haut, une influence profonde sur les mentalités et le mode de vie d'une grande partie de la population des pays du Tiers-Monde. Ces impacts socioculturels peuvent être observés dans les changements de systèmes de valeurs, les modes de vie collectifs, les relations familiales, les comportements individuels, les expressions culturelles et religieuses, les pratiques linguistiques, la conduite morale, la santé, l'éducation, les activités sociales et les formes de gestion et d'organisation de la communauté.

L'ampleur de ces transformations socioculturelles varie selon l'importance de l'interface entre la clientèle touristique et les communautés locales des lieux visités, c'est-à-dire le « gradient d'altérité » selon l'expression utilisée par Coëffé, Pébarthe et Violier. Le gradient d'altérité permet d'évaluer le niveau d'exposition des touristes étrangers à l'altérité, au dépaysement culturel, par le biais d'une échelle allant de l'enclavement touristique presque total à l'ouverture complète face à la population locale, caractérisée par une cohabitation entière des visiteurs avec celle-ci.

« À l'extrémité négative de l'axe (altérité la plus faible), on trouve les lieux exclusivement produits par et pour les touristes »⁵⁴, sortes d'enclaves plus ou moins retranchées du monde extérieur, à l'image des établissements du Club Méditerranée. Selon Getino, l'une des caractéristiques de ce cas de figure, très courant, est la coexistence de deux mondes culturels au sein d'un même territoire : le « monde extérieur », où vit la population locale, ce qui, aux yeux des touristes, représente la réalité exotique, folklorique, source d'attraction pour les touristes, constituant en quelque sorte l'objet même de l'activité touristique, et un « monde intérieur », soit l'habitat hôtelier où logent les touristes, création au sein de sociétés traditionnelles de microcosmes touristiques artificiels, produits du phénomène de globalisation économique. Les rares contacts des touristes avec la société locale sont rendus possibles par des « incursions fugaces » à l'extérieur de ces enclaves hôtelières, généralement sous la forme d'excursions organisées par des voyagistes. Il s'agit selon Baudrillard de « non-lieux », où se côtoient touristes étrangers et employés autochtones locaux⁵⁵. La plupart des complexes hôteliers de la Riviera Maya, au Yucatan, en sont l'illustration parfaite.

Dans ce contexte, le tourisme de masse ne permet pas, ou sinon très difficilement, de véritables échanges interculturels entre visiteurs et résidents, car il favorise la diffusion et la permanence d'images stéréotypées sur des pays donnés et leurs habitants. Ceci est d'autant plus vrai que la promotion touristique, par le biais souvent d'une publicité tapageuse, est associée à la fabrication d'images stéréotypées sur les populations et leur milieu de vie comme « cibles » touristiques, visant à attirer le plus gros volume possible de clientèle et ce, au détriment de la recherche d'une véritable authenticité⁵⁶. À ce chapitre, le discours de la publicité touristique oriente significativement les désirs du touriste aussi bien dans ses attentes que dans son expérience du voyage.

⁵⁴ V. Coëffé, H. Pébarthe et P. Violier, p. 89-90.

⁵⁵ O. Getino, p. 117.

⁵⁶ O. Getino, p. 110. Traduction libre : Le tourisme peut se définir comme étant une quête d'authenticité autant qu'un jeu mais plus significativement, il est façonné par les fabricants d'images; le tourisme est le produit d'une industrie.

Tourism may be a search for authenticity as well as a game, but more significantly, it's shaped by image-makers, tourism is a product of an industry.⁵⁷

Le manque de communication réelle entre « visiteurs » et « visités », en raison notamment de l'absence de langue commune d'échanges, accentue les aspects mythificateurs de la société de consommation, ce à quoi contribuent aussi les médias et la publicité touristique. Les uns et les autres ont des perceptions biaisées réciproques sur leur culture et leur mode de vie respectifs. D'une part, les touristes, qui font généralement de brèves incursions en territoire autochtone, sachant qu'ils disposent d'un temps limité pour leurs vacances et qu'ils voyagent en groupes organisés, avec des horaires très chargés, et ne s'éloignent pas des zones les plus accessibles par la route, sont attirés par la couleur locale, l'exotisme des lieux (qu'ils veulent fixer en images avec leur appareil photo), mais ils sont également souvent frappés par la pauvreté matérielle et le dénuement de ces paysans.

D'autre part, les populations hôtes, telles que Quechuas et Mayas, prennent conscience de l'existence de situations totalement différentes des leurs. Elles ont une vision distordue des valeurs des Occidentaux, par le biais de brefs contacts avec les touristes. Ainsi, observe Zoomers⁵⁸, les paysans quechuas, entourés de leurs nombreux enfants et de leurs voisins, considèrent les touristes comme étant socialement isolés, souvent seuls et sans enfants, ce qu'ils associent à la pauvreté! Ils constatent que les touristes sont toujours pressés car ils ne restent que très peu de temps dans leur région. Ils s'interrogent également sur l'usage que ceux-ci font des multiples prises de vue photographiques ou vidéos une fois de retour chez eux.

Les autochtones « visités » remarquent chez les visiteurs l'étalement, conscient ou non, de leur richesse, à savoir les attributs classiques du touriste occidental : appareils photos, caméscopes, beaux vêtements griffés, chaussures sport confortables, montres, sacs en bandoulière, lunettes dernier cri, minibus modernes et climatisés pour leurs déplacements. Ces touristes occidentaux qui affluent dans ces régions de peuplement amérindien, qu'il s'agisse des Mayas du Guatemala ou des Quechuas de l'Altiplano bolivien, projettent chez ces derniers une image idyllique de leurs pays de provenance, malgré l'impression perçue de solitude sociale. Les autochtones considèrent l'étranger comme un modèle plutôt que comme un client visiteur, un modèle en l'occurrence porteur de l'image de la possession, de l'avoir, davantage que de celle de l'être. Ils en déduisent que les habitants des pays sources des voyageurs sont tous riches et manifestent une envie irrésistible d'émigrer vers ces présumés pays de cocagne, comme le fait remarquer Labrosse⁵⁹. Ils sont fascinés par les mythes du capitalisme international et forgent leurs projets de vie sur le modèle matérialiste du monde occidental, du luxe bourgeois qui tend à devenir une « référence paradigmatique », selon les mots de Baños Ramirez⁶⁰.

En fait, ces contacts entre « visiteurs » et « visités », même superficiels, tendent à fragiliser le mode de vie traditionnel des communautés amérindiennes. C'est ce que Lucie Dufresne⁶¹ souligne dans

⁵⁷ J. M. Thurot et G. Thurot, « The Ideology of Class and Tourism : Confronting the Discourse of Advertising », *Annals of Tourist Research*, vol. 11, n° 3, 1984. Cités dans S. Macleod, p. 4.

⁵⁸ A. Zoomers, n.p.

⁵⁹ B. Labrosse, p. 2.

⁶⁰ O. Baños Ramirez, p. 16.

⁶¹ L. Dufresne, p. 245-290.

une étude sur l'impact de l'industrie touristique générée par la création en 1970 de la ville côtière de Cancun sur le mode de vie et les valeurs des paysans mayas de la péninsule du Yucatan. Baños Ramirez, fait un constat semblable et note chez les paysans mayas un début d'altération du tissu social traditionnel hérité des générations antérieures, couvrant plus de deux mille ans, ce qui affecte leurs coutumes, leurs croyances religieuses et leurs pratiques linguistiques.

Par conséquent, les activités traditionnelles, telles que la *milpa*, sorte de culture sur brûlis en forêt, sont peu à peu négligées et délaissées. Le rôle du chef de famille comme leader véritable de l'« endo-culture » maya associé au mode de vie basé sur l'agriculture est ainsi remis en question. La propriété agricole se désintègre. La publicité porteuse des valeurs du capitalisme occidental éloigne les paysans de leurs activités traditionnelles en milieu rural et leur fait miroiter la ville comme étant le seul lieu où leur sort peut s'améliorer. La technologie moderne, à savoir la télévision et la radio, vecteurs de valeurs occidentales et urbaines, pénètre désormais dans les habitudes de leur vie quotidienne. Le consumérisme s'introduit au sein de ces groupes, qui cherchent à imiter le comportement des touristes. Ces changements dans le mode de vie provoquent chez ces populations autochtones une certaine aliénation sociale et culturelle qui se manifeste notamment par des tensions sociales et intergénérationnelles au sein de ces communautés et met en péril les liens de solidarité et d'entraide nécessaires à leur survie.

Tout comme la mondialisation culturelle, le tourisme globalisé modifie le sens et la vocation d'objets traditionnels : tout en stimulant la production artisanale, il génère une catégorie de produits élaborés pour la vente, tout comme les cultures commerciales face à l'alimentation traditionnelle⁶². Il favorise ainsi, selon Getino, une mercantilisation, parfois à l'extrême, des traditions locales, qu'il dépouille de leur signification véritable, ce qui peut causer un processus de déculturation. Autrefois cachés de la vue des touristes par les élites locales et nationales soucieuses de ne montrer qu'une image de modernisme de leur pays, les traits culturels autochtones font désormais l'objet d'une marchandisation à outrance: ils sont mis en évidence et transformés en stéréotypes pour se conformer aux attentes des touristes, afin d'en attirer le plus grand nombre.

On assiste à une scénarisation exagérée, forcée, des cultures des communautés hôtes, qui consiste à dévoiler toutes les composantes ethniques dans un court laps de temps, celui de la visite programmée par les agences touristiques. Les produits touristiques sont adaptés constamment et superficiellement aux goûts spécifiques des divers groupes de touristes et à l'évolution du marché.

Esto lleva en muchos casos a la exageración en la escenificación de la cultura, que trata de mostrar todos sus componentes étnicos en un lapso temporalmente corto (el que dura la visita programada o la estancia en casos de las nuevas modalidades de alojamiento al estilo del turismo rural), y a la adaptación fácil y constante tanto a los distintos grupos de turistas como a las evoluciones del mercado, en cuanto a gustos específicos sobre ambientes, colores o texturas, motivos, partes concretas, de la elaboración de un determinado producto o servido »⁶³.

⁶² O. Getino, p. 120.

⁶³ H. F. Morales Morgado, p. 255. Traduction libre: Cela mène dans de nombreux cas à une mise en scène exagérée de la culture, qui tente de montrer toutes ses composantes ethniques dans un très court laps de temps (soit la durée de la visite programmée ou du séjour dans le cas des nouveaux modes d'hébergement liés au tourisme rural) et à l'adaptation facile et

Illustration de cet effet d'exotisme, le fait d'avoir une apparence maya peut constituer un atout pour les « véritables » Mayas travaillant dans les services touristiques du Yucatan, surtout pour les serveuses de restaurant⁶⁴. Dans les villages touristiques du Guatemala ou d'Équateur, comme Chichicastenango ou Otavalo, les paysans mayas ou quechuas enfilent leurs vêtements traditionnels les plus chatoyants dès l'arrivée d'autocars de touristes nord-américains ou européens, pour se faire photographier et recueillir quelques menues pièces de monnaie, ou pour vendre jouets, carpettes, châles ou robes de confection locale. Les danses, les spectacles populaires, les festivités religieuses, bref tout ce qui peut être mis en valeur comme offre touristique, tendent à perdre (« desligarse ») leur signification culturelle et sociale⁶⁵. Dans ce contexte, les danses yucatèques sur la Plaza Grande de Merida conservent-elles vraiment des éléments de signification de la culture maya?



Spectacle de danses folkloriques sur la Plaza Grande, Merida, au Yucatan (mars 2006)

constante aux différents groupes de touristes et à l'évolution du marché, quant aux goûts spécifiques sur les ambiances, les couleurs, les textures, les motifs et les éléments concrets des produits à élaborer et des services à assurer.

⁶⁴ L. Dufresne, p. 272.

⁶⁵ O. Getino, p. 108.



Femme maya à l'entrée de sa chaumière à Coba, au Quintana Roo (Mexique) (mars 2006)



Marchandes quechuas et aymaras, rue Illampu, à La Paz en Bolivie (avril 1999)

(photos prises par l'auteur)

Cela dit, il n'est pas certain que ces populations d'accueil ont toutes consenti de bon gré à délaïsser leurs activités traditionnelles pour jouer un tel rôle d'« appât » au tourisme international. En fait, selon Amblès, « l'immense majorité des populations d'accueil touristiques n'a pas choisi

d'accueillir. On les a vendus, étalant des faciès et des costumes sur des magazines de voyage, des catalogues ou des panneaux publicitaires. On a marchandisé leur culture traditionnelle, quitte à les obliger à singer leurs propres rituels, à se déguiser, à pratiquer une chasse archaïque, parce que cela fait partie du produit touristique. On a transformé leur solidarité communautaire en concurrence et individualisme »⁶⁶.

On assiste également à une détérioration des espaces culturels locaux et à une dégradation des manifestations folkloriques. Cette mercantilisation et la déculturation qui en découle peuvent exercer un effet répulsif sur les touristes en quête d'authenticité en raison de la commercialisation à outrance de ces objets et engendrer ainsi la destruction des « objets » d'attraction qui sont pourtant à la source même des flux touristiques. Tel est le paradoxe de l'impact de la quête du pittoresque, du dépaysement chez les touristes : le tourisme de masse peut exercer un effet destructeur sur le mode de vie et les valeurs des populations hôtes. Selon Amblès, le tourisme consume son propre potentiel s'il n'est pas rigoureusement maîtrisé⁶⁷.

3.2.2 - Les impacts socioéconomiques

On assiste à une fragmentation du mode de vie et des identités des communautés autochtones fragilisées, caractérisée par le remplacement partiel des activités traditionnelles par des activités liées à l'économie néolibérale. C'est le phénomène qu'a étudié Lucie Dufresne au sujet des Mayas du Yucatan migrant vers Cancun et les autres villes balnéaires de la Riviera Maya, et que Annelies Zoomers et Natalie Raymond⁶⁸ ont pu observer également chez les Quechuas de l'Altiplano andin attirés par la manne touristique de Cuzco et des sites archéologiques incas.

Cette déstructuration du mode de vie des autochtones se caractérise sur le terrain par une intensification marquée des phénomènes migratoires de la campagne vers les villes et les sites à forte fréquentation par le tourisme de masse, qu'il s'agisse de migrations temporaires ou permanentes. Il s'agit très souvent de mouvements pendulaires réguliers, des va-et-vient continuels entre ville et campagne. Ainsi, depuis la création de Cancun et la mise en valeur touristique du littoral caraïbe du Yucatan, les Mayas du Yucatan pratiquent une alternance entre un mode de vie urbain la semaine, axé sur l'emploi rémunéré, et le mode de vie traditionnel la fin de semaine en campagne.

Ces migrations touchent davantage les individus plus jeunes et plus instruits, ayant appris l'espagnol, que les plus âgés. Ces migrants autochtones se convertissent en une armée d'employés au service de l'industrie touristique et de guides pour touristes. Ils profitent de la multiplication des emplois dans l'hôtellerie engendrée par la stimulation économique très forte de la région de Cancun. Cependant, ils travaillent dans le secteur informel de l'industrie touristique et sont souvent sous-payés. L'industrie touristique crée une nouvelle dynamique sociale caractérisée par une structure d'emplois polymorphe : d'une part, l'économie informelle alimentée par les paysans

⁶⁶ A. Amblès, p. 2.

⁶⁷ Id.

⁶⁸ N. Raymond, p. 133.

mayas journaliers, ouvriers (notamment pour la construction d'hôtels et de condominiums), ou petits commerçants travaillant à leur compte (par exemple avec leurs petits étals de marchandises diverses installés, légalement ou non, sur les trottoirs), ce qui alimente l'économie informelle. D'autre part, les employés du secteur formel et les postes de direction occupés par des Mexicains provenant d'autres régions du Mexique, qu'ils soient Créoles ou Métis⁶⁹.

Les revenus ainsi gagnés sont parfois destinés à l'accumulation de capital, mais ne sont pas toujours investis au sein de la communauté ou dans des activités productives comme l'agriculture vivrière. Ils sont souvent dépensés pour l'achat de biens de consommation disponibles en ville, notamment par les travailleurs mayas à Cancun, comme le souligne Dufresne, ou bien servent pour l'achat d'une seconde résidence en ville pour les migrations temporaires ou pour l'éducation en espagnol des enfants, tel qu'observé par Zoomers chez les Quechuas de Bolivie.⁷⁰ Cette industrie touristique, avec le développement de services d'accueil et d'activités touristiques destinés à des touristes internationaux au pouvoir d'achat considérablement plus élevé que les « nationaux », avec l'importation de produits de consommation étrangers et les investissements dans l'immobilier que cela engendre, contribue à faire augmenter les prix, notamment des denrées de base, et à hausser le coût de la vie de la population locale, en particulier des autochtones, et donc à un appauvrissement de celle-ci. Par conséquent, le développement du tourisme, s'il favorise l'intégration de la majorité de la population andine au sein d'une économie urbaine néolibérale axée sur la consommation de masse, contribue aussi au maintien de celle-ci dans la pauvreté en ne lui permettant pas l'accès suffisant aux ressources productives, comme l'affirme Annelies Zoomers⁷¹.

Quant aux autres membres des familles de ces migrants autochtones, ils demeurent à la campagne, au milieu de leurs petits lopins de terre souvent peu productifs, où ils conservent un statut économique précaire. Il s'agit le plus souvent de personnes âgées, peu instruites (par rapport aux normes des programmes éducatifs mexicains), analphabètes et ne parlant généralement que leur langue maternelle. Il en résulte un profond déséquilibre dans le mode de vie des citadins et des ruraux, ce qui a pour effet de creuser le déséquilibre en termes de répartition de la richesse, entre ville et campagne, entre migrants et sédentaires, entre jeunes et vieux. Toutefois, les travailleurs migrants citadins ayant épargné suffisamment font venir les autres membres de leur famille quelques années après s'être établis en ville, afin de leur faire profiter d'un niveau de vie plus élevé. C'est le cas notamment chez les Mayas du Yucatan qui s'installent à Cancun et dans les autres villes touristiques de la côte caraïbe, mais aussi chez les Quechuas qui s'établissent à Cuzco au Pérou ou à El Alto, cette grande banlieue ouvrière, bien que non touristique, de La Paz. Si ce processus migratoire vers la ville et les zones touristiques peut apporter un effet bénéfique au plan individuel pour les populations autochtones, son effet est néfaste au plan collectif, considérant les coûts sociaux inhérents aux migrations. Il contribue, globalement, à une certaine déstructuration de la paysannerie autochtone maya⁷².

Le même processus peut être observé, à des degrés divers, chez les paysans quechuas de la région de Cuzco et du Lac Titicaca, par exemple. Ainsi, Amélie Zoomers fait ressortir les profondes mutations survenues au sein de la paysannerie indigène des hauts-plateaux lorsqu'elle évoque le remplacement progressif du système de moisson communale par la production commerciale par

⁶⁹ L. Dufresne, p. 272-277.

⁷⁰ A. Zoomers, n.p.

⁷¹ A. Zoomers, n.p.

⁷² L. Dufresne, p. 267.

une main-d'œuvre salariée au service de l'industrie touristique ou d'activités diverses gravitant autour du tourisme de masse, telles que l'artisanat, induit par la mise en valeur de sites patrimoniaux tels que Macchu Picchu, Cuzco, le lac Titicaca.

Inévitablement, le tourisme globalisé favorise l'émergence de tensions sociales nouvelles au sein des communautés autochtones. Ainsi, les conflits intergénérationnels se multiplient entre des jeunes attirés par les attributs de la société de consommation et le modernisme, en rupture avec certaines valeurs familiales autochtones, et leurs parents et grands-parents davantage attachés aux traditions, notamment en ce qui a trait au partage des tâches pour le travail de la terre.

Or l'une des manifestations les plus visibles de l'afflux du tourisme de masse dans des zones de populations autochtone à haute valeur touristique consiste en l'apparition de foules de visiteurs étrangers, que ce soit dans les marchés indigènes animés, dans les foires d'artisanat local des villages autochtones du Guatemala ou d'Équateur, ou aux abords des plages et des complexes hôteliers du Yucatan, des sites archéologiques incas ou mayas, ou des sites naturels remarquables (volcans d'Amérique centrale, Cordillère blanche du Pérou, Quebrada de Humahuaca en Argentine). Ainsi, plus de 400 000 touristes ont foulé le site de Macchu Picchu dans la seule année 2004. Ces visiteurs consomment quotidiennement une part très élevée des ressources locales disponibles, engendrant ainsi des pénuries chroniques et une inflation galopante, dont les populations locales, principalement quechuas, pourtant héritières de ce site patrimonial, sont les premières à souffrir⁷³

La venue en masse de touristes internationaux favorise également le développement de la mendicité au sein des populations d'accueil, en particulier chez les enfants, en exploitant le côté exotique, « accrocheur » de leurs traditions, en particulier au niveau vestimentaire. Or la mendicité infantile se révèle être une source de revenus très profitable pour les familles autochtones, bien davantage que les maigres salaires de leurs parents paysans ou ouvriers. Ceci a pour effet d'altérer de façon insidieuse les rapports familiaux et aussi de contribuer au décrochage scolaire des enfants racoleurs.

« Il n'est pas rare de rencontrer de très jeunes enfants sur les places publiques, engoncés dans leurs habits traditionnels, proposant de se faire photographier pour quelques sols, la monnaie péruvienne, ou vendant quelques souvenirs qu'ils « disent » avoir fabriqués. Peu de touristes résistent à un joli minois, et encore moins à la vertueuse impression d'aider un enfant pauvre... Des parents louent leurs enfants à des « receleurs » qui viennent les chercher tous les matins en autobus et qui les laissent sur un coin de rue pour mendier. Ils reviennent les chercher le soir et les enfants remettent leurs gains aux receleurs, qui en donnent une part aux parents et gardent le reste », explique une agente de voyage spécialisée dans les circuits au Pérou.⁷⁴ Celle-ci ajoute que le cercle vicieux de la sollicitation se transmet de génération en génération. Une fois ces enfants « devenus trop vieux pour attirer les touristes, ils mettent au monde des enfants pour qu'ils les fassent vivre à leur tour, et ainsi de suite »⁷⁵.

Un autre effet potentiellement perturbateur du tourisme globalisé est le risque accru de criminalité, favorisé par l'étalage, même involontaire, de richesse par les touristes venus de pays industrialisés,

⁷³ B. Labrosse, p. 2.

⁷⁴ Geneviève Guay, agence de voyage Peru del Mundo Internacional. Citée dans B. Labrosse, p. 2.

⁷⁵ B. Labrosse, p. 2.

comme le signale Getino⁷⁶. L'une des formes les plus courantes, bien que bénignes, de cette criminalité est le vol à la tire. Des jeunes résidents des quartiers les plus déshérités des villes de l'Altiplano andin, appartenant parfois à des réseaux organisés de recels, profitent des moments d'inattention de touristes pour s'emparer de leurs portefeuilles bien garnis, de leurs montres, de leurs appareils photos ou de leurs caméscopes, autant d'objets qui ont une valeur de revente appréciable sur le marché du recel. Il existe également, quoique plus rarement, des crimes plus graves commis à l'encontre de touristes, soit des agressions physiques, comportant parfois des atteintes à leur intégrité physique.

Bien sûr, la problématique de la criminalité en région touristique, loin d'être l'apanage des seules communautés autochtones, paraît fondamentalement attribuable aux écarts de richesses entre classes sociales, ce qui est le fait de la plupart des sociétés latino-américaines. Il reste que Mayas et Quechuas (ainsi que les Aymaras) forment les couches les plus défavorisées socialement de la population des pays andins ou centroaméricains, sur lesquels règne une élite blanche ou métisse très fortunée. Aussi, bien qu'il soit difficile d'étayer ce phénomène par des données statistiques officielles, il s'agit d'une réalité qu'il ne faut pas sous-estimer et qui peut exercer un effet répulsif sur une partie de la clientèle touristique potentielle de ces régions. La crainte de vols ou d'agression, qu'elle soit justifiée ou non, est susceptible d'éloigner un certain nombre de visiteurs potentiels d'Europe ou d'Amérique du Nord, de destinations comme le Pérou, l'Équateur ou le Guatemala.

3.2.3 - Les impacts identitaires et linguistiques

Du fait qu'il se trouve au cœur du phénomène de mondialisation, le tourisme de masse peut exercer sur le sentiment d'appartenance ethnoculturelle des communautés autochtones les mêmes effets d'acculturation et, selon l'expression de Maria Elena Garcia, de « dé-indianisation » que ceux que nous avons soulignés précédemment relativement à la mondialisation dans son ensemble. Il en va de même pour les pratiques linguistiques des communautés autochtones.

Ainsi, tel qu'évoqué ci-haut, nombre d'autochtones tendent à rejeter, par honte ou par gêne, leurs traits culturels spécifiques, leurs traits phénotypiques et leur langue maternelle, au contact du tourisme de masse contemporain⁷⁷. Ainsi, Lucie Dufresne observe chez certains travailleurs mayas de Cancun, employés de l'industrie touristique ou dans des activités connexes, une perte d'identification comme Mayas, au profit de celle de « Cancunenses » (habitants de Cancun), identité associée dans leur esprit à la modernité urbaine, par opposition à l'archaïsme rural. D'autres Mayas du Yucatan font traduire leurs noms de famille en espagnol, ce que l'on désigne comme « nombres comprados » (noms achetés). Paradoxalement, ces Mayas contemporains sont les héritiers d'une brillante civilisation dont les remarquables témoignages architecturaux actuels (Chichen Itza, Uxmal, Palenque, etc.) constituent la principale source d'attraction du tourisme mondial au Yucatan, mises à part les plages. Les paysans mayas, une fois intégrés au milieu urbain,

⁷⁶ O. Getino, p. 112.

⁷⁷ V. Rada, n.p.

auront « troqué leur identité de Mayas colonisés pour une mexicanité en voie de fusion avec l'américanité étasunienne triomphante... », selon les mots de Lucie Dufresne ⁷⁸.

Par ailleurs, l'afflux massif de touristes, souvent peu consciencieux du respect des valeurs fondamentales des communautés autochtones visitées, contribue à une désacralisation des marqueurs identitaires que constituent ces sites investis d'une grande valeur spirituelle pour ces communautés. On assiste à un envahissement d'espaces sacrés, tels que des cimetières ou des montagnes, par des groupes compacts de touristes. Or ceux-ci manifestent souvent peu d'égards envers ces sites, notamment en s'écartant parfois des circuits balisés, du moins tant que des interdictions d'accès ne sont pas imposées par les communautés hôtes.

Sur le plan linguistique, le phénomène d'hispanisation des communautés amérindiennes décrit ci-haut, surtout chez les autochtones ayant migré de façon durable en ville, chez les plus jeunes et chez ceux qui sont relativement scolarisés, est particulièrement manifeste parmi les Mayas que l'industrie touristique et le développement accéléré de la Riviera Maya ont attirés vers les zones urbaines, comme le fait ressortir Lucie Dufresne. Parallèlement, les paysans mayas restés sur leurs terres ancestrales maintiennent en très forte majorité la pratique de leur langue maternelle. Ainsi, en 1999, « l'espagnol est la langue d'usage de 69 % des migrants et la langue de travail de 95 % d'entre eux, alors que le maya est la langue d'usage de 98,5 % des ruraux qui n'ont jamais migré et de 82 % des migrants saisonniers. Il existe un lien entre l'instruction et l'usage de l'espagnol puisque 94 % des analphabètes ont le maya comme langue d'usage, alors que 81 % de ceux qui ont au moins terminé leur cours primaire ont l'espagnol comme langue d'usage ». Lucie Dufresne constate parmi ceux-ci une progression du bilinguisme maya-espagnol, phase classique du phénomène de transfert linguistique (*Language Shift*). Elle y voit un marqueur d'intégration à la société mexicaine moderne, mais aussi une étape transitoire vers l'hispanisation complète⁷⁹.

Finalement, ces observations suffisent-elles pour conclure à la justesse des trois propositions énoncées au départ ? Peut-on inférer de ces observations que les effets d'acculturation, de nivellement culturel, de perte de sentiment identitaire et de déperdition linguistique induits par le tourisme globalisé sont universels, qu'ils peuvent se transposer à l'ensemble des communautés amérindiennes, à tous leurs milieux de vie et à tous les contextes ? Il est sans doute prématuré de confirmer nos propositions. En effet, il se pourrait que, contrairement à ce qui a été observé jusqu'à maintenant, la mondialisation et le tourisme de masse engendrent certaines transformations favorables pour les sociétés autochtones d'Amérique latine, en ce qui concerne le mode de vie et les valeurs.

⁷⁸ L. Dufresne, p. 283.

⁷⁹ L. Dufresne, p. 277-278.

4 – Les impacts positifs de la mondialisation et du tourisme globalisé

4.1 - Les impacts de la mondialisation

Une autre lecture du phénomène de mondialisation par le biais du tourisme de masse fait ressortir divers aspects que l'on peut qualifier de positifs relativement aux impacts de la mondialisation sur la culture et le sentiment d'appartenance, voire sur la vitalité des langues indigènes. Précisons d'abord que ce qu'on considèrera ici comme étant des apports positifs du tourisme globalisé ne doit pas être confondu avec immobilisme dans le sens du maintien intégral du mode de vie, des traditions et des valeurs des communautés autochtones, par opposition à une déperdition des traits culturels spécifiques de ces peuples. Il ne s'agit pas de faire une analyse dichotomique opposant préservation et disparition partielle ou complète de ces éléments de spécificité culturelle. Le tourisme globalisé peut, en effet, apporter des changements positifs pour ces communautés, eu égard au sentiment d'appartenance collectif, au mode de vie, aux pratiques linguistiques.

4.1.1 - Les impacts culturels

Reprenons l'affirmation de Canclini selon laquelle, dans le contexte d'une ère post-nationale, le jeu des marchés transnationaux favorise une unification des éléments constitutifs des diverses sociétés à l'échelle mondiale. Cependant, si elle contribue à une certaine dilution des cultures « nationales », par la réduction de l'importance du rôle centralisateur des États-nations qu'elle engendre, la mondialisation favorise également la décentralisation, le régionalisme et l'espace local, notamment en ce qui concerne l'espace culturel des communautés indigènes.

Globalisation means decentralisation, which means regionalism and local space...
Globalization today implies not only economic changes but also cultural processes of change...⁸⁰

Selon Comaroff, c'est véritablement l'expérience de la mondialisation qui met en évidence la prise de conscience du localisme et qui la renforce⁸¹. Celle-ci permet, en effet, l'expansion des sphères locales et le développement des identités localisées constituées simultanément à l'échelle globale.

Varga Llosa renchérit dans ce sens en affirmant que la mondialisation, grâce à sa faculté d'étendre les limites de la liberté individuelle et de contribuer à l'affaiblissement de l'État-nation, responsable de la marginalisation des cultures régionales, permet à celles-ci de sortir de l'ombre et de manifester des signes de dynamisme au sein de la planète globalisée.

⁸⁰ Luis Enrique Lopez. Cité dans M. H. Garcia, p. 148-149. Traduction libre : « La globalisation signifie la décentralisation qui signifie à son tour le régionalisme et l'espace local. La globalisation implique aujourd'hui non seulement des changements économiques mais aussi des processus culturels associés au changement ».

⁸¹ J. Comaroff : « It is the very experience of globalism that underscore an awareness of localism and, in the process, reinforces it ». Cité dans M. H. Garcia, p. 149.

Thanks to the weakening of the nation-state, we are seeing forgotten, marginalized and silenced local cultures reemerging and displaying dynamics signs of life in the great concert of this globalized planet⁸².

Précisons toutefois que nous ne souscrivons pas en tous points à l'analyse de Vargas Llosa lorsque celui-ci met en opposition la notion de globalisation, synonyme d'expansion de la liberté d'expression des cultures locales, et celles d'identité culturelle et d'identité collective, portées par un État-nation réducteur et déshumanisant, responsables de l'étouffement de la liberté d'expression des identités locales (L'auteur compare l'identité collective à un camp de concentration sans issue...)⁸³. Vargas Llosa se trouve ainsi à contredire Canclini qui, comme on l'a vu ci-haut, impute plutôt aux marchés transnationaux (en tant que forces motrices du processus de mondialisation), « à défaut des États », la cause du nivellement, voire de l'effacement, des identités culturelles.

Par ailleurs, selon Canclini, la modernisation économique favorisée par le processus de mondialisation n'entraîne pas nécessairement la destruction des cultures populaires traditionnelles. Ceci s'explique notamment par le fait que le marché mondial qui cherche à atteindre les classes populaires les moins intégrées à la modernité, se voit contraint d'inclure les structures et les biens symboliques traditionnels dans les circuits médiatiques et ce, sans compter qu'un développement capitaliste sélectif ne peut jamais parvenir à intégrer tous les segments de la population au système de production industrielle urbaine. Il faut également considérer « la continuité qui caractérise la production culturelle des milieux populaires, autochtones et autres, qui s'appuient sur leurs habiletés traditionnelles pour assurer leur survie et compléter leurs revenus »⁸⁴. Ainsi, l'homogénéisation des marchés évoquée antérieurement n'empêche pas la diversification culturelle en Amérique latine. Le contrôle par des entreprises américaines des moyens de communications de masse, comme véhicules de la culture-Monde, ne signifie pas la prédominance de l'écoute de la musique en anglais ou de la musique internationale (unification des composantes anglo-américaine et européenne). Au contraire les productions musicales populaires locales sont très largement écoutées⁸⁵.

Selon Amelia Maltez, mondialisation et cultures locales, en tant que phénomènes universels et facteurs de transformation au plan socioculturel, exercent sur l'univers culturel une influence au niveau local. À ce titre, elles peuvent avoir des intérêts mutuels. Le chercheur guatémaltèque Robles Robles soutient que l'une et l'autre seraient appelées à vivre en symbiose car elles ne peuvent pas s'alimenter et se fortifier d'elles-mêmes : elles ont besoin de ce qui est différent, c'est-à-dire des cultures locales.

Globalización y culturas locales en ciertos aspectos y funciones se necesitan mutuamente, y estan llamadas a vivir en simbiosis. Los procesos de globalización

⁸² M. Vargas Llosa, p. 5. Traduction libre : Grâce à l'affaiblissement de l'État-nation, nous voyons des cultures oubliées, marginalisées et réduites au silence et réémerger et montrer des signes dynamiques de vitalité dans le grand concert de cette planète globalisée.

⁸³ M. Vargas Llosa, p. 3 : « ...to respect I an identity that traps them in a concentration camp from which there is no escape the identity that is imposed on them through the language, nation, church and customs of the place where they were born. In this sense, globalization must be welcomed because it notably expands the horizons of individual liberty ».

⁸⁴ N. Canclini, p. 76.

⁸⁵ N. Canclini, p. 55.

no pueden alimentarse y nutrirse de si mismos, necesitan de lo diferente, de las culturas locales⁸⁶.

La mainmise des moyens de communications par les pays industrialisés ne nuit pas non plus nécessairement à l'expression des cultures autochtones d'Amérique latine. Au contraire, le cyberspace, par le biais notamment de l'Internet, peut contribuer à leur valorisation. Dans le cadre de la dynamique de la mondialisation, Amelia Maltez croit qu'il est possible pour les cultures amérindiennes de « s'approprier d'une manière toute autochtone cette mondialisation ouvrant sur un espace global dominant »⁸⁷.

4.1.2 - Les impacts linguistiques

En fait, les technologies informatisées de l'information et de communication, tels que l'Internet et la vidéo, jouent un rôle central sur le potentiel de diffusion à grande échelle des connaissances sur les cultures autochtones, notamment sur l'enseignement des langues amérindiennes. L'appropriation par les communautés autochtones de tels outils peut susciter chez ceux-ci une certaine fierté et un réel engouement pour mettre en valeur et assurer la diffusion à l'étranger de leurs traditions et de leurs langues d'origine, notamment auprès des touristes étrangers. Hornberger et Coronel-Molina ont décrit la façon dont ces instruments ont permis de promouvoir la langue quechua, au sein de l'aire linguistique traditionnelle quechua et à l'extérieur de celle-ci, que ce soit par la radio, par la production de quelques films bilingues espagnol quechua, par des projets d'éducation à distance, par la production de nombreux sites Web en quechua, ou par la production littéraire, voire pour conceptualiser un alphabet proprement quechua⁸⁸.

À cet égard, le Programme de formation en éducation interculturelle bilingue dans les pays andins (PROEIB), avec son programme de maîtrise interdisciplinaire en éducation interculturelle (mariant les cultures espagnole et indigènes, dont les cultures quechua et aymara) constitue l'organisation d'aménagement de la langue quechua la plus importante au monde, avec le rayonnement mondial le plus vaste. Ces initiatives s'inscrivent dans la perspective de la lutte pour la préservation des langues traditionnelles dont fait état Mark Abley lorsqu'il se réfère au combat mondial contre l'éradication des langues, tel qu'énoncé dans notre Introduction.

4.1.3 - Les impacts au plan identitaire

La fin de la guerre froide entre les blocs de l'Est communiste et l'Ouest capitaliste au tournant des années 1990 a favorisé l'intensification du mouvement de globalisation économique et, parallèlement, l'émergence des revendications ethniques à travers le monde. Cette époque a

⁸⁶ Armando Robles Robles, « Globalización y Diversidad Cultural », Centre Bartolome de las Casas, Guatemala, 1998. Cité dans A. Maltez, p. 54. Traduction libre : La globalisation et les cultures locales sous certains de leurs aspects et de leurs fonctions ont mutuellement besoin l'un de l'autre et sont appelés à vivre en symbiose. Les processus de globalisation ne peuvent s'alimenter et se nourrir d'eux-mêmes et ont besoin de ce qui est différent, des cultures locales.

⁸⁷ A. Maltez, p. 54.

⁸⁸ N. Hornberger et S. Coronel-Molina, p. 33-39.

coïncidé avec les célébrations en 1992 du 500^e anniversaire de la « découverte » du continent américain par les Européens et les contestations de celles-ci par les organisations militantes indigènes. La convergence de ces deux mouvements a propulsé à l'avant-plan le phénomène de revitalisation ethnique chez les peuples amérindiens et l'émergence des organisations ethniques autochtones comme acteurs politiques en Amérique latine. Le mouvement zapatiste du Chiapas au Mexique en est l'illustration la plus connue. Ce phénomène a davantage touché certaines communautés et certaines régions que d'autres, pour diverses raisons liées aux contextes politiques et historiques spécifiques de ces pays. Ainsi, dans ces mouvements revendicateurs, les Quechuas (et les Aymaras) des hauts plateaux de Bolivie et d'Équateur ont été à l'avant-scène, tandis que ceux du Pérou et d'Argentine sont restés relativement dans l'ombre. De leur côté, les Mayas du Yucatan mexicain ne se sont guère mobilisés pour cette cause, alors que ceux du Guatemala ont pris le flambeau de la lutte pour la reconnaissance de leur identité, lutte personnifiée par la célèbre activiste Rigoberta Menchu.

Pajuelo Teves observe chez les groupes autochtones andins une redéfinition des frontières interethniques et l'émergence de nouveaux systèmes de représentation (auto-identification) engendrés par le développement des interconnexions dans un monde globalisé. Ainsi, les organisations quechuas et aymaras se définissent désormais comme « peuples originaires », plutôt que comme « Indiens », ce dernier terme étant rejeté en raison de sa présumée connotation coloniale⁸⁹.

Chez les Quechuas, les débats politiques sur la condition des autochtones du Pérou à la fin des années 1990 ont été marqués à la fois par l'impact de la mondialisation sur le développement local et par la réémergence de l'identité culturelle et ethnique indigène comme tremplin pour une transformation du « local ». En Bolivie, aux traditionnelles revendications à caractère social et syndical (rappelons le rôle historique de mobilisation des travailleurs boliviens joué par la puissante organisation syndicale Confederación Sindical Unica de Trabajadores de Campesinos de Bolivia, CSUTCB), se sont substitués les mouvements d'affirmation ethnique quechua et aymara comme objet principal des revendications sociopolitiques. Ceci s'est traduit notamment par la valorisation de l'usage de la langue quechua et des symboles traditionnels de la cosmogonie quechua, centrée autour du culte de la Pachamama, déesse de la Terre (la « Mère Terre ») et par la revendication de la feuille de coca comme symbole identitaire sacré.⁹⁰ On rejoint là encore l'affirmation de Mark Abley citée en Introduction sur le combat en faveur de la préservation des langues traditionnelles

De même, Fischer constate que les communautés mayas du Guatemala maintiennent un important sens de la continuité en ce qui a trait à leur identité maya face aux changements externes liés à l'économie mondialisée, caractérisée dans ce pays par la production industrielle dans les maquiladoras⁹¹, mais aussi par le tourisme de masse. L'expansion rapide de la politique d'ouverture au libre marché mondial ainsi que la fin de la guerre civile qui a déchiré ce pays

⁸⁹ R. Pajuelo Teves, p. 287 : « Estes grupos indigenas existentes en la región vienen desarrollando intensos procesos de reconstrucción étnica asociados al incremento de las interconexiones globalizadoras, redefiniendo las fronteras interétnicas y generando nuevos regimenes de representación ».

⁹⁰ R. Pajuelo Teves, p. 292.

⁹¹ Maquiladora : désigne une usine qui bénéficie d'une exonération des droits de douane pour pouvoir produire à un moindre coût des marchandises assemblées, transformées, réparées ou élaborées à partir de composants importés; la majeure partie de ces marchandises est ensuite exportée (Source : Wikipedia; fr.wikipedia.org/wiki/Maquiladora).

jusqu'à la fin des années 1980 auraient favorisé chez ceux-ci l'affirmation d'une identité pan-maya, face à un pouvoir étatique oppresseur. Le sentiment identitaire, en l'occurrence le sentiment d'appartenance à l'identité maya, aurait éclipsé l'identification de classe comme principal facteur de mobilisation politique chez les autochtones guatémaltèques⁹².

À l'inverse de ce qu'elle observe chez les ex-migrants mayas établis dans les villes yucatèques comme Cancun, Lucie Dufresne remarque que les Mayas immigrés à l'étranger, notamment aux États-Unis, tendent à conserver dans leur pays d'accueil leur sentiment d'appartenance à leur communauté d'origine. C'est le cas des Mayas originaires du Guatemala. Les tensions avec d'autres groupes ethniques établis dans leur société d'accueil contribuent également à consolider leur identité propre.

Nous croyons que ces enjeux culturels et socioéconomiques posés par la mondialisation se transposent sur la problématique du tourisme globalisé, dans la mesure où celui-ci constitue l'une des principales activités économiques des pays à forte concentration de population autochtones d'Amérique latine. Voyons maintenant quelles formes prennent ces aspects jugés favorables du tourisme de masse sur les communautés quechua et maya.

4.2 – Les impacts positifs du tourisme globalisé

4.2.1 - Les impacts socioéconomiques

En dépit des aspects déstructurants indéniables évoqués antérieurement, le tourisme globalisé, dans la mesure où il peut permettre d'éradiquer la misère et de réduire la pauvreté matérielle, peut-il être, à certains égards, également bénéfique aux populations amérindiennes des régions andines et centroaméricaines?

Sur le plan économique, l'industrie du tourisme contribue à une dynamisation des sociétés les plus sous-développées. Le tourisme de masse constitue un outil de développement économique de première importance pour un grand nombre de pays du Tiers Monde. Il permet aux populations de ces pays de s'affranchir d'une trop grande dépendance du secteur primaire, en particulier de l'agriculture de subsistance, de l'élevage et de la pêche. Il favorise l'accroissement d'opportunités économiques pour les populations régionales.

El turismo es una actividad económica que trae dinero en divisas o en moneda local y que favorece la creación de empleos. Lograr atraer esos beneficios a la « comunidad » misma permite elevar el nivel de vida de la gente, dinamizar otras actividades (agrícolas, artesanales y de construcción) y limitar así las necesidades de la emigración hacia la ciudad o hacia otros países (como Estados Unidos)⁹³.

⁹² E. Fischer, p. 24.

⁹³ N. Raymond, « ¿El ecoturismo como fuente de desarrollo sustentable?... », p. 58. Traduction libre : Le tourisme est une activité économique qui apporte de l'argent sous forme de devises ou de monnaie locale et qui favorise la création

Le développement d'infrastructures touristiques destinées à accueillir un grand volume de touristes internationaux stimule indiscutablement l'économie des pays en développement. Il contribue à la mise en place d'initiatives gouvernementales en faveur de la restauration du patrimoine culturel de la nation et de la mise en valeur de sites naturels originaux, notamment sous la forme de création de parcs nationaux. Il favorise le développement économique et culturel de régions au fort potentiel touristique, dont les retombées rejaillissent sur l'ensemble de la population, bien que de façon fort inégale par ailleurs. Les communautés autochtones héritières de grandes civilisations précolombiennes comme les Incas et les Mayas ont pu profiter largement de ce contexte. Ainsi, le Plan Copesco institué par le gouvernement péruvien à la fin des années soixante, qui visait initialement la mise en valeur des monuments et de sites historiques, a pris la forme d'un vaste plan de développement intégral pour la région de Cuzco, dans l'Altiplano, ancienne capitale inca, par le biais du tourisme⁹⁴. Cette initiative a insufflé un développement touristique remarquable à cette région traditionnellement très sous-développée, peuplée en majorité de Quechuas. Dans le cadre de ce plan, le réseau routier mis en place dans cette région a notamment permis aux communautés rurales quechuas de se déplacer plus aisément et de vendre les produits de leur labeur à d'autres marchés.

Nous avons évoqué plus haut la mise en valeur de la côte caraïbe du Yucatan générée par la fondation de Cancun, ce qui a contribué globalement à une amélioration significative des conditions de vie de la population yucatèque, maya et autre, de la région, quoique de façon très inégale selon les catégories d'individus. Selon Lucie Dufresne, le développement touristique de la Riviera Maya a favorisé l'enrichissement matériel de nombre de Mayas, grâce en particulier aux envois de fonds par les travailleurs migrants des villes aux membres de leur famille restés à la campagne. Il a permis aux paysans mayas de commencer à s'insérer dans le circuit commercial régional, à s'intégrer à la sphère de l'économie régionale et nationale⁹⁵. Dans ce cas comme pour les Quechuas des pays andins, c'est par la création massive d'emplois, en particulier dans le secteur touristique, que les autochtones ont vu leurs revenus croître et leur niveau de vie commencer à s'améliorer.

Parce qu'il induit le développement économique régional et la mise sur pied des infrastructures de services de santé et de loisirs destinés en premier lieu aux touristes internationaux, le tourisme globalisé permet également aux populations autochtones locales de profiter indirectement de telles infrastructures. Ces effets d'externalité générés par le tourisme globalisé permettent d'améliorer la couverture médicale, notamment de mieux lutter contre les épidémies et de faire reculer la mortalité infantile. Ainsi, ces communautés jouissent d'une amélioration sensible des conditions sanitaires de leur région et ont ainsi un meilleur accès aux services de santé. Elles ont également désormais accès à des infrastructures de loisirs, à de nouvelles activités récréatives, souvent totalement inexistantes avant l'essor de l'industrie du tourisme de masse, qu'il s'agisse de stades de football, de piscines publiques, de bibliothèques publiques ou de cinémas. En outre, les recettes engendrées par l'industrie touristique permettent à l'État d'investir dans de meilleurs services éducatifs dont profitent également ces communautés. Il est vrai, par ailleurs, que ces systèmes

d'emplois. En faire bénéficier la communauté même permet d'élever le niveau de vie des gens, de dynamiser d'autres activités (agricoles, artisanales et de construction) et de limiter ainsi le besoin d'émigrer vers la ville ou vers d'autres pays (comme les États-Unis).

⁹⁴ N. Raymond, p. 124-125.

⁹⁵ L. Dufresne, p. 286-287.

d'éducation publique ne véhiculent pas nécessairement leurs valeurs ancestrales et ne favorisent généralement pas la préservation de leur langue propre, l'éducation étant dispensée dans la langue nationale de l'État, en l'occurrence l'espagnol dans les pays de peuplement quechua ou maya.

De même, le tourisme de masse favorise la mise en place de moyens de communication modernes, de liens routiers rapides, nécessaires à la fois pour les déplacements de touristes nombreux et pour les agents du développement touristique. Il permet également de désenclaver les zones d'habitat rural, généralement associées à la misère et à la pauvreté, et de faciliter les liens physiques (routiers, téléphoniques et autres) entre celles-ci et les lieux touristiques où se concentrent les emplois permettant aux travailleurs autochtones de fuir la précarité économique.

« ...la création de la route goudronnée, la mise en place de services de santé et d'éducation, le rattachement du territoire jusque là enclavé à l'espace et à la société mondialisée, que permet l'arrivée du tourisme de masse, sont ce qui permet d'en finir avec la misère et la mortalité massive »⁹⁶.

Les bienfaits du tourisme globalisé se limitent-ils à cette seule dimension socioéconomique? Nous croyons que non, comme nous allons maintenant tenter de le démontrer.

4.2.2 - Les impacts culturels

Nous avons évoqués les divers aspects considérés comme négatifs associés au tourisme dominé par le haut (« tourism from above », pour reprendre la terminologie de Gotham). Nous examinons maintenant les caractéristiques du tourisme issu de la base (« tourism from below »)⁹⁷qui, rappelons-le, fait référence à l'action des forces locales qui résistent à l'homogénéisation culturelle et contribue à la mise en valeur du caractère particulier et original des sites touristiques. Malgré ses aspects « uniformisants » évoqués ci-haut, le tourisme de masse « s'accompagne d'une mobilisation de ce qui fait la singularité des lieux qu'il permet d'introduire sur la scène mondiale et de leur avantage comparatif »⁹⁸. La recherche par les touristes d'une certaine authenticité et des particularismes chez les peuples autochtones visités, eu égard à leur mode de vie traditionnel, à la vitalité de leurs langues d'origine et au maintien ou au regain d'un sentiment identitaire, s'inscrit dans cette logique.

Le tourisme globalisé, tout comme la mondialisation dans sa dimension culturelle, contribue indiscutablement à une plus grande diffusion mondiale des connaissances sur les cultures des peuples isolés et marginalisés comme le sont les cultures quechuas et mayas.

Otro elemento a destacar es la difusión de las culturas que viven en condiciones de aislamiento y marginalidad respecto de la sociedad mayor

⁹⁶ S. Brunel, p. 6.

⁹⁷ K.F. Gotham, p. 314-315.

⁹⁸ V. Coëffé, H. Pébarthe et P. Violier, p. 83.

u occidental, que es el caso de las comunidades atacameñas y quechuas, el turismo es un motor de difusión de los recursos naturales y culturales...⁹⁹

En effet, il permet à un nombre important et croissant d'individus des divers continents d'avoir accès à des éléments de culture de populations parfois très éloignés et très différents les uns des autres et favorise aussi la prise de conscience par les pays développés de la diversité des cultures au niveau mondial et de l'interdépendance de l'ensemble des individus. Du fait de la multiplication des sources d'information, ceci s'exprime par une meilleure connaissance de l'environnement et des enjeux mondiaux et par le rejet de stéréotypes négatifs à l'égard de groupes culturels étrangers, autochtones et autres. Cette forme de tourisme soutenue par une large diffusion publicitaire au niveau planétaire permet aux communautés minoritaires, notamment amérindiennes, de jouir d'une visibilité nouvelle à l'échelle internationale. Ceci, en dépit des risques de distorsions que peut engendrer une commercialisation à outrance du tourisme de masse.

Ce sont en particulier les manifestations culturelles, sous la forme d'activités folkloriques, dédiées ou non aux clientèles touristiques, ou les visites de villages amérindiens où se perpétuent certaines traditions ancestrales, telles que les communautés de souche maya de la région du lac Atitlan au Guatemala ou celle d'Otavallo, de souche quechua, en Équateur, avec leurs marchés colorés et leurs ateliers de tissage, qui représentent l'aspect le plus tangible de cet apport de connaissances sur les coutumes autochtones, même s'il s'agit parfois de connaissances plus ou moins superficielles considérant la brièveté des séjours propres au tourisme de masse.

Cette forme de tourisme s'apparente en quelque sorte à la « branche positive » de l'axe d'altérité, auquel Coëffé fait référence, associée à une ouverture relativement élevée à la population locale et à la diversité culturelle. Il peut s'agir aussi bien de milieux urbains tels que les grandes métropoles touristiques ou de zones rurales. L'extrémité positive de cet axe correspond à des lieux qui continueraient de fonctionner sans le tourisme puisque non produits par et pour lui¹⁰⁰. Le visiteur étranger est alors immergé au sein de la société locale, dans un environnement socioculturel tout à fait différent de celui de son pays d'origine. « El turista se va a nutrir de las diferencias que introduce su viaje en comparación con su medio de vida »¹⁰¹.

Cette expérience de tourisme authentique lui permet de prendre pleinement conscience, in situ, de l'existence de sociétés diverses, sans le filtre de la publicité touristique ou de reportages télévisés sur ces peuples de culture traditionnelle. Par les marchandages entourant les achats de fruits et légumes entre petits marchands de denrées alimentaires des marchés populaires et les échanges spontanés qui se créent ainsi entre clients et vendeurs, ce type d'approche touristique contribue bien davantage à un certain rapprochement interculturel que bien des achats de produits d'artisanat dans des boutiques spécialisées pour touristes de groupe ou les innombrables prises de photos de paysans à la volée sans le moindre dialogue avec ceux-ci, dans une relation qui rappelle davantage celle d'un visiteur de zoo avec les animaux encagés...

⁹⁹ A. Santana, *Antropología y turismo*, Ed. Ariel, Barcelona, Espagne, 1992. Cité dans H.F. Morales Morgado, p. 254 (*comunidades atacameñas* : communautés autochtones du Nord du Chili). Traduction libre : Un autre élément à souligner est la diffusion des cultures qui vivent dans des conditions d'isolement et de marginalité par rapport à la société majoritaire ou occidentale, ce qui est le cas des communautés de l'Atacama et quechua; le tourisme est un élément moteur de la diffusion des ressources naturelles et culturelles.

¹⁰⁰ V. Coëffé, H. Pébarthe et P. Violier, p. 92.

¹⁰¹ N. Raymond, « El ecoturismo como fuente de desarrollo sustentable?... », p. 61. Traduction libre : Le touriste va se nourrir des différences que le voyage lui fait découvrir en comparaison avec son mode de vie.

Cela dit, le tourisme dominé par le haut constitue l'une des très rares occasions dans la vie d'une grande multitude de visiteurs occidentaux, sinon la seule, d'entrer en contact et d'échanger, même si c'est de façon souvent très fugitive et superficielle, avec des autochtones. L'une des formes sophistiquées de la mise en valeur des attraits touristiques associée à ce type de tourisme est ce que ce Sylvie Brunel qualifie de « disneylandisation » touristique, en référence à la multiplication à l'échelle mondiale de parcs à thèmes, du genre Disneyland, qui offrent « au visiteur, sur une superficie réduite, une juxtaposition d'univers reconstruits pour donner l'illusion du réel »¹⁰². Celle-ci n'y voit toutefois pas que des aspects factices et superficiels. En effet, elle considère que cette « disneylandisation » suscite chez un grand nombre de touristes une curiosité réelle pour les cultures et les traditions représentées, bien que de façon stéréotypée, dans ces parcs à thèmes.

« À l'image de la réhabilitation des Aborigènes australiens, dont la culture suscite aujourd'hui un engouement qui contraste de façon saisissante avec le génocide dont ils ont été victimes depuis l'arrivée des colons européens, la disneylandisation opère ainsi un processus de revalorisation des groupes culturels dénigrés par la société dominante, qui évalue d'un nouvel œil leur histoire, leur culture et leur identité. Elle donne de la valeur à leurs objets quotidiens, qu'ils soient rituels ou usuels...même si l'artisanat qui est proposé aux touristes est en réalité re-fabriqué conformément aux stéréotypes que les touristes ont de la culture qu'ils viennent visiter, ou en tout cas de la perception que les visités ont des stéréotypes de leurs visiteurs¹⁰³.

Les autres formes de tourisme dominé par le haut ciblant des populations amérindiennes, notamment la formule classique de voyages de groupe encadrés par des « *tour-operators* », peuvent tout aussi bien jouer ce rôle de bougie d'allumage, de dé clic pour stimuler un intérêt envers ces cultures autochtones, amérindiennes, aborigènes ou de toutes autres régions du monde, chez nombre de touristes occidentaux.

De plus, ces échanges avec les visiteurs d'outremer offrent aux membres de ces communautés indigènes, telles que les Quechuas et les Mayas, l'occasion de prendre conscience de l'existence ailleurs dans le Monde de situations totalement différentes de la leur, en matière notamment de droits démocratiques et de conditions matérielles de vie, de confort, selon Getino. En effet, la plupart des touristes en visite dans ces communautés proviennent d'Europe de l'Ouest, d'Amérique du Nord, du Japon et de Corée du Sud, qui sont le plus souvent des sociétés de droit et des pays économiquement développés. Ces conditions de vie paraissent pour les populations indigènes souvent inimaginables avant l'arrivée chez eux du tourisme de masse.

« ...se desprende un elemento digno de tomarse en cuenta : aquel dado por la aparición de una consciencia sobre otras situaciones totalmente distintas a las locales, en las que predominan - no importa si como excepción o como norma - derechos al disfrute de la vida, que hasta la llegada del turista no eran incluso imaginables. »¹⁰⁴

¹⁰² S. Brunel, p. 3.

¹⁰³ S. Brunel, p. 5.

¹⁰⁴ O. Getino, p. 120. Traduction libre : S'agissant du phénomène du tourisme de masse, [...] se démarque un élément digne de considération : celui créé par l'apparition d'une conscience par rapport à d'autres situations totalement distinctes des

Getino soutient que cet impact auprès de ces communautés autochtones est comparable à celui des médias de communication de masse qui diffusent dans les pays du Tiers-Monde des formes et des styles de vie propres aux sociétés industrialisées inexistants dans leur mode de vie local. Or ces images du Monde dit « développé », qu'elles proviennent de la présence du tourisme globalisé ou des moyens de communication de masse, peuvent susciter chez ces populations matériellement très dépourvues le désir de voir améliorer leurs conditions de vie et, de ce fait, peuvent faire naître chez elles des pressions revendicatrices à cette fin auprès de leurs dirigeants politiques. Le tourisme globalisé peut également faire naître chez des populations autochtones jusqu'alors relativement isolées de nouvelles attentes en matière d'ouverture culturelle sur le Monde, à remettre en question les aspects les plus conservateurs, les plus rétrogrades de leur société, donc à lutter contre un certain immobilisme culturel et social. Il contribue ainsi à dynamiser les sociétés les plus sous-développées également au plan social et culturel.

En la enumeración de los efectos positivos se han destacado, entre otros, los siguientes :

[...] – Dinamización de las sociedades más subdesarrolladas a través de la reducción de formas conservadoras y acceso a expectativas y exigencias para su actualización y desarrollo¹⁰⁵.

Par ailleurs, la mondialisation par le tourisme ne répond pas toujours à une dynamique d'uniformisation, comme nous l'avons souligné précédemment en évoquant le concept du tourisme issu de la base de Gotham. Elle peut favoriser une revitalisation des divers éléments des objets d'attraction touristique aux plans culturel et artistique. En ce sens, grâce au dynamisme qu'elle insuffle aux régions de destination du tourisme de masse, l'activité touristique contribue à réaménager l'altérité dans le sens de la diversité culturelle et de la mise en valeur des traits culturels distinctifs des populations locales, notamment lorsque cette diversité et ces traits culturels sont en voie de perdition.

« Non seulement les acteurs de la sphère touristique sont capables d'actualiser, de reformuler, de combiner les éléments en leur donnant une nouvelle forme qui permet bien souvent de maintenir les éléments de culture moribonds, mais ils peuvent aussi rendre possible la diversification des espaces temps, dans l'organisation sociale des sociétés locales »¹⁰⁶.

Coëffe, Pébarthe et Violier ont voulu illustrer ce phénomène par l'exemple de la revalorisation par le tourisme d'une ancienne danse hawaïenne, le hula. « Loin d'abandonner cette pratique à la seule sphère touristique, la société locale s'en est saisie en inventant sans cesse de nouvelles formes, y compris en revisitant les anciennes »¹⁰⁷. C'est ainsi que le tourisme de masse a permis la redynamisation des sociétés les plus sous-développées, comme celles des Quechuas des hauts

situations locales, où prédomine – que ce soit à titre d'exception et comme norme – les droits de jouir de la vie qui jusqu'à l'arrivée des touristes n'était même pas imaginable.

¹⁰⁵ O. Getino, p. 111. Traduction libre : Parmi les effets positifs, se détachent notamment les suivants : [...] – La dynamisation des sociétés les plus sous-développées par le recul des formes conservatrices et l'ouverture vers des attentes et des exigences rendues possibles par l'actualisation et le développement.

¹⁰⁶ V. Coëffé, H. Pébarthe et P. Violier, p. 95.

¹⁰⁷ V. Coëffé, H. Pébarthe et P. Violier, p. 94.

plateaux andins et des Mayas du Guatemala, à la fois aux plans économique, culturel et du sentiment identitaire. Ainsi, c'est essentiellement grâce au tourisme international, malgré les aléas politiques (en particulier les actions terroristes du Sentier lumineux au Pérou) et, conséquemment, à son inscription sur la liste du Patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO que le centre historique de la ville de Cuzco, ancienne capitale inca et cœur emblématique de la culture quechua (Qosqo, ou le « nombril du monde », selon les Incas), a été réhabilité et que les sites archéologiques incas de la région ont été restaurés. Ainsi, « le centre historique a conservé une certaine homogénéité suite aux règles architecturales imposées aux constructions et aux restaurations.... »¹⁰⁸.

Getino considère que le tourisme globalisé contribue à la revitalisation des arts traditionnels et des festivals chez les populations d'accueil, grâce au dynamisme économique qu'il engendre dans les économies régionales, notamment par l'apport de devises étrangères. Ainsi, la venue massive de touristes étrangers stimule considérablement l'artisanat local dans les communautés de souche maya de Quetzaltenango et des environs, au Guatemala, tout comme le tissage traditionnel chez les Quechuas d'Otavalo en Équateur.

Cette prise de conscience croissante de l'importance de préserver et de mettre en valeur l'héritage culturel des communautés des zones de destinations touristiques favorise l'afflux de touristes étrangers et donc l'activité touristique dans ces régions, comme nous l'avons vu précédemment. Celles-ci cherchent à faire ressortir les caractères originaux, spécifiques de leurs attraits culturels, de façon à mieux faire ressortir aux yeux des touristes internationaux ce qui les différencie les unes des autres. Il en va de même pour ce qui est des attraits naturels de ces régions touristiques. Celles-ci entrent en concurrence entre elles dans leurs efforts pour attirer le maximum de visiteurs étrangers, dans un contexte de marché mondialisé du tourisme.

“Moreover, increased awareness of physical and cultural heritage safeguards have induced various tourist destinations to engage in the complex planning process for sustainable development in tourism... Cultural differences between individual tourist destinations will continue to play an important role, among other factors, in the choice of a holiday destination...”¹⁰⁹.

Le tourisme globalisé peut être « une source prometteuse d'estime de soi et d'avantages économiques », comme le conclut un rapport d'enquête sur le sort des aborigènes d'Australie qui ciblait le tourisme comme facteur de développement des communautés autochtones¹¹⁰. Cette affirmation vaut tout aussi bien pour les Mayas et les Quechuas, à notre avis, que pour les autres collectivités indigènes. Le tourisme globalisé peut-il permettre à ces communautés historiquement spoliées de leurs droits ancestraux de renouer avec leur identité propre? C'est ce que nous allons examiner maintenant.

¹⁰⁸ N. Raymond, p. 136.

¹⁰⁹ S. Walsh et C. Cooper, « Tourism, globalisation and the competitive advantage of nations », dans *Tourism in the age of globalisation*, p. 6.

¹¹⁰ « Report of the Inquiry to Aboriginal Deaths in Custody », 1991. Repris par Higgins-Desbiolles dans *Projet sur le tourisme autochtone et la compréhension interculturelle*, p. 3.

4.2.3 - Les impacts identitaires

Le tourisme de masse, surtout s'il est encadré par des organisations de voyagistes à caractère non exclusivement mercantile, ou mieux encore, à vocation culturelle, peut-il contribuer, directement ou indirectement, à renforcer le sentiment identitaire parmi les communautés autochtones traditionnellement en marge de la modernité, de même qu'à une certaine revalorisation de leurs langues d'origine ? On ne peut répondre de façon claire et nette à cette question, tant les sentiments des membres de ces communautés sont souvent ambigus, parfois contradictoires. Il est vraisemblable que l'intérêt que suscitent les sites archéologiques des anciennes civilisations maya et inca auprès des visiteurs étrangers peut éveiller chez les indigènes contemporains une certaine fierté à l'égard de leur patrimoine ancestral. Nombre d'entre eux désirent offrir leurs services comme guides touristiques pour faire découvrir aux étrangers ce que leurs ancêtres ont légué à la postérité, au-delà de la perspective, plus matérielle, de toucher des pourboires généreux.

Cependant, la déstructuration sociale induite par l'industrie touristique dans ces communautés, comme nous l'avons vu ci-haut, s'est accompagnée d'une remise en question fondamentale de leur sens de l'identité ethnique, au profit du désir de s'identifier aux valeurs véhiculées par les touristes américains ou européen, comme le souligne Lucie Dufresne au sujet des Mayas du Yucatan.

« Le problème de l'identité demeure entier et plus difficile à résoudre à mesure que les communautés paysannes se décomposent. Le fait que la culture maya classique soit un attrait touristique constitue un des aspects de cette question identitaire. Il est difficile de dire quels sentiments animent les populations indigènes qui servent de faire valoir touristique »¹¹¹.

En ce qui concerne les communautés andines, Amelia Zoomers décrit les profondes transformations subies par la société quechua du Pérou au cours du dernier siècle, avant et après l'afflux du tourisme planétaire dans cette région. Elle constate que, de nos jours, une majorité de paysans quechuas de l'Altiplano andin ne renient pas leur identité ethnique. Au lieu de s'auto-désigner comme « Andins », ils s'identifient comme indigènes ou Indiens (contrairement aux organisations autochtones qui rejettent cette appellation, comme l'a constaté Pajuelo Teves ci-haut) ou carrément comme Quechuas, ou parfois selon leur région ou localité d'appartenance (Cuzqueños, etc). Ils assument apparemment sans honte leur appartenance ethnoculturelle¹¹².

Ce comportement contraste avec les observations, sans doute non dénuées de préjugés, faites par les voyageurs d'autrefois. Ainsi, Harry Frank décrivait les paysans quechuas qu'il rencontrait durant son périple en Amérique latine en 1919 comme étant très passifs, dépourvus d'esprit d'initiative, en état de semi-esclavage et sans ardeur au travail sauf comme... porteurs de fardeaux sur de longues distances. En fait, selon Zoomers, après plusieurs décennies de tentatives d'abolition de la spécificité amérindienne par les élites politiques, ce n'est que récemment, à la fin du XX^{ième} siècle, que les autochtones ont revendiqué leur droit à leur identité de Quechuas (ou Aymaras) et sont sortis de l'anonymat collectif. L'afflux massif dans cette région de touristes internationaux, attirés par les vestiges de la civilisation inca, ancêtres des Quechuas, tels que le site de Macchu

¹¹¹ Eric Cohen, « Book Review », *Social Forces*, vol. 74, n° 1, septembre 1995, p. 361-362. Cité dans L. Dufresne, p. 281.

¹¹² A. Zoomers, n.p.

Picchu, et par les traditions rurales des peuples autochtones de l'Altiplano, aurait contribué fortement à cette volonté de mise en valeur des appartenances quechuas.

4.2.4 - Les impacts linguistiques

Il n'est pas aisé non plus de savoir si le tourisme globalisé stimule, d'une façon ou une autre, la pratique des langues d'origine chez les communautés autochtones qui accueillent les visiteurs étrangers. Par contre, certains visiteurs étrangers, qui manifestent un réel intérêt à l'égard des racines et des fondements identitaires de ces peuples indigènes héritiers de grandes civilisations, se distinguant du tourisme balnéaire de la Riviera Maya, s'inscrivent à des cours de langues autochtones. C'est ainsi que le maya et l'une de ses variantes, le quiché, sont enseignés, en plus de l'espagnol, dans plusieurs des 70 écoles de langues pour visiteurs occidentaux du Guatemala, notamment dans les cités coloniales de Antigua et de Quetzaltenango, telles que le Centro de estudios lingüísticos, antropológicos y sociales (CELAS), le Centro maya de idiomas, etc. Or cet intérêt semble communicatif puisqu'une élite régionale se met à son tour à apprendre le maya.

Ainsi, selon Lucie Dufresne :

« Les Mayas lui donnent [à Cancun] une profondeur historique, une raison d'exister. Ils fournissent un alibi culturel aux touristes. Les plus conscients veulent entendre parler maya. Leur enthousiasme semble communicatif puisque maintenant [en 1999] une partie de l'élite yucatèque commence à apprendre le maya »¹¹³.

L'enseignement du quechua n'est pas en reste puisqu'il existe également des écoles de langue quechua et de langue aymara pour visiteurs étrangers en Bolivie, telle que Runawasi à Cochabamba, au Pérou et en Équateur. L'enseignement de ces langues autochtones est même dispensé dans certaines universités américaines, notamment au Michigan et en Caroline du Nord¹¹⁴. Assisterait-on à l'émergence d'une nouvelle forme de tourisme mondial sous forme de séjours linguistiques dédiés à l'apprentissage de langues autochtones, se greffant à la tradition déjà solidement implantée dans les pays hispanophones, des écoles d'espagnol pour étrangers? Quoi qu'il en soit, cette forme de tourisme culturel de masse s'inscrit dans la mouvance d'une nouvelle conception du tourisme globalisé, axée sur la découverte de valeurs des communautés hôtes, qualifiée d'ethno-tourisme.

¹¹³ L. Dufresne, p. 288.

¹¹⁴ Listes d'écoles de langues d'Amérique latine (listado de academias de español); Lanic (Latin American Network Information Centre); Escuela Runawasi (www.runawasi.org).

5 - Vers un ethno-tourisme autochtone ?

Dans un marché en pleine expansion mondiale, l'industrie du tourisme de masse cherche à occuper de nouvelles niches pour satisfaire à une demande de plus en plus diversifiée de la part de la clientèle touristique potentielle. La quête de l'authenticité dans les rapports avec les peuples visités et la recherche des sociétés les moins « contaminées » par la culture mondialisée constituent l'une de ces niches privilégiées par le tourisme globalisé. C'est ce qu'on peut qualifier de tourisme ethnique ou d'ethno-tourisme. Cette forme de tourisme vise à mieux comprendre les cultures et les êtres humains¹¹⁵. Elle concerne en particulier les régions amérindiennes.

Tout comme l'écotourisme, qui porte sur la connaissance de la nature, de la flore et de la faune, l'ethno-tourisme peut être récupéré à des fins commerciales et détourné de son sens véritable par certaines entreprises touristiques, donnant alors lieu aux phénomènes d'acculturation décrits précédemment (dans la section 2.2). Cependant il permet un renforcement de l'identité culturelle. Dans un tel contexte, « le tourisme apparaît même comme le réel dernier espoir de contenir les coups de butoir d'une modernisation effrénée qui n'a d'autre perspective que d'imposer une société de consommation à tout le monde »¹¹⁶.

L'ethno-tourisme constitue un potentiel fort intéressant pour les communautés amérindiennes. Celles-ci peuvent en effet tirer parti de l'intérêt d'une clientèle touristique ciblée pour affirmer leur spécificité culturelle et leur sentiment identitaire et revaloriser leur langue d'origine. Elles peuvent canaliser ce potentiel par la prise en mains au moins partielle d'une industrie ethno-touristique locale, axée sur la découverte de leur culture et de leurs valeurs, dans un climat de respect mutuel et de compréhension interculturelle.

Bien que le sous-développement économique de la plupart des communautés amérindiennes et l'absence de structures politiques propres à celles-ci imposent certaines limites à la réalisation de tels objectifs, les collectivités quechua et maya peuvent s'inspirer d'exemples de cogestion de sites à haute valeur ethno-touristique par des communautés indigènes d'autres régions du monde. À cet égard, le cas du Parc national australien Uluru-Kata Tjuta en Australie, haut lieu du tourisme mondial (plus de 250 000 touristes par an), représente l'un des cas les plus connus et les mieux réussis au niveau mondial. Ce parc national est reconnu mondialement à la fois pour son intérêt géographique, en raison de la présence du Mont Uluru (ou Ayers Rock), curieux monolithe au milieu du désert australien, et également culturel, en tant que haut lieu d'expression de la culture et de la philosophie aborigène (le Mont Uluru étant un site sacré dans la mythologie aborigène). Il appartient depuis 1985 à la communauté aborigène locale, les Anangus. Ceux-ci le louent à une organisation gouvernementale vouée à la protection de la nature, ANCA (Australian Nature Conservation Agency). Il est administré conjointement par les Anangus et par l'ANCA¹¹⁷. Cette administration conjointe a permis de conserver et de protéger la culture locale, héritière de l'une des plus anciennes civilisations encore vivante sur Terre, et de la faire découvrir aux nombreux visiteurs.

¹¹⁵ F. Michel, p. 2.

¹¹⁶ F. Michel, p. 2-3.

¹¹⁷ H. Finlay, *Australie*, Lonely Planet, p. 392.

En ce qui concerne les communautés autochtones andines, mentionnons l'expérience de la gestion des activités touristiques de l'île de Taquile sur le Lac Titicaca, au Pérou, par la population locale, d'origine quechua. Cette petite île constitue un monde fortement ancré dans ses traditions. Les Quechuas y portent fièrement leurs costumes colorés. Ils s'expriment dans leur langue d'origine. Or c'est sur le mode de l'autogestion que ces insulaires, qui cherchent à protéger et à mettre en valeur leur mode de vie traditionnel, accueillent les flux quotidiens massifs de touristes nationaux et internationaux sur leur territoire. Ils parviennent à maîtriser un tourisme débridé en prenant ce secteur en charge, afin de préserver leur qualité de vie. Ainsi, ils organisent eux-mêmes les visites guidées de leur île et vendent dans un magasin coopératif les vêtements et les produits d'artisanat qu'ils ont eux-mêmes confectionnés¹¹⁸. La moitié du bénéfice tiré de la vente de chaque produit artisanal à un touriste revient à l'artisan qui l'a fabriqué et l'autre moitié, à l'ensemble de la communauté insulaire. La même règle s'applique à la restauration, afin qu'elle bénéficie à l'ensemble de la population locale. Par ailleurs, faute de services locaux d'hôtellerie, les touristes peuvent être hébergés par les habitants de l'île, expérience d'immersion culturelle qui constitue une illustration concrète de la borne la plus « ouverte » de l'axe de l'altérité, évoquée plus haut.

En Bolivie, une loi sur le tourisme durable a été récemment adoptée par le Congrès national de ce pays, fruit du travail de la Red Boliviana de Turismo Solidario Comunitario (Tusoco) « qui représente et coordonne au niveau national 15 projets touristiques communautaires »¹¹⁹. Cette loi préconise une forme de tourisme communautaire, basée sur la conviction que la population locale, en l'occurrence les communautés quechua et aymara, est la plus apte à faire découvrir sa propre région aux visiteurs étrangers. L'un des principaux buts ainsi visés est « de construire un tourisme qui va à la rencontre d'une certaine culture et non l'inverse », à savoir valoriser le « tourisme issu de la base » plutôt que le « tourisme dominé par le haut ». Il s'agit d'amener les touristes internationaux à s'intéresser aux cultures locales dans leur intégralité et leur caractère authentique, plutôt que d'adapter celles-ci aux attentes du tourisme de masse, comme le font les grandes agences de voyage contrôlées par quelques oligarchies touristiques peu préoccupées par le développement rural local¹²⁰.

Au Chili, une expérience d'ethno-tourisme a pris la forme d'un programme de tourisme communautaire, qui a été implanté à partir de 1998 dans les régions de peuplement autochtone du nord du pays, à savoir les Quechuas et les Atacameños, régions très pittoresques de plus en plus exposées au tourisme de masse. Ce programme visait à mettre en valeur un patrimoine culturel et naturel en voie de détérioration et à favoriser l'appropriation par les communautés indigènes locales des bénéfices générés par l'activité touristique, dans l'esprit du « tourisme issu de la base ». Initiative d'une organisation non gouvernementale chilienne appelée Grupo de Investigaciones Agrarias, cette expérience de tourisme communautaire financée par le Fondo de America, organisme international sans but lucratif axé sur la protection de l'environnement, mise sur une approche pédagogique et s'articule autour de deux concepts clés : une éducation interculturelle axée sur le respect de l'environnement (educación ambiental intercultural) et l'auto-apprentissage (en vertu duquel l'individu construit ses propres contenus d'apprentissage à partir de sa propre expérience et de son milieu immédiat).

¹¹⁸ *Journal Métro*, Montréal, édition du 23 avril 2008, p. 27.

¹¹⁹ *Frère des hommes*, Geoffrey, n.p.

¹²⁰ N. Raymond, « El ecoturismo como fuente de desarrollo sustentable?... », p. 62.

Un réseau de micro-entreprises touristiques animant quelques communes et ayllus¹²¹ de cette région a ainsi vu le jour en 2001 : la Red de Turismo Comunitario Lican Huasi¹²². Ce réseau propose une nouvelle forme d'association axée sur la complémentarité entre les activités de promotion de l'environnement et les activités de production traditionnelles. Il dispose d'une offre structurée de services touristiques contrôlée par les communautés autochtones participantes. Ces dernières passent ainsi du rôle de spectateurs des activités touristiques à celui d'acteurs de leur propre développement économique. Le réseau permet, de plus, de mettre les connaissances traditionnelles des populations indigènes locales sur leur milieu naturel et culturel au profit de projets touristiques rentables. L'éthno-tourisme communautaire, tout en s'appuyant sur la reconnaissance de la spécificité culturelle des communautés indigènes, contribue à la promotion des activités associatives visant à satisfaire les besoins actuels des communautés locales sans pour autant compromettre les ressources dont les générations futures auront besoin, conformément aux objectifs du tourisme durable.

Cette forme d'éthno-tourisme auto-contrôlé facilite l'établissement de relations plus équitables entre autochtones et non-autochtones et favorise l'établissement de relations de réciprocité et de respect entre visiteurs et visités, ce que Frank Michel qualifie de *tourisme de rencontre partagée*¹²³. Le tourisme devient alors, selon Morales Morgado, un espace de rencontre interculturelle fondée sur la reconnaissance de la spécificité culturelle des communautés autochtones, favorisant la rencontre et l'échange entre des personnes partageant des intérêts communs tels que la protection du patrimoine culturel, archéologique et la défense de l'environnement. Les visiteurs autant que les hôtes bénéficient mutuellement de cette expérience de rencontre, les uns grâce à l'enrichissement culturel et au loisir qu'elle procure, les autres, notamment par les gains monétaires permettant de subvenir aux besoins de première nécessité¹²⁴.

Cela dit, cette approche ne constitue pas toujours la panacée aux problèmes de sous-développement. Comme le souligne Natalie Raymond, il doit tenir compte de plusieurs facteurs : les motivations et les pratiques des touristes, les règles du système touristique mondial, le respect des perspectives et des désirs des populations locales¹²⁵. L'auteure illustre les défis auxquels est confrontée la communauté rurale quechua de la Valle del Colca, au Pérou, dans son projet d'auto-développement d'une industrie touristique locale destinée à accueillir de forts volumes de touristes. En effet, cette région possède des attraits remarquables pour les visiteurs étrangers : maintien de traditions rurales, cultures en terrasses, cañon prétendument le plus profond au

¹²¹ *Ayllus* : concept d'origine incaïque; ensemble des descendants d'un même ancêtre, réel ou imaginé, qui travaillent la terre collectivement et dans un esprit de solidarité. Cité dans H. F. Morales Morgado, p. 257.

¹²² H. F. Morales Morgado, p. 254-263. « La Red de Turismo Comunitario Lican Huasi... expresa una nueva forma asociativa para la complementariedad ecologica y economico-productiva, entre las comunidades, la red dispone de una oferta estructurada de servicios turisticos asociados, donde las directivas de cada comunidad gestionan la demanda, ofrecen servicios y derivan la oferta turistica a aquellas comunidades o localidades que en la zona cuentan con los satisfactores especificos de la demanda turistica planteada. La innovacion asociativa se expresa en que si bien las microempresas por comunidad pueden funcionar en forma independiente, el esquema de red, las conecta y posibilita la accion complementaria ».

¹²³ F. Michel, p. 3.

¹²⁴ Id., p. 254. « Hoy el turismo puede convertirse en un real espacio de encuentro intercultural, respetuoso y sano en la medida en que se logren encontrar grupos de gentes con intereses comunes, como el conocimiento y defensa del medio ambiente, el respeto por las diferencias culturales, la protección de los paisajes con sus patrimonios naturales, arqueologicos y culturales. »

¹²⁵ N. Raymond, p. 64.

monde, survolé par les condors, etc. Or comment prendre en mains le contrôle de l'activité touristique locale, dans l'esprit du « tourisme issu de la base », tout en disposant de ressources matérielles et monétaires souvent très limitées? Comment améliorer le réseau routier local et accroître la capacité d'hébergement et de restauration de cette micro-région tout en tentant de satisfaire aux besoins et aux goûts divers des touristes nationaux et étrangers, sans perturber indûment les activités agricoles traditionnelles, bases de l'économie locale?¹²⁶

Quoiqu'il en soit, l'ethno-tourisme et l'écotourisme, tout comme le « tourisme issu de la base », s'inscrivent dans le courant du tourisme solidaire. « Faire du tourisme solidaire, c'est se conduire de manière équitable et responsable à l'égard de la majorité des habitants des régions visitées (c'est-à-dire les plus pauvres, dans le cas des pays en voie de développement) en veillant à ce qu'ils bénéficient le plus possible des sommes dépensées sur place pour l'hébergement, la restauration et la logistique. Autrement dit, ne pas loger dans des tout-inclus, privilégier l'hébergement chez l'habitant ou dans de petits hôtels qui n'appartiennent pas à des chaînes internationales, manger « local », employer des guides de la région! »¹²⁷. Or cette forme de tourisme, fondée sur une vision de partage et de solidarité avec les populations hôtes, prend depuis quelques années une expansion remarquable à l'échelle mondiale. Des agences de voyages d'Europe de l'Ouest et aussi du Québec se spécialisent désormais dans ce genre d'expérience touristique, parfois en association avec des organismes de coopération internationale ou avec des organisations non gouvernementales oeuvrant dans des pays en développement, notamment en pays maya (tel le Guatemala) et quechua (en Bolivie et au Pérou). On voit ainsi émerger une forme de tourisme globalisé d'un tout nouveau genre.

¹²⁶ N. Raymond, *Turismo en el valle del Colca*, p. 70.

¹²⁷ A. Désiront, p. 10.

Conclusion

En définitive, quel bilan global peut-on dresser à propos des impacts du tourisme de masse sur les populations autochtones? Revenons à nos trois propositions initiales: Le tourisme globalisé perturbe-t-il l'organisation sociale de celles-ci et tend-il à effacer leurs traits culturels spécifiques? Contribue-t-il à la déperdition de l'usage des langues autochtones chez les membres de ces communautés? Dilue-t-il chez ces populations le sentiment d'appartenance communautaire? De même, dans le prolongement de ces propositions, le tourisme globalisé contribue-t-il à l'intégration des communautés autochtones dans une économie néolibérale urbaine axée sur la consommation¹²⁸? À la lumière des constats établis dans cette étude, on ne peut guère répondre affirmativement de façon catégorique à ces questionnements.

En effet, ce tour d'horizon sur le tourisme à l'ère de la mondialisation nous montre un tableau très contrasté relativement à ces questionnements de départ. Getino fait état de points de vue radicalement opposés sur les impacts du tourisme globalisé. D'une part, ceux qu'il qualifie d'apocalyptiques (*apocalipticos*) considèrent que le tourisme détruit tout ce qu'il touche; d'autre part, ceux qu'il désigne comme les intégrés (*integrados*) font ressortir le rôle constructif inhérent aux activités du secteur touristique¹²⁹. Les premiers énumèrent une longue liste d'effets hautement dommageables et préjudiciables pour le développement des communautés visitées, notamment au plan environnemental. Les seconds insistent sur les mesures de conservation et de promotion du patrimoine historique et culturel et sur l'amélioration de la situation sociale et économique des populations visitées.

Il est vrai que l'invasion massive de territoires autochtones par le tourisme international bouleverse les traditions des populations hôtes, remet en question leur sentiment d'appartenance ethnique et compromet l'usage de leurs langues patrimoniales. Toutefois, ce choc culturel, plus ou moins radical selon les degrés d'exposition aux visiteurs étrangers, produit également, en quelque sorte, un effet boomerang favorable à la préservation des mêmes caractères ethnoculturels distinctifs. Contre l'homogénéisation, ces aspects originaux des cultures des peuples hôtes, en tant qu'objets d'attraction touristique, sont précisément mis en valeur au nom de la promotion de la diversité culturelle à l'échelle mondiale.

Le tourisme globalisé peut jouer un double rôle, d'une part, en participant au processus de « dilution culturelle », ou de nivellement des différences culturelles, mais aussi, paradoxalement, en empêchant ce processus par la revitalisation de l'intérêt pour les traditions et l'ethnicité¹³⁰. On assiste, en quelque sorte, à une sorte de dialectique entre un effet et son contraire. Une illustration de ce processus paradoxal est fournie par l'impact des technologies informatisées de communications (ou TIC) comme outil de promotion touristique sur les cultures des communautés cibles du monde du tourisme.

¹²⁸ A. Zoomers, n.p.

¹²⁹ O. Getino, p. 125.

¹³⁰ S. Walah et C. Cooper, p. 301-302.

En effet, à l'ère du tourisme global, si la mondialisation façonne à la fois l'échelle et la qualité des expériences touristiques, positivement ou négativement¹³¹, c'est en grande partie grâce au recours des TIC, en particulier à l'Internet. Ce mode de communication amplifie, facilite et élargit l'accès aux opportunités touristiques, ne serait-ce que par la diffusion des connaissances sur les attraits touristiques mondiaux. Les TIC étendent et amplifient le rayonnement des activités touristiques transnationales, comme le souligne MacLeod, au même titre que le partage d'informations sur les expériences touristiques vécues (que ce soit par l'Internet ou par clavardage). Elles contribuent ainsi à une certaine homogénéisation des cultures, à la fois chez les populations des régions de destination du tourisme de masse, émoussant ainsi les aspects attractifs mêmes pour les visiteurs étrangers, et chez les sociétés occidentales d'où proviennent les touristes, grâce au partage des informations à l'échelle planétaire.

Through the media, the Internet and shared experiences, touristic transnational experiences are enhanced and extended, potentially contributing to a homogenization of cultures as people share information; the world becomes more integrated relative to national boundaries. Cultural identities, by contrast, which is shaped by community and core values, and which shapes people's well being, potentially fundamentally changes in response to globalizing forces and the Internet; tourism acts as an agent of some of these changes affecting both tourists and local communities¹³².

L'action du tourisme de masse favorise donc une transformation en profondeur des identités culturelles des communautés locales, comme lieux de destination des touristes, tout comme celles des pays de provenance de ces derniers, en réponse au pouvoir de la mondialisation et à l'Internet. Les frontières nationales deviennent plus perméables aux influences culturelles externes véhiculées par les touristes et par l'Internet.

Par conséquent, le recours généralisé aux technologies informatisées de communication explique pour une grande part pourquoi les différences entre tradition et modernité, entre le local et le global, entre l'oral et l'écrit tendent à s'atténuer au sein d'un monde de plus en plus globalisé.

À l'instar de Canclini, O'Sullivan situe l'impact du tourisme globalisé sur la permanence des cultures et des identités dans le contexte du phénomène d'interpénétration entre le « local » et le « global ». Il considère que la dynamique des tendances culturelles à une échelle globale engendre une érosion et une déstabilisation des anciennes formes de culture et d'identité nationale. Les cultures locales, autochtones ou autres, sont quotidiennement envahies par des références au global, la dimension du global-local se substituant aux formes culturelles traditionnelles¹³³. Burns

¹³¹ J-M. Thurot, et G. Thurot, Gaëtane, p. 173-190.

¹³² S. MacLeod, p. 10-11. Traduction libre : Par le biais des medias, l'Internet et les expériences partagées, les expériences touristiques transnationales sont enrichies et étendues, contribuant potentiellement à une homogénéisation des cultures parallèlement au partage de l'information entre les gens; le monde devient de plus en plus intégré eu égard aux frontières nationales. Par contraste, les identités culturelles façonnées par les valeurs communautaires et fondamentales qui conditionnent le bien-être des gens peuvent se modifier fondamentalement sous l'influence des forces globalisantes et de l'Internet ; le tourisme agit comme un des agents de ces changements, affectant à la fois les touristes et les communautés locales .

¹³³ O'Sullivan, T et al., 1994: *K. Concepts in Communication and Cultural Studies*, London, Routledge.
Cité dans P. Burns et dans: Cooper et Walsh.

illustre le niveau d'encadrement des impacts culturels locaux du développement touristique par un continuum d'interactions sociales. D'une part, les bénéfices socioéconomiques accrus induits par le tourisme, à savoir l'amélioration des conditions de vie des populations cibles des flux touristiques, constituent une extrémité du spectre. D'autre part, la dépendance et le renforcement des disparités sociales fondées sur une économie de service structurée en fonction des besoins des grandes entreprises touristiques et des élites locales, engendrés par le tourisme de masse, représentent l'autre borne du continuum.

The cultural impact at a local level of tourism development framed by the global condition may be represented by the polarities of a social interaction continuum. At one extreme tourism-induced social change can lead to development, representing increased socio-economic benefits. At the other, change can lead to development of social discrepancies based on a service economy structured to suit the needs of local elites and monopolistic transnational tourism corporations¹³⁴.

En conclusion, l'approche du « tourisme issu de la base » défendue par Gotham nous paraît être la voie la plus appropriée pour domestiquer une certaine forme du tourisme globalisé et pour faire en sorte que les grandes firmes transnationales, ainsi que les élites locales qui s'y s'associent, n'en soient plus les seuls bénéficiaires. Aussi, nous soutenons comme alternative à la dépendance à cette forme de tourisme tous types de développement touristique contrôlé par les communautés hôtes et qui intègrent les éléments de culture propres à celles-ci, et ce, dans une perspective de compréhension et de respect mutuels entre visiteurs et hôtes. Selon Getino, le tourisme dans sa version authentique devrait agir comme facteur puissant de compréhension entre les peuples et d'amitié internationale. Tel devrait être, selon nous, le but véritable de l'écotourisme et de l'ethno-tourisme.

Cette position s'inscrit en droite ligne dans l'esprit de certaines résolutions prises à l'issue du Congrès interaméricain du tourisme de 2003 tenu à Ciudad Guatemala en matière de tourisme durable, à savoir :

Résolution 8 – Que la participation des communautés locales est nécessaire au processus de diversification de l'offre touristique et contribue à la répartition équitable des avantages du tourisme durable.

Résolution 9 – Que l'écotourisme peut contribuer à la viabilité globale du tourisme accroissant les avantages au profit des communautés d'accueil ainsi que la sensibilisation de ces communautés et des voyageurs à la nécessité de conserver et d'utiliser durablement le patrimoine naturel et culturel.¹³⁵

¹³⁴ P. Burns, p. 9. Cité dans Cooper et Walsh. Traduction libre : L'impact culturel local du développement touristique, encadré par l'environnement global, peut être représenté par les polarités d'un continuum d'interactions sociales. À une extrémité, les changements sociaux induits par le tourisme peuvent mener à un développement qui accroît les bénéfices socio-économiques. À l'autre extrémité, les changements peuvent mener au développement de disparités sociales basé sur une économie de services structurée en fonction des besoins des élites locales et des entreprises touristiques monopolistiques transnationales.

¹³⁵ *Congreso interamericano del turismo, Ciudad Guatemala, 18- 20 juin 2003.*

Ces résolutions pourraient inspirer les communautés autochtones d'Amérique latine très exposées au phénomène du tourisme globalisé, telles que les Mayas yucatèques et gualtémaltèques, et les Quechuas de l'Altiplano péruvien. La participation de celles-ci à une offre touristique diversifiée et la sensibilisation de tous à la préservation de leur patrimoine culturel leur permettrait de sortir d'un rôle passif pour tirer pleinement parti de certains avantages résultant du tourisme de masse.

L'expertise développée en matière d'éducation et de prise de conscience culturelle par le Programme de formation à l'éducation interculturelle bilingue, le PROEIB, géré par les communautés indigènes des pays andins, nous paraît à cet égard des plus prometteuses. La gestion de l'offre touristique et l'écotourisme font partie de programmes de formation du PROEIB, ce qui reflète la prise de conscience par celles-ci de l'importance capitale du tourisme international dans le développement socio-économique des nations en développement. De même, l'ethno-tourisme communautaire, tel qu'incarné par l'expérience chilienne de la Red de Turismo comunitario Lican Huasi, représente à notre avis la meilleure assise possible pour canaliser des flux touristiques massifs vers des activités mutuellement enrichissantes, tant pour les touristes que pour les communautés hôtes, et gérer adéquatement les impacts du tourisme globalisé. Dans un autre cadre géographique, l'exemple du Parc national australien Uluru-Kata-Tjuta, cogéré par la communauté aborigène locale, les Anyangu, et par les Australiens de souche européenne, nous apparaît des plus significatifs à cet égard.

C'est par de telles approches formatives et de prises en charge du potentiel touristique par les communautés d'accueil mêmes que les peuples autochtones peuvent passer d'un rôle plus ou moins subalterne auquel le tourisme oligarchique ou « tourisme dominé par le haut » les confine, à un rôle proactif incarné par l'approche du « tourisme issu de la base ». Du moins, c'est ainsi qu'ils pourraient contribuer à faire du tourisme globalisé un instrument remarquable d'épanouissement culturel, linguistique et identitaire au bénéfice de tous. Voilà autant de pistes de réflexion pour de futures investigations en matière de tourisme en milieu autochtone.

Sources bibliographiques

Sources générales

- Abley, Mark, *Parlez-vous Boro? Voyage aux pays des langues menacées*, Éditions Boréal, Montréal, 2005.
- Akande, Wole, « The Drawbacks of Cultural Globalization », *Yellow Times*, Global Policy Forum, Organisation des Nations Unies, New York, 10 novembre 2002 (www.globalpolicy.org/globaliz/cultural/2002/1110cult.htm, consulté en octobre 2007).
- Albarracin, Lelia Inés, « Le droit au multiculturalisme », ADILQ (Asociación de Investigadores en Lengua Quechua), Tucuman, Argentine, 2003 (www.adilq.com.ar, consulté en octobre 2007).
- Albo, Xavier, « El futuro del Quechua visto desde una perspectiva Boliviana », *International Journal of Sociological Languages*, no 167, 2004.
- Alderetes, Jorge et Albarracin, Lelia Inés, « El Quechua en Argentina: el caso de Santiago del Estero », *International Journal of Sociological Languages*, no 167, 2004.
- Ambès, Anne, « Tourisme et globalisation, Tourisme durable », *Tourisme-durable.net*, bihebdomadaire électronique de ATTAC (Association pour la taxation des transactions financières pour l'aide aux citoyennes et citoyens), janvier 2002 (http://www.tourisme-durable.net/article.php3?id_article=23, consulté en novembre 2007).
- Appadurai, Arjun, *Après le colonialisme : Les conséquences culturelles de la globalisation*, Payot, Paris, 2001 (traduction française par Françoise Bouillot).
- Aviles, Manuel, Cumbre de Ecoturismo. Componentes de la Planeación Ecoturística en el Mundo Maya, Québec 2002, Theme A, Organización Mundo Maya (<http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/quebec/cd/statmnts/pdfs/avelss.PDF>, consulté en mars 2008).
- Baillargeon, Stéphane, « Le tourisme comme arme de destruction massive », *Le Devoir*, 4 janvier 2008, Montréal.
- Bastide, Roger, « Mémoire du Social Sciences Research Council », 1936. Cité dans Acculturation, in *Encyclopedia Universalis*, 1998.
- Beauchemin, Jacques, *La société des identités*, Éditions Athena, Montréal, 2007.
- Bevington, Gary, *Maya for Travellers and Students. A guide to language and culture in Yucatan*, University of Texas Press, Austin, 1995.
- Bouchard, Gérard, *Genèse des nations et des cultures du Nouveau Monde, Essai d'histoire comparée*, Éditions Boréal, Montréal, 2001.
- Brunel, Sylvie, « Tourisme et mondialisation. Vers une disneylandisation universelle? », publié dans les actes du colloque *Les géographes redécouvrent les Amériques*, Festival International de Géographie de Saint-Dié-des-Vosges, 17^e édition, 2006 (http://fig-st-die.education.fr/actes/actes_2006/brunel/article.htm, consulté le 15 mars 2008).
- Burns, Peter, « Brief Encounters », dans : *Tourism in the Age of Globalisation*, Wabah, Salah et Cooper, Chris, Routledge, Melbourne, Australie, 2001.

- Busto Mauleon, Luis Miguel, *Les entreprises transnationales espagnoles*, RISAL (Réseau d'information et de Solidarité avec l'Amérique latine), 2005.
- Canclini, Nestor, *L'Amérique latine au XXI siècle*, Collection Americana, Presses de l'Université Laval, Québec, 2007 (édition originale en espagnol publiée en 2002).
- Coëffé, Vincent, Pébarthe Hélène et Violier Philippe, « Mondialisation et mondes touristiques », *L'information géographique*, Vol. 71, n° 2, juin 2007, pp. 83 à 97.
- Cordova Aguilar, Hildegardo, « Turismo en el valle del Colca y sus impactos en el desarrollo », *Espacio y Desarrollo*, n° 15, 2003.
- Daly Haeck, Denis Lynn, *Surviving Globalization in Three Latin American Communities*, Broadview Press, 2002.
- De la Cadena, Marisol, *Indigenous Mestizos. The Politics of Race and Culture in Cuzco, Peru, 1919-1991*, Duke University Press, Durham, North Carolina, États-Unis, 2000.
- Désiront, André, La Galaxie ONG, « Le tourisme solidaire pour voyager autrement », La Presse, Cahier vacances/voyage, Montréal, samedi 3 mai 2008.
- Djelic, Marie-Laure et Quack, Sigfrid, «Institutions and Transnationalization», University of Warwick, Grande-Bretagne
(www2.warwick.ac.uk/fac/soc/csgr/activitiesnews/conferences/gmorgan/report..., consulté en avril 2008).
- Dufresne, Lucie, *Les Mayas et Cancun*, Presses de l'Université de Montréal, Montréal, Collection Américanités, 1999.
- Escuela de Periodismo, Universidad Academia de humanismo Cristiano, Cybertour.cl – « México asume presidencia de la Organización Mundo Maya », Santiago, Chili.
- Faux, Frédéric, « Saccage chez les Mayas », *L'actualité*, 15 mai 2007.
- Fischer, Edward et Gates, Marylin, *Cultural Logics and Global Economics : Maya Identity in Thought and Practice*, University of Texas, Austin, États-Unis, 2001.
- Garcia, Maria Elena, *Making Indigenous Citizens. Identity, Development and Multicultural Activism in Peru*, University of Stanford, Californie, États-Unis, 2005.
- Geoffrey, « Bolivie: Une initiative citoyenne accouche d'un nouveau projet législatif pour un tourisme alternatif », *Frères des hommes*, 20 nov. 2007, Paris (www.francefdh.org/equipés/Bolivie-Geoffrey.htm, consulté en mars 2008).
- Getino, Octavio, *Turismo: entre ocio y neg-ocio: identidad cultural y desarrollo economico en America latina y el Mercosur*, Ciccus, Buenos Aires, juin 2002.
- (Von) Gleich, Utta, « New Quechua Literacies in Bolivia », *Journal Walter de Gruyter, International Journal of Sociological Languages*, no. 167, 2004.
- Gotham, Kevin Fox, «Tourism From Above and Below: Globalization, Localization and New Orleans's Mardi Gras», présenté au Congrès de l'American Sociological Association, août 2004.
- Guénolé, Thomas, *Agora Vox. Le media citoyen*, France, 26/07/2007.
- Hardin, Russell, « Subnational Groups and Globalization », University of New York, dans: Keith Dowdong, Robert Goodin et Carole Pateman: *Justice and Democracy*, Cambridge University Press, Cambridge, Grande-Bretagne, 2004.

- Helman de Urtubey, Silvia, « Globalizacion: ¿Empobrecimiento lingüístico o plurilingüismo enriquecedor? », *La Revista*, n° 4, 2002, Facultad de Filosofía y Letras de la UNT, Tucuman, Argentine, 2002.
- Hiernaux, Daniel, « Tourisme au Mexique: modèle de masse, de l'étatisme au marché », Réseau d'information et de solidarité avec l'Amérique latine (RISAL), 2006 (<http://risal.collectifs.net/spip.php?article2071>, consulté en mars 2008).
- Holman, David, « What are the Impacts of Bolivian Microfinance on Aymara and Quechua Culture? », *2006 Meeting of the Latin American Studies Association*, Puerto Rico.
- Hornberger, Nancy et Coronel-Molina, Serafin, « Quechua language shift, maintenance, and revitalization in the Andes », *International Journal of the Sociology of Language*, n° 167, 2004.
- Iturri Salmon, Jaime, Schulze, Juan Carlos et Gaviria, Luz Beatriz, *Entre retos y rutas : el ecoturismo como una alternativa de desarrollo para los pueblos indigenas*, Programa regional de Apoyo a los Pueblos Indigenas de la Cuenca del Amazonas PRAIA, La Paz, Bolivie, 1998.
- Jolin, Louis et Delisle, Marie-Andrée, *Un autre tourisme est-il possible?*, Presses de l'Université du Québec, 2007.
- Labrosse, Benoîte, « Les Marco Polo à l'heure du dimanche », *Alternatives*, 23 août 2007, Montréal.
- Laot, Claire, « La pluralité culturelle en Équateur », *E-Équateur peuples et cultures*. (hoequateur.over-blog.fr, consulté en avril 2007).
- Leclerc, Jacques, et Maurais, Jacques, *Trésor de la langue française*, Université Laval, Québec, 2007 : « Argentine », « Bolivie », « Équateur », « Guatemala », « Mexique » et « Pérou ».
- Lessard, Jean-François, *L'état de la nation*, Liber, Montréal, 2007.
- Luindia, Luiza Azevedo, « Ecoturismo en sociedades indigenas? Una propuesta sostenible?. The Commons in an Age of Global Transition: Challenges, Risks and Opportunities », *The Tenth Conference of the International Association for the Study of Common Property*, Oaxaca, Mexico, August 9-13, 2003.
- Love, Bruce, *La cultura maya en el Yucatán de hoy*, 2^e édition, Editorial Dante, Mérida, 2004.
- Luyck, Aurolyn, « The future of Quechua and the Quechua of the future : language ideologies and language planning in Bolivia », *International Journal of Sociological Languages*, no 167, 2004.
- MacLeod, Scott, « Gazing at the Box : Tourism in the Context of the Internet and Globalization », *Anthropology Papers*, University of California-Berkeley, États-Unis, 2002 (scottmacleod.com/anth250v.htm, consulté en novembre 2007).
- Maltez, Rosa-Amelia, *La mondialisation et ses effets sur l'identité culturelle des peuples indigène et métis du Guatemala*, Département de Sociologie, UQAM, Montréal, mai 2005.
- Mato, Daniel, *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalizacion*, Faces, Universidad de Caracas en Venezuela, Caracas, Venezuela, 2003.
- Mattiace, Shannan L., « We are like the wind: Ethnic mobilization among the Maya of Yucatan », *XXVII Latin American Studies Association meetings*, Montréal, 2007.
- Michel, Franck, « Extrait 3 : Le respect et la « découverte » de l'autre », *L'autre sens du voyage. Manifeste pour un nouveau départ*, Homnisphère, 2003.

- Monasterios, Gloria, « *Abya Yala* en Internet. Politiques communicatives et représentations de identité de organisations indigènes en el ciberespacio », p. 303-330, dans Daniel Mato (voir ci-dessus).
- Morales Morgado, Héctor Freddy, « Turismo comunitario : Una Nueva alternativa de desarrollo indigena », *Revista de antropologia iberoamericana*, Madrid, mars-juillet 2006.
- Morin, Claude, « Voyage au Yucatan (12-19 décembre 1999) », Département d'Histoire, Faculté des Sciences sociales, Université de Montréal, 2000 (hst.umontreal.ca/U/Morin/voymexyu.htm, consulté en décembre 2007).
- Pajuelo Teves, Ramon, « Fronteras, representaciones y movimientos étnicos en los países centroandinos en tiempos de globalización », p. 283-302, dans Daniel Mato (voir ci-dessus).
- Perreault, Thomas, « Changing Places : Transnational Networks, Ethnic politics and Community Development in the Ecuadorian Amazon », *Political Geography*, n° 22, janvier 2003.
- Poirier, Jean, « Ethnies et cultures, Ethnologie régionale », Paris, Gallimard, *Encyclopédie La Pléiade*, 1972.
- Rada Herrera, Virginia, *Survey of International Communication – Persuasive media*, 1998.
- Ramirez, Othon Banos, *Algunos efectos socio-espaciales de la industria del turismo en Quintana-Roo*, México, Universidad autonoma del Yucatan.
- Raymond, Natalie, « Cuzco : du « nombril du monde » au cœur touristique du Pérou », *Cahier des Amériques Latines*, No. 37, pp. 121-139.
- Raymond, Natalie, « ¿El ecoturismo como fuente de desarrollo sostenible? Un analisis critico a partir de casos andinos y centroamericanos », *Espacio y Desarrollo*, n° 15, 2003, pp. 55-66.
- Robertson, R., *Globalization: social theory and global culture*. London: Sage, 1992.
- Rojas Rivero, Carlos, *El turismo en Bolivia. Legislacion Vs. Derechos indigenas*, Servicios Empresales para el desarrollo del turismo comunitario sostenible (REDTURS), Oficina internacional del Trabajo. Programa de desarrollo de pequeñas empresas (SEED), Encuentro Internacional sobre el tema « Gestión del turismo sostenible y competitivo: Alianzas entre Estado, empresa y comunidad », La Paz, Bolivie, 2001.
- Rousseau, Stéphanie, « La Bolivie, en transformation: Pluri-nation, décolonisation et autonomie », La chronique des Amériques, juin 2007, n° 14, *Observatoire des Amériques*, Montréal.
- Sabourin, Vincent, *L'industrie touristique. Stratégie concurrentielle des entreprises*, Presses de l'Université du Québec, Montréal, 2000.
- Stévaux, Vince et Jacobs, Emanuela, La Ch'alla, La K'oa, Vince et Manu en Bolivie, un voyage, une découverte (www.vincetmanu.com/traditions_bolivie/tradiiton_bolivie_challa.htm; ...koa, consultés en février 2008).
- Strange, Susan, « Rethinking Structural Changes in the International Political Economy : States, Firms and Diplomacy ». Cité dans Richard Stubbs et Geoffrey Underhill, *Political Economy and the Changing Global Order*, McClelland and Stewart, 1994.
- Thurot, Jean Maurice et Thurot, Gaëtane, « The Ideology of Class and Tourism : Confronting the Discourse of Advertising », *Annals of Tourism Research*, vol. 11, n° 3, 1984, p. 173-190.

Vargas Llosa, Mario, « The culture of Liberty », *Global Policy Forum*, Organisation des Nations Unies, New York, février 2000 (www.globalpolicy.org/globaliz/cutural/llosa.htm, consulté en octobre 2007).

Wahab, Salah et Cooper, Chris, « Tourism, globalisation and the competitive advantage of nations », *Tourism in the age of globalisation*, Routledge, Melbourne, Australie, 2001.

Zoomers, Amelies, «Tourism along the « ruta gringa » in the Bolivian and Peruvian Andes : Is Inca tourism benefited for local populations? », Centro de Estudios y Documentación Latinoamericana (CEDLA) Amsterdam and Radboud University Nijmegen, Pays-Bas, 2006 Meeting of the Latin American Studies Association, Puerto Rico.

Sources gouvernementales et institutionnelles

Gouvernement du Canada :

- « La civilisation maya », *Société du Musée canadien de la civilisation*, 26 juin 1995, mise à jour le 26 mars 2004.

- « *Projet sur le tourisme autochtone et la compréhension interculturelle : rapport documentaire* », Patrimoine canadien, 2006 (ww.pch.gc.ca/pc-ch/pubs/tourism/documents/2006-02/2_f.cfm, consultée le 15 mars 2008).

Lycée Jacques de Vaucanson, Tours, France, « Quechua », *Algunos idiomas autóctonos de América* (www.vaucanson.org/espagnol/linguistique/lenguas/lenguas_indias.htm, consulté en mars 2008).

Organisation des États américains (OEA), XVIII^e Congrès interaméricain du tourisme, 18-20 juin 2003, Ville de Guatemala, Guatemala, (XVIII^e Congreso interamericano del Turismo) Tourisme : *Acceptation des propositions de projet : « Technologie de suivi, de gestion et de commercialisation du tourisme dans les Amériques et sensibilisation au tourisme et attitude »*. Ciudad Guatemala, Guatemala, 2003).

Organisation mondiale du tourisme, *Faits saillants du tourisme, Édition 2007*, Rubrique « Faits et chiffres » du site www.unwto.org.

Organisation mondiale du travail, *Actes du Tripartite Meeting on Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector*, Genève, avril 2002 (www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/index.htm, consulté en janvier 2008).

Secretaria de turismo del Estado de Quintana Roo, *Indicadores Turisticos*. Enero 2006, Mexique (<http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/2006/diciembre.php>, consulté en janvier 2008).

Universidad michoacana San Nicolas de Hidalgo, « El Proyecto Mundo Maya », Mexique (www.umich.mx/mmaya/recorrido/proyecto.html, consulté en avril 2008).

Sources encyclopédiques

Atlapedia Online, articles sur les pays suivants : Argentine, Bolivie, Équateur, Guatemala, Mexique et Pérou (<http://www.atlapedia.com/online/countries/...>, consultés en octobre 2007).

Muturzikin : cartes linguistiques (comprenant listes des communautés de ces pays, avec leurs religions et leurs premières langues) :

- Amérique centrale : Mexique, Guatemala, Salvador Belize, Honduras

- Andes : Équateur, Pérou, Bolivie, Argentine.

Small Business Encyclopaedia, article : « Globalization »

(http://www.referenceforbusiness.com/small/Eq_Inc/Globalization.html).

Wikipedia: articles sur les Maquiladoras, la Mondialisation et les pays suivants : Argentine, Bolivie, Équateur, Guatemala, Mexique et Pérou (<http://fr.wikipedia.org>, consultés en octobre et novembre 2007).

Remerciements

Je tiens à remercier vivement toutes les personnes qui m'ont soutenu dans la réalisation de cette étude, que ce soit par les conseils qu'ils m'ont prodigués, par les recherches sur diverses bases de données (en particulier aux Universités Paris III et IV), par les ouvrages dont ils m'ont recommandé la lecture, par la révision linguistique de cet essai, ou de toute autre façon.

Je veux nommer en particulier :

Pierre-Paul Saintonge, Chaire Mondialisation Citoyenneté Démocratie, UQAM.

Victor Armony, Chaire Mondialisation Citoyenneté Démocratie, UQAM.

Violaine Bonassies, Département de Sociologie, UQAM.

Claude Morin, Département d'histoire, Faculté des Sciences sociales, Université de Montréal.

Rodrigo Olivencia, Département de Linguistique, Faculté de l'Éducation permanente, Université de Montréal.

Denyse Boileau, Institut des Études hispaniques, Université de Paris IV.

Mona Huerta, Institut des Hautes études d'Amérique latine, Université de Paris III.

Fabiola Rodriguez Lopez, Bibliothèque Pierre Monbeig, Université de Paris III.

Enrique Hernandez Lopez, Institut des Hautes études d'Amérique latine, Université de Paris III.

Charles André Goulet, Institut des Hautes études d'Amérique latine, Université de Paris III.

Rosa Maria Latino de Genoud, Université du Cuyo, Mendoza, Argentine.

Robert Laliberté, Association internationale des études québécoises.

Le personnel de la Bibliothèque centrale de l'UQAM (Pavillon Hubert-Aquin), de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et de la Bibliothèque nationale de France.

Également des membres de ma famille :

Danielle Léger,

Marie-France Archambault,

Denyse Guay.