



**HAL**  
open science

## Segalen et les favela-tours La construction de l'altérité de l'exotisme à l'authenticité

Thomas Apchain

► **To cite this version:**

Thomas Apchain. Segalen et les favela-tours La construction de l'altérité de l'exotisme à l'authenticité. Intercâmbio : Revue d'Études Françaises=French Studies Journal, 2019, 12. halshs-04554560

**HAL Id: halshs-04554560**

**<https://shs.hal.science/halshs-04554560>**

Submitted on 22 Apr 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## SEGALEN ET LES FAVELA-TOURS

### La construction de l'altérité de l'exotisme à l'authenticité

Thomas APCHAIN

Centre d'Anthropologie Culturelle, Un. Paris Descartes

apchain.thomas@gmail.com

**Résumé :** Par des allers-retours entre l'œuvre de Segalen et une ethnographie menée dans les *favelas* de Rio de Janeiro, cet article s'intéresse aux transformations de la catégorie d'exotisme et montre comment l'on trouve dans celle d'authenticité le principe directeur de son adaptation au cadre intellectuel et symbolique des constructions contemporaines de l'altérité. Si l'on entre bien dans les favelas, en présence du Divers (et / ou de sa mise en scène), l'évocation d'un exotisme est rare, si ce n'est tout à fait incorrecte. En revanche, celle de l'authenticité, et de tout le champ lexical permettant de qualifier le « vraiment » différent, est omniprésente. Tenter de comprendre les conditions d'un remplacement de l'idée d'exotisme par le concept d'authenticité, c'est aussi analyser l'évolution des constructions occidentales de l'altérité. Les manières de faire état d'une altérité digne de ce nom se manifestent notamment dans une rupture avec l'exotisme dont Segalen démontrait l'irréductible subjectivité, et dont il affirmait le lien direct aux sens et à la poésie. En effet, l'authenticité, sous l'influence des anthropologues, fait entrer l'altérité dans un régime de vérité. Le Divers n'est plus seulement acquis par les « exotes » capables d'en faire l'expérience sensorielle, sa présence se doit d'être démontrée, sa force graduée et le contexte de son apparition séparé des contrefaçons qui envahissent le monde du voyage.

**Mots-clefs :** anthropologie du tourisme, exotisme, authenticité, favelas, slum tourism.

**Abstract:** Going back and forth between Segalen's work and an ethnography work in the favelas of Rio de Janeiro, this paper approaches the transformations of the category of exoticism and shows how in authenticity we find its adaptation to the intellectual and symbolic framework of contemporary constructions of otherness. If we are actually confronted with the presence of the *Divers* when entering the favelas, the evocation of an exoticism is rare, if not completely incorrect. By contrast, we find authenticity, and its lexical field, making it possible to qualify the different is omnipresent. Trying to understand the conditions for replacing the idea of exoticism by the concept of authenticity refers to the analysis of the evolution of Western constructions of otherness. The ways of showing a true otherness appears in the way Segalen demonstrated the irreducible subjectivity of exoticism, connected to senses and poetry. Indeed, authenticity, under the influence of anthropologists, brings otherness into a regime of truth. *Divers* is not only acquired by the "exotes" capable of a sensory experience. In fact, its presence must be demonstrated; its gradual force and the context of its appearance must be separated from the counterfeits that invade the world of travel.

**Keywords:** anthropology of tourism, exoticism, authenticity, favelas, slum tourism.

## Introduction

Dénonçant la persistance avec laquelle l'Occident tend à considérer les autres cultures comme devant nécessairement appartenir à une tradition « supposément homogène et inchangée », Salman Rushdie écrivait : « Authenticity is the respectable child of old-fashioned exotism » (Rushdie, 1991: 67). Cet article fera écho à plusieurs éléments critiques présents dans cette citation qui établit elle aussi un lien de filiation entre les notions d'exotisme et d'authenticité ; filiation derrière laquelle se cache une certaine évolution des rapports entretenus par l'Occident avec l'altérité que je tenterai d'éclairer. La perspective diachronique sur laquelle je me propose de revenir reconstitue l'histoire de l'exotisme tombé en désuétude et de son remplacement par une rhétorique de l'authenticité qui, par ses apparences objectives, intervient comme une euphémisation de ce qu'est vraiment l'exotisme, c'est-à-dire un point de vue de l'Occident sur le monde. Il reste à s'interroger plus profondément sur les continuités et sur les ruptures qui ont conditionné ce changement de concept. Cet article se propose donc de faire des aller-retours entre les notions d'exotisme et d'authenticité, mouvements derrière lesquels se cachent un autre voyage, d'un peu plus d'un siècle, entre les écrits de Victor Segalen et l'ethnographie des pratiques touristiques dans les favelas de Rio de Janeiro.

Dans ce contexte, les écrits de Segalen sont particulièrement précieux dans la mesure où ils incarnent déjà un bouleversement de ces rapports entre les notions d'exotisme et d'authenticité. En effet, alors même qu'il se présente comme une tentative originale pour définir l'exotisme, *Essai sur l'exotisme* est déjà parsemé d'inquiétudes quant à son avenir et à la multiplication de ses falsifications. Là, dans la définition d'un vrai exotisme opposé au faux (facile et / ou factice) se trouve d'ailleurs l'une des motivations principales de l'Essai : l'entreprise de Segalen consiste, déjà, à questionner une catégorie qui semble aller de soi. Dans la perspective de cet article, l'œuvre de Segalen n'est bien sûr convoquée que dans la mesure où elle symbolise une pensée plus générale (bien qu'exprimée par l'auteur des *Immémoriaux* avec une certaine précocité) dont l'influence sur la constitution des valeurs associées à l'altérité – et donc sur les pratiques de sa consommation – a eu une importance considérable. Segalen, en particulier dans *Essai sur l'exotisme*, se situe à un point de rupture, dans un temps où l'exotisme se vide déjà peu à peu de son sens.

D'un autre côté, la valorisation touristique de la *favela carioca*, un siècle après

les voyages de Segalen, servira de contrepoint, car on n'y trouve aucun usage du concept d'exotisme. Celui d'authenticité, en revanche, est très présent. La *favela* est présentée aux touristes comme le « vrai-Brésil », entendu comme un Brésil préservé de trop grandes influences occidentales, et donc de la présence touristique. Sa valorisation ne se fait plus directement et uniquement par opposition au domestique, mais passe par une rhétorique qui la présente comme l'un des derniers bastions où une diversité réelle est conservée du fait même de la marginalisation subie localement par les espaces qu'elle occupe. À travers ces aller-retours, j'avancerai quelques hypothèses quant à ce qui, au XXe siècle, a conditionné la transition de l'exotisme vers l'authenticité.

### **Fin de l'exotisme, exotisme de la fin**

#### ***Segalen, entre deux siècles***

Si la lecture de Segalen est devenue si importante et si je choisis ici de le placer au cœur d'une démarche socio-historique, c'est peut-être avant tout parce qu'il est à la jonction de deux époques et, surtout, de deux manières d'appréhender les voyages et l'altérité. C'est là un intérêt majeur de *l'Essai sur l'exotisme* qui, même à l'état d'ébauche, représente une tentative sans précédent de prise de recul sur la sensation d'exotisme. Bien sûr, la plupart des grands écrivains voyageurs autour de 1900 esquissent une réflexion sur les termes de ces rencontres enivrantes. Mais personne avant Segalen ne semble le faire selon une posture aussi critique. Personne avant lui n'a entrepris de décrire l'exotisme telle qu'il est, c'est-à-dire comme une disposition mentale subjective et non comme une propriété de l'objet. Telle est la définition, inédite, que met en avant *l'Essai sur l'exotisme*. L'exotisme ne réside plus dans les palmiers et les couleurs vives des paysages lointains. Il est en nous, ou plutôt en l'Européen du début du XXe siècle, alors qu'il fait l'expérience de la différence et qu'il ressent, selon les mots de Segalen, la sensation du Divers. En cela, Segalen est autant précurseur que génial dissident tant, aujourd'hui encore, la différence culturelle peine à être comprise par tous comme le fruit d'une construction subjective. Si Segalen a quelques années d'avance lorsqu'il écrit *Essai sur l'exotisme*, c'est peut-être avant tout dans ces attaques répétées à un exotisme falsifié et, bien que la question soit plus complexe, dans son inquiétude face à un exotisme en danger.

La motivation pour l'établissement du projet d'un *Essai sur l'exotisme* en fait un

écrit à part dans la bibliographie de Segalen. Il ne s'agit pas ici de retranscrire ou de faire ressentir l'exotisme. Pour cela, le langage poétique ou la forme du roman semblent des outils mieux appropriés aux yeux de Segalen. *L'Essai sur l'exotisme* est une réflexion, qui nous parvient sous sa forme spontanée, mais dont le but est d'établir, ou plutôt de rétablir, une définition juste de l'exotisme, ce qui suppose qu'il y ait précédemment eu, selon Segalen, travestissement de son sens. L'idée de l'existence d'un faux exotisme y est présente d'emblée : « Avant tout, déblayer le terrain. Jeter par-dessus bord tout ce que contient de mésusé et de rance ce mot d'exotisme. Le dépouiller de tous ses oripeaux : le palmier et le chameau ; casque colonial ; peaux noires et soleil jaune ; et du même coup se débarrasser de tous ceux qui les employèrent avec faconde niaise » (1978: 41).

Pour autant qu'il aime la sensation du Divers, Segalen semble haïr ceux qu'il accuse d'en être des « proxénètes » (*idem*: 54). Parmi ceux-là, Segalen s'en prend particulièrement à Pierre Loti<sup>1</sup>, auteur alors célébré et figure de proue de la littérature exotique qui proposa à ces contemporains de nombreux voyages par procuration. L'usage, violent, du terme de « proxénète » accolé au nom de Loti qu'il classe parmi les « touristes impressionnistes » (*idem*: 57) met en avant l'idée d'une falsification de l'exotisme qui naît du développement, déjà bien avancé au début du XXe siècle, d'une commercialisation de l'exotisme.

Mais la falsification n'est ni la seule ni la plus importante menace qui plane sur l'exotisme cher à Segalen. On l'a compris, l'exotisme est pour Segalen une esthétique du Divers, une sensation qui se fonde sur le contact avec une différence irréductible. Car, ce qui importe pour lui, ce n'est ni la nature spécifique de la différence, encore moins sa compréhension, c'est au contraire « la perception aiguë et immédiate d'une incompréhensibilité éternelle » (*idem*: 44). Or, *L'Essai sur l'exotisme* est traversé par l'idée du déclin du Divers. Les années 1900 sont celles de la révolution des transports, marquées par le développement de la navigation à vapeur, et voient, avec l'extension du monde colonial, l'uniformisation des conditions de confort des voyageurs qui, bien plus

---

1 *L'Essai sur l'exotisme* est particulièrement sévère avec Loti dont Segalen veut prendre le contre-pied. Il est pourtant certain que la lecture de Loti eut une influence considérable sur Segalen, et l'on connaît une correspondance dans laquelle il lui exprime tout son respect et s'adresse à lui comme son « Maître ». Cf. lettre du 25 octobre 1907 présentée dans l'exposition *Victor Segalen, voyageur et visionnaire*, citée par Alain Quella-Villéger (2017: 32).

encore que leurs prédécesseurs romantiques, se trouvent partout dans le monde et chaque jour un peu plus chez eux. Ces évolutions, qui auront bientôt raison des voyageurs glorifiés, Segalen a bien conscience qu'elles présentent une menace pour la survie du Divers nécessaire à la sensation de l'exotisme. L'avancée du colonialisme et l'expansion de la modernité occidentale laissent à la diversité culturelle une place bien différente de celle préconisée par Segalen ; elles administrent, classent, annexent, anéantissent souvent. Renouvelant son éloge de l'incompréhensibilité, Segalen affirme : « Ne nous flattons pas d'assimiler les mœurs, les races, les nations, les autres ; mais au contraire, réjouissons-nous de ne le pouvoir jamais » (*idem*: 44). Comment ne pas voir dans cette affirmation une opposition marquée face au projet colonial ?

On peut toutefois, dans le cas de Segalen comme dans celui d'un bon nombre de ses successeurs jusqu'à nos jours, émettre l'hypothèse que la menace qui pèse sur l'altérité n'est pas si simplement opposée à son évocation et à son expérience poétique. La poésie du Divers chez Segalen est assez largement une poésie de la disparition. L'altérité y est célébrée dans sa fugacité, dans ses survivances patiemment dévoilées<sup>2</sup>. En cela, Segalen est réellement le précurseur d'une esthétique de la diversité menacée (omniprésente dans la quête d'authenticité sur laquelle je vais revenir) où il trouve à la fois son projet poétique et son projet de vie : « le Divers décroît. Là est le grand danger terrestre. C'est donc contre cette déchéance qu'il faut lutter, se battre – mourir peut-être avec beauté » (*idem*: 95).

### ***L'altérité menacée comme esthétique du Divers***

Segalen écrit dans une époque déjà marquée par l'affaiblissement du sentiment d'exotisme, idée toujours formulée de nos jours et qui se manifeste dans la réflexion de bon nombre de nos contemporains, tel Marc Augé pour qui « la mort de l'exotisme est la caractéristique essentielle de notre actualité » (Augé, 1994: 10). S'il est difficile de conclure si directement à la mort de l'exotisme, il est, en tout cas, indéniable que le rétrécissement du monde - qui sait jusqu'où il ira ? - est un processus déjà présent du temps de Segalen. Celui-ci est bien réel, presque mesurable, comme le montre ce calcul proposé par Gérard Leclerc :

---

2 *Les Immémoriaux* (1907), dont je ne parlerai pas ici, porte à son paroxysme la poétique de la culture disparue et du temps perdu.

Il fallut aux marins de Magellan trois ans exactement (septembre 1519 – septembre 1522) pour accomplir le premier tour du monde. La Terre est, pour la jet-set, 500 fois plus petite que pour les marins de Magellan (plus précisément ces temps sont dans le rapport de  $365 \text{ jours} \times 3 = 1095 \text{ jours}$  à 2 jours, soit 548/1). Que le lecteur veuille bien peser et méditer ces chiffres. Du point de vue de l'humanité la plus technologiquement « avancée », la planète Terre est 500 fois plus petite qu'à la Renaissance : 40 fois plus petite qu'au XIX<sup>ème</sup> siècle (Leclerc, 2015).

Le monde de Segalen a donc lui-même subi un rétrécissement important, non seulement par rapport à l'époque des Grandes Découvertes, mais aussi par rapport à celle des voyageurs romantiques (Stendhal, Chateaubriand, Lamartine, etc.) qui ont pavé la voie du récit de voyage poétique et de l'orientalisme. Si ces derniers sont contemporains du Grand Tour, le temps de Segalen est celui de l'apogée de Cook, un temps où le tourisme de masse commence (juste) à se dessiner<sup>3</sup>. Il est certain que l'exotisme a subi d'importants dégâts à mesure du rétrécissement des distances, de l'accroissement des connaissances du monde et de la démocratisation de son accès. Parmi toutes les concrétisations de ces phénomènes, l'émergence de l'idée – ou plutôt de l'inquiétude – de la falsification de l'exotisme est sans doute l'une des plus importantes, en tout cas en ce qui concerne l'évolution des voyages. C'est ce que paraît penser Anaïs Fléchet lorsqu'elle écrit :

Il semble que la valence positive de l'exotisme a été mise à mal par les nouvelles représentations du monde issues de la Première Guerre mondiale. À l'heure du monde fini et de la disparition des blancs sur les cartes, le terme devient synonyme d'artificialité ; on lui adjoint les qualificatifs : facile trompeur ou « de pacotille ». (Fléchet, 2008: 20).

On l'a dit, une grande partie d'*Essai sur l'exotisme* peut être assimilée à une entreprise visant à dénoncer les falsifications de l'exotisme. Chez Segalen, renouer avec le véritable exotisme passe par la reconnaissance d'une subjectivité dans une rencontre

---

3 *Essai sur l'exotisme* fait deux mentions de Cook, utilisées comme symbole du tourisme et du commerce du dépaysement. L'histoire du développement des voyages organisés par James Cook est analysée, entre autres, dans Marc Boyer (1999).

avec une altérité irréductible dont l'exote, qu'il oppose ici aux touristes, sait apprécier l'impossibilité d'une compréhension véritable. Mais d'autres maintiennent plus volontiers l'idée d'altérités intrinsèquement exotiques, et expriment une certaine nostalgie d'un temps où le monde restait à explorer. Pour André Gide : « Ce qui fait le charme et l'attrait de l'Ailleurs de ce que nous appelons exotisme, ce n'est point tant que la nature y soit belle, mais que tout nous y paraît neuf, nous surprend et se présente à notre œil dans une sorte de virginité » (Gide, 1939: 1236). On le voit bien, chez Gide, l'exotisme est une affaire d'explorateur. Il n'est pas donné aux touristes, ces voyageurs qui, déjà sous la plume de Chateaubriand, ne faisaient qu'« échanger dans la terre étrangère des illusions contre des souvenirs » (Chateaubriand, 1838: 25). Outre la reconnaissance du point de vue, ce qui est important dans les perspectives sur l'exotisme qu'expriment, selon une intuition somme toute assez similaire, Gide et Segalen, c'est le fait d'annexer l'exotisme à une altérité qui se doit d'être la plus radicale possible.

Chez Segalen, c'est l'idée de mystère, de « la perception aiguë et immédiate d'une incompréhensibilité éternelle » (*idem*: 44). Pour Gide, la qualité première de l'altérité semble contenue dans l'idée de virginité, l'exotisme est une surprise et non pas la reconnaissance d'un imaginaire préconçu. Mais les deux points de vue convergent vers certains aspects centraux, qui seront transmis aux générations suivantes, même sans que le mot exotisme ne survive pour les véhiculer : on ne trouve pas l'exotisme partout, la quête de la différence est une valeur essentielle du voyage, l'écart nécessaire à la construction de l'altérité est variable, presque mesurable, l'altérité exotique est caractérisée par la rareté qui la rend si difficile à trouver et fixe sa valeur, etc. Au croisement de ces idées, se trouve, je pense, celle de l'authenticité qui va s'imposer, au détriment de l'exotisme, comme une valeur centrale des constructions positives de l'altérité.

### ***De l'ailleurs exotique à l'autre authentique***

L'idée d'une fin de l'exotisme facile s'est peu à peu propagée pour devenir, sous le terme authenticité, un élément fondateur de ce qu'exprime le tourisme dans sa forme culturelle et lointaine<sup>4</sup>. L'autre et l'ailleurs véritables ne se trouvent qu'au prix d'un

---

4 À la fois activité de loisir, industrie, pratique culturelle, etc. le tourisme est un phénomène très

effort supérieur à celui des touristes suiveurs, qui consomment des produits fabriqués à leur intention. Et c'est justement parce qu'exotisme et authenticité sont des valeurs comparatives, qui nécessitent un jeu d'opposition (ici/ailleurs, proche/lointain ; inauthentique/authentique, même/différent) dont le but est de maintenir un écart suffisant pour le voyageur qui « perçoit et déguste la distance » (*idem*: 43), que se font rares les objets aptes à être classés comme tels.

L'authenticité, lorsqu'elle s'applique à la culture, est une valeur dont une grande partie du sens est liée à des stratégies de mise en tourisme pouvant être rapportées, bien que plus complexes, à des techniques de commercialisation. En cela, l'authenticité est un critère qui permet de juger de l'intérêt d'un objet touristique au sens large et qui fonctionne principalement à travers la mise en valeur d'une altérité. En réalité, l'authenticité n'a statut de valeur qu'à condition d'être considérée comme une gradation de cette altérité. Plus l'altérité est perçue comme radicale, et donc comme digne de l'intérêt des voyageurs, plus l'authenticité est une valeur importante. Comme toute valeur, elle est attribuée dans un système de relations. Ce n'est que lorsque des acteurs, ici les touristes, sont en mesure de concevoir un certain nombre d'oppositions qu'ils peuvent considérer que quelque chose est authentique. L'opposition fondamentale, originelle, s'établit entre un *nous* et un *eux*, lors d'une mise en contraste d'un nombre indéterminé d'éléments de la société du touriste (endotique) et de ceux de la société visitée (exotique). Mais l'authenticité, aujourd'hui, relève aussi d'une rhétorique commerciale, bien visible dans les cas où la mise en tourisme est principalement travaillée par des processus de distinction entre plusieurs objets touristiques ou potentiellement touristiques, c'est-à-dire entre plusieurs attributs d'un *eux* abstrait.

La mise en tourisme des *favelas* de Rio de Janeiro, sur laquelle je vais maintenant m'attarder, possède ces deux aspects oppositionnels : d'un côté, une séparation entre le monde des touristes et celui de la *favela*, qui relève d'une distinction endo/exo et, de l'autre, une opposition entre produit touristique (le reste de la ville) et visites « hors des sentiers battus » qui, elle, oppose faux-exotisme et authenticité.

---

hétérogène qui ne se laisse pas enfermer dans une définition. Ici nous évoquons un tourisme au moins partiellement motivé par la recherche d'une altérité, souvent dans des situations marquant une rupture prononcée avec le quotidien des touristes.

### ***La favela carioca dans l'économie de l'authenticité***

Les *favela-tours* sont des visites organisées dans les *favelas* de Rio de Janeiro. Bien que variées, elles s'organisent de manière relativement similaire, comme des excursions ne dépassant que rarement la demi-journée et dont le but est de traverser de haut en bas la *favela*<sup>5</sup>. Les groupes se limitent la plupart du temps à une dizaine de personnes. L'immense majorité des touristes prenant part aux *favela-tours* viennent d'Europe ou d'Amérique du Nord et, dans une moindre mesure, d'Asie. Bien que les premières visites des *favelas* aient eu lieu dans la seconde moitié des années 1990, leur développement explose véritablement dans les années 2010<sup>6</sup>.

### ***La favela et le vrai-Brésil***

Dans la plupart des cas, la promotion touristique de la *favela* s'établit dans une opposition avec la ville formelle de Rio de Janeiro<sup>7</sup>. Il suffit pour s'en convaincre de lire les brochures des tour-opérateurs. La *favela* y est présentée comme le « Vrai Brésil » ou encore comme le « Brésil profond ». La manière dont est distinguée la *favela*, en tant que site touristique, est particulièrement intéressante dans la mesure où les critères évoqués dans le développement de l'idée de la *favela* comme lieu d'un Brésil authentique ne sont pas des aspects nouveaux relativement à ce qui serait ou non typiquement brésilien. Au contraire, une large part de la mise en tourisme de la *favela* consiste en une réappropriation des clichés qui forment communément l'imaginaire de la culture brésilienne. C'est ce dont témoigne l'insistance avec laquelle les guides présentent la *favela* comme le lieu d'origine des traits culturels et folkloriques brésiliens les plus populaires à l'échelle globale. Les touristes apprécient particulièrement l'occasion qui leur est donnée, pendant leur visite d'une *favela*, d'être confrontés à de grands symboles de la culture brésilienne. Il est évident que, lorsque, par exemple, des

---

5 Les tours dont l'observation fournit le corps de cet article se sont déroulés entre 2012 et 2017 principalement dans la *favela* de *Rocinha*, proclamée « plus grande *favela* de Rio de Janeiro ». Mais d'autres *favelas* font l'objet d'une mise en tourisme, bien qu'avec moins de succès et de durabilité.

6 Bien que l'histoire du tourisme dans les *favelas* de Rio de Janeiro ne puisse absolument pas être assimilée à celle des interventions de l'État, ce développement s'explique, en partie, par une baisse conséquente de la violence dans certaines *favelas* de Rio de Janeiro causée notamment par la mise en place d'une politique de pacification. En 2019, la situation a bien changé et le tourisme a nettement reculé.

7 Cette opposition culturelle valorisant la *favela* face à « la ville » existe réellement à l'échelle locale et s'exprime dans une distinction entre le *morro* (la colline) et l'*asfalto* (le bitume, la ville). Elle ne s'appuie cependant pas sur les mêmes arguments que la valorisation touristique.

*caipirinhas* sont offertes aux touristes au cours de l'excursion, ces derniers en retirent une satisfaction particulière. Dans le bar de Sergio<sup>8</sup>, qui voit passer les clients du tour-opérateur *Favela Tour*, on sert une *caipirinha* que les guides parviennent sans mal à présenter comme « la meilleure de Rio » justement en opposition à leur fabrication presque industrielle dans les bars de la ville. Il en va de même de la *feijoada* que l'on offre parfois au touriste qui déjeune dans la *favela*. Là encore, les guides font systématiquement référence aux *feijoadas* « inauthentiques » servies dans les « restaurants à touristes ». Plus encore que dans le cas de la *caipirinha*, on présente la *feijoada* comme un plat-maison qui se partage à certaines occasions et non pas comme un plat que l'on commande au restaurant, ce qui revient à le sortir de son contexte culturel. En définitive, l'authenticité associée à la *favela* déteint et se consolide sur ces petits éléments de la culture brésilienne que l'on propose aux touristes comme une tradition qui y serait conservée alors qu'elle se serait perdue dans de nombreux espaces de la ville justement (j'y reviendrai) à cause des touristes.

Plus importante encore que ces quelques incursions culinaires typiques, l'association de la *favela* à la *samba* et au carnaval<sup>9</sup> joue un rôle fondamental dans la mise en scène d'une *favela* authentiquement brésilienne :

L'énergie du Brésil, c'est l'énergie du peuple, c'est l'énergie de la *favela*. Ce ne sont pas les riches qui font le carnaval. Ici à Rio, où il y a le plus grand carnaval du monde, ce sont les classes populaires qui font le spectacle, qui l'organisent, qui jouent la musique, qui construisent les chars, qui dessinent les costumes. Toutes les écoles de *samba* de Rio sont basées dans les *felas*. Sans les *felas*, pas de carnaval, sans le carnaval pas de Brésil. (Thiago, guide touristique dans la *favela* de Rio de Janeiro, propos recueillis lors d'une excursion en juillet 2015)

La tirade de Thiago n'est que l'une des versions d'un discours répandu chez presque tous les guides et qui montre comment ceux-ci tentent avec insistance de lier la *favela* à certains points importants de l'imaginaire des touristes sur le Brésil. Dans ce processus, il est clair que c'est l'attribution des valeurs de l'authenticité qui est en jeu. Il ne s'agit

---

8 Les noms employés pour évoquer des situations de terrain sont modifiés afin de conserver l'anonymat des personnes.

9 Voir aussi l'article de Bianca Freire-Medeiros, *A favela que se vende*, 2008.

pas seulement d'œuvrer à une reconnaissance culturelle de la *favela*, mais bien davantage de faire reconnaître la culture de la *favela* comme étant la culture authentique du Brésil. Pour cela, et bien que les tours ne s'attardent pas en réalité sur ces symboles (les visites d'écoles de *samba* sont presque inexistantes et correspondent à une toute autre offre touristique), il est donc nécessaire aux guides de souligner comment les attributs culturels traditionnellement associés au Brésil (notamment la *samba* et le football) sont, par essence, des éléments populaires. Comme la *favela* incarne la culture populaire, il est ensuite beaucoup plus aisé de faire pencher l'attribution de l'authenticité de son côté.

Mais l'appel à la tradition culturelle, et ce que l'on pourrait assimiler à une revendication d'autochtonie, n'est que l'un des aspects du processus d'attribution de l'authenticité à la *favela*. Si les différents acteurs du tourisme dans les *favelas* accordent une place aussi grande à l'authenticité, c'est aussi et surtout à travers la mise en place d'une rhétorique qui, non sans paradoxes, dissocie la *favela* de l'univers du touriste. Différents points sur lesquels est développée l'idée de la *favela* comme « Brésil authentique » se définissent, certes, de manière positive et en apparence objective, mais sont toutefois en large partie tributaires d'une opposition avec la ville. En effet, ce qui est sous-jacent à ce processus, c'est la présentation de la ville de Rio de Janeiro comme ayant généralement perdu ce type d'authenticité. En cela, la mise en tourisme de la *favela* naît et profite d'une sorte de « désexotisation » de la ville qui serait progressivement entrée dans la modernité néo-libérale et où les différences relatives à la provenance des touristes se sont atténuées. La valorisation de la *favela* insiste sur l'absence grandissante d'un sentiment de dépaysement des touristes dans le reste de la société brésilienne. Les représentations de *capoeira*, les *rodas de samba*, les *feijoadas* et les *caipirinhas* sont, en elles-mêmes, exotiques au sens où elles appartiennent à une culture différente. Mais, pour de nombreux touristes, ces éléments sonnent faux lorsqu'ils sont introduits à leur intention dans des lieux touristiques de la ville. Aussi la *favela* se présente-t-elle comme un lieu où ces éléments peuvent être retrouvés dans un état plus « pur ». Si cette impression est rendue possible, ce n'est pas tant par l'affirmation de la *favela* comme leur espace d'origine que parce que l'idée de la possibilité d'une mise en scène touristique n'y est pas aussi inquiétante que lors de la visite d'espaces conçus comme appartenant aux territoires classiques du tourisme.

### ***L'authenticité par l'éloge du non-touristique***

« J'en avais marre de faire le touriste idiot, toute la journée à la plage » (Claude, touriste français en séjour à Rio de Janeiro, juin 2016). Interrogés sur les motivations de leur visite des *favelas*, nombreux sont ceux qui, comme Claude, évoquent l'idée d'une rupture avec leur statut de touriste. Cette impression - paradoxale puisque le *favela-tour* est, dans la plupart des cas, la visite la mieux organisée (et l'une des seules guidées) à laquelle participent les vacanciers à Rio de Janeiro - tient prioritairement de l'idée que la *favela* se situe hors-tourisme. Le processus de mise en tourisme de la *favela* s'établit, en effet, sur l'affirmation d'une différence de statut des espaces dans l'univers touristique. Ainsi, la ville est présentée comme un endroit dans lequel le touriste n'est en quelque sorte confronté qu'à une image qui lui est largement destinée. Le plus souvent, le touriste visite des monuments, séjourne dans des structures hôtelières professionnalisées et peut donc avoir la sensation d'évoluer dans un monde construit à son intention.

À l'inverse, la *favela* se présente comme un monde qui lui est diamétralement opposé et dans lequel la présence touristique est conçue comme une exception. Le monde de la *favela* est séparé de celui du touriste par une frontière que les tour-opérateurs et les guides se proposent de lui faire franchir, pour un moment seulement. En cela, l'espace de la *favela* s'affirme comme plus authentique dans la mesure où la présence touristique y est constamment désignée et vécue comme inhabituelle, à l'inverse du reste de la ville qui possède une structure et une habitude d'accueil qui, pour le touriste, peuvent entraîner un sentiment d'inauthenticité.

Les guides, d'ailleurs, ne manquent pas de marquer la différenciation des espaces. De nombreux tour-opérateurs ont choisi – choix tant pratique que symbolique – de faire partir les tours du *Copacabana Palace*, au cœur de la célèbre plage, matérialisant ainsi la séparation entre le monde des touristes et ce qu'ils s'apprêtent à voir. Si la *favela*, souvent, parvient à évoquer une authenticité valorisée, c'est en grande partie à travers la mise en scène de la traversée d'une frontière par le touriste, depuis un espace plus ou moins aménagé pour son confort et son plaisir (quoi de moins étranger, quoi de moins exotique aux touristes, en définitive, que les palaces hôteliers ?) vers un monde dans lequel il est, cette fois, inexorablement étranger. L'intérêt, le plaisir ou le frisson manifestement ressentis par les touristes dans les *favelas* dépendent largement de ce

sentiment. En effet, si la *favela* parvient à être présentée et vécue comme authentique, c'est parce que le touriste n'y ressent pas, ou moins, la pollution de sa propre présence. Aussi, c'est sans cesse qu'est remise en scène l'idée de l'ouverture, récente et exceptionnelle, des *favelas* au tourisme. Le touriste s'apprête à entrer dans un monde dont, pour une fois, il ne possède pas d'images préconçues, ou plutôt dispose d'images qu'on lui présente comme étant fausses et qui proviennent d'un discours médiatique lui-même impliqué dans la domination symbolique des *favelas*. Le site d'un des leaders de l'activité affirme même : « 20% de la population *carioca* habite la *favela*, qui reste néanmoins inconnue pour ceux qui n'y vivent pas »<sup>10</sup>. Dans cette perspective, la rhétorique de l'authenticité se fonde dans la mise en scène du mystérieux, ce sentiment que Segalen décrivait comme une forme supérieure de l'exotisme qui « écloit dans l'interstice d'une différence, se développe aux points de contact du Divers » (Segalen, cité par Gontard, 1990: 21).

Le fait de concevoir la présence touristique comme rare et comme nécessitant la protection d'un intermédiaire<sup>11</sup> contribue à la construction de l'authenticité de la *favela*. Cette authenticité, dans cette perspective précise, dépend de la présentation de la *favela* comme opposée à l'univers du touriste, comme n'ayant pas été « commodifié » à son usage et, même, comme pouvant constituer un danger. Toute cette logique, évidemment, ne dépend pas uniquement des mises en scène des guides et correspond largement à une réalité qui fait une grande partie de l'attraction de la *favela*. En effet, il semble que les habitants de la *favela* ne croient pas outre mesure à la pérennité du développement touristique : « Ça ne va pas durer. Un jour, malheureusement la guerre reviendra et les touristes vont rentrer à *Copacabana* (rires) » (José, habitant de *Rocinha*, propos recueillis en juillet 2013).

Dans le cas des *favelas*, la force et l'originalité de la mise en tourisme résident dans un processus d'inversion symbolique. En effet, ce sont précisément les aspects qui faisaient obstacle à la présence touristique (mauvaise réputation, manque d'infrastructures, insalubrité, danger) qui ont été transformés en arguments de vente. En cela, la stigmatisation historique de la *favela* produit un gage d'authenticité à mesure que l'évolution du regard porté sur le processus de modernisation globale et l'évolution

---

10 <http://www.favelatour.com.br/fra/whatis.htm>

11 Les visites non-guidées, spontanées, des *favelas* sont rares et déconseillées, on comprend facilement pourquoi, par les professionnels du tourisme.

des pratiques de la mobilité de loisir (accroissement du degré d'indépendance, d'information, de compétence des touristes) ont permis l'émergence d'un contexte symbolique dans lequel la mise à l'écart historique de la *favela* apparaît désormais, aux voyageurs en tout cas, comme une préservation. En cela, c'est donc la marginalisation des *favelas*, tant vis-à-vis du territoire du tourisme global qu'à l'échelle plus locale de leur mise à l'écart politique et sociale, qui a servi de garantie d'authenticité dans le contexte de leur mise en tourisme au cours des vingt dernières années. De manière concrète, cette nature des représentations touristiques de la *favela* implique, pour les guides, d'insister sur les aspects constitutifs de la marginalisation, de les réintroduire au cœur de leurs discours de commercialisation et de séduction à destination des touristes.

En définitive, il s'agit ici d'une mise en tourisme de la *favela* permettant au touriste de retrouver une illusion d'exploration et, en une certaine mesure, de se soustraire au rétrécissement du monde. Cette sensation d'un monde dont rien ou presque ne reste à explorer et, pire encore, qui est assailli par les touristes, est fondamentale dans le développement des pratiques touristiques contemporaines (et notamment de celles qui, justement, ne se pensent pas comme touristiques). Elle est, par exemple, à l'origine d'un goût touristique pour le risque qui s'exprime dans le désir de se rendre dans des espaces difficiles d'accès. Mais, même là, le voyageur se trouve confronté à une rencontre contrainte avec ses semblables. Ainsi, c'est ce qu'indique Éric Boutroy lorsqu'il affirme que même la pratique de l'alpinisme souffre de cette concentration de voyageurs et que l'*himalayisme* « emblématique en cela de la valorisation et de la démocratisation de l'aventure dans notre société, connaît depuis quelques décennies une relative banalisation » (Boutroy, 2006). C'est peut-être aussi de ce point de vue que nous pouvons comprendre l'accroissement d'un intérêt touristique pour les marges urbaines qui viennent à incarner l'inconnu, le non-touristique et le préservé. Le romantisme étroitement lié à l'acte de voyager est continuellement nourri par la littérature de voyage et les fictions qui mettent en scène des explorateurs courageux, des aventuriers impeccables. Or, le touriste qui se lance à la rencontre du monde ne découvre souvent que les traces du passage de ses semblables et des bouleversements qui les suivent : la commodification du territoire et la professionnalisation de leur accueil. C'est dans cette perspective qu'il convient sans doute de considérer la valeur touristique de la *favela*, c'est-à-dire dans la mesure où elle

parvient à incarner un territoire à découvrir, dont l'exploration demande du courage et s'accompagne d'incertitudes et au sujet de laquelle, qui plus est, ne se sont pas déjà multipliés les récits des voyageurs professionnels. En effet, visiter la *favela* s'accompagne d'un certain prestige, perceptible au moment d'en faire le récit. La logique de l'authenticité en tant que valeur relevant du non-touristique est fondamentale dans la compréhension de l'évolution du tourisme contemporain. Valorisation du non-touristique et critique du touristique sont deux faces d'un même processus que l'on peut sans doute considérer comme inhérent à la pratique du voyage de loisir et qui s'apparente au paradoxe du « touriste anti-touriste » décrit par Jean-Didier Urbain (1991). Ce cadre de valeur est fondamental dans l'évolution du tourisme, du moins occidental<sup>12</sup>, lorsque celle-ci est conditionnée par des processus de distinction qui se multiplient avec une vivacité particulière depuis qu'a commencé une certaine démocratisation du voyage de loisir.

### **L'authenticité, l'exotisme dans le monde contemporain**

À travers l'exemple des *favela-tour*, on voit sans doute plus clairement ce qui fait le passage de l'exotisme à l'authenticité. D'un côté, authenticité et exotisme apparaissent comme similaires. Il s'agit toujours de construire, et de consommer, une altérité radicale. De l'autre, l'authenticité induit une différence dans cette construction dans la mesure où elle s'établit simultanément autour d'une opposition au factice et au même.

Les écrits de Segalen préfigurent à plusieurs reprises l'apparition de l'authenticité, en affirmant l'existence d'un faux exotisme, d'un exotisme pour touristes lui inspirant méfiance et dégoût aujourd'hui propagés dans une partie plus grande de la société. Mais nous ne pouvons pas imputer au seul Segalen la paternité de l'authenticité. Au moment même où Segalen écrit, une science se développe autour des peuples qualifiés justement « d'exotiques ». En tant que science, l'anthropologie, va introduire dans l'exotisme, ce détour par lequel elle se propose de dégager des lois de portée générale sur la culture humaine, la nécessité d'un jugement scientifique et donc, soumettre cet exotisme à des critères, en apparence, objectifs.

---

12 Des travaux ont montré les limites géographiques de l'idée d'une quête d'authenticité comme moteur de la mobilité et de la valorisation touristique, notamment dans le contexte chinois cf. NYIRI, Pal (2006). *Scenic Spots: Chinese Tourism, the State, and Cultural Authority*, Londres, University of Washington Press & OAKES, Tim (1998) *Tourism and Modernity in China*, Londres, Routledge.

### ***Anthropologie et authenticité, vers un exotisme scientifique***

Il semble, en effet, que l'on puisse considérer les ethnologues comme ayant eu une influence considérable sur les représentations de l'altérité telles qu'elles sont aujourd'hui réintroduites dans l'univers du tourisme, lorsque sont mobilisés des critères d'authenticité. L'ethnologie, en tant que discipline à forte dimension comparative ayant pris la culture pour objet, s'est parfois donnée pour mission d'évaluer l'authenticité d'une culture, c'est-à-dire son rapport de conformité à une tradition présumée ou, en d'autres termes encore, son degré de résistance face aux menaces que présentent l'acculturation, le métissage, la modernisation et la globalisation vis-à-vis de l'intégrité de la culture. En matière de culture, il est flagrant que l'authenticité est une qualité (d'abord dans un sens général, puis au sens de valeur) qui tombe du côté des sociétés dites traditionnelles, celles qui sont l'objet de l'ethnologie. Aussi, il apparaît que l'authenticité est, dès l'origine, étroitement associée à l'altérité telle qu'elle est définie par les sciences sociales. Cette association se lit à travers la gamme de qualifications proposées pour les sociétés étudiées par l'ethnologie qui, selon Gérard Lenclud (1996), a souvent succombé à la tentation d'unifier les catégories du *nous* et de l'*autre*, l'altérité formant alors un bloc opposé à la société occidentale. Ce caractère oppositionnel de la dénomination des sociétés étudiées nous informe sur les idées que l'ethnologie a contribué à construire : sociétés primitives / sociétés civilisées ; sociétés simples / sociétés complexes ; sociétés traditionnelles / sociétés modernes, etc. Ainsi, l'authenticité possède d'emblée une proximité plus grande avec ce qui se trouve opposé à la société occidentale, la modernité s'opposant à la tradition en même temps que le complexe se trouve opposé au simple. En effet, n'y a-t-il pas une proximité sémantique évidente entre l'authenticité, la simplicité et la conformité à la tradition ?

Plus encore, l'authenticité semble une qualité qui se perd si l'une de ces oppositions est franchie. Aussi, la perte de l'authenticité résulte souvent d'un processus de complexification ou de changement de la tradition qui affecte les sociétés étudiées par les ethnologues et, surtout, rend plus complexe leur travail. On comprend donc que l'authenticité, qui entretient un rapport sous-jacent avec toutes formes de catégorisation de l'altérité, constitue véritablement le critère selon lequel culture peut ou non être objet d'ethnologie : différente, indépendante et stable. L'attribution de l'authenticité à une

société ou culture n'a lieu que si celle-ci est capable de nous enseigner une différence porteuse d'informations de dimension anthropologique (au sens de la distinction ethno/anthropologie formulée par Lévi-Strauss<sup>13</sup>) ou si, à l'inverse, elle se trouve dans un état de perte de son authenticité qui la place dans une position où elle ne constituerait plus alors qu'une version faible de notre propre culture ou d'une autre. Ainsi en témoigne l'avant-propos que Bronislaw Malinowski donne aux *Argonautes du Pacifique occidental* (1922), remarquant lui aussi la disparition prématurée d'une altérité pure :

L'ethnologie se trouve dans une situation à la fois ridicule et déplorable, pour ne pas dire tragique, car à l'heure même où elle commence à s'organiser, à forger ses propres outils et à être en état d'accomplir la tâche qui est sienne, voilà que le matériau sur lequel porte son étude disparaît avec une rapidité désespérante. Juste au moment où les méthodes et les buts de la recherche ethnologique sur le terrain sont mis au point, où des chercheurs parfaitement formés pour ce genre de travail ont commencé à parcourir les pays non civilisés et à étudier leurs habitants, ceux-ci s'éteignent en quelque sorte sous nos yeux (Malinowski, 1922: 52).

Si la catégorie d'authenticité se lit déjà à travers le Grand Partage<sup>14</sup> opéré par l'ethnologie (c'est-à-dire comme une conséquence de ce partage, comme un critère permettant de le maintenir), elle a parfois été explicitement utilisée par quelques-uns des plus fameux ethnologues. Aussi, Edward Sapir, élève de Franz Boas et héritier d'une tradition de pensée qui a défini la culture comme objet d'étude de l'ethnologie, oppose des cultures authentiques (*genuine cultures*) à des cultures inauthentiques (*spurious cultures*). Il est par ailleurs évident que la pensée de Sapir s'accompagne d'un certain jugement de valeur et d'un primitivisme flagrant lorsqu'il affirme que les cultures authentiques, qui sont les cultures dites primitives, sont des sociétés harmonieuses en tous points par comparaison avec les sociétés inauthentiques (les sociétés industrielles)

---

13 Pour Lévi-Strauss, l'anthropologie est le niveau ultime de la comparaison des données ethnologiques qui vise non plus à l'interprétation d'une société donnée mais à dégager des lois de portée générale sur l'homme, des universaux et des invariants culturels (1958: 411-413).

14 Par Grand Partage, on désigne la division dichotomique de l'humanité en deux groupes. Si la définition des critères du Grand Partage peut varier, certaines oppositions sont récurrentes : écriture/oralité ; moderne/traditionnel ; logique/prélogique. Le Grand Partage a donc servi à dissocier des sociétés étudiées par l'Histoire (les sociétés occidentales modernes) des sociétés vouées à l'ethnologie (les sociétés de tradition orale).

qui sont celles dans lesquelles l'individu est un « fragment insignifiant de l'organisme social » (Sapir, 1967: 89). On retrouve cette idée dans l'œuvre de Claude Lévi-Strauss avec l'exemple frappant du dernier chapitre d'*Anthropologie Structurale* lorsque Lévi-Strauss affirme au sujet de l'écriture :

[l'écriture] a retiré à l'humanité quelque chose d'essentiel. Ces sociétés [non civilisées et sans écriture] sont fondées sur des relations personnelles, sur des rapports concrets entre individus [...] Nos relations avec autrui ne sont plus que de façon occasionnelle et fragmentée, fondées sur cette expérience globale, cette appréhension concrète d'un sujet par un autre. Elles résultent, pour une large part, de reconstructions indirectes, à travers des documents écrits. Nous sommes reliés à notre passé, non plus par une tradition orale qui implique un contact vécu avec des personnes — conteurs, prêtres, sages ou anciens —, mais par des livres entassés dans des bibliothèques [...] Et sur le plan du présent, nous communiquons avec l'immense majorité de nos contemporains par toutes sortes d'intermédiaires — documents écrits ou mécanismes administratifs — qui élargissent sans doute immensément nos contacts, mais leur confèrent en même temps un caractère d'inauthenticité (...). L'avenir jugera sans doute que la plus importante contribution de l'anthropologie aux sciences sociales est d'avoir introduit (d'ailleurs inconsciemment) cette distinction capitale entre deux modalités d'existence sociale : un genre de vie perçu à l'origine comme traditionnel et archaïque, qui est avant tout celui de sociétés authentiques ; et des formes d'apparition plus récentes, dont le premier type n'est certainement pas absent, mais où des groupes imparfaitement et incomplètement authentiques se trouvent organisés au sein d'un système plus vaste, lui-même frappé d'inauthenticité (Lévi-Strauss, 1958: 425-426).

Dans une logique de préservation de leur objet d'étude face à quelque chose indubitablement perçu comme une source de pollution et compris dans les processus de changements, de métissage, de modernisation, d'acculturation, etc., certains grands ethnologues ont donc fait de l'authenticité un critère essentiel et qui sert en quelque sorte à fixer le degré minimum d'altérité nécessaire à l'application de la méthode ethnologique. Comme l'ont montré Handler et Linnekin (1984) notamment au sujet de l'opposition faite par Hobsbawm – entre *spurious traditions* et *genuine traditions*<sup>15</sup> - les perceptions de la culture et de la tradition qui s'expriment à travers cette importance

---

15 Cette opposition rappelant elle-même celle proposée par Sapir, mais au sujet de la tradition

donnée à l'authenticité relèvent d'une conception naturaliste qu'il s'agit de dépasser. En effet, le critère d'authenticité ne fait sens que dans la mesure où l'on conçoit la possibilité de trouver un modèle originel et fixe de la chose à laquelle on l'applique. Ces auteurs contribuent donc à la diffusion d'une définition quelque peu essentialiste de la culture et de la tradition et, surtout, participent à la création d'un cadre conceptuel dans lequel il devient possible de graduer l'altérité et d'évaluer, derrière le critère d'authenticité, sa valeur. Il est fort probable que ces usages académiques du critère d'authenticité dans l'étude de l'altérité aient été transmis, plus ou moins directement, en dehors du monde de l'université. Par-delà la prédiction de Claude Lévi-Strauss, je tente de développer ici l'idée que, si l'on peut discuter de l'importance de cette contribution de l'ethnologie aux sciences sociales, cette « distinction capitale entre deux modalités d'existence sociale » (*ibidem*) constitue sans doute sa contribution la plus marquante dans la pensée commune. Par le tourisme, s'exprime en effet la réception de cet exotisme méthodique et de son usage de l'authenticité comme mesure.

### ***La quête d'authenticité dans le tourisme contemporain***

L'authenticité est une catégorie essentielle dans le tourisme. C'est un concept pertinent pour étudier les motivations des touristes et leur valorisation des sites. Toutefois, il est nécessaire, comme le montre Cécile Cravatte (2009) et Saskia Cousin (2011), de considérer l'authenticité comme une catégorie indigène et non plus comme une catégorie analytique. En effet, les anthropologues et les différents chercheurs qui se sont intéressés au phénomène touristique se sont longtemps placés en évaluateurs de l'authenticité des sites et des pratiques touristiques. Cette attitude d'expert de l'authenticité n'est pas surprenante si l'on considère la catégorie d'authenticité appliquée à la culture comme un processus ayant d'importantes racines dans l'histoire de l'ethnologie. Elle doit cependant être écartée au profit d'une posture approchant l'authenticité dans le tourisme en tant que concept indigène, c'est-à-dire comme une catégorie investie de sens par les différents acteurs d'une situation donnée. La question n'est plus, dès lors, de savoir ce qui est ou non authentique, mais de comprendre ce que révèle l'attribution des valeurs de l'authenticité à une pratique ou un site. Cette approche se place dans une longue lignée des études en anthropologie du tourisme abordant la question de l'authenticité qui débute avec le travail de Dean MacCannell.

L'anthropologue affirme dès la fin des années 1970 que la recherche de l'authenticité est le moteur principal de la pratique touristique. Dans son ouvrage, *The Tourist* (1976), il développe une analyse de l'authenticité comme catégorie construite en opposition avec la modernité. Faisant explicitement référence à Claude Lévi-Strauss, il montre comment le touriste, dans sa quête d'authenticité, fait montre d'une perception du monde similaire à celles déjà évoquées : « La modernité apparaît en premier lieu à tout le monde comme elle est apparue à Lévi-Strauss, comme des fragments désorganisés, aliénants, inutiles, violents superficiels, non planifiés, instables et inauthentiques »<sup>16</sup> (MacCannell, 1976: 12). Il y a donc, pour MacCannell, une perception négative de la société moderne à l'origine de la recherche de l'authenticité, catégorie qui, comme chez Lévi-Strauss ou Sapir, se situe en opposition à cette société, c'est-à-dire « autre part, dans d'autres périodes historiques ou dans d'autres styles de vie plus purs et plus simples » (*ibidem*). Le tourisme moderne serait donc dominé par une volonté de mettre à distance, du moins temporairement, la modernité. L'ethnologie et son Grand Partage ont donc sans doute influencés de manière décisive le tourisme qui n'a pourtant pas débuté dans cette perspective. Il a, au contraire, d'abord été un instrument du progrès et de la modernisation des villes d'Occident vers ses campagnes et ses colonies, puis vers le monde. MacCannell découvre d'ailleurs un paradoxe révélé par le développement touristique. À l'heure du néolibéralisme, c'est moins la modernité que le déclin évident de l'idéologie du progrès qui entraîne une survalorisation (voire une fétichisation) de la différence culturelle. L'analyse de MacCannell, si elle peut être critiquable en certains points, nous permet d'établir une filiation entre certains fondements théoriques de la discipline ethnologique et les représentations touristiques modernes.

À la suite de MacCannell, plusieurs anthropologues ont cherché à compléter l'analyse de l'authenticité comme concept indigène. Parmi eux, Tom Selwynn permet d'étoffer la question de l'authenticité en indiquant sa pluralité. L'auteur partage l'idée que l'intérêt principal de l'étude du tourisme est la compréhension de la nature de la société moderne ou postmoderne et pense qu'il existe différents types d'authenticités perceptibles en situation touristique. Ainsi, il distingue trois « mythes » (Selwynn, 1996) : le mythe de l'autre authentique (qui porte sur celui que l'on rencontre par le tourisme), le mythe de l'authenticité sociale (qui porte sur les modes de vie

---

16 Traduction reprise de C. Cravatte (*ibidem*).

observés et considérés comme perdus dans nos sociétés) et le mythe du soi authentique (qui présume l'existence d'un soi authentique enfoui sous l'existence moderne, bridé par la société de consommation).

De son côté, Erik Cohen (2012) propose de se concentrer sur les processus d'authentification, distinguant l'authenticité froide (lorsque le processus dépend d'une autorité perçue comme légitime) et l'authenticité chaude (lorsque le processus est co-construit par les acteurs de la situation touristique). Cette approche présente l'intérêt d'insister sur la délimitation nécessaire de l'espace dans lequel advient le processus d'authentification et, donc, de ne plus limiter exclusivement ou uniquement la conception de l'authenticité au rejet de la modernité. Plus encore, la question de l'authenticité froide, qui renvoie notamment à la question de l'ethnologue en tant qu'expert dans la définition de l'altérité véritable, est essentielle dans la mesure où elle met en lumière l'existence d'autorités dans le processus de son attribution. Ce qu'entraîne l'entrée de l'altérité dans le régime de l'authenticité, c'est donc aussi l'émergence d'individus qui retirent un prestige de leur pouvoir d'authentification. Le prestige du temps des écrivains exotiques dépendait de leur capacité à transmettre la sensation du lointain, celui du temps de l'authenticité dépend à la fois de l'aptitude à dire sa connaissance de l'Autre « véritable » et à en dénoncer les falsifications.

L'idée que des individus légitiment<sup>17</sup> pour les processus et les discours d'authentification renvoie à une dimension essentielle de l'altérité à l'époque contemporaine : la transformation de l'altérité en produit, en bien dont l'acquisition / consommation peut être synonyme de prestige. La rencontre de l'Autre authentique, en effet, ne peut pas être entièrement rapportée à une entreprise romantique de mise à distance de la société moderne. Elle prend aussi la dimension, à l'intérieur de cette même société, d'une valorisation de soi par la recherche de distinction s'appuyant simultanément sur l'authenticité de son expérience et l'affirmation de l'inauthenticité de celles des autres. En cela, plongée dans un jeu distinctif, l'altérité fait donc l'objet de tentatives d'appropriation et d'assimilation, processus que regrettaient déjà, dans le contexte colonial, les écrits de Segalen.

D'autre part, la transformation en industrie de la pratique du voyage a

---

<sup>17</sup> Nous parlons ici individus plus indépendants, mais il convient tout de même de rappeler qu'il existe de grandes institutions dont les prérogatives se rapportent à une authentification froide. L'attribution des labels, en particulier ceux de l'Unesco, relève en effet de ce type d'enjeux.

nécessairement entraîné des processus de justification et de valorisation qui dépassent le cadre de la distinction et dont une part se rapporte directement à la situation environnementale. Il est certain, en effet, que la reconnaissance du réchauffement climatique, en général, et des conséquences écologiques néfastes du tourisme en particulier, ont joué un rôle important. Il est probable que la considération du tourisme comme danger pour la diversité culturelle se soit même développée du domaine de l'écologie au domaine culturel. Dans son *Almanach d'un comté des sables*, Aldo Leopold, l'un des pères de l'éthique environnementale américaine, écrit : « [Mais] toute protection de la vie sauvage est vouée à l'échec, car pour chérir nous avons besoin de voir et de caresser et quand suffisamment de gens ont vu et caressé, il ne reste plus rien à chérir » (Leopold, 1949). Cette perception de l'irréversible pollution par l'homme, paradoxale car c'est pour « chérir » qu'il s'y livre, a l'allure d'une prophétie dont on voit bien qu'elle s'applique désormais au tourisme et, donc, au domaine de la culture. Si le tourisme a des conséquences culturelles réelles, ne serait-ce que par le fait de l'inégalité fondamentale qui oppose la mobilité de loisir du voyageur à l'immobilité parfois contrainte du récepteur, c'est de son interprétation qu'il est question ici. En effet, le tourisme est souvent perçu comme un vecteur d'uniformisation du monde. Reprenant le lexique écologique, il est souvent décrit comme un danger pour la diversité. Il est évident que l'on puisse, ici, noter une perception somme toute figée de la culture à laquelle nous avons vu que l'anthropologie n'était pas tout à fait étrangère. Quoi qu'il en soit, il semble pertinent de lier le développement d'une critique du tourisme à une désolidarisation progressive au projet de modernité et à la disparition, ou la perte de vitesse, de l'idée de progrès. Le bouleversement des représentations du couple modernité-voyage peut être considéré comme étant à la fois à l'origine de la propagation de critiques de ce qui est conçu comme le « tourisme de masse » et de l'émergence de nouvelles pratiques.

### **Conclusion**

Une part importante du tourisme contemporain peut être considérée comme une quête d'altérité. Dans cette recherche, l'authenticité n'est que la valeur servant à mesurer le degré d'altérité. En d'autres termes, chaque fois que la mise en place d'une rhétorique co-construite de l'authenticité en situation touristique est observable, celle-ci n'a de

véritable intérêt qu'à travers sa fonction qui est de renforcer le sentiment d'altérité. Aussi, lorsque nous disons « authentique », il semble que nous disions avant tout « différent de nous », ou plus profondément « préservé de notre influence ». Le fait est que les touristes occidentaux, qui représentent la quasi-totalité des clients des *favela-tours*, ne font pas le même usage de l'authenticité dans les situations où le contenu culturel auquel ils se confrontent a subi l'influence d'un tiers non-identifié.

En revanche, lorsque c'est visiblement l'Occident, dans toute l'opacité de la notion, qui est source d'influence, alors il est beaucoup plus fréquent que naisse l'expression d'un sentiment d'inauthenticité. Il semble que nous soyons ici confrontés à deux postures. Dans le cas de la première, comme le touriste est en quête d'altérité, il répugne logiquement à retrouver, ne serait-ce que de façon superficielle, l'empreinte de sa propre société. Dans cette dimension, l'authenticité correspond simplement à une appréciation du degré de différence. Dans la deuxième, au contraire, la quête d'altérité peut être comprise comme une entreprise visant à s'assurer – ne serait-ce qu'à la faveur du décalage spatiotemporel qu'exigent le temps des vacances et le mouvement du voyage – de l'existence de formes culturelles résistant à un processus de modernisation globale perçu négativement. Aussi, l'authenticité n'a que partiellement remplacé l'exotisme comme moyen d'apprécier la différence. En effet, il semble plus exact de considérer qu'exotisme et authenticité cohabitent dans les rapports contemporains qu'une partie des voyageurs occidentaux construisent avec l'altérité. En d'autres termes encore, la dimension « chaude » de la valorisation de la différence est toujours présente mais est désormais, dans un grand nombre de cas, complétée par sa dimension « froide », celle qui entend réifier les critères objectifs d'une différence véritable.

Je ne prétends pas pouvoir dire avec précision ce que Victor Segalen aurait pensé de la situation que nous avons décrite à travers l'irruption de la rhétorique de l'authenticité dans l'exotisme. Néanmoins, il est peu probable que l'authenticité, devenue centrale dans la construction de l'altérité, n'ait séduit le poète sensible qu'il était. Le problème n'est pas tant la mise en commerce de la différence par le tourisme. En effet, Segalen avait anticipé ce que Thomas Cook initiait dans l'univers du voyage et n'y voyait qu'un risque mineur, peu dangereux pour les vrais exotes qui sauraient, toujours, faire la différence entre le vrai exotisme et celui vendu par les « proxénètes de la sensation du Divers » (*idem*: 54). L'essentiel tient plutôt dans la définition du

« véritable exotisme ». Pour Segalen, la subjectivité, le point de vue, bref ce qui fait que l'exotisme est une relation et non une essence, n'est pas un problème mais la condition même de la sensation du Divers. À l'inverse de la vision de Segalen, la rhétorique de l'authenticité stipule que les conditions de la différence tiennent à autre chose qu'au point de vue. Elle réifie l'altérité, la pose comme quelque chose de scientifiquement définissable, mesurable, graduable. L'authenticité, en effet, laisse de côté un ensemble d'altérités qui ne sont pas assez différentes, ou qui sont faussement elles-mêmes. En définitive, elle est l'euphémisation, par la science, d'une relation unilatérale dans son attribution et dans la définition même de la culture.

On peut donc évoquer Segalen pour regretter que sa vision, bien plus nuancée et assumant pleinement sa subjectivité, n'ait pas primé. Ses écrits peuvent servir de contrepoint aux implications dangereuses de l'authenticité qui, bien qu'elles s'expriment dans une valorisation fantasmée de la différence, participent aussi d'une vision essentialiste et dont l'un des aspects les plus néfastes est le déni de l'historicité des sociétés non-occidentales<sup>18</sup>, la « déshistorisation » de l'autre exotique (Amselle, 2010: 15). *L'Essai sur l'exotisme* a ce pouvoir de proposer une alternative à ce dangereux mélange d'essentialisme de l'Autre et de déni de la subjectivité de sa définition.

### Références bibliographique

- AMSELLE, Jean-Loup (2010). *Révolutions. Essais sur les primitivismes contemporains*. Paris: Stock.
- AUGE, Marc (1994). *Le sens des autres : actualité de l'anthropologie*. Paris: Fayard.
- BENSA, Alban (2006). *La fin de l'exotisme. Essais d'anthropologie critique*. Paris: Anacharsis, coll. « Essais ».
- BOUTROY, Éric (2006) « Cultiver le danger dans l'alpinisme himalayen », *Ethnologie française*, vol. 4, n° 36, pp. 591-601.
- BOYER, Marc (1999). *Histoire du tourisme de masse*. Paris: PUF, coll. « Que sais-je ? ».
- CHATEAUBRIAND, François (1838). *Les Natchez*. Paris: Lebigre frères.
- COHEN, Erik (2012). « Authentification: Hot and Cool », *Annals of Tourism Research*, v. 39,

---

18 Pour une critique du déni de l'histoire auquel a œuvré, parfois malgré elle, l'anthropologie, voir Bensa (2006).

pp. 1295-1314.

COUSIN, Saskia (2011). « Destination authentique. Le tourisme ou la quête (é)perdue de l'authenticité », *Les cahiers du Musée des Confluences*, vol. 8, *L'authenticité*, pp. 59-66.

CRAVATTE, Céline (2009). « L'anthropologie du tourisme et l'authenticité. Catégorie analytique ou catégorie indigène ? », *Cahiers d'études africaines*, pp. 193-194.

FLECHET, Anaïs (2008). « L'exotisme comme objet d'histoire », *Hypothèses*, vol. 11, n° 1, pp. 15-26.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca (2007). « A favela que se vê e que se vende. Reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico », *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n° 22 (65), pp. 62-72.

GIDE, André (1939) [1960], *Journal 1889-1939*. Paris: Gallimard.

GONTARD, Marc (1990). *Victor Segalen : Une esthétique de la différence*. Paris: L'Harmattan.

HANDLER, Richard & LINNEKIN, Jocelyn (1984). « Tradition, Genuine or Spurious », *The Journal of American Folklore*, n° 97 (385), pp. 237-290.

LECLERC, Gérard (2015). *Le Désir de Voyage et la Quête de l'Autre*. Paris: L'Harmattan.

LEOPOLD, Aldo (1995). *Almanach d'un comté des sables*. Paris: Aubier.

LENCLUD, Gérard (1996). « Le grand partage ou la tentation ethnologique », *Vers une ethnologie du présent*. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.

LEVI-STRAUSS (1958). *Anthropologie Structurale*. Paris: Plon.

MACCANNEL, Dean (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.

MALINOWSKI, Bronislaw (1922) [1989]. *Les Argonautes du Pacifique occidental*. Paris: Gallimard.

QUELLA-VILLEGGER, Alain (2017). *Voyages en exotismes. Ailleurs, histoire et littérature (XIXe-XXe siècles)*. Paris: Classiques Garnier, coll. « Perspectives comparatistes ».

RUSHDIE, Salman (1991). *Imaginary Homelands. Essays and Criticism 1981-1991*. London: Granta.

SAPIR, Edwar (1967). *Anthropologie. 2, Culture*. Paris: Minuit, coll. « Le sens commun ».

SEGALEN, Victor (1907) [1993]. *Les Immémoriaux*. Paris: Plon « Terre Humaine ».

SEGALEN, Victor (1978) [2018]. *Essai sur l'exotisme. Une esthétique du divers*. Paris: Librairie Générale Française.

SELWYN, Tom (1996). « Introduction », in T. Selwyn (ed.), *The Tourism Image: Myths and Myth Making in Tourism*. London: John Wiley & Sons Ltd, pp. 1-31.

URBAIN, Jean-Didier (1991). *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*. Paris: Plon.