



IdeAs
Idées d'Amérique

15 | 2020
Eau et gestion de l'eau dans les Amériques

Mark Rice. *Making Machu Picchu. The politics of tourism in Twentieth-century Peru*

Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2018, 233 pages

Irène Favier



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ideas/7704>

DOI : 10.4000/ideas.7704

ISSN : 1950-5701

Éditeur

Institut des Amériques

Référence électronique

Irène Favier, « Mark Rice. *Making Machu Picchu. The politics of tourism in Twentieth-century Peru* », *IdeAs* [En ligne], 15 | 2020, mis en ligne le 01 mars 2020, consulté le 24 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ideas/7704> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ideas.7704>

Ce document a été généré automatiquement le 24 septembre 2020.



IdeAs – Idées d'Amérique est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Mark Rice. *Making Machu Picchu. The politics of tourism in Twentieth-century Peru*

Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2018, 233 pages

Irène Favier

RÉFÉRENCE

Mark Rice, *Making Machu Picchu. The politics of tourism in Twentieth-century Peru*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2018

- 1 Comment se fabriquent les totems touristiques tels que Taj Mahal, Pain de Sucre et Colisée ? Quelle fabrication, entendue au sens de processus historique, sous-tend la qualification de ces sites comme « incontournables » ? Telles sont quelques-unes des interrogations qui guident l'ouvrage de Mark Rice, qui porte sur le Pérou et une de ses évidences touristiques : le Machu Picchu. Celui-ci constitue toutefois un cas à part tant il en est venu à résumer à lui seul le pays – un peu comme si, suggère l'auteur, l'offre de voyage en Angleterre se limitait à la visite de Stonehenge...
- 2 Le livre propose de lire, à rebours des discours promotionnels, la fabrication de cette citadelle inca en lieu commun d'itinéraires vacanciers mondialisés comme un processus de nature politique. Il invite également à appréhender les phénomènes touristiques comme des clés de compréhension de la construction des nationalismes qui, loin de se cantonner à la sphère nationale, convoque des acteurs à de plus diverses échelles. Il suggère enfin d'historiciser ce processus et montre que la marchandisation de ce site archéologique ne date pas du tournant néolibéral inauguré, dans les politiques publiques, par la « décennie perdue » des années 1980. Elle a bien plutôt eu lieu au fil d'un siècle de mise en tourisme, débuté avec la « découverte » en 1911 de ce lieu supposément « oublié » de la civilisation inca par l'étatsunien Hiram Bingham, auquel Mark Rice évite habilement de conférer une trop grande centralité.

- 3 L'ouvrage débute dans les années 1900, lorsqu'une élite régionale s'emploie à conjurer la mauvaise réputation qui accompagne Cuzco, présentée depuis Lima comme inapte à la modernité – un des leitmotivs guidant, malgré son caractère flou, le personnel politique depuis les débuts de l'ère républicaine. L'élite *cuzqueña* rend possible un premier tourisme en entamant la construction d'infrastructures. L'enjeu est alors moins de gagner de l'argent que de redorer un blason régional culturel communément disqualifié, au nom d'un indigénisme élitair et régional – une déclinaison de ce phénomène pluriel.
- 4 À partir des années 1930, un autre élément joue un rôle clé dans la mise en tourisme du site : la diplomatie culturelle portée par les États-Unis dans le cadre de leur « politique de bon voisinage », destinée à renforcer les solidarités internationales à une échelle hémisphérique. À la faveur de cette parenthèse géopolitique, la figure de Bingham bénéficie d'un mouvement de réconciliation, qui tranche avec l'opprobre que lui avaient conféré des accusations de vol et de malversations. Des institutions agissant à différentes échelles s'emploient à favoriser ce rapprochement, rendu urgent par la conjoncture internationale ; en retour, l'État péruvien est poussé à développer le transport aérien et à prendre le tournant de l'industrie touristique.
- 5 La parenthèse diplomatique se révèle brève : les États-Unis passant à une philosophie de guerre froide, ils soutiennent le régime dictatorial du général Odría, peu enclin à l'intervention étatique. Le tourisme à Cuzco survit cependant à cette séquence de crise (au coup d'État s'ajoute un tremblement de terre en 1950), en forgeant de nouvelles alliances transnationales, en mobilisant les ressources dégagées pour pallier les séquelles du séisme, et en tirant parti d'un nouveau récit alarmiste autour de la préservation du site – autrement dit, en élaborant une stratégie relevant d'une « économie du désastre » (Mark Carey).
- 6 Le tourisme étant incapable d'offrir à lui seul une solution aux problèmes économiques et sociaux de la région, la région est confrontée dans les années 1960 aux soulèvements agraires, qui inaugurent une séquence sociopolitique centrée sur l'horizon d'une réforme agraire et marquée, en 1968 par le régime militaire atypique du général Velasco. En dépit de la rhétorique nationaliste de ce dernier, son action en matière de tourisme l'amène à nouer des relations transnationales. Autre paradoxe mis en lumière par Mark Rice : cette junte militaire, dont la phraséologie ambivalente emprunte à la grammaire marxiste, conçoit pour Cuzco un projet de tourisme à destination d'une « jet set » mondialisée et cultivée. Nouveau paradoxe : les conditions sociales précaires de la région dans les années 1960 échaudant l'élite nord-américaine, le Machu Picchu doit le maintien de son activité touristique aux hippies occidentaux dont le « backpacking » constitue une déclinaison des pratiques contre culturelles. Mal perçus par certains *cuzqueños*, qui les présentent comme des introducteurs de vices, ils sont mieux accueillis par les plus jeunes, comme le montre Rice à travers un extrait d'entretien si intéressant qu'on l'aurait souhaité plus long.
- 7 Ces mêmes hippies permettent la survie puis l'expansion de l'activité économique durant le conflit interne des années 1980 et 1990, coûteuses en vies humaines et peu propices aux excursions touristiques. La signification conférée au Machu Picchu s'en trouve transformée : autrefois promu au nom de la modernité, le site est désormais mis en avant pour l'aura mystique censée l'entourer intrinsèquement. Il suscite également des entrées de devises de plus en plus importantes, que n'explique pas seulement l'adaptation à la crise via des mécanismes de libre concurrence mais également l'action

de l'État en faveur de ce même marché libre de régulation. L'histoire du Machu Picchu contribue ainsi à éclairer celle du néolibéralisme, comme un régime économique rendu possible par l'intervention de ce même État dont il prétend restreindre le champ d'action. Le boom touristique qui s'ensuit s'avère plus profitable à des intérêts étrangers à la région *cuzqueña*, ce qui met en lumière un des fils conducteurs de l'ouvrage : les mutations du rôle de l'État dans l'économie péruvienne.

- 8 Ce livre constitue un contrepoint majeur aux guides touristiques (dont Mark Rice rappelle avec humour dans une interview l'autorité maintenue dont ils jouissent auprès des touristes : lors d'une virée en famille dans la Vallée sacrée, son propre entourage leur accordait plus de crédit qu'à ses commentaires historiens...). Il est également une contribution à l'analyse de la construction nationale au Pérou, dans ses diverses échelles. Enfin, il offre une perspective subtile sur l'évolution des significations attachées à un lieu, dont il ne perd jamais de vue le caractère non consensuel : de Pablo Neruda au *Che* Guevara, le Machu Picchu constitue une référence non univoque de l'imaginaire péruvien et, au-delà, latino-américain.

AUTEURS

IRÈNE FAVIER

Université de Grenoble / LARHRA