

Laverdure, Julien, "«Mucho han caminado las mascararas»: l'artisanat boruca, les entrepreneurs culturels et la construction d'un patrimoine centraméricain", *Cahiers des Amériques Latines*, Núm. 65, Paris, Francia, Institut des Hautes Études de l'Amérique Latine (IHEAL). Universidad Sorbonne Nouvelle-Paris 3 - Centre de Recherche et de Documentation sur les Amériques (CREDA), 2010, Págs. 51-72.

Consultado en:

<http://cal.revues.org/601#quotation>

Fecha de consulta: 25/08/2016.

65 | 2010

Tourisme patrimonial et sociétés locales

Dossier. Tourisme patrimonial et sociétés locales

« Mucho han caminado las mascararas » : l'artisanat boruca, les entrepreneurs culturels et la construction d'un patrimoine centraméricain

Julien Laverdure

p. 51-72

<https://doi.org/10.4000/cal.601>

Résumés

[Français](#) [English](#) [Español](#)

Après avoir été longtemps déconsidérées, les cultures indigènes d'Amérique latine font aujourd'hui l'objet d'un intérêt dont certaines localités peuvent profiter. Le village de Boruca se développe ainsi grâce à l'artisanat et vit au rythme des flux touristiques. Les promoteurs occidentaux de cet artisanat mettent en scène ce symbole d'authenticité et d'autochtonie dans divers contextes, pour la construction d'une nouvelle communauté politique imaginée et sa promotion touristique.

Entrées d'index

Mots-clés :

[tourisme](#), [économie](#), [artisanat](#), [patrimonialisation](#), [régionalisation](#)

Keywords:

[tourism, handcrafts, economy, heritage, regionalization](#)

Palabras claves:

[turismo, artesanía, economía, patrimonialización, regionalización](#)

Index géographique :

[Costa Rica](#)

Plan

[Boruca, le renouveau artisanal et le commerce](#)

[Une nouvelle économie à Boruca](#)

[Perspectives locales](#)

[Les entrepreneurs culturels : des intermédiaires entre innovation locale et tradition globale](#)

[La fabrique sociale de l'archaïque](#)

[Innovations artistiques et valorisation commerciale](#)

[Un patrimoine pour la nouvelle région](#)

[Les patrimonialisations d'hier et d'aujourd'hui](#)

[Une représentation du patrimoine centraméricain](#)

[Une image pour le monde](#)

[Une identité centraméricaine pour le tourisme](#)

[Un patrimoine écologique et économique](#)

[Conclusion](#)

Texte intégral

Est-ce du passé ?

Est-ce de l'avenir ?

Le lecteur jugera si ce tas de pierres
provient d'un monument en ruine ou d'un édifice en construction.

Victor Hugo, *Le Tas de pierre*, 1830.

1 Le tourisme est l'un de ces processus majeurs de l'actuelle globalisation, qui participe aux recompositions identitaires contemporaines, de manière concomitante et en interdépendance avec d'autres phénomènes sociaux et politiques. Il conduit ainsi les sciences sociales à se poser de nouvelles questions. Dans le cas du tourisme patrimonial, l'étude des acteurs et de leurs pratiques révèle des enjeux plus larges que la seule mise en place d'un marché de la culture.

2 Cet article souhaite ainsi étudier la construction et les usages circonstanciés du patrimoine culturel, à partir d'un cas de mise en tourisme local. La production d'artisanat « traditionnel » par une petite communauté autochtone du Costa Rica se révèle être un moyen de développement économique local. C'est aussi, pour des intermédiaires externes, une opportunité professionnelle, par la mise en représentation de ce patrimoine à des fins politiques ou touristiques. Ces acteurs, que je nomme entrepreneurs culturels, participent à la définition des formes actuelles de l'artisanat local, pour en faire un objet touristique et pour construire un symbole patrimonial. Les valeurs qu'attache ensuite la société blanche à ces pièces : authenticité, autochtonie (dans le sens d'un rapport privilégié à un territoire), archaïsme, servent des stratégies identitaires. C'est le cas pour la construction d'une nouvelle entité politique qu'est la région centramérique. Ces valeurs servent aussi à la constitution de l'image de marque de la région sur le marché international du tourisme.

3 « À ne pas manquer ». C'est ce que dit le dépliant de la boutique d'art « Folklorique, Autochtone et Pré-Hispanique » *Namu*, du centre de San José. Là, les clients sont reçus par la propriétaire, une expatriée européenne ayant ouvert sa galerie depuis une dizaine d'années, qui leur inculque la symbolique de résistance culturelle indienne attachée aux masques de la « tribu Brunka » qu'elle leur vend, neufs ou « déjà utilisés ».

4 Les masques borucas viennent du jeu traditionnel des diablos, un carnaval durant lequel les jeunes hommes de la communauté testent leur force et leur endurance. À l'occasion du jeu, chaque homme fabriquait le sien¹, mais la taille est devenue une activité journalière pour de nombreux Borucas depuis une petite décennie. L'artisan, à l'origine de ce mouvement, fut le premier maître d'école indigène du village. Il a toujours travaillé les

masques, par plaisir, jusqu'au jour où il eut l'occasion de partager son savoir avec d'autres et d'apprendre de nouvelles techniques. Il y a quinze ans, une association culturelle, portée par un chorégraphe italien, lui fit suivre, ainsi qu'à un groupe d'enfants du village, une formation : peinture, motifs naturalistes et création de nouveaux modèles de masques, avec l'aide de *designers* spécialisés dans l'artisanat.

5 À la suite du succès des masques, les tissages traditionnels, réalisés par les femmes de Boruca ont aussi fait leur apparition sur le marché de l'artisanat touristique. Une série d'entretiens réalisés avec des artisanes influentes du village a permis de souligner quelques traits de l'économie locale qui s'adapte au contexte touristique. Ces femmes apportent aussi leur perspective sur l'artisanat dans le contexte de la culture locale, montrant une certaine distance avec le phénomène commercial.

6 Au-delà de la perspective culturelle interne à la communauté, les artisans font de nombreuses références à leurs contacts commerciaux, principalement des Occidentaux expatriés, qui construisent les marchés, mais aussi la reconnaissance de la production. Cette reconnaissance passe par la valorisation de l'artisanat comme « indigène », c'est-à-dire archaïque, ancestral, authentique, toute une symbolique qui semble encore attachée aux peuples autochtones dans le sens commun. Afin de suivre le parcours de l'un des entrepreneurs culturels occidentaux, on reviendra sur le récit du renouveau des masques et sur l'importante participation de son association de développement culturel dans leur redéfinition et leur valorisation, avant de présenter les enjeux qui semblent guider sa pratique professionnelle et sa mise en représentation des masques borucas comme patrimoine.

7 Dans une deuxième partie, on s'attachera à la région centramérique, soit le regroupement économique et politique de huit pays de l'isthme (plus la République Dominicaine) porté par le Système d'Intégration Centraméricain (SICA). Dans le cadre d'une politique de construction patrimoniale, il semble que l'entrepreneur culturel et son association souhaitent répondre, avec les masques borucas, aux besoins d'images légitimantes de

l'institution, pour sa cohésion culturelle interne (identitaire) comme pour sa représentation internationale (touristique).

8 En étudiant les pratiques professionnelles de l'entrepreneur, j'appuierai l'hypothèse selon laquelle sa pratique professionnelle consiste essentiellement dans la construction et l'échange sur des marchés de signes, de valeurs symboliques, comme l'authenticité et l'autochtonie, servant à forger des images légitimantes.

9 Je présenterai d'abord la mise en place d'une exposition regroupant des masques « traditionnels » de diverses communautés de l'isthme et sa présentation au Costa Rica et à l'international, qui semble participer, à travers la presse, à la constitution d'un patrimoine historique pour la région. La valeur d'authenticité culturelle qui y est mise en avant semble légitimer sur le long terme deux concepts qui sont utilisés politiquement par le SIC : un lien communautaire régional et une circonscription géographique qui sont finalement arbitraires, puisque définis par l'institution.

10 Ensuite, j'analyserai une présentation circonstanciée du travail de réinvention de l'artisanat boruca faite par l'entrepreneur pour le ministère espagnol du tourisme. L'association définit, à cette occasion, sa pratique comme la promotion marketing de la région centramérique dans un cadre touristique. La diversité culturelle est, selon les instances du SICA, un réservoir d'images identifiantes (et d'attrait touristique) pour la région, par le biais d'un discours sur le patrimoine qui mêle les patrimoines naturel et culturel, voire qui naturalise les cultures indiennes. Ces discours, sur des cultures pré-hispaniques confondues avec la richesse écologique supposée de leur environnement, se trouvent incarnés dans la production de masques « écologiques ». Ces nouveaux modèles, inventés avec l'association de l'entrepreneur culturel, symbolisent la valeur d'autochtonie qui semble participer à la légitimation du rapport au territoire des institutions politiques, en passant par les populations indiennes et la patrimonialisation de leur culture.

11 L'enquête commence donc au village, par les récits sur l'artisanat des producteurs, avant de s'intéresser aux discours extérieurs sur cette pratique et sur les masques comme

patrimoine. Ces contextes, divers, sont traversés par le phénomène touristique, comme représentation de soi pour l'extérieur. Ce sont aussi certains usages contemporains des cultures populaires par les institutions politiques qui sont mis en lumière, ainsi que les stratégies sociales d'acteurs intermédiaires qui représentent les premières selon les besoins des secondes. Cette réflexion sur le patrimoine, son invention et ses usages circonstanciés, doit finalement poser la question de la demande d'archaïsme et de tradition qui traverse nos sociétés, ici au niveau de la circulation touristique globale et des institutions politiques nouvelles.

[Boruca, le renouveau artisanal et le commerce](#)

12 La situation des populations indigènes du Costa Rica est déterminée par la *ley indigena* de 1977. Cette loi stipule que la terre des réserves indigènes est la propriété de l'État costaricien, ses habitants se trouvant ainsi en situation de locataires à titre gracieux. Cet état de fait engendre un problème vécu au quotidien à Boruca : les banques n'accordent pas de prêts aux indigènes costariciens car ceux-ci ne peuvent justifier de leur terre comme caution. L'investissement ne leur est donc pas permis et peu d'entre eux ont pu continuer à vivre de l'agriculture. Beaucoup ont ainsi vendu leurs terres à des agriculteurs blancs, bien que cette pratique soit en principe illégale. Dans la plupart des communautés, les hommes doivent aller chercher du travail dans les plantations agricoles des multinationales fruitières ou à la capitale, San José. Il semble que la vente d'artisanat évite ce sort aux habitants de Boruca en permettant de développer une pratique économique localisée.

13 Le village compte plus de 450 habitants et se situe au sein du territoire indigène de Boruca-Terraba-Curré, près de la côte pacifique, au Sud du Costa Rica. La réputation des masques et des tissages de Boruca, ainsi que celle des fêtes rituelles de fin d'année, s'est faite par le bouche-à-oreille au sein de réseaux internationaux d'amateurs de « cultures natives ». La communauté est aussi référencée sur les guides de voyage comme celle qui accueille le plus facilement les touristes de passage au Costa Rica, et c'est en effet certainement la communauté autochtone du pays recevant le plus de visiteurs étrangers. Le commerce d'artisanat dit « traditionnel », « ethnique » ou encore « folklorique » représente,

selon beaucoup d'habitants, leur première source de revenus. La vente aux touristes conditionne ainsi l'économie productive du village et oriente quotidiennement les réalités sociales des habitants de Boruca. Une série d'entretiens avec certains des artisans les plus importants du village (par le nombre de ventes et l'influence) a permis d'évaluer quelques-unes des transformations sociales, en termes d'économie et de culture.

Une nouvelle économie à Boruca

14 Au-delà des perceptions sur la richesse des « traditions culturelles » de ce village, les artisans insistent sur la nouveauté de cette activité et sur son importance économique pour le village. L'artisanat traditionnel des femmes de Boruca, les *tejidos*, sont des tissages réalisés sur des métiers basiques se résumant à une navette de bois sans reliefs, un point d'ancrage et parfois la tisseuse en contrepoids. Yolanda², soixante-dix ans, est l'une des fondatrices de la toute première association d'artisanat : La Flor. Son récit met en avant la coupure avec les techniques traditionnelles et l'émergence de la pratique commerciale. L'association est née en 1983 pour effectuer : « un sauvetage, de ce qui s'était perdu, de ce qui déjà s'était perdu [...] à cette époque ça ne se vendait pas, c'était plutôt pour apprendre aux enfants à sauvegarder ». Le groupe de femmes est alors aidé à San José par le musée national et l'association *Mujeres y familia*. Elle raconte :

« le tissage était quelque chose que nous avions il y a longtemps parce que le tissage était le vêtement de nos grands-mères. [...] Et alors nous savions que cela existait, mais que ça s'était perdu ».

15 La sauvegarde d'une partie des techniques a réussi :

« Aujourd'hui l'artisanat est une ressource économique, nous ne le faisons déjà presque pas pour la récupération parce que tout le monde le fait [...] les filles qui ne veulent pas, qui ne savent pas, c'est parce qu'elles ne veulent pas, parce que la majorité des mamans, grands-mères, tantes, sœurs, tout le monde sait ».

16 Ainsi, en même temps qu'un sauvetage, Yolanda décrit l'émergence d'une économie basée sur la vente d'artisanat :

« C'est aussi comme ça qu'ont évolué les masques, ainsi c'est devenu une ressource économique, aujourd'hui, tout le monde le voit, tout le monde fait les masques, tout le monde fait le commerce des masques, à bon prix, parce que ça n'avait pas un bon prix, et voilà ! C'est comme ça qu'est venu tout ce qui est artisanat, aujourd'hui, comme ressource économique ».

17 Le phénomène prend maintenant une place primordiale dans l'économie locale :

« quatre-vingts pour cent des gens de Boruca sont artisans [...] c'est une source de revenu pour les familles [...] c'est la source principale », explique Silvina, tisseuse d'une quarantaine d'années. En effet, comme dans les autres communautés autochtones du pays, elle ne rencontre pas sur le territoire de travail salarié : « Ici il n'y a nulle part [...] où je peux aller travailler et chaque quinze ou chaque trente ils vont me payer, non. »

18 Mercedes, une autre des fondatrices de La Flor, explique que cette économie relativement abstraite doit s'adapter aux flux internationaux de voyageurs. Ainsi la vente, avec le tourisme, impose une temporalité propre avec : « des saisons basses où rien ne se vend ». Les familles se plient donc aux contingences d'un marché de services : « Si on se met à travailler le produit au mois qui est bon, comme en ces mois de janvier, février, on aura de quoi survivre pendant la saison basse, c'est-à-dire juin, juillet, parce qu'il y a une saison très basse. »

19 Les bénéficiaires sont néanmoins nombreux selon Martha, qui travaille le tissage avec ses filles. Pour elle, cette nouvelle économie locale permet d'améliorer les conditions d'éducation et de santé de ses enfants :

« Nous avons de meilleures possibilités qu'avant, au moins les gamins qui vont à l'école, au collège, n'ont pas trop de besoins et les petits qui doivent aller chez le docteur aussi, grâce à l'artisanat, eh bien ! maintenant, nous pouvons nous en sortir avec ça. »

20 La vente paie les fournitures scolaires et permet d'étudier :

« Nous avons environ quarante diplômés d'ici, depuis qu'il y a le collège [depuis la fin des années 90] [...] nous leur assurons la subsistance avec ce travail que nous faisons. Alors, pour une part, c'est grâce au tourisme, pour une autre part à l'effort des garçons, mais avant tout, l'économie, c'est le tourisme » (Mercedes).

21 Les plus âgés peuvent financer eux-mêmes leurs études secondaires, en sculptant ou en peignant des masques (Yolanda).

22 Les femmes artisanes mettent aussi en avant le potentiel de re-localisation que peut avoir cette nouvelle économie de la culture : « L'autre avantage de l'artisanat c'est que je travaille et les familles travaillent et nous sommes tous à la maison. » (Martha), même pour l'emploi des jeunes adultes : « Déjà, la jeunesse, ils ne s'en vont presque pas, ils n'émigrent pas à San José pour trouver un travail. » (Yolanda).

23 Mais plusieurs d'entre elles font aussi preuve d'une certaine circonspection quant au phénomène commercial, à sa durabilité dans le temps. La culture locale ne se résume pas à cette seule pratique, elle est dynamique et la différenciation entre ses frontières interne et externe se retrouve dans les entretiens.

Perspectives locales

24 L'artisanat s'inscrit dans le vécu quotidien des artisans en même temps que d'autres pratiques culturelles. Leur vision du futur prend en compte les traditions locales, parmi

lesquelles la pratique artisanale, mais le commerce semble inscrit, lui, dans une perspective plus fluctuante. Au contraire des discours dominants sur le développement par le tourisme en territoire indigène (par exemple des organisations internationales qui peuvent promouvoir ce commerce à travers des discours et des projets), la préservation de la culture traditionnelle et la vente d'artisanat ne se confondent pas, au moins dans les discours de ces acteurs locaux. En tant qu'ancienne, Yolanda explique :

« Alors ça, c'est le rôle que nous devons jouer, de motiver les gens, que les traditions ne cessent pas, tout le contraire plutôt [...] Parce que si nous, nous ne portons pas cet esprit pour ceux qui arrivent, ils ne vont jamais le faire, ça ne va pas plaire à la jeunesse. Et nous y allons, parce que si personne ne fait rien, eh bien, les choses se perdent. Maintenant nous allons à nouveau voir ce qu'on peut continuer d'arranger. Et avec l'artisanat, eh bien nous allons voir jusqu'où nous arrivons avec le commerce ! »

25 Dans ce discours dynamique sur une culture locale devant se transmettre et se renouveler pour le futur, le commerce d'artisanat se trouve subordonné et destiné à finir à un moment ou à un autre. Cette dépendance au marché extérieur et l'idée d'un arrêt du tourisme et de la vente sont très souvent exprimées par les femmes, parfois de façon plus angoissée. Pour les plus anciennes, la perpétuation de la culture locale dépend d'un ensemble de choses : « malgré que ça se soit beaucoup modernisé, l'agriculture, l'artisanat, la langue, les traditions se conservent toujours. Comme les plats traditionnels, les fêtes traditionnelles, ça, ça s'est toujours maintenu. » Il semble que l'artisanat commercial soit vu comme un moyen plutôt qu'une fin, au service, par exemple, de l'éducation des générations émergentes « L'artisanat permet que le garçon étudie, se prépare et ensuite si il sait ce qu'il va faire dans le futur, mais au moins il va se préparer, en partie. » (Mercedes). Yolanda pousse aussi ses enfants à mettre les études avant l'artisanat, pensant que le phénomène n'est pas durable, car il dépend de plusieurs facteurs incertains, liés au marché : « Parce qu'il y a beaucoup, il y a beaucoup de concurrence. Bien sûr que [notre artisanat] est unique, mais toute la communauté le travaille et plus que la communauté [...] je ne sais

si c'est mon ignorance mais je pense qu'ici, ça va se terminer. [...] écoute je ne sais pas, le monde fait tellement de tours, peut-être que non. »

26 Cette circonspection doit être contextualisée dans l'histoire longue du village, peut-être comme le résultat du regard extérieur changeant sur leur culture qu'ont expérimenté ces femmes borucas. En effet, si les Occidentaux ayant accès au village promeuvent depuis une trentaine d'années certaines expressions culturelles locales, les plus anciens ont aussi vécu la négation de leur culture par les politiques indigénistes latino-américaines, dont les agents cherchaient à effacer les principales manifestations, comme la langue, depuis les années 1940, afin d'incorporer l'Indien à la nation, et à la « modernité » [Favre, 1996, p. 5].

27 Le regard changeant de la société blanche valorise actuellement l'artisanat boruca, à l'extérieur du village, en tant qu'expression d'une tradition ancestrale et d'un rapport privilégié au territoire. Les artisans influents du village sont tous en relation avec des intermédiaires qui organisent les marchés, orientent la production et construisent la valeur symbolique des pièces pour l'extérieur.

Les entrepreneurs culturels : des intermédiaires entre innovation locale et tradition globale

28 De nombreux intermédiaires assurent la circulation internationale de l'artisanat. Yolanda raconte ainsi qu'elle est allée représenter le Costa Rica dans une exposition de tissus artisanaux au Venezuela, par l'entremise d'une institutrice états-unienne. Mercedes participe à des événements au Québec, aidée par une professeure française. Au niveau national en revanche, beaucoup ignorent l'existence du village et l'attrait qu'il exerce hors des frontières, y compris parmi les élites culturelles ; Martha en donne un exemple :

29 « Il y avait comme huit hommes de l'université du Costa Rica [...] et deux autres messieurs très importants et il se trouve qu'ils ne savaient pas [...] que nous, nous existions. »

30 Ainsi, la valorisation de cette expression de la culture boruca qu'est l'artisanat est venue d'agents extérieurs à la communauté. Ces derniers combinent une connaissance des habitants du village qui leur permet de participer à la définition des pièces et une mobilité internationale à travers laquelle ils leur donnent une valeur symbolique liée au statut « d'artisanat indigène ». L'artisanat local est ainsi principalement valorisé en termes de tradition et d'autochtonie, et la valeur économique des pièces semble découler de la circulation d'informations sur leur valeur culturelle. Cette valeur culturelle est légitimée au sein de discours autorisés (experts, médias, institutions, scientifiques).

La fabrique sociale de l'archaïque

31 Pour les tissages comme pour les masques, de nombreux intermédiaires internationaux participent au phénomène de l'artisanat boruca et à sa définition selon des critères qui semblent l'adapter à la demande présumée des acheteurs occidentaux d'un art plus indigène³. Lors de la vente encore, les valeurs symboliques semblent parfois être la première chose à s'échanger, avant la pièce en elle-même, à travers les discours des vendeurs. Et, au-delà de la pratique commerciale, la construction de valeurs archaïques autour de la production artisanale indienne semble s'inscrire dans le sens commun, par exemple quand les médias traitent de l'ouverture d'un musée artisanal dans le village.

32 L'observation participante dans les boutiques d'artisanat touristique situées près des plages ou dans la capitale, qui vendent les masques et les tissages, montre que les commerçants (qui sont, là encore, souvent expatriés) construisent un discours autour du produit. Ce laïus, répété à chaque nouveau client, tend à exagérer l'isolement de la communauté, de manière spatiale ou encore temporelle, Boruca devient un îlot indigène perdu dans la jungle et difficilement atteignable (deux bus desservent quotidiennement le village) et des photographies ayant une dizaine d'années deviennent des témoignages antiques. Les références à la contemporanéité des acteurs sont aussi niées (l'auteur aura ainsi vainement tenté d'informer le vendeur d'une galerie que le « peintre indigène », dont les œuvres étaient présentées, était aussi professeur au collège de Boruca). De même les objets et les techniques de production sont renvoyés vers une antiquité lointaine. La

représentation biaisée de l'inscription de l'autre dans le temps est un trait distinctif de la pensée évolutionniste⁴, qui peut s'exprimer dans le champ social sous la forme du primitivisme.

33 D'autres acteurs sociaux, par exemple les médias, participent à ce mouvement, en renforçant l'impression de continuité historique des expressions culturelles indigènes.

34 Par exemple dans un article sur le musée artisanal de Boruca⁵ : les descriptions ou les questions se réfèrent à l'antique, aux ancêtres, à la transmission ou au patrimoine ; le journaliste parle des « traditions artisanales héritées de leurs ancêtres et qui continuent de vivre », de « savoirs et valeurs héritées de générations en générations depuis des siècles ». Il demande : « Beaucoup de traditions se sont perdues ? » mais ne semble pas s'imaginer que des nouveautés puissent émerger, et encore moins peut-être que la forme actuelle de la production soit le résultat de coopérations entre indigènes et occidentaux. Ainsi, si la continuité historique supposée fonde l'aspect traditionnel des pièces, l'isolement social – la « pureté » culturelle – en fonde l'authenticité. Les entrepreneurs culturels construisent ainsi souvent leurs discours et leurs pratiques en prenant soin d'effacer les traces de leur intervention, afin de faire de leur « découverte » une totalité culturelle intouchée.

Innovations artistiques et valorisation commerciale

35 Pourtant, les pratiques liées à cet artisanat sont empreintes de dynamisme et de création, souvent au sein d'une collaboration entre les artisans et les entrepreneurs, entre le village et l'extérieur. Martha est l'une des tisseuses disposant d'un contact direct avec une intermédiaire⁶, elle décrit ainsi leur relation de travail, et les rapports entre production et marché touristique:

36 « La *gringa* qui nous achète, celle des États-Unis⁷, elle m'apporte de nouveaux modèles et chaque fois qu'elle m'apporte de nouveaux modèles j'essaie de les faire. Ainsi chaque fois nous changeons et les gens continuent d'aimer l'artisanat, chaque fois que ça change. »

37 Pour étudier par la suite le rôle d'un de ces entrepreneurs culturels en particulier, voici le récit, par le sculpteur le plus reconnu dans le village et au niveau national, de la redéfinition des masques borucas. Il y a une quinzaine d'années, ce dernier s'est vu offrir l'aide d'une association de développement culturel, dans le but d'améliorer et de diffuser la pratique locale, alors très minoritaire. Don Ismaël raconte ainsi la naissance de l'artisanat commercial⁸ :

38 « Dix ans en arrière, non, personne n'achetait rien, aucun artisanat. [question : « - Il y avait de l'artisanat ? »] Vraiment peu, parce que personne n'achetait. Et l'affaire de l'artisanat commença, il y a environ dix ans quand je fis un groupe d'enfants, ici, qui travaillèrent avec moi dix ans, n'est-ce pas, alors, ils apprirent tout ça. Nous avons eu des cours de peinture, à San José. Nous avons voyagé neuf mois, deux fois par mois, ils nous offrirent les cours, ils nous offrirent le coucher, ils nous offrirent la nourriture, pendant les neuf mois, à San José. [...] De là commença toute l'affaire de l'artisanat, ensuite, tous les gens se sont enthousiasmés, n'est-ce pas ? Regarde, même les femmes font des masques... Tous les sept sont restés, je fis un groupe de douze petits gars, sept restèrent jusqu'à la fin avec eux, sept. [...] Et ils apprirent, n'est-ce pas, et ceux-là sont ceux qui apprennent aux autres depuis. [...] Avant les masques ne valaient rien, et personne n'achetait. Après quoi, oui, ces garçons travaillaient pas mal et alors ils vendirent, certains partirent dans d'autres pays, comme par là en Europe, en Angleterre, France, Italie [...] Que de chemin ont fait les masques, aux États-Unis, Canada... Ben, une fois arrivèrent des Chinois de la Chine... Oui, regarde, des gens sont venus de partout, pour l'artisanat, les gens qui aiment l'artisanat. »

39 Ainsi l'artisanat s'est développé autour de lui et de ce petit groupe d'enfants (composé de certains de ses enfants et neveux), qui diffusèrent ensuite les techniques apprises.

40 Don Ismael raconte qu'une association leur a permis d'apprendre ces nouvelles méthodes, finançant un atelier dans le village, des cours de peinture à San José, les déplacements et l'hébergement du groupe. Au-delà de nouvelles techniques, les formes des masques et leur symbolique furent redéfinis avec ces bienfaiteurs, qui emmenèrent les petits artisans et leur maître au musée et au parc zoologique pour étudier les animaux et

leurs pelages, afin d'apprendre de nouveaux motifs. Les masques vendus sont ainsi pour la plupart peints, arborant la fourrure du jaguar ou la peau de serpent, d'autres représentent la nature sauvage, arbres, animaux, autour d'une petite figure indienne. Ceux-ci sont justement nommés « les écologiques » par leurs fabricants, car ils répondent à une demande occidentale, celle d'un Indien proche et protecteur d'une nature préservée, idéalisé par certains discours et acteurs écologistes.

41 Don Ismael explique :

« Les gens apprécient beaucoup ce qui s'est inventé maintenant. Ça s'est inventé à San José. [question : « – Ça quoi ? »] – Le changement. Le changement, n'est-ce pas, cette peinture a été apprise à San José, l'utilisation, la technique, manière, où on peint cette couleur. Mélanger les peintures aussi, bon, faire une couleur à partir d'autres. »

42 Ainsi, les masques ne servaient auparavant qu'au *juego de los diablos*, ils étaient alors, selon Don Ismaël « mal faits [et] ne nécessitaient pas d'outils, seulement un vieux couteau ». Des innovations dans les techniques, les thèmes et les usages ont été réalisées dans le cadre d'une valorisation externe de la production.

« On n'en avait pas besoin pour le commerce et ça s'est changé maintenant en un commerce, n'est-ce pas, ce sont ces gens qui lui ont donné sa valeur, nous avons mis un prix, ce sont les gens qui continuent de valoriser le travail. »

43 La structure qui a participé à l'élaboration des nouveaux masques est une association culturelle basée au Costa Rica, dont le directeur est un artiste européen. Deux artistes *designers*⁹ en artisanat ont été chargés d'enseigner les nouvelles techniques et les nouveaux motifs au groupe. Au-delà de la valeur commerciale, cette nouvelle production sera ensuite manipulée comme ressource symbolique par l'entrepreneur culturel et son association. C'est vers le champ de la construction identitaire et touristique de la région centramérique,

entité politique naissante, qui offre de nouvelles opportunités aux professionnels de la culture par une forte demande de patrimoine et d'images identifiantes, que s'oriente la stratégie de l'association.

Un patrimoine pour la nouvelle région

« La région choisie est, par définition, un espace subjectif. Elle est construite à partir de représentations symboliques opérant la synthèse entre des données immédiates, un passé réinventé, un futur désiré. Elle dessine un nouvel espace de mobilisation pour l'action, elle offre des ressources, elle légitime des pratiques, elle structure des stratégies. Elle constitue un enjeu, d'autant plus fort que la construction symbolique est stimulée par les ambitions bien réelles de quelques-uns pour la captation des ressources, matérielles et immatérielles¹⁰. »

44 Les nouvelles unités politiques et les nouveaux marchés ouverts qui apparaissent au sein de la globalisation constituent en effet de nouveaux espaces de mobilisation et structurent des stratégies pour la captation de ressources « matérielles et immatérielles ». La « construction symbolique » elle-même de la nouvelle région offre des opportunités, si l'on admet que cette dernière se nourrit de stratégies identitaires telles que la patrimonialisation et les traditions inventées pour se légitimer.

45 Dans le cas qui nous occupe, c'est le Système d'Intégration Centraméricain (SICA) qui a été mis en place dans les années 1960 sous la forme d'une zone d'intégration économique. Freiné par les guerres civiles et les dictatures durant les deux décennies suivantes, ce processus a été réactivé à la fin des années 1980 dans l'objectif d'une intégration politique, notamment à la demande des bailleurs internationaux. En décembre 1991, cinq pays (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras et Nicaragua) souscrivent au Protocole de Tegucigalpa, qui fonde le SICA. Trois autres membres viendront s'y ajouter par la suite : Panama, Belize et la République Dominicaine. Des secrétariats

distincts travaillent au sein du SICA aux intégrations politiques, économiques, éducatives, culturelles, environnementales et de développement, sociales et enfin touristiques.

46 Parmi les collaborations institutionnelles de l'association de l'entrepreneur culturel, outre les instituts de tourisme du Honduras, du Nicaragua et du Costa Rica, on trouve des organismes du SICA telles que la Coordination Éducative et Culturelle Centraméricaine (CECC), la Commission Centraméricaine de l'Environnement et du Développement (CCAD) et le Secrétariat Technique du Conseil Centraméricain du Tourisme (ST-CCT)¹¹. L'association se déclare ainsi « de projection régionale », et se donne pour objectif de « développer une méthodologie pour le renforcement et la production artistique multiculturelle dans le contexte centraméricain ». Elle travaille dans les champs de « la gestion culturelle et [de] l'intégration culturelle régionale »¹². Selon le responsable de l'association, celle-ci est en fait née à la suite du projet réunissant artisans *borucas* et *designers*, en 1995, et se donne maintenant pour fonction de « favoriser une autoconscience régionale multiculturelle au moyen du dialogue artistique et social entre tradition et contemporanéité »¹³. Ces propositions répondent en fait directement aux demandes du système d'intégration centraméricain en termes d'identité culturelle communautaire, identité que les entités politiques construisent par le biais des processus de construction du patrimoine.

Les patrimonialisations d'hier et d'aujourd'hui

47 Les pratiques de l'association culturelle s'inscrivent donc dans ce contexte d'intégration régionale et répondent à la demande politique d'intégration culturelle qui en émane. En effet, les promoteurs de l'intégration institutionnelle souhaitent l'étayer par la construction d'une communauté de valeurs¹⁴. Les principes fondamentaux du Système d'Intégration Centraméricain font ainsi mention d'une « identité centraméricaine » et d'une « solidarité centraméricaine », qui seraient l'« expression de sa profonde interdépendance, de ses origine et destin communs »¹⁵. Son secrétaire général lui-même, dans un discours qui annonce, entre autres, des mesures visant à « réveiller un sentiment d'appartenance à un espace géographique particulier », appelle à un « centraméricanisme actif » comme « un

projet des centraméricains » devant « [exister] à l'intérieur de chacun [d'entre eux] » afin « d'affronter les défis d'un monde globalisé ».

48 Cette volonté de produire un « sentiment de conscience régionale »¹⁶ montre que, tout comme les nations modernes du XIX^e siècle, la région se pense comme une « communauté politique imaginaire et imaginée », au sens où ses membres ne pourront jamais tous se rencontrer « bien que dans l'esprit de chacun, vive l'image de leur communion » [Anderson, 1996, p. 19]. Et tout comme ces nations alors naissantes, la nouvelle unité politique va utiliser des « traditions inventées », dont l'historien Eric Hobsbawm explique qu'elles « établissent ou symbolisent la cohésion sociale ou l'appartenance à des groupes, des communautés réelles ou artificielles » et qu'elles « établissent ou légitiment des institutions, des statuts ou des relations d'autorité » [Hobsbawm, 2006, p. 20]. Les traditions inventées utilisent « l'histoire comme source de légitimation de l'action et comme ciment de la cohésion du groupe » [*ibid.*, p. 23]. L'anthropologue Nestor Garcia-Canclini, qui étudie ces mouvements culturels tels qu'ils se manifestent dans l'Amérique latine contemporaine, souligne ainsi que « le patrimoine historique est un scénario clef pour la production de la valeur, l'identité et la distinction des secteurs hégémoniques modernes » [Garcia-Canclini, 1990, p. 186]. Pour s'instituer, la nouvelle force politique régionale va donc utiliser la mise en scène culturelle, afin de simuler que son organisation sociale, arbitraire¹⁷, est ainsi et ne peut pas être autrement [*ibid.*, p. 185]. La patrimonialisation remplit ce rôle de transformation du passé en tradition pour le présent, « pour légitimer leur hégémonie les modernisateurs doivent persuader leurs destinataires que – en même temps qu'ils renouvellent la société – ils prolongent des traditions partagées » [*ibid.*, p. 157].

49 Au sein du SICA, c'est à la CECC (Coordination Éducative et Culturelle Centraméricaine¹⁸) qu'est dévolu le rôle de construction d'un patrimoine historique régional. Sa mission est ainsi de promouvoir et de développer « l'Intégration Régionale Centraméricaine dans les domaines de l'Éducation et de la Culture », afin de « rendre réelle la vision défendue dans le processus centraméricain d'intégration »¹⁹. Pour faire de la région une valeur commune et légitime pour les citoyens des différents pays du SICA, les politiques culturelles de la Coordination proposent de « mettre en avant et de valoriser leur

patrimoine culturel ». Parmi les projets du Plan Stratégique Régional Culturel 2005-2009, on trouve ainsi « l'écriture de l'Histoire de l'Isthme Centraméricain » ou encore la « Série Cultures Populaires Centraméricaines » qui doit rendre propice « le sauvetage et la diffusion d'éléments constitutifs de l'imaginaire régional ». De même, des « Réseaux de musées » doivent être les « instruments immédiats de la connaissance du Patrimoine et [de son] accessibilité à la population »[20](#).

Une représentation du patrimoine centraméricain

50 C'est dans la perspective de ce programme de production et de diffusion d'une culture commune centraméricaine que j'analyserai la mise en place par l'entrepreneur culturel et la réception sociale d'une exposition intitulée : « Visages, diables et Animaux, les masques dans les fêtes centraméricaines ». L'exposition a mis en scène des œuvres borucas parmi des centaines de pièces venues de sept des huit pays prenant part au SICA (Guatemala, Belize, Honduras, Salvador, Nicaragua, Costa Rica et Panama). Présentée aux Musées de la Banque Centrale du Costa Rica, à San José, elle est un moyen pour l'association de construire un patrimoine historique centraméricain homogène, grâce à la mise en scène d'éléments culturels présentés comme authentiques. La cohérence donnée à l'échantillon permet de délimiter un espace géographique pour la région et d'y attacher une profondeur temporelle réifiée en tradition, ces deux dimensions devant légitimer l'essence d'une identité centraméricaine. La construction circonstanciée de ce patrimoine historique suit l'objectif de l'association : « nous reconnaître et nous respecter dans la diversité culturelle qui nous caractérise comme région »[21](#).

51 Cette reconnaissance d'une culture régionale passe par la diffusion d'informations sur l'exposition. L'idée d'une unité géographique et culturelle légitime est alors reprise dans les médias. Sur un site Internet, on peut lire : « Plus de deux cent cinquante masques authentiques, venus de tous les recoins de l'Isthme Centraméricain, forment une brillante exposition temporaire que nationaux et touristes pourront visiter ». Le texte explique ensuite que le visiteur expérimentera « la diversité culturelle centraméricaine » à travers ces pièces, survivances de « la cosmovision indigène mésoaméricaine »[22](#). De même, à

l'occasion de la publication du catalogue de l'exposition, un article dans le grand quotidien costaricien *La Nación* titre : « Les masques aident à mieux connaître l'isthme ». La directrice du musée y explique : « c'est la première grande publication autour des masques et de la richesse humaine culturelle et humaine [sic] que renferme l'isthme ». Le journaliste ajoute que ce livre « aide à mieux connaître la Centramérique, à travers la richesse que recèlent les beaux et énigmatiques masques, utilisés lors des fêtes et danses traditionnelles de l'isthme »²³. Le directeur de l'association culturelle, propriétaire de la plus grande partie de la collection, y est nommé « Expert dans les expressions des cultures populaires centraméricaines ». Dans un troisième article, ce dernier explique au journaliste qu'il existe un « risque pour la conservation de ces traditions culturelles de beaucoup de peuples et c'est l'influence d'activités économiques qui veulent changer la forme et l'esthétique de celles-ci pour répondre à des intérêts commerciaux »²⁴

52 C'est ainsi que la circulation d'informations sur les masques, légitimées dans le champ social par différents procédés (par exemple le statut d'expert, repris dans un quotidien national) construit la valeur d'authenticité de ces pièces. Ici, l'esthétique doit à tout prix être préservée des activités économiques et des intérêts commerciaux, afin d'assurer la conservation de ces traditions culturelles ; le masque boruca doit être pensé, une fois encore, comme une production culturelle pure et intouchée.

53 La définition contemporaine du mot « authentique » comme synonyme de sincère, naturel, non affecté, ne date que du début du XIX^e siècle, elle prend alors une perspective romantique. Dans l'usage classique, c'est la qualité de quelque chose qui fait loi. La racine grecque *αθεντικός* signifie même « qui consiste en un pouvoir absolu²⁵ ». Placée dans le contexte de l'institution d'une nouvelle norme politique, la mise en scène du patrimoine historique par l'entrepreneur culturel et la construction d'une valeur d'authenticité autour des masques borucas apparaissent comme un mécanisme d'invention de traditions circonstancié.

[Une image pour le monde](#)

54 Deux versions de cette exposition, nommées « hommes, diables et animaux » et « Joyaux de la diversité » furent présentées au Festival International des Arts du Costa Rica, dans l'Atrium de la Banque mondiale à Washington et Paris, à l'Institut Ibéroaméricain de Berlin ou encore au Centre King Juan Carlos of Spain de l'Université de New York, avant même qu'elle ne soit montrée aux Musées de la Banque centrale du Costa Rica. Par la circulation de l'exposition, l'association revendique la « création de produits muséographiques et de communication de standard international pour la promotion de la région ». Cette frontière identitaire à laquelle la patrimonialisation donne une substance n'a pas qu'un bord interne, et la représentation de la région centramérique par le biais de sa diversité culturelle s'est même construite dans un premier temps à l'extérieur de celle-ci.

Une identité centraméricaine pour le tourisme

55 L'Amérique centrale se trouve confrontée à l'ouverture des marchés et à l'affaiblissement des États impliquant la nécessité de capter les flux transnationaux qui traversent son territoire, dans le cadre d'une compétition avec d'autres offres sur un marché mondialisé. Dans le développement touristique projeté, la région se pense et s'organise comme un tout : « la Centramérique comme une importante destination touristique intégrée, accessible et attractive pour les marchés internationaux »²⁶. La région doit se doter d'une image pour se représenter sur le marché touristique. Dans cette perspective, la stratégie de marketing territorial prend en compte et recompose les éléments identitaires locaux, afin de créer un contenu signifiant pour cette image. C'est aussi dans ce sens qu'on peut appréhender la célébration de la diversité culturelle par la Coordination Éducative et Culturelle Centraméricaine (CECC) comme une « extraordinaire source d'identité, de créativité et de valeurs »²⁷. Le Plan Stratégique Régional de la Coordination le souligne clairement : « en termes de communication et d'identification, les contenus culturels sont l'unique référent réellement singulier dans l'image et la projection d'un territoire ». Les discours institutionnels font généralement référence à la culture dans le sens du développement économique, par le biais de la mise en tourisme. Dans le SICA, c'est d'abord de ce point de vue que la culture est abordée²⁸. Sans qu'il y soit toujours fait directement référence, les discours politiques (par exemple à la Banque mondiale ou à

l'UNESCO), qui préconisent une sauvegarde par un développement durable du patrimoine, augurent essentiellement de sa mise en représentation à des fins touristiques.

56 Le patrimoine tel qu'il est construit par l'entrepreneur culturel peut ainsi avoir différents usages selon les contextes. Les valeurs qui sont projetées sur l'objet masque varient alors, parfois jusqu'à la contradiction. Ainsi, le discours de préservation des traditions culturelles de l'influence commerciale s'accorde mal avec l'affirmation, par la même association de « l'inéluctable et nécessaire entrée de produits culturels sur le marché » et « la nécessité d'assumer l'interaction des productions culturelles avec le phénomène touristique »²⁹. Le projet de soutien à la pratique des artisans borucas, « Masques Borucas/Masque Centraméricain », a en effet été présenté comme une des « Bonnes pratiques de gestion du tourisme culturel » dans une publication du Ministère de l'Industrie, du Tourisme et du Commerce Espagnol. Dans le cadre d'une stratégie de « mise en valeur de la diversité culturelle », l'association n'hésite pas à revendiquer « son amélioration comme attrait et signal d'identité dans l'industrie touristique »³⁰. De la représentation d'un patrimoine pour soi, le masque devient, dans le cadre du tourisme, un signe pour l'extérieur. Ce faisant, les acteurs le mobilisant lui donneront une valeur différente. Le travail de l'association reste en revanche cohérent dans sa projection régionale.

Un patrimoine écologique et économique

57 La mise en scène des cultures indiennes comme référent pour le marché touristique prend la forme de l'expression d'un lien privilégié à la nature, qui permet de jouer sur le patrimoine culturel autant qu'écologique. Encore une fois, les caractéristiques fantasmées des populations autochtones sont exagérées par l'entrepreneur culturel, pour créer des valeurs symboliques à l'usage des institutions.

58 Au niveau de la région centramérique, le patrimoine mêle nature et culture. Il est construit à travers les textes comme nécessaire à sauvegarder, comme un attrait touristique et un symbole pour la communication internationale. La CECC se propose d'« encourager les diverses expressions culturelles, en particulier celles qui sont propices à une relation

d'harmonie avec l'environnement ». La Commission Centraméricaine de l'Environnement et du Développement (CCAD) présente, quant à elle, le Couloir Biologique Mésoaméricain³¹, comme une plate-forme d'aménagement du territoire et des ressources naturelles « qui pointe la préoccupation pour la diversité culturelle comme un aspect fondamental ». Les deux patrimoines à préserver sont directement comparés : « Nous avons progressé et donné l'exemple avec notre patrimoine naturel. Il est temps d'assumer le patrimoine culturel avec une égale clarté. » Les deux aspects sont plus confondus encore dans le programme de développement d'un tourisme « conservant et profitant des valeurs socio-culturelles et écologiques de la Centramérique », valeurs qui doivent constituer « un des avantages comparatifs de la région en terme d'attraction touristique internationale³². » Ainsi, parmi les « éléments naturels et culturels de grande importance et envergure qui constituent un énorme potentiel touristique régional », sont cités « les sites archéologiques d'importance mondiale et l'existence de cultures vivantes qui conservent des traditions et coutumes préhispaniques ».

59 On comprend comment le travail de l'association culturelle, dont la CCAD a été un partenaire, peut s'inscrire dans cette recherche d'un patrimoine mêlant diversité naturelle et culturelle. Dans ce contexte particulier, la valeur traditionnelle est moins nécessaire, et les innovations peuvent être mises en avant. Dans le rapport « Bonnes pratiques de gestion du tourisme culturel » du ministère du Tourisme espagnol, l'association écrit que la « revalorisation du patrimoine culturel intangible » passe par « l'appropriation dans la communauté de nouvelles capacités techniques proches des aptitudes propres de la taille de bois traditionnelle pour son application dans la création de produits innovants ». Pourtant, si la pureté culturelle et la profondeur temporelle ne sont pas revendiquées, une autre valeur est construite dans cette relation particulière au patrimoine que constitue la mise en place du marché touristique. On peut ainsi lire : « il a été développé un sous-produit spécialement orienté vers le marché touristique : la production des masques appelés “écologiques” car ils utilisent des thèmes décoratifs inspirés par la richesse naturelle locale³³ ». Si cette présentation des événements consent à montrer certaines choses, elle en cache d'autres, puisque la « richesse naturelle » a été observée au parc zoologique³⁴. C'est une autre authenticité qui est construite, spatiale cette fois plutôt que temporelle. À d'autres occasions

dans le texte, la proximité de la pratique artisanale avec la nature locale et sa durabilité par rapport au milieu seront exagérées ou mises en scène. Le nouveau modèle de masque développé par les artisans et les *designers* répond à une demande sociale de diversité culturelle et naturelle, avec son visage indien entouré d'une nature luxuriante. J'analyse ce procédé comme la construction d'une valeur d'autochtonie, qui symbolise la profondeur du rapport d'un groupe à un territoire³⁵. L'ancrage politique de l'institution régionale sur le territoire qu'elle administre passe par la mise à produire de ces derniers. Ainsi le tourisme culturel, autant que l'écotourisme, permet de faire entrer dans un marché en réseaux les communautés isolées et les terres non cultivées. Le processus présente ainsi une opportunité politique autant qu'économique en permettant d'affirmer une souveraineté sur des territoires qu'il participe à inventer³⁶.

Conclusion

60 L'exemple des masques borucas et de leurs usages à des fins de patrimonialisation culturelle a permis d'esquisser une réflexion sur un type d'acteurs sociaux ayant une importance toute particulière dans les processus de transformation identitaire qui ont cours dans l'actuelle globalisation des échanges. L'ouverture au marché touristique d'une localité indienne ouvre de nouvelles opportunités de développement, ponctuellement, mais pose la question d'une essentialisation de la culture depuis l'extérieur. Historiquement, ce regard dominant sur la culture locale est changeant, voire ambivalent, mais la capacité de compréhension et d'adaptation des acteurs autochtones reste forte. L'une des caractéristiques des discours sur le patrimoine culturel semble être la prophétisation de la disparition imminente des éléments sociaux mis en patrimoine. Bien au contraire, il semble qu'une demande d'archaïsme sous-jacente et toujours renouvelée traverse nos sociétés, et que divers mécanismes et acteurs se chargent d'y répondre. Cette demande de tradition est prise en charge par des entrepreneurs culturels, qui recomposent des expressions culturelles autochtones. Les items identitaires ainsi produits ne semblent pas se constituer pleinement en tradition chez ceux qui les produisent, mais la valeur symbolique de tradition est ensuite construite à l'extérieur, pour l'usage de la société blanche. Plus particulièrement, les valeurs d'authenticité culturelle et d'autochtonie comme expression d'un rapport privilégié

au territoire servent pour l'intégration centraméricaine et pour sa projection touristique, deux niveaux de réalité qui ne semblent pas devoir être opposés tant la constitution d'une identité pour soi est nécessairement sanctionnée par le regard de l'autre.

61 Dans le cadre de la multiplication des échanges, les phénomènes de construction identitaire émergent du besoin de se distinguer, selon de nouvelles catégories normalisées, pour la représentation et la communication des unités politiques et économiques entre elles. Ces nouvelles codifications identitaires contribuent à produire de nombreuses innovations culturelles, par la circulation de personnes et de savoirs en même temps que des discours sur la sauvegarde de la tradition et la célébration du local. Dans une perspective constructiviste, il apparaît cependant de plus en plus clairement, même en regardant vers le passé de nos sociétés, que le concept de tradition « est une conséquence logique des théories de la modernité » [Amselle, 2008, p. 192].

Bibliographie

Des DOI (Digital Object Identifier) sont automatiquement ajoutés aux références par Bilbo, l'outil d'annotation bibliographique d'OpenEdition.

Les utilisateurs des institutions abonnées à l'un des programmes freemium d'OpenEdition peuvent télécharger les références bibliographiques pour lesquelles Bilbo a trouvé un DOI.

AMSELLE Jean-Louis, « Retour sur "l'invention de la tradition" », *L'Homme*, 185-186, 2008, p. 187-194.

DOI : [10.4000/lhomme.17122](https://doi.org/10.4000/lhomme.17122)

ANDERSON Benedict, *L'imaginaire national, réflexion sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 1996.

CUNIN Elisabeth, RINAUDO Christian, « Visites guidées et marketing de la différence à Cartagena de Indias (Colombie) », *Espaces et sociétés*, n° 135, 2008, p. 137-156

DOI : [10.3917/esp.135.0137](https://doi.org/10.3917/esp.135.0137)

FAVRE Henri, *L'indigénisme*, Paris, PUF, 1996.

FERRY Jean-Marc, « Question européenne et intégration nationale », in DIECKHOFF Alain, JAFFRELOT Christophe (dir.), *Repenser le nationalisme*, Paris, Presses de Science Po, 2006.

GARCIA-CANCLINI Nestor, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1990.

HOBBSBAWM Eric, « Introduction. Inventer des traditions », in HOBBSBAWM Eric, RANGER Terence (dir.), *L'invention de la tradition*, Paris, Éd. Amsterdam, 2006.

SMOUTS Marie-Claude, « La région comme nouvelle communauté imaginée ? », in LE GALÈS Pierre, LEQUESNE Christian (dir.), *Les paradoxes des régions en Europe*, Paris, La Découverte, 1997.

STONE Doris, *The Boruca of Costa Rica, Papers of the Peabody Museum of American Archeology and Ethnology*, Cambridge, 1949.

WHERRY Fred, « The nation-state, identity management, and indigenous crafts », *Ethnic and Racial Studies*, vol. 29, n° 1, 2006, p. 124-152.

Notes

1 L'anthropologue D. Z Stone, dans ses relevés de terrain de la fin des années 1940, rapporte que les masques utilisés lors de la « *fiesta de los diablitos* » n'ont pas de thème précis ou sont même plats, mis à part le masque du taureau et celui du « matador », composé de deux visages sur une même face.

2 Entretiens réalisés entre le 10 et le 18 janvier 2007 à Boruca, Puntarenas, Costa Rica. Les prénoms ont été modifiés.

3 Les exemples sont nombreux de traditionalisation, comme lorsque cette artisanne m'expliquait que son association n'utilisait que des teintures traditionnelles, depuis qu'une Hollandaise, à l'origine de la création de ce groupe, était venue leur montrer quelles boues utiliser pour faire ces teintures. D'autres exemples existent, comme dans l'article de J. Weil, 2001 « Un ecomuseo para San Vicente » *Herencia*, vol. 13, n° 1, p. 137-154 cité par Werrhy [2006, p. 140] qui explique comment des volontaires états-uniens des *Peace Corps* ont convaincu les artisans chorotegas, au nord-ouest du pays, d'orner leurs poteries de motifs précolombiens.

4 Voir à ce propos J. Fabian, 2006, « Le temps et les autres, comment l'anthropologie construit son objet », Toulouse, *Anarchasis*.

5 « Comunidad indígena abrió un espacio para exhibir su patrimonio », D. Díaz, *La Nación*, Costa Rica, 04/04/06. Repris sur le site de l'Institut Interamericano de Derechos Humanos (IDDH). <http://www.iidh.ed.cr/comunidades/Diversidades>.

6 Elle répartit ensuite la demande entre d'autres femmes en divisant les commandes.

7 Cette dernière vient du monde de la mode new-yorkaise.

8 Entretien le 15 décembre 2006, Boruca, Puntarenas, Costa Rica. Don Ismael est le frère de Yolanda.

9 « Buenas prácticas de gestión de turismo cultural », ministère espagnol de l'Industrie, du Tourisme et du Commerce, 2004.

10 Marie-Claude Smouts, *La région comme nouvelle communauté imaginée ?*, 1997.

11 <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric02a07.htm>, consulté le 15/05/07.

12 http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=20855&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, consulté le 15/05/07.

13 http://www.idrc.ca/en/ev-7301-201-1-DO_TOPIC.html, consulté le 15/05/07.

14 Ainsi la Commission européenne finance un programme d'appui à la société civile centraméricaine. Les penseurs de l'intégration européenne notent le risque d'un décalage « entre communauté morale [comme la communauté de croyances, d'attitudes, de schèmes de pensée, de valeurs partagées entre individus d'une même appartenance sociale historique ou culturelle] et communauté légale [comme le cadre d'applicabilité des mesures de politiques publiques applicables à la collectivité des ressortissants] » [Ferry, 2006, p. 384].

15 <http://www.sica.int/sica/principios.aspx?IdEnt=401>.

16 « Día de la Integración Centroamericana », brochure, SG-SICA, 2006.

17 Une organisation politique, étant par définition le fruit d'un choix, est nécessairement arbitraire, par opposition à l'« évidence » ou la « nature » qui ont pour fonction de construire les discours traditionalistes. Garcia-Canclini parle de la « naturalisation » de la barrière entre inclus et exclus ; pour la région imaginée du SICA, la présence de la République dominicaine et l'absence d'Haïti dans l'organisation constituent l'exemple d'un choix politique délibéré pour un territoire qui se veut un espace géographique intégré.

18 L'un des partenaires institutionnels de l'association culturelle, voir *supra*.

19 *Plan Estratégico Regional de Cultura 2005-2009*. CECC.

20 Garcia-Canclini note à ce propos que « beaucoup de musées reprennent le rôle qu'on leur donna au XIX^e siècle, quand ils furent ouverts au public, complétant l'école, pour définir, classer et conserver le patrimoine historique, relier les expressions symboliques

capables d'unifier les régions et les classes d'une nation, ordonner la continuité entre le passé et le présent, le propre et l'étranger. » [Garcia-Canclini, 1990, p. 166].

21 http://www.idrc.ca/en/ev-7301-201-1-DO_TOPIC.html.

22

<http://n42005.agendadelturismo.com/index.php?module=ContentExpress&func=display&cid=53&POSTNUKESID=eb811f4c81b911bd1946b1104ec5605b>, consulté le 07 mai 2007. Le site est « un portail centraméricain spécialement conçu pour l'exposition et la commercialisation de biens et de services touristiques pour les marchés européens. »

23 http://www.nacion.com/ln_ee/2006/julio/05/aldea4.html, consulté le 07 mai 2007.

24 « Exposición de máscaras centroamericanas 'Diablos' y 'animales' invadirán los museos del Banco Central », M. Molina Bustos, *La Prensa libre*, 3/09/05.

25 A. Bailly, *Dictionnaire grec-français*, 1950, Paris, Hachette, p. 308.

26 CCAD, Programme d'Action Régionale pour le Développement du Tourisme, 1996.

27 *Plan Estratégico Regional de Cultura 2005-2009*, CECC.

28 « Nous tentons d'inclure plus fortement la culture comme axe transversal et prioritaire dans le Système d'Intégration Centraméricain pour le tourisme comme pour les initiatives concernant l'amélioration du développement socioéconomique de la région... », Déclaration de San José, SICA, [Costa Rica, 2000].

29 <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric02a07.htm>, consulté le 15/05/07.

30 *Buenas prácticas de gestión de turismo cultural*, ministère espagnol de l'Industrie, du Tourisme et du Commerce, 2004.

[31](#) La Commission Centraméricaine pour l'Environnement et le Développement (CCAD) définit le Couloir Biologique Mésoaméricain comme « un espace géographique délimité qui fournit une connection entre des paysages, des écosystèmes et des habitats, naturels ou modifiés et assure le maintien de la diversité biologique et des processus écologiques et évolutifs », “Proyecto para la consolidación del Corredor Biológico Mesoamericano”, CCAD-PNUD/GEF, 2002.

[32](#) CCAD, Programme d'Action Régionale pour le Développement du Tourisme, 1996.

[33](#) *Buenas prácticas de gestión de turismo cultural*, ministère espagnol de l'Industrie, du Tourisme et du Commerce, 2004.

[34](#) Lors d'entretiens plus récents, j'ai appris que certaines espèces montrées aux artisans par les *designers* de l'association ne font pas partie du milieu naturel costaricien, même dans son état le plus préservé.

[35](#) Ces réflexions s'appuient sur la comparaison historique avec une autre période d'accélération des échanges et de formalisation de nouvelles unités politiques que furent les constructions nationales au XIX^e siècle. Les autochtones d'alors, les populations paysannes, virent leurs cultures réinventées par les *folkloristes*. Voir à ce propos Anne-Marie Thiesse, « Les identités nationales, un paradigme transnational », in A. Dieckhoff, C. Jaffrelot (dir.), *Repenser le nationalisme*, Paris, Presses de Science Po, 2006.

[36](#) Ainsi l'institution régionale a développé plusieurs routes touristiques entre les différents pays de la zone.

Pour citer cet article

Référence papier

Julien Laverdure, « « Mucho han caminado las mascararas » : l'artisanat boruca, les entrepreneurs culturels et la construction d'un patrimoine centraméricain », *Cahiers des Amériques latines*, 65 | 2010, 51-72.

Référence électronique

Julien Laverdure, « « Mucho han caminado las mascararas » : l'artisanat boruca, les entrepreneurs culturels et la construction d'un patrimoine centraméricain », *Cahiers des Amériques latines* [En ligne], 65 | 2010, mis en ligne le 31 janvier 2013, consulté le 12 septembre 2024. URL : <http://journals.openedition.org/cal/601> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cal.601>

Auteur

Julien Laverdure

Julien Laverdure prépare une thèse de doctorat à l'Institut des Hautes Études de l'Amérique latine (IHEAL — Sorbonne Nouvelle-Paris 3) et à l'École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), sous la co-direction de Christian Gros et Irène Bellier. Il étudie depuis plusieurs années la communauté autochtone Boruca du Costa Rica, en particulier son inclusion dans les réseaux internationaux du développement ou du tourisme. Il s'interroge sur les conséquences locales des valeurs positives attachées aux populations autochtones, dans le cadre de la globalisation des échanges. Ses recherches actuelles portent sur les acteurs intermédiaires de cette « glocalisation », qui contribuent aux recompositions identitaires et culturelles contemporaines. Il souhaite étudier les stratégies sociales et les pratiques de mise en tourisme de plusieurs communautés autochtones d'Amérique centrale.

Droits d'auteur

Le texte seul est utilisable sous licence [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.