

# Authenticité et hyperréalité : expérience touristique et fragmentation de l'espace dans le territoire de Macao

## AUTEUR <sup>1</sup>

Filomena SILVANO, Universidade Nova de Lisboa (Portugal)

## RÉSUMÉ

Focalisé sur l'étude de cas de Macao, cette communication essaie d'interpréter les relations complexes qui s'établissent entre les processus de construction/négociation des identités culturelles, les processus de touristification et les processus de transformation du territoire. Après la réintégration de Macao dans l'espace politique de la République populaire de Chine, des mécanismes d'objectification et de marchandisation d'éléments culturels constitutifs de l'identité ethnique des Macanéens – la communauté eurasiatique de Macao – ont été mis en œuvre pour donner naissance, en même temps, à une nouvelle identité culturelle du territoire et à une image de marque (*branding*) qui le place à l'intérieur du marché touristique global. Les dynamiques culturelles associées au tourisme intègrent des représentations qui convoquent, très souvent, les concepts d'*authenticité* et d'*hyperréalité*. Les territoires urbains devenus des pôles touristiques sont eux aussi souvent marqués par ces deux concepts. C'est, comme j'essaierai de montrer, le cas de Macao.

## MOTS CLÉS

Ethnicité, patrimoine, ville-globale, tourisme, culture matérielle

## ABSTRACT

Focused on a case study in Macao, this paper aims to interpret the complex relations between the processes of construction/negotiation of cultural identities, the processes of touristification and those of the transformation of the territory. In the wake of the reintegration of Macao in the Popular Republic of China's political sphere, several mechanisms of objectification and commoditization of cultural elements constitutive of Macaoians' identity –the Eurasian community of Macao– were set in place to give birth, simultaneously, to a new cultural identity of the territory and to a branding positioned within the global touristic market. The cultural dynamics associated with tourism combine representations that pertain to the concepts of authenticity and hyperreality. The urban territories that became touristic sites are themselves often shaped by these two concepts. This is what I will try to demonstrate in the case of Macao.

## KEYWORDS

Ethnicity, material culture, tourism, heritage, global-city

## INTRODUCTION – UNE IDENTITÉ POST-POSTCOLONIALE

La réintégration de Macao à la Chine a eu lieu à la fin du XX<sup>e</sup> siècle : la déclaration conjointe qui a déterminé le futur de Macao a été signée par la Chine et le Portugal le 15 janvier 1988 et, en décembre 1999, le Territoire a été inclus avec un statut spécial – Région

---

<sup>1</sup> Le travail de terrain sous-jacent à ce texte a été réalisé dans le cadre du tournage des documentaires de João Pedro Rodrigues et João Rui Guerra da Mata : « Alvorada Vermelha » et « A última vez que vi Macao », Blackmaria, 2011, 2012.

Administrative Spéciale de la République populaire de Chine (RAE) – à la République populaire de Chine (RPC). Après son retour politique au sein du territoire chinois, Macao a subi un processus de transformation démographique et économique fulgurant, présentant aujourd'hui le plus grand indice d'occupation par mètre carré du monde (population à laquelle il faut encore rajouter les 555 000 touristes qui circulent, suivant les estimations, chaque jour dans la ville) et aussi un des plus grands indices de croissance économique. Cette croissance est le résultat de l'activité touristique pour le moment très dépendante des casinos, mais elle est déjà soumise à des plans de diversification qui doivent renforcer le tourisme de loisir, le tourisme de divertissement et le tourisme culturel. Le territoire fait partie d'une région plus vaste, celle du Delta de la Rivière des Perles, qui comprend aussi Hong Kong et la province de Guangdong. Configurant la troisième aire métropolitaine du monde et étant considérée comme la région la plus dynamique de la Chine, le Delta de la Rivière des Perles va subir un plan de développement conjoint, dont le concept touristique serait, selon la formule du journaliste Luis Pereira : « Aller faire du shopping à Hong Kong, visiter le patrimoine de l'humanité à Macao et voir le panda du Sichuan ! » (Pereira, 2006).

Au début du XX<sup>e</sup> siècle, les habitants de Macao – d'ethnie chinoise, dans leur majorité, mais aussi macanéenne et portugaise – ne savaient pas encore quel genre de transformation le territoire allait subir. Dans des proportions différentes de celles qui organisaient la population avant 1999, les trois groupes ethniques ont maintenu, au moment de la réintégration, leur présence dans le territoire, et la question de la construction d'un discours identitaire les concernait tous bien que de façon différente. Vu que les Chinois de Macao correspondaient à la majorité de la population, l'inclusion de leur histoire dans le récit plus vaste de l'Histoire chinoise pouvait être conçue comme le choix le plus évident ; mais, comme le signale Wai-man Lam (2010), l'option a été différente.

Pendant la période d'administration portugaise, Macao n'avait pas les conditions, ni objectives ni symboliques, pour qu'un discours identitaire unifié s'impose. Les différentes communautés qui vivaient sur le territoire – Chinois de Macao, Macanéens, autres Asiatiques et Portugais – possédaient des patrimoines culturels différents et avaient des formes très différenciées d'accès aux capitaux culturels, sociaux et économiques. Dans ce contexte, une de ces communautés – les Macanéens – a mis en œuvre un processus d'ethnisation (Barth, 1969 ; Eriksen, 1993) qui lui a permis de gérer les ambivalences qui découlaient de sa position – toujours entre deux – dans la société locale. La base des éléments constitutifs de cette identité ethnique a de multiples références : portugaise, chinoise et/ou indo-asiatique (Cabral, 2002). Dans une version minimaliste, on peut dire que les Macanéens sont des personnes nées à Macao, mais qui possèdent une double origine : portugaise et asiatique. Composée à partir de références multiples, l'identité des Macanéens peut, à chaque moment, convoquer les éléments de chacune des cultures de référence qui lui sont stratégiquement les plus utiles.

Or, le nouveau gouvernement de Macao est allé chercher, à l'intérieur des composantes de l'identité macanéenne, des éléments culturels qui ont assumé une position significative dans le discours identitaire du territoire (le discours qui doit, nécessairement, impliquer tous les habitants de la Région Spéciale de Macao). Dans une situation politique qui correspond à une réintégration à un État préexistant, la question qui se pose n'est pas celle, récurrente dans les situations postcoloniales, de la création d'une identité qui donne naissance à un nouvel État, mais celle de la création d'une identité que doit se forger une

région qui, à l'intérieur d'un vieil État, possède un statut spécial (et donc une identité particulière). Selon Wai-man Lam (2010), « l'hybridisme » a été stratégiquement convoqué par les autorités politiques portugaises et il a été, postérieurement, aussi convoqué par les nouvelles autorités politiques : la double référence de l'identité de départ sert, d'une part, à maintenir la réintégration du territoire dans la Grande Chine – Macao possède une culture chinoise – et, d'autre part, à souligner l'affirmation de sa spécificité – Macao se veut ouverte sur d'autres cultures. Elle se conforme aussi très bien avec la logique nationale « d'un pays, deux systèmes ».

## **1. LE « PATRIMOINE MONDIAL » ET L'AUTHENTIFICATION D'UNE (CERTAINE) IDÉE DE L'HISTOIRE**

La culture matérielle a toujours été convoquée par les processus de construction des identités collectives, notamment des identités nationales (Handler, 1988). La construction du concept de patrimoine intègre cette même démarche : le patrimoine correspond aux éléments d'une culture choisis pour dire les origines d'une nation, d'un territoire ou même d'une ville. Il est évident que, lorsqu'on parle de patrimoine, on parle aussi de représentativité sociale : les choses qui représentent le passé – édifices, monuments, objets, rituels ou récits – sont toujours la propriété culturelle de groupes qui bénéficient de la valorisation symbolique qui résulte du mécanisme de patrimonialisation (Silvano, 2013).

En juillet 2005, le centre historique de Macao a été inscrit « site du patrimoine mondial » et son réaménagement a été intégré à la stratégie identitaire du gouvernement de Macao. Constitué par un ensemble de bâtiments d'origine, pour la plupart portugaise mais aussi chinoise, il permet – en association avec un réseau d'une vingtaine de petits musées – d'authentifier (et d'objectifier) l'idée du multiculturalisme cosmopolite de Macao. La mise en exposition du patrimoine a impliqué un long travail de transformation/réaménagement urbain, qui a été engagé par l'administration portugaise et poursuivi par le nouveau gouvernement de Macao.

Comme ce fut le cas un peu partout dans le monde, le centre de Macao, en devenant patrimoine, a été aussi soumis à un processus de marchandisation généralisé. Les monuments ont été restaurés et les édifices rénovés. En parallèle, quelques produits gastronomiques ont été soumis à un processus d'authentification et de marchandisation (Warnier et Rosselin, 1996). Cette dynamique, soutenue par la création d'un cadre urbain qui renvoie aux concepts d'authenticité et de nostalgie (« heritage industry », Urry, 1990), s'intègre à une filière plus cosmopolite marquée par l'arrivée de marques globales comme Starbucks, Haagen Dazs, McDonald's, Body Shop et Calvin Klein (entre autres), qui se sont aussi installées dans les anciens édifices désormais rénovés. Le centre de Macao reproduit ainsi une logique de développement urbain qui transforme la culture en une marchandise placée à l'intérieur d'un processus d'investissement complexe (Zukin, 2009).

Le centre historique de Macao permet la recréation d'un style de vie (Simpson, 2008) – dont les origines se trouvent dans les classes moyennes nées du capitalisme global – très axé sur la consommation et les composantes esthétiques de l'identité. À côté des marques globales, cet espace a vu aussi arriver des marques chinoises (la chaîne de cafés E.S. Kimo, les vêtements Giordano's et Mini Che, par exemple), qui comprend, dans une logique globale, des éléments stylistiques plus locaux. Si l'on peut dire que l'existence du centre historique de Macao est indissociable du phénomène touristique

global, il est aussi vrai qu'il est devenu un espace où la nouvelle classe moyenne de Macao donne naissance à ses nouveaux styles de vie, ce qui le transforme en un véritable espace de construction des identités locales. Les composantes de l'identité des Macanéens intégrées par le pouvoir au nouveau récit identitaire de Macao sont probablement celles que la nouvelle classe moyenne – qui comprend aussi des Macanéens – reconnaît comme étant les siennes. Fréquenter l'espace du centre-ville signifie ainsi, pour les jeunes de Macao, vivre un espace qui objectifie leur représentation de l'histoire et, donc, leurs propres identités, aujourd'hui voulues comme cosmopolites.

Mais un espace classé « patrimoine mondial » est aussi, par définition, un espace du monde, un espace dont la vocation première est de montrer la culture de ceux qui l'habitent à ceux qui le visitent. L'option identitaire de Macao est donc clairement conçue à l'intérieur d'un processus de communication avec l'extérieur : la ville se pense elle-même en même temps qu'elle s'expose aux autres. Vu le contexte d'insertion géographique de Macao, la démarche d'objectification (et de marchandisation) de l'histoire coloniale se traduit, finalement, par la construction d'une image « exotique » du territoire. Ce qui est vécu par les habitants comme une composante identitaire se transforme, pour les touristes venus, pour la plupart, du reste de la Chine, en une mise en scène de l'étrangeté européenne. La recherche de l'étrangeté présente depuis le début dans la pratique du tourisme semble encore apparaître ici : Macao, qui a été « l'Orient » des Portugais, est devenue dans ce nouveau contexte « l'Occident » des Chinois.

## **2. LES CASINOS ET L'ÉMERGENCE D'UN ESPACE HYPERRÉEL**

Le vieux Casino Lisboa se situe à quelques pas de la place du Leal Senado, le cœur du centre historique de Macao. On y retrouve dans ses environs immédiats la Banque de Chine et le Casino Grand Lisboa. Les autres casinos, déjà construits dans le cadre des nouvelles licences données notamment aux entreprises de Las Vegas (après 2002), sont distribués dans des zones récemment aménagées pour recevoir d'immenses structures qui intègrent des casinos, des centres commerciaux, des hôtels, des spas... Loin du vieux centre <sup>2</sup>, les nouveaux casinos sont construits sur des terres-pleins conquis sur la mer. Ils surgissent là où il n'y avait rien, dans des espaces sans passé et sans mémoire.

Les parcs thématiques font partie d'une logique de production du réel qui a été identifiée par Baudrillard (1986) – celle de l'hyperréalité – et qui a été, postérieurement, travaillée par d'autres auteurs. Dans la perspective vitaliste de Baudrillard, ces espaces possèdent une énergie particulière dont l'origine est dans le simulacre : quand ils reconstruisent un espace, les parcs thématiques le fétichisent, de telle façon que l'expérience de l'espace ainsi vécue est « meilleure » que celle de l'espace réel. Cette proposition s'applique particulièrement bien à l'expérience touristique de la ville de Macao.

Le centre historique est perçu par les touristes asiatiques comme un parcours marqué par une série d'événements architecturaux : une place, des églises, un théâtre, quelques autres édifices... L'espace dans son ensemble, qui a reçu la classification de « patrimoine mondial », n'est pas perçu comme tel. La logique du fragmenté est plus proche du vécu spatial des touristes que celle, beaucoup plus complexe, de la perception du tout (où la conscience de l'Histoire est, nécessairement, aussi plus complexe). Les dessinateurs

<sup>2</sup> Le territoire occupe seulement 28,2 km<sup>2</sup> – « loin » veut ainsi dire qu'il s'agit d'un emplacement nouveau et qu'il faut traverser un pont pour y accéder à partir du centre.

des parcs thématiques ont très bien compris cela et, en conséquence, ils conçoivent des espaces qui sont un assemblage de fragments. En reproduisant cette même logique, deux casinos – le Vénitien et le MGM – présentent l'espace urbain européen à partir d'une logique fragmentaire : le premier reproduit à grande échelle, mais toujours dans une logique de superposition des fragments, la ville de Venise, et le deuxième, à l'intérieur et dans la même logique fragmentaire, reproduit la ville de Lisbonne et ses alentours.

À Macao, ce sont surtout les casinos qui attirent les touristes – c'est l'ensemble de casinos le plus lucratif du monde – mais le fait est que le patrimoine s'articule très bien avec eux dans la construction d'une réalité – ou d'une hyperréalité ? – qui est vécue par les touristes comme un ensemble de même nature : se promener dans une gondole vénitienne à l'intérieur d'un espace où la nuit ne tombe jamais, ou se promener la nuit dans un centre historique devenu, grâce aux lumières, fantasmagorique, devient une expérience unique où la question de ce qui est le plus réel n'a plus de sens. L'opposition, déjà classique, entre le « touriste moderne » – qui cherche l'authenticité et croit à la vérité de l'autre – et le « post-touriste » – qui accepte le simulacre parce qu'il a compris que cela a toujours fait partie de l'expérience recherchée (Graburn, 1995) – est inadéquate dans le cas de Macao. Les autorités de Macao ont su associer le discours identitaire du territoire à un travail de *branding* assez efficace. D'abord, la marque « Macao » intègre le discours multiculturel associé au processus de patrimonialisation de l'espace urbain et à la muséification de la culture : Macao se présente comme le lieu où les touristes asiatiques peuvent connaître la culture européenne. Ensuite, la marque associe cette présence culturelle étrange à une possibilité d'expérience qui intègre le jeu et le simulacre. L'hybridisme macanéen, marqué par le sens du voyage et de l'ouverture à l'autre, s'est très bien associé au cosmopolitisme du nouveau capitalisme pour donner naissance à un territoire qui veut se placer au centre des nouveaux flux touristiques.

## CONCLUSION

La vieille ville de Macao n'est plus reconnaissable par ceux qui l'ont abandonnée il y a deux ou trois décennies. À chaque promenade dans la ville, les traces de la mémoire sont bouleversées par la confrontation avec des changements qui sont toujours le résultat d'interventions brutales. La facilité, et même la démagogie, que l'on peut identifier dans les discours de ceux qui affirment que « même le centre historique est devenu un Disneyland » ne cachent pas la pertinence amère de leurs paroles. Comme toutes les villes, Macao est, pour les personnes qui l'habitent, un espace vécu et intégré. Pour la jeune génération, le nouveau Macao représente leur possibilité de vivre différemment en Chine. Mais comme la ville est devenue aussi un centre touristique global, elle souffre des conséquences de la nature des interventions auxquelles elle a été soumise : la progressive destruction de l'ancien espace urbain, la construction immobilière à grande échelle et la transformation de quelques fragments de la ville en patrimoine mondial. Celles-ci sont un phénomène d'ensemble qui donne forme à un espace nouveau, produit par le capitalisme global et qui a besoin, pour être compris, de nouvelles formulations conceptuelles.

## NOTE FINALE – QUELQUES PROPOSITIONS (BONNES À PENSER)

Gottdiener (2013) propose la notion de *multicentered metro region* (MMR), qui nous permet de penser l'existence de Macao à l'intérieur du Delta de la Rivière des Perles, et Tim Simpson (2012) celle de *tourist utopias*. Dans les deux cas, les auteurs accentuent le contexte post-industriel du développement de ces villes, aussi bien que le rôle

des grandes corporations et des banques internationales en tant qu'instances de définition d'un territoire rempli d'une architecture saturée de sens et où l'opposition intérieur/extérieur est brisée en même temps que l'espace public est privatisé. Pour le cas des « utopies touristiques », il faut encore incorporer quelques particularités : une morphologie de juxtaposition (eau/terre) et un régime d'exception juridique et politique associé à un rapport avec un État puissant, la consommation de loisirs comme facteur économique déterminant (que subsume la production) et la possibilité de déplacement de personnes à grande échelle (les touristes aussi bien que les travailleurs).

## RÉFÉRENCES

- Barth F., 1969, *Ethnic groups and boundaries: the social organization of culture difference*, Bergen/Oslo, Universitetsforlaget.
- Baudrillard J., 1986, *Amérique*, Paris, Bernard Grasset.
- Cabral J., 2002, *Between China and Europe: Person, Culture and Emotion in Macao*, London-New York, Continuum.
- Eriksen T., 2000, "Ethnicity and Culture: A Second Look", in Bendix R., Roodenburg H. (dir.), *Managing Ethnicity. Perspectives from Folklore Studies, History and Anthropology*, Amsterdam, Het Spinhuis, pp.185-205.
- Gottdiener M., 2013, "The new form of urban space and its architecture", in Santos P. M., Seixas P. C. (dir.), *Globalization and Metropolization. Perspectives in Europe's West Coast*, Berkeley, Institute of Governmental Studies, University of California.
- Graburn N., 1995, "Tourism, Modernity and Nostalgia", in Ahmed A., Shore C. (dir.), *The Future of Anthropology: Its Relevance to the Contemporary World*, Atlantic Highlands, NJ, Athalone Press – London, University of London, pp.158-178.
- Handler R., 1988, *Nationalism and the Politics of Culture in Quebec*, Madison, The Wisconsin University Press.
- Lam W., 2010, "Promoting Hybridity: The Politics of the New Macau Identity", *The China Quarterly*, vol. 203, pp. 656-674.
- Silvano F., 2013, "Territory, Heritage and political struggle", in Santos P. M., Seixas, P. C. (dir.), *Globalization and Metropolization. Perspectives in Europe's West Coast*, Berkeley, Institute of Governmental Studies, University of California.
- Silvano F., « Musées et casinos dans une ville "Patrimoine Mondial" : authenticité et hyperréalité, deux formes culturelles de l'espace urbain de Macao », in actes du colloque *Nouveaux musées, nouvelles ères urbaines, nouvelles mobilités touristiques*, EIREST, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne [à paraître].
- Simpson T., 2008, "The commercialization of Macau's cafés", *Ethnography*, Sage, vol. 9, n° 2, pp.197-234.
- Simpson T., 2012, "Tourist Utopias: Las Vegas, Dubai, Macau", Asia Research Institute, Working Paper series n° 177.
- Urry J., 1990, *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*, London, Sage.
- Warnier J., Rosselin C., 1996, *Authentifier la marchandise*, Paris, L'Harmattan.
- Zukin S., 2009, *Naked City, The Death and Life of Authentic Urban Places*, Oxford University Press.

## L'AUTEUR

**Filomena Silvano**

Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA)

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas

Universidade Nova de Lisboa

fsilvano@fcsh.unl.pt