

Appel à projet international - partenariat stratégique :

(Sorbonne Université (SU), France - Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Mexique.

PROJET DE RECHERCHE

Profil de la candidate : PEÑA ANGELES Andrea

Master Sciences sociales de l'Amérique latine - Institut des Hauts Études de l'Amérique latine (IHEAL) Sorbonne Nouvelle (Paris 3) : 2022-2024

Master Tourisme Culturel - Sorbonne Nouvelle (Paris 3) : 2020-2022

Licence Lettres modernes (Littérature française) Faculté de Philosophie et Lettres, UNAM : 2015-2019
andrea.pena-angeles@sorbonne-nouvelle.fr

Mots clés : Imaginaires touristiques, exotisme, identité/authenticité, co-construction territoriale, mise en scène territoriale, tourisme, Mexique, patrimoine, Fridamania, réputation.

Sujet

Voyage au Mexique :

Exploration de l'imaginaire touristique français entre fascination exotique et quête d'authenticité.

Contexte du projet :

Le Mexique - pays d'Amérique latine qui accueille le plus grand nombre de touristes internationaux¹ - offre au voyageur une mosaïque d'éléments historiques, patrimoniaux et paysagers tous autant attractifs. Selon les enquêtes consultées (Vanguardia, 2018 ; Business France, 2022)², les statistiques montrent que les Français voyageant au Mexique continuent majoritairement à rechercher l'exotisme (plages des Caraïbes). Ils visitent aussi les différents sites archéologiques préhispaniques des Aztèques et des Mayas, ainsi que les villes et villages à l'architecture coloniale, éléments phares du patrimoine culturel mexicain. Plus récemment, on trouve une forte vague de touristes intéressés par l'idée de s'approcher des communautés autochtones en cherchant des expériences touristiques authentiques, alimentant les travaux récents sur le tourisme hors des sentiers battus³ et l'articulation entre ordinaire et extraordinaire⁴. Enfin, à Mexico (souvent la première étape du voyage en raison de l'arrivée à l'aéroport), les touristes français manifestent un intérêt de plus en plus grand pour la visite du musée Frida-Kahlo, situé dans le quartier de Coyoacan.

À partir de ce contexte, cette recherche se focalise sur l'analyse de l'imaginaire touristique, permettant d'alimenter la question de la réputation⁵ des lieux encore peu analysée en géographie.

L'imaginaire touristique correspond à l'assemblage des images, représentations, stéréotypes et attentes que l'on peut recueillir sur un lieu touristique, avant, durant et après le voyage. Il représente donc un objet transitionnel pour appréhender l'inconnu qui est en lien avec les lieux, les pratiques et les acteurs

¹ En 2023 on compte l'arrivée de 42.15 millions de touristes étrangers, chiffre qui met le pays en sixième position du ranking mondial du tourisme. Institut National de Géographie et Statistique
<https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=8866>

² Vanguardia (2018). *México*. <https://vanguardia.com.mx/dinero/el-turismo-frances-en-mexico-DNVG3368487>
DIAZ BECERRA, A. (2022). "¿Qué busca el turista de Francia en México?" *La agencia de viajes México*.
<https://mexico.ladevi.info/francia/que-busca-el-turista-francia-mexico-n43724>

³ DELAPLACE, M. & GRAVARI-BARBAS, M. (2017). *Nouveaux territoires touristiques. Invention, reconfigurations, repositionnement*. Coll. « Tourisme », Presses de l'université du Québec.

⁴ COMINELLI, F., FAGNONI, E. & JACQUOT, S. (2018). *Les espaces du tourisme et des loisirs : entre ordinaire et extraordinaire*. *Bulletin de l'Association de Géographes Français (BAGF)*, numéro thématique 95-4.

⁵ CHAUVIN, P-M. (2013). « La sociologie des réputations : Une définition et cinq questions ». *Communications*, vol. 93 n°2, p. 131-145. <https://doi.org/10.3917/commu.093.0131>

touristiques⁶.

Une analyse préparatoire (cursus master) rend compte du processus de (re)configuration de l'imaginaire touristique mexicain. L'observation a permis de suivre l'immersion progressive du touriste dans la destination, de saisir les stéréotypes culturels influençant majoritairement l'imaginaire d'avant-voyage et sa transformation sur place. Une des représentations émanant de cette étude et qui retient désormais notre attention est le rôle devenu iconique de l'artiste Frida Kahlo⁷. Dans les dernières années, la peintre mexicaine, légendaire du XX^e siècle, acquiert une notoriété qui transcende les frontières jusqu'à déclencher un phénomène à résonance mondiale, la « Fridomania »⁸. Cette nouvelle image iconique et patrimoniale devenant image marketing « circulante » est-elle en train de nourrir de nouvelles représentations ?

Objectif scientifique :

L'image touristique évolutive du Mexique devient un objet d'étude en soi à approfondir, support de ce projet de thèse. La notion d'exotisme⁹ comme discours subjectif largement développée en géographie sera confrontée à la mise en scène de l'identité voire l'authenticité touristique étudiée notamment en anthropologie¹⁰. L'intérêt scientifique portera sur l'analyse de l'imbrication du regard exotique des touristes et la **re**création de l'authenticité par les acteurs locaux. Nous cherchons spécifiquement à comprendre les tensions générées par cette rencontre ainsi que les constructions de sens et formes de cohabitation qui existent à la fois pour les touristes et les habitants. Une attention particulière sera accordée à l'image de Frida Kahlo afin d'analyser dans quelle mesure elle pourrait représenter une nouvelle forme d'« exotisme » en tant que figure iconique de vulgarisation internationale.

Terrains d'étude :

L'étude du tourisme français au Mexique sera envisagée selon une ethnographie touristique multi-située. Dans un premier temps, celle-ci sera réalisée dans le quartier de Coyoacan à Mexico. C'est ainsi que l'on pourra obtenir un premier modèle d'imaginaires touristiques à partir d'un contexte urbain/métropolitain. Ce premier modèle pourra être comparé au tourisme communautaire/balnéaire à Oaxaca, région se distinguant par une récente croissance touristique d'offres alternatives au tourisme de masse, attirant de plus en plus le public européen.

Justification de l'approche scientifique :

Ce projet de recherche a la caractéristique d'être interdisciplinaire. Il s'inscrit dans les études du tourisme avec une approche géographique et socio-anthropologique, abordant notamment le processus de cohabitation et co-construction territoriales, dans la perspective de revisiter l'Altérité et de mesurer quanti et qualitativement la réputation des lieux. Enfin, ce projet revêt un caractère interculturel, car le choix des terrains d'étude et des sujets-acteurs se rencontrent à travers l'objet tourisme proposant de nouvelles façons d'habiter le monde.

⁶ AMIROU, R. (1995). *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*. Paris : Presses Universitaires de France.

FAGNONI, E (2017). *Les espaces du tourisme et des loisirs*. Paris : Armand Colin.

GRABURN, N. & GRAVARI-BARBAS, M. (2012). « Imaginaires touristiques », *Via*, n°1, DOI:10.4000/viatourism.1178

⁷ Connue lors son accident dévastateur, Frida Kahlo (1907-1954) est aujourd'hui une icône populaire, représentée à l'international à travers des expositions comme « Frida Kahlo au-delà des apparences » présentée à Paris (15 septembre 2022 - 5 mars 2023) au Palais Galliera.

⁸ LAHALLE, M. (2019). « La Fridomania, ou comment l'artiste Frida Kahlo est devenue un carton marketing ». *Figaro*. <https://lefigaro.fr/societe/frida-kahlo-fridomania-artiste-peintre-feministe-devenue-produit-marketing-190618-149199>

⁹ STASZAK, J-F. (2008). « Qu'est-ce que l'exotisme ? ». *Le Globe. Revue genevoise de géographie*, n°148, p.7-30.

¹⁰ COUSIN, S. (2011). « Authenticité et tourisme ». *Les cahiers du musée des confluences*, vol. 8 n° L'authenticité p.59-66
OEHMICHEN BAZÁN, C. (2021). « El turismo recreativo en la Ciudad de México: perspectivas post-Covid-19 », *Kultur* vol. 8 n°15 p. 123-142.