



UNIL | Université de Lausanne

Unicentre

CH-1015 Lausanne

<http://serval.unil.ch>

---

*Year : 2019*

Tisser la valeur au quotidien. Une cartographie de l'interaction  
entre humains et textiles andins dans la région de Cusco à  
l'heure du tourisme du XXI<sup>e</sup> siècle.

Terry Cristian

Terry Cristian, 2019, Tisser la valeur au quotidien. Une cartographie de l'interaction entre humains et textiles andins dans la région de Cusco à l'heure du tourisme du XXI<sup>e</sup> siècle.

Originally published at : Thesis, University of Lausanne

Posted at the University of Lausanne Open Archive <http://serval.unil.ch>

Document URN : urn:nbn:ch:serval-BIB\_61191E6710280

### **Droits d'auteur**

L'Université de Lausanne attire expressément l'attention des utilisateurs sur le fait que tous les documents publiés dans l'Archive SERVAL sont protégés par le droit d'auteur, conformément à la loi fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins (LDA). A ce titre, il est indispensable d'obtenir le consentement préalable de l'auteur et/ou de l'éditeur avant toute utilisation d'une oeuvre ou d'une partie d'une oeuvre ne relevant pas d'une utilisation à des fins personnelles au sens de la LDA (art. 19, al. 1 lettre a). A défaut, tout contrevenant s'expose aux sanctions prévues par cette loi. Nous déclinons toute responsabilité en la matière.

### **Copyright**

The University of Lausanne expressly draws the attention of users to the fact that all documents published in the SERVAL Archive are protected by copyright in accordance with federal law on copyright and similar rights (LDA). Accordingly it is indispensable to obtain prior consent from the author and/or publisher before any use of a work or part of a work for purposes other than personal use within the meaning of LDA (art. 19, para. 1 letter a). Failure to do so will expose offenders to the sanctions laid down by this law. We accept no liability in this respect.

FACULTÉ DES SCIENCES SOCIALES ET POLITIQUES

INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES

## **Tisser la valeur au quotidien**

### **Une cartographie de l'interaction entre humains et textiles andins dans la région de Cusco à l'heure du tourisme du XXI<sup>e</sup> siècle**

THÈSE DE DOCTORAT

Présentée à la faculté des sciences sociales et politiques  
de l'Université de Lausanne

pour l'obtention du grade de  
Docteur ès sciences sociales

par

Cristian Terry Galiano

Directeur de thèse

Professeure Irene Maffi

Jury

Maître de conférences Geremia Cometti (Université de Strasbourg, France)

Professeur Jordi Gascón (Université de Leida, Espagne)

Professeur Dominique Vinck (Université de Lausanne)

LAUSANNE

2019



FACULTÉ DES SCIENCES SOCIALES ET POLITIQUES

INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES

## **Tisser la valeur au quotidien**

### **Une cartographie de l'interaction entre humains et textiles andins dans la région de Cusco à l'heure du tourisme du XXI<sup>e</sup> siècle**

THÈSE DE DOCTORAT

Présentée à la faculté des sciences sociales et politiques  
de l'Université de Lausanne

pour l'obtention du grade de  
Docteur ès sciences sociales

par

Cristian Terry Galiano

Directeur de thèse

Professeure Irene Maffi

Jury

Maître de conférences Geremia Cometti (Université de Strasbourg, France)

Professeur Jordi Gascón (Université de Leida, Espagne)

Professeur Dominique Vinck (Université de Lausanne)

LAUSANNE

2019



UNIL | Université de Lausanne

Faculté des sciences  
sociales et politiques

### IMPRIMATUR

Le Décanat de la Faculté des sciences sociales et politiques de l'Université de Lausanne, au nom du Conseil et sur proposition d'un jury formé des professeurs

- Irene MAFFI, directrice de thèse, Professeure à l'Université de Lausanne
- Geremia COMETTI, Maître de conférences à l'Université de Strasbourg
- Jordi GASCÓN, Professeur à l'Université de Lleida
- Dominique VINCK, Professeur à l'Université de Lausanne

autorise, sans se prononcer sur les opinions du candidat, l'impression de la thèse de Monsieur Cristian TERRY, intitulée :

**« Tisser la valeur au quotidien. Une cartographie de l'interaction entre humains et textiles andins dans la région de Cusco à l'heure du tourisme du XXI<sup>e</sup> siècle »**

Jean-Philippe LERESCHE  
Doyen

Lausanne, le 28 mai 2019

## Résumé

*Quelle est la valeur des textiles andins à l'heure actuelle ?* Mon travail de thèse cherche à y répondre à partir d'une étude de terrain ethnographique de longue durée (plusieurs séjours entre 2014-2018) dans la région de Cusco (Andes péruviennes) et d'une approche auto-ethnographique et phénoménologique. Ce travail montre le caractère complexe et dynamique des multiples valeurs qu'endossent les textiles andins et qui sont variables selon l'endroit, la situation et la personne. Promus, vendus, achetés et utilisés à des occasions diverses, ils revêtent une pluralité de valeurs dans la vie de tous les jours, dont le tourisme fait partie intégrante, dans une région où il est omniprésent et où les textiles andins participent à la construction de l'expérience touristique et deviennent des souvenirs de voyage.

Loin de se limiter à la valeur d'usage des textiles au sein des communautés andines – ce qui a caractérisé une bonne partie de la littérature sur cet objet –, mon étude s'intéresse aussi aux populations urbaines et aux touristes qui les achètent et les utilisent dans leur quotidien, y compris au-delà des Andes. Elle s'intéresse également à leur valeur d'échange, notamment au sein du marché touristique. Par là, mon travail élabore une cartographie élargie des valeurs des textiles andins au XXI<sup>e</sup> siècle, à partir des différents regards des actrices et des acteurs concernés et de leurs interactions avec la matérialité textile dans divers espaces et événements ; le terme « interaction » étant compris comme une inter-*action*, un acte co-participatif entre humains et objets textiles. C'est dans ces inter-actions qu'il faut comprendre l'idée de *tisser la valeur au quotidien*. La valeur tissée par les personnes avec la matérialité textile prend différentes formes à travers des actions d'ordre utilitaire, esthétique, (socio-) économique, politique, patrimonial, identitaire et culturel, mais également d'ordre cognitif, sensoriel, voire émotionnel ; valeurs qui ne sont pas nécessairement exclusives, mais peuvent être mobilisées simultanément, de façon collective ou individuelle, souvent inscrites dans des processus de « *valuations* ».

Par son intérêt sur la valeur et sa relation avec la matérialité et l'action, cette étude entend contribuer aux études sociologiques et anthropologiques sur la valeur et aux *Valuations Studies*. Elle invite aussi à voir *autrement* les textiles andins, d'une façon pragmatique, proche de la matérialité des objets elle-même, de manière à se distinguer des approches structuraliste et sémiotique proposées par d'autres travaux. Cette invitation comprend le fait de tenir compte des nouvelles formes matérielles des textiles andins, parfois hybrides et/ou industrielles, et de leur caractère multi-situé, dans les Andes et ailleurs.

## Abstract

*What is the current value of Andean textiles?* My PhD work seeks to answer this question based on a long-term ethnographic field study (several stays between 2014-2018) in the Cusco region (Peruvian Andes), and an auto-ethnographic and phenomenological approach. This work shows the complex and dynamic character of the multiple values that arise from Andean textiles, and how they vary according to the place, the situation and the person. Promoted, sold, bought, and used on various occasions, these textiles have a plurality of values in everyday life, of which tourism is an integral part. This takes place in a region where tourism is omnipresent, and where Andean textiles participate in the construction of the tourist experience and become souvenirs.

This work is not only limited to the use value of Andean textiles in the Andean communities, which has characterized much of the literature on this subject. My study also focuses on the urban populations and the tourists who buy and use textiles in their daily life, which goes beyond the Andes. My study is also interested in their exchange value, particularly within the tourist market. In this way, my work develops an enlarged mapping of the Andean textiles' values in the 21<sup>st</sup> century, based on the different perspectives from the concerned actors and their interactions *with* textile materiality in various spaces and events. Here, the term "interaction" is understood as an inter-*action*, or a co-participatory act between humans and textile objects. It is in these inter-actions that we must understand the idea of *weaving value on a daily basis*. The woven value that is enacted by people with textile materiality can take different forms, and can be through utilitarian, aesthetic, (socio) economic, political, patrimonial, identity and cultural actions, but also through cognitive, sensory, even emotional actions. These values are not necessarily exclusive, and can be mobilized simultaneously, collectively or individually, and are often enrolled in valuation processes.

Through its interest in value and its relation to materiality and action, this study aims to contribute to sociological and anthropological works on value and *Valuation Studies*. It invites us to look at Andean textiles differently, in a way that is both pragmatic and close to the materiality of the objects itself, so as to distinguish itself from the structuralist and semiotic approaches proposed by other works. This invitation includes taking the new material forms of Andean textiles into account, sometimes hybrid- and/or industrial-made, and their character that can be found in multiple locations, both within and outside of the Andes.



# TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS .....	9
ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS .....	11
AVANT-PROPOS.....	13

## FILAGE

Entrée en matière.....	17
Une précieuse rencontre .....	17
Pourquoi je vous raconte cette histoire ? .....	24
La valeur des textiles andins.....	26
Approches théoriques sur la valeur .....	30
La notion de valeur en sciences sociales : de Marx aux <i>Valuations Studies</i> .....	30
Vers une anthropologie de la valeur dans l'action .....	35
Vers une ANThropologie de l'action avec les objets .....	37
Les études sur les textiles andins contemporains et leurs valeurs.....	44
<i>Trois courants théoriques : de la valeur d'usage à la valeur d'échange</i> .....	44
<i>De la valeur d'échange à une pluralité de valeurs des textiles andins</i> .....	49
<i>De la valeur chez les comuneros à une cartographie élargie des valeurs</i> .....	51
<i>Pour une approche pragmatique des textiles andins</i> .....	52
<i>Problématique et questionnement sur l'objet d'étude</i> .....	54
Concepts et terminologie .....	55
<i>Indiens vs paysans vs comunero</i> .....	55
<i>Arte ou artesanía ? : l'art-isanat textile</i> .....	57
<i>Le quotidien local-touristique</i> .....	60
<i>Les touristes : revisiter une catégorie répudiée</i> .....	64
<i>Tradition, authenticité, identité : perspective et dynamique du point de vue des acteur-e-s</i> .....	66
Tradition et authenticité .....	66
Identité : « ethnicité marchande », « filiation inversée » et « (néo-)incaïsme » .....	69
Méthodologie et écriture .....	71
<i>Un terrain (devenu) « multi-situé »</i> .....	71
<i>Des méthodes « classiques »</i> .....	78
Entretiens et conversations .....	78
Observation(-participante) : les différentes facettes de l'anthropologue .....	79
Entre anthropologue-autochtone et anthropologue-touriste .....	80
L'anthropologue tour-opérateur et guide .....	82
L'anthropologue-commerçant .....	82
L'anthropologue-promoteur de l'art textile .....	84
<i>Et l'anthropologue au village ?</i> .....	85
<i>Souplesse méthodologique, headnotes et phénoménologie</i> .....	85
<i>Auto-ethnographie : ethnographier son intimité</i> .....	86
<i>Réflexivité face aux méthodes et au terrain</i> .....	90
<i>Thèstile : la thèse comme textile</i> .....	91
La thèse au fil des chapitres .....	93
Hypothèses.....	95

## CHAPITRE 1

### DU NOMBRIL DU MONDE AU NOMBRIL TOURISTIQUE

<b>Bienvenue à Qosqo .....</b>	<b>99</b>
<b>1.1 Cusco : une région historique, culturelle, patrimoniale et touristique .....</b>	<b>100</b>
1.1.1 <i>Qosqo, l'incario immortel : un passé toujours présent</i>	100
1.1.2 <i>Cusco métis : géographie, sociodémographie et organisation politico-administrative</i>	102
1.1.3 <i>Cusco bilingue : description sociolinguistique</i>	104
1.1.4 <i>Cusco riche : du secteur économique minier au tourisme</i>	106
1.1.5 <i>Cusco pauvre : problèmes socioéconomiques</i>	108
1.1.6 <i>Cusco patrimonial : caractère archéologique, historique et culturel</i>	109
1.1.7 <i>Qosqo, l'Empire contre-attaque : politique incaïste</i>	113
<b>1.2 Le tourisme : de l'aristocratie européenne au nombril du monde.....</b>	<b>116</b>
1.2.1 <i>Le tourisme dans le nombril du monde : approche historique</i>	117
1.2.1.1 Antécédents et développements	117
1.2.1.2 De la dépression à l'« euphorie » du XXI <sup>ème</sup> siècle	119
1.2.2 <i>Cusco vit du tourisme : entre réalité et idéologie</i>	120
1.2.3 <i>Machu Picchu : patrimoine touristique du Gringo trail</i>	123
1.2.4 <i>« Dé-machupicchisons » Cusco : vers une diversification du tourisme</i>	125
<b>1.3 Acteur·e·s touristiques : vers un élargissement de cette catégorie.....</b>	<b>128</b>
1.3.1 <i>Les touristes : catégorie forte diverse et perméable</i>	128
1.3.2 <i>Les institutions étatiques et les ONG</i>	130
L'exemple de la Route textile	131
1.3.3 <i>Le secteur privé</i>	133
1.3.4 <i>Les artistes et artisan·e·s</i>	133
1.3.5 <i>Autres acteur·e·s et perméabilité des catégories</i>	134
<b>Retissage (discussion) : un mariage entre patrimoine et tourisme.....</b>	<b>135</b>

## CHAPITRE 2

### LES TEXTILES ANDINS CONTEMPORAINS

<b>Une mer colorée de tissus .....</b>	<b>139</b>
<b>2.1 Au fil de l'histoire textile .....</b>	<b>141</b>
<i>Leçons historiques à tirer à vol de condor</i>	143
<b>2.2 Diversité textile : des porte-clés aux tapisseries murales .....</b>	<b>146</b>
2.2.1 <i>Trois axes de coexistence des textiles andins</i>	148
2.2.2 <i>Tentative de catégorisation</i>	154
2.2.3 <i>Catégorisation : apports et limites</i>	168
2.2.4 <i>Circulation textile : des Andes à la Chine</i>	169
<b>2.3 Promotion de la production textile et de sa commercialisation.....</b>	<b>174</b>
2.3.1 <i>Promotion patrimoniale : le Projet Q'ero</i>	174
2.3.2 <i>Promotion commerciale</i>	176
2.3.2.1 <i>Politiques sociales : le Corredor Puno-Cusco et le Programme Conjunto</i>	177
2.3.2.2 <i>Insertion socio-professionnelle : la prison masculine de Qenqoro</i>	182
2.3.2.3 <i>Responsabilité sociale des entreprises : les hôtels de luxe et les tour-opérateurs</i>	184
2.3.2.4 <i>Expériences touristiques</i>	186
<b>Retissage : la vie commerciale d'un objet multi-situé et cosmopolite.....</b>	<b>188</b>

## CHAPITRE 3

### LA VALEUR D'USAGE DES TEXTILES

<b>Les textiles andins, objets multi-usage.....</b>	<b>191</b>
<b>3.1 Les Fiestas del Cusco.....</b>	<b>195</b>
3.1.1 <i>L'usage vestimentaire chez les citadin·e·s, les chars et les figures religieuses</i>	195
3.1.2 <i>Le poncho de ma terre natale</i>	198
3.1.3 <i>Nous fêtons notre identité, nous la vendons aussi : l'usage commercial</i>	200
3.1.4 <i>Inti Raymi et le théâtre chez les (néo-)Incas</i>	201
<b>3.2 Un día de Q'eros : à la rencontre des dernier·e·s Incas.....</b>	<b>205</b>
3.2.1 <i>La lectura de hojas de coca et l'usage cérémonial</i>	207
3.2.2 <i>Ouvrir ses oreilles d'Incas et ses portefeuilles</i>	208
3.2.3 <i>Usages utilitaire et décoratif</i>	211
3.2.4 <i>Lloqepaña : entre esthétique et protection</i>	213
<b>3.3 La campagne électorale de 2014.....</b>	<b>215</b>
3.3.1 <i>L'usage politique des textiles : antécédents</i>	215
3.3.2 <i>Trajes típicos et marketing politique : votez pour le chullo !</i>	216
3.3.3 <i>Se vêtir de l'etnocusqueñismo</i>	220
<b>Retissage : une valeur d'usage entremêlée à des intérêts commerciaux et politiques.....</b>	<b>222</b>

Deuxième tissage - La valeur de l'art-isanat textile au cœur du marché touristique

---

## CHAPITRE 4

### LES STRATEGIES DE LA PRODUCTION TOURISTIQUE

<b>Produire toujours plus (rapidement).....</b>	<b>227</b>
<b>4.1 Chawaytire et le CTTC : touristification et renaissance textile.....</b>	<b>230</b>
<b>4.2 Processus de fabrication textile : savoir-faire manuel (100% hand made).....</b>	<b>234</b>
<b>4.3 Six stratégies de la production textile touristique.....</b>	<b>237</b>
4.3.1 <i>La substitution : le filage industriel</i>	238
4.3.2 <i>La réduction : diminution des pally</i>	240
4.3.3 <i>La sous-traitance : externalisation du travail textile à des tiers</i>	241
4.3.4 <i>L'intermédiation commerciale : achat-vente de textiles</i>	242
4.3.5 <i>La mécanisation : l'exemple du telar</i>	243
Le telar contre le telar de cintura	243
« Produire industriellement la culture » ? Changements, enjeux et perspectives	246
4.3.6 <i>La miniaturisation des objets : le cas du chullo</i>	250
Histoire d'un objet phare	250
Miniaturisation comme sixième stratégie de production textile	252
<b>Retissage : tisser la valeur commerciale d'un objet patrimonial.....</b>	<b>257</b>

## CHAPITRE 5

### TRAJES TIPICOS ET LA VALEUR MARCHANDE DE L'ETHNICITE

<b>Poncho, Iliqlla et ... The North Face.....</b>	<b>263</b>
<b>5.1 Se vêtir d'un imaginaire.....</b>	<b>268</b>
5.1.1 <i>Tintin et son poncho</i>	269
5.1.2 <i>Deux femmes vêtues de trajes típicos dans un vol KLM</i>	272
<b>5.2 Culture matérielle comme carte d'identité : des apports à son dépassement .....</b>	<b>276</b>
<b>5.3 L'habit fait-il l'autochtone ? L'identité ethnique en question.....</b>	<b>279</b>
5.3.1 <i>Traje típico = autochtone</i>	279
5.3.2 <i>Traje típico ≠ autochtone</i>	280
<b>5.4 Les trajes típicos : entre contraintes et pragmatisme vestimentaire.....</b>	<b>283</b>
5.4.1 <i>Les contraintes vestimentaires : de la prescription institutionnelle au racisme</i>	283
5.4.2 <i>Le pragmatisme vestimentaire</i>	288
5.4.2.1 <i>C'est lourd, c'est chaud, c'est beau...</i>	288
5.4.2.2 <i>... Et c'est bien pour le business</i>	291
<b>5.5 Ethnicité marchande.....</b>	<b>294</b>
5.5.1 <i>Lorsque les trajes típicos font de bonnes affaires</i>	294
5.5.2 <i>Ethnicité (marchande) enacted : de la mise en scène à la mise en acte identitaire</i>	297
<b>Retissage : la valeur marchande de l'ethnicité.....</b>	<b>301</b>

## CHAPITRE 6

### GENRE, COMMERCE ET ET EMPOWERMENT FEMININ: LA VALEUR SOCIO-ECONOMIQUE DE L'ACTIVITE TEXTILE

<b>« C'est l'os d'un touriste qui n'a rien acheté ».....</b>	<b>303</b>
<b>6.1 Les centres et démonstrations textiles.....</b>	<b>307</b>
<b>6.2 L'activité textile comme ressource .....</b>	<b>310</b>
6.2.1 <i>Appeler l'argent ...</i>	310
6.2.2 <i>... mais pour qui ? : critiques face aux bénéfices et rapports asymétriques</i>	315
6.2.3 <i>... mais à quel prix ? Émancipation par le travail ou surcharge de travail ?</i>	318
6.2.4 <i>... Pas que : l'éducation comme ressource prisée</i>	321
<b>6.3 Les démonstrations textiles comme mise en acte de l'ethnicité marchande.....</b>	<b>325</b>
6.3.1 <i>Les pallay et les couleurs comme matérialités identitaires</i>	326
6.3.2 <i>Ethnicité marchande au féminin</i>	330
6.3.3 <i>Ethnicité comme source de fierté</i>	332
<b>6.4 Empowerment féminin et rapports de genre en question .....</b>	<b>334</b>
6.4.1 <i>Vers une revendication des asymétries historiques par le biais du tourisme ?</i>	336
6.4.2 <i>Rapports asymétriques liés au tourisme : des femmes brokers aux relations de genre reformulées ?</i>	338
6.4.3 <i>L'empowerment pour toutes ? : Variabilité, ambivalences et défis</i>	341
<b>Retissage : la valeur socio-économique de l'activité textile.....</b>	<b>344</b>

## CHAPITRE 7

### LA VALEUR DES SOUVENIRS

<b>« Merci beaucoup, vous aidez les communautés » .....</b>	<b>347</b>
<b>7.1 Les valeurs des objets dans l'action .....</b>	<b>351</b>
<b>7.2 Achat textile et valeurs des souvenirs matériels.....</b>	<b>355</b>
7.2.1 <i>Raisons de l'achat textile : utilitarisme, souvenirs et cadeaux</i>	355
7.2.2 <i>Valeurs monétaire et esthétique : le cas des centres artisanaux de Cusco</i>	356
7.2.3 <i>Motivations et valeurs non monétaires : le cas d'Inkakunaq Ruwaynin</i>	358
7.2.3.1. <i>Faire du commerce équitable : soutenir les tisserand·e·s</i>	358
7.2.3.2. <i>Soutenir l'artisanat : manuel, traditionnel et authentique</i>	361
7.2.3.3. <i>Devenir eco-friendly : le souci écologique au cœur de l'artisanat</i>	365
7.2.4. <i>Des contraintes aux revendications de valeurs : du prix au souci de recontextualisation</i>	366
7.2.5. <i>Entre valeurs et contraintes : quelques exemples personnels et ceux de deux scouts</i>	370
<b>7.3 Le retour chez soi et les valeurs des souvenirs .....</b>	<b>372</b>
7.3.1 <i>Souvenir et mémoire : deux catégories analytiques pour remémorer le passé</i>	372
7.3.2 <i>Les textiles andins : des souvenirs pour s'en souvenir</i>	376
7.3.3 <i>De la madeleine de Proust aux textiles andins</i>	379
7.3.3.1 <i>Souvenirs involontaires et volonté de s'en souvenir</i>	380
7.3.3.2 <i>Souvenirs in-corporés</i>	382
7.3.3.3 <i>Au-delà de la matérialité : des souvenirs qui en appellent d'autres</i>	385
<b>Retissage : la valeur dans l'acte marchand, la valeur d'usage au-delà des Andes .....</b>	<b>386</b>

### RETISSAGE FINAL

<b>Tisser autrement l'objet d'étude .....</b>	<b>389</b>
<b>Les valeurs des textiles andins au fil des chapitres .....</b>	<b>390</b>
<b>Tisser la valeur au quotidien.....</b>	<b>395</b>
<b>Valuation : (dé)valoriser les textiles andins.....</b>	<b>397</b>
<b>Pour une ANThropologie matérielle et non anthropocentrée .....</b>	<b>401</b>
<b>Pour une anthropologie du contemporain et pragmatique.....</b>	<b>404</b>
<b>De retour sur le terrain : nouveaux horizons pour élargir et affiner la cartographie .....</b>	<b>407</b>
<b>Quel avenir et quelle valeur au futur pour l'activité textile ? .....</b>	<b>411</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>413</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>449</b>
<b>Lexique et acteur·e·s .....</b>	<b>449</b>
<b>Photographies et illustrations.....</b>	<b>459</b>

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : La région de Cusco.....	71
Figure 2: Mon terrain dans la région de Cusco.....	72
Figure 3: Mon terrain au Pérou.....	76
Figure 4 : La Vallée sacrée et les sites archéologiques de la région.....	110
Figure 5 : Le <i>Gringo trail</i> .....	125
Figure 6 : Carte de la Route textile .....	132
Figure 7 : Les trois axes de cohabitation des textiles andins .....	154
Figure 8 : <i>Telar de cintura</i> préhispanique.....	157
Figure 9 : Les six sous-catégories des textiles andins.....	168
Figure 11 : <i>Telar de cintura</i> et ses composants. ....	235
Figure 12 : Production textile contemporaine à l’heure de la commercialisation touristique .....	258
Tableau 1 : Terrain dans la région cusquénienne (ville et campagne).....	73
Tableau 2 : Langues parlées dans la région cusquénienne .....	105
Graphique 1 : Arrivée des touristes étrangers au Pérou, 2005-2014.....	122
Graphique 2 : Revenus touristiques, devises étrangères 2005-2014.....	122
Photo 1 : La citadelle incaïque de Machu Picchu .....	125
Photo 2 : <i>Telar de cintura</i> contemporain .....	157
Photo 3 : <i>Cuatro estacas</i> ou ( <i>tawa</i> ) <i>takarupo</i> .....	158
Photo 4 : Tissage de ceintures.....	158
Photo 5 : <i>Chinchilla</i> ou <i>ñawi awapa</i> .....	158
Photo 6 : La technique à <i>cinco palillos</i> .....	159
Photo 7 : Mini-tapisserie <i>Hallando la Celebracion Armoniosa</i> .....	162
Photo 8 : Tapisserie murale <i>Alabanzas Sagradas en la Jungla</i> .....	162
Photo 9 : Tapisserie commerciale <i>The Musiciens at Harvest Feast</i> .....	162
Photo 10 : <i>Loraypo</i> et ses variantes .....	172
Photo 11 : <i>Unku</i> et activité textile à Hatun Q’ero.....	192
Photo 12 : Le <i>despacho</i> .....	193
Photo 13 : Techniques <i>puma sillu</i> et <i>ley pallay</i> .....	237
Photo 14 : Du filage manuel au filage industriel .....	238
Photo 15 : Cônes marrons .....	238
Photo 16 : Réduction des <i>pallay</i> .....	241
Photo 17 : Le <i>telar</i> ou métier à pédales .....	244
Photo 18 : Fabrication du <i>chullo</i> miniature.....	255
Photo 19 : Démonstration textile .....	303
Photo 20 : <i>Chullo calendario</i> .....	327
Photo 21 : <i>Lliqlla</i> et souvenirs de mon terrain.....	377
Photo 22 : <i>Chullo</i> d’Ema.....	377
Collage de photos (précédant chapitre 2).....	138

## REMERCIEMENTS

À Apusky qui aurait été fier de moi.

La thèse ne s'écrit pas toute seule. Non seulement parce c'est avec mes mains que je l'ai tissée. Mais aussi parce qu'un nombre important de personnes ont contribué à son tissage.

Je remercie tout d'abord chaque personne qui a fait partie de mon terrain d'étude, de près ou de loin. Certaines ou certains sont évoqués dans la thèse. D'autres restent peut-être dans l'anonymat, mais cela n'enlève rien à leur contribution. Je remercie de manière particulière ces personnes, sans qui cette thèse n'aurait certainement pas vu le jour sous sa forme ethnographique qui est au cœur de ce travail.

Je remercie ensuite ma directrice de thèse, Prof. Irène Maffi, pour ses commentaires tout au long de mon travail de doctorat, ainsi que pour son soutien. Elle a su m'encourager et me soutenir pour finir ce travail. De la même manière, je suis reconnaissant envers chacun des membres de mon jury pour avoir accepté de tisser la thèse avec moi, avec leurs conseils et remarques lors du colloque privé. J'ai eu l'honneur de travailler de près avec eux.

Mes remerciements vont aussi à ma famille, au Pérou et en Suisse, qui a cru en moi et qui a toujours su m'encourager et me soutenir. Un petit remerciement spécial à mes cousins et cousines de Cusco qui ont fait de mon terrain un endroit encore plus agréable durant le déroulement de ma recherche, tout comme à ma grand-mère, ma mère et ma sœur qui m'ont toujours accompagné malgré la distance.

Puis, je remercie tous mes collègues du Laboratoire d'anthropologie culturelle et sociale (Université de Lausanne) et ami·e·s qui m'ont aussi soutenu, de manière académique ou moins académique. En particulier, j'adresse ces mots à Jérémy Voirrol, collègue et ami anthropologue qui m'a accompagné de près dans le processus de rédaction. Il a apporté sa contribution dans sa relecture. Ses commentaires, tout comme son soutien inconditionnel, ont été d'une valeur inestimable pour affiner mon travail.

Dans la même veine, je suis redevable à Tringa Bytyqi, Lara Duc et Claire Vionnet qui m'ont apporté énormément avec leurs commentaires et corrections. Sans oublier, mon correcteur du français Paul Lamy et mes correctrices Linda Gluber, Shaïn Morisse, Marie-Claire Beauregardt, tout comme d'autres ami·e·s qui ont lu et corrigé une partie de mon travail : Pancho, Più Più, Émilie, Caro, Chacha, Che toto, Laeticia, Lou, Cloti, Zac, Olliv', Sylvain, Catherine... Merci aussi à Michel pour les photos qu'il a soigneusement prises à Chinchero le 1<sup>er</sup> janvier 2015 pour me montrer l'événement de l'élection du *Varayoq* mentionné dans mon travail.

Mes remerciements sont aussi dirigés à Vladimir Condo, ami cusquézien et ancien doctorant. Sa connaissance de notre région natale a fortement enrichi mon travail de réflexion. Je n'oublie pas son collègue et cher ami Pablo qui a su me donner ses encouragements avec l'attitude positive qui le caractérise et apporter une touche créative à l'écriture de mon travail. De même Ema & Emi, Marco, Andrea qui ont toujours été près de moi, en compagnie d'autres Italien·ne·s et d'ami·e·s d'horizons divers.

Je n'oublie pas le soutien important du FNS et de la Société Académique Vaudoise qui ont financé mon travail. J'adresse aussi mes remerciements à d'autres institutions qui m'ont permis de me rendre à divers congrès pour partager ma recherche avec d'autres collègues. Je pense particulièrement à la Fondation pour l'Université de Lausanne, l'Association suisse des sciences humaines et sociales (ASSHS) et la Swiss School of Latin American Studies (SSLAS).

Merci aussi à chaque personne qui n'apparaît pas explicitement dans ces lignes, mais qui a apporté ne serait-ce qu'un mot à la thèse, mot souvent d'encouragements de manière à la voir arriver au bout.



## ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS

**ANDES** : *Asociación para la Naturaleza y el Desarrollo Sostenible* (« Association pour la nature et le développement durable ») (ONG)

**ANT** : *Actor Network Theory* (« Théorie de l'acteur-réseaux »)

**ATA** : *Andean Textile Art* (association)

**CBC** : *Centro Bartolomé de las Casas* (ONG)

**CONEAN** : *Congreso Nacional de Estudiantes en Antropología* (« Congrès national des étudiants d'anthropologie »)

**CTTC** : *Centro de Textiles Tradicionales del Cusco* (« Centre des textiles traditionnels de Cusco » ; association faîtière)

**CTTC-Cusco** : *Centro de Textiles Tradicionales del Cusco* – Siège administratif (ville de Cusco)

**CTTC Chawaytire** (association des tisserand·e·s de la communauté de Chawaytire, membres du CTTC)

**DIRCETUR-CUSCO** : *Dirección de Comercio Exterior y Turismo de la región del Cusco* (« Direction du commerce extérieur et tourisme de la région de Cusco »)

**DRC-CUSCO** : *Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco* (nom complet) (« Direction régionale de la culture de Cusco »)

**ESABAC** : *Escuela Superior Autónoma de Bellas Artes Diego Quispe Tito del Cusco* (nom complet) (École des Beaux-Arts de la ville de Cusco)

**INEI** : *Instituto de Estadísticas e Informática* (« Institut de statistiques et Informatique »)

**INPE** : *Instituto Nacional Penitenciario* (« Institut national pénitentiaire »)

**MINCETUR** : *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo* (« ministère du Commerce extérieur et du Tourisme »)

**NTIC** : Nouvelles technologies de l'information et de la communication

**OGD-Cusco** : *l'Organización de Gestión del Destino Cusco* (« Organisation de gestion de la destination [touristique] Cusco »)

**OMD** : Objectifs du Millénaire pour le développement

**OMT** : Organisation Mondiale du tourisme

**ORSO INPE Cusco** : *Oficina Regional Sur-Oriente Cusco* de l'INPE (Office régional Sud-Orient Cusco)

**PENTUR** : *Plan Estratégico Nacional de Turismo* (PENTUR) (« Plan stratégique national du Tourisme »)

(Plan) **COPESCO** : Coopération Pérou-UNESCO

**PNUD** : Programme des Nations Unies pour le Développement

**PME** : Petites ou moyennes entreprises

**PROMPERÚ:** *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo* (« Commission de promotion du Pérou pour l'exportation et le tourisme »)

**TyL :** *Tierra y Libertad* (partie politique « Terre et Liberté »)

**STS :** Études des sciences et des techniques

**TRC :** *Turismo Rural Comunitario* (« Tourisme rural communautaire »)

**UNSAAC :** *Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco* (Université de Cusco)

## AVANT-PROPOS

Dans cette thèse j'utilise une écriture particulière que je tiens à expliciter avant sa lecture proprement dite. Dans ce dessein, j'évoque des éléments concernant l'orthographe, l'usage émique des mots et le langage épïcène.

Mon travail a pour terrain d'étude la région de Cusco. Le mot « Cusco » peut aussi s'écrire « Cuzco ». La graphie « Cuzco » dérive de l'histoire coloniale. Aujourd'hui son usage suscite des polémiques. Car officiellement Cusco « s'écrit avec un S et non avec un Z » selon la Direction régionale de la culture de Cusco (DRC-Cusco)<sup>1</sup>. Cette institution revendique en effet l'usage toponymique de Cusco en s'appuyant sur l'étymologie du nom quechua *Qosqo*, sur la résolution municipale du 12 mars 1971 et sur la résolution ministérielle N° 420-86 du 9 juillet 1986 signée par le ministère de l'Éducation. Cette revendication illustre la filiation historique du Cusco contemporain, comme capitale de l'Empire inca ou « *Tawantisuyo* »<sup>2</sup>, appellation explicitement employée par la DRC-Cusco.

Par habitude, je privilégie moi aussi l'usage de Cusco par rapport à celui de Cuzco<sup>3</sup>, sauf lorsqu'il g'agit d'une citation où le mot avec le z apparaît. Plusieurs termes sont employés en espagnol et en quechua (langue autochtone) parce que j'ai voulu mettre en valeur le langage de mes interlocutrices·eurs. Ces termes seront utilisés en italique et traduits en français lors de leur première utilisation. Pour des raisons de synonymie, j'emploie parfois la traduction en français, sauf lorsque ces termes sont utilisés par mes interlocutrices et interlocuteurs.

J'emploie principalement le français pour transcrire des sources de langues étrangères (si nécessaire le mot originel apparaît entre parenthèses). Les traductions de l'espagnol apparaîtront souvent en notes de bas de page. Quant aux citations d'auteur·e·s ou tirées des rapports, les mots en italique ou en gras sont originels, sauf lorsque je l'indique.

Tenons compte de quelques considérations concernant la langue quechua ou *runasimi*<sup>4</sup>. Jadis langue officielle de l'Empire Inca puis largement diffusée dans les Andes, elle est aujourd'hui pratiquée davantage à l'oral. Cela explique son usage contemporain, notamment dans la région de Cusco, ancienne capitale de l'Empire. L'écriture du quechua remonte au XX<sup>ème</sup>. À ce sujet, il existe deux écoles : une qui défend l'utilisation des trois voyelles (a, i, u) (courant trivocalique) et l'autre qui

---

<sup>1</sup> Tiré de sa page Youtube : [https://www.youtube.com/watch?v=x8eW1ekND\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=x8eW1ekND_M) (consulté le 28.04.16).

<sup>2</sup> En quechua, *tawa* = quatre ; *ntin* = ensemble ; *suyo* = parties. Les quatre quartiers du *Tawantisuyo* sont : *Chinchansuyo* (au nord), *Collasuyo* (au sud), *Continsuyo* (à l'ouest) et *Antisuyo* (à l'est).

<sup>3</sup> Je suis conscient que mon habitude d'écrire Cusco « avec un s et non avec le z », relève peut-être moins d'un style d'écriture que de ce type d'influence institutionnelle. Ma famille ainsi que l'école, qui m'ont appris à écrire de cette façon, reproduisent ces influences qui montrent la forte revendication incaïque des *Cusqueños* et des *Cusqueños*, voire leur « anti-hispanisme » (Mendoza 2006; Galinier et Molinié 2006: 152).

<sup>4</sup> *Runasimi* est l'appellation autochtone pour la langue quechua (*runa* = être humain ; *simi* = bouche). Aujourd'hui, les quechuaphones utilisent les deux formes pour se référer à cette langue.

admet l'usage des cinq voyelles comme en espagnol (a, e, i, o, u) (courant pentavocalique). Il n'existe pas de consensus sur une forme « correcte » d'écriture des mots.

Pour des questions de familiarité, d'usage plus récurrent et pour montrer l'influence hispanique sur la langue quechua (Cometti 2014: 11), j'utiliserai la formule pentavocalique pour transcrire cette langue autochtone. Ainsi, par exemple, « Chawaytire » – qui désigne une des communautés à laquelle je me référerai dans la thèse que j'écris avec le « w » – peut aussi s'écrire « Chawaytiri » (trivocalique) ou « Chahuaytiri » (trivocalique avec usage du « hua » à la place du son « wa ») ou encore « Chawaytiri » (version pentavocalique avec utilisation du « wa » au détriment du « hua »). De la même manière, j'écris *chullo* (bonnet) à la place de *chullu* (trivocalique), d'autant plus que le mot est importé en espagnol et couramment utilisé. Selon convention d'écriture du quechua, en plus de l'usage du « w » (à la place du « h »), j'écris avec le « q » à la place du « c » (par ex. *pampamisayoq*), du double « cc », voire du « k » (par ex. « inca » à place d'« inka »). J'applique cette règle à l'exception des noms de lieux comme le *Museo Inka* (écriture originelle). D'autre part, en ce qui concerne le pluriel, la langue quechua possède le suffixe *-kuna*, par exemple *chullokuna* (des bonnets). Je n'utilise pas ici le pluriel en quechua afin de faciliter la lecture, ni le pluriel des mots quechua en espagnol avec le suffixe « s » (par ex. *chullos*, *lliqllas*, *ch'uspas*, etc.) pour garder la trace du mot en *runasimi*.

Pour une question de style personnel et afin de favoriser l'immersion de la lectrice ou du lecteur dans le texte, les récits ethnographiques sont écrits au présent, sans volonté de figer les situations dans un présent atemporel. Je suis conscient qu'il s'agit bien évidemment d'une expérience vécue et tirée d'une recherche circonscrite dans un espace et temps donné. Il s'agit en outre « d'une construction textuelle ordonnée et cohérente qui n'est pas assimilable aux notes de terrain brutes prises lors d'une recherche empirique » (Voirol 2013b: 51). J'ai en effet tissé ces histoires avec des matériaux ethnographiques fabriqués au cours d'entretiens, d'observations et de mon expérience personnelle sur le terrain.

Dans cette optique d'immersion voulu envers mes lectrices et lecteurs, j'emploie le « nous ». Ce pronom me permet de les inclure dans le texte que « je » écris. Il n'est donc pas question d'un « nous scientifique »<sup>5</sup> de type « nous postulons que ... » mais d'un « nous inclusif »<sup>6</sup>. Des formules telles que « nous avons vu » doivent être comprises comme « ma lectrice ou lecteur et moi ». Il en va de même pour les formes de type « tenons en compte » que j'ai employée quelques lignes plus haut.

---

<sup>5</sup> J'évite par là de reproduire « la prédominance du narrateur scientifique invisible mais omniprésent » (Kilani 1990: 334).

<sup>6</sup> En quechua, il existe un « nous inclusif » (suffixe *-yku*) et un « nous exclusif » (suffixe *-nchis*). Je m'inspire du premier qui intègre toutes les personnes présentes dans une conversation, ici celles qui lisent mon travail (le « nous exclusif » apparaît néanmoins dans certains passages, notamment dans les récits qui concernent les personnes présentes dans la situation décrite).

D'autre part, j'utilise ici un langage épïcène<sup>7</sup> dans la thèse. Cet usage relève moins du « politiquement correct » que d'une volonté de « visibiliser les femmes, génériciser ou dépasser le genre » (Abbou 2013: 4). En effet, cette question se pose et devient pertinente dans la mesure où il y a autant de tisserandes que de tisserands, de commerçantes que de commerçants, de Péruviennes que de Péruviens, de touristes étrangères et étrangers, etc. L'usage du « masculin générique » (Elmiger 2015) est à cet égard réducteur et ne rend pas compte de la configuration genrée de mon terrain.

L'utilisation de ce langage s'applique uniquement aux mots en français et lorsque la présence féminine et masculine est relativement homogène. Le cas échéant, j'emploie le genre qui prédomine dans la situation décrite ou le métier en question. C'est par exemple le cas des tisserandes (femmes) du village de Chinchero ou des tisserands (hommes) de tapisseries. Je n'emploie pas non plus le langage épïcène lorsque je restitue les propos de quelqu'un d'autre qui n'en a pas fait usage, qu'il s'agisse d'un·e de mes interviewé·e·s ou d'un·e auteur·e. Le mot « conquistador » ou « Espagnol » (référence aux colons) est lui aussi utilisé au masculin<sup>8</sup>.

En ce qui concerne le langage épïcène, j'emploie la convention suivante : 1) je féminise à l'aide du point médian (·) les substantifs (tisserand·e·s, commerçant·e·s, acheteuses·eurs, interlocutrices·eurs, etc.), les pronoms (par ex. certain·e·s), les adjectifs (par ex. content·e·s) et les déterminants (par ex. un·e) ; 2) pour éviter les phrases longues et trop de points médians, je n'effectue pas l'accords avec le féminin (en appliquant la règle classique du masculin pluriel), lorsque le genre est déjà explicité dans le substantif (i.e. sujet de l'action), comme par exemple : « certains tisserand·e·s », « les productrices·eurs sont ceux qui ... » ou « quant aux commerçant·e·s, ils vendent ... » ; 3) si le substantif ne laisse pas percevoir le genre, uniquement à ce moment-là, j'accorde avec le féminin dans le pronom ou le verbe (participe passé), par exemple : « les touristes sont parti·e·s », « ces dernier·e·s sont partis », « elles·ils sont allés », « celles·ceux-ci ont acheté des *chullo* », « pour elles·eux, ... », etc. Bref, il ne s'agit pas de tout accorder mais de laisser une trace du langage épïcène dans chaque phrase.

Si ces règles semblent à première vue compliquer la lecture, « des travaux ont montré qu'après un temps d'habituation, ces marquages n'alourdissent pas la lecture » (Abbou 2013: 4). Cet exercice d'écriture possède un « pouvoir performatif » comme j'ai pu l'expérimenter en tant qu'auteur de ce manuscrit (après l'usage répété, j'ai expérimenté un changement de regard sur ma manière d'écrire ou

---

<sup>7</sup> Certains auteur·e·s (Elmiger 2015, 2011; Greco 2015; Barasc et Causse 2014; Abbou 2013, 2011; Labrosse 1996) prônent l'usage d'un langage non sexiste par l'emploi des formes épïcènes qui existent dans la langue française. Si le langage épïcène va dans ce sens, il reste toutefois enfermé dans la dichotomie masculin/féminin (cf. la proposition d'écriture « transgenre » (yels, toustes, ceuses, etc.) de Greco (2013) ou l'adoption du pronom neutre « hen » (néologisme) en suédois prôné par Erland Gardelii et Hylén (2013)). Conscient de cet aspect binaire, j'inclus dans ce langage d'autres modes d'identifications de genre possibles de mes interlocutrices·eurs.

<sup>8</sup> Je n'ai pas pu vérifier la présence des femmes dans la catégorie « conquistadors ». J'avais appris à l'école que les conquistadors étaient exclusivement des hommes. J'ai mené une petite enquête sur le sujet auprès de collègues et de doctorant·e·s sans réussir à obtenir une réponse catégorique sur cette question. D'après ses lectures des chroniques, le Docteur philosophe et père dominicain César Medina a confirmé le manque de présence des femmes avec les conquistadors. Leur arrivée aurait été plus tardive (entretien du 06.12.18). Ce type de questionnements montre la difficulté d'appliquer du langage épïcène à certaines situations.

même de parler et par là de repenser le genre). « [L]’irruption de formes non-standards dans le langage nous interpelle sur notre mise en mot du genre et par là même, sur notre capacité à façonner nos identités, dans des formulations graphiques et sémantiques » (Abbou 2013: 5). « Plutôt que céder aux sirènes du purisme de la langue et du genre » (*ibidem*), j’invite ma lectrice et mon lecteur à expérimenter à travers mon travail une forme renouvelée d’écrire et décrire le genre.

Dans sa forme épïcène, le mot « acteur » mérite une considération particulière. Selon Pascal Gugax, psychologue social et sociolinguiste expert des questions de genre, le mot « actrice » comporte une certaine asymétrie par rapport à la forme « acteur » puisqu’il est associé à l’image d’une actrice de théâtre plutôt qu’au féminin de l’expression « acteur social » employé dans le jargon sociologique<sup>9</sup>. J’utilise donc le terme « acteu·re » comme alternative pertinente permettant d’appliquer le langage épïcène. Suivant ma convention d’écriture l’expression « acteurs sociaux » devient ainsi « acteu·e·s sociaux » lorsque je me réfère aux humains, personnes ou individus (termes que j’emploie comme synonymes) par opposition aux autres entités non humains.

---

<sup>9</sup> Entretien avec Pascal Gyax suite à l’atelier « Le mot d’égalité » donné par lui-même. Il souligne d’ailleurs le processus historique dans la langue française qui a abouti à l’installation du masculin pluriel comme règle grammaticale. Pour ces questions historiques, voir aussi Elmiger (2011).

# FILAGE

## Entrée en matière

### Une précieuse rencontre

Réouvert en août 2014 le Théâtre Municipal de la ville de Cusco est situé dans le centre historique. On l'a renommé d'après le nom du maire qui a redonné la « splendeur incaïque » à la ville impériale, appelée jadis *Qosqo* par les Incas: « théâtre Daniel Estrada Pérez ». Ce dernier a en effet réaménagé la ville durant son double mandat (1983-1992) en mettant en valeur le patrimoine incaïque et en faisant construire d'autres monuments qui rappellent le *Qosqo* impérial (Silverman 2002; Raymond 2001a). C'est lui qui a donné en grande partie l'image contemporaine de cette ville.

On est au mois de septembre 2014, dans un jour semblable à tant d'autres, le soleil est radieux et le ciel est d'un bleu intense parsemé de nuages blancs. Attiré par une affiche, je suis venu au théâtre à la rencontre desdits « derniers descendants des Incas qui maintiennent leurs coutumes et traditions »<sup>10</sup>. L'affiche promet en effet un événement nommé *Un día de Q'eros*<sup>11</sup> (« Un jour chez les Q'eros »). Ces personnes, originaires des communautés rurales des Andes, appelées aussi *comuneros*<sup>12</sup>, sont connues pour leurs textiles – avec un style et une iconographie particuliers – et sont souvent qualifiés de « derniers Incas ». Les Q'eros ont gagné cette réputation depuis l'expédition scientifique de 1955 dans leur territoire par l'anthropologue cusquénien Oscar Núñez del Prado. Dans le livre *Q'ero el último ayllu inca* fait à son hommage (Flores Ochoa et Núñez del Prado 2005 [1983]), Q'ero apparaît comme le « dernier *Ayllu*<sup>13</sup> Inca » (cf. aussi Le Borgne 2005). Ses habitant·e·s deviennent par conséquent les survivants directs des Incas. Dans *El tejido andino : un libro de sabiduría*, l'anthropologue états-unienne Gail Silverman (1994) opère aussi cette association à travers l'étude des motifs q'ero<sup>14</sup>.

---

<sup>10</sup> *Los últimos descendientes de los Incas que mantienen sus costumbres y tradiciones.*

<sup>11</sup> Il n'existe pas, à vrai dire, un consensus sur l'écriture des Q'ero(s). Pour me référer aux personnes, j'utiliserai l'orthographe Q'eros (majuscule et avec le « s »). Au contraire, pour faire allusion au territoire, je parlerai de Q'ero (majuscule et sans le « s »). Enfin, lorsque le terme est utilisé comme adjectif, par exemple les textiles q'ero, j'emploie cette orthographe (minuscule et sans le « s »).

<sup>12</sup> Je me réfère particulièrement aux *comuneros* de la région cusquénienne. J'emploie le masculin pluriel qui englobe (sauf si c'est indiqué) également les femmes (i.e. *comuneras*).

<sup>13</sup> Rowe le définit comme « un groupe de parenté théoriquement endogame, de descendance patrilinéaire, possédant un terroir déterminé ». Cité dans Cometti (2014: 48). Allen (2002 [1988]) affirme qu'un *ayllu* rassemble des personnes ayant des intérêts communs (p. 120), et qu'il peut changer dans le temps (p. 122). Pour un exemple de ce type de modifications, cf. Allen (2002: 299-302).

<sup>14</sup> Cette anthropologue affirme de façon catégorique que les « véritables » descendant·e·s des Incas sont les Q'eros, contrairement à d'autres *comuneros*. Si elle n'est pas la seule à le penser, d'autres considèrent plus largement que « les indiens (*indios*) comuneros de Willoq, Patakancha et d'autres communautés [...] sont en réalité les véritables héritiers (*herederos*) des Incas créateurs du Machu Picchu et de toutes les merveilles que nous connaissons » (Propos de David Ugarte Vega Centeno, Directeur régional de la culture-Cusco [DRC-Cusco], tiré du prologue du livre *Q'ero el último ayllu inca*, p. 13-4). Allen (2002: 32) rappelle cependant que les communautés comme celle de Sonqo (située dans le district de Paucartambo comme les Q'eros), telles que nous

C'est au Théâtre que je l'aperçois. Relativement petite, très belle, elle est dans un coin du théâtre en compagnie des Q'eros qui portent pour l'occasion des *trajes típicos*. Traduit littéraire par « habits typiques », ce terme se réfère à un ensemble d'habits employés par les *comuneros* principalement. Les hommes portent des ponchos et *chullo* (bonnet avec oreillettes), les femmes *lliqlla* (tissu rectangulaire utilisé sur le dos) et *polleras* (jupes).



Photographie de l'auteur prise dans le hall du théâtre municipal *Daniel Estrada Pérez* de la ville de Cusco (10.09.14).

Plus je la regarde, plus je tombe amoureux d'elle. Elle est ravissante, unique à mes yeux. J'adore les couleurs qu'elle porte, elles sont très vivantes : le noir, le rouge et le vert avec quelques étincelles d'orange, de rose et de jaune. « *Munaycha* » me dit une *comunera* q'ero, Juana, en la regardant. Ce mot récurrent en quechua exprime la beauté. Elle est belle en effet.

J'ai l'impression de l'avoir déjà vue ailleurs. Je crois l'avoir croisée à l'hôtel *San Agustin Plaza* sur un des canapés, toute seule. Il me semble l'avoir vue dans le bar *Los Perros*, à côté de touristes qui bavardaient en buvant des Pisco Sour – cocktail emblématique péruvien – et en mangeant des hamburgers. Peut-être était-ce sa sœur ou sa cousine ?

J'apprends qu'elle appartient à l'une des familles q'ero. Elle serait donc une des « dernières descendantes des Incas ». Mais pas n'importe laquelle. Elle a le pouvoir de protéger les gens des esprits qui l'entourent grâce à une technique appelée *lloqepaña*, de plus en plus difficile à trouver

---

les connaissons aujourd'hui, sont d'origine coloniale (*reducciones* issues des ordonnances du vice-roi Toledo en 1595), bien qu'elles aient conservé certaines pratiques préhispaniques. Ces communautés ont d'ailleurs subi un certain nombre de transformations durant leurs quatre siècles d'existence (*ibidem*).

ailleurs dans les Andes rurales, fameuse en tout cas à l'époque préhispanique (cf. Prochaska 1990). Alfredo, tisserand de Chawaytire, une autre communauté andine, m'avait déjà parlé de *lloqepaña* lorsque je menais mon étude de terrain en 2008. « C'est comme avoir de l'or » m'avait-il dit.

À *Un día de Q'eros*, je fais également la connaissance d'un *paqo* ou chamane<sup>15</sup> q'ero, Rolando, âgé de 25 ans environ. Celui-ci remarque rapidement ma fascination pour la belle Q'ero et ne tarde pas à m'en parler. En la fixant du regard, Rolando me rapporte une histoire qu'il partage avec elle : la conquête du peuple préhispanique des Chachapollas, peuple préhispanique, par les Incas, ainsi que la conquête de ces derniers par les conquistadors espagnols. Sa couleur basanée, lui évoque en effet cette histoire. De plus, le *ch'uncho*, une sorte de tatouage qu'elle porte, rappelle aux Q'eros leurs ancêtres Incas.

Désormais je fixe à mon tour mon regard sur elle. Elle me paraît encore plus attirante, intrigante même. Sans réfléchir, je l'emmène avec moi. Nous sortons du théâtre, et nous dirigeons vers chez moi. J'ai hâte de la présenter à ma famille. Nous parcourons les rues de la ville pour y arriver.

Il est déjà tard, le soleil se couche. En descendant l'*Avenue del Sol* (appelée aussi en quechua *Mut'uchaka*<sup>16</sup>), je retrouve l'ambiance touristique qui caractérise la ville. Des mots en anglais, français, italien, allemand, ainsi qu'en bien d'autres langues incompréhensibles pour moi, se laissent entendre. L'avenue est pleine de commerces de tout type, une grande majorité destinée aux touristes : de multiples tour-opérateurs et maisons d'échange, des compagnies aériennes, des boutiques de location de voitures, des cafés et restaurants, quelques hôtels, etc. Cette grande avenue, l'une des plus importantes de la ville, transpire le tourisme tout du long. Elle mène du monument de l'Inca Pachacutec – 34 mètres de haut, inauguré en 1991 sous le gouvernement d'Estrada – jusqu'à la *Plaza de Armas*, abritant aussi de nombreuses boutiques liées au tourisme. C'est sur cette place qu'a lieu une partie de l'*Inti Raymi*, chaque 24 juin, au moment où l'on fête le solstice d'hiver dans l'hémisphère sud. Dans cette « fête du soleil »<sup>17</sup>, l'on voit l'Inca Pachacutec représenté par un Cusquéenien, avec ses troupes venant des quatre coins du *Tawantinsuyo*, nom donné à l'Empire inca. Se déroulant durant les *Fiestas del Cusco* (« Fêtes de Cusco »), l'*Inti Raymi* est un événement très attendu et célébré par les Cusquéenien·ne·s qui, durant tout le mois de juin, réinvestissent alors la *Plaza de Armas*. Désormais, il constitue aussi un événement touristique important.

Nous passons par le *Qoriqancha*, temple du soleil, devenu couvent dominicain en 1534, mêlant architecture coloniale et incaïque. À quelques pas se trouve face à nous le *Centro de Textiles Tradicionales del Cusco* (CTTC). Fondée en 1996, il vend de nombreux textiles élaborés par des

---

<sup>15</sup> Galinier et Molinier (2006: 157) expliquent que, progressivement, le mot « chamane » a été réapproprié localement et a remplacé celui de « guérisseur », dans un contexte marqué par le mouvement *new age*. C'est la raison pour laquelle j'utilise les mots *paqo* et chamane comme synonymes.

<sup>16</sup> Ancien nom de l'Avenue (au début du XX<sup>ème</sup>). Il se traduit par « pont coupé », et fait allusion à un pont qui traversait la rivière saphi. Avec les travaux de canalisation, le nom *Avenida del Sol* a été adopté, mais les deux noms sont encore visibles sur certains panneaux. Informations données par l'historien Roel Arapa (19.12.18), qui travaille à la gestion du centre historique de la municipalité de Cusco.

<sup>17</sup> *Inti* veut dire en quechua soleil, et *raymi* « fête ». Pour plus de détails sur cette fête, cf. chap. 3.1.4.

tisserand·e·s *comuneros* de la région<sup>18</sup>. Le lieu est fréquenté quasi exclusivement par des touristes. Plus bas, une peinture murale du peintre Juan Bravo (1992), long de presque dix mètres, nous rappelle à nouveau l'histoire de Cusco, avec l'image de Pachacutec au milieu et la conquête espagnole qui a mis fin au *Tawantinsuyo*.

Nous traversons les « centres artisanaux » (*centros artesanales* ; cf. photo A.1 dans les annexes) qui longent cette avenue, dont le plus grand se trouve à cinq minutes de chez moi, à côté de la gare de PeruRail, qui amène les touristes à Puno, ville au bord du lac Titi-caca. Nous passons aussi par la *Paqcha*, fontaine construite durant le mandat de Daniel Estrada. Sur celle-ci trône le Soleil *Echenique*, écusson de Cusco, supposé être originaire de l'époque incaïque (cf. photo A.31 dans les annexes)<sup>19</sup>. Celui-ci décore d'ailleurs la peinture de Bravo ainsi que la salle du théâtre que je viens de quitter. Le Condor, le Puma et le Serpent (appelé aussi *Amaru*) ornent la partie postérieure de la *Paqcha* et évoquent la « trilogie incaïque » ou « andine » (*trilogía inca, trilogía andina*). Cette trilogie est souvent représentée par la *chakana* ou « croix andine » (*cruz andina*) (cf. photo A.33 dans les annexes). À deux minutes de la *Paqcha*, en face, j'aperçois l'hôtel *Samay* (« dormir » ou « se reposer » en quechua), qui a la particularité d'avoir sur sa façade des pierres imitant le style incaïque. Comme d'autres établissements, cet hôtel possède à l'entrée le drapeau du *Tawantinsuyo*, des sept couleurs de l'arc-en-ciel, le drapeau de Cusco. La nuit s'approche et l'on voit des gens par terre, surtout des femmes qui s'adonnent au commerce ambulancier, vendant aux passants des bonnets, des pulls, des porte-clés et tant d'autres objets encore. Certaines se rendent même devant les hôtels de l'*Avenida del Sol*, ou se promènent entre cette avenue et la *Plaza de Armas* pour vendre leur marchandise.

Après avoir traversé les rails, nous sommes enfin arrivés à la maison. Ma mère est dans le salon, qui, comme l'hôtel *Samay*, comporte une décoration similaire avec des pierres de style incaïque. Elle la regarde de près. Elle est unique. « Qu'est-ce qu'elle est belle ! » me dit-elle. Je souris et lui explique comment je l'ai rencontrée.

Fatigué par une longue journée, je monte avec elle dans ma chambre. Je me pose sur le lit où elle se trouve désormais. Je la caresse. Je la regarde. Elle me semble encore plus belle allongée sur le lit. Je m'endors à ses côtés.

Depuis cette rencontre, quelque peu inattendue, nous ne nous sommes plus jamais quittés et entretenons depuis ce moment une relation intime. C'était une précieuse rencontre, en tout cas en ce qui me concerne. Elle vit désormais avec moi en Suisse, m'accompagne parfois à mon bureau. Nous

---

<sup>18</sup> Le CTTC se dit être une organisation à but non lucratif comme l'indiquent les brochures et l'ouvrage de Callañaupa (2007). Hormis les achats effectués dans son local à la ville de Cusco, cette organisation bénéficie de dons de la part des visiteurs (dons sur place ou via internet). Les neuf communautés membres du CTTC sont : Accha Alta, Acopia, Chawaytire, Chinchero, Chumbivilkas, Patabamba, Pitumarka, Sallac, Mawaypampa et Huacatinco. Pour plus de détails, voir : <http://www.textilescusco.org/index.html> (consulté le 24.12.15).

<sup>19</sup> D'après Galinié et Molinié (2006: 15), il s'agit d'un « [p]ectoral en or de 125 cm dont on connaît mal l'origine », probablement d'origine préincaïque, Huari, par les traits félins (p. 154). « Il porte ce nom car il fut offert par la ville de Cuzco en 1853 au président Echenique. Aujourd'hui il est l'emblème de la ville impériale » (p. 15).

sommes d'ailleurs retourné·e·s ensemble à Cusco récemment, en passant par les Etats-Unis, bien que j'aie préféré la laisser à l'aéroport par sécurité. Je ne voulais pas la perdre. Je tiens trop à elle.

Chaque fois que je la regarde, outre la beauté que je vois en elle, elle me rappelle non seulement notre rencontre, mais aussi les Q'eros que j'ai rencontré·e·s ce jour-là (ou les Q'eros en général). Elle me rappelle ma terre natale. Je pense parfois à ma famille qui réside à Cusco en la regardant ou encore à mon travail de terrain. Ce sont ces souvenirs qu'elle m'évoque à ce moment précis où j'écris cette histoire. Elle se trouve d'ailleurs devant moi en ce moment-même, plus précisément en-dessous de mon ordinateur.

J'avais oublié de vous la présenter. *Elle s'appelle lliqlla*. La voici en photographie.



*Lliqlla q'ero* avec motifs *ch'uncho* (au milieu) et *inti* (aux côtés)  
Auteure : Juana (mère de Rolando). Acheté en sept. 2014.

\*

*Elle* est fabriquée à l'aide d'un métier à tisser horizontal, appelé *cuatro estacas* (en espagnol) ou (*tawa*) *takarupo* (en quechua). Le nom dérive de quatre pieux posés à terre qui soutiennent les fils, contrairement à une autre technique de tissage, beaucoup plus répandue dans les communautés andines : *le telar de cintura* (nom qui dérive du fait de tenir le métier par la ceinture, connu en anglais comme *backstrap loom*). Quelle que soit la technique, le travail de tissage consiste à entrelacer des fils

disposés préalablement à cet effet (jeu d'entrecroisement entre chaîne et trame), en prévoyant déjà à ce moment-là tant les couleurs que les motifs à intégrer dans la pièce finale. Toutes les *lliqlla* possèdent deux « zones de tissage », qui distinguent les parties qui ont des motifs (*pallay*) de celles qui n'en ont pas (*pampa*). Les *lliqlla q'ero* sont ainsi dotées d'une certaine esthétique (disposition des couleurs et des motifs) qui fait la particularité stylistique de leur région et les différencie les unes des autres. À l'instar des ponchos, les *lliqlla* peuvent en effet dénoter le lieu d'origine de la personne qui les porte. C'est comme un DNI, une carte d'identité, comme dirait Lucio, *comunero* de Chawaytire qui m'avait suggéré cette association textile-DNI lors de mon étude sur les textiles de cette communauté (Terry 2009).

Ma *lliqlla q'ero* est fabriquée en fibres de mouton et mesure 60 cm x 70 cm. Son élaboration a bénéficié de divers techniques dont le *lloqepaña* – combinaison de fils filés à gauche (*lloqe*) et à droite (*paña*) – et des motifs tels que le *ch'uncho* – composé de deux têtes symétriques de forme triangulaire reliées les deux côtés par les pointes. Le jeune *paqo* Rolando interprète ces éléments ainsi :

La partie noire représente le grand chagrin que nous avons traversé à cause de la conquête espagnole. Par conséquent, cette partie [est tissée] pour rendre hommage à nos ancêtres.

En ce qui concerne le [motif] *ch'uncho*, il a été créé à l'époque de l'Inca, [plus] précisément à l'époque de [l'Inca] Pachacutec lorsqu'il était sur le point de conquérir Chachapollas<sup>20</sup>.

Rolando fournit d'autres détails sur les bordures et la *lista* (franges verticales entre la *pampa* et le *pallay*):

Le bord des *lliqlla* est extrêmement important. La couleur jaune doit toujours accompagner les *lliqlla*. Toujours. Puisque la terre est entourée du soleil.

D'autre part, voici des petites lignes [*lista*]. Cela symbolise l'arc-en-ciel, la communication entre l'homme et Dieu, l'influence, la connexion avec lui<sup>21</sup>.

En regardant la *lliqlla*, d'autres choses lui viennent à l'esprit. Rolando commence alors à me parler de « chemin spirituel », « labyrinthe de la vie », « vibrations positives », « points énergétiques », « lumière » et « point d'équilibre ». Il insiste sur ce dernier terme. Car la *lliqlla* déploie à travers ses motifs le principe d'équilibre, assuré par celui de la « dualité ». Ce que mes interlocutrices·eurs *q'ero* comme Rolando appellent *yanantin*<sup>22</sup>, une complémentarité dans la dualité, notamment entre entités masculines et féminines.

Son discours rappelle celui des guides du « tourisme mystique », très en vogue à Cusco (cf. Molinié 2012; Galinier et Molinié 2006: 244-51). D'ailleurs, les *paqo* Rolando et Nicolas – son frère aîné qui, comme tant d'autres *Q'eros*, habite depuis longtemps dans la périphérie de la ville de Cusco – sont aussi guides. Les frères réalisent des prestations chamaniques auprès des touristes, comme le *pago a la*

---

<sup>20</sup> *El parte negra es la que hemos atravesado por un largo camino debido a la conquista española. Esta parte es para rendir reverencia a nuestros antepasados. El ch'uncho fue crado en la época inca, precisamente en la época en que Pachacutec estaba apunto de conquistar Chachapollas* (Rolando, 11.09.14).

<sup>21</sup> *El borde de las lliqlla es extremadamente importante. El color amarillo siempre tiene que acompañar las lliqlla. Siempre. Pues la tierra está rodeada del sol. Por otra parte, mira aquí las pequeñas líneas [lista]. Simboliza el arcoiris, la comunicación entre el Hombre y Dios, la influencia, la conexión con Él* (ibidem).

<sup>22</sup> Je reviendrai sur ce terme dans le chap. 3.2.4.

*Pachamama*<sup>23</sup>, parfois également auprès des Q'eros et des citoyen·e·s de Cusco ou d'autres parties du pays, en particulier dans la capitale. Ces chamanes donnent aussi des conférences et des ateliers sur le thème du mystique à l'étranger (États-Unis, Europe, Amérique latine, etc.). Leur discours évoque des divinités comme la *Pachamama* et les *Apu* (esprits des montagnes)<sup>24</sup>, des astres, des esprits, des énergies qui inscrivent l'humain dans une sorte de macrocosmes dont elle·il fait partie. Après avoir fait la connaissance des deux frères, il m'arrivera plus d'une fois de les voir dans les ruelles de Cusco organiser des événements sur les Q'eros ; mais aussi sur Internet, notamment sur YouTube et leurs pages Facebook. Sur ce réseau social, ils diffusent aussi ce type de discours mystique. À la différence de son aîné, Rolando est mormon, ce qui pourrait expliquer son discours entremêlant à la fois un langage mystique et religieux beaucoup plus marqué que Nicolas.

Concernant leur usage, les *lliqlla* font partie des *trajes típicos* que portent les *comuneras* q'ero sur leur dos (cf. photo ci-dessus). Les Q'eros vendent désormais ce genre de pièces à des occasions comme celles décrites plus haut. La mienne, je l'ai achetée pour 150 PEN, soit environ 50 USD<sup>25</sup>. A travers leur commercialisation, ces objets acquièrent une autre « vie » à Cusco ou ailleurs, amenés souvent comme souvenirs de voyage.

C'est le cas de ma *lliqlla* puisqu'elle revêt désormais d'autres valeurs et usages en dehors de Cusco. *Ma lliqlla* (j'insiste sur le possessif qui dénote un caractère personnel) est devenue, à mes yeux, non seulement une pièce ethnographique de mon étude de terrain mais également un objet personnel. Cette

---

<sup>23</sup> *Pago a la Pachamama* (appelé aussi *pago a la tierra*) se traduit littérairement comme « paiement à la terre » faisant référence directe à la *Pachamama*. Pour Cometti (2014: 101-102), « [l]a *Pachamama*, véritable entité féminine, doit, elle, être conçue sous différentes formes. En effet, on pourrait parler d'une *Pachamama* unique et indivisible qui représente toute la planète Terre. Mais on pourrait également appréhender la *Pachamama* comme un lieu, un village, un seul endroit. De manière générale, la *Pachamama* est pensée à Q'ero comme un tout englobant ». Le *pago a la tierra* sollicite l'abondance, la fertilité, voire la prospérité. À l'origine réalisée dans le cadre rural du calendrier agricole, cette pratique s'effectue également en milieu urbain à d'autres occasions comme l'inauguration d'une maison ou d'un événement. Par exemple, à l'occasion d'un congrès d'anthropologie (i.e. XXI CONEAN, 19.11.14), l'UNSAAC a organisé un *pago* auquel j'ai assisté. Cette pratique rappelle le rite de passage raconté par Molinié (2013) pour les nouveaux étudiant·e·s et professeur·e·s de la faculté d'anthropologie. Pour en savoir plus sur le concept de *Pachamama*, fort complexe et qui peut prendre des manifestations très localisées, voir Salas (2002: 151, 157-60). J'y reviendrai dans le troisième chapitre en évoquant le cas des Q'ero (dont une partie du récit est tirée). Voir aussi *despacho* dans la note 319 in chap. 3.

<sup>24</sup> Le terme *Apu* est attribué localement aux esprits des montagnes. « L'*apu* est l'esprit de la montagne (*urqu*) : non pas que la montagne soit habitée par un esprit, mais plutôt au sens où la montagne est un *apu*, un esprit tutélaire, un chef » (Ricard Lanata 2004: 35). Il s'agit d'une entité qui comporte un caractère sacré chez les *comuneros* et également chez des citoyen·e·s qui s'y réfèrent dans leurs discours. Chez les Q'eros, Cometti (2015: 67-70) commente que les *Apu* comportent un caractère hiérarchique. Il existe ainsi des *Apu* majeurs et mineurs en importance (les deux *Apu* principaux de Cusco sont l'Ausangate et le Salkantay). D'autre part, certains ont une « bonne foi » et d'autres sont « plus méchants ». Il y a en outre des *Apu* masculins et féminins, se trouvant toujours en relation (l'entité féminine appelée aussi *ñusta*). Par exemple, l'*Apu Wamanllipa* (masculin) possède sa *ñusta*, l'*Apu Icharani* (entretien enregistré avec Alipio, le 26.09.15). Pour une définition approfondie et d'autres considérations, cf. notamment Richard Lanata (2004: 35-51).

<sup>25</sup> J'utilise tout au long de la thèse le code ISO des devises, ici PEN pour les *Nuevo Sol* péruvien et USD pour les dollars. Le choix de ces derniers obéit au fait que la monnaie nord-américaine demeure un référentiel au Pérou ; plusieurs prix sont donnés en dollars. D'autre part, la conversion entre le PEN et le USD (3 PEN = 1 USD) se rapproche de la conversion entre le PEN et le Franc suisse (CHF). Pour la conversion en euros (EUR), il faut diviser le montant par quatre. Je donne à titre référentiel ces chiffres arrondies pour faciliter la conversion.

*lliqlla* en particulier a une valeur sentimentale pour moi, qui me rattache à ma terre natale qui est à la fois, mon terrain d'étude.

## **Pourquoi je vous raconte cette histoire ?**

J'ai intentionnellement tissé ce récit<sup>26</sup> pour différentes raisons que je dénombrerai ci-dessous. Tout d'abord, il permet de vous introduire mon objet d'étude : les textiles andins. Lorsque je parle des textiles andins je me réfère à la fois au processus (*latency*) et au résultat (*actualization*) (Femenías 2005). Suivant Blenda Femenías (2005: 24), je considère en effet que « [l']objet est le processus de devenir (*processus of becoming*) tout autant que la chose<sup>27</sup> qui en résulte (*as well as the thing that is*) »<sup>28</sup>. Cette perspective permet de ne pas limiter les objets à la simple activité textile ou à l'objet textile, mais d'intégrer ces deux aspects afin d'appréhender plus largement le phénomène ; d'où l'usage que je fais de ces deux termes, qui ensemble concernent les deux facettes des textiles andins. Ma *lliqlla* q'ero, avec les références techniques et leur composition de fils entremêlés, donne un exemple du processus et de son résultat. Je montrerai par ailleurs que l'activité textile des Andes ne se limite pas à la production réalisée à l'aide du métier à tisser, mais inclut plus largement d'autres moyens de fabrication et d'autres matériaux (cf. chap. 2). Ma définition des textiles andins inclut en outre les représentations de ces objets sous des formes autres que la matérialité textile : la publicité, les photographies, les cartes postales, etc.. Tout ce qui en y fait référence. Il me semble pertinent de tenir compte de ces trois éléments pour appréhender l'« omniprésence » de ces objets sur mon terrain, leur importance dans le quotidien, et, par là, leur valeur. J'y reviendrai.

Soulignons que le choix de cet objet d'étude a été d'abord influencé par mes origines cusquéniennes, par mes travaux précédents et par le projet sur lequel ma recherche doctorale a été financée<sup>29</sup>. Mais la pertinence de ce choix a été rectifiée ensuite sur le terrain, justement par l'importance des textiles andins sous divers aspects de la vie quotidienne que je tenterai d'aborder ici à

---

<sup>26</sup> J'ai entremêlé des souvenirs et mes notes de terrain (cf. plus bas : méthodologie). Dans l'avant-propos, j'ai donné une définition de « récit » permettant de concevoir le caractère construit de celui-ci.

<sup>27</sup> Conscient des distinctions sémantiques entre « objets » et « choses » faites par certains auteur·e·s (Domínguez Rubio 2016; Otto & Willerslev 2013b: 3; Ingold 2011; Henare et al. 2007; Bazin et Bensa 1994), pour me référer aux textiles andins, j'emploierai moins le terme de « chose » que celui d'« objet ». Ce dernier est largement utilisé dans la littérature en sciences sociales (Vinck 2009, 2007, 2006, 1999; Debary et Turgeon 2007; Latour 2007, 2006; Conein 2003, etc. ; pour les textiles andins, MUSEF 2004). Mon choix ne prétend pas évacuer la possibilité de considérer ces « objets » comme des êtres vivants (Desrosiers 2012, 2000; Arnold et al. 2007; Zorn 1987: 518-520; Torrico 1989; Cereceda 1978). Les traiter comme des objets ne veut pas dire qu'ils sont des entités inertes, comme le montre l'exemple du *lloqepaña* cité dans le récit, ou comme l'évoque Alipio dans le quatrième chapitre (cf. note 458 in chap. 4.3.5). J'utilise parfois le terme « chose » de manière générique, pour désigner quelque chose qui n'est pas nécessairement un objet ou un artefact et qui peut faire allusion à une situation, un événement, etc.

<sup>28</sup> Cela rejoint la distinction faite par Latour (2007: note 27) entre la « technique » et l'« artefact » ou l'« objet ». « Le [premier] mot réfère à un modus operandi alors qu'« artefact » ou « objet » désigne le résultat de cette opération ».

<sup>29</sup> Il s'agit d'un projet « sinergia » du Fonds national de la recherche suisse (FNS), appelé « other-modernities » portant sur des questions matérielles et patrimoniales en dehors du contexte « occidental » (*western*). Pour en savoir plus : <https://www.unige.ch/lettres/meslo/projets/other-modernities/home/> (consulté le 19.03.19).

partir de la notion de valeur. Je précise que je me réfère parfois à ces objets comme des marchandises, puisqu'à l'instar de ma *lliqlla q'ero*, de nombreux textiles andins sont commercialisés sur le marché et acquièrent ainsi une valeur marchande. J'adopte la définition de marchandise (*commodity*), donnée par Arjun Appadurai dans *The Social Life of Things* (2010b [1986]). Pour cet anthropologue, les marchandises désignent toute chose qui poursuit un parcours commercial durant une partie de sa vie : « des choses (*things*) qui, dans une certaine *phase* de leur carrière et dans un *contexte* particulier, répondent aux conditions de candidature pour [devenir] une marchandise (*requirements of commodity candidacy*) » (Appadurai 2010a: 16). Les textiles andins deviennent ainsi des marchandises dotées d'une valeur monétaire, à un moment donné de leur vie, puisqu'il faut les échanger contre de l'argent pour les acquérir (PEN 150 pour ma *lliqlla*). Après leur acquisition, ils ne le sont plus (*ex-commodities* chez Appadurai (2010a) ou processus de *decommodification* chez Kopytoff (2010)). Ce point est essentiel pour comprendre la multiplicité de valeurs des objets, tels que les textiles andins, au-delà de leur valeur en tant que marchandise, bien que celle-ci soit non négligeable et éminemment présente sur mon terrain.

En outre, j'ai décidé de commencer par cette histoire pour vous introduire mon style d'écriture, mon terrain (ainsi que la place que j'y ai occupé et la manière de l'appréhender), et particulièrement la notion de valeur, qui est étudiée dans ce travail. Le récit restitue bien l'esthétique des chapitres qui débiteront toujours par une histoire en lien avec le sujet traité. C'est une manière de partir de l'expérience de terrain, du matériel empirique, pour ensuite entrer en dialogue avec la théorie. Le récit sur ma *liqlla* met aussi en évidence ma propre personne. Dans ce travail, je n'essaierai pas de me cacher pour donner l'image de l'anthropologue qui met à distance son objet d'étude comme gage d'« objectivité ». Au contraire, je revendique, jusqu'à un certain degré, une auto-ethnographie qui explicite ma place sur le terrain et entremêle mon expérience personnelle avec celle de mes interlocutrices·eurs. Mon approche phénoménologique soutient cette posture auto-ethnographique. J'y reviendrai dans la partie méthodologique.

Cette histoire est aussi une manière de survoler mon terrain marqué, d'une part, par l'activité touristique et, d'autre part, par l'importance contemporaine du passé incaïque. Ces deux éléments caractéristiques du paysage cusquéen, qui traversent l'ensemble de mon travail et sont perceptibles dès le premier chapitre, permettent de mieux saisir la manière dont les textiles andins s'y déploient. Ce faisant, ils permettent aussi d'appréhender les valeurs de ces objets, intimement liées à des dynamiques patrimoniales et marchandes, qui vont souvent de pair. La question patrimoniale englobe une série « de valeurs, de représentations, de discours et des pratiques à connotation identitaire, culturelle et territoriale que partagent divers acteurs institutionnels, individuels ou collectifs » (De Suremain 2015: 5-6). Le discours de Rolando sur les ancêtres Incas montre cela à partir d'une pièce mise à la vente lors de l'événement *Un día de Q'eros*. Le recours à la langue quechua pour nommer des rues (*Mut'uchaka*), des endroits (*Qoriqancha*, *paqcha*) ou encore des établissements commerciaux (hôtel *Samay*) est aussi une manière de se rattacher à l'héritage incaïque, cette langue ayant été la

langue officielle du *Tawantinsuyo* ; employer le mot quechua *Qosqo* ou se dire « *qosqoruna*<sup>30</sup> » (gens de Cusco), comme le font plusieurs Cusquénien·ne·s, l'est tout autant.

Le fait que ce récit soit situé dans la ville n'a rien d'anodin. J'y reviendrai plus tard, mais il faut d'ores et déjà noter que je revendique une anthropologie qui évoque des situations et des événements qui ont lieu en ville, et non pas seulement en campagne, comme une part essentielle de la littérature anthropologique portant sur les Andes. Comme cela a pu être esquissé dans le récit du début, mon travail intègre une dimension touristique et commerciale qui est généralement délaissée par cette littérature. Des travaux anthropologiques sur les textiles, comme celui de Desrosiers (2014, 2012, 2010, 2000) ou d'Arnold et al. (2006) se concentrent sur la réalité rurale andine, et sont peu soucieux des dynamiques concernant la commercialisation des textiles et leur inscription dans le marché touristique, pourtant très important à l'heure actuelle, notamment comme ressource économique. Ces travaux tendent en outre à mettre l'accent sur le particularisme culturel des terrains étudiés, et beaucoup moins sur leur caractère cosmopolite, déjà perceptible dans mon récit. Cela ne caractérise pas uniquement la ville de Cusco, avec une population hétérogène et polyglote, mais concerne aussi les *comuneros* (cf. *Indigenous cosmopolitans* dans Forte 2010b ; cf. aussi hybridité chez Clifford 1996 [1988]) et les textiles andins. Comme je le montrerai dans ce travail, les *comuneros* ne sont pas fermés aux influences extérieures : il n'y qu'à regarder par exemple l'utilisation des jeans et bottes du Q'ero sur la photo ci-dessus (ou la religion mormone de Rolando ; cf. le football dans les Andes chez Voirol 2018). Les textiles andins ne le sont pas non plus (cf. Gisbert et al. 2010 [1987]) : à ce sujet, le commerce et le tourisme contribuent à la fois à exalter certaines particularités ethniques et à intégrer des éléments externes, par exemple dans la production textile ou dans le discours qui s'y rapporte (cf. discours mystique de Rolando).

## La valeur des textiles andins

The concept of value is manifold. Sometimes judged good, proper, and desirable in human life may be looked as valuable » (Aikhenvald 2013: 53)

Le récit sur ma *lliqllla* q'ero permet enfin d'entrer en matière sur la question de la valeur, centrale dans mon travail. En soi, le titre du récit « Une précieuse rencontre » renvoie à cette notion, le mot « précieux » faisant partie du même champ sémantique. Quelque chose de précieux a une valeur, qu'elle soit monétarisée ou ressentie<sup>31</sup>. Par exemple, les références à l'or ou l'usage des mots tels que *munaycha* (beauté) vis-à-vis des textiles andins y font allusion. La commercialisation textile et le

---

<sup>30</sup> *Runa* est un terme quechua qui fait allusion aux personnes, associé souvent aux populations rurales des Andes. Les Cusquénien·ne·s de la ville ont l'habitude de s'appeler entre elles·eux « *qosqoruna* » comme une manière de revendiquer une certaine « autochtonie » (cf. à ce propos Galinier et Molinier 2006). Daniel Estrada employé souvent le terme au point tel qu'il a été surnomé « le *qosqoruna* ».

<sup>31</sup> « Précieux » : « dont la valeur marchande est très élevée » ; « d'une extrême utilité, d'une très grande importance » ; « Qui a une très grande valeur (affective, morale); auquel, à laquelle on est très attaché ». Définitions tirées de : <http://www.cnrtl.fr/definition/précieux> (consulté le 19.03.19).

tourisme évoqués dans le récit me permettent également de revenir sur la valeur des textiles andins en tant que marchandises, mais aussi en dehors de leur vie marchande, une fois acquises ou utilisées.

La notion de valeur, à vrai dire, est venue au cours même de l'écriture et de la correction de ma thèse. Ayant adopté une perspective inductive qui ne formule pas d'hypothèses préalables à l'étude sur le terrain (cf. O'reilly 2012), j'ai construit mon travail autour de cette notion, après mon retour du terrain. Le fait d'avoir cartographié divers espaces et événements où la présence des textiles andins était manifeste, sous différentes formes, m'a rendu attentif à leur importance. Comment expliquer une telle importance ? J'ai voulu approcher cette question par la notion de « valeur », qui me semble pouvoir l'aborder<sup>32</sup> en restituant au mieux mon expérience de terrain et en donnant du sens au travail de cartographie réalisé.

Reformulons la question suivante comme point de départ : *quelle est la valeur des textiles andins à l'heure actuelle ?* C'est la première question qui m'est venue à l'esprit, surtout parce qu'un objet comme ma *lliqla* avait une valeur avant son acquisition, à savoir un prix : PEN 150. Elle valait de l'argent. Peut-on alors assimiler la valeur à sa simple « forme monétaire » (Marx 1993 [1983]: 67)? On se rend compte assez vite, si l'on suit le récit, que la valeur qu'endosse une telle pièce finit par aller au-delà de l'association valeur-prix. Partant de ma propre expérience, j'évoque par exemple des valeurs esthétiques et sentimentales liées à ma *lliqla* q'ero. C'est moi qui intuitivement ai employé le terme « valeur », avant de formuler ma thèse autour de cette notion. Je peux aussi dire d'elle que, à l'instar d'autres objets textiles, elle a une valeur scientifique pour moi en tant qu'« artefact ethnographique » (cf. Henry et al. 2013).

Mais peut-on limiter la valeur d'un objet à l'appréciation personnelle d'un individu, en l'occurrence à la mienne ? Il me semble qu'il ne faut pas négliger la valeur personnelle des choses, si l'on ne veut pas perdre de vue la complexité du phénomène. Je réponds à la question de manière affirmative, comme je le montrerai dans le dernier chapitre. Cependant, la réponse n'est que partielle et il faut confronter mon expérience personnelle liée à ma *lliqla* q'ero à un phénomène plus large. D'ailleurs, mon récit laisse entrevoir la valeur d'une telle pièce par des Q'eros comme Rolando. S'il n'emploie pas le terme, pour lui, cette *lliqla* a aussi une valeur liée au passé précolombien des Q'eros qu'elle permet de raconter. D'après son témoignage, l'on peut rapprocher cela à une valeur de type patrimonial, avec une dimension identitaire qui dépasse Rolando et concerne le reste de Q'eros. Il n'est d'ailleurs pas le seul, car j'ai pu entendre ce genre d'histoire dans d'autres *comuneros* de Q'ero et d'autres villages de Cusco dans lesquels, en parlant des textiles andins, on parle aussi des ancêtres.

Karl Marx (1993) permet également d'aborder la question de valeur au-delà des appréciations personnelles. Suivant cet auteur, les objets ou « marchandises » (pour employer ses termes<sup>33</sup>) (s)ont

---

<sup>32</sup> À ce sujet, Graeber (2001: chap. 3) rapproche « valeur » et « importance » (*Value as the Importance of Actions*). Voir aussi la définition de « précieux » (cf. note 31), faisant référence autant à l'« importance » qu'à la « valeur ».

<sup>33</sup> Défini comme « un objet extérieur, une chose, qui satisfait, grâce à ses qualités propres, des besoins humains d'une espèce quelconque » (Marx 1993: 49). Marx traite en outre le travail comme marchandise dans la mesure

une valeur d'usage<sup>34</sup> qui se rapporte « au caractère utile d'une chose », et qui « est conditionnée par les propriétés de la marchandise en tant que corps et n'existe pas sans ce corps » (Marx 1993: 40). Elle se rapporte « à ce qui est obtenu (*gained*) des qualités des biens (*qualities of goods*) à travers l'usage » (Aspers et Beckert 2011: 11). Dans le cas des *lliqlla* q'ero, elles sont en effet utilisées comme habits, mais aussi, comme je le développerai dans le troisième chapitre, dans le cadre de cérémonies. A ce propos, j'ai déjà évoqué l'exemple du *lloqepaña*, technique permettant de protéger des esprits, à laquelle on peut recourir dans le processus de fabrication d'une *lliqlla*, pour la doter d'un tel pouvoir. . Pour cette raison, elle *vaut* de l'or, pour paraphraser Alfredo. S'il n'utilise pas le mot « valeur », son discours peut être compris dans ces termes, d'autant plus qu'il fait une équivalence avec l'or, métal précieux qui a historiquement été rapporté à une certaine valeur de choses (Graeber 2001; Marx 1993). D'autres termes comme « valoir » (*worth*) se rapportent à cette idée de valeur (Stark 2009), tout comme des mots tels que « apprécier », « cher » ou « précieux » (Dewey 1939: 5-6 ; cf. aussi titre du récit) ou encore « estimer » ou « juger » (Vatin 2009: 17) (cf. à ce propos la citation d'Aikhenvald (2013: 53) en début de cette section)<sup>35</sup>. Pour reprendre le terme « valoir » utilisé par Alfredo, la question *Quelle est la valeur des textiles andins à l'heure actuelle ?* peut devenir : qu'est-ce que cela *vaut* de produire des textiles andins, de les vendre, de les acheter, de les utiliser ?

La question de l'utilisation nous ramène une fois de plus à la « valeur d'usage » de Marx (1993). Suivant sa définition, cette valeur se trouve dans sa corporalité ou matérialité, « dans le corps même de la marchandise, fer, blé, diamant, etc. » (p. 40), ici des textiles andins comme ma *lliqlla* q'ero. N'oublions pas, d'autre part, la valeur marchande pour des *comuneros* comme les Q'eros du récit, d'un objet comme une *lliqlla* qu'elles·ils vendent en échange d'argent, ayant ainsi une « valeur d'échange », pour reprendre encore une fois Marx (1993). Celle-ci est définie « comme le rapport quantitatif, comme la proportion dans laquelle des valeurs d'usage d'une espèce donnée [d'une marchandise] s'échangent contre des valeurs d'usage d'une autre espèce, rapport qui varie constamment selon le lieu et l'époque » (p. 41). Ma *lliqlla* q'ero a été par exemple échangée par les PEN 150 que j'ai payés. La monnaie, comme le souligne Marx, est en effet une marchandise « qui fonctionne comme mesure de valeur », devenue sous le capitalisme « l'unique figure de valeur » (p. 146), la « valeur-argent », terme qu'il utilise parfois pour s'y référer. Cette valeur, socialement construite et partagée, a une dimension symbolique (Graeber 2011; Godelier 1996; Marx 1993). Ce type de valeur est très présent dans notre quotidien (cf. Dumont 2013 [1980]: 289; Iteanu 2013: 157,

---

où il est vendu par les travailleurs aux capitalistes (cf. Marx 1993: chap. 2, p. 187-98). Je rappelle ma définition de « marchandise » se rapprochant davantage à celle donnée par Appadurai (2010a), citée plus haut.

<sup>34</sup> En mettant entre parenthèse le mot « (s)ont » j'ai voulu rappeler que Marx (1993) utilise le verbe être pour dire qu'une marchandise est une valeur d'usage. J'emploierai désormais le verbe *avoir* en me référant à ce type de valeur pour signifier justement la pluralité de valeurs, et qu'un objet « n'est que ... », mais peut aussi avoir plusieurs valeurs.

<sup>35</sup> Notons, qu'à l'instar d'Alfredo, d'autres interlocutrices·eurs m'ont parlé explicitement de valeur. Certain·e·s l'ont exprimé par des mots relevant du champs sémantique autour de cette notion, évoqué par ces auteur·e·s. C'est dans ce sens qu'il faut la voir comme une notion que je mobilise pour signifier des éléments qui ont de la « valeur » pour les personnes qu'elles utilisent ou non le terme.

169; Otto et Willerstev 2013b: 15; Beckert et Aspers 2011), « les prix [étant] omniprésents » (Callon 2013: 270) et l'argent devenant « l'objet de désir » (Graeber 2013: 225), « agent de domination sociale » (Fourcade 2011: 42) ou faisant l'objet de fétichisation chez Marx (1993) (cf. aussi Graeber 2013: 225; 2001: 105). Au-delà de cette possible obsession, il suffit de regarder nos pratiques marchandes, dans le cadre desquelles on évalue la valeur des marchandises en relation à d'autres produits (« *valuation* » et « *pricing* » chez Aspers et Beckert 2011: 3-4). Lors de nos achats, nous prenons souvent en compte cette valeur-argent, comme j'ai pu l'observer chez les touristes à Cusco. En outre, comme j'ai pu le constater, cette valeur motive une série d'acteur·e·s à s'engager dans l'activité textile, et à la promouvoir comme ressource économique. Cela rend possible le rapprochement entre valeur et action (action de tisser, de produire, de promouvoir, de vendre, ...), sur lequel je reviendrai plus bas et que j'aborderai à partir de la matérialité.

Partir des éléments tissés dans le récit et de l'exemple de ma *lliqla* constitue une bonne entrée en matière pour aborder la valeur des textiles andins. Par *entrée en matière*, je souhaite renvoyer au sens matériel du terme qui se rapporte, je le rappelle, à l'objet, au processus (activité textile), ou encore à d'autres moyens matériels qui s'y réfèrent. Les valeurs que j'ai l'intention d'étudier sont rattachées à la matérialité, ici aux textiles andins. Je limite donc mon étude à cette relation valeur-matérialité, et à ce qui gravite autour de celle-ci. C'est dans ce sens qu'il faut comprendre le mot « interaction », évoqué dans le titre de mon travail, et que je mettrai avec un trait d'union pour expliciter l'idée d'une action commune qui se réalise entre les acteur·rice·s humain·e·s et les objets textiles, une *inter*-action. J'y reviendrai dans la partie théorique, que je développe dans ce qui suit, en commençant par placer la notion de « valeur » au sein des sciences sociales. Ces dernières lui accordent aujourd'hui un intérêt renouvelé, à travers des publications (cf. plus bas, double numéro de la revue HAU 2013), mais également avec l'émergence récente des *Valuations Studies*<sup>36</sup>, dans lesquelles mon travail cherche justement à s'inscrire.

Le détour par la littérature permettra ainsi de tisser progressivement le trinôme valeur-matérialité-action, exposé précédemment de façon brève, et qui constitue le fil conducteur de ma thèse. L'apport scientifique de celle-ci réside dans ce trinôme à partir duquel la·le lectrice·eur pourra appréhender la multiplicité des valeurs endossées par les textiles andins, et par là même, mieux comprendre leur importance actuelle. Cette compréhension renouvelée se fera, d'une part, au-delà des interprétations sémiotiques, structuralistes, voire culturalistes avancées par de nombreuses études sur ces objets ; et, d'autre part, elle tentera de considérer la valeur dans une perspective articulant à la fois les dimensions collective et individuelle.

---

<sup>36</sup> Cf. <http://valuationstudies.liu.se/default.asp>, où divers auteur·e·s étudient par exemple la valeur de la biodiversité (Fredriksen 2017; Foale et al. 2016), ou encore plus proche de ma thématique, la valeur dans des contextes touristiques (Wagner 2015). Dans le milieu universitaire suisse, un séminaire en 2018 a été entièrement consacré la notion de « valeur » : <https://news.unil.ch/display?id=1520933042912>. J'ai participé aussi à un workshop « Neoliberalism and the New Anthropology of the Economy » (01-03.11.18), organisé par le *Swiss Graduate Program in Anthropology* qui a abordé des thématiques autour de l'argent et de la valeur.

## Approches théoriques sur la valeur

### La notion de valeur en sciences sociales : de Marx aux *Valuations Studies*

Le concept de « valeur » en sciences sociales semble venir de la philosophie (cf. Kluckhohn 1951 : 389), comme les idées aristotéliennes de « valeur d'usage » et de « valeur d'échange » (Aspers et Beckert 2011: 8). Cette notion est employée régulièrement dans divers travaux, parfois sans définition propre, et provient du langage courant pour souligner l'importance de quelque chose, souvent sur le plan social. Toutefois, il s'agit d'une notion ambiguë, polysémique et complexe (*challenging*) (Graeber 2001: 1-2), dans la mesure où elle implique « divers registres [de type] technique/économique, moral et politique » (Ortiz 2013: 76).

N'est-il donc pas possible d'élaborer une théorie de la valeur en sciences sociales ? Cette question est âprement discutée, comme le laisse entrevoir le débat entre Ton Otto et Rane Willerstev (2013b), dans un récent numéro de la revue *HAU*, consacré à cette notion. Alors que le premier auteur, convaincu de sa pertinence heuristique, défend une théorie générale de la valeur en anthropologie, le second, quant à lui, prône plutôt une anti-théorie de la valeur offerte par la discipline pour contrer l'idéologie néolibérale dominante. D'autres, à l'image d'Horacio Ortiz (2013), préfèrent utiliser le terme « signification » (*meaning*) (p. 76), plutôt que celui de « valeur » (*value*), qui ne constituerait pas une catégorie analytique pertinente. Pour cet anthropologue, l'usage du concept en anthropologie « peut non seulement confondre le langage de l'observateur (*observer*) avec celui de l'observé (*observed*), mais surtout peut imposer une signification univoque et stable » (p. 77). Pour autant, les tentatives de théorisation du concept n'ont pas manqué en anthropologie, depuis le travail de Clyde Kluckhohn dans les années 1950, et plus largement en sciences sociales<sup>37</sup>.

À ce propos, le fait que j'aie cité Karl Marx dans la section précédente ne devrait pas étonner. Il a été l'un des premiers<sup>38</sup> à théoriser la notion de « valeur » à l'époque du capitalisme émergent du XIX<sup>ème</sup>, et son influence dans l'histoire de la pensée est majeure (cf. Graeber 2001: chap. 2; Lefebvre 1993a). Les notions de « valeur d'usage » et de « valeur d'échange », qu'il mobilise tout au long de son œuvre *Le Capital* sont employées encore aujourd'hui, mon travail ne constituant de ce point de vue qu'un exemple parmi tant d'autres.

La théorie de Marx peut être lue comme une théorie sur la survaleur<sup>39</sup>, notion qui rend compte de la (re)production du capital au XIX<sup>ème</sup> et du fonctionnement du capitalisme. Sa théorie est construite autour du travail, qui est à l'origine de la valeur des marchandises. Pour Marx, la « valeur d'usage » se

---

<sup>37</sup> Les années 1960 ont été marquées par des courants surtout économiques et linguistiques (cf. Graeber 2001: 2-5). Pour une généalogie des théories sur la valeur, cf. notamment Graeber (2001, 2013: 220-22).

<sup>38</sup> Marx cite d'autres auteur·e·s qui l'ont précédés, notamment des économistes comme Smith et Ricardo. Il développe sa théorie en prenant ses distances vis-à-vis de ces auteur·e·s. Pour une critique de ces économistes, cf. Marx (1993: 92-3, 578, 660; cf. aussi chap. 15). Pour l'utilisation du terme de « valeur » en philosophie, cf. Dumont (2013).

<sup>39</sup> J'emploie le terme qui correspond à la traduction de l'allemand « *Mehrwert* », faite par Lefebvre (1993b: XLIII) dans l'ouvrage qu'il dirige (version française), et auquel je me réfère. Marx affirme que Ricardo (1821) associe, avant lui, la valeur au travail, mais sans une véritable théorisation de la survaleur tenue pour « naturelle », « inhérente au mode de production capitaliste » (Marx 1993: 578).

rapporte au travail humain, qui correspond au temps nécessaire pour sa fabrication, et cette « valeur d'usage » peut avoir une « valeur d'échange » acquise sur le marché. Sans entrer dans les détails, il faut retenir que la notion marxiste de « valeur » est intimement liée au travail (*labor*)<sup>40</sup>. Pour résumer, la survaleur est le résultat d'un surgain qui excède cette valeur et se fait sur le dos des travailleurs : la vente de la main d'œuvre (qui est « valeur d'usage » pour Marx) est sous-payée, ce qui permet de générer la survaleur, et donc du capital.

Cette théorie est-elle encore d'actualité ? La réalité du XIX<sup>ème</sup> n'est pas celle d'aujourd'hui, et la valeur des marchandises ne peut pas se réduire au travail. À l'instar de ce que je montrerai ici, d'autres auteur·e·s comme Graeber (2001: chap. 2) ont souligné les apports et limites de cette théorie (cf. aussi Lambek 2013: 154-6; Callon 2013: 266-7; Graeber 2013: 222-6). L'exemple de ma *lliqlla*, et le récit qui l'accompagne, mettent par exemple en évidence le fait que cette notion va au-delà de la question du travail (cf. Beckert et Aspers 2011: 9), même si l'on peut bien sûr relier valeur et travail en valorisant le travail fait à la main plutôt que la production industrielle opérée par des machines (cf. chap. 4 et 7).

En effet, la notion de « valeur » a fait l'objet de discussions théoriques qui l'ont complexifiée, bien au-delà de la conceptualisation qu'en avait fait Marx. Comme l'affirme Graeber (2001: 56) « il n'existe pas un seul système de valeur », mais il faut prendre cette notion au sens pluriel, dans son hétérogénéité. Il évoque par exemple les valeurs familiales (*family values*), religieuses (*religious virtues*) et esthétiques (*aesthetic values of art*) (*ibidem*). Cette perspective invite à aller au-delà de « la valeur », au singulier, liée uniquement à l'argent, et considérer « les valeurs » dans leur pluralité (Graeber 2013: 224; cf. aussi Vatin et al. 2013 [2009]; Ortiz 2013: 65-6; Barraud de Langerie et al. 2013: 306-7; Sahlins 2013). L'émergence des *Valuation Studies*<sup>41</sup> met bien en lumière cette tendance qui privilégie cette acception plurielle. Entendons par « valuation »<sup>42</sup> « l'ensemble des récits, mécanismes, dispositifs, outils qui constituent les valeurs et, simultanément, mettent en place leur

---

<sup>40</sup> Marx parle du « travail social », socialement calculé en temps moyen pour produire une marchandise donnée. Il traite ainsi les marchandises comme « des choses sociales » (Marx 1993: 83), dont la valeur correspond à « la forme objective du travail social dépensé pour sa production » (p. 599).

<sup>41</sup> Une récente revue portant ce nom a vu le jour en 2013, ce qui témoigne de l'importance scientifique contemporaine. Les *Valuations studies* sont qualifiées de champs émergent (*emerging field*) par Helgesson et Muniesa (2013: 4), dans l'introduction du premier numéro de la revue. Ces auteurs soulignent que les *Valuations studies* sont de caractère pluridisciplinaire (histoire, littérature, économie, market studies, etc.). Elles ne se limitent donc pas qu'aux sciences sociales (p. 3). Ce nouveau champ s'inspire de travaux préalables qui ont été consacrés aux questions de valuations (terme utilisé explicitement, cf. Dewey 1939, Lamont 2012). Un cycle de conférences et d'ateliers organisés à l'Université de Lausanne en 2018 témoigne aussi de l'intérêt récent pour les *Valuations Studies* (cf. <https://news.unil.ch/display?id=1520933042912>). Pour Fourcade (2011: 46), on assiste ainsi à un mouvement de la sociologie économique vers les processus de valuation. D'autres travaux font une relecture des classiques sous le prisme de la valuation. C'est le cas de Beckert (2011), qui affirme que la sociologie des religions de Durkheim (1912) peut être lue comme une sociologie de la valuation.

<sup>42</sup> J'ai choisi cette définition qui m'a semblé complète. Soulignons cependant la polysémie de cette notion, changeante d'une langue à une autre (Helgesson et Muniesa 2013: 5-6). Voir aussi la distinction française entre « évaluer » et « valoriser » chez Vatin (2013), ou la relation entre « *praise* », « *price* » and « *prize* » en anglais, qui dérivent de la même racine latine selon Dewey (1939: 5-6). Selon ce dernier, les mots « *appreciate* » et « *appraise* » étaient jadis interchangeables, et « *dear* » (cher) est encore utilisé comme équivalent de « *precious* » (précieux) et de « *costly* » (coûteux). Voir aussi Stark (2011), qui reprend le travail de Dewey.

mesure » (Callon 2013: 268). Cette définition inclut, entre autres, les processus de « valuation marchande » qui permettent d'attribuer une « valeur monétaire » (*ibidem*), autrement dit la « valeur-argent » évoquée dans la section précédente. Marchande ou non<sup>43</sup>, toute valuation comporte une composante technique, selon Callon (2013: 269). En tout cas, elle est « performée presque partout » (Helgesson et Muniesa 2013: 2) et « participe à la constitution de l'ordre social » (p. 3).

Les *Valuation Studies* insistent sur les différents processus de valuation à travers lesquels émergent des valeurs attribuées, à la fois « objectives » (processus d'objectivation) et « subjectives »<sup>44</sup> (créées entre personnes ou personnes et objets), ainsi que plurielles (Helgesson et Muniesa 2013: 7). Les choses (*things*) peuvent en effet endosser plusieurs valeurs qui peuvent potentiellement entrer en conflit (*conflicting*), se juxtaposer (*overlapping*), se combiner (*combine each other*), ou se contredire (*contradict each other*) (*ibidem*) (cf. aussi Iteanu 2013; Henri et al. 2013: 36; Beckert 2011: 108; Aspers et Beckert 2011; Dumont 1986 ; cf. « valeurs complexes » des objets chez Turgeon 2007: 19)<sup>45</sup>. D'où l'existence de réponses divergeantes (*discrepant answers*) sur la question « qu'est-ce qui a de la valeur ? » (*what is valuable ?*) (Stark 2011: 336), d'autant plus que les processus de (re)valuation sont actualisés constamment (Henry et al. 2013: 45-6; Neilsen 2013: 81), parfois par nostalgie vis-à-vis des choses (cf. cas de langues chez Aikhenvald 2013: 68).

Ces processus de valuation sont ainsi de caractère complexe et dynamique, socialement structurés mais aussi variables individuellement (Aspers et Beckert 2011: 24). Il s'agit d'un processus toujours en marche (*never ending-process*), oscillant entre valuation et dévaluation (p. 25)<sup>46</sup> et mobilisant différentes « échelles de valeurs » (*scales of values*) (« *regimes of value* » chez Appadurai 2010; ou « *accounts of worth* » chez Stark 2009 ; cf. aussi *trajectories of valuation and devaluation* vis-à-vis des artefacts chez Henri et al. 2013: 35) permettant d'émettre un jugement arbitraire (Mears 2011: 157) sur un objet, une activité, un événement plus ou moins éthique, plus ou moins beau, plus ou moins cher, etc. (p. 6). L'émergence du commerce équitable (*fair trade*) met par exemple en évidence les valuations en termes de valeurs éthiques (Gourevitch 2011; Zick-Varul 2009), valeurs que je mettrai aussi en évidence concernant les touristes (cf. chap. 7.2.3)<sup>47</sup>. De son côté, le travail de Marion

---

<sup>43</sup> À ce propos, cf. la distinction entre « *valuation* » et « *pricing* » soulignée par Stark (2011), la première ne pouvant être réduite à la seconde (p. 319), bien qu'il existe des imbrications possibles (p. 323) (cf. aussi la distinction entre « *calculation* » et « *judgment* » chez Dewley 1939).

<sup>44</sup> Pour ce double caractère objectif et subjectif, cf. aussi Stark (2011: 334-5) et Dewley (1915: 4).

<sup>45</sup> À ce propos, cf. la triple distinction analytique des sources de valeur proposée par Aspers et Beckert (2011: 11-3) oscillant entre : 1) valeur d'usage (*use value*) et valeur d'investissement (*investment value*); 2) valeur individuelle (*individualistic value*) et valeur relationnelle (*relational value*); 3) valeur fonctionnelle (*functional value*) et valeur symbolique (*symbolic value*). Ces catégories analytiques peuvent se combiner et se juxtaposer.

<sup>46</sup> Ces auteurs citent cette oscillation en se référant particulièrement au travail de Simmel (1971 [1904]), qui met l'accent sur le point de vue des consommatrices-eurs. Callon (2002) fait une analyse similaire du point de vue des producteurs (cité par Beckert et Aspers 2011b: 25). Ces deux points de vue sont complémentaires, comme le montre l'étude sur les vins de Garcia-Parpet (2011), qui associe valeur symbolique et assignation de prix des bouteilles. De leur côté, Henri et al. (2013) insistent sur le caractère processuel où la valeur fait l'objet d'une réévaluation continue (*continous revaluation*, p. 46).

<sup>47</sup> À ne pas confondre avec l'« *ethnical value* » de Lambek (2013), qui l'oppose au « *material value* » (cf. Lambek 2013: 141-4, 149). Pour cette anthropologue, la première est de caractère non marchand, contrairement

Fourcade (2011) met l'accent sur les valeurs morales (*moral values*) vis-à-vis de l'environnement, qui émergent suite à une catastrophe écologique, évaluée aussi en termes économiques. Pour Patrik Aspers et Jens Beckert (2011b: 6), ces types de valeurs morales « peuvent [en effet] motiver l'action et former les bases pour le jugement des biens (*assessment of goods*) », ce qui renvoie à la relation entre valeurs et action, fondamentale dans mon travail - j'y reviendrai. Par « biens » (*goods*), ces auteurs entendent non seulement les « produits », mais aussi les « services » et aspects financiers (*financial assets*) (note 1, p. 38). Dans cette perspective élargie, l'étude en termes de valuation englobe une série d'éléments matériels et non-matériels (cf. Helgesson et Muniesa 2013).

Comme le soulignent ces travaux, les questions de valuations et de valeurs dépassent donc les appréciations concernant des objets. « La valeur n'est pas intrinsèque à la matérialité d'un objet, mais elle est plutôt inséparablement connectée au concept de signification (*meaning*) » (Richins 1994: 504), comme le rapportent Aspers et Beckert (2011: 11) en citant également les cas des marchés financiers (p. 30). Pour ces auteurs, « l'investigation de la valuation des biens (*goods*) et les changements de ces valuations doivent se focaliser sur les significations (*meanings*) que des biens (*goods*) endossent (*obtain*) pour les acteur·e·s » (*ibidem*). Cette signification peut varier selon l'expertise de la personne (cf. le cas de vins chez Beckert 2011: 120) ou la valeur symbolique socialement accordée (cf. le cas de la Vespa chez Ravasi et al 2011). On revient ainsi à la relation étroite entre les concepts de « signification » et de « valeur » dans la littérature, sans pour autant éviter l'usage de ce dernier<sup>48</sup>.

De Marx aux *Valuation Studies*, on constate que la notion de « valeur » est plurielle et ne se limite pas à la seule valeur économique. Même sous sa forme monétaire, sa « forme-argent » (Marx 1993), la valeur est une affaire sociale qui concerne tout autant les sciences sociales que l'économie<sup>49</sup> (les questions de valeur précèdent d'ailleurs le capitalisme comme le soulignent Aspers et Beckert 2011: 3-4). Cette notion implique fortement des processus de valuation, déjà présents dans l'analyse que fait Marx sur la circulation des marchandises et les échanges entre celles-ci par des valeurs jugées socialement équivalentes. Les *Valuation Studies* nourrissent encore davantage ces réflexions sur le jugement, ainsi que la comparaison avec des concepts mettant en évidence les processus de valuations de nature diverse (cf. par ex. « *praise valuation* » et « *price valuation* » chez Hutter 2011; « *valuation* » et « *pricing* » chez Beckert et Aspers 2011; « évaluation » et « valorisation » chez Callon 2013; « *calculation* » et « *judgment* » chez Dewley 1939 ; cf. aussi la notion de « qualcul » de Cochoy (2002) repris par Callon 2013<sup>50</sup> ; ou la dimension hiérarchique chez Iteanu 2013 et Dumont

---

à la seconde, et à ce que je développe dans ce travail, où l'on voit que des valeurs d'ordre éthique sont revendiquées à travers l'achat de souvenirs.

<sup>48</sup> Contrairement à Ortiz (2013), qui critique l'usage de la notion de « valeur » (cf. ci-dessus), Beckert et Aspers (2011b) l'emploient en montrant son articulation avec le concept de « signification », à l'instar d'autres travaux (Becker 2011; Ravasi et al. 2011; Ravasi et Randova 2008)

<sup>49</sup> Le « Pacte parsonnien » résume bien cette division disciplinaire critiquée par Stark (2009: 7) : « vous, économistes, vous étudiez la valeur ; nous, sociologues, étudions les valeurs » (cité in Barraud de Lagerie et al. 2013: 311). Ce pacte est désormais fortement critiqué et ne fait plus sens.

<sup>50</sup> Pour cet auteur, cette notion « libère de l'opposition entre jugement (qualitatif) et calcul (quantitatif) » (Callon 2013: 271).

1980). Dans son anthropologie de la valeur, David Graeber (2001) insiste également sur cette dimension comparative (cf. ci-dessous). La « valeur d'usage » de Marx nous montre toutefois que les processus de valuation ne sont pas toujours à l'œuvre, puisque les marchandises (pour reprendre ses termes) (s)ont une valeur d'usage de par leurs qualités propres. Leur valeur réside dans l'usage que nous, humains, en faisons, dans « ce qui est obtenu des qualités des biens à travers l'usage » (Aspers et Beckert 2011: 11). Ce type de valeur, de même que d'autres mentionnées dans les *Valuation studies* et dans divers travaux (éthiques, esthétiques, etc.), ne font pas toujours l'objet de valuations de type marchand, bien qu'elles soient non négligeables. D'où les critiques adressées parfois à des auteur·e·s, comme Callon (2013) pour se focaliser sur les valuations marchandes (cf. Barraud de Lagerie et al. 2013: 321-3)<sup>51</sup>.

Marx et les *Valuation Studies*, ainsi que d'autres anthropologues comme Graeber (2013, 2001), insistent sur le caractère social des valeurs (cf. aussi Sahlins 2013; Sykes 2013: 98, 100; Jiménez Corsín et Estalella 2013: 121). C'est tout à fait pertinent, mais le caractère individuel que peut endosser cette notion n'est souvent pas considéré, ou en tout cas, se trouve fréquemment relégué au second plan. D'après ma lecture de ces travaux, certains en font mention, comme la référence aux processus de valuation structurés socialement mais variables individuellement, citée précédemment par Aspers et Beckert (2011: 24). Ces auteurs font à ce propos une distinction analytique entre « valeur individualiste » et « valeur relationnelle », par exemple entre l'achat d'un objet pour soi, par désir purement personnel, et un autre, pour autrui, comme cadeau. Cette distinction n'exclut pas le fait que ces deux valeurs puissent être mobilisées en même temps, selon la signification acquise dans l'échange (*the flow of meaning in the exchange process*, p. 12) (pour ces catégories analytiques, cf. ci-dessus note 45). Michael Hutter (2011) évoque aussi la valeur des émotions induites, par exemple, par le fait de « redécouvrir des textiles traditionnels », ou d'aller en « city tours » (p. 201) (domaines concernés par mon étude), qui suscitent généralement surprise et étonnement. Cela se rapporte à l'expérience individuelle, variable d'une personne à une autre, et qu'on ne peut prédire à l'avance, comme le souligne cet auteur. Dans son analyse sur les objets en sciences sociales, Turgeon (2007: 24) insiste sur le caractère subjectif et variable de la valeur. Du point de vue sémantique, le mot « apprécier » (*esteem*), lié au processus de valuation (tout comme « estimer », *estimate*), comporte également cette dimension « émotionnelle-personnelle » (Stark 2011: 327), que l'on retrouve également dans le mot anglais *prizing* (Dewley 1939). Dans une approche plus sémiotique, Anne Beyaert-Geslin (2015: 142) insiste sur les « valeurs d'attachements », qui sont de caractère personnel et se distinguent des « valeurs d'usage » et des « valeurs d'échange ». Dans cette pluralité de valeurs, il faut donc prendre aussi en considération la dimension individuelle contenue dans la notion de valeur. Je reviendrai sur cette question plus précisément dans le dernier chapitre en mobilisant

---

<sup>51</sup> Il faut « [p]rendre au sérieux la façon dont valeur et valeurs s'élaborent et se distribuent en dehors du marché » (Barraud de Lagerie et al. 2013: 326).

l'anthropologie de la valeur de Graeber, et les considérations émises par des auteur·e·s comme Beyaert-Geslin (2015), avec une approche auto-ethnographique et phénoménologique.

Si certains travaux insistent plus sur la notion de « valeur » et d'autres préfèrent celle de « valuation » (cf. par ex. Barraud de Langerie et al. 2013: 319; Muniesa 2011), les deux sont toutefois liées, comme le souligne la définition de valuation empruntée à Callon (2013: 268), énoncée plus haut. Prendre en considération les *Valuations Studies* a l'avantage d'inscrire la valeur (ou les valeurs) dans un caractère processuel et dynamique, aussi bien d'ordre social qu'individuel.

### **Vers une anthropologie de la valeur dans l'action**

Comme mentionné précédemment en citant le double numéro de *Hau*, la notion de « valeur » est utilisée de manière récurrente en anthropologie, mais n'en reste pas moins fortement débattue. Déjà auparavant, des anthropologues comme Marcel Mauss<sup>52</sup>, Arjun Appadurai (*regimes of value*), Jean Baudrillard (« valeur signe ») entre autres, avaient utilisé ce concept dans leurs théories autour des objets. C'est aussi le cas de Maurice Godelier (1996). Sa théorie sur le don insiste surtout sur les valeurs symboliques et esthétiques (appréciation de la beauté) des objets, qui s'inscrivent dans une valeur sociale plus large permettant la reproduction des sociétés. Plus récemment, et plus proche de mon étude, d'autres tels que Filareti Kotsi (2007: 55) ou Christine Ballengee-Morris (2002: 102) ont employé de manière ponctuelle la notion de « valeur » (religieuse, ethnique, symbolique, etc.) pour caractériser des objets touristiques. La valeur au sein de l'activité touristique est aussi à chercher dans la quête de l'authenticité des touristes (cf. notamment Maccannell 1976, 1973), manifeste aussi dans mon terrain, ou encore en lien avec la valeur acquise des souvenirs achetés (Tiffani 2007; Morgan et Pritchard 2005; Kim et Littrell 2001) ou des photographies de voyage (Bærenholdt et al. (2004).

Malgré cette utilisation récurrente, dans *Toward an Anthropology Theory of the Value*, Graeber (2001) déplore l'absence d'une véritable théorie (cf. aussi Graeber 2013: 219). Il souligne à cet égard la polysémie du terme et les usages théoriques du concept oscillant entre les trois sens de celui-ci : sociologique, économique et linguistique (cf. Graeber 2001: 1-2, 22). Pour cet anthropologue, les théories se concentrent uniquement sur l'un de ces sens et finissent par négliger les autres (Graeber 2001: 2; cf. aussi p. 46-7). Si d'autres travaux lui ont succédé, il me semble que personne n'a élaboré un travail théorique d'une telle envergure sur cette notion en anthropologie, avec une telle prétention de théorisation générale. C'est la raison pour laquelle je m'appuie sur son travail, et que je l'articule à d'autres travaux sur la question.

Par son analyse historique de la notion, et par la synthèse qu'il opère de différents travaux de la discipline, il propose une théorie anthropologique de la valeur à travers une théorie du plaisir (*theory of pleasure*), qui insiste sur l'aspect social de la valeur (p. 260) et sur le désir (p. 3-4, 105)<sup>53</sup>. On

---

<sup>52</sup> Marx et Mauss ont mobilisé cette notion pour critiquer le système capitaliste et pour en proposer une autre basée sur une certaine réciprocité (Otto & Willerslev 2013b: 1-2). Cf. aussi Lambek (2013) et Graeber (2001)

<sup>53</sup> Si Graeber (2001) tient compte de la dérisabilité dans son travail, il propose à la fin de celui-ci de se déplacer « des théories du désir à celles du plaisir », qu'il retrouve chez Mauss et Marx (p.260) (cf. aussi p. 261).

retrouve cette idée de désir déjà chez Georg Simmel (1978 [1907]: 66), pour qui la valeur est définie comme la distance entre un·e acteur·e et l'objet qu'elle·il désire. C'est dans cette séparation sujet-objet que réside la valeur. Critiquant Simmel, Colin Campbell (1987) considère que cette valeur réside plutôt dans l'imperfection ou la désillusion une fois que l'objet désiré est possédé, en contraste par rapport à ce qui est attendu avant de le posséder. Quoi qu'il en soit, la valeur devient couplée au désir (ou plaisir) de la personne vis-à-vis de quelque chose, par distance ou par rapprochement<sup>54</sup>. Cette « désirabilité » (*desirability*) doit être cherchée également dans ce que les objets permettent de faire (*affordance of objects in the human environment that lend themselves to become desirable*) (Widlok 2013: 27).

Le désir évoqué par Graeber est à son tour couplé à l'action. Car « la valeur [...] est quelque chose qui mobilise les désirs (*mobilizes the desires*) de ceux·celles qui la reconnaissent (*recognize it*) et qui les pousse à agir (*moves them to the action*) » (p. 105). La valeur s'exprime par « la manière dont les gens peuvent faire presque tout (*could do almost everything*) » et par la manière d'« évaluer (*assess*) l'importance de ce qu'elles·ils font, en fait font lorsqu'ils sont en train de le faire (*the importance of what they do, in fact, do, as they are doing it*) » (p. 47). Le terme « évaluer » renvoie à la dimension comparative et de jugement précédemment développée. Pour cet anthropologue, la « réalisation de la valeur » (*realization of value*) se rapporte toujours à « un processus de comparaison » (*process of comparison*) (p. 87; cf. aussi Graeber 2013: 225-6), ce qui est mis en avant notamment par les *Valuation Studies* avec différents concepts cités plus haut. On retrouve ce rapprochement entre valeur et action dans les travaux de Nancy Munn (1986, 1983, 1977), que Graeber utilise d'ailleurs pour développer sa théorie. Selon cet anthropologue « la valeur des actions » (*the value of actions*) est contenue dans la matérialité des objets (*physical beings of the objects*) (Graeber 2001: 105).

Plus récemment, d'autres travaux se sont intéressés particulièrement à la relation entre valeur et action. Dans le deuxième numéro *HAU* consacré à la notion de « valeur », outre la contribution de Graeber (2013), celle de Michael Lambek (2013) revient sur cette relation. Pour ce dernier, c'est l'action qui fonde la valeur et non pas l'objet. Il critique par là même la focalisation de la valeur sur les objets promue par divers travaux, qui seraient, d'après Lambek (p. 155), probablement influencés par la lecture de Mauss. Ce dernier insiste sur le fait que la valeur est à chercher dans l'acte de reconnaissance (*act of acknowledgment*) qui est mobilisé par l'activité humaine, et qui génère de la valeur : sans cette activité, la valeur « s'évapore » (p. 150). S'il y a une valeur des objets, elle réside donc dans cette reconnaissance, dans « la valeur des activités humaines » (p. 156). L'auteur s'écarte

---

<sup>54</sup> Pour Beckert (2011), ce type de réflexion permet de concevoir la « valeur imaginative » (*imaginative value*), ce qui élargie le caractère pluriel de cette notion, défendue ici, et que l'on peut rattacher à d'autres valeurs, notamment celles associées à la notion d'authenticité (cf. Gourevitch (2011) et Karpik (2007), qui évoquent la valeur de l'authenticité ; cf. aussi Cant 2012; Tiffany 2006; Errington 1998; Steiner 1995: 152-6). Je postule ici que l'authenticité comporte un fort degré d'imagination, en tout cas mobilise un imaginaire, sans pour autant dire qu'il s'agit d'une pure illusion, puisque, comme insiste Gourevitch (2011), la « valeur imaginative », d'origine mentale, induit des sensations ressenties concrètement (p. 107). Pour une discussion du concept d'« authenticité » et la manière dont je l'emploie, cf. plus bas la section « Concepts et terminologie ».

ainsi de Graeber (2013, 2001), qui relie valeur, action et matérialité. Pour Lambek, les objets deviennent « simplement des signes de ce qui a été fait ». Ils « emmagasinent (ou symbolisent) la valeur des actes (*value of acts*)» (p. 155). Si Graeber ne limite pas la valeur des actions à la matérialité, il la prend toutefois plus en considération que Lambek<sup>55</sup>.

Que la matérialité soit laissée dans un premier ou second plan, on ne peut pas faire abstraction de sa présence. La « valeur d'usage » (dans le sens marxiste) nous rend attentives·ifs à cela, puisque la valeur des marchandises se trouve aussi dans la matérialité elle-même (cf. aussi l'« *affordance of objects* » de Widlok 2013: 27). Par ailleurs, suivant Stark (2011: 336), « l'objet de la sociologie [et aussi de l'anthropologie] n'est pas les *êtres humains (human beings)*, mais l'*être humain (being human)* », ce qui met l'accent sur « les socio-technologies [...] qui font partie de notre humanité (*are a part of our humanity*) ». Ainsi, en tant qu'assemblages d'humains et non humains, nous performons (*we, assemblages of human and nonhuman, perform*) » (*ibidem*). Stark insiste, en fait, sur cette performance liée à l'action (p. 335), ce qui le rapproche de l'anthropologie de la valeur de Lambek et de Graeber, bien qu'il préfère réfléchir plutôt en termes de valuation<sup>56</sup>. Notons que Lambek (2013: 149) emploie aussi le terme performance dans un sens très similaire (*performative acts*)<sup>57</sup>. D'autres auteur·e·s comme Jens Beckert (2011) soulignent en outre la « performance des biens (*goods*) », dont les objets, qui interviennent dans la configuration des valeurs (pour lui de type « physique », « positionnel » et « imaginative »). Dans sa relecture d'Emile Durkheim, il affirme en outre que l'étude du totémisme « explore comment la connexion entre objets matériels (*material objects*) et valeurs est créée et maintenue » (p. 107-8). Ces études sur la valeur rapprochent donc, bien qu'à des degrés différents, le concept et la matérialité.

## Vers une ANThropologie de l'action avec les objets

Sans parler nécessairement de valeur, divers auteur·e·s soulignent l'importance de la matérialité. N'oublions pas l'intérêt de l'anthropologie pour les objets, depuis les pères de la discipline – Frank Boas (1988) avec le Potlatch, Bronislaw Malinowski (2002 [1922]) avec le Kula, ou Marcel Mauss (1950) avec le don – jusqu'aux travaux muséographiques<sup>58</sup>.

---

<sup>55</sup> Pour Graeber (2013: 225) « *the object [...] represents and embodies values of a certain genre of human creativity* ». De manière plus large, dans son ouvrage, il évoque les cadeaux, l'argent ou d'autres matières précieuses (cuivre, or, etc.) qui dénotent de la valeur contenue dans la matérialité.

<sup>56</sup> Stark (2011) suit par là Muniesa (2011) qui, dans une approche pragmatique, remplace la notion de valeur (nom, propriété) par l'action de valuation (processus, action pratique) ; cf. Stark (2011: 334-5). En ce qui me concerne, je considère la valeur comme un produit de ce processus, mais n'étant pas toujours attachée à celui-ci.

<sup>57</sup> Comme je le développerai dans le chap. 5, je définis ce terme en français comme mise en acte, tentative de traduction du terme anglais *enactment*, moins connoté que performance selon Mol (2002: 32-3).

<sup>58</sup> Clifford (1996: 61-2) cite l'exemple de la mission Dakar-Djibouti de Marcel Griaule dans laquelle 3'500 objets ont été amenés de l'Afrique, destinés au Musée du Trocadero à Paris. Il mentionne la participation d'autres anthropologues comme Paul Rivet. L'importance de ces musées reste d'actualité si l'on se réfère à la réouverture du MEG et du MEN en Suisse, ou à la création du Quai Branly en France. Boas a d'ailleurs collecté des objets qui sont exposés aujourd'hui dans des musées ethnographiques, comme celui de Berlin (Hatoum 2013). Un vaste littérature aborde la relation entre objets, musées et anthropologie et des problématiques qui lui sont associées (par ex. Mazé et al. 2013; Benkirane et al. 2007; Edwards et al. 2006; Clifford 1996; Simpson

À ce propos, Laurier Turgeon (2007) propose une typologie qui retrace les différentes approches en sciences sociales vis-à-vis des objets : l'objet témoin, l'objet signe, l'objet social et l'objet mémoire. Dans la première approche, caractérisant notamment les courants culturalistes et fonctionnalistes, l'objet sert de témoin de la culture matérielle de sociétés dites sans histoire ou sans écriture ou de la « culture populaire » (cf. l'approche griaulienne et maussienne sur l'objet comme « témoin » décrite par Clifford 1996: 71-2). Dans la deuxième approche, l'objet est érigé au statut de signe portant un sens du point de vue de la réception ou de la perception. Les courants sémiotiques et structuralistes s'intéressent particulièrement à ce type d'objets. La troisième approche porte sur les fonctions sociales de l'objet, liées par exemple à la distinction sociale ou à l'habitus (chez Bourdieu), aux processus d'objectivation (chez Miller ou Tilley) ou à une vie sociale propre aux objets (Appadurai, Kopytoff). La dernière approche étudie le lien entre mémoire et objet, en l'appréhendant, soit comme support mnémonique (Nora), soit de la manière dont il construit la mémoire (Fabre, Ingold), ou encore à partir de la relation avec l'oubli (Candeau)<sup>59</sup>. Ces approches témoignent de l'importance des objets sous divers aspects – que l'on retrouvera dans la littérature sur les textiles andins –, et de l'intérêt porté sur eux par les sciences sociales.

Un détour par les études des sciences et des techniques (STS) permet d'insister sur l'importance de la matérialité. À l'instar de Stark (2011: 336), cité dans la section précédente, les STS invitent en effet à prendre en considération les multiples assemblages entre humains et non-humains, la « matérialité des choses du social » (Vinck 2009: 52), permettant la réalisation de divers actions de la vie quotidienne. Selon Dominique Vinck (2009), depuis les années 1980, cette prise en considération semble un acquis en sciences sociales, et la « théorie de l'acteur-réseau » ou l'*Actor-Network theory* (ANT) « joue, en ce sens, un grand rôle » (p. 51). Bruno Latour (2007), l'un des principaux exposants de l'ANT, invite à ne pas poursuivre avec une « sociologie sans objet », en prônant cette prise en compte (cf. aussi les critiques à ce propos de Latour (1984) et de Vinck (1992: 72)).

Depuis ses origines dans les travaux sur les laboratoires (Latour et Woolgar 1979; cf. aussi Vinck 1999), l'ANT a pu quitter la sociologie des sciences pour élargir son champ de réflexion dans des domaines divers et différentes disciplines<sup>60</sup>. Le tourisme, auquel mon étude s'intéresse tout particulièrement, ne fait pas exception en la matière. L'ouvrage collectif *Actor-network theory and tourism* (Jóhannesson et al. 2012a) soutient la pertinence d'une telle approche en études de tourisme, en mettant en évidence les assemblages entre humains et non-humains qui font partie des « tourism

---

1996; Kirshenblatt-Gimblett 1991; AFA 1990; Stocking 1985; pour le cas du Quai Branly cf. Desvallées 2011; Price 2007). Pour une histoire des musées ethnographiques, voir notamment Boursiquot (2014), Bouquet (2011: chap. 3) et Hamy (1988) (cf. aussi Kirshenblatt-Gimblett 1991).

<sup>59</sup> Je résume les propos de l'auteur aux traits saillants de chaque typologie que Turgeon développe de manière plus détaillée et nuancée selon les approches. Cf. Turgeon (2007: 19-30).

<sup>60</sup> L'ouvrage collectif *L'effet Latour* (Tollis 2014), témoigne particulièrement bien de ce mouvement. Il rassemble les travaux récents de doctorant·e·s issus de diverses disciplines, ayant employé l'ANT pour leur thèse, tout en l'adaptant aux nécessités et aux réflexions propres à leurs objets d'étude propres. Haye (2014: 94) parle à ce propos de « bricolage théorique ».

orderings<sup>61</sup> » (Franklin 2012) ou des « tourismescapes<sup>62</sup> » (Van der Duim et al. 2012). Ces travaux insistent sur le fait que « le tourisme ne durerait pas une seconde sans le non-humain » (*tourism would not last a second without the non-human*) (Jóhannesson et al. 2012b: 167). Comme l'affirme Valerio Simoni (2012: 74) « [l]a leçon fondamentale de l'ANT est que les matérialités ne peuvent pas être extraites des associations à partir desquelles elles sont fabriquées »<sup>63</sup>. Sans avoir une approche ANT, d'autres travaux soulignent également l'importance de la matérialité en tourisme, notamment dans le domaine artistique ou artisanal<sup>64</sup> (cf. Phillips et Steiner 1999b ; Graburn 1999, 1976), ou dans le travail ethnographique et muséographique (cf. Heny et al. 2013).

Outre ces apports, l'ANT me semble pertinent surtout comme outil épistémologique<sup>65</sup> pour repenser mon objet d'étude. Je mobilise l'ANT principalement d'après ma lecture de Latour (2006), sorte de manuel pour utiliser cette théorie. Trois principales raisons m'ont encouragé à adopter la théorie de l'acteur·e-réseau<sup>66</sup>.

La première raison concerne la prise en compte sérieuse de la matérialité dans le monde social. L'ANT permet d'inclure les entités non-humaines dans les dynamiques sociales, sans les réduire à « un simple arrière-plan de la scène », comme c'est le cas des objets dans l'interactionnisme goffmanien (Latour 2006: 121). Cette posture diffère d'autre part de la sociologie bourdieusienne où les objets deviennent un reflet de la distinction sociale des agents humains (*ibidem*; cf. aussi Callon (1986: 185) qui parle de l'agent bourdieusien défini « par quelques propriétés essentielles »). Bien que je n'applique pas le principe de symétrie qui aurait donné un statut d'acteur ou d'actant aux textiles andins<sup>67</sup>, l'adoption d'une approche ANT permet de leur donner une place beaucoup plus importante que celle donnée par Goffman et Bourdieu, au-delà des interprétations sémiotiques et structuralistes caractérisant une partie des études sur les objets, comme le décrit Turgeon (2007).

---

<sup>61</sup> « [T]he tourism ordering joins objects and places together that were once apart, marginal or socially distanced. Like fungal mycelium, tourism and tourist sites do not exist independently of the objects and contexts into which they spread » (Franklin 2012: 50).

<sup>62</sup> À ce propos, les auteur·e·s soulignent : « these tourismescapes are made and unmade at particular sites of practices, constructed *in situ* » (Van der Duim et al. 2012: 39).

<sup>63</sup> « [...] the foundational lesson of ANT is that materialities cannot be extricated from the associations out of which they are made »

<sup>64</sup> Je fais une critique plus bas de la dichotomie entre art et artisanat, cf. section « Concepts et terminologie ».

<sup>65</sup> Malgré son appellation, l'ANT est moins une théorie qu'un outil pour penser le social en termes de réassemblages, comme le rappelle Law (2007). Pour Vinck, il s'agit plutôt d'une méthode que d'une théorie (Dominique Vinck, 16.06.16). Si je suis d'accord avec ces affirmations, je dois reconnaître que j'ai connu l'ANT après mon travail de terrain. Je n'ai donc pas « suivi à la lettre » toute cette méthodologie. Toutefois, je la retrouve dans ce que j'ai fait dans mon investigation, notamment dans l'idée de « suivre les acteur·e·s », comme je l'expliciterai dans la méthodologie (sans peut-être l'avoir poussé à l'extrême comme le conseille l'ANT). J'adopte ainsi cette théorie en cours de route, au moment de l'écriture, plutôt comme outil épistémologique en élaborant en quelque sorte des « bricolages théoriques » (Rech 2014), dans ma perspective ANT.

<sup>66</sup> Dorénavant, j'applique le langage épïcène au nom de cette théorie (sauf quand je cite un·e auteur·e qui s'y réfère). Mes acteur·e·s humains ne représentent pas seulement le genre masculin !

<sup>67</sup> Je n'ai pas appliqué pleinement le principe d'asymétrie dans lequel, à l'instar des humains, les textiles deviendraient des acteurs à part entière ou des actants. Je reviendrai sur ce dernier point dans la conclusion.

En outre, l'attention sur ces entités non humaines pousse à s'intéresser à des éléments qui les composent (les outils, les techniques, les matériaux, etc.)<sup>68</sup>. Pour Tim Ingold (2011), des objets comme les textiles peuvent être qualifiés de choses (*things*) qui interagissent ou sont enchevêtrées notamment à des matériaux (la fibre textile, la teinture, etc.). L'intérêt de l'anthropologie d'Ingold consiste, dans le cadre de mon étude, à être plus attentif non seulement à la matérialité des *choses*, mais aussi aux matériaux qui la composent et leur donnent une vie (*being alive*) (cf. aussi Ingold 2012)<sup>69</sup>. Dans une approche écologique, similaire à celle d'Ingold, Fernando Dominguez Rubio (2016) insiste aussi sur l'importance de s'intéresser aux matériaux des objets, qui expliquent par exemple la détérioration subie par des œuvres, telles que *La Joconde (Mona Lisa)*, à cause des processus chimiques et mécaniques qui s'attaquent directement aux matériaux.

La deuxième raison d'adopter une approche ANT est associée à la notion de réseau. Chère à la théorie de l'acteur·e-réseau, cette notion promeut une vision dynamique des interactions humaines, tout en tenant compte des entités non-humaines (selon le principe de symétrie de l'ANT). Cette notion permet en effet d'appréhender les réassemblages constants et les configurations diverses des réseaux entre humains et non humains, dans un espace-temps donné, ici principalement entre acteur·e-s humains (par ex. les tisserand·e-s, les commerçant·e-s, les touristes, etc.) et textiles andins. Comme le soulignent les travaux en STS, on se retrouve ainsi face à un continuum couplages/découplages entre ces entités humaines et non humaines (Julien et Rosselin 2009), manifeste parfois par des « objets incorporés » (Veyrat et al. 2007) ou « un travail d'équipement » (Vinck 2009; cf. aussi Vinck 2006) au sein des réseaux socio-techniques.

Cette perspective évite une image statique dans ces configurations, car, « [t]oute définition et distinction *a priori* entre ces entités disparaît [...] L'acteur-réseau a sa propre structure constamment susceptible de changer » (Vinck 1992: 74-5). Dans son étude sur le laboratoire scientifique, Vinck (1992: 81-2) insiste sur le caractère hétérogène de ces réseaux<sup>70</sup> à leur extension variée (plus ou moins étendue). Ce sociologue affirme en outre qu'« [a]vec la notion de réseau, il s'agit de montrer comment des ressources concentrées en quelques lieux reliés les uns aux autres permettent de créer des inégalités qui n'ont rien de relatif » (Vinck 1992: 79), « par quels moyens [...] la domination est

---

<sup>68</sup> Dans « Être artefact », Lenclud (2007) montre de façon convaincante comment un objet peut être décomposé en différentes parties qui font de lui ce qu'il est (par ex. un couteau constitué d'un manche et une lame).

<sup>69</sup> Je ne peux pas suivre complètement Ingold dans la mesure où il faudrait prendre en considération des aspects sensoriels qui concernent aussi des textiles, comme l'odeur ou le toucher. Je ne les évoque qu'en filigrane sans leur donner la place qu'ils mériteraient, puisque ces éléments font partie de l'expérience face à ces objets. En outre, son projet anthropologique dépasse complètement le cadre de ma thèse et de mon analyse. Son projet englobe une diversité d'éléments ou matériaux (dont les artefacts créés par les êtres humains) qui font partie de la vie.

<sup>70</sup> Par exemple, l'auteur propose une typologie des cinq réseaux de la coopération scientifique qui rendent compte de cette hétérogénéité (cf. Vinck 1992: 463-8; sur le caractère hétérogène, cf. aussi Laredo et Callon 1991). Vinck rappelle que ces idéaux types ne sont pas toujours stables. Cf. aussi Suremain (2015: 9) qui évoque ces réseaux scientifiques dans le domaine patrimonial.

devenue efficace (Latour 2006: 123)<sup>71</sup>. Ce type de rapport asymétrique devient manifeste dans le domaine touristique en général (Mowforth et Munn 2009), y compris dans les Andes (Gascón 2011, 2005; Simon 2009; Van den Berghe 1992; pour la ville de Cusco cf. Steel 2009), parfois en lien avec l'activité textile (Gonzales Salazar 2017; Pérez Galán et Fuller 2015; Pérez Galán 2012; Ypeij 2012; cf. mon chap. 6).

Hormis ces considérations, Yohann Rech (2014: 100) nous rappelle que le retraceur ou le contour des réseaux dépend aussi du choix arbitraire de la du chercheuse·eur, de sa question de recherche, de ses moyens à sa disposition ou encore de sa volonté d'intégrer des « acteurs lointains » (i.e. à une échelle « macro »). Il faut alors garder à l'esprit ce caractère construit des réseaux dont la le chercheuse·eur - ici moi - tente de rendre compte, sans jamais réussir à restituer totalement leur dynamisme et leur complexité. S'il s'agit de « suivre les acteur·e·s », elle·il ne peut pas tout suivre (cf. méthodologie). Le « paysage » changera « en fonction du choix qui sera fait et de la définition des traceurs » ou de la « marge de manœuvre dont nous disposerons » (Latour 2006: 260) (cf. à ce propos le concept d' « *arbitrary locations* » de Matei 2007).

Outre cette conceptualisation théorique de la notion de « réseau », ce mot demeure intéressant et pertinent à utiliser du fait de son usage courant. On parle par exemple de *networking* ou de réseautage lorsque l'on cherche à accroître son réseau professionnel (cf. le cas de « réseaux de coopération scientifique » chez Vinck 1992). Aujourd'hui, les « réseaux sociaux » comme *Facebook* ou *WhatsApp* mobilisent aussi cette idée, notamment auprès des ami·e·s, des collègues ou de la famille, et font désormais partie des dynamiques touristiques, comme c'est le cas sur mon terrain. Chez mes interlocutrices·eurs d'ailleurs, la *red*, littéralement le réseau, est également un concept mobilisé pour désigner par exemple la *Red Regional de Turismo Rural Comunitario Inka*. Celle-ci regroupe des associations de la région cusquéenne concernées par le Tourisme rural communautaire (*Turismo Rural Comunitario* ou TRC<sup>72</sup>), et dont la composition varie dans le temps, selon le nombre à la fois des groupes associés et des membres de chaque association affiliée. Si l'usage diffère de son emploi dans une perspective ANT et se limite à la composante humaine, le terme garde l'idée d'un assemblage plus ou moins dynamique. Ici, il s'agit d'assemblages en lien avec l'activité touristique et/ou textile, des « réseaux touristiques » ou « textiles ».

---

<sup>71</sup> Cette remarque répond à certains reproches adressés à Latour de « nier les rapports de domination et de pouvoir », comme l'affirme Rech (2014: 93) (cf. aussi Mounet 2014: 120). Pour Latour (2006: 122), il faut cependant éviter d' « invoquer la « domination sociale » comme un raccourci commode » pour expliquer les phénomènes sociaux.

<sup>72</sup> Nom attribué par le gouvernement péruvien. Dans le cadre d'un « tourisme pour les pauvres » (*Pro-poor Tourism*) (Pérez Galán 2012), ce type de tourisme rural vise l'autogestion de cette activité par les communautés elles-mêmes (Gascón et Cañada 2005). Pour une critique du *Pro-poor Tourism*, cf. Mitchell et Ashley (2009), Mowforth et Munt (2009: chap. 9), Ashley et al. (2001, 2000). Pour en savoir plus sur le TRC et ses possibles apports, voir Jurado et al. (2012), PromPerú (2007) ou Georges (2005). Pour une analyse critique et nuancée, voir Terry (2017), Pérez Galán et Fuller (2015), Gascón (2013, 2011, 2005), Pérez Galán (2012), Perche (2012) Fuller (2011), Ypeij et Zorn (2007), Zorn (2004). Visiter aussi : <http://www.turismoruralcomunitario.com.pe/> (consulté, le 13.10.17).

De manière plus large, la notion de « réseau » invite à éviter l'emploi souvent vague de termes tels que « société », comme le remarque Latour (2006). Les notions de « culture » et de « société » tendent en effet à « homogénéiser et essentialiser notre conception du social » (Barth 1992: 20; cité par Kilani 1994: 24). Pour cette raison, je limite leur usage, en tout cas dans le sens de « structures surplombantes » (Kilani 1994: 25; cf. aussi Latour 2006). Si j'en fais recours, c'est plutôt pour rapporter les propos d'autres auteur·e·s, ou pour faire allusion à des sociétés préhispaniques (en tant que collectifs d'individus de cette époque là). Le concept de « réseau » se centre davantage sur les dynamiques des réseaux et leurs acteur·e·s que la·le chercheuse·eur a pu observer sur le terrain, et que je tente de restituer dans ce travail. Ce que je propose, c'est le « paysage » évoqué par Latour, qui fait directement référence à la cartographie issue de mon étude de terrain, avec les limites que cela implique (cf. méthodologie).

La troisième raison est liée à la conception de l'action promue par l'ANT, qui défend l'idée de l'incertitude quant à l'origine de l'action, ici celle effectuée à l'aide, ou plutôt *avec* (préposition employée par Ingold que j'explique plus bas), des textiles andins. Si, dans *Art et Agency*, Gell (1998) reconnaît à juste titre l'importance des objets, et en quelque sorte de cette incertitude, sa théorie tend à s'inscrire dans un rapport hiérarchique agent-patient où il y a une « *primary agency*<sup>73</sup> » (agent) et une « *second agency* » (patient). Or, il n'est pas toujours facile de savoir qui réalise l'action puisque, selon des *comuneros*, une pièce contenant de *lloqepaña* – la technique décrite dans le récit sur ma *lliqla* q'ero – possède le pouvoir de protéger la personne qui la porte des esprits. D'autres *comuneros* comme Mario, tisserand de Chawaytire, affirment à ce propos que *qaqa sunqa* – une sorte d'herbe qui pousse sur les roches et sert de colorant naturel - accomplit également une telle tâche<sup>74</sup>.

L'ANT évite de nous faire tomber dans un débat difficile à résoudre, à savoir *qui agit sur qu(o)i*. Elle invite à adopter « l'incertitude quant aux sources de l'action » (Latour 2006: 86). Latour nous met ainsi en garde sur le risque d'une simplification de l'ANT :

La sociologie de l'acteur-réseau n'est pas fondée sur l'affirmation vide de sens selon laquelle les objets agiraient « à la place » des acteurs humains : elle dit seulement qu'aucune science du social ne saurait exister si l'on ne commence pas par examiner avec sérieux la question des entités participant à l'action, même si cela doit nous amener à admettre des éléments que nous appellerons, faute de mieux, des non-humains (Latour 2006: 103-104).

L'ANT promeut donc l'idée que l'on *agit ensemble* dans une action donnée. Cette idée est également présente dans la notion de *togetherness* de Hägerstrand (1976: 332), où la vie sociale est possible grâce à l'interaction<sup>75</sup> entre les plantes, les animaux, les humains et les choses (*things*) (cité par Ingold 2011: 221). Ingold signifie cette idée par la préposition *avec*, dans une anthropologie

---

<sup>73</sup> Je préfère employer le terme *agency* plutôt que sa traduction agentivité (Gell 2010). Pour Maurice Bloch (2010: vii) le terme d'*agency* n'a pas véritablement de traduction et e l'assimile à l'« intentionnalité ».

<sup>74</sup> Cela montre d'ailleurs la nécessité de la prise en considération des matériaux citée précédemment, ce qui permettra aussi de mieux comprendre l'appréciation des touristes vis-à-vis des matériaux comme l'alpaga ou la teinture naturelle à l'aide des plantes qui les pousse à l'achat (cf. chap. 7).

<sup>75</sup> L'auteur parle en termes de *resting*, *moving* et *encountering*. Chez Ingold (2011: 221), il s'agit plutôt d'un *togetherness*.

écologique qui inscrit l'être humain avec d'autres entités non humaines. C'est dans ce cadre-là qu'il faudra comprendre non seulement le titre de cette section, mais plus largement l'utilisation dans mon travail du mot *avec* (en italique) ou des mots *inter-agir* et *inter-action*, dans un acte co-participatif entre humains et non humains, ici surtout les textiles andins. L'action que j'étudie ici comporte ce caractère collectif dont l'origine est incertaine. La quête de cette origine n'a donc pas de valeur heuristique comme le soulève Latour (2006).

Cette idée d'action co-participative permet de revenir sur l'anthropologie de la valeur de Graeber, exposée dans la section précédente. À l'instar de Gell, cet anthropologue associe l'action à l'intentionnalité humaine (l'auteur parle en termes d'« *intentional acts* »), ce qui est remis en cause par l'ANT et par d'autres auteur·e·s tels que Soumhya Venkatesan (2009: 85-6), en s'appuyant également sur Latour (2005) (version anglaise parue avant l'ouvrage en français de Latour (2006)). Dans son travail sur l'activité textile en Inde, Venkatesan (2009) attribue ainsi une *agency* non seulement aux personnes, mais aussi aux choses (*things*), comme les tissus, ce qui rejoint de nombreux travaux qui reconnaissent l'*agency* des entités non-humaines (Vinck et al. 2018; Cooren 2013, 2004; Ingold 2011, 2006; Vinck 2006, 1999; Gosden 2005; Mitchell 1996; cf. aussi la « subjectivation de l'objet » chez Revolon et al. 2002: 18), y compris dans les Andes (Allen 2016; Cometti 2015; Sillar 2012, 2009, 2000; Arnold 1992) et vis-à-vis des textiles andins (Desrosiers 2012, 2000; Arnold et al. 2007; Zorn 1987: 518-520; Torrico 1989; Cereceda 1978).

Mon approche s'inscrit ainsi en quelque sorte dans une « anthropologie non anthropocentrée<sup>76</sup> » (Citton et Walentowitz 2012: 37), bien qu'elle demeurerait « anthropocentrée » dans la mesure où c'est toujours moi (ou un·e autre anthropologue) qui parle au nom des objets (cf. « porte parole » dans Callon 1986: 196-7), et que je n'ai pas su leur donner la place d'acteurs à part entière lors du travail de terrain, comme je l'ai déjà fait remarquer précédemment. Malgré cela, je propose une ANThropologie qui tente de restituer l'importance et la valeur des textiles andins et de donner une place dans mon travail à des « modes d'existence » (Latour 2012) qui ne sont pas toujours des humains. Cette ANThropologie m'a permis d'agencer de différents matériaux ethnographiques, d'appréhender la complexité de mon terrain (tout en étant conscient de l'incapacité de la saisir complètement) tout en lui donnant une dynamique propre aux réseaux, configurés par les assemblages situés entre humains et textiles andins que j'ai pu cartographier. Cette ANThropologie m'invite en outre à adopter une posture réflexive en me considérant comme un des participant·e·s de ces réseaux par le biais de ma recherche.

\*

Couplée à la réflexion menée précédemment sur la notion de « valeur », tout en gardant à l'esprit qu'elle ne se limite pas aux objets, cette ANThropologie cherche à éclairer la question de la valeur à partir de la matérialité qui nous entoure dans notre quotidien. Elle rejoint de ce point de vue plusieurs travaux issus des *Valuation Studies*, ainsi que l'approche marxiste qui donne une importance à la

---

<sup>76</sup> Les deux auteur·e·s citent dans ce courant de pensée Latour, Ingold et Descola.

relation entre marchandise et valeurs (d'usage ou d'échange). La théorie de l'acteur-e-réseau met au cœur de la réflexion l'action, chère à l'anthropologie de la valeur de Graeber, mais aussi à d'autres comme celle de Lambek.

Il est désormais temps de retourner sur les textiles andins et de se centrer sur la manière dont la littérature aborde cet objet d'étude et la question de la valeur. Si cette dernière n'a pas toujours été traitée de manière explicite, les études sur les textiles andins emploient souvent cette notion pour signifier l'importance de l'activité textile dans les Andes. Dans ce qui suit, je tenterai un rapprochement entre ces études et la notion de « valeur ».

## **Les études sur les textiles andins contemporains et leurs valeurs**

### **Trois courants théoriques : de la valeur d'usage à la valeur d'échange**

Les études contemporaines sur les textiles andins peuvent être divisées en trois courants théoriques. Le premier s'intéresse à la production préhispanique et au rôle que ces objets ont joué à cette époque. Il s'agit notamment des travaux en histoire et archéologie que j'évoquerai plus tard (cf. chap. 2.1) et qui caractérisent une grande partie de la production scientifique. Ces travaux se focalisent principalement sur la valeur d'usage des textiles andins, par exemple chez les Incas (Murra 1962). Les deux autres s'intéressent à la production contemporaine. Malgré les différences en termes de perspectives, ce qui rassemble ces deux derniers courants c'est qu'ils se focalisent en grande partie (presque exclusivement) sur des populations autochtones des Andes rurales.

Le deuxième courant théorique s'intéresse particulièrement aux logiques de production et à la valeur d'usage des textiles andins des *comuneros*. Ces études se centrent ainsi sur des aspects techniques, symboliques, identitaires et cosmologiques de la « culture andine » qui donnent de la valeur aux textiles andins, inscrits dans un cadre socio-culturel. De nombreux anthropologues péruvien-ne-s, latino-américain-e-s, nord-américain-e-s et français-e-s adoptent cette posture, captivés par le particularisme culturel que sous-tend l'usage vestimentaire et plus largement l'activité textile dans cette région du monde. Ces auteur-e-s rejoignent cette approche notamment avec une analyse de type sémiotique (Desrosiers 2014, 2012, 2010, 2000; Silverman 2008, 1994; Arnold, Yapita, et Ayka 2007; Heckman 2006, 1998, Franquemont 2004, 1996; Young-Sánchez et Simpson 2006; Wilson 1996; cf. association des textiles comme écriture chez Zorn 2004: 57-8). À cela s'ajoutent d'autres publications non académiques des institutions étatiques (par ex. Ministerio de Cultura 2014 ; Proyecto Corredor Puno-Cusco 2004a, 2004b, 2005) et des ONG (par ex. Callañaupa 2007). Ces travaux insistent surtout sur la valeur des textiles andins en tant qu'objets patrimoniaux, reflet de la culture matérielle héritée surtout du passé précolombien (ils mettent souvent entre parenthèses l'héritage colonial). Citons plus en détails quelques exemples de travaux académiques qui insistent eux-aussi sur les aspects culturels, patrimoniaux et identitaires.

Dans *El tejido andino : un libro de sabiduría*, Gail Silverman (1994) propose un travail ethnographique sur les textiles des Q'eros. L'auteure focalise son argumentation sur l'origine incaïque

de cette population, ce qui se matérialise dans les motifs des pièces, et insiste sur la dimension patrimoniale des textiles q'ero. Pour elle, l'iconographie est reliée à toute une sémiotique qui se réfère aux Incas (par ex. le mythe d'Inkarri, du retour de l'inca, à travers le motif du *chuncho*) (cf. aussi Silverman 2008; Wilson 1996). De son côté, Victor Yancaya Calvo (2008) à partir de son étude sur l'activité textile de Chinchero, l'appréhende en tant que « tradition millénaire » et caractérise l'aspect vestimentaire de la zone comme partie de sa culture matérielle. Dans la même région, Edward Franquemont et al. (1992) insistent sur le « principe de symétrie » qui caractériserait la production textile et iconographique remontant à l'ère préhispanique. Dans la zone d'Ausangate, Andrea Heckman (2006, 1998) insiste aussi sur des aspects associés à la cosmologie, comme les mythes et les rituels qui se matérialisent dans la production textile, déchiffrables notamment à travers l'iconographie. De leur côté, Edward Franquemont (1996) et Sophie Desrosiers (2010) abordent la culture matérielle depuis l'analyse du tissage à l'aide des métiers. À partir de son terrain dans les Andes boliviennes, cette dernière accorde une importance à la question technique, notamment de quatre lisières comme caractéristique particulière de la production andine (Desrosiers 2000). Elle montre aussi le caractère vivant de ces objets auprès de ces autochtones (Desrosiers 2000), à l'instar d'autres travaux (Arnold et al. 2007; Torrico 1989; Zorn 1987: 518-520; Cereceda, 1978). Cette anthropologue opère en outre un parallèle entre les logiques textiles et les logiques culturelles (Desrosiers 2014), ce qui témoigne rejoignant par là même d'autres auteur·e·s. L'ensemble des études susmentionnées relie la valeur des textiles andins (de manière explicite ou non) à leur usage au sein des communautés andines, en dehors de circuits commerciaux, laissés souvent de côtés.

Issu de la 20<sup>ème</sup> Rencontre Annuelle d'Ethnologie en Bolivie (2013), l'ouvrage collectif *La rebelión de los objetos. Enfoque textil* (MUSEF 2014) permet d'illustrer ces deux courants théoriques et de montrer des thématiques associées à celles-ci. En effet, les différents travaux pluridisciplinaires sur les Andes boliviennes, péruviennes, équatoriennes et chiliennes abordent des sujets tels que : la production et l'utilisation précolombiennes (Rivera Casanova et al.; Laurencich Minelli ; Eyzaguirre Morales ; cf. aussi l'étude ethno-historique de Rivera Casanova et Villanueva) y compris l'activité d'élevage et de fabrication des fibres à cette époque (Capriles); la relation entre la production passée et présente sous l'angle de la mémoire (Montellano Loredó) ou de l'étude iconographique (Gisbert); la signification symbolique et l'usage domestique des textiles (Rivera Casanova et Vargas); leurs aspects esthétiques (motifs et couleurs) et de la diversité de leur production (Vaca Prudencio; Siles Crespo); l'analyse linguistique du vocabulaire textile (Yujira Saire); l'association des textiles comme instruments de développement cognitif chez les tisserandes (Guzmán Porrez ; cf. aussi à ce propos l'étude de Franquemont et al. 1992)<sup>77</sup>. Au-delà de l'ancrage disciplinaire de ces auteur·e·s, leurs travaux tendent à adopter une approche culturaliste en regardant les textiles, préhispaniques ou

---

<sup>77</sup> À ce propos, cf. *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes* (Schevill et al. 1996) pour constater la diversité des thématiques autour des textiles dans l'ensemble du continent.

contemporains, comme une manifestation matérielle de la « culture andine ». En témoignent des mots employés tels que la mémoire, l'identité (ou l'identité culturelle), la culture ou la cosmovision.

Notons toutefois que l'étude d'Alejandra Vaca Prudencio (2014) s'écarte relativement du reste des auteur·e·s, bien qu'elle s'aligne sur l'approche culturaliste où les textiles sont un « moyen d'expression qui matérialisent (*que plasma*) l'identité culturelle » (p. 85). Dans son étude sur la communauté andine de Japo (Bolivie), elle analyse plus spécifiquement trois catégories de textiles, dont une qu'elle qualifie de « commerciale » (*tejidos comerciales*). À propos de cette dernière, l'auteure mentionne les changements dans la production textile pour s'adapter au marché ; sujet que j'aborderai d'ailleurs dans le quatrième chapitre. Cette anthropologue conclut que dans aucune des trois catégories l'on a affaire à une « identité traditionnelle essentielle » (*identidad tradicional esencial*), mais que l'on est en face de « l'expression d'une culture en mouvement » qui ne dépend pas nécessairement d'une « imposition externe » (*imposición externa*), mais plutôt d'une « interaction entre le traditionnel (*lo tradicional*) et le moderne (*lo moderno*) » (Vaca Prudencio 2014: 92). C'est une idée qu'avancent d'autres auteur·e·s comme Zorn (2004), Femenías (2005) et Ariel de Vidas (1996) (cf. aussi García Canclini (1999) pour l'Amérique latine et Niessen (1999) pour l'Indonésie). Ces trois anthropologues étudient respectivement les cas de l'île de Taquile (Puno) et de la Vallée du Colca (Arequipa) au Pérou, et, pour la dernière, plus largement des Andes (Pérou, Bolivie et Équateur).

Je mentionne ces trois auteures pour introduire un troisième courant théorique qui s'intéresse aussi aux textiles andins contemporains, mais dans une perspective relativement différente. En adoptant un regard plus large, au-delà des frontières communales (bien que centré sur une région spécifique), ces travaux étudient les textiles en relation avec une demande externe, à l'instar de la catégorie de textiles commerciaux de Vaca Prudencio. L'expérience des autochtones d'Otavalo dans le domaine remonte au moins à la période coloniale (Meisch 2002, 1987; Colloredo-Mansfeld 1999; Salomon 1979), et reste plus prématurée si l'on compare au cas pionnier au Pérou de Taquile, comme le rapporte Zorn (2004: 105-6) (cf. aussi Prochaska (1990) pour la relation tourisme-textiles de Taquile). Dans le cas spécifique du Pérou, cette auteure cite des phénomènes à une échelle globale tels que le tourisme international, le marché des arts ethniques et les politiques néolibérales qui promeuvent le développement des textiles commerciaux (Zorn 2004: 109). L'anthropologue évoque également la modernisation et la globalisation manifestes à l'échelle régionale et nationale, qui accompagnent le processus de marchandisation mondiale dans les Andes (*ibidem*). Le tourisme n'agit donc pas tout seul dans ces transformations (cf. aussi Kohl (2004: 298) qui affirme la complémentarité des phénomènes), et ces dernières peuvent le précéder, comme le montre le cas d'Otavalo marqué par les affaires commerciales coloniales. Femenías (2005: 271-2) nous met aussi en garde sur la survalorisation des changements de la production textile dus au tourisme, car la demande locale induit aussi des transformations à ce niveau. De même, Ariel de Vidas (1996) retrace ces transformations du point de

vue diachronique, suivant les contextes<sup>78</sup> sociaux, économiques et politiques en vigueur. Toujours est-il que le tourisme participe à ces transformations, comme j'ai pu déjà l'observer au sein de la communauté de Chawaytire (Cusco) (Terry 2009; cf. aussi Escobar López (2012) pour le cas de Taquile; O'connor (1992) pour le cas de San Pedro de las Cajas ; Contreras (1993) pour les Andes péruviennes).

Si les trois anthropologues susmentionnées témoignent de la valeur culturelle, patrimoniale, identitaire et esthétique des textiles, ainsi que de leurs usages dans les Andes rurales, elles n'évacuent pas pour autant la question du commerce et du tourisme (Femenías traite sur ce point de manière plus explicite plutôt à la fin de son livre). Elles insistent sur la valeur économique des textiles andins pour ces populations, les conflits internes qui peuvent en découler, ainsi que la circulation de ces objets et des matériaux employés, dynamisées notamment par le marché du tourisme et de l'exportation. Ces auteures mettent en outre en évidence la créativité suscitée par le commerce (cf. aussi Leite et Graburn (2010: 20) qui parlent de la créativité dans les « arts pour les touristes » que je mets aussi en avant dans mon travail). Pour Femenías (2005: 131-8), cette créativité se manifeste tant de manière individuelle que collective (cf. aussi Zorn 2004: 73)<sup>79</sup>. D'autre part, les auteures soulèvent la question de l'imbrication entre l'identité ethnique<sup>80</sup> et le commerce, que je traiterai plus loin, à partir de la notion d'« ethnicité marchande », que j'emprunte à Ariel de Vidas (1996). Dans cette perspective, la démarcation ethnique devient une stratégie commerciale, comme le soulignent ces trois anthropologues, ce qui renvoie à la valeur d'échange des textiles andins. Par exemple, le port des *trajes típicos* s'y prête bien, mais renvoie plus largement à d'autres considérations pratiques (le poids des tissus, le climat, etc.), à l'ordre de l'obligation (par ex. l'uniforme) ou à la discrimination ethnique (Femenías 2005: chap. 2-3; Zorn 2004: 69-71). Ces considérations insistent sur la nécessité de tenir compte de la matière textile et de ses qualités, qui participent aux dynamiques sociales et dénotent une certaine *agency* des objets, comme le soutiennent des travaux exposés précédemment, et l'exemple du *lloqepaña* cité dans le récit sur ma *lliqla* q'ero. Ces considérations posent aussi des questions sur la valorisation et la dévalorisation exposées notamment par les *Valuations Studies*.

---

<sup>78</sup>De nombreux auteur·e·s utilisent le terme « contexte ». Latour (2006) critique son usage en tant que « force sociale » ou « structure cachée » qui surplombe les individus et détermine leurs actions (cf. notamment Latour 2006 : 35, 49). Lorsque j'emploie le mot « contexte » je ne vise pas à reproduire ce sens. Je l'utilise avec le souci de décrire la situation dans laquelle ont lieu les associations entre humains et objets, notamment des textiles (cf. théorie de l'acteur·e-réseau). C'est à peu près ce que dit Latour à propos du « macro » : celui-ci « n'est ni "au-dessus", ni "en-dessous" des interactions. Il vient s'ajouter à elles comme une autre connexion qui les alimente et qui s'en nourrit » (Latour 2006: 259; cf. aussi « interobjectivité » dans Latour 2006: 286).

<sup>79</sup>D'après ma lecture, Ariel de Vidas (1996) aborde aussi cette question, mais de manière plutôt collective (cf. Terry (2009: 59-80), où j'appréhende la production textile au sein d'une triade entre moi (la·le tiserrand·e), nous (le collectif) et l'Autre (la clientèle touristique)). Berlo (1999) invite à ce propos à prendre en considération l'individualité sous le risque d'anonymiser la production dans une masse collective.

<sup>80</sup>J'emploie la définition de cette notion donnée par Ariel de Vidas (1996: 9-10) en tant que sentiment d'appartenance collective. Loin d'être figée, l'identité ethnique peut être « renouvelée, recréée, remanipulée, renforcée, revivifiée ou carrément inventée » (p. 95). Par possible (re)invention, je retiens l'aspect dynamique de cette identité, et non le caractère « fictif » tel qu'on le retrouve par exemple chez Maccannell (1976), avec son concept de « *staged authenticity* ». J'y reviendrai dans le chap. 5.5.2.

Chacune de ces anthropologues apporte d'autres éléments plus ou moins spécifiques à leurs études ou analyses. Zorn (2004) met en évidence l'importance économique de l'activité textile en particulier pour les femmes, et les effets favorables vis-à-vis du rééquilibrage des rapports de genre entre *comuneros* et *comuneras*. Dans le sixième chapitre, je reviendrai sur ces effets, qui sont à mettre en lien avec la valeur socio-économique de l'activité textile et avec la question de genre comme le montre Fémenias (2005) par exemple à travers le port des habits par les femmes. L'auteure révèle aussi des stratégies mises en œuvre localement pour s'adapter au commerce textile comme : la réduction du coût de production, le recours à la sous-traitance, l'achat-revente, l'élaboration des miniatures, l'introduction du filage industriel (à ce propos de cette dernière, cf. Zorn (2004: 153) qui cite aussi le tricot industriel; cf. aussi Vaca Prudencio 2014: 86). Cette anthropologue montre en outre comment, pour les touristes, les textiles sont devenus des souvenirs évoquant une remémoration associée à cette matérialité (cf. Femenías: chap. 8).

Pour Ariel de Vidas (1996), la dynamique des textiles andins se développe dans l'interaction des différents acteur·e·s : « le producteur (l'artisan) », « le consommateur (le touriste) » et les « entrepreneurs de l'exotisme<sup>81</sup> » (les entités administratives et politiques visant à promouvoir l'artisanat). À la fois marchandise et patrimoine culturel, les textiles andins articulent l'économie avec des aspects culturels, le pragmatisme avec le symbolisme et l'industrie du souvenir avec la mémoire textile. Elle rejoint ainsi l'idée d'Erick Cohen (1989) quant à l'existence de divers processus de marchandisation et de leurs effets différents sur l'artisanat ethnique devenu marchandise. Cela témoigne du passage progressif de la valeur d'usage des textiles andins à la valeur d'échange, termes employés explicitement par Ariel de Vidas (1996), passage attesté auparavant par le travail de Jesús Contreras (1983) sur l'artisanat dans la région de Cusco sous l'impulsion du tourisme.

Pour en revenir aux travaux des trois anthropologues que j'ai citées plus haut, soulignons que celles-ci ne sont pas les seules à intégrer dans leur analyse la commercialisation textile à l'heure du marché touristique. D'autres auteur·e·s comme Annelou Ypeij (2013, 2012) et Andrea Heckman (1998) prennent en considération un tel phénomène. L'approche de cette dernière s'aligne d'ailleurs plutôt sur le deuxième courant présenté ci-dessus, surtout dans un travail ultérieur (Heckman 2006). L'exemple de cette anthropologue montre comment ces auteur·e·s peuvent se situer à des degrés différents entre ces deux derniers groupes. Si ces trois auteures ne sont pas les seules, leur travail met en tout cas en lumière, de manière assez explicite, des dynamiques qui dépassent les cadres des « logiques culturelles » associées aux « logiques textiles », pour reprendre le rapprochement opéré par Sophie Desrosiers (2014). Cette dernière évoque d'ailleurs la commercialisation textile sans lui prêter plus d'attention. Il y a donc une question de sensibilités et d'intérêts vis-à-vis de ce que l'on retient devant l'étude de ces objets emblématiques des Andes. Toujours est-il que l'étude des textiles andins

---

<sup>81</sup> Terme qu'elle emprunte à Van den Berghe (1980).

oscille la plupart du temps entre les deux premiers groupes, malgré l'importance actuelle de la commercialisation, notamment touristique<sup>82</sup>.

\*

Si je me situe théoriquement plutôt dans le troisième courant de pensée, c'est parce que celui-ci correspond plus à mon expérience de terrain, inscrite fortement dans des affaires commerciales. Je n'affirme aucunement que les travaux du deuxième groupe n'ont pas un intérêt scientifique puisque je les mobilise en partie. Ils apportent en effet un éclairage sur des aspects techniques, iconographiques et symboliques qui sont toujours en vigueur, même auprès des textiles commerciaux, comme en témoigne le récit sur ma *lliqllla* q'ero.

Ces travaux retracent en outre les différentes approches en sciences sociales, suivant la typologie de Turgeon (2007) citée plus haut (notamment l'objet-témoin et l'objet-signe) et documentent bien la valeur d'usage des textiles andins, surtout chez les *comuneros*. Ils s'inscrivent dans un discours plus large sur les études andines qui emploient la notion de « valeur » surtout dans un cadre socio-culturel et rituel<sup>83</sup>. On retrouve cela dans d'autres travaux en anthropologie, par exemple chez Godelier (1996). Son étude sur le don insiste sur la valeur sociale de l'acte de donner qui fonde la vie en société<sup>84</sup>. A ce sujet, dans les Andes cusquéniennes, Geremia Cometti (2015) montre l'importance du don aux divinités (mentionné aussi par Godelier) pour assurer la continuité de la vie chez les Q'eros. Il est question par exemple du *pago a la Pachamama*, rituel qui emploie l'élément textile pour effectuer l'acte. Des travaux sur les textiles andins, que j'ai situés dans le troisième courant théorique évoquent également ce type de valeur, comme Ariel de Vidas (1996: 75) qui qualifie de « valeur traditionnelle » l'usage rituel et cérémoniel des textiles andins par les *comuneros* (cf. aussi p. 75-9).

### **De la valeur d'échange à une pluralité de valeurs des textiles andins**

Le troisième courant permet d'aller au-delà de la valeur d'usage, et d'ouvrir la réflexion sur la valeur d'échange des textiles andins, notamment au sein du marché touristique. Parmi les trois anthropologues évoquées ci-dessus, Ariel de Vidas (1996) est celle qui mobilise le plus la notion de « valeur » et la décline de différentes manières. Aux valeurs d'usage et d'échange, cette anthropologue énonce en effet d'autres valeurs qui lui sont associées. Elle parle de valeur de l'« authentique » qu'endosse une production « fait[e] à la main par les Indiens » (p. 66), ayant « une valeur comparable à l'art occidental tout en se vendant à un prix accessible » (p. 58). La référence au prix est d'ailleurs à mettre en lien avec la « valeur-argent » de Marx (1993). Du côté des touristes, « l'artisanat rapporté chez soi » devient un « souvenir valorisant » associé au voyage (p. 58). Si Ariel de Vidas limite cette

---

<sup>82</sup> Une longue bibliographie présente sur le Web semble confirmer cette tendance. Celle-ci montre même qu'une grande partie de la littérature contemporaine s'intéresse encore à l'étude des textiles préhispaniques : <https://sites.google.com/site/marareq/textiles-andinos-peru-bibliografia-general> (consulté le 25.10.17)

<sup>83</sup> Cf. par exemple le travail d'Allen (2016) sur la feuille de coca, d'Angé et Pitrou (2016) et de Sillar (2012) sur les miniatures.

<sup>84</sup> Godelier donne une importance particulière aux dons des objets qualifiés de sacrés ayant « la valeur symbolique la plus forte » (p. 243).

valeur surtout au temps des vacances, d'autres travaux cités plus haut montrent qu'elle se prolonge dans la vie quotidienne des touristes, une fois retourné·e·s chez eux. Il n'est pas uniquement question des souvenirs touristiques, mais aussi d'autres objets présents dans le quotidien des personnes (Debary et Turgeon 2007a: 1). Ces considérations renvoient au lien entre la notion de « valeur » et la matérialité exposée plus haut.

Dans leur inscription commerciale, Ariel de Vidas (1996) évoque en outre la « valeur marchande » des textiles andins par leur « cachet ethnique » (p. 132, 136), associée à son concept d'« ethnicité marchande » que je développerai dans le chapitre 5. Elle mentionne aussi leur « valeur ornementale » (p.80) ou « esthétique et artistique » (p. 91) auprès d'un public externe, touristes ou collectionneuses·eurs. Ariel de Vidas insiste ainsi sur la pluralité de valeurs des textiles andins puisque « [l]'exploitation touristique-commerciale de l'artisanat textile s'intègre [...] dans une conjoncture impliquant de valeurs économiques, culturelles, idéologiques et esthétiques de deux types de sociétés en relation [i.e. société andine et société occidentale pour reprendre ses mots] » (p. 125-6).

Si ces termes ne sont pas toujours bien explicités et se trouvent souvent en juxtaposition, ils soulignent, d'une part, l'usage récurrent de la notion de « valeur » concernant les textiles andins, et d'autre part, le caractère pluriel de cette notion. Les travaux comme celui d'Ariel de Vidas ouvrent la voie à une meilleure compréhension de la complexité du concept de « valeur », au-delà de la simple dichotomie entre « valeur d'usage » et « valeur d'échange ». Toutefois, si Ariel de Vidas cite les touristes ou les commerçantes, elle s'intéresse surtout à la valeur auprès des *comuneros*, à l'étude du « système de valeur interne qui persiste malgré ou à cause de [la] modernité qui la met en valeur » (p. 127). Si, comme cité auparavant, elle mentionne les valeurs ornementale, esthétique et artistique auprès du public externe, le poids et l'intérêt retombe sur les populations autochtones des Andes, qu'il s'agisse de la valeur d'usage ou d'échange.

Certes, mon travail s'intéresse aussi aux valeurs des textiles andins auprès des *comuneros*. Cependant, il entend combler une lacune dans les études sur les textiles andins, que l'on retrouve chez Ariel de Vidas (1996), Femenías (2005) et Zorn (2004), à savoir, l'incorporation du point de vue de la population urbaine et des touristes. Le travail de Karina Pacheco (2007) mentionne l'importance des textiles andins pour les citoyen·e·s de Cusco, mais de manière partielle et superficielle, puisque son étude se concentre sur les fêtes de la région. D'autres travaux comme celui de Galinier et Molinié (2006) en font aussi une brève mention, avec un ton critique et des allusions péjoratives à l'usage des textiles andins par la population urbaine, usage interprété comme du folklore, du déguisement, voire une réappropriation volée aux communautés andines par les citoyen·e·s et les touristes *new agers*. De plus, des travaux comme celui d'Ariel de Vidas (1996), qui emploient explicitement la notion de « valeur d'usage » ne restituent pas complètement le sens que Marx lui a attribuée (1993). Autrement dit, ces travaux oublient que cette valeur est associée à la matérialité, aux « propriétés de la marchandise en tant que corps et n'existe pas sans ce corps » (Marx 1993: 40). Ce point est

fondamental pour mieux saisir la multiplicité des valeurs endossées par des objets tels que les textiles andins.

### **De la valeur chez les *comuneros* à une cartographie élargie des valeurs**

Sans aucun *a priori*, mon travail vise à cartographier la pluralité de valeurs dans les espaces urbains et touristiques, en prenant au sérieux les affaires commerciales, la vie marchande des textiles andins, leur usage urbain et leur adaptation contemporaine. Cette cartographie est issue de ma proposition ANThropologique qui étudie de près l'inter-action entre humains et textiles andins et relie, justement, valeur et action réalisée *avec* ces objets.

M'inscrire dans le troisième courant théorique me permet d'appréhender les textiles andins dans leur complexité et leur dynamisme contemporains, sans aucun mépris vis-à-vis d'une production destinée de plus en plus au tourisme, contrairement à d'autres auteur·e·s qui critiquent leurs effets pervers<sup>85</sup>. Comme le constate Ariel de Vidas (1996: 7) : « le tourisme est fréquemment perçu [...] comme agent dégénérateur de l'artisanat et par extension des groupes culturels qui l'élaborent » ; cela induit un certain désintérêt de la part des anthropologues (Leite et Graburn 2010: 19). J'adopte ainsi une posture nuancée par rapport au phénomène touristique compte tenu du constat bien documenté de ses effets ambivalents (Gascón et Milano, 2017a, 2017b; Guevara 2017; Fuller 2011, 2008; Leite et Graburn 2010; Delisle et Jolin 2007; Burns 2000; Urbain 1998; Guay et Lefebvre 1998; Van den Berghe 1992; Cazes 1992; Greenwood 1989 [1978]; Smith 1989 [1978]; Cohen 1984: 384-8 ; pour l'écotourisme cf. Page et Dowling 2002: 29-32). Il serait donc vain d'entrer dans un débat manichéen (condamnations vs éloges) qui est non seulement « improductif intellectuellement », mais aussi simplificateur de la réalité (Van den Berghe 1992: 235). Mon étude vise, au contraire, à porter un regard nuancé qui peut donner un nouvel éclairage sur la question de valeurs des textiles andins, non seulement du point de vue des *comuneros*, mais aussi de la population urbaine et des touristes. Il s'agit ainsi d'aller, dans une certaine mesure, au-delà des études classiques sur les textiles andins et des études andines plus largement s'intéressant surtout aux *comuneros*. De ce point de vue, je m'éloigne également des travaux du troisième courant, comme souligné auparavant.

Cela dit, je n'évacue pas totalement le point de vue de *comuneros* puisqu'elles-ils sont bien présents dans mon travail. Néanmoins je tente de garder une posture pragmatique vis-à-vis de mon objet d'étude et d'éviter toute mystification des *comuneros*. Ces personnes sont souvent appréhendées –notamment dans les travaux du deuxième courant – sous un angle un peu romantique, vivant en harmonie et pratiquement sans intérêts économiques lorsqu'elles réalisent une activité comme le travail textile. La valeur d'échange des objets comme les textiles andins est ainsi évacuée, ce qui empêche de voir les possibles valeurs associées à leur marchandisation.

---

<sup>85</sup> Ce type de critique s'inscrit, plus largement, dans la dénonciation des effets pervers du tourisme (Aschner 1984; Valayer 1998, 1993; Nash 1989 [1978]; Rossel 1988). Cazes (1992) cite de nombreux auteur·e·s tenant cette posture. Je citerai plus bas le travail de l'Équipe MIT (2008) qui dénonce cette « touristophobie ».

Cette vision romantique est à mettre en lien avec la notion d'andin (*andino*) qui, comme l'explique Guillermo Salas (2012: 96-7), est née dans le monde académique, notamment chez des anthropologues des années 1970. Toujours en vigueur et employée souvent pour se référer aux *comuneros*, cette notion revêt une dimension essentialisante puisqu'elle est « associée à certaines essences des sociétés qui habitaient les hauts plateaux (*highlands*) à travers le temps et l'espace » et qui s'oppose à l'« Occident » (*Western*) (Salas 2012: 97). Cela rappelle le concept de « *imaged communities* » de Benedict Anderson (1991) avec une homogénéité intemporelle. Je m'écarte ainsi de cette perspective qui prédomine dans le deuxième courant, souvent enfermé dans des logiques culturelles internes, mais que l'on retrouve aussi, certes dans une moindre mesure, dans le troisième courant théorique.

Je m'écarte en outre du deuxième et troisième courant dans la mesure où mon travail intègre en partie la production urbaine et la production de type industriel, laissées de côté par ces courants. Cela m'a aidé, d'une part, à déconstruire (ou reconstruire) la catégorie de « textiles andins » comme un objet qui dépasse le statut de simple production des communautés andines (cf. chap. 2.2.2), et d'autre part, à mettre en évidence des dynamiques transversales à ces différents objets. Par là, mon étude anthropologique, à la fois rurale et urbaine, connecte ces deux espaces qui ne sont pas détachés, mais qui interagissent entre eux, par la circulation des objets, des matériaux ou de l'iconographie, etc. (cf. chap. 2.3). C'est une circulation qui va même au-delà des frontières péruviennes, et qui m'a invité à adopter, dans une certaine mesure, une ethnographie multi-située. Cela contraste avec les travaux anthropologiques du deuxième et du troisième courant, basés sur une ethnographie classique et sur une région ou un lieu précis.

Je me distingue en effet de ces courants par mon approche méthodologique qui, comme je l'expliquerai plus loin, intègre non seulement une perspective auto-ethnographique et phénoménologique complémentaire à mon ethnographie multi-située, mais aussi d'autres méthodes plus classiques (cf. méthodologie). Cette proposition méthodologique permet de cartographier les valeurs aussi dans l'intimité personnelle et dans le rapport individuel que les personnes entretiennent avec la matérialité, i.e. les textiles andins. L'auto-ethnographie et la phénoménologie se prêtent bien à explorer ces horizons et à contribuer aux travaux cités précédemment qui soutiennent la subjectivité et variabilité personnelle des valeurs. Des travaux comme celui de Marcel Proust (1946-7), que je mobiliserai dans le chapitre 7, permettent de nourrir la réflexion à ce sujet. Cette cartographie plurielle s'accompagne également d'une approche pragmatique, que je propose dans mon travail.

### **Pour une approche pragmatique des textiles andins**

Je m'inscris dans une anthropologie pragmatique défendue par des auteur·e·s tels que Jean Bazin (2008: 432), qui suivent cette approche plutôt qu'une posture « sémiologique » caractérisant surtout le deuxième courant théorique des textiles andins. Suivant cet auteur, il s'agit d'une anthropologie qui privilégie les descriptions des situations, des actions réalisées par les acteur·e·s eux-mêmes ; une anthropologie moins soucieuse d'imposer une interprétation des faits. C'est la voie qu'entreprend

également Jérémie Voirol (2016) pour son étude des fêtes dans les Andes équatoriennes (cf. aussi Voirol 2013a et b). Par cette approche pragmatique, je cherche à déployer une « anthropologie à taille humaine » (Bensa 2010), qui garde les pieds sur terre, plus soucieuse des inter-actions concrètes entre acteur·rice·s humain·e·s et textiles andins, ancrées dans des situations précises, et moins des structures sous-jacentes (cf. aussi note 78).

Suivant cette perspective pragmatique, en tout cas moins culturaliste, je m'inscris plus largement dans des paradigmes théoriques qui conçoivent l'hybridité, (Clifford 1996) le « flux perpétuel entre cultures » (Macclancy 1997 ; « *global cultural flows* » chez Appadurai 1996) ou des « réappropriations mutuelles » (Berlo 1992) ; autrement dit, la perméabilité de notre monde contemporain traversé par des interinfluences entre divers groupes humains qui le composent<sup>86</sup>, y compris les populations autochtones (cf. Robin Azevedo et Salazar-Soler 2009a; *Indigenous cosmopolitans* dans Forte 2010b; cf. aussi Forte 2010a et c). Cela soutient ma critique à l'égard des dichotomies telles que andin/occidental, d'autant plus que le terme d'« Occident » demeure vague (cf. Robin Azevedo et Salazar-Soler (2009b: 12) qui parlent d'une « imprécise “culture occidentale” »). Ce type de dichotomie ne tient plus la route si l'on pense, par exemple, aux aspects vestimentaires dits occidentaux réappropriés localement (Meisch 1996; Medlin 1996; Eicher 1995b: 4; Eicher et Sumberg 1995; cf. aussi mon chap. 5).

Sensible à la matérialité, mon travail propose une anthropologie de l'art, si l'on se tient à la définition d'Alfred Gell dans *Art and Agency* (1998) où le terme englobe tout type de production dite artistique ou artisanale<sup>87</sup>. C'est une posture qui rappelle bien avant celle de Frank Boas (2003) par son affirmation que : « [...] le désir d'expression artistique est universel » (p. 386). Je tente ainsi de revendiquer l'intérêt anthropologique tardif (depuis les années 1970) pour les « arts touristiques » ou les « arts hybrides » (Graburn 1999; Steiner 1994). Que l'on adhère ou non au qualificatif d'« art », je suis le chemin ouvert notamment par Nelson Graburn (1976) et poursuivi par d'autres travaux comme l'ouvrage collectif d'*Unpacking Culture* (cf. notamment Phillips et Steiner 1999a; Silverman 1999; Kasfir 1999; Ivory 1999; Lee 1999; Ettawageshik 1999), qui se focalise sur une série d'objets ayant plusieurs statuts (d'artefact, d'art ou de marchandise).

Il n'est pas seulement question d'art ou d'artisanat, mais aussi de patrimoine, les textiles andins étant appréhendés ainsi par des auteur·e·s comme Ariel de Vidas (1996) ou Zorn (2004) (les textiles de Taquile qu'elle a étudiés sont d'ailleurs reconnus comme patrimoine de l'UNESCO). Dans l'ouvrage collectif *Marketing Heritage* (Rowan et Baram 2004), les auteur·e·s soulèvent cette question patrimoniale en soulignant le fait que le passé est devenu une marchandise, destinée à être « revendue » notamment aux touristes.

---

<sup>86</sup> À l'instar de Grijp (2009) ou Kohl (2004), d'autres auteur·e·s s'expriment en termes de « globalisation ». Cf. aussi dans la méthodologie, Marcus (1995) et la note 121. J'ai mentionné ces interfluences en me référant auparavant à l'utilisation des jeans ou des bottes par les *comuneros* (cf. Entrée en matière).

<sup>87</sup> Voir plus loin mon néologisme « art-isanat ».

Mon approche pragmatique permet justement d'être sensible à ces questions marchandes. Elle est vigilante aux intérêts économiques des personnes qui les poussent à *faire des choses*, comme produire et vendre des textiles andins, à réaliser ce type d'actions pratiques qui ont une valeur, valeur des actions chez Graeber (2001). Celle-ci n'obéit pas aux logiques culturelles, même si la présence d'éléments de type culturel, patrimonial et identitaire n'est pas exclue, comme le laisse entrevoir par exemple le récit sur ma *lliqllla* q'ero. À l'instar d'autres travaux (Asensio et Trivelli 2011; Comaroff et Comaroff 2009; Femenías 2005; Ariel de Vidas 1996), je propose une anthropologie qui se propose d'articuler ces éléments plutôt que de les opposer.

Mon approche pragmatique favorise une posture proche de ce que les individus font *avec* les textiles andins, de ce que ces derniers rendent possible dans les actions quotidiennes ; autrement dit, proche des inter-actions concrètes, des valeurs issues de ces inter-actions, en s'éloignant de toute dérive interprétative de type structuraliste ou culturaliste.

### **Problématique et questionnement sur l'objet d'étude**

Le récit sur ma *lliqllla* q'ero a permis d'introduire la thématique des textiles andins et de poser la question initiale suivante : *Quelle est la valeur des textiles à l'heure actuelle ?* Le récit, construit à partir de ma propre expérience, a laissé déjà entrevoir quelques réponses sur la pluralité de valeurs que peuvent endosser ces objets, réponses apportées également, du point de vue théorique, par les *Valuation Studies*, ainsi que d'autres travaux sociologiques et anthropologiques sur la valeur et la valeur des objets.

Si j'ai déjà formulé certaines sous-questions plus haut relatives à cette question initiale (par ex. en termes de « valoir » : qu'est-ce que cela *vaut* de produire des textiles andins, de les vendre, de les acheter, de les utiliser ?), il s'agit désormais de poser un questionnement et une problématique alimentés des sections précédentes, à la lumière des réflexions évoquées au fil de ces sections et de la théorie :

Dans quelle mesure mon travail apporte-t-il un nouvel éclairage sur la multiplicité de valeurs par rapport à ce qui a été étudié auparavant en sciences sociales ? Quel est l'apport aux études sur les textiles andins de manière plus spécifique ? En quoi mon étude permet de voir *autrement* ces objets déjà traités dans les études andines ? Quelles sont enfin les valeurs retenues d'après mon étude de terrain et l'analyse effectuée ? En quoi permettent-elles de nourrir les débats sur cette notion plus largement, et sur la valeur des textiles andins plus spécifiquement ?

Quant aux valeurs retenus par mon travail, il s'agit de poser des questions telles que : En quoi la multiplicité des valeurs observées permet de mieux comprendre l'importance des textiles andins au quotidien ? Comment ces valeurs se transforment-elles, s'entremêlent-elles ou sont-elles dépassées par d'autres valeurs sur le terrain ? Comment celles-ci se transforment-elles selon l'acteur·e en question ? De quelle manière les acteur·e·s concernés effectuent-ils les valuations ? Comment se réalise la valoration ou dévalorisation vis-à-vis des textiles andins et dans quelles situations ? Comment se

manifeste la « valeur des actions » dans mon terrain ? Dans quelle mesure est-elle liée à la matérialité textile ? Se limite-t-elle à la production, à la commercialisation, à l'achat ou à l'usage de ces objets ? Quel est alors le champ d'action ? Cette valeur est-elle d'ordre purement collectif, comme tendent à l'affirmer une grande partie de la littérature en sciences sociales et des études sur les textiles andins, ou est-elle (aussi) individuelle ?

L'ensemble des approches adoptées et des travaux que je mobiliserai ici invitent à aborder ces questions, et à voir *autrement* les textiles andins par rapport à ce qui a été proposé jusqu'alors. La méthodologie appliquée et d'autres concepts et termes que je développerai dans ce qui suit y contribuent également, sans oublier la démarche inductive grâce à laquelle j'ai pu construire mon objet d'étude, après le terrain, sans le définir préalablement, sans imposer un type d'objet spécifique ou une population cible. Cela a favorisé l'élaboration d'une cartographie élargie sur la question de la valeur, cartographie issue des inter-actions entre humains et textiles andins observées sur le terrain, et vécues également en première personne à travers la méthode auto-ethnographique et phénoménologique que je développerai plus bas. L'adoption de ces méthodes permettent de répondre ainsi à la question : En quoi la méthodologie privilégiée ici permet-elle de mieux comprendre mon objet d'étude par rapport à une ethnographie « classique », mobilisée amplement par les études anthropologiques sur les textiles andins ?

## Concepts et terminologie

Je vais mobiliser des concepts et des termes qui reviendront de manière transversale tout au long de mon travail. Certains ont déjà été évoqués, notamment lors du récit introductif, par exemple *paqo* ou *traje típico*. Si ces termes utilisés par mes interlocutrices·eurs me semblent peu problématiques<sup>88</sup>, d'autres méritent une explication plus approfondie pour justifier leur usage et leur choix.

### Indiens vs paysans vs comunero

Comme je l'ai dit plus haut, j'utilise le terme *comuneros* lorsque je me réfère aux autochtones<sup>89</sup>. Je souhaiterais expliciter le choix de ce mot, employé au masculin pluriel malgré l'usage du langage épiciène (seulement appliqué à la langue française ; cf. avant-propos).

---

<sup>88</sup> Les *trajes típicos* feront plus tard l'objet du chapitre 5.

<sup>89</sup> Le terme « autochtone » peut faire l'objet d'une problématisation. En effet il est employé dans différents contextes discursifs pouvant renvoyer à une personne originaire d'un lieu urbain ou rural. Ce terme est relatif et peut ainsi s'appliquer à un·e citadin·e de Cusco : par rapport à un·e étranger·e elle·il est « autochtone ». Cf. aussi Galinier et Molinié (2006 : chap. 3) qui utilisent ce terme connoté politiquement pour se référer aux citadin·e·s de Cusco qui revendiquent leurs racines indigènes tout en méprisant les *comuneros* ou les Indien·nes, pour reprendre le terme employé par ces auteur·e·s. Toutefois l'utilisation de ce terme dans mon travail doit être compris dans le sens qu'il a en français pour désigner des « peuples autochtones », parfois synonyme de « natives·tifs », d'« aborigènes » ou d'« indigènes ». Si l'on peut se demander pourquoi ne pas utiliser ce dernier terme, « indigène » comporte aussi ce caractère relatif (indigène par rapport à un·e étranger·e). J'explique plus bas la raison pour laquelle je limite son usage. Notons que d'autres auteur·e·s, comme Allen (2002), préfèrent utiliser le terme *runakuna* (« gens » en quechua) qui est employé par ses interlocutrices·eurs sur son terrain à Sonqo (Paucartambo, Cusco). Cette anthropologue affirme en outre que le terme « paysan·ne » (*campesino*) a

Certains auteur·e·s, notamment français, emploient le mot « Indien·ne » (*indio* ou *india*) pour désigner ces personnes. Celui-ci dérive d'un usage colonial issu d'un malentendu (Colomb croyait être arrivé en Inde), il a pris une connotation négative au Pérou, et plus généralement en Amérique latine (cf. chap. 5.4.1). Ce point est soulevé également par Andrew Canessa (2012b: 6-10) dans le cadre de ses terrains en Bolivie. Son choix a été de garder ce terme afin de rappeler « la longue histoire de l'oppression coloniale » (Canessa 2012b: 7) tout en évitant d'occulter cette histoire.

« Paysan·ne » est un autre qualificatif problématique pour moi. Il comporte aussi une histoire bien particulière qui remonte au gouvernement militaire de Velasco Alvarado (1968-1975), à partir duquel ces communautés ont acquis le statut officiel de « communautés paysannes » (*comunidades campesinas*). Depuis cette époque, le terme « paysan·ne » est entré dans le langage courant (*campesino* ou *campesina*) employé par les Cusquénien·ne·s, de la ville et de la campagne (autoréférence).

Certes, cet usage pourrait m'inciter à privilégier un terme largement utilisé dans la région de Cusco. Toutefois, cette appellation me semble réductrice car associée exclusivement à une identité socioprofessionnelle. Évidemment ces personnes travaillent les champs dans leur communauté comme partie de leur économie d'autoconsommation, voire pour commercialiser leur production agricole. L'exemple des communautés du *Parque de la Papa* auquel je fais référence dans certains passages me semble à cet égard, la *papa* (la pomme de terre) étant un des éléments emblématiques de ce type d'économie. Ainsi, ces personnes ne sont pas que des paysan·ne·s dans la mesure où elles cherchent d'autres alternatives de revenu faire face à la précarité de l'économie agricole (cf. par ex. Gascón 2005; Contreras 1983). Il s'agit souvent d'activités complémentaires, certaines étant liées au tourisme comme l'artisanat (je reviendrai aussi sur ce terme plus loin) et d'autres, par exemple la menuiserie, la construction, *porteador*<sup>90</sup> du chemin inca, le travail dans les mines et dans les champs de café et de coca (dans la partie amazonienne de la région), etc.

Le terme *comuneros* me semble donc moins réducteur car, d'une part, il évite la connotation négative associée aux Indien·ne·s (Allen 2002 : 27-8 ; De la Cadena 1995), et d'autre part, il ne fait pas seulement référence à une identification socioprofessionnelle unique. De surcroît, il fait partie du vocabulaire utilisé par la population rurale. *Comunero* dérive de « communautés », sous-entendu la « communauté paysanne » et il est le terme officiel encore aujourd'hui. Par exemple on utilise les termes « Communauté paysanne de Chawaytire » pour décrire une des populations concernées par cette étude. Je simplifie toutefois en parlant de « communauté andine », termes que j'utiliserai pour éviter l'amalgame socioprofessionnel évoqué plus haut. Ce terme (*comunidades andinas* en espagnol)

---

acquis « des connotations négatives associées antérieurement au terme « indien » (*indio*) », et c'est pourquoi elle évite son usage comme un moyen de contrer ces connotations (p. 23). Tout comme mon utilisation du terme « autochtone », le terme *runakuna* s'oppose à « non autochtones », à savoir les *mistikuna* ou *mestizos* (p. 24, 27-31). Je reviendrai sur ce sujet dans le chap. 5.

<sup>90</sup> Ce terme dérive du verbe porter. Le travail masculin dont il est question consiste à porter les sacs à dos des touristes et d'autres objets (cuisinières, bombannes de gaz, etc.) durant un trekking qui dure en général quatre jours et qui mène au Machu Picchu.

est d'ailleurs employé dans le langage courant à Cusco, en ville et dans la campagne, bien que peut-être dans une moindre mesure que « communautés paysannes ».

Notons que j'utilise aussi le terme « autochtones » pour désigner ces populations, terme courant en anthropologie, surtout pour des raisons de synonymie. Je limite davantage l'usage d'un autre terme employé dans la discipline, à savoir le terme « indigène ». Dans le langage courant de la région de Cusco, le terme « *indígena* » tend à être connoté négativement (moins qu'indien·ne), voire assimilé politiquement aux mouvements indigénistes qui ont émergé dans la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle (cf. Mendoza 2009, 2006; Pacheco 2007). J'utiliserai le qualificatif d'indien·ne (*indio ou india*) uniquement pour aborder la question de la discrimination qui s'opère, entre autres, par le port des *trajes típicos* (cf. chap. 5.4).

### **Arte ou artesanía ? : l'art-isanat textile**

Parler de l'activité textile dans les Andes et des objets qui en résultent soulève la question suivante : *s'agit-il d'artisanat ou d'art ?* Ce type d'interrogation – à laquelle j'avais déjà été confronté lors de mon travail de mémoire auprès de tisserand·e·s de Chawaytire (Terry 2009) – a resurgit en réalisant mon étude doctorale. C'est une question que je me suis posée en lisant par exemple un rapport sur l'évaluation en vue de développer une route textile au Pérou (cf. chap. 1.3.2), rapport qui utilise les termes « art » et « artisanat » comme synonymes.

Les termes les plus utilisés sur mon terrain étaient « artisanat » (*centros artesanales, ferias artesanales, exposiciones artesanales, artesanía, maestro artesano*, etc.) pour se référer, entre autres, aux textiles andins, et « artisan » (*artesano*) pour la·le tisserand·e. D'ailleurs, les tisserand·e·s tendent aussi à s'auto-identifier en utilisant ce terme et à l'employer pour désigner leurs œuvres (*artesanía textil*). Ce fait est souligné notamment par Femenías (2005) qui écrit que peu de *comuneros* se définissent comme « artistes » (p. 115), et que la plupart d'entre elles·eux sont majoritairement des hommes (p. 134). La publicité touristique s'y réfère également de la sorte (cf. aussi Reparaz Ruiz 1969: 60-2; 1965: 19-20). Toutefois, les termes « art » (*arte*) ou « artiste » (*artista*) n'est pas évacués.

Au cours de mes entretiens et mes observations, j'ai en effet constaté que ce binôme est perméable selon la personne qui observe l'objet et en parle, ou selon l'objet en question. Certain·e·s en font une distinction nette en mobilisant divers critères<sup>91</sup>. D'autres considèrent, au contraire, que les deux termes sont similaires, soit parce que « tout est de l'art », soit parce que « l'artisanat est une forme d'art ». D'autres encore les utilisent comme synonymes en alternant leur usage.

Cette synonymie est également perceptible dans l'appellation que les magasins se donnent explicitement à eux-mêmes (le nom du magasin) ou sur les étiquettes des produits. D'autres se disent artistes, ce qui est par exemple le cas de Máximo Laura (*artiste textile*) qui ainsi souhaite se distinguer

---

<sup>91</sup> Pour distinguer respectivement l'artisanat de l'art, il existe des critères, par exemple : production de masse et non production unique, travail collectif et non travail individuel, exécution contrairement à conception, contrainte contrairement à liberté, utilitaire contrairement à émotionnel, traditionnel ou authentique contrairement à esthétique, etc.

des tisserands qui travaillent pour lui, appelés également des artisans (*artesanos*). Laura qualifie ses tapisseries d'« art textile » (*arte textil*) ou d'« art contemporain » (*arte contemporáneo*), termes qui font partie du vocabulaire utilisé dans son musée à Cusco et pour désigner le matériel produit. Les visiteuses·eurs tendent d'ailleurs à s'aligner sur cette appellation qu'elles·ils associent volontiers à de l'art contemporain. Je pense que cela vient du fait que ses œuvres ressemblent à des tableaux et que son style évoque celui des peintres contemporains tels que Miro ou Picasso (cf. chap. 2.2.2). C'est aussi ce que j'ai pensé la première fois que j'ai vu ses tapisseries. Je reviendrai sur ce type d'œuvres dans le deuxième chapitre, en montrant le développement d'une sphère d'art autour du textile, notamment des tapisseries. Notons toutefois que des artistes comme Laura n'échappent pas à l'ambivalence du terme « art ». Car s'il a reçu un prix le qualifiant de « maître artisan », il est aussi présenté comme artiste sur la scène internationale grâce à sa participation à des biennales ou à des triennales d'art textile et aux prix qu'il a obtenus<sup>92</sup>.

Pour donner un autre exemple de cette ambiguïté, parlons de textiles préhispaniques. La production précolombienne est amplement très souvent qualifiée d'art textile par certains auteur·e·s. Le non donné au *Museo de Arte Precolombino* (MAP) dans la ville de Cusco en est aussi la preuve. Dans certains cas, les textiles des communautés andines sont étiquetés de cette façon. Membre de l'association *Andean Textiles Art* (ATA), le *Centro de Textiles Tradicionales del Cusco* (CTTC) revendique lui aussi le terme « art ». Cet exemple montre comment les œuvres des *comuneros* (très souvent des *comuneras*) oscillent entre les deux catégories, tout comme certaines pièces promues au statut d'art lors des compétitions artistiques. C'est le cas des œuvres textiles – une *lliqllla* q'ero ou la pièce *Apu Pucara Pantilliqllla* qu'Alfredo de Chawaytire a tissée conjointement avec un autre tisserand – ayant obtenu des prix au concours d'*Arte Michell* en 2010, pièces que j'ai vues lors de ma visite au *Museo Amano* en septembre 2015 (cf. photo A.9 dans les annexes). Des artistes consacré·e·s peuvent aussi porter un discours qui offre une reconnaissance artistique à ces pièces. À ce sujet, l'artiste liméenne Killa Piqueras affirme qu'« il y a une artiste derrière une artiste » (*Hay un artista detrás del artista*) en se référant à une *lliqllla* qu'elle a utilisée pour son œuvre intitulée *Bendiciones en el Kay Pacha*. L'artiste auquel elle fait allusion est la tisserande qui a tissé la *lliqllla* en question (Killa, 07.04.14).

Sans entrer dans un débat épistémologique – qui n'est pas l'objet de mon étude – soulignons que cette dichotomie s'est forgée historiquement. Elle a en effet des origines coloniales où les colons espagnols ont reproduit la distinction hiérarchique eurocentrique entre art et artisanat. Teresa Gisbert et al. (2010) soulignent notamment la distinction entre les « arts majeurs » (la peinture, la sculpture, la musique, etc.) et les « arts mineurs » (la céramique, les textiles, etc.). Les premiers concernent les créations dites mentales qui seraient dignes des personnes libres tandis que les seconds resteraient

---

<sup>92</sup> Une lecture de son CV permet de percevoir ce double usage. Par exemple, Laura est reconnu comme « Maître de l'artisanat péruvien » (2001) ou « Maître de l'artisanat ibéroaméricaine » (2002). Il a obtenu le prix de bronze en Chine lors du *5th International Fiber Art biennial* (2008) et il a assisté à plusieurs *Festival of Craft art* (États-Unis).

enfermés dans un cadre plus collectif. Cette distinction est encore en vigueur si j'en juge par les propos de certains de mes interviewé·e·s.

Dans *Ethnic and tourist Art*, Nelson Graburn (1976) porte un regard renouvelé et critique sur la question en intégrant dans la catégorie « art » des objets que l'on peut qualifier d'ethniques, touristiques ou populaires (*folk art*). Cet anthropologue affirme que la catégorie « art » reflète une « tradition élitiste des 'hautes civilisations' concernant la valeur de l'art vs l'artisanat (*craft*) [...] qui émerge en Europe et en Chine » (Graburn 1976: 3). Il critique d'ailleurs des termes tels que celui d'« art primitif », utilisé par exemple par Boas (2003).

Si la distinction art/artisanat hante encore les esprits des individus, elle est aujourd'hui remise en question par certains auteur·e·s (cf. Femenías 2010: 261; Perlès 2007: 211-2; Zorn 2004; Lucero et Baizerman 1999: 108-10, 112 ; García Canclini, 1990: 224-8) qui suivent le pas pionnier notamment de Graburn. Outre la critique pertinente de ce dernier, qui brise les hiérarchies entre les métiers et les objets, Ema Sánchez Montañés (1992: 231) affirme que cette dichotomie « n'est pas seulement conceptuelle, mais [qu']elle a aussi et surtout une correspondance économique et de prestige bien connus ». D'autres auteur·e·s évoquent les répercussion économique dans les Andes d'une telle distinction (cf. Zorn 2004: 160; Meisch 2002: 63) ou sa dimension genrée (cf. Femenías 2005: 134, 261-2).

Malgré cette mise en question, l'usage des deux termes persiste et son emploi est hétéroclite chez les auteur·e·s, aussi bien que chez mes interviewé·e·s. Certain·e·s emploient le terme « art » (par ex. Lyon 2013; Gisbert et al. 2010; Silverman 1994), d'autres celui d'« artisanat » (par ex. Ariel de Vidas 1996; Cárdenas et al. 1988), voire les deux (par ex. Zorn 2004; Henrici 2002; Dávalos et al. 1994)<sup>93</sup>.

Face à cette terminologie ambiguë, j'ai décidé de privilégier d'abord l'usage des termes tels que « centres artisanaux » qui font partie du vocabulaire cusquénien courant ou de citer les mots (« art » ou « artisanat » ; « artiste » ou « artisan ») employés par mes interlocutrices·eurs. Selon l'interlocutrice·eur ou l'auteur·e, j'emploierai donc le terme qu'elles·ils utilisent. Cela nous permettra de repérer justement les ambivalences, voire les hiérarchies reproduites entre l'art et l'artisanat textile. Toutefois, j'ai aussi pris la décision, lorsque c'est moi qui prends la parole, de parler de l'« art-isanat textile » (ou de son qualificatif « art-isanal »). Ce néologisme doté d'un trait d'union (-) m'offre la possibilité de me référer aux deux termes en même temps, et par là à l'ambivalence possible, ou en tout cas à la pluralité des regards et des discours concernant les textiles andins.

Parler d'art-isanat textile aujourd'hui amène à se poser deux questions : *s'agit-il d'une production purement manuelle ? Qu'en est-il des produits revendus ?* La première question sera amplement traitée dans cette thèse en démystifiant l'association étroite entre l'art-isanat et la production 100% manuelle (cf. en particulier les chap. 2 et 4). La deuxième question m'amène à considérer les artistes ou les artisan·e·s également comme des commerçant·e·s (voire, dans certains cas, comme de

---

<sup>93</sup> Voir notamment l'ouvrage collectif de Lafargue (2004) où cette dichotomie est amplement abordée et où les auteur·e·s insistent sur une perméabilité de ces catégories en parlant parfois d'artistes-artisans.

patron·e·s, comme je le montre dans le chap. 6). Par souci de diversification de l'offre et pour tirer un profit des ventes, ces personnes achètent souvent des articles qu'elles revendent par la suite au marché. S'il existe des commerçant·e·s *stricto sensu*, la frontière entre ceux-ci et les tisserand·e·s est de plus en plus perméable. Dans son étude sur le marché de Písaq, où j'ai rencontré plusieurs tisserandes, Jane Henrici (2002: 121) préfère parler des commerçant·e·s plutôt que des artisan·e·s (cf. aussi artisans-commerçants dans les Andes équatoriennes dans Voirol 2016: 51). Si cela indique une tendance générale que j'ai constatée depuis mon travail de terrain à Chawaytiri en 2008 (Terry 2009), il est plutôt question d'un continuum tisserand·e·s-commerçant·e·s où le degré peut varier selon la personne.

### **Le quotidien local-touristique**

Si les artistes et artisan·e·s textiles occupent une place importante dans cette thèse, c'est aussi le cas pour les touristes et, plus largement pour le tourisme en tant que phénomène planétaire (cf. plus bas « touristification »). Ces artistes et artisan·e·s sont d'ailleurs directement concernés par celui-ci.

Naomi Leite et Nelson Graburn (2010: 18) définissent le tourisme non pas comme une « entité en soi », mais plutôt « comme un champ social, au sein duquel de nombreux acteurs interagissent dans le temps et dans l'espace, de manière physique et virtuelle ». Pour ces deux anthropologues, le tourisme comporte en outre « un jeu multiple de pratiques avec des frontières floues » (définition reprise à Adam et al., 1997) « toutes imbriquées dans un contexte social, politique et historique beaucoup plus large » (Leite et Graburn 2010: 18). Cet aspect est crucial pour concevoir le « quotidien touristique » que je définirai en faisant un détour par la définition donnée au terme « touriste ».

Pour Valène Smith (1989: 1), l'une des pionnières des études sur le tourisme en anthropologie, « de manière générale, un·e touriste (*a tourist*) est une personne temporairement en situation de loisir (*temporarily leisured person*) qui se rend volontairement dans un endroit éloigné de la maison dans le but d'expérimenter un changement ». Outre l'aspect « loisir » qui peut faire l'objet de critiques<sup>94</sup>, cette définition en rejoint d'autres qui insistent sur la mobilité<sup>95</sup>, le caractère temporaire et volontaire ainsi que l'expérience de l'ailleurs, souvent mis en opposition avec le quotidien (par ex. Fuller 2008: 18). C'est la perspective qu'adoptent également Nelson Graburn (1989 [1978]) et Dean Maccannell (1976) qui considèrent l'activité touristique comme un rite de passage dans un espace-temps extra-ordinaire (cf. aussi le « hors-quotidien » chez l'Équipe MIT 2008). La·le touriste est ainsi appréhendé·e hors du quotidien.

---

<sup>94</sup> Pour une critique, voir notamment l'Équipe MIT (2008: 103-4) qui privilégie la notion de « récréation » (le tourisme comme acte de *recréer*) qui va au-delà d'un acte purement *récréatif* ou relevant du loisir. Les trois modalités de récréation pour les géographes sont : repos, jeu et découverte (pour plus d'information, cf. l'Équipe MIT 2008: 108-112).

<sup>95</sup> L'Équipe MIT (2008) met en garde sur le fait qu'il existe une alternance entre nomadisme et sédentarité. en effet « le tourisme est fondamentalement et simultanément un déplacement et un mode d'habiter les lieux » (p. 44).

Bien que cette définition reflète une idée générale du phénomène et que les personnes concernées verbalisent souvent une coupure avec le quotidien, je la trouve réductrice. Selon Leite et Graburn (2010), le tourisme est beaucoup plus difficile à appréhender que ce qu'en disent ces définitions. La·le touriste se trouve en réalité inscrit·e dans des pratiques aux des frontières floues. Du point de vue phénoménologique, la pratique touristique apparaît beaucoup plus perméable que la simple dichotomie quotidien/hors quotidien touristique. J'ai en effet constaté que l'activité touristique s'entremêle avec des activités ordinaires, et inversement.

D'après mon expérience et mes observations auprès de touristes, une personne en voyage effectue des tâches comme lire un livre, consulter ses courriels, discuter sur son Smartphone, ou tout simplement divaguer dans ses pensées. La coupe du monde de football au Brésil (2014) m'a aussi rendu sensible à ce phénomène : beaucoup de gens arrêtaient de « faire du tourisme » pour regarder les matchs en soutenant souvent leur sélection. Ce sont des tâches qui poussent à nous abstraire du « monde touristique » lequel se caractérise par des moments tels que la visite d'un lieu ou des temps de relaxation à l'hôtel. Ces exemples sont peut-être plus saillants que d'autres où l'entrecroisement tourisme-quotidien est plus subtil, comme lorsque l'on va manger (activité de tous les jours) au restaurant ou déguster des spécialités locales (expérience gastronomique nommée parfois tourisme culinaire).

Inversement, des activités non touristiques *a priori* relèvent parfois, ne serait-ce que marginalement, d'un sentiment de « faire du tourisme », ou pourraient être qualifiées ainsi par un·e observatrice·eur : « regardez ces touristes ». Ces espaces flous se dessinent également lorsque l'individu vient de Cusco ou est résidant (n'ayant pas *a priori* le sentiment de faire du tourisme). Je considère ces situations m'étant rendu compte que, à l'instar d'autres Cusquénien·ne·s, je pratiquais des activités qui ressemblaient à celles des touristes (aller au musée<sup>96</sup>, voyager dans la campagne, manger dans un restaurant, prendre une photo ou un *selfy*, etc.); bien que cette expérience puisse être vécue différemment. Il s'agit de prendre en considération le fait que certain·e·s verbalisent ce type d'acte comme étant touristique.

À ce sujet, une Cusquénienne d'une cinquantaine d'années m'a raconté qu'elle « fait du tourisme dans sa région » en compagnie d'un groupe d'amies, de manière très régulière (*turistiamos en nuestra propia region*) (Fátima, 17.07.14). Comme l'affirme l'Équipe MIT (2008: 85-8), la familiarité avec un lieu n'exclut pas les pratiques touristiques. Cet exemple montre l'auto-identification d'un·e local·e en tant que touriste (cf. aussi Raymond (2001a: 125) qui parle d'un tourisme « cuzquénien » dans la région). C'est la figure de la·du local·e-touriste. Cet exemple souligne des espaces-temps qui sont limités, mais le témoignage de cette personne questionne sur la localisation de la frontière : Où le tourisme où commence-t-il dans le temps et l'espace et où finit-il ? Il est difficile de répondre à cette question de façon catégorique, car les limites dépendent peut-être de la perception personnelle ou de

---

<sup>96</sup> Pour une étude des relations entre tourisme et musée, voir par exemple Leite et Graburn (2010: 23-4).

celles d'autres personnes qui qualifient les autres de touristes. J'y reviendrai à propos de l'anthropologue-touriste dans la partie méthodologique de ce travail. Je vais pour l'instant avancer deux autres exemples qui invitent à réfléchir sur la question.

Le premier concerne les universitaires dont le métier offre parfois les possibilités de basculer du côté touristique. C'est le cas notamment des congrès auxquels j'ai pu assister et dans lesquels j'ai pu observer que non seulement les collègues en profitent pour visiter le lieu, mais aussi que la commission organisatrice du congrès propose une offre touristique parallèlement aux activités académiques. L'espace scientifique s'entremêle ainsi avec celui du tourisme. C'est la figure de l'universitaire-touriste.

Le deuxième exemple est plus proche de mon terrain. Au cours de ma recherche, j'ai rencontré des migrant·e·s, notamment d'origine espagnole, qui alternaient les stages, le volontariat et le travail, d'une part, et le tourisme d'autre part. Ces personnes trouvaient en effet des moments pour visiter la région, le pays, voire l'Amérique du Sud. C'est aussi le cas des Sud-Américain·e·s (majoritairement argentines) qui travaillaient dans la restauration, les bars ou les discothèques pour financer la suite de leur voyage. C'est la figure de la·du migrant·e-touriste ou de la·du résident·e-touriste. Cette situation se rapproche des formes de mobilités alternant travail-vacances-résidence (Allon et al. 2008) ou d'autres pratiques comme le « volontourisme » dans les pays du Sud<sup>97</sup> (cf. Mowforth et Munt 2009 [1998]: chap. 5). En vogue dans la région cusquénienne, celui-ci combine expérience de volontariat (notamment dans l'humanitaire) et activité touristique (cf. Burrai et al. 2016). À ce propos, Leite et Graburn (2010: 23) nous mettent en garde concernant la difficulté de distinguer le tourisme d'autres formes de déplacements (par ex. les voyages d'affaires, les visites que l'on rend aux ami·e·s ou aux parents, et le « tourisme humanitaire »). Si, dans mon étude, j'ai été confronté à une population étrangère qui ne semblaient pas faire du tourisme au premier abord, celle-ci le pratiquait, à divers degrés, de manière partielle et intermittente.

Ces exemples mettent en évidence ce que l'Équipe MIT (2008) appelle l'« être-touriste » (plutôt que touriste) pour souligner que cet « être » agit en tant que tel et assume cette identité parmi d'autres possibles en différentes circonstances et est circonscrit dans un espace-temps. En pointant ces exemples du doigt, je ne souhaite pas cependant montrer qu'il y a « un touriste dans la moindre personne qui bouge » ou d'affirmer que « [l]e touriste serait partout, tout le temps. Toute personne qui n'est pas « d'ici » serait touriste ... ou presque », comme le critiquent ces géographes (Équipe MIT, 2008: 79-80).

Faut-il donc appréhender le tourisme dans un continuum de pratiques « plus ou moins touristiques » qui font partie de notre quotidien ? C'est sur ce point que je diverge avec l'Équipe MIT qui considère le tourisme dans un « hors-quotidien »<sup>98</sup>, à l'instar d'autres auteur·e·s mentionnés plus

---

<sup>97</sup> Je préfère le terme « pays du Sud » à celui de « tiers-monde » (*Third World*) utilisé par ces auteurs.

<sup>98</sup> Paradoxalement, ces géographes parlent du tourisme comme faisant partie intégrante du quotidien contemporain (Équipe MIT 2008: 7), ce qui se rapproche de ma perspective qui justifie la non-séparation entre

haut. Je m'inscris ainsi dans la perspective des travaux qui placent le tourisme dans le quotidien, là où le « local » et le « touristique » cohabitent (par ex. à travers les souvenirs du voyage (Haldrup et Larsen 2010; Vimont 2010: 228; Morgan et Pritchard 2005: 30; Bærenholdt et al. 2004; Suvantola 2002: 182-5). Pour cette raison, j'emploie le terme de « quotidien touristique ».

Cette imbrication local-touristique est très marquée dans la région cusquéniennne. Les endroits qualifiés de locaux sont de plus en plus recherchés par les touristes dans une quête d'expériences dites authentiques. Le local fait gage de cette authenticité, ainsi que des éléments tenus pour traditionnels, valorisés également par les touristes selon mes observations (cf. plus bas pour la valeur de l'authentique et le traditionnel chez les touristes). C'est le cas des endroits tels que le *Mercado San Pedro* en ville qui est fréquenté par les Cusquéniennne-s (pour les courses, le petit-déjeuner, des repas) et les commerçant-e-s, et qui est devenu un lieu touristique. Non seulement des touristes s'y rendent indépendamment en suivant les conseils de guides comme le *Routard* ou *Lonely Planet*, mais aussi en faisant des circuits organisés comme le *Free Walking Tour*.

Outre ce côtoiement des Cusquéniennne-s et des touristes au jour le jour, une partie importante de la population locale travaille dans le domaine touristique. Certain-e-s sont des entrepreneurs, des patrons d'agences de voyages ou d'hôtels, d'autres des salarié-e-s, comme les guides ou les conducteurs de bus. Il faut aussi prendre en compte des personnes concernées par le tourisme d'une manière plus ou moins indirecte (des épicièr-e-s, des commerçant-e-s ambulants, des conducteurs de taxi, etc.) ou celles qui cherchent expressément le contact avec les touristes (par ex. *bricheros*<sup>99</sup> ; à ce propos cf. pour Cuba Simoni (2016) ou pour l'Équateur Meisch (1995)).

Le quotidien évoqué tout au long de la thèse doit par conséquent, être appréhendé dans sa double composante local-touristique. Si je parle du « local » ou du « touristique », ce n'est qu'en tant que catégories analytiques car leur composition varie selon les situations spécifiques, où l'une peut primer sur l'autre, sans exclure pour autant leur coexistence et imbrication.

Ce type de (re)configuration local-touristique correspond au phénomène de la « touristification de la planète »<sup>100</sup> évoquée par Franck Michel (1998), et que j'utilise pour décrire des dynamiques observées sur mon terrain. Dans mon étude, il s'agit plus particulièrement de la touristification de

---

quotidien et extra-quotidien. D'autre part, elles-ils affirment que le fait d'être loin nous permet de « revisiter notre vie, d'en changer éventuellement » (Équipe MIT 2008: 96) en citant par exemple le mariage avec une personne que l'on a connue en vacances.

<sup>99</sup>*Brichero* ou *brichera* désigne le « sujet andin qui erre dans différents sites touristiques, afin de conquérir l'amour, ce qui lui permet de « passer de bons moments » et, dans le meilleur des cas, de fuir le pays » (Vich 2006: 187-88). Ce mot dérive du mot anglais « *bridge* » (Bosman 2006: 217) avec l'idée de créer un pont afin de quitter le pays.

<sup>100</sup> Sans utiliser nécessairement le terme de « touristification », divers travaux mettent en évidence ce processus à l'échelle planétaire. Voir par exemple Dawson et al. (2012) et Snyder (2007) sur la touristification des endroits en danger ou isolés; Hoerner (2008) notamment sur la touristification des sports; Vimont (2010) sur la touristification de la douleur (par ex. les camps de concentration); l'Équipe MIT (2008: chap. 7 et 8) parle plutôt de « mise en tourisme » en insistant sur la création dynamique des lieux touristiques.

l'espace cusquézien<sup>101</sup> urbain et rural (notamment par le biais du TRC). D'autres auteur·e·s témoignent de ce processus dans d'autres latitudes et domaines tels que le patrimoine (Arista Zerga 2012; Asensio et Pérez Galán 2012; Maffi 2004).

D'autre part, mon approche rejoint celle de Leite et Graburn (2010) en ce qui concerne une anthropologie du tourisme (ou « pour étudier le tourisme » comme le qualifient ces auteur·e·s) qui considèrent celui-ci non plus comme un « sujet distinct » mais désormais « comme un élément inextricablement lié à la vie sociale, culturelle et économique dans le monde » (Leite et Graburn 2010 : 26). Dès lors, on peut considérer le tourisme comme partie intégrante de cette vie quotidienne. De manière plus large, je défends l'intérêt que présente une anthropologie du quotidien, appelée parfois de l'ordinaire (Voirol 2016; Das 2012; 2007; Jackson 2012; Chauvier 2011), et qui va de pair avec une « anthropologie de la contemporanéité » (Voirol 2016: 441-3) qui s'intéresse à des phénomènes contemporains comme le tourisme et le commerce, phénomènes qui touchent de près mon étude et qui font partie de dynamiques quotidiennes de mon terrain.

### **Les touristes : revisiter une catégorie répudiée**

Compte tenu des considérations évoquées ci-dessus, la catégorie « touriste » se trouve dans un flou identitaire qui permet à l'(auto-)identification d'émerger soudainement (cf. local·e-touriste, universitaire-touriste ou migrant·e-touriste). Je parle d'(auto-)identification expressément pour faire un constat quant à cette catégorie : si certain·e·s identifient instinctivement l'*Autre* comme touriste, l'auto-identification est souvent plus problématique.

D'un côté, la·le touriste peut être identifié par le jugement porté sur autrui (son apparence, son accent, ses habits, son comportement, etc.), que la personne le veuille ou non. À Cusco (et plus largement en Amérique du Sud), ce repérage se manifeste par le qualificatif de *gringo*<sup>102</sup> attribué par les Cusquézien·ne·s, de la ville ou de la campagne aux étrangèr·e·s, y compris au Péruvien·ne·s, surtout ceux qui viennent de la capitale, de peau blanche et aux yeux et aux cheveux clairs.

De l'autre côté, de nombreuses·eux touristes veulent se débarrasser de cette identification qui leur colle à la peau. Certain·e·s vivent d'ailleurs mal les qualificatifs de *gringo* et contestent parfois les propos de leur interlocutrice·eur local·e, comme j'ai pu l'observer à plusieurs reprises. Cette situation est à mettre en lien avec la quête du local, du traditionnel et de l'authentique évoquée plus haut. Le fait d'être reconnu·e comme touriste brise en effet l'image de vivre quelque chose de la manière la plus locale possible. Pour ces personnes, le risque est de tomber « dans une trappe à touriste » comme me l'a confié un jour un ami français travaillant dans le domaine (Florian, 2012), ou d'être perçue

---

<sup>101</sup> Pour cette touristification reposant sur l'histoire, voir Calvo Calvo (1999) et Flores Ochoa (1996). Pour la touristification du Pérou, voir notamment Fuller (2008) qui parle de la diversification de l'offre touristique et des nouvelles formes de tourisme qui ont émergé.

<sup>102</sup> *Gringo* désigne en espagnol l'étrangèr·e·, dont l'archétype est l'états-unien·ne blanc, blond aux yeux clairs (verts ou bleus). Toutefois, cette appellation inclut tout·e étrangèr·e·, qui répond à ces caractéristiques, à tel point que l'on peut qualifier de *gringo* même à un·e Péruvien·ne. Voirol (2016: 42) constate que le mot « touriste » est employé dans les Andes équatoriennes comme synonyme de *gringo*.

comme un « porte-monnaie sur pattes » comme me l'a dit une amie suisse (Diana, 2015). Loin d'être isolés, ces propos ressemblent à d'autres que j'ai entendus moi-même ou lu sur Internet.

J'en conclus donc que les touristes que j'ai côtoyé·e·s préfèrent le plus souvent ne pas être reconnu·e·s comme tels<sup>103</sup>. Outre mes observations et entretiens, le travail de l'Équipe MIT (2008) confirme cette idée. Les auteur·e·s constatent l'existence d'un sentiment d'anti-tourisme chez les personnes qui voyagent et qui pourraient être qualifiées de touristes. « Le touriste se dit rarement touriste : le touriste c'est l'autre ! », la le touriste est répudié·e dans un discours virulent qui s'attaque particulièrement au tourisme de masse que ces personnes représenteraient (Équipe MIT 2008: 74). L'Équipe MIT déconstruit ces préjugés fortement véhiculés par la presse, les guides de voyages, les ONG ou d'autres institutions. Même au sein du monde académique, des géographes, des sociologues et des anthropologues reproduisent ces préjugés<sup>104</sup>. En témoignent les qualificatifs employés pour se référer aux touristes : des moutons, des idiots, des barbares, etc. Ces géographes critiquent ainsi cette « touristophobie » sans pour autant aller jusqu'à « verser dans une apologie aussi stérile intellectuellement et scientifiquement que le rejet exprimé par d'autres » (Équipe MIT 2008: 79). Cette touristophobie est souvent associée à un sentiment d'autoculpabilité suite à la colonisation et à l'impérialisme du Nord exercé sur le Sud (pour plus de détails sur cette touristophobie, cf. Équipe MIT: chap. 1 et chap. 2). Avec cette accusation, les auteur·e·s s'attaquent au regard manichéen qui opposerait un « méchant Occident » et les « bons sauvages » (*ibidem*: 22).

Ces géographes critiquent en outre la distinction entre touriste et voyageuse·eur, comme étant de caractère plus idéologique que scientifique : la première catégorie devient souvent un faire-valoir de la seconde<sup>105</sup>. Pas plus que l'Équipe MIT je n'utiliserai une typologie ou distinction quelconque<sup>106</sup>. J'utiliserai le terme générique de « touriste » pour signifier l'être-touriste évoqué par ces auteur·e·s, dont l'identification peut être non seulement plurielle, mais peut également relever d'un refus d'être assimilé au concept de touriste. C'est ce que j'appelle un·e (non-)touriste, où la parenthèse souligne le désir de nier toute association à cette catégorie, et par-là à la connotation négative et aux préjugés exposés par l'Équipe MIT<sup>107</sup>. Malgré ce refus, j'ai décidé de conserver le terme « touriste », notamment en raison de son usage récurrent par mes interlocutrices·eurs, non seulement par ces (non-)touristes mais aussi par des personnes qui les qualifient de *gringo*. Par souci de synonymie j'emploie parfois le terme voyageuse·eur ou visiteuse·eur.

---

<sup>103</sup> Si j'ai pu constater cette tendance notamment auprès des touristes étranger·e·s, il faudrait une analyse sociologique plus approfondie serait nécessaire pour affiner cette généralisation.

<sup>104</sup> Parmi les auteur·e·s en question, citons : Augé (1997), Aisner et Plüss (1983), Estienne (1998), Maurer (1992), Duby (1986), Turner et Ash (1975), entre autres.

<sup>105</sup> Voir aussi Mowforth et Munt (2009: 27) qui critiquent les équations simplistes : « *tourist = mass tourist = bad* » et « *travellers = appropriate travelling = good* ».

<sup>106</sup> Certains travaux proposent ce type de typologies appliquée aux touristes (Urbain 1991; Cohen 1979; Maccannell 1976) ou du tourisme (Cohen 1992; Graburn 1983) (sur le cas péruvien cf. Fuller 2008). Leite et Graburn (2010: 18) soulignent que les études contemporaines ont dépassé le débat sur ces typologies.

<sup>107</sup> À ce propos citons l'exposition artistique qui s'est tenue à Lausanne « Touriste ! Je t'aime ... Moi non plus » (12.10-22.12.17), dont le titre et les œuvres présentées exprimaient des critiques quant au tourisme sans pour autant minimiser son importance.

Si je n'approfondis pas davantage les subtilités de la catégorie « touriste », je préciserai brièvement qu'il s'agit d'un ensemble qui regroupe un nombre important de personnes aux profils hétéroclites (Équipe MIT 2008: 76). Dans le cas péruvien, l'on perçoit en effet des groupes d'âge, des nationalités, des milieux socio-économiques, des identités sexuelles, des raisons de voyager, des temps de séjours et des parcours touristiques différents (cf. PromPerú 2015; cf. aussi chap. 1.3.1).

Je suis conscient que, dans l'exercice de catégorisation, je peux tendre à surreprésenter la catégorie « touriste », d'autant plus qu'elle est éphémère et que les personnes ne s'y reconnaissent pas nécessairement. Si tout·e étranger·e n'est pas en effet un·e touriste, ces personnes, y compris la population locale, deviennent des être-touristes à un moment donné (plus ou moins long). Par conséquent, lorsque je parle des Cusquénien·ne·s, il faut être conscient qu'il y a le risque inverse de sous-représentation de la catégorie « touriste » qui doit être appréhendée dans toute sa complexité et tout son dynamisme, et sans les possibles connotations négatives qui lui sont attribuées.

### **Tradition, authenticité, identité : perspective et dynamique du point de vue des acteur·e·s**

Des termes tels que tradition, identité ou authenticité (et ses dérivés) sont souvent employés par les citoyen·e·s et les *comuneros* de Cusco, les touristes, les discours institutionnels et commerciaux, etc. Sur mon terrain ces termes revenaient constamment (cf. à titre d'exemple le récit « Une précieuse rencontre » où le mot « tradition » est employé pour se référer aux Q'eros) même « en dehors du cadre de ma recherche », par exemple sur les étiquettes des produits comestibles que j'achetais.

Sharon Gmelch (2004: 17) rapporte par exemple l'importance pour les touristes des termes tels que « authentiques » et « traditionnel » pour juger de la véracité de ce qu'elles·ils regardent (où le « réel » est pris dans le sens de « vieux » ou « propre à la culture locale » (*part of local culture*)). Ariel de Vidas (1996) constate aussi cette importance dans les Andes où les touristes sont en quête de traditions, d'éléments patrimoniaux et culturels, voire d'« exotisme » (cf. aussi l'étude à Písaq chez Simon 2009: 121; de manière plus générale, cf. Simoni 2016, 2012; Grijp 2009; Maccannell 1976). Prendre l'exemple des touristes est d'autant plus intéressant qu'il s'agit d'une population assez hétéroclite et d'origines diverses qui témoignerait, par conséquent, d'un usage très répandu à l'échelle planétaire.

Je justifie par cet usage l'emploi de ces termes dans le texte. Toutefois, je prends mes distances quant à leur utilisation en tant que catégorie analytique en m'appuyant sur la critique de certains travaux en sciences sociales.

### **Tradition et authenticité**

L'utilisation des concepts tels que « tradition » ou « authenticité » dans les sciences sociales est désormais mise en question.

Jean Pouillon (1975) a été un des premier·e·s à remettre en question la notion de tradition comme une invention du passé à partir du présent ou une « retrospection ». « [N]ous choisissons [en effet] ce

par quoi nous nous déclarons déterminés, nous nous présentons comme les continuateurs de ceux dont nous avons fait nos prédécesseurs » (Pouillon 1975: 160). L'auteur insiste aussi à juste titre sur la multiplicité des traditions au sein d'une même société (p. 161). De même, *The Invention of Tradition* (1983), ouvrage souvent cité de Hobsbawm et Ranger, note le caractère inventif des traditions, notamment celles mobilisées par des États-nations à des fins politiques<sup>108</sup>.

Dans « La tradition n'est plus ce qu'elle était ... », Gérard Lenclud (1987) prolonge la critique de manière bien argumentée. Il questionne en particulier son usage scientifique et par là sa valeur heuristique. Son argument est que les ethnologues emploient cette notion tirée du sens commun, dans une vision très statique et linéaire. Cette critique rejoint celle que j'ai faites aux études sur les textiles andins qui n'hésitent pas à employer cette terminologie pour insister sur une continuité (au détriment de tout changement attesté). Comme le souligne Lenclud :

Que la tradition soit envisagée comme simple fait de permanence dans le temps, comme message culturel enfoui dans des pratiques ou comme moyen spécifique de transmission, elle garde une grande partie de son mystère. En effet, aucune de ces acceptions ne permet de délimiter en raison entre des faits traditionnels et d'autres qui ne le seraient pas, ni de percevoir où se situeraient exactement les mécanismes de sa perpétuation.

Dans cette critique, l'auteur rejoint Pouillon dans sa conception de la tradition comme quelque chose qui est toujours défini depuis le présent. D'autres auteur·e·s comme Carol Ivory (1999) constate également, à partir d'une analyse historique sur le cas des îles Marquisiennes, le caractère arbitraire de la notion.

Malgré cette critique, la notion est toujours employée dans le milieu scientifique, et le constat de Lenclud est donc encore d'actualité. Dans l'ouvrage collectif *Detraditionalization* (Heelas et al 1996), les auteur·e·s revendiquent par exemple l'utilisation de cette notion<sup>109</sup>. D'autres, comme Anath Ariel de Vidas (1996) et Sandra Niessen (1996), en font également usage dans une perspective dynamique de la tradition pour l'opposer à une définition statique de celle-ci (cf. aussi Tiffany 2004; Lucero et Baizerman 1999; Clifford 1996; Kilani 1994; García Canclini, 1990; Graburn 1976). Dans *Hilo conductor : tradición y moda en el Perú*, la couturière de mode ethnique et chercheuse Olga Zaferson Aranzaens (2013) adopte un regard où la tradition se mêle au contemporain. Toutefois, elle affirme que le traditionnel (*lo traditional*) a besoin d'un « minimum de 20 ans de persistance pour s'appeler ainsi » (p. 20), ce qui relève d'une approche très normative sur la notion.

Le concept d'authenticité fait également l'objet de critiques dans son usage universitaire. Christophe Steiner (1994) souligne le peu d'intérêt académique pour celui-ci dû à son caractère

---

<sup>108</sup> Pour Femenías (2005: 23), si (ré)invention de la tradition il y a, celle-ci ne se limite pas aux entités politiques. L'invention a un caractère contemporain et se renouvelle à chaque génération. La critique de l'auteur s'appuie sur son étude sur Caylloma où il n'est pas nécessairement question d'imposition externe, mais où il y a des efforts créatifs actuels de réappropriation « en donnant des formes et des significations à ces « traditions de nos ancêtres » » (Femenías 2005 : 181). Clifton (1997 : 157) critique lui aussi ce concept comme étant un « oxymore apparent » lequel, en outre, insulte (*insult practioners*) ou rabaisse les pratiquant·e·s. L'auteure souligne le caractère créatif de ce processus (*creative process*).

<sup>109</sup> Voir notamment Heelas (1996), Thompson (1996), Luke (1996) et Adam (1996).

arbitraire et ethnocentrique, notamment vis-à-vis des sociétés « exotiques » et de leurs productions artistiques/artisanales<sup>110</sup>. Il s'agit d'une catégorie volatile et paradoxale (Steiner 1999) et d'un concept subjectif (Stronza 2001). D'autre part, bien que la quête de l'authentique est fort présente chez les touristes, des travaux montrent aussi une quête du ludique ou de l'amusant (Gmelch 2004; Cohen 2004), voire de l'artificiel (cf. les visites aux Parques thématiques par exemple chez Mintz 2004). Les « post-touristes » témoignent de cette mouvance post-moderne entre le vrai et le faux (Leite et Graburn 2010: 20; Gmelch 2004). Conscientes de la « mise en scène » créée pour les touristes, certain·e·s « apprécient précisément les qualités esthétiques et pleines d'humeur de l'« inauthenticité » » (Leite et Graburn 2010: 20).

L'ensemble de ces critiques rend ainsi caduques les analyses en termes d'authenticité que l'on trouve notamment chez Dean Maccannell (1976) avec son concept de « *staged authenticity* » (traduit par « authenticité mise en scène » par Leite et Graburn 2010: 20). Ce sociologue défend non seulement l'idée d'une quête d'authenticité de la part des touristes, mais aussi d'une revendication du terme de la part de l'auteur qui, par son concept, induit l'existence d'une vraie authenticité inaccessible aux touristes (cf. aussi « l'ethnicité reconstruite » chez Maccannell 1986). D'autres auteur·e·s contemporains soutiennent cette idée, en mobilisant ou non le concept de Maccannell (par ex. Gill-Robinson 2007; Costa 2004), bien que des travaux sur le tourisme la remettent en question (cf. Fuller 2015; Garcia 2015: chap. 5; Leite et Graburn 2010: 20; Bruner 2005; Stronza 2001; Cohen 1979: 180; j'y reviendrai dans le cinquième chapitre).

Face à ces critiques, j'adopte une approche émiqque de l'authenticité (Grijp 2009; Gottlieb 1982 cité dans McCabe 2005; Bruner 2005) et de la tradition (et des termes qui en dérivent). Par émiqque j'entends le point de vue et le discours des acteur·e·s sociaux qui donnent un sens particulier à ces termes<sup>111</sup>. Cette posture rejoint dans une certaine mesure, des approches plus subjectivistes sur l'authenticité dans l'expérience touristique (cf. par ex. « authenticité existentielle » chez McCabe 2005). Je suis ainsi Edward Bruner (2005: 5) lorsqu'il affirme que « [l]'authenticité est une dimension que l'on doit étudier uniquement quand les touristes, les locaux ou les producteurs eux-mêmes utilisent le terme » (cf. notamment chap. 7). De même, Irene Maffi (2004: 365-6) privilégie une utilisation du terme « tradition » basée sur le discours des « acteurs locaux » et des « touristes », tout en étant consciente de son caractère construit. Adopter leur point de vue permet de mieux saisir la signification donnée à ces termes et par là les valeurs possibles attribuées en lien avec l'expérience vécue, en particulier vis-à-vis/autour des textiles andins. Comme je le montrerai, ces objets sont chargés de valeurs diverses selon la personne et la situation, dans des processus de valuation.

---

<sup>110</sup> À ce sujet, voir dans l'ouvrage collectif *Unpacking culture* notamment Steiner (1999) et Graburn (1999). Ce dernier affirme même, que dans le discours des acteur·e·s sociaux, la notion d'« authenticité » demeure problématique puisqu'il est difficile de distinguer s'il s'agit d'une définition externe ou d'une taxinomie propre. Dans le contexte latino-américain, García Canclini (1990: 185-90) remet en question cette notion, en pointant du doigt la vision passéiste et statique qu'elle suppose.

<sup>111</sup> À propos de la discussion théorique sur le terme « émiqque », voir Olivier de Sardan (1998).

### **Identité : « ethnicité marchande », « filiation inversée » et « (néo-)incaïsme »**

De même que la tradition ou l'authenticité, l'identité est une notion construite, modelée selon la situation. Elle est en effet multiple et contextuelle (Canessa 2012a: 111, 2012b: 4; Vidal González 2008: 807; Sen 2007: 24; Halter 2007: 40; Weismantel 2005: 182-83; Palmer 2005: 8; Little 2004: 270; Meisch 1996), parfois contestée (Miller 1998a: 24; cf. aussi Crain 1990) ou instrumentalisée (Thorp et Paredes 2010: 15).

Ainsi, Daniel Miller (1998a: 183) qualifie l'identité de « notion générique et plutôt vague (*a general and rather a vague set of plural possibilities*) que les individus sont libres de prendre (*free to pick up*) ou de s'approprier de manière diverse et créative » (cf. aussi de la Cadena 2004: 249) ou encore de l'attribuer aux autres (cf. l'exemple cité plus haut des « touristes » appelé·e·s ainsi par des Cusquéniens·e·s). Cette idée de liberté doit cependant être nuancée (cf. Thorp et Paredes 2010: 6, 15; Weismantel 2005: 184), sans pour autant négliger l'aspect créatif que soulève Miller. Cela relève en tout cas du caractère « malléable » de l'identité (Meisch 1996: 146), et « situationnelle et relationnelle » (Femenías 2005: 294; cf. aussi Henrici 2002: 121).

Dans mon travail, j'aborde plus précisément la question des identités ethniques. Thorp et Paredes (2010: chap. 2) montrent à cet sujet la multiplicité d'(auto)identifications au Pérou à travers un sondage. *Indígenas mestizos: raza y cultura en el Cusco* de Marisol de la Cadena (2004) demeure une référence sur le sujet dans la région cusquénienne. En s'appuyant sur Laclau et Mouffe (1985) et Hall (1992), de la Cadena (2004: 27) souligne le caractère multidimensionnel de l'identité « traversée par des questions de race, ethnicité, classe, genre et générations » (cf. aussi Femenías 2005). Elle évoque également des identités « relatives » et déterminées selon les interactions et dont les catégories peuvent changer (« apparaître »/« disparaître ») dans le temps (de la Cadena 2004: 243-44, 332-33). Son travail souligne la multiplicité des identités possibles entre différentes catégories raciales et ethniques.

Cet aspect identitaire et son caractère pluriel se manifestent sur mon terrain par ce que Zorn (2004: 65-66) qualifie de « continuum » vestimentaire entre les *trajes típicos* et les habits cosmopolites (*cosmopolitan-style*). Dans ce continuum, le fait de porter les *trajes típicos* n'obéit pas nécessairement à des raisons culturelles (cf. le deuxième courant décrit plus haut), mais ce choix peut avoir des aspects pragmatiques. Ces aspects nous renvoient au concept d'« ethnicité marchande » (Ariel de Vidas 1996: 48) qui découle du « besoin d'altérité des indigènes dont la démarcation ethnique permet d'attribuer une valeur marchande à leur production artisanale ».

D'autres travaux dans les Andes péruviennes insistent sur des concepts tels que celui d'« actifs culturels » (*activos culturales*) (Asensio et Trivelli 2011) ou d'« indiens capitalistes » (*Indian capitalists*) (Femenías 2005: 295). Plus largement, cette question apparaît explicitement dans l'ouvrage *Ethnicity Inc.* de John Comaroff et Jean Comaroff (2009) (cf. aussi *Ethnic marketing* chez Halter 2007). Pour ces auteur·e·s, l'identité ethnique s'inscrit ainsi dans des stratégies commerciales

qui permettent de tirer un revenu notamment auprès des touristes qui, comme le rappelle Ariel de Vidas (1996) pour les Andes, sont en quête d'altérité.

Parallèlement au concept d'ethnicité marchande que je privilégie, je mobilise de manière encore plus transversale dans cette thèse la notion de « filiation inversée », qui est liée à ce type d'identité ethnique inscrite dans des considérations commerciales. La filiation inversée « marche à l'inverse de l'hérédité biologique » puisque « le fils, ici, engendre son père et c'est pourquoi il peut s'en donner plusieurs ! » (Pouillon 1975: 160). Autrement dit, nous au présent décidons de qui sont nos ancêtres, quel est notre « lignage ». Si Pouillon (1975), repris après par Lenclud (1987), emploie ce concept pour souligner le caractère rétrospectif de la tradition<sup>112</sup>, je l'utilise plus précisément au sujet des questions identitaires.

La filiation inversée s'applique bien au cas cusquéen où les citoyen·e·s et les *comuneros* tendent à se rapporter aux ancêtres incas (cf. le discours de Rolando dans le récit « Une précieuse rencontre »). Je parle à ce propos de filiation incaïque laquelle comporte des stratégies commerciales contenues dans le concept d'ethnicité marchande. Ce type de filiation rejoint ce qu'Antoinette Molinié (2013) qualifie de « néo-inca » (ou de « néo-incaïsme ») dans le cas particulier de la ville de Cusco. C'est un terme que j'utilise aussi en mettant entre parenthèses la partie (néo) afin de m'aligner sur cette idée de filiation inversée. Je transforme ainsi le terme – qui tend à avoir un ton critique chez l'auteure – en un terme plus neutre : la partie (néo-) est toujours mise en doute pour éviter l'influence de préjugés de ma part en tant qu'observateur de ces phénomènes identitaires<sup>113</sup>. C'est aussi une manière de restituer le sens qui est présent dans la notion de filiation inversée. Celle-ci se rapporte à un passé actualisé où la mise entre parenthèses dénote justement ce double rapport ancien-contemporain, comme je le montrerai dans le premier chapitre. C'est en outre une manière, d'une part, de donner du crédit aux personnes qui se disent ou se considèrent Incas (ou parlent de leurs ancêtres), et d'autre part, de restituer le dynamisme propre à ces identités multiples, relatives et situationnelles.

---

<sup>112</sup> Pour l'utilisation de cette notion associée au patrimoine, voir Davallon (2000).

<sup>113</sup> Galinier et Molinié (2006) inscrivent ce concept dans un mouvement latino-américain plus large qu'elle-il appellent « néo-indien », perceptible surtout au Mexique, en Bolivie et au Pérou. Dans le cas péruvien les néo-Incas sont associé·e·s au « projet identitaire et politique d'une élite » (p. 231), projet instrumentalisé politiquement (depuis le mouvement indigéniste du début du xx<sup>e</sup> siècle), mobilisé par la classe moyenne et promu par le mouvement *new age*. Si ces éléments et l'analyse historique des auteur·e·s sont pertinents pour comprendre le phénomène, je réfute l'instrumentalisation et la connotation négative qui transparaissent dans leur interprétation (interprétation en termes de fiction, de disneylandisation, de déguisement, de folklorisation, etc.). Le concept de filiation inversée permet d'éviter ce type d'interprétation et implique une autonomie des acteur·e·s. Il permet aussi de ne pas tomber dans un essentialisme que ces auteur·e·s mobilisent à travers leur analyse. Pour elle-il, le « néo » renvoie à quelque chose de faux par rapport aux vraies pratiques des « vrai·e·s indien·ne·s ». Leurs propos sont parfois marqués par des contradictions puisque Galinier et Molinié reconnaissent les frontières de la néo-indianité comme étant « obscures » (p. 25), et que le monde se caractérise par une perméabilité (p. 17). Par ailleurs leur terme « néo-Inca » désigne une série d'acteur·e·s qui inclut des « indianistes » européen·ne·s (p. 21-22). Je limite l'usage du terme (néo-)Incas aux personnes de Cusco qui mobilisent cette filiation depuis l'époque contemporaine (cf. photo A.22 et 43 dans les annexes). Ce terme comprend aussi des éléments matériels (comme l'architecture) grâce auxquels la filiation inversée devient possible.

## Méthodologie et écriture

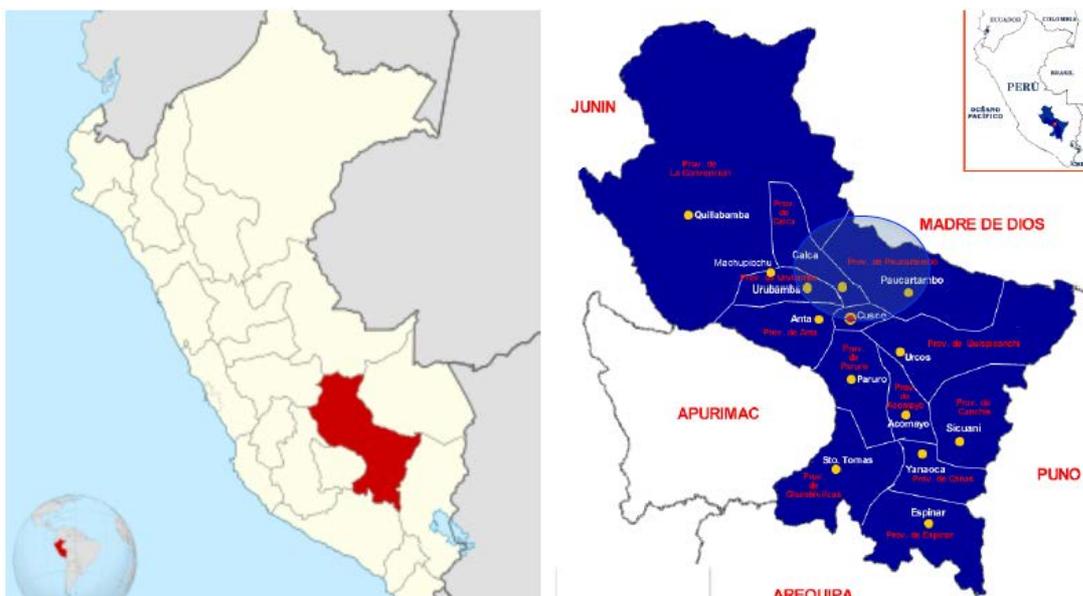
Après ces considérations de terminologie, je souhaiterais expliciter, d'une part, les aspects méthodologiques qui ont façonné mon étude et, d'autre part, la manière dont je conçois l'écriture de cette thèse, la mise en texte de mon travail.

### Un terrain (devenu) « multi-situé »

Mon travail de terrain était initialement circonscrit de manière spatiale et temporelle, à savoir la région andine de Cusco (Pérou) (cf. Fig. 1 et Fig. 2) et à l'année 2014. Il s'est néanmoins prolongé et étendu géographiquement et temporellement au fur et à mesure que j'avancais dans mon étude.

Ce travail s'est ainsi étalé en tout sur seize mois (février 2014-janvier 2015 ; septembre-octobre 2015 ; juillet-septembre 2016) ; sans compter mes voyages entre 2016 et 2018/2019 qui m'ont permis, de manière plus ponctuelle, de revenir quelque peu sur mon travail de terrain (onze mois de séjour environ, consacrés majoritairement à l'écriture de la thèse). La ville de Cusco – de par la proximité physique et vécue – est un des lieux significatifs de ma recherche depuis ses débuts. Les centres artisanaux et d'autres espaces d'exposition et de commercialisation de l'art-isanat textile ont constitué des endroits que je fréquentais quotidiennement. De manière plus générale, les rues, les musées, le théâtre, les cafés, les bars-discothèques, les *combis* (bus public), etc., ou encore un ensemble d'événements en ville ont configuré au jour le jour mon terrain, comme celui présenté au début de ce travail (cf. « Une précieuse rencontre »). J'étais littéralement confronté à mon objet d'étude littéralement dès que je franchissais la porte de ma demeure à Cusco, voire à l'intérieur même de celle-ci, puisque ma famille et la maison ont fini par faire partie de mon étude (cf. chap. 1).

**Figure 1 : La région de Cusco**



À gauche : localisation de la région de Cusco au Pérou. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Peru\\_-\\_Cuzco\\_Department\\_%28locator\\_map%29.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Peru_-_Cuzco_Department_%28locator_map%29.svg) (consulté le 24.11.17).

À droite : carte géopolitique de la région (pour plus de détails cf. le chap. 1.1.3). [http://www.cuscoperu.com.pe/espanol/qosqo/imagenes/mp1g\\_cusco.gif](http://www.cuscoperu.com.pe/espanol/qosqo/imagenes/mp1g_cusco.gif). Le cercle bleu indique les quatre provinces et les populations concernées par mon étude.

Figure 2: Mon terrain dans la région de Cusco



À gauche : mon terrain en ville. Les flèches indiquent les déplacements récurrents depuis ma maison à Cusco. Les cercles bleus montrent approximativement les zones fréquentées. Les points rouges signalent quelques centres artisanaux (cf. aussi photo A.1 dans les annexes). Pour une carte plus détaillée de la ville et d'autres lieux aux alentours, voir fig. A.1 dans les annexes.

À droite : mon terrain dans le milieu rural, composé de villages (appelés aussi *Centros poblados*) et de communautés andines. Source : Images prises sur Google maps et modifiées par l'auteur. Emplacement approximatif.

En milieu rural, je me suis focalisé sur des lieux célèbres pour l'activité textile, par exemple les villages de Pisac et de Chinchero, et des communautés comme Chawaytire. Si le district de Pisac m'était déjà familier – grâce aux relations tissées avec les *comuneros* suite à mes travaux de mémoire à Chawaytire (Terry 2009) et au *Parque de la Papa* (Terry 2011), et à mon travail en tant que responsable de l'agro-écotourisme du *Parque* –, d'autres lieux l'étaient moins. Mobiliser mes contacts avec ces *comuneros* (dans leur village et en ville) et mon expérience passée dans le district m'a permis d'approfondir les questions du tourisme et de commercialisation textile.

Chinchero a été un choix stratégique étant donné ses liens étroits avec le circuit touristique « classique » de Cusco. Ces centres textiles (*centros textiles*) en particulier sont célèbres et bien promus au sein du marché touristique. J'ai pu me rendre dans ces centres, suivre la visite avec d'autres touristes lors des explications sur les processus de fabrication textile, et interagir notamment avec les tisserandes de ces centres. Comme je l'explique dans le chapitre 6, les interactions avec ces dernières se sont limitées dans l'espace public et aux centres textiles. J'ai aussi étudié, bien que dans une moindre mesure, le cas d'Umasbamba, village voisin de Chinchero où j'ai pu interagir avec d'autres tisserandes, elles-aussi proposant une offre touristique liée à l'activité textile et au TRC. L'interaction avec ces *comuneras* s'est réalisée dans un cadre qui a pris une connotation touristique : j'ai été

assimilé à un sorte de tour-opérateur et le couple suisse qui m’accompagnait (dont un collègue anthropologue) à des touristes (ce couple a effectué des courses pour offrir des cadeaux de Noël).

D’autres terrains sont apparus en cours de route, comme dans le cas des Q’eros. La rencontre avec ces *comuneros* –d’abord en ville (cf. plus haut « Une précieuse rencontre ») puis à la campagne, grâce à l’anthropologue Geremia Cometti qui travaille sur les Q’eros – m’a permis d’élargir l’horizon de mon terrain. Bien que connue pour son travail textile par les Cusquéniens et les universitaires (cf. Silverman 2005, 1994; Wilson 1996), Q’ero est beaucoup moins fréquenté par les touristes que les autres villages. L’accessibilité y est relativement difficile (mais de moins en moins aujourd’hui en raison des travaux routiers), outre son éloignement des sites touristiques « classiques ». Cependant, comme je l’ai évoqué dans le récit d’introduction, des Q’eros comme Rolando et Nicolas travaillent dans le domaine touristique, en particulier dans le tourisme mystique. Si j’ai pu me rendre dans la communauté d’Hatun Q’ero, j’ai décidé de mobiliser le matériel ethnographique que j’ai pu tisser avec des Q’eros en ville, plus significatif de ce que j’ai fait et moins abordé dans la littérature concernant le milieu rural. Cela ne m’empêche pas que je m’y réfère pour des éléments ponctuels.

**Tableau 1 : Terrain dans la région cusquénienne (ville et campagne)**

Lieux	Localisation	Description
Ville de Cusco	Province de Cusco	Avec une population de 118’322 hab., la ville est constituée de huit districts, dont le district du même nom (Cusco) est le plus fameux en raison de son centre historique et de nombreux attraits touristiques. La ville se situe à 3’414 mètres d’altitude (celle-ci varie puisque la forteresse incaïque de Saqsaywaman se trouve au dessus de Cusco, à 3’700 mètres). La ville de Cusco, en particulier le centre historique, sera décrite dans différents chapitres, surtout dans la première partie de la thèse.
Pisaq (village)	District de Pisaq	Le village se situe à 30 kilomètres de la ville de Cusco, à 3’972 mètres d’altitude. Il est une des portes d’entrée à la Vallée sacrée, la plus utilisée, car la plupart des circuits touristiques commencent dans ce village (cf. fig. 4 dans le chap. 1.1.6). Pisaq est connu pour son « marché artisanal » ( <i>mercado artesanal</i> ), désormais ouvert tous les jours, le jour le plus actif étant le dimanche ( <i>mercado dominical</i> ). Il y a une grande diversité de produits, dont les textiles fabriqués par les communautés du district comme Chawaytire (cf. ci-dessous). Les dimanches, le marché est très fréquenté par les <i>comuneros</i> . La messe dominical en quechua contribue à attirer cette population, grâce notamment à la présence de <i>Varayoq</i> (des autorités politiques locales) <sup>114</sup> . Un autre attrait proche du village est le site archéologique Intihuatana avec ses terrasses incaïques bien conservées. Ces terrasses se trouvent en montant vers les communautés du district. Des <i>comuneras</i> s’y rendent pour vendre leurs textiles et d’autres produits aux touristes.
Chawaytire	District de	Chawaytire est une des treize communautés du district de Pisaq. Elle est

<sup>114</sup> À Cusco, le système politique de *Varayoq* est encore en vigueur dans les communautés andines et fonctionne parallèlement au système politique national (maires gouvernant chaque district), suite à la réforme agraire de 1969 (Cometti 2015: 44-45). Le mandat des *varayoq* dure une année. Selon Galinier et Molinié (2006: 66), ces « chefs de village [sont] d’origine coloniale ». Voir photo A.44 dans les annexes.

(communauté)	Pisac	<p>située à 4'100 mètres d'altitude et à environ 48 km de la ville de Cusco, soit environ à une heure et quart de voyage par voie terrestre. Cette communauté compte environ 600 habitant·e·s, dont la majorité vit depuis les années 1990 sur la <i>pampa</i> – la partie plaine de la communauté – suite à l'occupation de la <i>hacienda</i><sup>115</sup> qui s'y était établie. Aujourd'hui, cette région fait l'objet d'un processus constant d'urbanisation (services d'eau, d'électricité et d'égouts).</p> <p>La communauté appartient au <i>Parque de la Papa</i> (le restaurant <i>Papamanka</i> du Parc se trouve à cet endroit et accueille principalement des touristes). Pour d'autres détails, cf. le chapitre 4.</p>
<i>Parque de la Papa</i> (ou « Parc de la pomme de terre »)	District de Pisac	<p>Créé en 1998, avec la collaboration de l'ONG ANDES (acronyme d'<i>Asociación para la Naturaleza y el Desarrollo Sostenible</i>), le <i>Parque</i> comprend cinq communautés de Pisac (Amaru, Chawaytire, Pampallaqta, Paru-Paru et Sacaca ; au début six avec Kuyo Grande), avec une population estimée à 6'120 comuneros (rapport d'ANDES 2006, cité dans Terry 2011: 21). Le <i>Parque</i> se trouve à 25 minutes du village de Pisac. Son objectif est de conserver le « patrimoine bio-culturel indigène » (<i>Patrimonio Bio-Cultural Indígena</i>). L'expression utilisée par cette ONG est très large et comprend aussi bien la culture locale que la diversité biologique. Le <i>Parque</i> se proclame d'ailleurs « aire de conservation de ce patrimoine » (<i>Area de Consevación del Patrimonio Bio-Cultural Indígena</i>). La conservation concerne principalement les pommes de terres « natives » (<i>papas nativas</i>) avec une variété qui dépasse le millier (Terry 2011: 23). Le <i>Parque</i> possède aussi une offre d'agro-écotourisme où la <i>papa nativa</i> est une protagoniste célèbre (explications, gastronomie, etc.).</p> <p>Je m'intéresse particulièrement au cas de l'association tisserande <i>Ñawpa Away</i> (« textile ancien » en quechua) qui fait aussi partie de l'offre d'agro-écotourisme.</p>
Chincheró (village)	District de Chincheró	<p>Situé à 3'762 mètres d'altitude environ et à 30 kilomètres au nord-est de la ville de Cusco, le village de Chincheró (appelé aussi <i>centro poblado</i>) se trouve en direction de la Vallée sacrée en allant vers Urubamba. Le village est un des éléments touristiques les plus importants de la région cusquéenne en raison de son site archéologique, de son église coloniale et de ses centres textiles (cf. chap. 5 et 6). Comme Pisac, Chincheró est connu pour son « marché du dimanche » (<i>mercado dominical</i>). Des comuneros, citadin·e·s et touristes s'y rendent pour faire des achats. Une vente importante de textiles fait concurrence aux commerçantes de la place principale et aux centres textiles du village. La messe dominicale attire également les touristes, avec une participation active des comuneros, y compris des <i>Varayoq</i>.</p> <p>Le village compte avec environ 2'000 personnes (Callañaupa 2012: 5; cité dans Lyon 2013: 4) et se compose de trois communautés, à savoir Ayllopongo, Yanacona et Cuper (Adolfo, 27.12.14). Ces trois communautés se retrouvent au centre du village, près de l'église coloniale (<i>ibidem</i>).</p>
Umashamba	District de	Situé à une altitude de 3'727 mètres et à 30 kilomètres environ de la ville

<sup>115</sup> Les *haciendas* sont de « [g]rande[s] exploitation[s] rurale[s] [qui] reposent sur le travail servile » (Ariel de Vidas, 1996: 46). Selon Mario – un de mes interlocuteurs qui m'a raconté l'événement de la réappropriation de la *hacienda* – les *comuneros* vivaient autrefois dans les montagnes. Le territoire de la plaine appartenait à l'héritier d'un *hacendero* qui l'avait vendu par la suite à un autre individu. La communauté avait pris la décision de se rapprocher de ce territoire pour s'y établir. Elle en avait donné une petite partie à l'ancien propriétaire à titre de dédommagement (Terry 2009: 38).

(communauté)	Chincheró	de Cusco ( <a href="https://mapcarta.com/Urubamba">https://mapcarta.com/Urubamba</a> ), Umasbamba est une des seize communautés du district de Chincheró. Pour y accéder, il faut faire un détour avant l'arrivée au village de Chincheró (cf. chap. 2.3.2). La population est estimée à environ 150 personnes (soit une trentaine de familles selon divers sites Web par ex. <a href="https://mapcarta.com/Urubamba">https://mapcarta.com/Urubamba</a> et l'information donnée par quelques interlocutrices).
Hatun Q'ero (communauté)	Province de Paucartambo	La communauté de Hatun Q'ero fait partie de la « Nation Q'ero » ( <i>Nación Q'ero</i> ) <sup>116</sup> . Cette dernière se situe dans les provinces de Paucartambo et de Quispicanchis, à 110 kilomètres de la ville de Cuzco, sur le flanc oriental de la Cordillère Vilcanota » (Cometti 2015: 37). La Nation Q'ero se compose de cinq communautés : Hatun Q'ero, Q'ero Totorani, Marcachea, Quico et Japu (cette dernière étant localisée dans la province de Quispicanchi). Le territoire q'ero varie considérablement en altitude avec ses trois étages écologiques allant de la puna (3'800- 4'600 mètres) à la jungle (1'400-2'400 mètres) en direction de l'Amazonie. Les Q'eros habitent en effet de manière itinérante entre les glaciers (à 5'500 mètres d'altitude) et la forêt tropicale humide (Cometti 2015: 59). Aujourd'hui, plusieurs Q'eros habitent à la périphérie de la ville de Cusco. Remarque : Je cite Hatun Q'ero (voir quelques pages plus haut) juste à titre référentiel et informatif puisque, comme je l'ai annoncé, je me suis concentré sur les interactions avec des Q'eros en ville.

Note : je cite les données démographiques qui sont fournies par l'INEI ou d'autres sources.

Si la région cusquéenne (son côté andin<sup>117</sup>) constitue le centre géographique de mon terrain, l'étude des textiles andins m'a néanmoins amené à étendre celui-ci à une échelle plus large, nationale et même internationale. « Suivre les objets (*things*)<sup>118</sup> » (Marcus 1995), et plus largement, « suivre les acteurs eux-mêmes » (Latour 2006) qui sont concerné·e·s par l'activité textile et le tourisme<sup>119</sup>, et « suivre l'action » (Vinck et al. 2018), en particulier celle qui provient de l'interrelation humain-textile, était devenue, pour ainsi dire, ma devise méthodologique ; devise que j'ai mobilisée dans la mesure du possible, selon les opportunités offertes et les moyens que j'avais à ma disposition. Je me suis ainsi rendu physiquement dans d'autres lieux que je n'avais pas considérés initialement. Suivre des textiles andins, des acteur·e·s humains ou des actions les concernant m'a par exemple amené jusqu'à la prison (cf. chap. 2.3.2) en passant par divers événements comme les campagnes politiques (cf. chap. 3.3) ou ceux associés à la commercialisation textile.

<sup>116</sup> Selon Cometti (2015: 37), le terme « Nation » est « purement rhétorique puisque sur le plan juridique, les Q'eros sont des citoyens péruviens ». Il explique également la division de la Nation suivant le nombre cinq (le territoire q'ero est à vrai dire formé de huit communautés), suite à des conflits internes. Pour plus de détails sur ces conflits, l'histoire et l'organisation politique, cf. Cometti (2015: 37-47).

<sup>117</sup> Lorsque je parle de « région cusquéenne » dans la thèse je n'inclus pas la partie amazonienne (42% du territoire est amazonien) (cf. chap. 1.1.2).

<sup>118</sup> Marcus (1995) parle plus amplement de suivre les personnes, les objets, les lieux, etc. (pour plus de détails cf. Marcus 1995: 106-10). Concernant les choses (*the things*), l'auteur cite notamment les marchandises, les œuvres d'art (*work of arts*), cadeaux, etc. (cf. Marcus 1995: 106-7). Voir aussi Appadurai (2010a: 5) qui évoque le fait de « *follow the thing* » dans leurs significations, leurs usages, leurs trajectoires. Il qualifie cette posture de « *methodological fetishism* » lequel se concentre sur les objets eux-mêmes (*things themselves*) en évitant la « tendance à trop sociologiser les transactions relatives aux choses (*transation in things*) » (*ibid.*).

<sup>119</sup> Voir aussi la méthode nommée « *mobile tourism ethnographies* » qui consiste à suivre les touristes chez eux·elles (Haldrup et Larsen 2010: chap. 7), méthode que je n'ai pas appliquée dans ma recherche à proprement parler. À noter que par le terme d'« acteur·e », j'entends me limiter aux acteur·e·s humain·e·s (alors que Latour inclut des entités non humaines dans cette catégorie ; à ce sujet cf. Retissage final).

Au Pérou, il était surtout question de voyager dans des villes comme Lima, Arequipa et Puno. Des événements particuliers (*Peru Moda* à Lima, les carnivals de Puno, *Alpaca Fiesta* à Arequipa, etc.) m’y ont conduit. Durant mes vacances, d’autres lieux de l’Amazonie comme Iquitos ou Puerto Maldonado y ont été aussi intégrés, bien que dans une moindre mesure. Tous ces endroits – certains en dehors de la région andine – offraient à divers degrés des éléments de mon objet d’étude (cf. fig. 3).

**Figure 3: Mon terrain au Pérou**



Carte modifiée par l’auteur. Cercles en bleu : terrain au Pérou. Cercles en rouge : lieu mentionné dans la thèse où je n’ai pas fait du terrain. Source : [https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Peru\\_-\\_Regions\\_and\\_departments\\_%28labeled%29.svg](https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Peru_-_Regions_and_departments_%28labeled%29.svg) (consulté le 24.11.17).

Suivre ces objets m’a poussé à étendre progressivement mon terrain à une échelle internationale, pour des raisons académiques ou à l’occasion des vacances. L’école doctorale (CUSO<sup>120</sup>) organisée en juillet 2016 en Bolivie (La Paz, Sucre et Santa Cruz) a été une occasion privilégiée d’observer des textiles andins, auxquels se sont ajoutées d’autres pièces que j’ai vues et achetées lors des vacances en famille au Salar d’Uyuni. À vrai dire, ma recherche s’est nourrie de mes visites touristiques notamment au Chili, en Argentine et au Panama, au cours desquelles je retrouvais des textiles andins vendus dans les marchés touristiques. Par ailleurs, avant et après mon terrain à Cusco et au Pérou, mes voyages en France et surtout ma vie en Suisse, m’ont aussi rendu attentif au caractère multi-situé de mon objet d’étude, à des fins commerciales (par ex. les marchés de Noël), de promotion touristique ou encore vestimentaires ou utilitaires (par ex. des étuis des étudiants qui fréquentaient les bibliothèques lausannoises) (cf. la circulation des textiles andins en particulier dans le chap. 2 et le

<sup>120</sup> Conférence Universitaire de Suisse Occidentale.

chap. 5.1). J'ai pu ainsi cartographier l'inter-action entre humains et textiles andins dans des espaces, allant de la ville de Cusco et sa région à une échelle internationale, dans des espaces à la fois urbains et ruraux. Rappelons-nous que le terme inter-action renvoie à une action conjointe entre ces deux entités, humaines et textiles.

Bien que le noyau de mon terrain demeure le Pérou, en particulier la région de Cusco, je ne peux pas faire abstraction de ces autres « terrains périphériques ». Ils ont nourri ma réflexion sur mon objet d'étude et m'ont permis de produire des matériaux ethnographiques complémentaires à mon investigation au Pérou. Ma recherche de terrain est ainsi devenue progressivement « multi-située » (*multi-sited ethnography*), pour reprendre le terme forgé par Georges Marcus (1995), dans la démarche cartographique mentionnée plus haut. En théorie, j'aurais pu élargir davantage l'étendue de mon objet d'étude. La Chine, par exemple, était citée par certains interlocutrices·eurs en tant qu'un des pays fournisseurs de textiles andins d'origine industrielle. Je me suis limité aux possibilités des voyages dans les pays susmentionnés, bien que j'aie « suivi » quelques autres pièces commercialisées via Internet depuis les États-Unis et l'Europe. Le Web a en effet été un outil important pour « suivre virtuellement » ces textiles, y compris au Pérou. Il a aussi été question de suivre mes interlocutrices·eurs à distance en consultant leur profil Facebook ou en restant en contact avec elles·eux sur Whatsapp ou Messenger, de suivre leur vie, leur discours ou leurs récits (cf. Marcus 1995: 108-10).

Par conséquent, mon travail ne se cantonne pas à un seul terrain bien circonscrit, à une communauté andine en particulier, comme c'est le cas d'une vaste littérature sur les Andes (cf. les deuxième et troisième courants théoriques décrits plus haut). Mon étude tisse des liens entre ces différents sites, principalement dans la région cusquéenne, mais aussi avec des pays andins ou d'autres pays cités précédemment. Suivre les textiles andins, les acteur·e·s concernés et les actions auxquelles textiles et humains participent activement m'ont souvent amené à être confronté sur mon terrain à des situations où la vente des objets textiles était bien présente. Certes, la cartographie que je propose ne s'y limite pas, puisqu'elle englobe aussi des événements comme les campagnes politiques ou d'autres qui ne sont pas d'ordre commerciale (sans dire pour autant qu'elles ne sont pas « touristiques »). Toutefois, comme je l'ai dit précédemment, mes travaux académiques antérieurs, mon expérience professionnelle et les dynamiques du terrain m'ont conduit à suivre ces situations commerciales, et par là à suivre de près la trajectoire des textiles durant leur vie en tant que marchandise (Appadurai 2010a; Kopytoff 2010). Il en résulte une cartographie de l'inter-action humains-textiles fortement ancrée dans un cadre marchand, ce que l'on peut constater au fil des chapitres, notamment dans la deuxième partie.

Cette méthodologie multi-située a en outre des implications épistémologiques en ce qui concerne l'opposition local/global. Marcus (1995: 99) critique cette dichotomie (cf. aussi Latour 2006). Selon lui, le global est une « dimension émergente » dues aux connexions multi-situées localement. Le global est en effet relié à « des situations locales », cessant ainsi d'être « quelque chose de

monolithique ou externe à celles-ci » (*something monolithic or external to them [local situations]*) (Marcus 1995: 102)<sup>121</sup>. Cette approche correspond à ma perspective qui se fonde sur des exemples quotidiens concrets que l'on peut observer sur le(s) terrain(s), et non sur des structures surplombantes, comme le souligne l'« anthropologie à taille humaine » d'Alban Bensa (2010), à l'instar d'autres auteur·e·s (Voirol 2016; Das 2012, 2007; Bazin 2008; cf. aussi Céfaï (2010: 577) qui prône une « dimension incarnée, pratique et située dans les situations en train de se faire »).

### **Des méthodes « classiques »**

Ma recherche de terrain s'est appuyée principalement sur des outils ethnographiques « classiques », à savoir l'observation et l'entretien. Les deux se sont effectuées parfois en même temps, en tout cas toujours de manière complémentaire, afin de saisir les pratiques et le discours de mes interlocutrices·eurs.

### **Entretiens et conversations**

Au début de ma recherche j'avais envisagé de conduire des entretiens « semi-directif » qui offrent une grande liberté à mes interlocutrices·eurs tout en insistant sur certains points. Ce type d'entretien a été surtout présent au commencement de ma recherche, notamment auprès d'une quinzaine d'étrangères, touristes ou autres (entretiens en anglais, en français et en espagnol), et auprès d'une vingtaine de fonctionnaires travaillant dans des institutions nationales et régionales, membres de partis politiques et d'ONG. Seuls quelques entretiens ont été enregistrés et réécoutés par la suite ; pour la plupart, il s'agissait de notes prises lors d'interviews.

Cependant, ce modèle a progressivement pris la forme de « canevas » tel que décrit par Olivier de Sardan (2008: 59-60). À l'aide de quelques « pense-bêtes » mentaux, il m'a permis de mener des entretiens sous la forme de conversations, ce qui a favorisé un climat de confiance et d'« empathie », proche d'une interaction ordinaire. Ce cadre réduit en effet l'« artificialité » (*ibidem*) et permet d'en adapter les questions selon l'avancement de la recherche ou la pertinence des sujets abordés. De plus, cette méthode était adaptée à des situations d'enquête qui ne permettaient pas un enregistrement et où il était plutôt souhaitable de laisser la discussion suivre son cours. Une fois terminées, les conversations ont été retranscrites sur mon carnet de terrain ou directement sur mon ordinateur et parfois sur mon smartphone<sup>122</sup>.

Le modèle de la conversation a été largement mobilisé tout au long de ma recherche, auprès des touristes et des professionnel·le·s du tourisme, de la population cusquénienne (citadin·e·s et

---

<sup>121</sup> Si Marcus a entamé cette réflexion dans les années 1990 (réflexion que l'on retrouve déjà chez Marcus et Fischer 1986: 90-5), d'autres auteur·e·s suivent également cette voie (cf. Apparudai 1996; Latour 1991; cf. plus récemment Erickesen 2014; Candea 2007). À ce propos, voir le double mouvement « Localiser le global » et « Redistribuer le local » dans Latour (2006) (cf. aussi Latour (2007) la relation entre la structure et l'interaction). Il s'agit « d'identifier les circulations à double sens qui permettent à ces sites de se rendre importants pour d'autres sites » (Latour 2006: 320).

<sup>122</sup> À chaque fois que possible les retranscriptions ont été réalisées après la conversation, le cas échéant le soir même. Ce décalage de temps a une implication sur le recours au « *headnotes* » (cf. *infra*).

*comuneros*), des commerçant·e·s, des tisserand·e·s (et autres artistes et artisan·e·s), etc. J'ai pu ainsi m'entretenir de manière informelle avec plus de 300 personnes<sup>123</sup>, en ayant des conversations plus ou moins longues et approfondies selon les cas. Ce modèle s'est déployé dans divers lieux que je décris plus en détail ci-dessous en ce qui concerne la méthode d'observation.

### **Observation(-participante) : les différentes facettes de l'anthropologue**

L'observation a été une des méthodes ethnographiques les plus importantes dans ma recherche. Elle a très souvent complété les entretiens. Bien que ce ne soit pas toujours explicité dans les écrits méthodologiques, je distingue, comme Ives Delaporte (1993), deux types d'observation : l'observation directe et l'observation participante. Ces deux méthodes diffèrent selon le degré de participation et l'engagement de l'observatrice·eur au moment de l'observation. Karen O'reilly (2012) parle en termes de dialectique ou de continuum entre observation et participation (cf. aussi Tedlock 1991), ce qui d'après mon expérience n'est pas toujours facile à délimiter (où commence l'une, où finit l'autre ?).

En me déplaçant dans la région de Cusco, j'ai eu l'opportunité de voir les divers espaces de production, de vente et de médiatisation des textiles andins. Par « médiatisation », j'entends non seulement l'objet textile (matériellement parlant), mais également une référence à celui-ci (allusion à cet objet par d'autres moyens non textiles, par exemple la photographie ou la peinture).

De longues promenades à différentes époques de l'année m'ont rendu attentif aux dynamiques et aux déplacements spatio-temporels des textiles andins. Les espaces concernés étaient aussi bien « locaux » que « touristiques », pour reprendre la distinction faite par une grande partie de mes interlocutrices·eurs cusquéniens et étrangers. Cette démarche peut rappeler l'« observation flottante » qui « consiste à rester en toute circonstance vacant et disponible, à ne pas mobiliser l'attention sur un objet précis, mais à la laisser « flotter » afin que les informations pénètrent sans filtre, sans a priori, jusqu'à ce que des points de repères, des convergences, apparaissent et que l'on parvienne alors à découvrir des règles sous-jacentes » (Pétonnet 1982: 39)<sup>124</sup>. À ce type d'observation, effectuée par le simple fait d'observer et de (d)écrire dans mes notes ce que je voyais, s'ajoute l'observation participante.

En négociant avec mes interlocutrices·eurs, j'ai pu ainsi mobiliser et endosser différents rôles plus ou moins revendiqués ou attribués<sup>125</sup> : Cusquézien, touriste, guide, vendeur ou encore collaborateur d'un artiste textile, etc. Rôles qui n'étaient pas nécessairement exclusifs les uns des autres et qui s'entremêlaient avec mon travail de chercheur. J'étais anthropologue et Cusquézien, touriste, vendeur,

---

<sup>123</sup> Il s'agit d'une estimation, car il serait illusoire de donner un chiffre exact. Cette estimation est fondée sur la base du nombre de conversations que j'ai eues dans le cadre de l'exposition artistique « Hands of Sun » (cf. *infra*) : 150 conversations avec les visiteuses·eurs, dont 30 Cusquézien·ne·s. À quoi il faut ajouter, une centaine d'interactions « informelles » avec les personnes susmentionnées.

<sup>124</sup> Contrairement à cette auteure, je n'avais pas la prétention de saisir des règles sous-jacentes (suivant une approche plus phénoménologique, je parlerais plutôt en termes de dynamiques de terrain). Je me rapproche ainsi d'anthropologues comme Voirol (2016; 2013a et 2013b), Bensa (2010) et Bazin (2008).

<sup>125</sup> De nombreux auteur·e·s soulèvent la question des rôles dans la démarche anthropologique (Berliner 2013; Bazin 2008: 424; O'reilly 2012: 114; Bourdieu 1993 : 907).

guide, ... Ce travail m'a permis de mieux comprendre la valeur accordée (variable) aux textiles andins à partir de différents points de vue, en particulier celui de productrices·eurs, de commerçant·e·s, de touristes et de Cusquéniens·e·s.

### **Entre anthropologue-autochtone<sup>126</sup> et anthropologue-touriste**

Né à Cusco, résident du Chili pendant environ dix ans (de 8 à 18 ans) et habitant désormais en Suisse (2001-2019), ayant travaillé une année à Cusco dans le domaine de l'agro-écotourisme au *Parque de la Papa* (2012). Ces quelques lignes résument mon parcours de vie. Si je suis *cusqueño* d'origine, l'(auto-)identification n'est pas si aisée. Les Cusquéniens·e·s qui ne me connaissaient guère ne me considéraient pas au premier abord, comme leur compatriote. Mon accent, voire ma manière de m'habiller ou de me coiffer, font en effet de moi un étranger à leurs yeux. Certains·e·s pensaient que j'étais un touriste de Lima, d'autres me croyaient Chilien, Argentin, Mexicain ou Colombien, pour ne nommer que quelques qualificatifs émis à mon sujet (que ce soit à Cusco même ou ailleurs). Le fait de me considérer en quelque sorte Chilien (ayant vécu toute mon adolescence au Chili) et d'avoir passé plus d'un tiers de ma vie en Suisse rend difficile une traçabilité de mes origines.

C'est une situation que j'ai expérimentée phénoménologiquement dans mon quotidien. Et je suis loin d'être le seul, d'autres anthropologues s'étant elles·eux aussi assimilés aux touristes et qui éprouvent ou attestent ce genre d'amalgame (Voirol 2016: 42; Cometti 2014: 84-85; Simoni et McCabe 2008; Stronza 2001: 261; Ciarcia 2001; cf. aussi Errington et Gewert 2004: 196-7, 207; Crick 1985). Sur son terrain en Équateur, l'anthropologue suisse Jérémie Voirol (2016: 42-3) était par exemple qualifié aussi bien de *gringo*<sup>127</sup> que d'autochtone, en fonction de ses interlocutrices·eurs ou de la situation. Simoni et McCabe (2008) ne témoignent pas seulement de ce type d'assimilation mais réfléchissent aussi à sa portée et à ses limitations méthodologiques de celle-ci. Plus qu'une inconvenance, cette identification multiple s'est avérée être une stratégie méthodologique clé sur mon terrain, par la négociation constante des rôles que j'endossais vis-à-vis de mes interlocutrices·eurs, ce qui me permettait d'avoir un discours adapté au rôle assigné ou assumé.

De manière assez fréquente, dans des lieux hautement commerciaux et touristiques (par ex. les centres artisanaux, les marchés artisanaux ou les centres textiles), je me permettait de jouer « au touriste » avec une certaine facilité. C'était très facile lorsque j'étais accompagné par des étrangers·e·s. Le discours qui m'était adressé, parfois en anglais, était souvent celui d'un·e commerçant·e qui tentait de vendre quelque chose à un·e touriste (moi). Pour ce qui est des textiles, ce type de discours concernait les matériaux des pièces (en laine de mouton ou d'alpaga ou même en synthétique), le mode de production (manuel ou à l'aide de la machine), parfois des aspects techniques ou

---

<sup>126</sup> Pour O'reilly (2012: 98), tout·e anthropologue est « *outsider* » et « *insider* » à des degrés variables (cf. aussi Ghasarian, 2002b: 10; j'y reviendrai dans la section « Auto-ethnographie... »). Pour les questions d'anthropologie autochtone ou indigène, voir Melliti et Abdelhamid (2016), Melliti (2006) ou Tedlock (1991: 80).

<sup>127</sup> Voir aussi le qualificatif de « *gringo anthropologist* » ou « *tourist anthropologist* » utilisé par Garcia (2015).

symboliques (i.e. l'iconographie), ou des histoires associées aux objets, et bien évidemment le prix (en vantant son caractère bon marché). J'induisais parfois ce discours en posant également des questions sur la marchandise. Lors de ces interactions j'ai souvent acheté quelque chose non seulement pour jouer le rôle de touriste mais aussi pour remercier la·le commerçant·e pour le temps accordé ou encore par un véritable intérêt pour la pièce en question. La motivation pour l'achat était d'autant plus forte que l'objet avait une signification particulière à mes yeux (esthétique, technique, forme, histoire, etc.), ce qui renvoie à la question de la valeur accordée à ce type d'objets. Cette pratique deviendra progressivement une méthode en soi, à savoir la collection ethnographique des pièces textiles.

Le fait de côtoyer des touristes, qui font partie ou non de mes interlocutrices·eurs, rendait plus facile mon assimilation à ces personnes. Il m'est arrivé d'accompagner certain·e·s d'entre eux pour acheter des souvenirs ou des cadeaux dans les centres art-isanaux de la ville ou ailleurs (par ex. le Néerlandais Roel qui m'a proposé de faire ses courses au marché artisanal de Písaq). Dans d'autres cas, il s'agissait de les accompagner durant des visites de la ville, dans les musées, les restaurants ou les bars. Pour certain·e·s j'étais devenu une sorte de guide local, ce qui m'arrangeait bien car c'était l'occasion pour parler de leurs voyages et de leur séjour, et plus spécifiquement de leurs perceptions et ressentis en ce qui concerne les textiles andins. Certains étaient des ami·e·s ou des collègues de l'université qui par hasard passaient par le Pérou lors de mon séjour de terrain. Mais j'avais aussi motivé la visite d'un groupe de huit ami·e·s européens<sup>128</sup> avec qui j'ai voyagé à Lima, en Amazonie (Puerto Maldonado) et dans la région cusquéenne (ville de Cusco, *Parque de la Papa*, Vallée sacrée, Machu Picchu). Si au départ le but était de faire une pause dans ma recherche, cette visite s'est avérée au contraire une « bonne excuse » pour poursuivre mes recherches en expérimentant par moi-même le tourisme de l'intérieur et à travers mes ami·e·s. J'ai pu d'ailleurs réaliser des entretiens écrits avec elles·eux avant et après leur voyage sur la façon dont ils se représentaient le Pérou, sur leur imaginaire et leur savoir concernant ce pays, ou encore sur leur ressenti une fois sur place. La visite d'autres connaissances (péruvien·ne·s et étrangèr·e·s invités par ma famille) m'a permis de reproduire ce type de dynamiques, de manière plus ponctuelle. La fréquentation des cafés, bars ou discothèques de la ville a aussi été une occasion propice pour rencontrer d'autres touristes ou guides (ces derniers me rapportaient leur expérience auprès des touristes et le discours de ces dernièr·e·s).

J'ai pu d'ailleurs reprendre ce type de conversation à mon retour en Europe en côtoyant de nombreuses personnes qui étaient allées au Pérou. Le fait de voyager à l'étranger, de vivre phénoménologiquement le tourisme m'a en outre permis d'interroger des dynamiques propres à mon terrain.

---

<sup>128</sup> Un couple italien (Eli et Albi), un couple français (Timo et Juliette), un Espagnol (Xexu), un Italien (Antonio), une Suissesse (Clara) et une Française (Manon). À vrai dire, cette dernière était la colocataire de Clara, devenue ensuite une amie. Je fais abstraction d'un couple espagnol (ami·e·s de Xexu) qui n'est resté avec nous qu'en Amazonie. Le voyage a eu lieu du 18 mai au 02 juin 2014.

### **L'anthropologue tour-opérateur et guide**

Outre cette assimilation au touriste, j'étais parfois perçu également comme guide, d'autant que je m'entourais d'étranger·e·s et leur parlais dans leur langue (ou en anglais). J'ai ainsi bénéficié, dans une certaine mesure, du discours tenu à ces professionnel·le·s du tourisme, notamment au sujet des commissions et d'autres avantages que ces personnes en tirent.

À une occasion j'ai endossé à proprement parler le rôle de guide, durant deux jours, lors d'un voyage auquel participaient huit touristes français·e·s (cf. chap. 5). Engagé par un ami français qui organise des voyages au Pérou, ma tâche consistait surtout à renseigner les touristes sur l'activité textile, et à aider l'autre guide Cusquénien pour la traduction en français. Cette expérience m'a d'ailleurs conforté dans l'idée d'intégrer le village de Chinchero dans mon étude de terrain, et plus spécifiquement les « démonstrations textiles » (*demonstraciones textiles*), sur lesquelles je reviendrai au cours du sixième chapitre et qui ont toute une valeur pour les tisserandes *comuneras* en particulier.

Si cette étude se base principalement sur mon investigation qui a débuté en 2014, je mobilise également mon expérience professionnelle préalable souvent en lien avec la thématique textile et touristique. Comme je l'ai dit plus haut, j'ai été responsable du programme d'agro-écotourisme du *Parque de la Papa* durant une année (2012). Revenir sur cette expérience m'a en effet permis de compléter mes matériaux ethnographiques et leur donner une certaine profondeur diachronique, au même titre que mes travaux précédents (Terry 2011; 2009). Ces derniers analysent d'ailleurs le phénomène touristique et l'activité textile dans le district de Písaq où se trouve le *Parque*.

### **L'anthropologue-commerçant**

J'ai également assumé un rôle en tant que vendeur dans deux magasins, chaque fois dans un centre artisanal différent, mais appartenant à la famille Pine. Il s'agit d'abord du *Centro Artesanal Cusco* où, grâce à un étudiant en anthropologie de l'UNSAAC, j'ai pu prendre contact avec Fernando, producteur et commerçant (marchandise propre et revente). Fernando fabriquait une série de produits, surtout des chaussures et des sacs à main en cuir et avec des applications textiles (je reviendrai sur ce type d'objets dans le deuxième chapitre). J'ai travaillé seul à ce poste à temps partiel, à raison de trois jours par semaine, pendant trois semaines (au mois d'avril), le matin ou l'après-midi et le soir, pour remplacer une vendeuse qui venait de quitter ce travail.

C'est Fernando lui-même qui m'a ensuite mis en contact avec sa sœur Irene pour l'aider à la vente dans son magasin situé dans le *Centro Artesanal IntiKilla*, à 250 mètres environ de la *Plaza de Armas*. J'y ai travaillé pendant deux semaines (au mois de mai) avec elle ou tout seul, souvent les après-midis jusqu'à l'heure de fermeture (vers 21h00). Le travail dans les deux magasins était plus ou moins le même, à la différence près qu'Irene avait un plus grand espace (et donc plus d'objets) et que la fréquentation de la clientèle était beaucoup plus importante (même aux heures creuses). J'assistais Irene notamment auprès de la clientèle étrangère qui ne maîtrisait pas l'espagnol (souvent des Anglais·e·s ou des Français·e·s). Mes compétences linguistiques avaient d'ailleurs justifié ma place

chez Irene car elle avait moins besoin de moi que son frère, d'autant plus qu'elle ne s'occupait que de la vente alors que Fernando combinait vente et production pour lui, sa sœur, deux autres frères aînés et d'autres collègues. Cette expérience m'a ainsi permis d'avoir une connaissance plus précise du discours des client·e·s – des touristes pour la plupart –, sur leurs appréciations des objets recherchés (l'esthétique, le prix, la qualité, etc.) ou sur leurs pratiques de marchandage. En ce qui concerne la vente, j'ai appris beaucoup des choses sur la marge de manœuvre face au marchandage et sur les logiques d'achat-revente chez les commerçant·e·s. J'ai pu mieux comprendre la valeur accordée aux textiles andins des deux côtés.

Plus tard, du 11 août au 4 septembre 2014, j'ai collaboré avec l'association tisserande *Inkakunaq Ruwaynin* dans son magasin situé en ville, dans l'hôtel *Casa Campesina* de l'ONG *Centro Bartolomé de las Casas* (CBC). La vente des textiles élaborés par des *comuneras* s'effectuait dans le cadre du commerce équitable (cf. chap. 7.2.3), et ma tâche consistait à fournir aux client·e·s des informations complémentaires sur les textiles. J'avais négocié cette place avec le CBC grâce à mes connaissances ethnographiques et linguistiques, utiles pour fournir aux client·e·s des informations sur l'activité textile en différentes langues, pendant que Norma, la vendeuse, s'occupait plutôt de la vente. Je me suis également engagé à formuler un rapport sur le travail de cette association en indiquant les points forts et les difficultés, suite à mon expérience de travail dans ce magasin. Je pouvais en contrepartie effectuer mes observations et m'entretenir avec la clientèle. Cette troisième expérience m'a fortement sensibilisé sur les valeurs que les textiles peuvent endosser, par exemple celles associées au travail manuel ou au soutien économique des populations autochtones. Mon étude auprès d' *Inkakunaq Ruwaynin* m'a permis de rendre compte des dynamiques commerciales qui ont des points communs et des différences par rapport à la commercialisation dans les centres art-isanaux (cf. chap. 7). En dehors des interactions avec les client·e·s ou avec la vendeuse, j'ai pu également parler avec les membres de l'association, en particulier avec la tisserande chargée d'exposer l'activité textile aux client·e·s en utilisant le métier à tisser<sup>129</sup>. J'ai pu en outre être présent à une des réunions mensuelles où les membres d' *Inkakunaq Ruwaynin* faisaient l'inventaire des tissus et discutaient des problèmes au sein de l'association et du magasin. J'ai pris ainsi connaissance de leurs préoccupations, surtout d'ordre économique, en particulier sur la manière d'augmenter les ventes en s'adaptant à la demande. C'était aussi pour moi l'occasion de découvrir les modalités de production, des objets tels que les sacs à main, les porte-monnaies ou les bonnets miniatures. Cela m'a permis de mûrir la réflexion sur la diversité des textiles et la circulation des objets (cf. chap. 2) et la variété des acteur·e·s concernés par l'activité textile, souvent en lien avec le tourisme. Voir sur mon terrain les dynamiques entre ces acteur·e·s interconnectés dans un espace-temps précis m'a aussi poussé à privilégier l'idée de réseaux qui se font et refont (et défont) autour de l'activité textile.

---

<sup>129</sup> Toutes les semaines une *comunera* remplissait cette tâche à tour de rôle.

### **L'anthropologue-promoteur de l'art textile**

Cartographier l'inter-action entre humains et textiles andins m'a amené à m'intéresser aux tapisseries contemporaines et à collaborer de près avec Máximo Laura, de mai à décembre 2014. Né en 1959 à Ayacucho, cet artiste textile<sup>130</sup> de renommée nationale et internationale m'a ouvert les portes (au sens littéral et métaphorique) du *Museo Máximo Laura*. Il s'agit d'un musée-galerie situé dans le quartier de San Blas à Cusco (en juillet 2017 déplacé à 100 mètres de la *Plaza de Armas*). J'ai pu y mener des observations et des entretiens auprès des visiteuses·eurs, pour la plupart des touristes<sup>131</sup>. J'ai pu entendre leur perception du travail de l'artiste et plus largement des textiles andins (éléments esthétiques, iconographiques, mémoire collective liée aux Incas ou d'ordre familial, etc.).

En contrepartie Laura m'a demandé de renforcer le travail d'explications sur son œuvre auprès des visiteuses·eurs non seulement dans le musée, mais aussi lors de l'exposition « Hands of the Sun » qui a eu lieu au *Museo Inka* (juin-juillet) et au *Museo Machu Picchu* (août). J'ai consacré quelques journées à l'accueil des visiteuses·eurs et à les renseigner sur l'artiste et sur son œuvre (processus de fabrication, matériaux utilisés, interprétation iconographique, etc.). Ce travail m'a permis d'ailleurs de m'entretenir de manière plus ou moins approfondie et informelle sur les textiles andins avec les visiteuses·eurs (Cusquénien·ne·s, touristes péruvien·ne·s et étrangèr·e·s et guides). Avant mon départ en Suisse en janvier 2015, j'ai également participé aux tâches administratives pour pouvoir exposer les tapisseries de Laura dans le temple *Qoriqancha* (espace d'exposition temporaire pour des artistes contemporains) et au *Museo de Arte Contemporáneo*. Ces deux expositions ont eu lieu en 2015 et 2016 (j'ai pu assister à cette dernière en août 2016).

Le fait d'intégrer l'œuvre de Laura dans mon travail m'a permis de (re)construire mon objet d'étude (cf. chap. 2.2.2). Cela m'a aussi permis de mener une réflexion autour du débat entre art et artisanat (cf. « art-isanat » plus haut). L'étude du processus de fabrication des tapisseries m'a rendu sensible au caractère dynamique et collectif de cette production (par rapport à la tapisserie « classique »<sup>132</sup>), dynamisme qui caractérise plus largement l'ensemble des objets textiles andins. J'ai pu également constater les rapports hiérarchiques que sous-tend cette production. Si je ne traite pas cette question dans le cas de la tapisserie de Laura, j'aborde la question à partir de l'exemple des tisserandes de Chinchero (cf. chap. 6). Ce type de rapports caractérisent non seulement la production mais aussi la commercialisation des textiles andins.

---

<sup>130</sup> J'emploie le terme que Laura utilise pour s'auto-identifier. À ce propos, le fait de travailler avec l'artiste m'a amené à aborder frontalement la question de l'art auprès du public, alors que je tiens habituellement un discours plus nuancé, moins catégorique. Pour la discussion entre artisanat et art, voir ci-dessus.

<sup>131</sup> Ce musée m'a été indiqué par l'office du tourisme de PromPerú. Le musée-galerie figure désormais sur plusieurs cartes touristiques de la ville, dans des guides de voyage et sur Internet (par ex. *Trip Advisor*).

<sup>132</sup> Máximo Laura est issu d'une famille tisserande. Je qualifie de « classique » la production de son père se caractérise par des motifs plus carrés et sans relief, contrairement à ce que j'ai observé chez d'autres artistes comme Máximo.

### **Et l'anthropologue au village ?**

Il peut sembler étranger de n'avoir pas mentionné dans cette liste ma place de chercheur au village ou dans une des communautés andines. Si ce modèle malinowskien est encore d'actualité dans la discipline, à vrai dire je ne l'applique pas. Certes, j'ai fait du terrain dans les villages susmentionnés, mais seulement de manière partielle. Les lignes précédentes montrent en effet que ma recherche a cartographié l'inter-action humains-textiles en dehors des villages, dans un cadre marchand associé au phénomène touristique. En ce sens, s'il y a une ethnographie dans les villages ou communautés, elle concerne surtout les actions marchandes auxquelles participent les *comuneros*. Mon observation(-participante) et mes entretiens ont ainsi été modelés par ce cadre, à savoir la production et la commercialisation des textiles andins ainsi que les relations marchandes entre *comuneros* et touristes.

Je ne revendique donc pas une ethnographie « classique », d'immersion approfondie dans un ou plusieurs villages. Ma recherche doit être comprise dans une tendance de la discipline à se tourner vers d'autres horizons, tendance promue par exemple par l'ethnographie multi-située. Mon étude s'inscrit ainsi dans d'autres travaux sur l'anthropologie urbaine et sur le tourisme qui invitent à sortir du cadre « classique » de la recherche consacrée aux villages pour intégrer aussi la ville et plus largement le monde extérieur. Mon étude invite en outre à s'intéresser non seulement aux villageois·e·s, mais également à des acteur·e·s comme les touristes (cf. Simoni 2016; Bruner 2005; Stronza 2001), et ce d'autant plus que la production artisanale leur est destinée (cf. Graburn 1976), dans une vie sociale des objets marquée par des trajectoires marchandes (cf. Appadurai 2010b).

Ma recherche n'est pas non plus « classique » dans la mesure où elle mobilise des outils méthodologiques qui accompagnent les entretiens et l'observation(-participante).

### **Souplesse méthodologique, headnotes et phénoménologie**

Des auteur·e·s comme Daniel Céfai (2003) ou Karen O'reilly (2012) insistent sur la diversité des méthodes à disposition dans les sciences sociales. J'ai en effet progressivement mobilisé d'autres méthodes que celles que je viens de citer. La méthode de collecte d'objets ethnographiques<sup>133</sup> tels que ma *lliqlla* q'ero a été une des plus importantes par exemple et je l'ai souvent utilisés comme support afin d'enrichir la description, la raffiner ou encore comme « preuve » de la diversité matérielle que j'ai tenté de documenter (cf. notamment le chap. 2.2).

J'ai procédé par ailleurs à la collecte de documents ou de matériaux divers (des rapports, flyers, cartes postales, etc.). Ces matériaux médiatisaient souvent l'objet textile ou faisaient référence à des thématiques connexes à mon étude (par ex. la publicité touristique). Les photographies prises sur le terrain et, dans une moindre mesure, des vidéos, m'ont permis de (re)produire des matériaux ethnographiques visuels qui s'ajoutent à la collection des objets et d'autres matériaux susmentionnés.

---

<sup>133</sup> Cette idée de collection m'est venue au fil de la recherche, notamment en raison de l'accumulation des objets que j'ai souvent achetés en guise de remerciements (plutôt implicite) à mes interlocutrices·eurs (i.e. tisserand·e·s et/ou commerçant·e·s).

Je me suis également appuyé sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) qui m'ont surtout aidé à suivre certains interlocutrices-eurs ou des textiles. L'intérêt d'explicitier l'utilisation de ces outils de terrain n'est pas seulement méthodologique, mais permet également de souligner les rôles que les NTIC jouent dans les enquêtes de terrain contemporaines.

J'ai opté pour une certaine souplesse méthodologique en essayant d'éviter tout « préjugé dogmatique » (Céfaï 2003: 515). Dans cette perspective, j'ai fait usage de souvenirs, comme l'évoquent certains auteur·e·s (O'reilly 2012; Delaporte 1993). La « *sensory ethnography* » de Pink (2009: 99) ou l'« *embodied activity* » ou la « *sensory field* » d'O'reilly (2012: 99) font écho à ces expériences gardées corporellement (cf. aussi la dimension émotionnelle de la recherche chez Bellier (2002: 49) et le dialogue non verbal chez Losonczy (2002: 95-97)). Dans l'écriture de cette thèse, j'emploie plus particulièrement ce que Femenías (2005: 29) appelle des « *headnotes* ». Celles-ci sont associées aux souvenirs du terrain qui n'ont pas été enregistrés textuellement, contrairement aux « *fieldnotes* ». C'est par exemple à partir de la valeur particulière de ma *lliqla* q'ero – les souvenirs qu'elle m'évoque –, que j'ai été en mesure de produire, au moins en partie, le récit de l'introduction. Mais, il est aussi question, dans une moindre mesure, des souvenirs de ma vie à Cusco, en particulier de mon enfance ou des moments que j'y ai vécu.

Le recours à ces *headnotes* ou souvenirs a des implications méthodologiques pour mon travail, à savoir l'adoption d'une approche phénoménologique. Dans la *Phénoménologie de la perception*, Merleau-Ponty (1945: 7) définit celle-ci comme « l'étude des perceptions et de la conscience visant à une description directe de notre expérience telle qu'elle est ». Sa phénoménologie insiste sur l'expérience sensible du corps où « tout ce que je sais du monde, même par science, je le sais à partir d'une vue mienne » (Merleau-Ponty 1945: 8). Cette approche phénoménologique accompagne les méthodes classiques en anthropologie, et va de pair avec une auto-ethnographie que j'ai mobilisée dans une certaine mesure. Ce constat soutient en outre ma posture qui consiste à considérer l'expérience de terrain comme une expérience incorporée (*embodied* en anglais), bien que le sens privilégié dans ma recherche reste la vue (l'observation directe et participante) et l'écoute (traduites sous forme de prise de notes).

### **Auto-ethnographie : ethnographier son intimité**

Ma sensibilité phénoménologique me rapproche d'une ethnographie personnelle, d'une auto-ethnographie, définie comme « une méthode qui permet aux ethnographes d'utiliser leur propre expérience comme une route à travers laquelle produire de la connaissance académique » (Pink 2009: 64)<sup>134</sup>, une méthode de recherche mais aussi forme d'écriture (« *research practice* » et « *writing*

---

<sup>134</sup> Je privilégie cette définition car il est difficile de donner une définition précise (Ellis et Bochner 2013: 134), pouvant avoir des significations multiples (Reed-Danahay 2013: 6). La forme, la définition et les approches qu'adopte l'auto-ethnographie sont variées, par exemple entre l'auto-ethnographie « évocatrice » (*evocative*) ou

*approach* » selon Sikes 2013b: xxiv; Ellis et Bochner 2013 [2000]; Reed-Danahay 2013 [1997]), à la fois « processus et produit » (Ellis et al. 2013 [2010]: 247). Elle se trouve à cheval entre une ethnographie et une approche auto-biographique, dont l'ethnologue peut tirer profit du fait de son statut d'*insider* pour parler du groupe social auquel elle·il appartient (Ellis et Bochner 2013; Hayano 2013 [1979]) ou dont elle·il détient une connaissance riche grâce à son immersion profonde sur le terrain (Ellis et Bochner 2013; Reed-Danahay 2013). Si l'on suit Brougère (2014: 157), « toute ethnographie serait [en fait] une auto-ethnographie qui s'ignore », bien que pour Ellis et Bochner (2013: 138 ; cf. aussi Ellingson et Ellis 2008), cela dépendra de la revendication faite par l'auteur·e. Quoi qu'il en soit, la pratique de l'ethnologue se trouve dans le continuum auto-ethnographie/ethnographie, *insider/outsider* (Reed-Danahay 2013: 31). En ce sens, loin de mettre en question les méthodes ethnographiques classiques, l'auto-ethnographie complète bien celles-ci (Vionnet 2018; Ellis et Bochner 2013; Pink 2009). Pour Anderson (2013 [2006]: 83, 86), elle est d'ailleurs un « sub-genre de l'ethnologie analytique » et permet en ce sens de retisser des liens avec la « tradition analytique » au sein de la discipline. Elle contribue en effet au « raffinement (*spiraling refinement*), élaboration, extension et révision de la compréhension théorique » (Anderson 2013: 83).

Depuis la « crise des représentations » en anthropologie, qui date de la moitié des années 1980, et les tournants sensoriel (Pink 2009; Howes 2003), auto-biographique (Stanley 2013 [1993]; Popkewitz, 2013 [1988]) et narratif (Bochner 2013 [2001]; Mykhalovskiy 2013 [1996]; Tedlock 1991) qui ont accompagné et poursuivi cette période<sup>135</sup>, l'auto-ethnographie occupe une place de plus en plus reconnue dans la discipline, et plus largement en sciences humaines et sociales (Sikes 2013b: xxiv; Anderson 2013: 69; Ellis et Bochner 2013), elle est désormais utilisée par exemple dans les études sur le tourisme (par ex. Brougère 2014 ; Morgan et Pritchard 2005)<sup>136</sup> et mobilisée sous forme de blog sur Internet et sur les réseaux sociaux (Sikes 2013b: xxviii). Cette reconnaissance ne lui évite pas pour autant les critiques : elle est souvent qualifiée de narcissique, introspective, auto-indulgente (*self-indulgent*) (Coffey 1999; Atkinson 1997), voire taxée de manque de scientificité car en dehors des

---

« émotionnelle » (Ellis et al. 2013; Ellis et Bochner 2013) et l'auto-ethnographie « analytique » (Anderson 2013). Voir Sikes (2013b) qui fournit une liste complète des différentes approches et appellations proches de l'auto-ethnographie, et des domaines où cette approche est appliquée. La compilation en quatre volumes de différents travaux parus depuis les années 1970 dont il est l'éditeur (Sikes 2013a) témoigne d'ailleurs de cette diversité.

<sup>135</sup> Ces auteur·e·s sont cités à titre référentiel et peuvent se retrouver en intersection de ces tournants. Beaucoup d'autres insistent sur ces mouvements intellectuels critiques en anthropologie et dans les sciences sociales en général (Sikes 2013b; Anderson 2013; Ellis et Bochner 2013; Holt 2003; Clifford et Marcus 1986). Le terme « auto-ethnographie » remonte aux travaux de Karl Heider (1975) et de David Hayano (1978) (Sikes 2013b: xxix-xxx), bien que Pratt (1992) voit déjà chez le chroniqueur métis (espagnol-inca) Guaman Poma de Ayala une écriture auto-ethnographique (Buzard 2013 [2003]: 281-3). L'auto-ethnographie s'est en tout cas développée depuis les années 1980. Pour plus de détails sur l'histoire de l'auto-ethnographie et de ses racines remontant notamment aux travaux anthropologiques du début du XX<sup>ème</sup>, cf. Sikes (2013b: xxiv-xxv). Pour une liste de sociologues et d'anthropologues qui ont développé cette approche auto-ethnographique au fil des années 1990, cf. aussi Lancaster (2011: 47).

<sup>136</sup> Selon Brougère (2014: 153), l'auto-ethnographie a rarement été utilisée dans les études sur le tourisme. Cependant, des travaux comme celui de Simoni et McCabe (2008), sans se proclamer auto-ethnographiques, mobilisent cette approche tant dans la méthode que dans l'écriture.

canons académiques dominants (Delamont 2013 [2007]; Walford 2013 [2004]; Atkinson 1997), malgré ses apports épistémologiques et méthodologiques<sup>137</sup>. Même auprès de certains défenseur·e·s de cette approche, elle fait l'objet de débats, par exemple entre l'auto-ethnographie plus évocatrice d'Ellis et Bochner (2013) – qui, par différents moyens d'écriture, cherche à s'approcher des lectrices·eurs pour partager des expériences inter-personnelles, sans nécessairement aspirer à un niveau théorique – et l'auto-ethnographie plus analytique d'Anderson (2013), beaucoup plus soucieuse de garder une visée théorique.

Qu'elle soit analytique ou évocatrice, l'auto-ethnographie promeut la réflexivité des chercheuses·eurs de façon plus explicite que l'« ethnographie traditionnelle » (Anderson 2013: 77). L'auto-ethnographie accompagne en outre la mise en question de l'idée d'objectivité scientifique, et corollairement, la mise en valeur de la « subjectivité sensorielle » de l'ethnographe, dont l'objectivation passe par sa réflexivité analytique (Pink 2009). Loin de s'arrêter à une expérience personnelle, l'auto-ethnographie « rend compte du monde social de l'auteur » (Lancaster 2011: 46), des intersubjectivités (Pink 2009), de la compréhension théorique du phénomène social (Essén et Winterstorm 2012: 402-4), de « l'intersection entre l'histoire, la structure sociale et la biographie » (Popkewitz 2013)<sup>138</sup>.

Telle que définie précédemment, l'auto-ethnographie a été une méthodologie et une forme d'écriture importantes dans mon travail. Si ce dernier n'est pas totalement auto-ethnographique, il l'est à un certain degré. D'une part, mon vécu *comme* Cusquénien *avec* mon entourage (famille, ami·e·s, etc.) et *avec* d'autres Cusquénien·ne·s m'ont permis d'éclairer les dynamiques de mon terrain. En tant que Cusquénien, je me suis en effet senti interpellé s'agissant d'éléments évoqués par mes

---

<sup>137</sup> Concernant les apports, limites et critiques de l'approche auto-ethnographique, cf. Méndez (2013) qui confronte une série d'arguments mobilisés par différentes auteur·e·s. Delamont (2013) se montre particulièrement critique quant à cette approche et la considère comme non scientifique (*intellectual lazy*), non éthique, et non analytique, contrairement aux défenseur·e·s de l'auto-ethnographie analytique (par ex. Anderson 2013). Pour une critique de la notion d'auto-indulgence (*self-indulgence*) souvent adressée à l'auto-ethnographie, cf. Sparkes (2013 [2002]) et Mykhalovskiy (2013). Pour une réponse aux arguments contre l'approche auto-ethnographique, cf. notamment Ellis et Bochner (2013). Ces dernières situent cette approche entre art ou littérature et science, et invitent à une articulation entre ces domaines mis souvent en opposition (cf. aussi Richardson 2000). Des travaux plus contemporains, par exemple celui d'Ingold (2011) promeuvent eux aussi ce type d'articulation. Les questions éthiques sont au cœur du débat, notamment s'agissant des personnes concernées par l'auto-ethnographie (famille, ami·e·s, collègues, etc.). Sur ces questions, cf. Méndez (2013: 282-3), Sikes (2013b: xxxviii). Pour Sparkes (2013: 189), ce type de débats est une invitation à approfondir les connaissances en la matière.

<sup>138</sup> Les défenseur·e·s de cette approche mettent en avant l'imbrication entre individu et collectif, exprimée en termes : de réseaux (*social network*, Stanley 2013: 76) – auxquels nous sommes attachés – et d'articulation entre « micro-environnements » et « macro-environnements » (Merton 1988; cité in Stanley 2013: 69), entre « expérience individuelle » et « expérience sociale » (Mykhalovskiy 1996; cité in Sparkes 2013: 182), ou plus largement, dans une approche (relativement culturaliste), où l'individu est un « membre culturel » (par ex. Ellis et al. 2013). Les dérives d'une telle approche sont argumentées en particulier par Buzard (2013) qui souligne la difficulté de distinguer aisément un·e *insider* d'un·e *outsider* (entendu·e comme ce membre culturel d'Ellis et al. 2013), tout en avouant la difficulté de se débarrasser de la notion de culture (p. 292, 298). Mon propre parcours de vie entre le Pérou et la Suisse, en passant par le Chili, met à l'épreuve cette distinction *insider/outsider* dans laquelle je ne me reconnais que partiellement. Quel que soit le terme ou la relation employé(e) pour relier l'individu à une entité plus collective (étant donné son incapacité d'« isolement total »), pour ces auteur·e·s, « écrire sur nous-mêmes implique les autres » (Sikes 2013b: xxxvii).

interlocutrices·eurs, à partir desquels j'ai pu ajouter d'autres éléments personnels qui ont émergé du terrain. Le recours à cette auto-ethnographie s'est parfois effectué de manière rétrospective en mobilisant mon expérience passée (cf. à ce propos Ellis et Bochner 2013), par exemple lors de mon travail au *Parque de la Papa* et, dans une moindre mesure, dans mon enfance. D'autre part, j'ai pu délivrer mon expérience en tant que touriste (assumé ou attribué par autrui) et, par là, partager des situations évoquées, expérimentées par mes interlocutrices·eurs. Leur expérience parlait aussi de la mienne, je pouvais les comparer et les confronter. Plus globalement, ma vie en Europe, particulièrement en Suisse, m'a servi pour prolonger hors du Pérou l'expérience (auto-)ethnographique, ce qui s'est révélé très utile pour interroger la place des objets textiles à l'étranger et la relation intime que nous pouvons entretenir avec eux dans nos quotidiens, à la maison, à l'université, dans les magasins, dans les rues, etc.

Dans cet exercice, mon approche phénoménologique allie la méthode auto-ethnographique à une méthode plus classique, elle permet d'explorer le soi, et à partir de cette exploration de comparer mon expérience à celles des autres (et vice-versa). J'ai parlé précédemment des *headnotes* ou souvenirs que j'ai pu mobiliser dans ce type d'exploration phénoménologique et qui m'ont permis d'interroger des phénomènes qui dépassent mon être et me connectent à ce que d'autres (ami·e·s, collègues, interlocutrices·eurs) vivent aussi personnellement. C'est en ce sens que mon travail s'ancre dans une expérience qui se situe dans le continuum auto-ethnographique/ethnographique évoqué plus haut.

La restitution écrite de mon étude rend explicite dans divers passages cette auto-ethnographie, parfois sous forme de récit comme celui par lequel j'ai commencé mon manuscrit. Ce récit en particulier montre le travail de mise en forme visant à rendre évocateur ce que l'auteur·e veut transmettre aux lectrices·eurs, avec un certain degré de fiction plus ou moins prononcé dans ce but (Ellis et Bochner 2013). Dans ces récits, et plus largement dans les lignes que j'ai écrites, je me trouve parfois sur le devant la scène dans un rôle de protagoniste, et parfois plutôt en retrait en parlant des autres et en concentrant mon regard sur l'action de mes interlocutrices·eurs. Mon texte articule par conséquent à divers degrés ce mouvement (auto-)ethnographique, tantôt comme observateur ou observateur-participant (avec les différents rôles assumés évoqués plus haut), tantôt comme « observateur observé ». Puisque, comme le souligne Sikes (2013b: xxiv), l'auto-ethnographie peut varier considérablement d'un·e auteur·e à un·e autre en fonction du focus adopté, des objectifs de la recherche, de la forme, etc. Dans mon cas, j'ai mobilisée cette auto-ethnographie dans un exercice d'écriture qui rapproche la personne qui me lit de l'expérience que j'ai vécue, en référence à l'idée de faire vivre cette expérience par l'écriture, telle que décrite dans l'auto-ethnographie évocatrice d'Ellis et Bochner (2013).

Écrire de la sorte évite que le « je » ne disparaisse, et permet qu'il se retrouve explicité dans le texte parmi les autres acteur·e·s évoqués. Écrire de la sorte permet d'être observé de manière interne, de passer de l'« observation participante à la participation de l'observation » (Tedlock 1991), de me questionner sur ma place dans les dynamiques de terrain, au sein des mouvements et des

positionnements à partir desquels je (m')observe. Cela promeut une posture réflexive que je vais aborder dans ce qui suit. Comme je le montrerai, écrire tout simplement invite déjà à adopter un regard réflexif sur le rôle d'auteur·e, sur notre *autorité*<sup>139</sup> scientifique.

### **Réflexivité face aux méthodes et au terrain**

Ma thèse entremêle ainsi des matériaux (auto-)ethnographiques de différentes sortes que j'ai tissés à l'aide de méthodes variées et à divers moments de ma recherche et de mon parcours de vie, en tant que *cusqueño* mais aussi en tant que travailleur, chercheur, touriste ou étranger. C'est d'ailleurs ce type d'alternance ou d'enchevêtrement identitaire qui m'a rendu sensible à la perméabilité local-touristique, tout comme des réflexions sur ma vie quotidienne et celle de mon entourage, principalement au Pérou et en Suisse.

Toujours du point de vue réflexif<sup>140</sup>, les exemples cités illustrent un travail de terrain qui ne me permet pas de m'abstraire des dynamiques observées. L'accès à ce terrain m'a en effet conduit à adopter certains compromis et à m'inscrire dans de multiples réseaux (cf. plus haut) qui ont configuré les dynamiques de mon terrain. J'ai participé à l'achat, à la vente et à la promotion de l'art-isanat textile (et aussi en parlant de mon travail à autrui). Bien qu'elle ne se soit pas toujours concrétisée comme mes interlocutrices·eurs l'auraient souhaité, ma présence n'était pas dépourvue d'intérêt économique pour ces personnes. C'est ce que je conclus par exemple après mon expérience avec des tisserandes de la communauté d'Umasbamba où j'étais perçu comme un possible contact pour développer le tourisme dans leur communauté (cf. chap. 2.3.2). Dans une certaine mesure, j'ai également contribué aux dynamiques touristiques, si je prends l'exemple des huit ami·e·s européens que j'ai motivés à venir au Pérou pour me rendre visite.

En outre, j'adopte une approche réflexive concernant les matériaux ethnographiques que j'ai fabriqués avec mes interlocutrices·eurs. En ce sens, je me dois d'explicitier l'asymétrie entre moi et mes interlocutrices causée par les différences de langue (espagnol vs quechua) et de genre (homme vs femme). Si j'ai mobilisé mes capacités linguistiques (en espagnol, français, anglais et italien, selon un ordre estimé d'utilisation), le quechua était sous-représenté. Certes, j'ai parlé cette langue autochtone en particulier avec les *comuneras*, plusieurs ne parlant guère l'espagnol. Néanmoins, il s'agissait de conversations ponctuelles, portant principalement sur les textiles. Je n'étais pas en mesure de mener toute une conversation en quechua, bien que mon niveau de compréhension orale soit meilleur que mon niveau d'expression.

Cette situation socio-linguistique couplée à mon identité masculine, a favorisé une surreprésentation du discours masculin (i.e. *comuneros* hommes). Dans les communautés andines

---

<sup>139</sup> Si l'on regarde l'étymologie de ce mot, on voit qu'il existe une analogie intéressante à faire entre auteur·e (i.e. texte, écrit authentique) et autorité (i.e. crédit, considération dont on jouit et qui impose l'obéissance). Étymologie tirée du site <http://www.cnrtl.fr/etymologie/autorit%C3%A9> (consulté le 12.06.18).

<sup>140</sup> L'importance du travail réflexif en anthropologie a été soulignée par divers auteur·e·s, par exemple en ce qui concerne des notions comme l'« anthropologie interprétative » de Geertz (1973) ou l'« objectivation participante » de Bourdieu (1978). Pour une lecture plus actualisée, voir notamment Ghasarian (2002a).

l'accès au discours féminin est difficile si l'on ne parle pas le quechua. Cette difficulté est encore accentuée si l'on est un homme, et surtout un étranger, provenant de la ville<sup>141</sup>. De plus, le contact avec les *comuneros* hommes que j'ai développé précédemment, dans un cadre académique (i.e. deux mémoires) et professionnel, a certainement contribué à sous-représenter le discours féminin dans cette thèse. La seule exception est le village de Chinchero où j'ai pu m'entretenir sans problème avec les *comuneras* tisserandes (le cas d'Umasbamba serait un autre exemple, moins pertinent cependant, à cause du nombre plus restreint de tisserandes avec lesquelles je me suis entretenu et de la durée réduite de mon séjour). En ville ou à la campagne, j'ai pu inclure les discours d'autres *comuneras* bilingues, parlant l'espagnol de manière courante ou compréhensible, ou en ayant recours à un·e traductrice·eur quechuaphone.

### **Thèstile : la thèse comme textile**

« [A]nthropology is perhaps more akin to craft than art. For it is characteristic of craft that both the practitioner's knowledge of things, and what he does to them, are grounded in intensive, respectful and intimate relations with the tools and materials of his trade. Indeed, anthropologists have long preferred to see themselves as craftsmen among social scientists, priding themselves on the quality of their handiwork by contrast to the mass-produced goods of industrial data processing turned out by sociologists and others »  
(Ingold 2011 : 239)

Imaginons un·e tisserand·e des Andes qui travaille sur son métier à tisser, et l'ensemble du processus d'apprentissage et de production créatif que cela implique, à la fois sur le plan individuel et collectif. À l'image de cette personne, mon travail utilise l'activité textile comme une métaphore de la création textuelle. Je deviens ainsi le tisserand de ma thèse en entrecroisant progressivement des matériaux ethnographiques – fabriqués grâce aux outils méthodologiques décrits précédemment – et théoriques – retravaillés à partir de mes lectures des auteur·e·s, concepts, etc. D'où le vocabulaire employé comme « filage » (pour l'introduction) ou « retissage » (pour reprendre les idées exposées à la fin de chaque chapitre et dans la conclusion).

J'invite ma lectrice et mon lecteur à appréhender mon manuscrit ainsi : un travail thèstile où je file, choisis, dispose (organise) et tisse progressivement des éléments ethnographiques et théoriques afin de produire<sup>142</sup> un objet textuel, ma thèse, avec un *fil conducteur* autour de la notion de valeur et sa

---

<sup>141</sup> Mon statut socio-économique a eu une certaine influence. Sans en faire abstraction, je constate l'impossibilité de l'explicitier, ne serait-ce que par une certaine gentillesse accentuée que j'interprète comme relevant de la politesse, mais aussi liée aux milieux socio-économiques et aux regards asymétriques (cf. à ce propos le chap. 5.4).

<sup>142</sup> Cela permet de remettre en question « [l]'idée que les données (notes, dessins, cassettes, photos, films) sont « recueillies » ou « collectées » puisque cette idée étant « très peu appropriée pour qualifier le travail passablement interactif, et en soi producteur de données de l'ethnographe » (Ghasarian 2012b: 17-8). Ghasarian (2012b) parle de co-production des données (cf. aussi « co-savoir » chez Losonczy 2002). Le terrain est ainsi « une construction, car il ne se définit pas *ex ante* » (Bellier 2002: 46) et qu' « il n'y a pas de terrain sans sous-terrain », c'est-à-dire, « tout un ensemble de processus qui ont un impact direct sur la problématisation

relation avec la matérialité et l'action. Suivant la métaphore textile, de même que pour ma *lliqla* q'ero on peut imaginer ce *fil* comme *la trame* qui s'entrecroise avec *la chaîne* pour donner comme résultat cette thèse tissée. Certes, le tissage de cette thèse n'est pas aussi linéaire que celui fait au moyen d'un métier à tisser. Mais cette métaphore offre l'image d'un travail tissé progressivement, avec des fils internes (contenant des idées, des arguments, des références, etc.) qui relient par exemple un chapitre à un autre ou une section à une autre : « cf. ... ». Certains fils renvoient à des réflexions ou à des concepts tissés par d'autres études, et d'autres que j'ai élaborés avec mes interlocutrices·eurs. Il y aura certainement des fils moins tissés que d'autres qui pourront inspirer la réflexion pour des travaux à venir. La prétention de ce travail thèstile n'est donc autre que de vouloir porter un regard différent sur un objet déjà étudié auparavant, déjà tissé autrement par un·e autre auteur·e tisserand·e.

Cette métaphore s'applique aussi au travail à la fois individuel et collectif de cette thèse. Loin d'être une activité purement individuelle, ce travail thèstile sous-tend en effet un apprentissage progressif et collectif qui se traduit dans l'écriture. Cet apport vient de ma directrice de thèse, de membres de mon jury, des collègues, des professeur·e·s<sup>143</sup>, de mes interlocutrices·eurs, voire d'autres personnes qui m'ont donné des pistes de réflexion pour affiner son élaboration. D'autres y ont contribué ne serait-ce que par la correction d'une coquille (cf. par ex. la contribution des personnes dans les remerciements). Ces contributions ont induit un retissage constant de la thèse avant sa version finale. Dans ce cadre, elle devient un texte, certes personnel, mais en même temps nourri par un apport de groupe, semblable à celui qui caractérise l'activité textile dans les Andes.

Si l'on reprend l'exemple de ma *lliqla* q'ero, elle a été certes fabriquée par une tisserande (Juana), mais son élaboration a mobilisé un certain savoir-faire collectif (technique, iconographie, etc.), appris mais aussi renouvelé par son œuvre. La thèse, elle aussi, opère ce type de renouvellement par le tissage d'éléments empiriques-théoriques qui sont, à divers degrés, uniques (un terrain particulier, les approches utilisées, les concepts mobilisés ou retravaillés, etc.). Utiliser la métaphore textile permet aussi d'explicitier les rapports asymétriques de cette activité et d'établir un parallèle avec le travail anthropologique. Comme je le montrerai en particulier dans le cas de tisserandes de Chinchero, l'activité textile sous-tend des asymétries entre les acteur·e·s concernées, tout comme dans la création des textes anthropologiques. Car ceux-ci sous-tendent l'autorité de l'auteur·e, ce que critiquent certains travaux<sup>144</sup>. L'activité thèstile comporte par conséquent une certaine asymétrie dont il faut être

---

ultérieure » (Abélès 2002: 42). Il induit un travail itératif entre la théorie et le terrain (O'reilly 2012: 102; Olivier de Sardan 2008; 1995). De son côté, l'écriture demande une mise en texte (cf. Laplantine 2002: 148-52). À propos de l'anthropologie réflexive que promeuvent ces auteur·e·s, voir aussi Kilani (1990: 335-7).

<sup>143</sup> Latour (2014: 306) explicite cela par la métaphore entre la thèse et l'artisanat où il est question d'un apprentissage entre maître et apprenti·e. Il définit d'ailleurs l'écriture de la thèse comme un travail collectif (Latour 2014: 309-11).

<sup>144</sup> Selon Clifford (1996: 58), cette autorité se manifeste sur les différents modes de l'expérience, de l'interprétation, du dialogue et de la polyphonie. Cette asymétrie se traduit notamment dans le texte puisque si « l'ethnologue donne la parole à l'autre, il a toujours le dernier mot » (Ghasarian 2002b: 24). Cette critique concerne ainsi la pratique du terrain et l'écriture du texte anthropologique (cf. Abu-Lughod 2010: 436; Clifford 1996; Kilani 1996 [1989], 1990; Lenclud 1995), et plus largement les sciences sociales (cf. Latour 2006).

conscient·e, par exemple dans la choix des fragments, des citations des interlocutrices·eurs, ou dans la mobilisation de leurs propos selon la volonté de l'auteur·e (ici moi) lors du tissage du texte. C'est la réflexivité de mon approche auto-ethnographique qui permet d'expérimenter les dynamiques et les contraintes propres à l'écriture, et de les faire ressortir au moment où elle se concrétise.

Retenons en outre que le public cible de cette thèse est, en premier lieu, mon jury qui va juger son esthétique (i.e. sa forme), son contenu, tout comme la qualité du tissage. Comme nous le verrons dans le manuscrit, le parallèle avec les textiles andins contemporains est frappant. Aujourd'hui les tisserand·e·s tissent pour un marché touristique. Ces personnes adaptent ainsi leur production à un autre public (i.e. les touristes) qui juge les pièces avant même de les acquérir. Certes, dans l'exemple de ces textiles il y a un cadre marchand important. Toutefois, dans les deux cas, il est question d'une œuvre personnelle-collective qui doit combler les attentes concernant la valeur du travail réalisé, textile ou thèstile. Dans le cas d'une thèse, il s'agit de juger sa valeur scientifique (sur cette valeur, cf. Karpik 2011).

Si Tim Ingold (2011: 238-9) parle déjà de l'anthropologie comme un artisanat ou des anthropologues comme des artisan·e·s (*craftsmen*), cette métaphore du thèstile montre aussi des analogies possibles entre l'activité scientifique et l'activité art-isanale. Une thèse, et plus largement toute œuvre académique, est différente de par les fils choisis – empiriques et théoriques – qui ne sont pas les mêmes ou filés de la même manière selon l'approche utilisée.

En ce sens, ces travaux deviennent la proposition de chaque auteur·e, le fruit de sa créativité intellectuelle<sup>145</sup>. Ainsi, chaque travail thèstile est unique par son contenu et sa forme.

## **La thèse au fil des chapitres**

Mon travail comporte deux parties appelées « tissages » en référence à cette métaphore textile. Le premier tissage vise à donner une contextualisation de la région de Cusco afin de mieux appréhender les dynamiques de la région aujourd'hui et de mieux comprendre l'importance contemporaine des textiles andins, importance qui vient de la multiplicité des valeurs qu'ils endossent selon les situations. Le deuxième tissage se concentre sur l'art-ianat textile inscrit et destiné au marché touristique. Il s'agit de suivre la trajectoire de ces textiles depuis leur production jusqu'à leur commercialisation afin de saisir leur valeur marchande mais aussi une série de valeurs qui leur sont associées.

Le chapitre 1 contextualise la région de Cusco du point de vue démographique, géographique, socio-linguistique, socio-économique, politique, patrimonial et touristique. Dans ce chapitre, je soutiens en particulier l'idée d'une articulation entre politiques patrimoniales et politiques touristiques où des aspects historiques, identitaires, culturels forgés et promus par l'élite politique cusquénienne se mélangent à des politiques de promotion touristique. L'articulation entre ces deux aspects permet de

---

<sup>145</sup> Pour Ghasarian (2012b: 17), la pratique anthropologique relève d'un « processus créatif ». Sans parler de thèstile, la métaphore textile est employée par d'autres auteur·e·s (Femenías 2005: 24; Zorn 2004: 147).

mieux comprendre la place et les valeurs accordées aux textiles contemporains, à la fois au sein de politiques de patrimonialisation et de promotion du tourisme.

Le chapitre 2 concerne les textiles andins contemporains et propose une catégorisation de ceux-ci qui permet de mieux saisir leur caractère divers et multi-situé. Cette diversification et cette multi-situation sont en effet liées au rapport étroit que les textiles andins entretiennent avec le marché touristique, idée forte qui soutient ce chapitre. Ce chapitre met ainsi en évidence la vie commerciale des textiles andins à l'heure actuelle, ce qui renforce l'idée de la valeur marchande accordée à ces objets sous leurs diverses formes matérielles.

Le chapitre 3 concerne la valeur d'usage des textiles andins dans la région de Cusco, notamment en milieu urbain, avec des connotations identitaires et patrimoniales. Si ce chapitre nuance en quelque sorte la valeur marchande des textiles andins mise en évidence dans le chapitre précédent, il montre une articulation entre ces types de valeurs. Ce chapitre insiste par exemple sur une multiplicité de valeurs déclinées selon les situations et la personne qui en fait usage, la valeur d'usage pouvant coïncider avec des intérêts commerciaux et politiques.

Le chapitre 4, qui introduit la deuxième partie de la thèse, est centré sur la production touristique des textiles andins. Il met en évidence les modifications intervenues dans la production artisanale, modifications qui s'expliquent par un désir de diversification et de rentabilité du marché touristique qui détermine la valeur marchande de ces textiles. Cette valeur marchande s'accompagne cependant d'autres valeurs attribuées à ce type de production en raison de leur aspect et de leurs conditions de production locale (authenticité, fabrication manuelle, traditionnelle, etc.). À travers diverses stratégies de production visant à articuler ces deux aspects les tisserand·e·s tissent la valeur commerciale de l'objet patrimonial que sont les textiles andins.

Le chapitre 5 traite de la valeur marchande et de l'ethnicité. À travers l'exemple des *trajes típicos* il souligne l'importance de la matérialité textile non seulement en tant que culture matérielle qui dénote une identité ethnique, mais surtout en tant que culture matérielle mobilisée à des fins commerciales au sein du marché touristique. Les aspects commerciaux, culturels et identitaires sont ainsi entremêlés. L'intérêt des touristes pour ces *trajes típicos* est à relier à un imaginaire forgé avant même leur arrivée au Pérou, et largement médiatisé de diverses manières. Cet imaginaire se retrouve sur place, dans les relations marchandes entre *comuneros* et touristes, dans le cadre desquelles il *vaut* mieux porter les *trajes típicos*. Ce chapitre compare cet aspect à d'autres situations où il *vaut* mieux ne pas porter de *trajes típicos* pour diverses raisons, allant de la discrimination et du racisme aux questions pratiques (lourd, chaud, etc.). Ce chapitre traite ainsi de situations où existe une valorisation ou une non valorisation de textiles andins par le port ou non des *trajes típicos*.

Le chapitre 6 se focalise sur la question de l'*empowerment* féminin. En prenant l'exemple des démonstrations textiles (description et explication du processus de fabrication textile réalisées par des tisserandes de Chinchero), ce chapitre entend souligner la valeur socio-économique de l'activité textile associée au marché touristique. Cette valeur est certes d'ordre monétaire (l'activité textile comme

ressource économique). Néanmoins, l'argent obtenu est également apprécié notamment en termes d'éducation, non seulement par l'investissement fait des gains obtenus, mais aussi par les compétences acquises/renforcées grâce aux démonstrations textiles (l'activité textile en tant que ressource éducative). Les intérêts commerciaux liés à cette activité promeuvent, prolongent ou (re)configurent parallèlement des asymétries entre les tisserandes (l'activité textile comme ressource structurante). L'ensemble de ces éléments auxquels s'ajoute des aspects identitaires déployés lors des démonstrations textiles invitent à réfléchir aux apports et aux limites de l'activité textile en termes d'*empowerment* pour ces *comuner*as. Cet *empowerment* permet notamment de mieux concevoir la valeur socio-économique de l'activité textile dans les Andes tout en ayant conscience qu'il ne dépend pas uniquement de cette activité.

Si ces trois chapitres se centrent sur les *comuneros* tisserand·e·s et commerçant·e·s, le chapitre 7 s'intéresse aux touristes. Il aborde la question de la valeur des souvenirs au double sens de ce terme, à la fois souvenir matériel emporté chez soi et souvenir pour se rappeler le voyage. Ce double aspect permet de mieux appréhender la diversité de valeurs que peuvent revêtir les textiles andins pour les touristes. D'une part, l'achat de ces objets représentatifs des Andes mobilisent une série de valeurs qui vont parfois au-delà des valeurs purement monétaires ou esthétiques : valeurs accordées au commerce équitable, à la production manuelle, traditionnelle, authentique, et à la question écologique. D'autre part, une fois achetés les textiles andins prennent de la valeur pour les possesseuses·eurs avec une dimension fortement personnelle liée à leur expérience vécue durant le voyage. Ce qui permet d'insister sur deux aspects : d'une part la valeur de ces objets ne se limite pas aux productrices·eurs, d'autre part elle se développe dans une inter-action individu-objet qui est d'ordre personnel, sensoriel et intime.

## **Hypothèses**

A travers la cartographie qu'elle propose, ma thèse ambitionne de situer la valeur des textiles andins dans une perspective résolument élargie : d'abord d'un point de vue spatial ; ensuite, au-delà de leur seule association à la production (travail), sur laquelle est focalisée la théorie marxiste ; et enfin, au-delà de la valeur d'usage dans les communautés andines, sur laquelle insiste déjà la grande majorité de la littérature sur les textiles andins.

Au *fil* des chapitres, nous apprendrons ainsi plus sur la valeur des textiles andins, qui se décline au pluriel et ne se limite pas à sa seule dimension monétaire, à l'argent. La thèse défendue ici postule que les textiles andins *revêtent* une pluralité de valeurs, dépendant des inter-actions entre acteur·e·s humains (tisserand·e·s, citoyen·e·s de Cusco, touristes, etc.) et objets, inter-actions qui ont lieu dans des situations données, autrement dit dépendant des réseaux reconfigurés constamment *in situ*, à Cusco et ailleurs. C'est dans ces inter-actions entre humains et textiles andins qu'il faut comprendre l'idée de *tisser la valeur au quotidien*. Car, il ne faut pas être nécessairement tisserand·e pour fabriquer de la valeur quotidiennement, et de diverses manières. La valeur tissée prend ainsi

différentes formes à travers des actions que nous, humains, réalisons *avec* les objets, en l'occurrence les textiles andins ; actions qui ne sont pas uniquement d'ordre utilitaire, esthétique, (socio-)économique, patrimonial (avec des éléments identitaires et culturels), mais également d'ordre cognitif, sensoriel, voire émotionnel ; valeurs qui ne sont pas nécessairement exclusives, mais peuvent être mobilisées simultanément, de façon collective ou individuelle.

La principale hypothèse<sup>146</sup> que je développerai dans ce travail consiste à dire que cette multiplicité de valeurs forge, au quotidien, l'importance actuelle des textiles andins ; importance qui est largement associée, d'une part, au marché touristique qui, dans le cas de Cusco, promeut leur production et leur commercialisation (et par là leur valeur d'échange); et d'autre part, à leur valeur d'usage, tant pour les *comuneros* et les Cusquénien·ne·s de la ville, que pour les touristes qui visitent la région.

L'autre hypothèse avancée, qui complète la première, soutient que cette valeur d'usage est aussi à chercher dans la matérialité des objets elle-même. C'est par exemple le cas du *lloqepaña*, cité dans le récit sur ma *lliclla* q'ero. Du fait de sa composition, il a le pouvoir de protéger des esprits tout en conservant une valeur esthétique, comme je le développerai plus loin (cf. chap. 3). Selon les situations, cette matérialité sera appréciée ou non, la valeur d'usage des textiles andins pouvant être jugée selon des circonstances quotidiennes et des processus de valuation divers, comme le montreront notamment les cas du port de *trajes típicos* (chap. 5) et l'achat de souvenirs (chap. 7). Loin d'épuiser l'étude de cette matérialité, mon travail ouvre toutefois des pistes, et invite à la considérer sérieusement dès lors que l'on souhaite saisir la complexité et la variabilité des valeurs qu'endossent ces objets au quotidien.

\*

Le temps est maintenant venu de parcourir mon terrain, au *fil* des chapitres. Prochaine destination du voyage : *Qosqo*.

---

<sup>146</sup> Les hypothèses formulées ici sont le fruit d'une recherche inductive, comme explicité plus haut, et non pas d'une élaboration préalable au travail de terrain.

## **Premier tissage**

**Cusco : contexte régional, art-isanat textile et sa valeur d'usage**



# CHAPITRE 1

## DU NOMBRIL DU MONDE AU NOMBRIL TOURISTIQUE

### Bienvenue à *Qosqo*

**L**a légende raconte qu'un couple, envoyé par l'*Inti* le dieu soleil, est sorti des écumes du lac Titicaca. Bâton en or à la main, Manco Qhapaq et son épouse, Mama Oqlllo, marchent vers le nord. Arrivé·e·s dans une vallée, le bâton s'enfonce dans le sol. Le couple y fonde alors *Qosqo*, le « nombril du monde » en quechua, siège de ce qui deviendra plus tard l'empire inca<sup>147</sup>. *Qosqo* est en effet le *nombril* des quatre parties formant l'Empire ou le *Tawantinsuyo*, dont l'étendue comprend le sud de la Colombie, la moitié du Chili, le nord-est argentin, une partie de la Bolivie et la quasi-totalité de l'Équateur et du Pérou.

\*

Malgré la chute de l'empire au XVI<sup>ème</sup>, l'appellation nombril du monde (*ombligo del mundo*) a survécu dans le langage courant, touristique, voire académique<sup>148</sup>. *Qosqo* la capitale impériale, est devenue aujourd'hui Cusco, la capitale touristique du pays, dont le site de Machu Picchu reste l'icône à la fois du majestueux passé incaïque et du tourisme contemporain.

Ce chapitre se focalise sur Cusco dans le souci de contextualiser mon terrain. Il prête une attention particulière au développement touristique, au passage du nombril du monde au « nombril touristique ». Par cette contextualisation, l'objectif de ce chapitre est de répondre aux questions suivantes : dans quelle mesure le tourisme fait-il partie du quotidien cusquénien ? Quel est sa relation avec le domaine patrimonial, et plus spécifiquement avec les textiles andins ? Qui sont les acteur·e·s concernés ? Il s'agira ici d'appréhender la touristification de la région et la diversification progressive du marché touristique pour mieux comprendre le mariage tourisme-textiles développé dans les autres chapitres. Ce mariage ne se manifeste pas uniquement par la commercialisation des objets, mais également par une série de pratiques (par ex. les démonstrations du processus de production textile auprès des touristes) ou encore par la participation de divers acteur·e·s.

Dans ce dessein, ce chapitre contextualise la région de Cusco du point de vue historique, géographique, démographique, socioéconomique, culturel, patrimonial et touristique. Il s'attarde

---

<sup>147</sup> Récit tiré de mes souvenirs d'école primaire à Cusco, représentatif de l'imaginaire cusquénien. Le chroniqueur Inca Garcilaso de la Vega (1609: chap. 17-18), fils d'Espagnol et d'une princesse inca, raconte ce mythe d'origine et d'autres versions. Pour d'autres références sur le mythe, cf. Inca Garcilaso de la Vega (1609: 91).

<sup>148</sup> « Du « nombril du monde » au cœur touristique du Pérou » de Raymond (2001a) illustre l'usage académique. Le titre de cet article m'a inspiré pour donner le nom à ce chapitre. L'Inca Garcilaso de la Vega (1609: 91-92) donne cette traduction de *Qosqo* dans la langue des Incas ; traduction que les Cusquénien·ne·s emploient couramment, repris par différents guides de voyage tels que *Lonely Planet* ou *Le Routard*. Toutefois, selon Itier (1997: 152), « l'étymologie de ce mot ne s'explique pas par le quechua » (Galinier et Molinié 2006: 195). Pour Galinier et Molinié (2006: 174, 182) ce terme est d'origine « néo-inca » a été promu par un accord municipal datant du 23 juin 1990 (p. 195). Quelle que soit son origine, l'utilisation actuelle montre la filiation inversée des Cusquénien·ne·s aux Incas, filiation soutenue par certaines publications académiques ou non.

ensuite sur le processus de touristification de la région de Cusco. Aujourd'hui, cette touristification incorpore, entre autres, les *comuneros*, notamment à travers le TRC. Enfin, ce chapitre étudie une série d'acteur·e·s particulièrement concernés par les domaines touristique et textile, ce qui laisse entrevoir l'existence d'un lien fort entre ces deux domaines, lien manifeste tout au long de la thèse.

Ce faisant, le premier chapitre relève le poids et la prégnance du tourisme dans toute la région cusquéenne, dans son quotidien. Le tourisme est si important qu'il configure aujourd'hui les dynamiques des textiles andins. Comme nous le verrons au fil de ce chapitre, le développement touristique s'accompagne des politiques qui d'une part, exaltent le passé incaïque et de l'autre, favorisent une touristification de plus en plus forte.

## 1.1 Cusco : une région historique, culturelle, patrimoniale et touristique

### 1.1.1 *Oosqo, l'incario immortal*<sup>149</sup> : un passé toujours présent

**A**vant même l'arrivée à l'aéroport *Velasco Astete*, l'équipage de cabine vous souhaite la bienvenue dans la « ville impériale de Cusco ». À la sortie de l'aéroport, d'autres panneaux publicitaires arborent la même devise. Cette appellation ne me surprend guère, l'ayant entendu et lu maintes fois depuis mon enfance, parfois formulée différemment.

Sur le chemin de ma maison natale, à l'intérieur d'un taxi, je lève le regard pour apprécier le monument de l'empereur Pachacutec qui brille comme de l'or sous le reflet du soleil. À quelques pas de chez moi, cette statue de 34 mètres de hauteur édifée durant le mandat du maire Daniel Estrada Pérez (inaugurée en 1991), demeure la plus imposante parmi les autres statues d'Incas qui décorent la ville. Son extérieur rappelle les constructions de style incaïque avec plus de mille pierres et fenêtres trapézoïdales.

J'arrive devant la porte du Centre de Célébrations *Il Giardino*, qui est aussi ma maison, baptisé ainsi par mon grand-père qui a voulu honorer notre nom de famille d'origine vraisemblablement italienne. Ma famille m'accueille à l'entrée avec la chaleur qui la caractérise. Je traverse le couloir en passant par une fontaine et des murs incas que mon oncle a fait bâtir pour décorer une des salles d'*Il Giardino*. J'apprendrai plus tard que cette salle est nommée « salon inca ». Malgré nos origines italiennes supposées du côté de ma famille maternelle, celle-ci se sent plutôt fière de « nos ancêtres », les Incas. Ce sentiment dépasse toutefois le cadre familial. Depuis la tendre enfance on apprend à chanter l'hymne « Cusco, Cusco est ton nom sacré comme le soleil de l'Empire incaïque immortel (*incario immortal*) ... » que l'on répète lors de cérémonies importantes, parfois même en hissant le drapeau de l'arc-en-ciel du *Tawantinsuyo*.

Une promenade dans le centre historique de la ville laisse sentir cette ambiance incaïque : les restaurants *Inka Grill* et *Incanto*, l'hôtel *Royal Inka*, le *Museo Inka* ou la compagnie ferroviaire *Inka*

---

<sup>149</sup> Titre inspiré de l'hymne de Cusco composée en 1944 et devenu officiel en 1984 (Galinier et Molinié 2006: 154). Le titre de la section rappelle en outre Silverman (2002) qui, à propos de Cusco, parle aussi de « passé présent » (*present past*).

*Rail* qui vous amène au Machu Picchu ... ou encore l'*Inka massage* offert presque à quiconque qui traverse les ruelles pénétrant entre des murs de l'époque. Sur le chemin de la pierre incaïque des douze angles – fameuse par sa forme et devenue un attrait touristique –, l'on trouve souvent un Inca contemporain qui pose avec les touristes. Plus tard dans la soirée, si vous voulez faire la fête, la discothèque *Inka team* est un lieu de la vie nocturne.

Sans aller plus loin, la marque *Inka Kola*, rachetée récemment par la compagnie *Coca Cola* et que plusieurs Péruvien·ne·s consomment, la *Lavandería Inka* où ma grand-mère fait laver son linge, la barre des céréales *Tawantinsuyo* que j'avais parfois l'habitude de manger, une pizzeria près de chez moi où l'on voit la figure de Pachacutec portant dans ses mains une pizza, ... enfin les références incaïques ne manquent pas.

\*

Ces références sont multiples qu'il s'agisse de la ville, de la région de Cusco ou des espaces dits locaux ou touristiques. Peut-être Antoinette Molinié (2013: 347) a raison en constatant que, malgré les changements comme l'apparition des discothèques ou des cybercafés, « la ville de Cusco n'a jamais été aussi inca ». D'ailleurs, même une discothèque comme *Inka Team* illustre l'« immortalité » de ce passé, au moins dans l'imaginaire contemporain.

Pour cette anthropologue, il est question d'un « néo-incaïsme » quasiment omniprésent, avec des antécédents notamment d'ordre historico-politiques, qui vont de l'Indigénisme des années 1920 aux événements tels que la cérémonie « d'incanisation » du président Toledo réalisée au Machu Picchu en 2001. La tragédie de LeBlanc de Guillet (1763) ou *Les Incas* de Marmontel (1777) sont d'autres antécédents qui illustrent l'existence de ce passé au niveau international, comme l'affirme l'auteure. Pour Molinié (2013: 363), il est aussi question d'un « néo-incaïsme international du New Age globalisé » (cf. aussi Pérez Galán (2003: 152) qui parle de « culture occidentale new age »). Dans ce travail, j'emploie le terme de Molinié entre parenthèses, à savoir, (néo-)incaïsme, pour les raisons évoquées dans l'introduction (cf. Filage). Qu'il soit ancien ou contemporain, ce (néo-)incaïsme fait partie du quotidien cusquénien (cf. Mendoza 2009, 2006; Pacheco 2007; de la Cadena 2004).

Il s'agit d'une sorte d'« *incascape* », un néologisme inspiré du suffixe *-scapes* selon la notion élaborée par Appadurai et qui garde la dimension imaginaire évoquée par l'auteur (Appadurai 1990: 296-7; cf. aussi Appadurai 1996). L'*incascape* illustre la filiation inversée que tissent au jour le jour les personnes à travers le discours, les appellations, l'imaginaire (comme le mien) ou vis-à-vis des sites archéologiques, monuments, marchandises, etc., indépendamment du métissage et les diverses origines des personnes, indépendamment de l'ascendance familiale (européenne dans le cas de ma famille). Malgré les anglicismes (*Inka Grill*, *Inka Team*, *Royal Inka*) ou (*Inka massage*), ce que l'on retient c'est la référence incaïque qui finit par signifier ce que j'entends par *incascape*. Celui-ci est conforme à l'« image touristique » que Nathalie Raymond (2001b: 31) définit comme « une représentation mentale d'une réalité qui a pour but de rendre attractive cette réalité pour un touriste » puisque :

Le Pérou apparaît fondamentalement et presque uniquement comme étant un pays andin, c'est-à-dire un pays de montagnes, peuplé d'Indiens au mode de vie authentique et regroupant sur son territoire des vestiges de civilisations passées, en particulier des Incas » (Raymond 2001b: 50).

Cette image est couramment véhiculée par la publicité touristique où les Incas sont très souvent mobilisés, comme par exemple dans l'appellation de circuits touristiques. À ce propos, j'ai vu un tour Lima-Vallée Sacrée-Cusco-Puno de dix jours nommé « essence inca »<sup>150</sup> ou un autre appelé « *quick inca ways* » de sept jours entre Cusco et la Paz<sup>151</sup>.

L'image touristique du Pérou décrite par Raymond s'applique parfaitement à celle de Cusco. Cette image peut se réduire de manière aussi simplificatrice que la description de Pierre Bloc-Duraffour et Alain Mesplier (1992: 245) comme « un centre d'artisanat et la ville des Indiens, dispersés dans la montagne en multiples communautés ». L'« artisanat » et les « Indiens » auxquels ces auteurs se réfèrent sont souvent assimilés aux Incas. Roel, touriste hollandais, dit à ce propos en se référant à la ville de Cusco : « Ici, j'ai vu beaucoup de visages incas (*a lot of Inca faces*) » (Roel, 19.02.14).

Le panorama décrit précédemment montre une série d'éléments historiques, patrimoniaux, identitaires et touristiques de Cusco, souvent évoqués dans le milieu académique ou touristique, et plus largement partagés par les discours et l'imaginaire des Péruvien·ne·s et étrangèr·e·s (cf. « image touristique » de Raymond). Il est important de prendre en considération ces éléments dans le souci de contextualisation de mon terrain d'autant plus qu'ils sont mobilisés par le tourisme à Cusco, bien que d'autres éléments soient également véhiculés pour la diversification de l'offre touristique de la région. Pour revenir au titre de la section et en conclusion, la revendication ou la filiation incaïque de la part des tisserand·e·s *comuneros*, artistes ou politicien·ne·s est toujours d'actualité. Ces personnes renforcent ainsi l'idée de l'*incario inmortal* dans leur quotidien.

### **1.1.2 Cusco métis : géographie, sociodémographie et organisation politico-administrative**

Fondée en 1821, la République du Pérou possède aujourd'hui une superficie de 1'285'215.6 km<sup>2</sup> et une population estimée à 31 millions environ. Le pays est divisé en trois zones naturelles, à savoir la Côte (11.7%), les Andes ou *Sierra* (27.9%) et la forêt Amazonienne ou *Selva* (60.3%). Ces zones abritent une telle diversité ethnolinguistique que le Pérou peut être qualifié de multiethnique<sup>152</sup>. Sur l'ensemble des populations autochtones en 2007, 70,1% habitent dans les Andes<sup>153</sup>. La population

---

<sup>150</sup> Offre de la compagnie *Viajes el Corte Inglés* apparue dans le catalogue d'Iberia (mai 2016, p.57).

<sup>151</sup> Paru dans le magazine du tour-opérateur Sta Travel Suisse (août 2017, p. 112).

<sup>152</sup> Selon le linguiste Rodolfo Cerrón, il existe au moins entre 80 et 90 langues parlées au Pérou (tiré de <https://nilavigil.com/2008/04/09/%C2%BFcuantas-lenguas-indigenas-existen-en-el-peru/>; consulté 11.05.16). D'après l'Institut national de développement des peuples andins, amazoniens et afropéruviens (INDEPA), il est plutôt question de 68 langues réparties en 77 « ethnies » et 16 familles « ethnolinguistiques ». Pour voir la carte ethnolinguistique : <http://www.indepa.gob.pe/mapa2.html> (consultée 11.05.16).

<sup>153</sup> Tiré du rapport *Diagnóstico Socio-demográfico de los Pueblos Indígenas del Perú*, élaboré par Bruno Ribotta (2010) dans le cadre du Projet CEPAL-Fondation Ford. Selon celui-ci, au niveau national sur plus de 6 millions en 2007, 71% de la population autochtone se trouve dans les Andes contre 25.8% sur la côte et 4.1% dans la forêt amazonienne (Ribotta 2010: 17). Ayant commencé l'écriture de ma thèse en 2015, j'utilise les données de

quechuaphone est la plus représentée avec plus de 4 millions (13% des Péruvien-ne-s recensés)<sup>154</sup>, dont une grande partie se trouve à Cusco (51,40% de la région ; cf. tableau 2 ci-dessous).

À une distance de 1'000 km environ de la capitale Lima, soit à 21 heures et demie en voiture ou une heure environ en avion, la région de Cusco se situe dans les Andes péruviennes (entre 13°30'45'' latitude sud et 71°58'33' longitude ouest) (cf. fig. 1 plus haut dans la méthodologie). Toutefois, malgré les idées reçues, 41.8 % de son territoire (71'986.5 km<sup>2</sup>) se trouve dans la forêt Amazonienne et le reste dans les Andes. La région varie notablement en altitude, entre 1'047 et 6'372 mètres. La ville de Cusco par exemple atteint 3'414 mètres alors que le village de Yanacona (province de Canas) se situe à 3'915 mètres et la ville de Quillabamba (province de La Convención) à 1'047 mètres. Il y existe différents environnements écologiques et météorologiques, allant des basses altitudes de la jungle, avec un climat chaud et humide, à la haute cordillère, très froide et sèche<sup>155</sup>.

La région de Cusco<sup>156</sup> abrite une population de 1'171'403 habitant-e-s, dont presque la moitié vivent en milieu rural (selon le recensement en 2007). Sur le plan administratif, la région comporte 13 provinces (*provincias*), chacune composée par des districts (*distritos*), 108 en total dans toute la région. Mon étude de terrain se focalise particulièrement sur quatre provinces, à savoir Cusco, Calca, Urubamba et Paucartambo au sein desquelles se trouvent les endroits où j'ai effectué ma recherche (cf. détails dans le tableau 1 ; pour des données sociodémographiques cf. tableaux A.1-A.2 dans les annexes).

Malgré l'exode rural commencé progressivement au cours du XX<sup>ème</sup> siècle<sup>157</sup> et encore en cours de nos jours, Cusco abrite une importante population autochtone rurale provenant des Andes et de l'Amazonie. D'après les données du CEPAL, Cusco possédait en 2007 une population indigène de 830'000 personnes, ce qui correspond à 72,4% des habitant-e-s de la région (Ribotta 2010: 17) et pour cette raison j'ai voulu citer ces chiffres, d'autant plus pertinentes que mon travail concerne les populations autochtones des Andes.

Parallèlement, à l'instar de la ville de Cusco, plusieurs zones rurales sont désormais assez urbanisées comme le village de Chinchero ou de Písaq, ou en voie d'urbanisation comme la communauté de Chawaytire, pour donner quelques exemples proches à mon étude de terrain<sup>158</sup>.

---

l'année 2007 ; année du dernier recensement du pays (les résultats définitifs du recensement du 2017 ne sont disponibles que depuis peu (octobre 2018)).

<sup>154</sup> Tiré du rapport de Benavides et al. (2010: 24). Pour plus de détails sur cette langue autochtone et ses 31 variantes, voir Steckbauer (2000: 61-64).

<sup>155</sup> Informations tirées de MINCETUR (2009: 12-14).

<sup>156</sup> Nommée ainsi d'après la loi organique de gouvernements régionaux, bien que certain-e-s parlent aussi du « département de Cusco », qui est l'ancienne dénomination officielle.

<sup>157</sup> S'appuyant sur divers recensements, Contreras et Cueto (2013: 231, 272, 279, 315) parlent d'un exode rural de plus en plus important vers les villes comme Lima, Arequipa et Cusco. Le phénomène est déjà perceptible dans les années 1920, mais c'est surtout dans les années 1930/1940 que le Pérou se transforme, passant d'un pays andin-rural à un pays côtier, urbain et de caractère métis. Les auteurs insistent sur le fait que ce phénomène se poursuit de nos jours. Voir aussi Matos Mar (1990: 24-32).

<sup>158</sup> Contreras et Cueto (2013: 431) parlent d'un « pays rapidement urbanisé » dans lequel deux tiers des familles rurales ont désormais l'électricité. C'est le cas de Chawaytire où les familles disposaient déjà de l'électricité déjà en 2008, et où depuis 2014 les *comuneros* captent le réseau de téléphonie mobile.

Aujourd'hui, même les *comuneros*, habitant des zones plus lointaines, déménagent en ville, comme j'ai pu le constater auprès des Q'eros et dont le phénomène est plus amplement abordé par Geremia Cometti (2015, 2014).

De par sa position géographique, son histoire et ses dynamiques migratoires, la région cusquéenne, plus particulièrement la ville, abrite aujourd'hui une population métisse allant des autochtones aux personnes d'origine européenne, en passant par des personnes comme moi (de mère cusquéenne « blanche » et de père de la côte plus « méditerranéenne »)<sup>159</sup>. Ce métissage – qui rappelle en quelque sorte l'ouvrage *Indígenas mestizos* de Marisol de la Cadena (2004) – se poursuit désormais à travers des mariages mixtes entre Cusquéen·ne·s et étranger·e·s, comme j'ai pu l'observer à travers mes relations avec des familles franco-cusquéennes ou hispano-cusquéennes.

### **1.1.3 Cusco bilingue : description sociolinguistique**

Ce mosaïque sociodémographique se manifeste non seulement par le phénotype<sup>160</sup> des personnes, mais aussi par leurs langues, reflet d'un pays plurilingue (cf. tableau 2 ci-dessous). Dans les Andes cusquéennes<sup>161</sup>, la division ville/campagne oppose sociolinguistiquement une ville plutôt hispanophone à une campagne plutôt quechuaphone, bien qu'il existe une perméabilité entre ces deux. *Lingua franca* de l'empire inca, le quechua ou *runasimi* est aujourd'hui une langue officielle au Pérou et couramment parlé dans la région de Cusco, notamment dans les Andes rurales<sup>162</sup>. Cette langue a néanmoins subi des modifications et incorpore aujourd'hui des hispanismes.

Dans divers lieux, le « bi-dialectisme »<sup>163</sup> prédomine, notamment avec le « quechuañol » (quechua + espagnol) caractérisé par une forte influence de l'espagnol sur le lexique et une forte influence du quechua dans la grammaire (Thénard 2006). À l'inverse, l'espagnol cusquéen intègre différents mots issus du quechua. Il existe en outre un fort bilinguisme espagnol-quechua chez les Cusquéen·ne·s, tant dans les zones urbaines que rurales. Ma grand-mère est par exemple parfaitement bilingue. Fille

---

<sup>159</sup> Je mobilise ces catégories seulement à titre d'exemple, sachant qu'elles sont caricaturales et ne rendent pas compte du caractère métis de mes parents, au-delà de leur couleur de peau. Avanza (2003: 135) souligne à ce propos la perméabilité de ces catégories et le système de classification à la fois rigide et mouvant. Au sujet du métissage, cette auteure montre, du point de vue historique, la présence d'un courant anti-métissage dominant chez les indigénistes au Pérou (courant pro-métissage minoritaire) avec l'idée des « identités « pures », incarnées par l'image du « Blanc » « instruits, modernes, faisant partie de la classe dirigeante » (p. 136). Malgré l'existence historique du métissage, il était en effet renié par les indigénistes (Galinier et Molinié 2006: 21).

<sup>160</sup> Définie comme l'« ensemble des caractères observables, apparents, d'un individu, d'un organisme dus aux facteurs héréditaires (génotype) et aux modifications apportées par le milieu environnant » (<http://www.cnrtl.fr/definition/phenotype>). Je préfère ce terme à celui de « race » plus connoté et remis en question en Europe, bien qu'utilisé parfois par les Cusquéen·ne·s (*raza* ; ou d'autres termes associés comme « sang » (*sangre*) avec une connotation d'héritage, qui peut remonter jusqu'aux Incas ; cf. 1.1.7 et 3.2.2).

<sup>161</sup> Le titre de la section se réfère exclusivement à la zone andine de Cusco. Je fais abstraction du côté amazonien où d'autres langues autochtones sont parlées.

<sup>162</sup> Selon le recensement de 2007, hormis les provinces de Cusco (19.2 %) et de la Convention (48.6%), les onze provinces restantes (fortement rurales) dépassent 50%, prises chacune séparément (par ex. Paruro : 92.7%).

<sup>163</sup> Terme utilisé par Thénard (2006). Je considère tant l'espagnol que le quechua comme des langues ; d'où mon usage de « bilinguisme ».

d'*hacendados*, elle a appris l'espagnol de ses parents et le quechua des enfants avec qui elle a grandi à la campagne durant l'époque des *haciendas* (cf. Filage).

**Tableau 2 : Langues parlées dans la région cusquéniennne**

Langue	Nombre (pourcentage) (langue apprise avant l'âge de 5 ans)
Espagnol	516'516 (46,86%)
Quechua	566'581 (51,40%)
Aymara	1'976 (0,17%)
Autres langues	17'163 (1,55%)
Total	1'102'236 (100%)

Source : Recensement 2007 (cité dans Cometti 2014: 11).

Le métissage est tel qu'il est aventureux parfois de savoir si une personne est d'origine autochtone ou non. La revendication ou le refus des origines rendent d'autant plus difficile une telle identification. De ce fait, il est possible de juger une « apparence autochtone » chez des personnes sans véritablement le savoir. C'est notamment ce que je ressens vis-à-vis des *sácamefotos* dans les ruelles de la ville. Littéralement *sácamefotos* se traduit comme « faites-moi-des-photos ». Comme le qualifient Beatrice Simon (2009) et Annelou Ypeij (2012), il s'agit des femmes portant des *trajes típicos* pour se prendre en photos avec les touristes moyennant quelques pièces (cf. aussi chap. 5 et 6). Le port de *trajes típicos* ne fait pas nécessairement l'autochtone, la formule est plus complexe comme je l'expliquerai plus loin (cf. chap. 5). D'autre part, certains Cusquénienn-ne-s, dans leur revendication des origines incaïques, peuvent tout à fait souligner les « racines autochtones », notamment en parlant un quechua parfois plus « parfait » que celui des propres *comuneros* en évitant tout hispanisme (cf. plus bas « quechua imperial » dans la section 1.1.7 ; cf. aussi Galinier et Molinier 2006).

En outre, le racisme et la discrimination forgés historiquement (chap. 2.1) et mis en pratique au quotidien, notamment dans les interaction en ville (cf. chap. 5.4), poussent certaines personnes à cacher toute ascendance autochtone et ce malgré une certaine revalorisation de la langue quechua (par exemple dans le système scolaire en milieu rural et urbain, notamment à travers l'Éducation Bilingue Interculturelle ou EBI)<sup>164</sup>. Cette valorisation demeure parfois superficielle et ne s'attaque pas aux problématiques de fond comme le racisme (cf. chap. 5.4.1).

J'ai connu à ce propos un jeune couple quechuaphone de la communauté de Sacaca (district de Písaq) qui parlait à son enfant directement l'espagnol. Steckbauer (2000) et Thénard (2006) montrent

<sup>164</sup> Pour les problématiques de l'éducation monolingue en espagnol chez les enfants quechuaphones, cf. Taípe Campos (1998) ; anthropologue qui prône une EBI. Pour en savoir plus sur les défis et les limites pratiques de l'EBI, voir par exemple : Steckbauer (2000), Thénard (2006) et Gajardo et al. (2008). Thénard (2006) cite le cas de l'école *Pukllasunchis* à Cusco (où par ailleurs deux de mes cousins et mon neveu font leur scolarité et apprennent certaines bases du quechua, sans pour autant parler cette langue couramment).

les disparités socio-linguistiques qui pousseraient à prendre ce type de décision ; l'espagnol étant la *lingua franca* qui assure un succès dans la vie à Cusco et plus largement au Pérou. Elle est amplement employée aux cercles politiques, législatifs, institutionnels, administratifs ou simplement dans les interactions quotidiennes. Dans ce panorama, l'apprentissage de l'espagnol à l'école « est à la fois une ressource symbolique (pour sortir de l'exclusion) et une nécessité vitale pour sortir de la pauvreté (dont [les *comuneros*] font souvent mention [...]) » (Thénard 2006: 82-83).

Ces facteurs nous invitent à lire avec précaution les statistiques sur la composition socio-linguistique de la région et d'y voir un autre problème de fond qu'est la pauvreté. Celui-ci se perpétue et coexiste avec la richesse des ressources économiques de la région.

#### **1.1.4 Cusco riche : du secteur économique minier au tourisme**

Avant de traiter à proprement dire de Cusco, je fais une brève référence aux secteurs miniers et touristiques au niveau national. Le cas de la région cusquénienne illustre bien une tendance nationale permettant de mieux comprendre l'importance de ces deux activités pour la région.

Depuis la mise en œuvre de la politique néolibérale dans les années 1990, le Pérou a progressivement basé son économie sur les exportations minières. L'exportation principalement du cuivre (40.6%) et de l'or (35.4%) représente une partie importante du PIB national (INEI 2015: 53, 70). Le secteur connaît une croissance depuis 2007, avec une légère baisse en 2014 (INEI 2015: 71) (cf. grap. A.1 in annexes ; cf. aussi tableau A.3 et grap. 2 in annexes). Les concessions minières sont prioritaires pour l'État péruvien à cause des enjeux économiques du secteur, importants pour le pays, et pour les régions concernées par l'activité bénéficiant de l'argent du *Canon minero*<sup>165</sup>.

Le tourisme est central dans la politique économique péruvienne, avec les devises générées grâce à une croissance du tourisme international sans recul entre 2005 et 2014 (INEI 2015: 83-4) (cf. grap. 1 et 2 dans la section 1.2.2). L'arrivée au pouvoir du gouvernement néolibéral de Fujimori met fin à l'action terroriste du Sentier Lumineux et remet en marche l'industrie du tourisme qui n'a pas dès lors cessé de croître. Pour donner des chiffres, le Pérou passe de presque 2'000'300 touristes internationaux en 2010 à 3'000'164 en 2014, soit à peu près 1 million USD de plus (OMT 2015: 10)<sup>166</sup>. Le ministère du Commerce extérieur et du Tourisme (MINCETUR) applaudit une telle augmentation en soulignant les « impacts positifs dans la génération des devises, son apport grandissant au PIB et à l'emploi direct et indirect » (MINCETUR 2013: 27).

La région de Cusco, quant à elle, contribue au 4,4% du PIB péruvien en 2014, ce qui la situe à la cinquième place dans l'économie nationale (INEI 2017b: 224). Parmi les secteurs économiques les plus importants se trouvent le secteur minier, l'agriculture, le commerce, la construction et les services

---

<sup>165</sup> Le *canon minero* correspond à la moitié de l'impôt prélevé sur les entreprises minières, impôt qui est destiné aux gouvernements régionaux (étendu ensuite aux exploitations de pétrole et de gaz et aux fonctionnements des douanes). En 2010, il représentait un quart des revenus des gouvernements régionaux (Contreras et Cueto 2013: 435).

<sup>166</sup> Salas (2012: 47) indique déjà une telle augmentation pour la période 1991-2010.

(dont le tourisme) (INEI 2017b: 289). Malgré les problèmes environnementaux et sociaux qu'elles engendrent et les révoltes qui peuvent en découler (ce dont témoigne le fameux *baguazo*<sup>167</sup>), les concessions minières apportent de l'argent à l'État régional à travers le *Canon minero*<sup>168</sup>. En effet, parmi les exportations, l'or et le cuivre sont les minéraux les plus prisés suivis des produits agricoles. La compagnie minière *Xstrata Tintaya S.A.* génère, à elle seule, presque 480'000 USD d'un total de 546 millions USD en 2007 dans ce secteur<sup>169</sup> ; lequel génère également des disputes avec des communautés andines (cf. Condo 2018; cas d'Espinar dans Contreras et Cueto, 2013: 435). Ces concessions engendrent en outre des conflits d'intérêts entre enjeux économiques (argent) et patrimoniaux (conservation de l'héritage historico-culturel) qui opposent notamment le ministère d'Ingénierie et Mines au ministère de la Culture (Cometti, communication du 02.05.14)<sup>170</sup>.

De son côté, le tourisme à Cusco fournit une alternative peut-être moins conflictuelle, bien qu'il n'en soit pas totalement épargné et qu'il fasse l'objet des révoltes et contestations (cf. section 1.2.2). Malgré ces problématiques, le MINCETUR (2009: 27) insiste sur le fait que « le tourisme est une activité qui connecte des entreprises (*business*) tels que des agences de voyage, des hôtels, des restaurants, le transport et autres services qui contribuent à générer un impact favorable sur les autres activités économiques ». Ce discours s'inscrit dans une idéologie du « Cusco vit du tourisme » (cf. section 1.2.4), fortement revendiquée par la Direction de commerce externe et du tourisme de Cusco (DIRCETUR-Cusco).

Quant au secteur artisanal qui comprend la production textile manuelle, il est aussi mis en avant par le MINCETUR. Dans son rapport économique financé par l'Union Européenne, est soulignée l'importance du secteur (*handicraft sector*) car celui-ci intègre « un vaste nombre des produits qui reflètent l'unique identité régionale et préservent les traditions ancestrales (*ancestral traditions*) et coutumes (*costumes*) qui remontent aux cultures précolombiennes (*go way back to the pre-Colombian cultures*) » (MINCETUR 2009: 27).

Ce discours met en évidence l'importance accordée au secteur artisanal (qualifié ainsi) par les institutions étatiques. C'est un discours qui mobilise les aspects historiques, patrimoniaux, culturels,

---

<sup>167</sup> Le *Baguazo* fait référence au conflit armé entre les populations amazoniennes et la police, conflit qui a eu lieu en juin 2009 dans la province de Bagua (d'où son nom). Ce conflit est issu de la volonté du gouvernement d'Alan Garcia de vouloir faciliter des accords concernant la vente et la concession des terres amazoniennes pour l'exploitation privée. Suite aux protestations de la part des autochtones qui avaient bloqué le passage, la répression policière s'est faite violente, avec des conséquences importantes : 34 morts, pour la plupart des policiers retenus dans une station d'oléoduc (fait rapporté par Contreras et Cueto 2013: 425).

<sup>168</sup> Cusco bénéficie fortement du *Canon minero* notamment grâce à la présence de minéraux et de gaz (Contreras et Cueto 2013: 435).

<sup>169</sup> Source : SUNAT-PROMPERU (cité par MINCETUR 2009: 51).

<sup>170</sup> Titre : « Les Q'eros des Andes péruviennes face au changement climatique et à l'extraction minière ». Au sujet des débats autour de l'activité minière, ses apports, ses limites et ses ambivalences au Pérou, cf. Pachas Cuya (2012) pour la région de Madre de Dios et Spulcín et Giraldo (2007) pour la région de Cusco. Ces auteurs insistent sur les effets nocifs et les atteintes aux droits indigènes (*derechos indígenas*) (cf. aussi Bonilla 2012 ; Yampara 2012 ; Saavedra 2012). Plus largement pour les Andes, cf. l'ouvrage collectif édité par Velardi et Zeisser Polatsik (2012), et notamment les contributions d'Almeida (2012), de Monge (2012), de Gudynas et d'Alayza (2012) qui traitent du post-extractivisme (*postextractivismo*).

identitaires et encourage la promotion du secteur (cf. chap. 2.3). L'art-isanat trouve d'ailleurs un débouché fort important dans le tourisme. C'est sur quoi a insisté particulièrement Mme Amparo, responsable du Département d'Artisanat situé au sein de la DIRCETUR-Cusco, lors d'un entretien. À l'appui des statistiques, elle évoque par exemple un partenariat en 2014 entre des tisserandes et l'hôtel Marriot de Cusco, avec un bénéfice pour celles-ci d'environ 10'000 USD (i.e. 34'024 PEN). D'après ces chiffres, cela concerne 1'683 bénéficiaires originaires de sept provinces différentes (Amparo, 26.10.15).

L'économie de Cusco se tourne ainsi vers le tourisme comme alternative significative, puisque comme le rappelle le MINCETUR, d'autres secteurs en sont concernés comme l'artisanat (*artesanía*). D'autres le sont peut-être de manière moins directe comme les transports publics (notamment taxi et bus) ou les épiceries. Je reviendrai plus bas sur l'importance réelle et idéologique du tourisme, qui a pris de l'ampleur au fil du temps sans être capable d'éradiquer des problèmes tels que la pauvreté.

### **1.1.5 Cusco pauvre : problèmes socioéconomiques**

Le clivage ville/campagne se traduit également en termes socio-économiques. La pauvreté affecte principalement la campagne, d'après l'Institut d'informatique et des statistiques (INEI) du Pérou. Les zones les plus concernées par la pauvreté demeurent les Andes rurales (incidence de pauvreté de 50.4% contre une moyenne nationale de 22.7; cf. grap. A.4 dans les annexes) ; zones où se situe une partie importante des tisserand·e·s avec qui j'ai travaillé.

De fortes disparités existent toutefois d'une province ou d'un district à l'autre. Les provinces de Cusco, d'Urubamba et de Paucartambo par exemple, ont respectivement une incidence de pauvreté de 24%, 42% et 73% (soit presque chaque fois le double). Plus critique encore, dans la province de Paucartambo, le district de Qolqepata atteint le 94.4%<sup>171</sup>.

Lors de mon terrain à Q'ero, j'ai pu observer la réalité des conditions de vies précaires des habitant·e·s : absence d'eau potable et d'électricité (à part quelques panneaux solaires portables), air des maisons pollué par la fumée par manque d'aération (et qui est respiré pendant le sommeil), absence de postes sanitaires proches des villages, climat hostile avec des températures très basses pouvant tuer le bétail et les camélidés (ce qui a une incidence socio-économique), etc. Une image m'est restée surtout de cette expérience : un enfant faisant ses devoirs de mathématique avec une lampe frontale autour de sa tête. Cette situation rappelle la « pauvreté éducative » que soulève Franco (2007) dont souffrent notamment les zones rurales andines. Ce sont des conditions déplorables aux yeux des citadin·e·s, qu'ils soient d'Europe ou de Cusco.

Cette situation ne se compare guère à ce que j'ai vécu dans la communauté de Chawaytire qui ressemble plus aux conditions de vie de la ville. Dans mon mémoire de master (Terry 2011), j'ai pu

---

<sup>171</sup> Chiffres établis selon le critère monétaire de moins d'un USD par jour. Statistiques officielles de l'INEI tirées du site : <https://www.inei.gob.pe/> (consulté le 10.05.16) (il s'agit vraisemblablement des données du recensement 2007). Salas (2012: 51) élabore un graphique qui montre une baisse de la pauvreté (2001-2010), tout en demeurant considérablement au-dessus de la moyenne nationale.

analyser cette situation avec plusieurs indicateurs socio-économiques (par ex. indice du développement humain ou IDH) qui affectent les Andes rurales et la campagne cusquénienne en particulier. D'autres facteurs – le *minifundio* (i.e. parcelles agricoles de petite taille), l'exclusion sociale (économique, politique, culturelle), l'ouverture du marché, topographie et climat ainsi que des éléments conjoncturels (inondations, vols, etc.) – peuvent aggraver la situation, comme le dénoncent certains auteur·e·s<sup>172</sup>. La pauvreté demeure un « concept multidimensionnel » (Fusco 2007) et englobe des problématiques telles que la malnutrition, l'insécurité alimentaire, l'accès à l'éducation, etc., en même temps des causes et des conséquences de celle-ci.

Malgré la baisse de la pauvreté<sup>173</sup> ou l'amélioration des indicateurs socio-économiques (INEI 2015; cf. aussi indicateurs : fig. A.2, grap. A.3 et tableau A.4 dans les annexes), le haut IDH<sup>174</sup>, la croissance macro-économique<sup>175</sup> et l'augmentation de devises due aux concessions minières ou au tourisme, la situation du Pérou demeure critique et tout particulièrement dans la région de Cusco. C'est une réalité qui reste *relativement cachée*, en tout cas la publicité touristique en fait abstraction car l'accent est surtout mis sur le côté patrimonial de Cusco, sauf peut-être dans le cas du volontourisme (cf. Burrai et al. 2016). *Relativement caché* puisque des touristes comme le néerlandais Roel en font référence. Mes ami·e·s européens soulignent aussi la « précarité » et la « pauvreté » de la région, comme le dit Antonio originaire d'Italie : « Cusco est une belle ville. Le centre est joli (*carino*) mais, comme les autres villes péruviennes, a une périphérie très mal entretenue (*molto degradata*), avec trop de pauvreté (*povertà*) » (courriel du 03.07.14).

Le Cusco pauvre existe donc bel et bien et cohabite avec la magnificence patrimoniale.

### **1.1.6 Cusco patrimonial : caractère archéologique, historique et culturel**

Depuis 1933, la ville de Cusco est reconnue comme la « Capitale archéologique de l'Amérique du Sud » (Silverman 2002: 899). En effet, de par son histoire, d'abord nombril du *Tawantinsuyo*, ensuite

---

<sup>172</sup> Le sujet est vaste, multidimensionnel et dépasse le cadre de cette thèse. J'ai abordé cette problématique ailleurs en mentionnant diverses approches, statistiques et travaux (Terry 2011: 8-9, 18-22). Pour d'autres références, cf. notamment : de manière générale sur la pauvreté dans les Andes (Morlon 1992), au Pérou (Mayer 2018 [2002]: chap. 10; Bey 2003; Escobal et al. 2000), et par région (Herrera 2002); en matière d'éducation (Steckbauer 2000; Franco 2007; Benavides et al. 2010), d'« exclusion sociale » (Figueroa et al. 1996), d'inégalités ethniques (Carrillo 2005), d'insécurité alimentaire (Forero 2007), de malnutrition (PNUD et PMA 2007); en relation avec l'agriculture et l'ouverture du marché (Caballero 1980), avec le *minifundio* (Mariátegui 2007 [1928]; Chonchol 1995; Morlon 1992) ou en lien avec le risque climatique (sécheresse, gelés, grêles, inondations) (Molon 1992). Pour des indicateurs statistiques se référer notamment à INEI (2015, 2011).

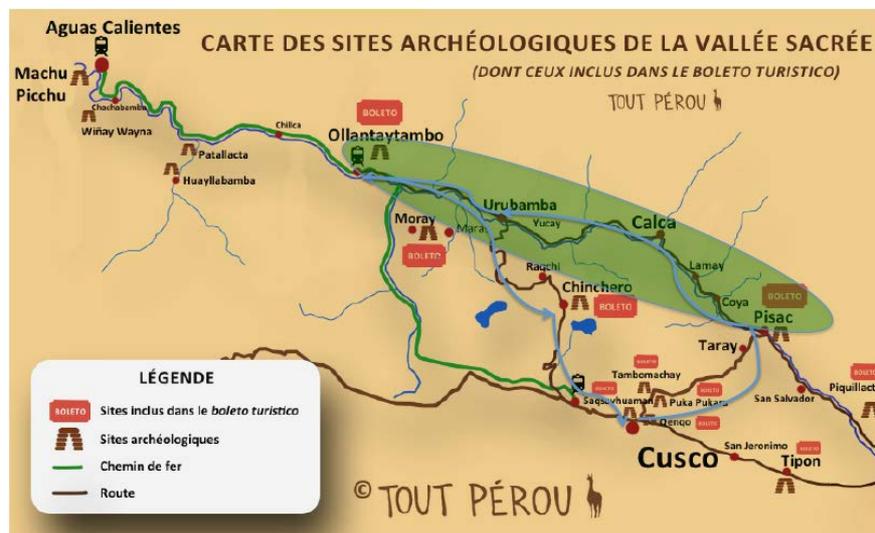
<sup>173</sup> Selon Contreras et Cueto (2013: 431-2), au début du XXI<sup>ème</sup>, la pauvreté – sur ces différentes définitions (alimentaire, monétaire ou en termes de besoins fondamentaux non satisfaits) – affecte encore la moitié de la population dont un quart se trouve en situation de pauvreté extrême. Si les chiffres de l'INEI pour 2010 montrent une baisse considérable (31% et 10 % respectivement), ces auteurs mettent en gardent que « certains analystes doutent de l'exactitude de telles informations » (Contreras et Cueto 2013: 432).

<sup>174</sup> En 2014, le Pérou est classé comme ayant un « Haut IDH » (0.734), occupant la 84<sup>ème</sup> place au niveau mondial. Pour plus d'information, voir : <http://hdr.undp.org/fr/composite/HDI> (consulté le 11.05.16). L'IDH varie cependant selon les régions, le Cusco étant au-dessous de la moyenne nationale, et comporte plusieurs provinces en situation encore plus critique, comme le montre un rapport de 2012 (cf. PNUD 2013: 217).

<sup>175</sup> À ce propos cf. Contreras et Cueto (2013: 409-437) qui montrent les limites de la politique néolibérale de l'État péruvien, ses contradictions et les problématiques sociales qui subsistent au XXI<sup>ème</sup>.

faisant partie du Vice-royaume du Pérou, Cusco a hérité d'un passé architectural important incaïque et colonial. La ville et la région entière abritent une série des constructions inca, parmi les plus importantes la forteresse de Saqsaywaman et d'Ollantaytambo, l'*Intihuatana* à Písaq avec ses terrasses, et le fameux Machu Picchu (cf. fig. 4 de la Vallée sacrée et les sites archéologiques de la région). Les ruelles de Cusco ou d'autres villages laissent également percevoir les traces du passé précolombien. Bâties souvent sur des bases incaïques, de nombreuses églises décorent également toute la région. En ville, la Cathédrale et la Compagnie situées au cœur de la *Plaza de Armas* de Cusco en sont de beaux exemples. Dans la campagne, la « chapelle Sixtine de l'Amérique » (*la capilla sixtina de América*) à Andahuaylas ou encore l'église coloniale de Chinchero (qui se trouve à quelques mètres d'une édification inca) sont des traces de l'héritage colonial.

**Figure 4 : La Vallée sacrée et les sites archéologiques de la région**



Tiré de la page Web d'un tour-opérateur français : <http://toutperoublogforum.com/forums/topic/itineraire-cuzco-machu-picchu-vallee-sacree/> (consulté le 24.11.17)

Image modifiée par l'auteur. Le cercle vert montre le circuit touristique de la Vallée sacrée. Les flèches bleues indiquent le sens classique de ce circuit (Cusco-Písaq, Urubamba, Ollantaytambo) qui comprend le retour par le village de Chinchero.

Dans le centre historique de la ville, le *Qoriqancha* nous renvoie particulièrement à ce double passé. Ce « Temple du Soleil » incaïque, devenu couvent durant la période coloniale, a été réaménagé lorsque le tremblement de terre de 1950 a dévoilé à nouveau sa structure préhispanique (cf. Bauer 2008 [2004]: 294-6). Aujourd'hui, le *Qoriqancha* décore avec ses murs incas la place où les touristes et les Cusquénien-ne-s se donnent rendez-vous chaque 24 juin pour l'*Inti Raymi* (cf. chap. 3.1.4); représentation qui y débute et finit à *Saqsaywaman*. À l'intérieur, des tableaux mettant en scène des Vierges et archanges, une cour de type colonial et des murs de pierre de l'époque inca aux qualités antisismique. Le *Qoriqancha* possède également un musée qui met en avant le passé incaïque en

soulignant une « continuité culturelle », malgré « l'invasion hispanique, avec 500 ans de résistance andine »<sup>176</sup>.

La liste du patrimoine matériel de la ville est conséquente, ce qui lui a valu sa reconnaissance comme patrimoine mondial de l'UNESCO en 1983 (la même année que le Machu Picchu) ; reconnue quelques jours plus tard par l'État comme « Patrimoine culturel de la Nation » (Silverman 2002: 899). En dehors du patrimoine matériel reconnu, des musées, des hôtels ou des restaurants possèdent des murs incaïques ou coloniaux. L'agence de voyage de mes parents était par exemple entourée par des murs incaïques. D'autres font construire des murs incas chez elles-eux, à l'instar des murs bâtis à *Il Giardino* par mon oncle. Le patrimoine matériel s'entremêle ainsi avec des constructions (néo-)incaïques plus récentes (cf. Silverman 2002: 884), comme le fameux monument à l'Inca Pachakuteq (cf. section 1.1.1).

Ce monument met en évidence le lien opéré entre patrimoine et culture par un certain discours politique sur lequel je reviendrai plus bas. Retenons juste que la ville impériale telle qu'on connaît aujourd'hui est pratiquement celle qu'Estrada a façonnée avec tant de monuments qui rendent hommage aux Incas et revalorisent le patrimoine archéologique et historique de la ville (cf. rôle important du maire dans Pacheco 2007: 148-55). Le maire a d'ailleurs baptisé plusieurs rues et avenues avec des noms en quechua et revendiqué le nom *Qosqo*, comme il a renommé la ville (cf. Silverman 2002: 885).

Le patrimoine immatériel complète cette liste. La région compte un répertoire des manifestations culturelles : danses, musiques, rites, etc. La DRC-Cusco répertorie, organise et promeut ce type de patrimoine, par exemple les Q'eros, *comuneros* qualifié-e-s des « derniers incas » (cf. plus haut le récit « Une précieuse rencontre » ; cf. aussi chap. 3.2). C'est le cas de leurs textiles perçus par l'institution comme des objets qui véhiculent un savoir-faire hérité des Incas et font l'objet des politiques de patrimonialisation. La DRC-Cusco effectue en effet un important travail historique, iconographique et technique sur leurs textiles (cf. chap. 2.3.1).

Suivant l'exemple des textiles de Taquile, devenus patrimoine immatériel de l'UNESCO, la DRC-Cusco cherche à ériger les textiles q'ero au même niveau. C'est là que réside le caractère patrimonial de ces objets, qui s'inscrit plus largement dans le panorama cusquénien décrit dans cette section, visant à exalter les manifestations matérielles et immatérielles, historiques, archéologiques ou culturelles. Par ailleurs, au-delà de cette politique, ces pièces sont appréhendées par les Cusquénien-ne-s comme relevant du patrimoine local, inscrites dans la mémoire collective de leur passé incaïque (cf. « mémoire » dans le chap. 7.3.1). Si certain-e-s n'utilisent pas toujours le terme « patrimoine », d'autres comme « identité », « héritage », « tradition » renvoient à ce que j'ai appelé filiation inversée (cf. Filage), notion qui relève de ces dynamiques patrimoniales où « le fils », ici chaque Cusquénien-ne contemporain, « engendre le père » (Pouillon 1975: 160), à savoir les Incas.

---

<sup>176</sup> Notes de terrain suite à une visite datée du 15.02.14. Pour une histoire du *Qoriqancha*, voir Puellas Escalante (2005) et Bauer (2008).

D'ailleurs le pronom « nous » qui accompagne souvent tous ces termes (*nuestro patrimonio, nuestra identidad cultural, nuestra herencia, nuestras tradiciones*, etc.) relèvent de cette filiation patrimoniale inversée manifeste dans le discours vis-à-vis des textiles andins.

Outre les textiles, d'autres manifestations culturelles sont concernées par la question patrimoniale. Il s'agit notamment de nombreuses célébrations dans toute la région cusquéenne durant toute l'année. Leur pertinence est telle que la Direction Régionale de Tourisme de Cusco (DIRCETUR-Cusco) élabore chaque mois un calendrier incluant les manifestations les plus connues. Le mois le plus important demeure juin, le mois des *Fiestas del Cusco* (cf. chap. 3.1) avec ses nombreuses activités quotidiennes : musiques, danses, théâtre, chants, foires artisanales (*ferias artesanales*) ou gastronomiques, etc., sans oublier l'*Inti Raymi*, le jour central des festivités cf. photos A.22 in annexes). Le *Corpus Christi*<sup>177</sup>, le pèlerinage de *Qoyllurit'i*, le *Santurantikuy* (foire de Noël ; cf. photos A.1-A.5 in annexes) et tant d'autres festivités – souvent de caractère religieux – complètent le grand répertoire de ce genre de manifestations. Sans parler d'autres événements, comme par exemple la construction du *Qeswachaqa*, ce pont fait de torsades et de tresses de paille dont la technique remonte à l'époque des Incas, et qui est entré au patrimoine de l'UNESCO en 2014, l'année même où je m'y suis rendu pour mon terrain. Ce dernier exemple illustre bien les processus de patrimonialisation à l'échelle internationale, à l'instar des textiles de Taquile.

Les aspects patrimoniaux englobent ainsi à des éléments historiques, archéologiques ou culturels et forment un ensemble (im)matériel qui caractérise particulièrement la région. Ces aspects comportent aussi une dimension identitaire pour les Cusquéen-ne·, pour lesquels le discours patrimonial est intimement lié à une dimension identitaire, à une mémoire collective, déjà évoquée plus haut avec le cas des textiles. Patrimoine et identité (locale ou régionale) sont ainsi souvent des termes associés et mobilisent les éléments cités précédemment. Parfois, ce patrimoine dépasse le simple cadre régional pour s'inscrire dans un projet plus large. Citons à cet égard le cas emblématique du *Qhapaq ñan*<sup>178</sup>, réseau routier incaïque qui relie les différents pays qui appartenaient jadis au *Tawantinsuyo*.

Qu'il s'agisse du *Qhapaq ñan*, des monuments ou des textiles, considérés comme faisant partie du patrimoine ou en voie de le devenir, on touche au processus de patrimonialisation, comme le cas cité des textiles q'eros. « Le terme patrimonialisation est essentiellement utilisé dans la recherche francophone pour désigner des actions et procédures, situées dans le temps, qui transforment des lieux, personnes, pratiques et objets en un patrimoine à protéger, exposer et valoriser » (Gillot et al. 2013 : 17), « des ressources matérielles, symboliques ou immatérielle à être sauvegardées, partagées et transmises aux générations futures au terme d'un travail complexe. Ce travail mobilise un ensemble de

---

<sup>177</sup> Fête d'origine catholique et coloniale où une quinzaine de saints et Vierges de la ville de Cusco et environs sont promenés autour de la *Plaza de Armas*, portés par des dévot·e·s. Il existe un débat sur les origines préhispaniques de la fête, selon lequel les *wakas* ou momies auraient été remplacées par ces figures catholiques. Pour en savoir plus sur ce débat et le *Corpus Christi* en général, cf. Pacheco (2007: 296-301; cf. aussi Huayhuaca Villasante 2014: 58-9; Galinier et Molinié 2006: 79-80; Molinié 2005).

<sup>178</sup> Pour une description un peu romantique du *Qhapaq Ñan* du Directeur de la DRC-Cusco, voir Ugarte Vega Centeno (2013). Pour une lecture critique, se référer à Rendón Puertas (2017).

valeurs, de représentations, de discours et des pratiques à connotation identitaire, culturelle et territoriale que partagent divers acteurs institutionnels, individuels ou collectifs » (De Suremain 2015: 5-6). Parmi ces acteur·e·s<sup>179</sup> figurent les Cusquénien·ne·s, qui mobilisent ce terme au quotidien, ou d'autres encore, qui le font pour effectuer la filiation patrimoniale évoquée précédemment ; filiation revendiquée et mobilisée fortement par le politique...

### **1.1.7 Qosqo, l'Empire contre-attaque : politique incaïste**

Cette référence au film *Star Wars* n'est pas uniquement métaphorique. Revenons sur l'exemple du monument de l'Inca Pachacutec qui cristallise bien cette idée du retour en force de l'incaïque par l'intervention politique. Au-delà de ce qu'il évoque depuis l'extérieur comme la description que j'en donne dans le récit (cf. section 1.1.1), son intérieur est encore plus évocateur comme l'annonce le panneau qui souhaite la bienvenue à l'entrée :

Nous t'invitons à t'immerger (*sumergirte*) dans un voyage touristique, symbolique, multisensoriel où tu parcourras les racines et les veines de la culture andine. Accompagne-nous à découvrir (*develar*) Pachakutec Inka Yupanqui imprégné (*impregnado*) dans notre sang, histoire et esprit péruvien.

La visite retrace la vie de l'empereur et son importance pour le *Tawantinsuyo* et pour les Péruvien·ne·s d'aujourd'hui :

Pachakutec vit entre nous. Dans notre culture andine le lien entre passé et présent continue à se manifester à travers les habitants et leurs idées [...] la culture andine se maintient aujourd'hui (*nuestros días*) et chacun doit apprendre à reconnaître, valoriser et renforcer les valeurs incas qui circulent à travers notre sang péruvien<sup>180</sup>.

« Pachacutec vit en nous ». Cette phrase laisse justement déduire la continuité de l'empire qui « circule dans les veines péruviennes ». « Le retour des vaincus : la ville impériale des néo-incas » titre de l'article de Molinié (2013) illustre bien cette idée. À l'instar de la révolte de Tupac Amaru II qui en 1780 a tenté de contre-attaquer par les armes la couronne espagnole pour rétablir l'Empire, comme le décrit cette anthropologue, l'Empire contre-attaque depuis le début du XX<sup>ème</sup> par une volonté politique de rendre Cusco plus incaïque. Je reprends ici le travail de Molinié (2013) qui évoque d'autres éléments clés pour soutenir cet argument et retracer le processus historique qui accompagne « le retour des vaincus », dont les origines remontent à l'époque coloniale.

Tout d'abord, elle mentionne l'indigénisme des années 1920 offrant un cadre politique national et régional qui rend envisageable un tel retour, au moins dans l'imaginaire, et ancré dans une idéologie nationale :

Les indigénistes de Cuzco, et en particulier Varcárcel [ouvrage *la Tempestad en los Andes*, 1927], apportent à l'invention indigéniste sa dimension mythique d'incaïsme tellurique<sup>181</sup>, tandis que Mariátegui et les Marxistes lui apportent sa dimension politique. Ainsi, c'est à travers un double mouvement, symétrique et inverse, de politisation du mythe et de mythification du politique, que s'élaborent les

---

<sup>179</sup> De Suremain (2015) parle d'acteur·e·s hétérogènes, dont les chercheuses·eurs. Pour l'implication de ces dernier·e·s dans les processus de patrimonialisation et les questions théoriques, méthodologiques et éthiques, voir Galipaud et De Suremain (2015).

<sup>180</sup> Transcription traduite de l'espagnol suite à la visite de ce monument le 28.02.14.

<sup>181</sup> « Courant de pensée attribuant à la nature un pouvoir sur les hommes » (Avanza 2003: 130).

fondements des représentations nationales : d'une part, on politise le mythe d'un Empire inca parfait et, de l'autre part, on mythifie l'unité politique d'une nation, en fait profondément divisée tant sur le plan social que culturel, en donnant de plus aux promoteurs de ce projet un droit d'autochtonie. Nous avons là un exemple de traitement magique de l'histoire qui produit un mythe générateur d'identité nationale (Molinié 2013: 350-1).

Dans le prolongement de la « politisation du mythe incaïque » s'opère une idéalisation de l'« Indien « civilisé » de l'Empire inca tout en évacuant l'« Indien colonial contemporain » (Molinié 2013: 349). Se créent ainsi des symboles politiques comme le drapeau du *Tawantinsuyo* ou l'hymne de Cusco (créé en 1944 et officialisé en 1984). De manière manifeste, le gouvernement d'Estrada contribue activement à rendre la ville encore plus incaïque, surtout architecturalement : au monument de l'Inca Pachacutec déjà mentionné, s'ajoutent des fontaines en forme de Puma, le condor du district de San Sebastian ou encore les terrasses du *Qoriqancha*. Le puma et le condor, à côté du serpent représentent les trois mondes de la « cosmovision andine » (*cosmovisión andina*) qui fait référence aux Incas (cf. *chakana* dans la photo A.33 dans les annexes). La petite place de *Limaqqamapa* comporte aussi une fontaine avec le couple légendaire de Manco Capac et Mama Ocllo décrit au début du chapitre.

En outre, le recours à la langue autochtone devient un autre moyen de revendication incaïque. Molinié (2013) remarque particulièrement le désir de « réincarner » le quechua, langue de l'Empire, même s'il diffère parfois de celui employé par les *comuneros* dans leur quotidien. L'Académie majeure de la langue quechua, fondée en 1987, prône toujours pour ce quechua impérial (cf. aussi Galinier et Molinié 2006; Le Borgne 2003: 141; Silverman 2002: 890)<sup>182</sup>. Le quechua est d'ailleurs fortement utilisé dans le milieu politique cusquéen, comme j'ai pu le constater à plusieurs reprises à la télévision ou dans des campagnes électorales (cf. chap. 3.3). D'ailleurs, les noms de partis que j'ai connus durant ma recherche tels que *Movimiento Tawantinsuyo* ou *Movimiento Regional Inka Pachakutec* illustrent bien une telle filiation à l'époque impériale.

À l'usage de « cette langue impériale » s'ajoutent d'autres actes politiques qui signifient la filiation incaïque. Un des plus manifestes est la participation du maire de Cusco à l'*Inti Raymi*, comme le souligne Molinié (2013). Lors du passage du *Qoriqancha* à *Saqsaywaman*, l'Inca (i.e. l'individu qui le personnifie) s'arrête à la *Plaza de Armas*. Sur cette place a lieu la rencontre entre le gouverneur régional de Cusco et l'empereur, rencontre lors de laquelle ce dernier lui donne un *qhipu* – objet textile d'origine incaïque<sup>183</sup> –, acte qui symbolise la transmission d'une bonne gouvernance (Molinié 2013: 353-6). Comme j'ai pu l'observer en juin 2014, la fontaine de la place (où trône d'ailleurs la

---

<sup>182</sup> Cette institution est « l'héritière de celle de 1953 » (Molinié 2012), fondée par l'élite cusquéenne. Avanza (2003: 130) cite d'autres académies de quechua dans les années 1920 qui promouvaient elles aussi une langue incaïque pure. Pour une critique de ce quechua impérial archaïque prôné par cette institution, cf. Itier (2009).

<sup>183</sup> Pièce textile préhispanique constituée de cordes et de nœuds. Cette pièce textile contient de l'information, notamment d'ordre statistique et comptable « comme les comptes de recensement et de tribut » (Urton 2004: 36). Pour en savoir plus, voir Fernández (2015), Arnold (2006) ou Ascher et Ascher (1981).

statue d'un Inca Pachacutec) est convertie en pyramide de style (néo-)incaïque à l'occasion des *Fiestas del Cusco* et constitue le lieu du passage du *qhipu* (cf. chap. 3.1.4).

Loin de se limiter à la sphère cusquénienne, Molinié (2013: 357-8) souligne également le cas du Président Alejandro Toledo dont la prise de pouvoir s'est effectuée au Machu Picchu dans une « cérémonie d'incanisation » au début du XXI<sup>ème</sup> siècle. Dans la description de cet événement, Silverman (2002: 882) soulève le discours incaïste du mandataire et son auto-proclamation comme le nouveau Pachacutec. Cette cérémonie rappelle en outre la marche de contestation à Lima menée par le candidat Toledo contre le gouvernement de Fujimory, qualifié de dictature à l'époque. Cette manifestation faisait explicitement référence au *Tawayntinsuyo* (i.e. *Marcha de los Cuatro Suyos*).

Les éléments développés par Molinié – que j'ai complété avec quelques matériaux ethnographiques – vont au-delà du politique et englobent plus largement la population cusquénienne. Dans « Touring Ancient Times: The Present and Presented Past in Contemporary Peru » Helaine Silverman (2002) décrivait déjà plusieurs de ces éléments tout en insistant sur le fait qu'il ne s'agit pas uniquement d'un processus politique de haut en bas (*top-down*) mais que la population locale y est fortement impliquée, par exemple à travers la création de festivals qui mobilisent l'imaginaire incaïque ou des expositions d'art (*art exhibits*) (Silverman 2002: 888-89). De son côté, Mendoza (2006) qui évoque aussi cette dimension politique, s'intéresse davantage au rôle des intellectuel·le·s et artistes (musique, danse et théâtre) dans la construction de l'identité régionale de Cusco. Ces dernière·s réutilisent des éléments incaïques, avec d'autres éléments associés aux populations autochtones en tant qu'elles sont perçues comme héritières de ce passé. Pour autant cela ne les empêche pas, dans le même temps, d'alimenter le racisme et les discriminations à leur encontre (Galinier et Molinier 2006; Avanza 2003; Le Borge 2003; cf. aussi chap. 5.4). Notons aussi le rôle de l'école (Galinier et Molinié 2006) et de la presse (Avanza 2003) dans le renforcement de cette construction identitaire liée au passé incaïque.

Si ma description s'est focalisée davantage sur la ville de Cusco, elle peut néanmoins s'appliquer plus généralement à toute la région, en tout cas du côté andin. Les statues des Incas, ou celles qui se réfèrent à la trilogie incaïque et décorent certains villages, constituent de ce point de vue des témoignages manifestes. J'ai notamment pu observer que la communauté Chawaytire comporte également des images des Incas gravées en terre cuite sur les murs des maisons par les *comuneros* elles-mêmes. Ce cas montre d'ailleurs la volonté du gouvernement local du district de Písaq – auquel Chawaytire appartient – d'encourager cette pratique (i.e. des concours avec des prix argent). À l'instar de Chawaytire, d'autres villages possèdent des décorations similaires réalisées par la population locale, sans exclure ce type d'encouragement de la part de la classe politique ou du tourisme<sup>184</sup>.

---

<sup>184</sup> Le cas de Chawaytire n'a pas été *a priori* influencé par le tourisme mais plutôt par le concours mentionné. Il existe d'autres villages où l'on trouve ces images sans la présence des touristes, par exemple la sculpture qui fait allusion à la trilogie andine dans le village de Calca. Toutefois, il est difficile d'exclure l'influence du tourisme

L'exaltation de l'Empire annonce ainsi le « retour des vaincus » car Cusco « n'a jamais été aussi inca, ses habitants hantés par leurs glorieux ancêtres, leur quechua aussi impérial et leurs rituels aussi nostalgiques du Tawantinsuyu » (Molinié 2013: 347). L'Empire a contre-attaqué son passé colonial et continue à le faire par une fierté incaïque des Cusquénien·ne·s ainsi qu'une référence constante aux « glorieux ancêtres » ; ce malgré la présence coloniale attestée par l'architecture, et une certaine admiration des Cusquénien·ne·s et des touristes vis-à-vis des vestiges coloniaux. Toutefois, c'est le passé incaïque qui est mis en avant comme source de fierté locale où le « nationalisme régional cusquénien (*Cuzqueño regionalist nationalism*) situe le glorieux passé de Cusco au cœur même de celui-ci (*at the very heart*) et [constitue] l'essence de la nation péruvienne » (Salas 2012: 45). Ce passé devient aussi une source économique grâce au tourisme<sup>185</sup>. Et peut-être paradoxalement, comme le rapporte Raymond (2001a), puisque Estrada voulait mettre en valeur la « grandeur incaïque » pour le peuple cusquénien et non pas pour les touristes, en tout cas non pas directement. Je reviendrai sur ce paradoxe dans la section 1.2.1.2.

## 1.2 Le tourisme : de l'aristocratie européenne au nombril du monde

D'abord réservé à l'aristocratie européenne (en particulier anglaise) du XVIII<sup>ème</sup> 186, le tourisme s'est progressivement « démocratisé » dès le XIX<sup>ème</sup> et consolidé après la deuxième guerre mondiale avec l'avènement du tourisme de masse (cf. Urry et Larsen 2012; Hoener 2008; Bloc-Duraffour et Mesplier 1992)<sup>187</sup>. Le tourisme est ainsi devenu un phénomène planétaire (Michel 1998). Cette touristification est toujours en expansion avec de nouvelles destinations et une diversification de l'offre (écotourisme, volontourisme, « dark tourism », « last chance tourism », etc.). L'émergence d'une nouvelle classe moyenne surtout au Nord, mais aussi dans les pays du Sud, contribue à cette expansion et nouvelles formes de tourisme (Mowforth et Munt 2009).

Le cas péruvien montre bien cette mouvance progressive du tourisme, phénomène accru dès les années 1990, suite au gouvernement néolibérale de Fujimori, et renforcée aujourd'hui par le Plan

---

dans d'autres cas, en tout cas en tant qu'élément d'encouragement. La limite entre ce qui relève de l'individuel, du politique et du tourisme est parfois difficile à retracer (il pourrait s'agir des dynamiques synergiques).

<sup>185</sup> À ce sujet, Pacheco (2007: 24) rapporte que le tourisme est source de fierté et de revenu au niveau régional.

<sup>186</sup> Il n'y a pas de véritable accord sur la genèse du tourisme. Certain·e·s le situent à l'Antiquité gréco-romaine (par ex. Hoerner 2008) alors que d'autres l'imputent aux « voyageurs humanistes » du XVI<sup>ème</sup> (par ex. Boyer 1999). Pour une histoire du tourisme (avant l'heure) depuis l'époque antique, voir Feifer (1985).

<sup>187</sup> Concernant l'avènement du tourisme de masse, Rossel (1984 : 81) met en avant les étapes significatives du tourisme, comme par exemple la révolution industrielle, le développement des transports ou l'émergence de la « société de consommation » avec l'augmentation des salaires et des congés payés après la Seconde Guerre mondiale. Malgré cette « démocratisation », ce terme utilisé par certains auteur·es doit être pris avec précaution puisque, selon Hoener (2008: 64), « [m]oins du tiers des habitants des pays riches ne part pas en vacances mais 90% de ceux des pays pauvres ignorent même le sens de ce mot ... ». Selon Boyer (1999: 124), le tourisme comporte un « non public » contrairement à d'autres loisirs comme la télévision qui « ont réussi [...] à pénétrer la quasi-totalité de la population ».

Stratégie National du Tourisme (PENTUR)<sup>188</sup>. Celui-ci illustre bien la volonté politique de touristification du pays :

L'objectif principal du PENTUR est de placer (*posicionar*) le Pérou comme destination touristique compétitive et durable (*sostenible*). À travers celui-ci on cherche à augmenter les devises générées par le tourisme réceptif et à accroître les flux des touristes nationaux et internationaux.

En même temps, on cherche à consolider et à diversifier l'offre touristique, à promouvoir la culture touristique entre les Péruviens, à encourager le lien institutionnel (*fortalecimiento institucional*) des entités de l'État et des institutions chargées de la gestion des destinations, parmi d'autres objectifs permettant de transformer le tourisme en un outil de développement économique, social, culturel et environnemental (MINCETUR 2013: 7).

Le PENTUR vise ainsi le renforcement d'une touristification dans le cadre de la politique néolibérale péruvienne. Il encourage d'ailleurs le développement touristique en partenariat avec le secteur privé. Outre la compétitivité, la sécurité, la qualité ou la gouvernance, ce plan désire diffuser une « culture touristique » qui inclut la participation de toute la population pour que « le touriste se sente « comme à la maison » » (MINCETUR 2013: 41). Le tourisme deviendrait ainsi une affaire de tout-e Péruvien-ne appelé-e à contribuer à son maintien et à sa bienveillance ; le PENTUR apparaît comme un véritable *guideline* pour assurer la croissance au Pérou. L'analyse historique proposée par Norma Fuller (2008 : chap. 6) insiste effectivement sur le développement touristique du pays<sup>189</sup> sur la volonté étatique de diversifier l'offre touristique du pays notamment depuis les années 1990, avec un État qui assume de plus en plus le rôle de promoteur touristique et laisse l'investissement au secteur privée dans une optique de politique économique néolibérale.

C'est dans ce panorama qu'il devient possible de mieux comprendre le développement du tourisme à Cusco lequel inscrit dans un processus diachronique, comme nous le verrons par la suite.

## **1.2.1 Le tourisme dans le nombril du monde : approche historique**

### **1.2.1.1 Antécédents et développements**

L'anthropologue cusquénien Jorge Flores Ochoa (1996) affirme que la promotion publicitaire et les services montrent l'existence du tourisme déjà durant la première décennie du siècle passé, malgré l'inexistence de statistiques et donc l'impossibilité de connaître l'ampleur du phénomène.

Dans « Cuzco : du « nombril du monde » au cœur touristique », Raymond (2001a) fournit une histoire du processus de touristification de Cusco, en particulier de la ville, qui s'effectue au cours du XX<sup>ème</sup> siècle. L'auteure détaille divers facteurs locaux, nationaux et mondiaux qui contribuent progressivement à une croissance touristique surtout dès la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle (dont certains évoqués plus haut). Parmi ces facteurs, elle cite principalement :

---

<sup>188</sup> Je n'évoque ici que certains aspects du PENTUR ; pour plus de détails voir [http://www2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/PENTUR\\_Final.pdf](http://www2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/PENTUR_Final.pdf) (consulté, le 10.05.16).

<sup>189</sup> Pour une histoire du tourisme au Pérou, voir notamment Fuller (2008 : chap. 6) qui aborde une série d'éléments nationaux et mondiaux qui ont contribué au développement de cette activité au Pérou.

- L'héritage historique (incaïque, mais aussi colonial)<sup>190</sup> qui sert de base pour l'offre touristique de Cusco où le Machu Picchu fait figure d'attraction touristique principale (cf. plus de détails dans la section 1.2.3)
- L'amélioration des infrastructures de circulation à l'intérieur du pays (ferroviaire dans les années 1900 et routières puis aérienne dès 1940) et à l'extérieur de celui-ci (grâce au développement aéronautique d'abord des charters européens et états-uniens entre 1972 et 1982 puis des vols réguliers)
- La volonté de l'État péruvien des années 1960-1970 de développer le tourisme de la région andine (notamment entre Cusco et Puno), ce qui se traduit par la création du Fonds de Promotion Touristique (FOPTUR) (qui deviendra PromPerú), du Centre de Formation en Tourisme (CENFOTUR) et puis de l'Institut National de Culture (INC) dont la filiale de Cusco (la DRC-Cusco) joue un rôle capital pour le tourisme
- Le plan COPESCO (coopération Pérou-UNESCO) qui soutient un tel développement en créant notamment le circuit touristique connu sous le nom de Vallée sacrée (cf. fig. 4 plus haut)<sup>191</sup> et le train reliant Cusco-Puno
- L'émergence des centres de vacance qui accueillent surtout les touristes cusquéniens (terme que Raymond (2001a: 125) utilise explicitement)
- L'investissement privé promu entre autres par la réforme agraire de 1969 (latifundistes expropriés reconvertis en entrepreneurs touristiques<sup>192</sup>), ce qui se traduit par l'augmentation du nombre d'hôtels dans la région (Raymond (2001a: 125) parle de véritable « hotelomania ») et d'autres établissements (par ex. restaurants, bars, agence de voyages, « boutiques d'artisanat »)
- Du côté des touristes, une certaine attirance dans les années 1970 pour les Andes (tout comme pour l'Himalaya) notamment comme « destination de mode chez les jeunes, la classe moyenne et les intellectuels » puisque « [r]elativement peu coûteuses » et assurant « la promesse d'un espace d'authenticité, de liberté, d'aventures à l'écart de la civilisation occidentale et de sa société de consommation » (Raymond 2001a: 128). Cela se marie bien avec l'imaginaire de cette région où « [l]e berceau de l'Empire inca offre non seulement son passé mythique, ses « Indiens typiques », mais aussi ses paysages » et qui, en plus, se consolide comme « porte d'entrée de l'Amazonie » (Raymond 2001a: 130)

---

<sup>190</sup> Raymond (2001a : 123) insiste en particulier sur la dimension patrimoniale-architecturale en particulier du centre historique de Cusco : « Les composantes essentielles de l'offre touristique actuelle de Cuzco sont déjà en place au début du XIX<sup>e</sup> siècle et les périodes républicaines et contemporaines ne modifient pas fondamentalement la morphologie urbaine de la ville, en particulier de son centre historique ».

<sup>191</sup> Ce circuit qualifié de « classique » par Raymond (2001a) est encore en vigueur à l'heure actuelle.

<sup>192</sup> Les bons donnés par le gouvernement militaire aux anciens propriétaires terriens pour les expropriations foncières permettent un investissement notamment dans le domaine hôtelier (Raymond 2001a: 126-127).

- La patrimonialisation de la ville de Cusco (1983) par l'UNESCO, qui encourage les politiques de restauration

La touristification graduelle de Cusco est ainsi le fruit d'un processus complexe. Flores Ochoa (1996) s'y réfère de manière plus sommaire tout en montrant la croissance du phénomène et la diversification progressive du tourisme. D'abord « culturel et historique » et « ethnique » (i.e. populations autochtones et ses pratiques telles que la danse, l'habillement ou l'« artisanat »), il devient plus tard également « mystique » (cf. aussi Pacheco (2007: 390) qui parle de « tourisme hippy » des années 1960; cf. aussi Molinier 2012 et Galinier et Molinier 2006 qui l'associent au mouvement *new age*). En outre, Flores Ochoa et Raymond montrent l'évolution du profil des touristes au fil du temps. Pour Raymond, dans les années 1960-1970, celles·ceux-ci sont majoritairement des « riches touristes nord-américains, japonais et européens » et des « jeunes routards » (notamment de l'Amérique du Sud) pour englober ensuite une population beaucoup plus hétéroclite que l'on connaît aujourd'hui. Outre les facteurs sous-mentionnés, Pacheco (2007: 125) cite un autre élément non négligeable : la création de la Faculté de tourisme de l'UNSAAC suivie d'une multiplication d'instituts, ce qui permettra à des Cusquénien·ne·s comme ma mère de se former dans ce domaine.

Poursuivons désormais avec la période la plus sombre du tourisme qui finit néanmoins par une croissance de l'activité plus marquée qu'auparavant.

### **1.2.1.2 De la dépression à l'« euphorie » du XXI<sup>ème</sup> siècle**

Selon Flores Ochoa (1996), la croissance du tourisme qui commence en 1954, avec un pic en 1986, se heurte à la conjoncture de la fin des années 1980 : terrorisme, choléra, hyperinflation, manque d'infrastructure touristique et crises économiques en Europe et États-Unis<sup>193</sup>. La mauvaise image du pays aux yeux des touristes fait fuir plusieurs touristes, bien que Cusco reçoive toujours des touristes et que la région demeure relativement à l'abri du terrorisme<sup>194</sup>.

Face à cette situation, les mesures politiques des années 1990 jouent un rôle capital. Le Président Fujimori relance le tourisme dans le pays, en renforçant la stabilité économique et politique (en mettant fin au terrorisme et en appliquant des mesures contre l'hyperinflation). Il annonce le « boom touristique » reposant sur une politique néolibérale qui a pour but d'attirer l'investissement privé dans le secteur.

De son côté, Cusco devient, de par son importance touristique, le « lieu de tous les excès et le tourisme y apparaît alors comme une activité bien difficile à réguler, chacun à son tour en fait les frais » (Raymond 2001a: 133). Raymond illustre cette transformation de la ville de Cusco liée au tourisme par la quantité et la dispersion des agences de voyage et des hébergements dans la ville (cf.

<sup>193</sup> Les trois premiers facteurs sont notamment cités par Raymond (2001a) et le reste par Flores Ochoa (1996). Selon Raymond (2001a : 132), l'année 1992 représente la chute du tourisme la plus significative à Cusco.

<sup>194</sup> Aisner (1988) émet l'hypothèse que le tourisme a fait fuir le terrorisme de Cusco (cité in Raymond 2001a: 131).

fig. A.3 et A.4 dans les annexes). Molinié (2013) fait le même constat d'une ville où les nombreuses discothèques et cyber-cafés contrastent avec l'image incaïque que l'on se fait d'elle et que la population projette avec « une créativité, une exubérance et une insolence jusqu'alors inconnue » (Molinié 2013: 347).

Cette touristification – qui semble déranger ces deux auteurs – n'est pas sans causer un certain mécontentement chez les Cusquénien·ne·s, surtout de par la réappropriation du patrimoine, comme le souligne Raymond. Dans ce panorama, le gouvernement régional gauchiste de Daniel Estrada s'oppose à la politique néolibérale fujimoriste. Sa posture est en effet la suivante : « le patrimoine historique de la région est cuzquenien avant d'être péruvien et péruvien avant d'être de l'humanité » (Raymond 2001a: 136). Fier du passé incaïque, le gouvernement d'Estrada exalte et remémore ce passé dans le discours et la pratique, comme l'illustrent le monument à Pachacutec et bien d'autres exemples donnés précédemment (cf. section 1.1.6). Ces exemples montrent la volonté politique de la construction d'une identité régionale autour du passé incaïque, du *Qosqo* impérial.

L'action politique d'Estrada finit toutefois par être favorable au tourisme grâce à la revalorisation patrimoniale de l'héritage incaïque, comme l'indique Raymond (2001a). En tout cas, son mandat ne stoppe ni le flux touristique, ni l'euphorie pour le tourisme :

Une véritable euphorie a alors gagné les Cuzqueniens qui ont voulu se lancer dans l'aventure touristique : une multitude de petites agences, de petits hôtels, de petits restaurants, de petites boutiques ont ouvert en même temps, provoquant une concurrence féroce et destructrice. Le centre historique a vu fleurir les boutiques touristiques multifonctionnelles, pour ne pas dire les « bazars » touristiques, les enseignes vantant les prix, les tours ou les menus et les vendeurs d'artisanat vendant leur marchandise à même le sol et gênant la circulation piétonne sous les arcades (Raymond 2001a: 137).

Cette description – qui reste d'actualité – met en évidence la touristification mise en œuvre, surtout dès la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. De son côté, Guillermo Salas (2012: 47) met l'accent sur la privatisation du tourisme liée notamment aux investissements étrangers et au développement d'un « tourisme d'élite ». Cette situation illustre en outre le mariage entre tourisme et art-isanat et l'importance de l'activité touristique dans une région où il y a peu d'alternatives économiques rentables (Flores Ochoa 1996), mis à part le secteur minier (cf. section 1.1.4). Cela s'entremêle avec le discours idéologique sur le tourisme qui tend à exalter ses véritables bénéfices et soutient l'euphorie vis-à-vis cette activité.

### **1.2.2 Cusco vit du tourisme : entre réalité et idéologie**

Si Raymond conclut que l'avenir du tourisme à Cusco demeure incertain (en raison de la stagnation du tourisme, des scandales politiques ou d'un certain désintéressement pour cette destination), la DIRCETUR-Cusco prédit un avenir prometteur à l'appui des statistiques montrant la hausse du tourisme et de la circulation de devises les dernières années au niveau national et régional (cf. plus bas graphiques 1 et 2). Les propos ci-dessous témoignent du discours institutionnel favorable au tourisme :

Cusco étant la meilleure destination touristique du pays, de par son legs historique et culturel (*legado histórico y cultural*) reconnu dans le monde entier [et que] précisément ces attractions ont placé le Pérou

comme pays leader en Amérique latine, par la réception du plus grand nombre de visiteurs étrangers (*en recibir al mayor número de turistas extranjeros*), il est clair que le tourisme est une activité d'inclusion sociale tout comme une source génératrice (*ser fuente generadora*) de flux économiques permettant d'affronter (*hacen frente*) le problème d'extrême pauvreté ... (DIRCETUR-Cusco 2014: vi).

Des auteur·e·s comme Salas (2012) confirment cette hausse du tourisme au cours du XXI<sup>ème</sup>. Selon les estimations avancées par Raymond (2001a: 123) à l'aube du nouveau siècle, Cusco recevrait « 80% des touristes internationaux entrés au Pérou ». Autrement dit, « [Cusco] reçoit davantage des touristes à l'année qu'elle n'a pas d'habitants ».

D'après les données du PromPerú (2015: 20), Cusco demeure la région la plus visitée du pays après Lima<sup>195</sup>. Sur la base de mes observations de terrain et de mon expérience professionnelle, j'ai aussi pu constater le flux touristique important dans le cas spécifique du *Parque de la Papa* où l'on observe la montée des touristes et du revenu, notamment pour la période 2008-2010, passant de 159 à 491 touristes, soit le triple (cf. Terry 2017: 146 ; cf. aussi Terry 2011: 31).

À cette montée chiffrée s'ajoute le discours local qui évoque l'importance du tourisme. L'idée récurrente que « Cusco vit du tourisme » (*El cusco vive del turismo*) est présente dans le discours de mes interlocutrices·eurs et des institutions publiques et privées<sup>196</sup>. Cette idée est aussi soutenue dans les médias et le milieu politique de la région (Salas 2012), qui peuvent s'appuyer sur des indicateurs statistiques favorables<sup>197</sup>. En témoignent les propos d'une fonctionnaire de la DIRCETUR-Cusco. Si celle-ci affirme qu'un unique indicateur statistique pour connaître le nombre des touristes n'existe pas (par ex. les entrées au Machu Picchu, le nombre des client·e·s des hôtels, etc.), elle insiste toutefois sur l'importance du tourisme comme une source de revenu et d'emploi local (Eva Fernandez, 03.04.14).

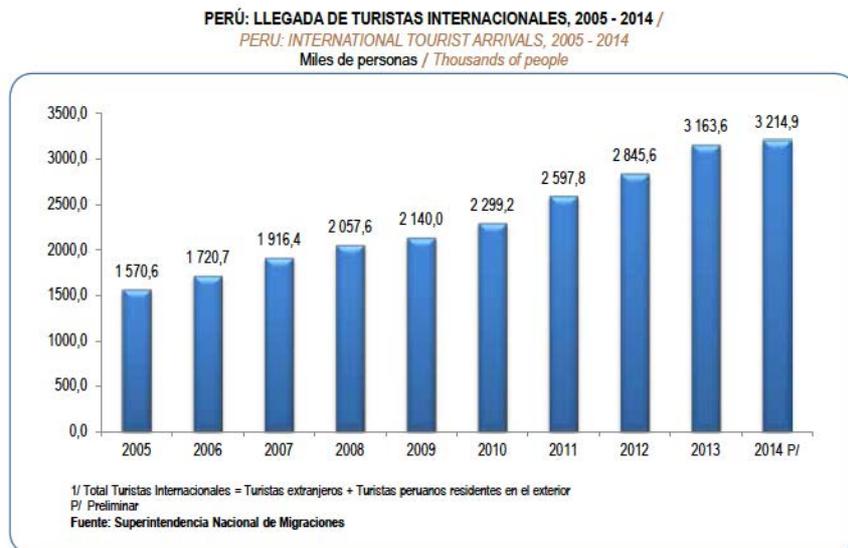
---

<sup>195</sup> Selon le rapport, cela s'explique en partie par le fait que l'aéroport international du Pérou est à Lima. Bien qu'il soit possible de faire une connexion immédiate (une vingtaine de vols jusqu'à environ 19h), certain·e·s touristes préfèrent visiter la capitale, par exemple pour faire du tourisme culinaire (cf. le cas emblématique du festival gastronomique *Mistura*).

<sup>196</sup> L'idée que le tourisme bénéficie à la population locale est partagé par les touristes, notamment péruvien·ne·s (cf. les rapports de l'OGD-Cusco 2014, 2013).

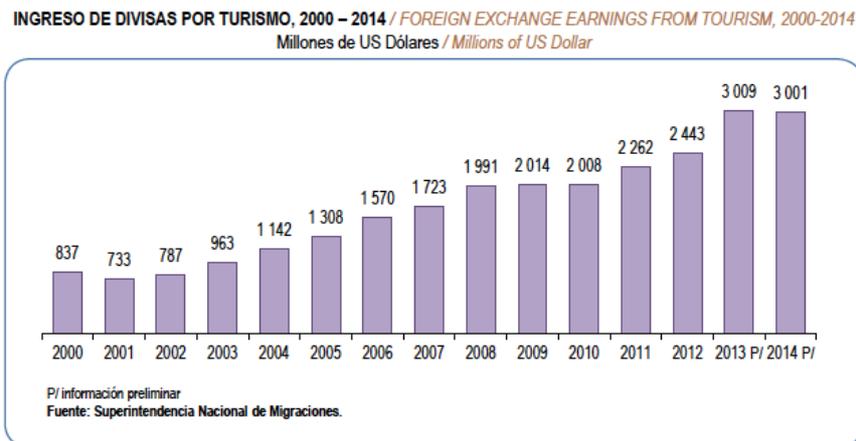
<sup>197</sup> Raymond (2001a: 137) écrit à ce propos que le gouvernement de Fujimori utilisait les « preuve de sa réussite politique, en faisant miroiter l'afflux toujours croissant de milliers voire de millions de touristes au Pérou ». Elle souligne le choix d'une définition large de « touriste » promue par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), définition qui englobe différents motifs de voyage (par ex. les voyages d'affaire, les visites à la famille, etc.).

## Graphique 1 : Arrivée des touristes étrangers au Pérou, 2005-2014



Source : INEI (2015: 83) . Pour plus de détails cf. tableau A.5 dans les annexes.

## Graphique 2 : Revenus touristiques, devises étrangères 2005-2014



Source : INEI (2015: 84).

D'autre part, il ne faut pas non plus négliger les protestations qui émergent à Cusco en lien avec le tourisme (Guevara 2014; Guigon 2009; Salas 2012; Silverman 2002: 887-8). En octobre 2015, de retour d'un voyage, j'ai subi les effets d'une grève régionale de la population cusquéenne qui a duré deux jours. C'était une réponse à l'intention de l'État national de privatiser des lieux patrimoniaux d'intérêt touristique, notamment des sites archéologiques<sup>198</sup>. Cette grève m'a retenu environ douze heures dans un bus. Afin de poursuivre leur itinéraire, plusieurs passagè·e·s ont décidé de marcher durant cinq heures environ jusqu'à la ville de Cusco depuis Tipón, un des sites archéologiques incaïques cible de cette privatisation. De nombreuses·eux touristes n'ont pas pu se rendre au Machu

<sup>198</sup> Salas (2012: 35-55) documente bien ces problématiques autour du tourisme qui provoquent des grèves et un sentiment d'exclusion de la part des Cusquéen·ne·s. Il cite à ce sujet une autre tentative de privation du patrimoine de la part du Congrès péruvien qui avait provoqué l'indignation de la population cusquéenne.

Picchu à cause de la grève. D'autres ont dû aller à pied jusqu'à l'aéroport. Pour finir, Cusco a obtenu la dérogation d'un projet de loi émise par le congrès de la République<sup>199</sup>. Cet exemple témoigne d'un mécontentement des personnes vis-à-vis des mesures politiques liées au tourisme, à l'instar d'autres protestations plus récentes à l'égard du nouvel aéroport de Cusco, source de fortes polémiques (cf. Garcia 2018; 2015: chap. 8). Ce type de manifestations ne remet pas du tout en question l'importance du tourisme pour la région, montrant au contraire la centralité des enjeux économiques qui s'y rattachent. Le tourisme est ainsi perçu comme une source de revenu importante, de manière directe ou indirecte, pour la population urbaine et rurale de la région de Cusco.

Ces considérations nous laissent percevoir l'importance du tourisme basée sur une réalité statistique et soutenue par une idéologie locale pro-tourisme. D'autre part, elles permettent de voir les effets contradictoires entre enjeux économiques et patrimoniaux et les conflits qui peuvent en dériver.

### **1.2.3 Machu Picchu : patrimoine touristique du *Gringo trail***

« Les Incas ont été les principaux constructeurs (*main builders*) non seulement du passé grandiose (*past grandeur*) mais aussi des conditions clés pour [rendre] possible l'industrie du tourisme contemporain (*the key condition of possibility of contemporary tourism industry*) » (Salas 2012: 46; cf. aussi Pacheco 2007: 159).

Depuis sa « découverte scientifique » par l'archéologue états-unien Hiram Bingham en 1911, cette citadelle incaïque est progressivement devenue connue au niveau mondial (cf. notamment Mendoza 2006: 91-94). En tant que patrimoine de l'UNESCO (1983), récemment élue une des sept merveilles du monde (le 07.07.07)<sup>200</sup>, le Machu Picchu demeure une des attractions touristiques principales du Pérou (cf. photo 1 ci dessous). Son importance touristique est notée par différents auteur·e·s (Molinié 2013; Salas 2012; Mendoza 2006; Raymond 2001a; 2001b) et confirmée par les statistiques sur le nombre de visites quotidiennes. D'après le rapport « Perfil del turista extranjero 2014 », 78 % des touristes étranger·e·s avaient comme motivation principale d'aller au Pérou pour « visiter/connaitre le Machu Picchu » (PromPerú 2015: 25). À en croire d'autres statistiques pour la même année, 96% des touristes étranger·e·s à Cusco ont visité la citadelle<sup>201</sup>.

Ma recherche souligne également cet aspect de manière qualitative. Parmi une centaine de mes interviewé·e·s étrangers, la (quasi) totalité d'entre eux s'y était rendu ou voulait s'y rendre, sauf

---

<sup>199</sup> Voir l'article de presse : <http://larepublica.pe/impres/politica/712595-derogan-dl-1198-sobre-privatizacion-de-bienes-arqueologicos> en espagnol ou [https://www.opinion-internationale.com/2016/01/15/perou-la-gestion-du-patrimoine-culturel-en-question\\_39661.html](https://www.opinion-internationale.com/2016/01/15/perou-la-gestion-du-patrimoine-culturel-en-question_39661.html) en français (consultés, le 12.05.16).

<sup>200</sup> <http://world.new7wonders.com/?n7w-page=new7wonders-of-the-world> (consulté le 11.05.16). Notos que lors de la remise des prix, la personne qui avait reçu le prix et qui était coiffée d'un bonnet utilisé notamment par les Q'eros, représentait probablement un Inca. Pour Salas (2012 : 47), l'élection du Machu Picchu comme nouvelle merveille n'a pas seulement attiré un plus grand nombre de touristes mais elle a aussi renforcé la fierté des Cusquénien·e·s pour leur région natale.

<sup>201</sup> Ces statistiques ne figurent pas dans le rapport mais je les ai retrouvé sur le site : <http://media.peru.info/impp/2014/Perfil-Turista-Extranjero/Lugar-Visitado/Tips-PTE-2014-Turista-que-visita-Cusco.pdf> (consulté le 09.05.16)

quelques rares (non-)touristes que j'ai connu·e·s (cf. Filage) voulant surtout fuir la « foule » ou les « sentiers battus » du tourisme. C'est le cas d'un couple d'ami·e·s français qui m'avait rendu visite en 2014 : alors que Juliette l'avait déjà visité lors de son premier voyage au Pérou, Timo ne voulait pas « faire les choses des touristes ». Hormis ces cas exceptionnels, il est « difficile de se rendre au Pérou sans voir le Machu Picchu », comme me l'ont souligné plusieurs touristes de différentes manières. Les Cusquenien·ne·s, quant à eux, ont la possibilité d'y accéder gratuitement les dimanches<sup>202</sup>.

De manière plus générale, les Péruvien·ne·s « rêvent de se rendre au moins une fois dans leur vie » à Cusco pour connaître les vestiges de l'Empire inca qui font partie de l'histoire nationale (Raymond, 2001a: 121-122) dont le Machu Picchu. Plusieurs le visitent durant les voyages organisés à la fin de l'école primaire ou secondaire<sup>203</sup>. Moi-même, alors que j'étais à l'école au Chili, je m'y suis rendu avec ma classe pour la fin des études, ce qui montre l'attrait du lieu en dehors du pays.

Le *tourist gaze* (Urry 1990) au Pérou est donc fortement associé à cette citadelle médiatisée dans la planète par différents moyens et supports. Elle fait partie de ces attractions que décrit Dean Maccannell (1976) comme étant des incontournables pour les touristes. Comme l'affirme Lucas, un touriste français, ne pas se rendre au Machu Picchu « c'est comme aller à Rome et ne pas voir le Colisée ». Dans le cas précis du Pérou, ce que l'on nomme dans le langage touristique « *Gringo trail* »<sup>204</sup> illustre ce *gaze* en redessinant le parcours classique des touristes (cf. fig. 5 ci-dessous). Celui-ci comprend l'incontournable visite du Machu Picchu en passant par des endroits tels que les îles Ballestas, les dunes de La Huacachina, les lignes de Nasca, la vallée de Colca et le lac Titicaca. Parfois ce *trail* s'étend même à d'autres latitudes<sup>205</sup> du sous-continent notamment le Salar d'Uyuni (Bolivie) ou San Pedro de Atacama (Chili).

Le Machu Picchu s'est consolidée ainsi comme « patrimoine touristique » (Raymond 2001a: 123), de par son statut historique et sa reconnaissance mondiale. S'il est le « moteur touristique » de Cusco en tant que principale attraction, le tourisme de la région ne s'y réduit pas, mais inscrit la citadelle dans une offre plus large, et en constante reformulation et diversification.

---

<sup>202</sup> Cette gratuité est relative, car s'il est vrai que les Cusquénien·ne·s ne payent pas le dimanche, il faut compter le prix du billet de train (10 USD environ aller et retour) (100 USD pour les touristes étrangèr·e·s) et éventuellement la montée en bus au Machu Picchu et une nuitée.

<sup>203</sup> Selon le rapport sur les Fêtes de Cusco, 22% des touristes nationaux interviewé·e·s appartiennent à cette catégorie (OGD-Cusco 2013: 16). Toutefois, les statistiques n'indiquent pas s'il s'agit d'écolier·e·s ou non.

<sup>204</sup> Pour un exemple concernant ledit *gringo trail* : <http://howtoperu.com/2010/07/22/classic-peru-itinerary-the-gringo-trail/> (consulté le 06.05.16). Pour une définition du terme « gringo », voir Filage.

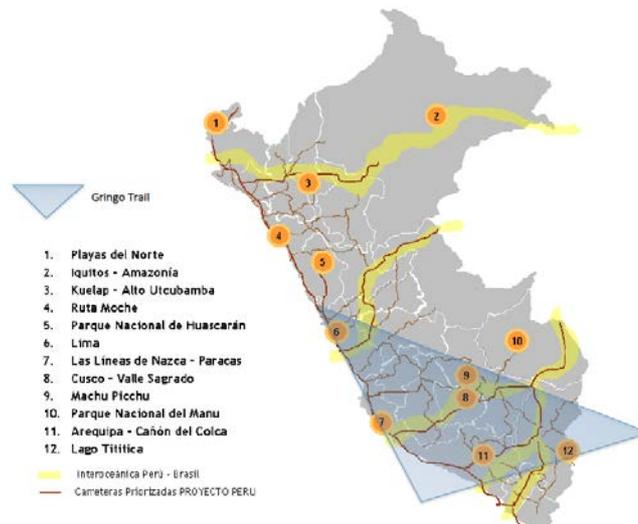
<sup>205</sup> Le *Gringo trail* ne semble pas se limiter au Pérou puisque Wikipedia lui consacre une page : [https://en.wikipedia.org/wiki/Gringo\\_Trail](https://en.wikipedia.org/wiki/Gringo_Trail) (consulté le 06.05.16).

**Photo 1 : La citadelle incaïque de Machu Picchu**



Photographie de l'auteur prise en mai 2014.

**Figure 5 : Le Gringo trail**



Source : MINCETUR (2008: 46). Modifications de l'auteur.

### **1.2.4 « Dé-machupicchisons » Cusco : vers une diversification du tourisme**

Lors de notre rencontre au bureau de l'Organisation de gestion de la destination Cusco (OGD-Cusco), situé au sein de la DIRCETUR-Cusco, le directeur affirme qu'« il faut *dé-machupicchiser* Cusco » (*Hay que demachupicchizar Cusco*). Par ce néologisme, il prône une diversification de l'offre touristique. Le terme peut paraître paradoxal puisque son discours appelle à des alternatives touristiques qui incorporent ce site plutôt que de s'en détacher complètement (*dé-machupicchiser*).

Initialement financée par la Coopération suisse, l'OGD-Cusco travaille aujourd'hui avec une série d'acteur·e·s touristiques régionaux (entités gouvernementales, ONG, secteur privé, *comuneros*) pour accompagner le développement touristique en étendant l'offre. Dans la même veine, l'expert en tourisme Roger Valencia (qui deviendra d'ailleurs vice-ministre du tourisme du pays en 2016) revient sur ce sujet à l'occasion d'une conférence. De manière plus spécifique, il évoque la nécessité de

diversifier l'offre touristique en élargissant les points d'entrée au Machu Picchu. Cela encouragerait les touristes à prolonger leur séjour à Cusco et engendrerait plus de revenus. Pour Valencia, Cusco devrait devenir un « *hub* touristique » interconnecté aux principales villes de l'Amérique du Sud afin d'accroître le flux touristique. Il s'agit d'un flux aérien visible au niveau national par l'offre croissante durant ces dernières années de vols journaliers, une vingtaine si l'on compte uniquement LATAM, la compagnie la plus importante<sup>206</sup>.

Le directeur de l'OGD et Roger Valencia manifestent leurs préoccupations vis-à-vis de la « dépendance » au Machu Picchu. Certes, *dé-machupicchiser* Cusco semble très difficile étant donné son importance touristique et qu'une grande majorité des touristes veulent s'y rendre. Ces dernières années l'on assiste tout de même à une progressive diversification de l'offre. À l'image du *boleto turístico*<sup>207</sup>, ticket qui donne accès à plusieurs lieux d'intérêt touristique dans la région (principalement des sites archéologiques et des musées), d'autres districts proposent leur propre *boleto turístico*. C'est le cas de Písaq avec une volonté de la municipalité de promouvoir le tourisme local.

J'ai pu aussi percevoir que les tour-operators proposent un ample choix des circuits outre le Machu Picchu qui vont des plus classiques (city-tour, Vallée sacrée, salineras de Maras souvent combinés avec le site archéologique de Moray, etc.) aux plus récents, notamment des treks de quelques jours (*Salkantay*, *Ausangate* ou *Choquequirao*, appelé d'ailleurs le *nouveau Machu Picchu*). L'offre est constamment diversifiée et actualisée comme en témoigne le cas de la *Rainbow Mountain* (ou la montagne de Vinicunca). Devenue connue pour ses couleurs en arc-en-ciel depuis 2015, elle fait désormais partie de l'offre touristique de la région, visitée par un nombre grandissant de touristes, surtout des jeunes.

Plus proche de mon étude, on peut également se pencher sur l'offre grandissante du TRC promu particulièrement par l'État depuis une dizaine d'années. Divers travaux se sont focalisés sur la question dans plusieurs régions du pays (Gascón 2013, 2011, 2005; Fuller 2011; Zorn 2004) et particulièrement à Cusco (Terry 2017, 2016, 2011, 2009; Pérez Galán et Fuller 2015; Pérez Galán 2012). L'agro-écotourisme du *Parque de la Papa* – projet dont j'étais responsable – illustre bien des initiatives souvent créées avec l'appui des ONG, à l'instar d'autres comme *La tierra de los Yachaq* (projet financé par l'ONG espagnole CODESPA). Ce type d'offre inclut souvent l'activité textile, en particulier la démonstration du processus d'élaboration textile à l'aide du métier à tisser, dont le cas le plus médiatisé et fréquenté par les touristes est celui de Chinchero (cf. chap. 6). Cette offre touristique associée à l'activité textile s'étend à d'autres villages de la région (cf. cas de Chawaytire dans Terry 2009), voire au niveau national. C'est particulièrement le cas de *Pushka tour* (cf. chap. 2.3.2) qui,

---

<sup>206</sup> Dans les années 1990, les vols Lima-Cusco s'effectuaient s'arrêtaient au début de l'après-midi, ce qui obligeait certaines personnes à passer la nuit à Lima. Aujourd'hui, la compagnie LATAM propose vingt vols de 3h30 à 17h45 (d'après une recherche effectuée sur le site de latam.com pour la date 07.06.14).

<sup>207</sup> Le *boleto turístico* est géré par le Comité des services intégrés touristiques culturels-Cusco (COSITUC). Il existe deux formules : un billet intégral et trois types de billets partiels. Il faut acheter un billet même si l'on ne visite qu'un seul site.

durant un voyage au sud du pays (Arequipa, Ayacucho et Cusco, dont Chinchero), combine une expérience textile auprès des tisserands avec des circuits classiques comme le Machu Picchu. L'État, lui aussi, vise à inclure l'activité textile dans ces logiques touristiques (cf. la route textile dans la section 1.3.2).

D'autres formes de tourisme sont également présentes et promues par le secteur public et privé. On note par exemple l'existence d'un tourisme d'aventure (rafting, *mountain bike*, *via ferrata*, *bungee jumping*, etc.). L'illustre bien l'*Inka Jungle Trek*<sup>208</sup> – alternative plus sportive et moins chère que l'*Inca trail* – dans lequel les touristes descendent en VTT (d'un sommet de 4'350 mètres vers la jungle à 1'400 mètres), font de la tyrolienne, voire du rafting. Le trek mène à la fin au Machu Picchu.

Le tourisme mystique<sup>209</sup>, quant à lui, est toujours d'actualité. Bien que ses antécédents remontent aux années 1960/70, il prend de l'ampleur surtout dès les années 1990, promu par des institutions comme FOPTUR (Flores Ochoa 1996). Aujourd'hui, les Q'eros – surnommés les « derniers Incas » – sont particulièrement concernés par ce phénomène grâce à leurs prestations chamaniques fortement médiatisées et demandées par une clientèle « *new age* » (Cometti 2016; Salas 2012; Molinié 2012; Galinier 2009; Hill 2008, 2005; Galinier et Molinié 2006). Aujourd'hui des tour-operators offrent des packs mystiques parfois incluant la consommation de *San Pedro* ou de l'*Ayahuasca*, plantes psychotropes.

Il existe également un tourisme de type religieux que Raymond (2001a) associe davantage aux touristes péruvien·ne·s et qui se rendent à Cusco pour assister à des événements tels que le *Corpus Christi*. En juin 2017, dans le cadre d'un tournage pour un documentaire, j'ai participé au *Qoylluriti*, pèlerinage auquel assistent de nombreux Cusquénien·ne·s, *comuneros*, citoyens, et de plus en plus de touristes étranger·e·s, comme un couple français que j'ai rencontré à cette occasion. Si la participation à cette événement obéit tout d'abord à une raison religieuse (Stensrud 2010; Ricard Lanata 2007, 2004; Randall 1982; Gow 1974), une perméabilité entre dynamiques touristiques et locales n'est pas exclue (cf. Filage ; pour le *Qoylluriti* cf. Ricard Lanata 2004: 208).

Bien que négligé dans la littérature sur le tourisme à Cusco, il existe en outre un tourisme que je qualifierais de festif (cf. Valderde (2011) et Pacheco (2007) qui abordent la question). D'après mon expérience de terrain et mon expérience personnelle, plusieurs touristes, surtout péruvien·ne·s, se rendent à Cusco pour faire la fête, parfois durant un long weekend ou encore davantage pour Nouvel-An<sup>210</sup>. Hormis le Machu Picchu, Cusco est connu pour ses nombreux bars et discothèques ouverts tous les jours, avec des cours de salsa, concerts, voire fêtes thématiques. Les auberges de jeunesse

---

<sup>208</sup> Celui-ci fait désormais partie du langage touristique de la région. Voir par exemple : <http://lorenzoexpeditions.com/fr/inca-jungle-trail-4d3n.html> et <http://www.incajungletrail.com/fr/> (consultés le 06.05.15).

<sup>209</sup> Pour une histoire du tourisme mystique à Cusco, voir notamment Galinier et Molinié (2006: 260-74) et Flores Ochoa (1996). Voir aussi la thèse de Salas (2012) qui aborde la question pour une période plus récemment.

<sup>210</sup> Par exemple, Raymond (2001a) et Flores Ochoa (1996) négligent cet aspect alors qu'ils se réfèrent au tourisme à Cusco de manière générale. Lors d'un colloque sur les fêtes au 55<sup>ème</sup> Congrès des Américanistes à El Salvador (20.07.15), j'ai développé cet aspect festif du tourisme à Cusco (*Turismo y fiestas en la ciudad del Cusco : aproximación etnográfica de un fenómeno festivo y relacional*).

proposent aussi une offre dans ce domaine notamment auprès d'une clientèle jeune. De manière plus générale, le tourisme à Cusco s'accompagne souvent de la découverte de la vie nocturne citadine.

Mon intention n'est pas de dénombrer toutes les formes possibles du tourisme à Cusco, mais plutôt de souligner par ces quelques exemples, que l'offre touristique cusquénienne est large et ne se limite pas qu'au Machu Picchu ; bien que le tourisme cusquénien demeure de caractère fortement culturel et ethnique selon divers auteur·e·s (Ypeij 2012; Mendoza 2009, 2006; Fuller 2008; Baud et al. 2006; Pérez Galán 2003: 152; Raymond 2001b; Ariel de Vidas 1996; Van den Berghe 1992; cf. aussi Gonzales Salazar 2017: 34). L'activité touristique – difficile à délimiter socio-spatialement – tend à s'élargir et à s'entremêler avec des espaces non touristiques ; notamment par une quête constante des lieux « véritablement locaux » ou « non-touristiques » (cf. Filage).

La touristification s'accompagne donc d'une diversification et d'une reconfiguration constantes du tourisme où de nouvelles pratiques se mêlent aux anciennes et à des espaces parfois inattendus, toujours plus proches des coulisses (*back stage*) de MaCannell (1976), sont de plus en plus concernés. Cette diversification de l'offre touristique péruvienne dont parle Fuller (2008: 34-47, 127-33) se développe progressivement, surtout depuis les années 1990 (avec le tourisme ethnique, rural, gastronomique, etc.) et se manifeste de manière exemplaire dans le cas de Cusco. Au sein de ces reconfigurations spatio-temporelles, des acteur·e·s s'interconnectent autour de l'activité touristique.

### **1.3 Acteur·e·s touristiques : vers un élargissement de cette catégorie**

L'activité touristique a lieu grâce à la participation de divers acteur·e·s qui se regroupent dans un espace à un moment donné. Dans les sections précédentes, j'en ai brièvement mentionné certains allant des touristes jusqu'aux tour-operators, en passant par les institutions étatiques (MINCETUR, DIRCETUR-Cusco, OGD-Cusco), les gouvernements, les ONG, les populations autochtones, ou encore le personnel qui travaille dans le tourisme. Ces acteur·e·s sont de type individuel ou collectif, public ou privés.

Désormais, je vais me focaliser sur certains catégories d'acteur·e·s individuels et institutionnels. Je me centrerai en particulier sur les touristes, les institutions associées au tourisme et le secteur privé. Tout au long de la thèse, ces acteur·e·s ainsi que d'autres (y compris moi comme chercheur) apparaîtront insérés dans ces réseaux que j'ai qualifiés de touristiques (cf. concept de « réseaux » in Filage). Rappelons-nous que ces réseaux se (re)configurent dans un espace-temps donné autour des acteur·e·s qui y participent.

#### **1.3.1 Les touristes : catégorie forte diverse et perméable**

Grâce à son importance touristique, Cusco devient un point de rencontre de personnes de plusieurs horizons, comme en témoignent les statistiques, notamment sur les visiteuses·eurs provenant des États-Unis, de l'Europe et de l'Amérique du Sud (cf. tableau A.5 dans les annexes) ainsi que d'autres villes péruviennes, en particulier de Lima (environ un tiers selon la DIRCETUR-Cusco 2014: 9).

Les touristes sont une population très diverse, comme le souligne déjà Raymond (2001a: 122), selon laquelle, cette catégorie va des « riches touristes [...] en voyage organisé de luxe » aux « jeunes routards réalisant un long périple de plusieurs mois à travers tout le continent » ; certain·e·s ayant un pouvoir d'achat plus fort (par ex. riches touristes), contrairement à d'autres (par ex. routards) qui cherchent à faire des économies là où il est possible<sup>211</sup>. D'autres statistiques au niveau national retracent également cette diversité en termes d'âge, pays d'origine, revenu, état civil, motivation de voyage, etc. (cf. PromPerú 2015).

Je vais présenter dans mon travail cette catégorie d'acteur·e·s dans des situations diverses, qui sont celles dans lesquelles j'ai pu les rencontrer et partager des moments avec eux (cf. méthodologie). Ces personnes se trouvent parmi les protagonistes dans mon étude et convoquent d'autres acteur·e·s participant à la configuration de leur expérience touristique, et par là à la configuration de réseaux touristiques.

Comme décrit plus haut, le tourisme à Cusco offre une diversité croissante de possibilités de vivre le voyage (cf. section 1.2.4) en parcourant différents espaces, en ville et à la campagne. Si la visite des sites archéologiques est quasiment incontournable durant leur séjour, j'ai pu en effet constater d'autres parcours touristiques qui s'inscrivaient plus ou moins dans les circuits classiques. Il est par exemple question de la visite au *Parque de la Papa* avec huit touristes français·e·s, au trek à *Salkantay* d'un couple d'ami·e·s italiens, du site archéologique de Písaq avec les explications sur l'architecture d'un chamane q'ero en compagnie des ami·e·s européens, des rencontres lors des achats dans des centres artisanaux ou des magasins de textiles, des soirées dans des restaurants ou des bars, etc. Ce sont des exemples qui illustrent la diversité des expériences touristiques de voyageuses·eurs au Pérou (dont pour certaines j'ai aussi fait partie de manière plus ou moins active).

La catégorie des touristes comprend non seulement des personnes qui voyagent pour loisir, mais aussi pour visiter leur famille, des amis ou pour des raisons de travail (PromPerú emploie par exemple la catégorie du « touriste de business » (*el turista de negocios*)). À cela s'ajoutent, d'autres personnes qui viennent pour travailler comme bénévoles ou pour des raisons académiques, comme mentionné précédemment (cf. par exemple la figure de l'universitaire-touriste dans Filage). Durant ma recherche en 2014, j'ai tissé des liens d'amitié avec des Espagnol·e·s qui, suite à la crise économique en Europe, s'étaient établis à Cusco pour trouver un travail ou, le cas échéant, faire du bénévolat. Cette situation ne les a pas empêché de faire du tourisme dans la région (se rendre au Machu Picchu par exemple) ou ailleurs dans le pays. Une collègue de l'Université de Lausanne s'est aussi rendue à Lima pour un congrès académique, après lequel elle a visité le Pérou (suivant à peu près le *Gringo trail*), Cusco et le Machu Picchu avec son compagnon. J'ai observé quelque chose de semblable auprès d'autres

---

<sup>211</sup> D'après Edwin, vendeur depuis six ans au *Centro Artesanal San Francisco*, il existe bel et bien des « touristes de classe A » (*clase A*) qui possèdent plus de pouvoir d'achat plus fort que les backpackers ou les routards (*mochileros*) (Edwin, 16.10.14). Dans le langage des tour-operators, il est aussi courant de parler de cette catégorie de « classe A ». Les commerçant·e·s et les guides font aussi ce type de distinction entre les touristes.

universitaires qui ont participé au congrès de la *Latin American Studies Association* en avril 2017 à Lima. J'ai connu quelques jeunes qui faisaient des cours de langue à Cusco du lundi au vendredi tout en les combinant avec des activités touristiques dans la région, les après-midis ou les fins de semaine.

Il existe donc une multiplicité de motivations qui vont au-delà d'une pure activité touristique mais qui s'y imbriquent : travail, volontariat, recherche, échange académique, cours de langue, etc. Une même personne peut d'ailleurs se rendre plusieurs fois à Cusco n'ayant pas toujours la même motivation. D'origine hollandaise, Roel a par exemple visité trois fois Cusco. La première fois pour faire du bénévolat et y apprendre l'espagnol, la deuxième pour visiter à nouveau le pays en profitant de son travail comme journaliste à Iquitos (forêt amazonienne) et la dernière fois pour rendre visite à son filleul (devenu parrain lors de son deuxième voyage) et monter un projet social pour l'aider économiquement. Au moment de notre entretien, il dit « ne pas être un touriste » mais un « routard » (*I'm a backpacker*) ; cependant quelques jours plus tard lorsque je l'accompagne au marché de Písaq afin d'acheter des cadeaux pour la famille, il se confie : « maintenant je vais être touriste » (*I'll be a tourist*) (Roel, 19.02.14 et visite à Písaq le 24.02.14). J'ai aussi entendu (et émis moi-même) une formulation semblable en français : « je fais le touriste ».

Si, à l'instar de Roel, les personnes citées ci-dessus ne sont pas *a priori* des touristes, elles le deviennent selon les situations, au moins de manière plus explicite (cf. Filage). Il s'agit en tout cas d'un rapprochement à l'égard d'une catégorie fortement perméable et par conséquent difficile à figer (cf. Fuller 2008: 53). De plus, l'exercice de catégorisation se heurte souvent au refus d'y être assimilé, comme le laisse entrevoir Roel. Touristes ou non, ces personnes *font* des choses de touristes et le *deviennent*, volontairement ou malgré elles, ne serait-ce que dans un laps de temps en interagissant avec d'autres acteur·e·s qui les regardent comme tels. Cela nous rappelle le concept d'« être-touriste » de l'Équipe MIT (2008) cité dans l'introduction.

### **1.3.2 Les institutions étatiques et les ONG**

Derrière les touristes, il existe un ensemble d'institutions publiques ou non gouvernementales, qui participent activement au tourisme, parfois même – aussi paradoxal qu'il puisse paraître – sans la présence des touristes. C'est un argument avancé par Sylvain Besençon (2016) dans « Du tourisme sans touristes », titre de son mémoire qui traite le cas de Chacán. Cette communauté andine a en effet aménagé son territoire et ses maisons pour accueillir les touristes, soutenue par des deux ONG : le Centre Bartolomé de las Casas (CBC) et Wara.

Ce mémoire souligne l'importance de ces acteur·e·s publics, en l'absence des touristes. Le cas du *Parque de la Papa* cité précédemment est un autre exemple que je connais de près où le soutien des ONG est important. L'ONG ANDES collabore avec les communautés du Parc en termes d'organisation, de financement, de logistique, voire d'administration du revenu. J'ai d'ailleurs été engagé par ANDES comme responsable du projet d'agro-écotourisme du Parc. J'ai servi d'intermédiaire entre le Parc et les touristes ou tour-operators ou entre celui-ci et les entités de l'État

central et régional. En effet, lorsque j’y travaillais, j’ai dû formuler des projets financés par le MINCETUR ou me mettre en contact avec le gouvernement du district de Písaq pour promouvoir un partenariat. Celui-ci visait à consolider le Parc comme destination touristique. J’ai même été nommé responsable pour coordonner les activités de *Ñawpa Away*, une des associations intégrantes du projet d’agro-écotourisme du Parc, dans le cadre du Programme *Conjunto*, financé par des organisations onusiennes (cf. cas d’études dans le chap. 2.3.2). Cet exemple met bien en évidence la participation des institutions à diverses échelles, du local à l’international. D’ailleurs, pour rejoindre l’idée de « tourisme sans touristes », la création du projet d’agro-écotourisme avait mobilisé deux fondations italiennes (i.e. *Fondazione Cariplo* et *Intervita*) qui ont financé le projet avant l’arrivée des touristes, mais en vue de promotion touristique. Cette financement a permis en effet de fonder les bases pour ce qui est aujourd’hui l’offre d’agro-écotourisme du *Parque de la Papa*.

Ce cadre institutionnel est significatif de ce qui passe plus largement à Cusco, notamment dans le domaine du TRC. À ce propos, j’ai cité le MINCETUR, la DIRCETUR et l’OGD-Cusco qui promeuvent, entre autres, ce type de tourisme auprès des communautés andines dans la région. Dans ce travail, j’aborderai d’autres cas qui mettent en relation les *comuneros* avec les touristes et ces institutions. Notons qu’en tant que ministère, le MINCETUR coordonne des activités et délègue des tâches aux entités régionales responsables en matière d’exportation et du tourisme. Il est un acteur clé du développement touristique du pays grâce à des projets et mandats ou des études de marché. Le PENTUR concentre manifestement cette volonté politique de l’État péruvien (cf. section 1.2).

En s’appuyant sur celui-ci, le MINCETUR mobilise ainsi une série d’acteur·e·s publics et privés et soutient la (re)formulation des plans régionaux en matière du tourisme (i.e. PERTUR). La DIRCETUR se charge de la coordination au niveau régional et convoque les différents acteur·e·s concernés plus directement (par ex. ONG, *comuneros*, tour-operators, etc.)<sup>212</sup>. Hormis ces dernier·e·s, comme nous le verrons plus tard, d’autres institutions étatiques *a priori* non touristiques y sont également impliquées. Ce n’est pas seulement le cas de la DRC-Cusco, cité dans ce chapitre, mais aussi de l’Institut national pénitentiaire (INPE) (cf. chap. 2.3.2).

L’exemple qui suit permet d’illustrer, depuis le domaine textile, la participation de ces entités qui regroupent une série d’acteur·e·s ainsi que la reconfiguration de ceux-ci autour des politiques de touristification.

### **L’exemple de la Route textile**

En février 2012, j’ai accompagné au *Parque de la Papa* une fonctionnaire mandatée par le MINCETUR pour développer une Route textile au Pérou. Nous avons rencontré l’association tisserande *Ñawpa Away* qui fait partie de l’offre d’agro-écotourisme du Parc. Au final, la tâche est

---

<sup>212</sup> En tant que responsable du projet d’agro-écotourisme du *Parque de la Papa*, j’ai participé en 2012 à une réunion pour décider de la formulation du PERTUR pour la région de Cusco. À cete occasion s’étaient constitués des groupes de discussion sur le modèle d’analyse FFPM (forces, faiblesses, possibilités et menaces).

déléguée à un expert en tourisme que je connais bien et qui a eu la gentillesse de me transmettre son rapport que je cite de manière anonyme (*Diseño conceptual de la Ruta textil Perú*).

D'après celui-ci, la route textile s'inscrit dans le cadre du développement touristique des routes thématiques<sup>213</sup> en tant que stratégie de diversification de l'offre par le MINCETUR (par ex. la Route du Pisco<sup>214</sup>, du Cacao, du Café, etc.). La route textile met en lien plusieurs acteur·e·s tels que l'industrie textile (i.e. *Incalpaca* et *Grupo Michell*) et les tisserand·e·s. Elle suit le parcours du *Gringo trail* concentré au sud du pays, suivant les circuits touristiques d'intérêt comme la Vallée du Colca (Arequipa), le lac Titicaca (Puno) et la Vallée Sacrée (Cusco).

**Figure 6 : Carte de la Route textile**



Elaboration A.G, expert en tourisme (carte apparue dans son rapport p. 19).

La région de Cusco est particulièrement concernée par son « patrimoine textile », appelé explicitement ainsi dans le rapport, où le TRC est intimement lié à l'« art textile traditionnel andin » (p. 65). Y sont intégrés, entre autres, *La tierra de los Yachaq* dans les communautés d'Amaru et de Patabamba, ou d'autres communautés tisserandes, comme Pitumarca et Willoq ainsi que, dans la ville, le CTTC ou l'association tisserande *Inkakunaq Ruwaynin*<sup>215</sup>. Le rapport conseille d'inclure postérieurement le *Parque de la Papa*. La construction de cette route, dans le cas cusquénien, témoigne de la manière dont les *comuneros* sont associé·e·s à l'activité textile de la région. Le rapport souligne, à ce propos, que cette activité constitue une source de revenu pour ces populations, montrant par là-même l'importance qu'il accorde au marché touristique.

<sup>213</sup> Le modèle des routes n'est pas uniquement péruvien. Dans le cas des textiles, le rapport cite par exemple l'*European Textile Network* de l'Union Européenne (<http://etn-net.org/>; consulté le 09.06.16) qui regroupe différentes routes textiles notamment en Espagne, en France et en Italie.

<sup>214</sup> Boisson élaborée à base de raisin dont l'État péruvien revendique la paternité.

<sup>215</sup> Appelée dans le rapport *La Casa Campesina* qui est le nom de l'hôtel de l'ONG CBC. *Inkakunaq Ruwaynin* est le nom de l'association qui commercialise ses produits à l'intérieur de l'hôtel.

Bien que cette route n'ait jamais (ou pas encore) vu le jour, elle exprime bien la volonté étatique de touristification du pays, dans ce cas précis à travers l'activité textile et, dans le cas cusquéen en particulier, en associant les *comuneros* à ces politiques. En outre, l'exemple de la route illustre explicitement le mariage entre tourisme et activité textile fortement soutenus par l'État et les ONG, mariage déjà existant dans plusieurs initiatives évoquées par la route, mais que celle-ci a la prétention de confédérer, ou au moins de promouvoir sous forme de circuit.

### **1.3.3 Le secteur privé**

La participation du secteur privé dans le domaine touristique est importante non seulement de par sa présence dans la commercialisation touristique mais aussi par le discours politique, contenu notamment dans le PENTUR en vue de développer le tourisme du pays et les revenus qui en résultent.

Ces acteur·e·s sont très présents dans les activités touristiques et j'en ai d'ailleurs mentionné certains dans ce chapitre quand je me suis référé aux tour-opérateurs et leur personnel (par ex. les guides) qui, à divers degrés, rendent possible l'activité touristique. Si je ne m'arrêterai pas davantage sur ces acteur·e·s, dans les chapitres qui suivent j'en évoquerai plusieurs liés à l'hôtellerie, à la restauration, aux services touristiques ou au domaine textile (cf. ci-dessous l'exemple de la route textile).

### **1.3.4 Les artistes et artisan·e·s**

Cette catégorie regroupe des artistes et artisan·e·s, deux catégories qui sont perméables entre elles (cf. Filage). Ces personnes sont particulièrement concernées par le tourisme, d'autant plus que l'on assiste, comme nous l'avons vu, à un mariage entre tourisme et art-isanat, promu notamment par la Route textile. J'insisterai par ailleurs sur ce mariage dans les chapitres à venir. Cette catégorie d'acteur·e·s ne se limite pas à l'activité textile (par ex. céramique, sculpture, peinture, orfèvrerie, etc.), mais comme il s'agit de l'objet principal de mon étude, c'est sur elle que je vais me focaliser.

Je montrerai la présence significative de ces acteur·e·s liés à l'art-isanat textile, en insistant sur la présence de nombreux tisserand·e·s, majoritairement des *comuneros* de Chawaytire, Chinchero et Q'ero. Certain·e·s sont plus connectés au tourisme que d'autres. La connexion est cependant intermittente puisque certaines œuvres qu'élaborent ces tisserand·e·s sont destinées à une utilisation locale, bien que parfois réinsérées dans le marché touristique (par ex. bonnet, poncho, etc.).

Il s'agit non seulement d'individus ou de familles travaillant à leur compte, mais aussi assez souvent d'associations telles que le CTTC ou *Inkakunaq Ruwaynin*. Quant au milieu urbain, j'ai eu affaire à des tisserands-prisonniers qui, eux aussi, à l'aide d'un métier à tisser créent des pièces destinées principalement au marché touristique, dans le cadre d'une réinsertion socio-professionnelle (cf. le cas de *Qenqoro* traité dans le chap. 2.3.2).

D'autre part, j'ai connu des artistes textiles (qualificatif revendiqué ou donné par une certaine reconnaissance de leurs œuvres ; cf. Filage). Il s'agit particulièrement des artistes qui fabriquent de la

tapisserie et la commercialisent dans le marché touristique (cf. chap. 2.2.2). Je me réfère presque exclusivement au cas de Máximo Laura avec qui j'ai collaboré de près, durant mon étude de terrain. Laura est un artiste reconnu ayant gagné des prix nationaux et internationaux. S'il est le concepteur des œuvres, son travail demande une participation collective, notamment d'une équipe de sélection des fibres selon les couleurs de la pièce à tisser et des tisserands qui élaborent les pièces suivant le dessin de l'artiste. Sans entrer dans les détails, le cas des tapisseries de Laura met en évidence l'intervention d'autres acteur·e·s autour d'une pièce textile, y compris les individus chargés de la vente, que ce soit dans le musée-galerie de Laura à Cusco ou dans d'autres magasins.

La liste des artistes et artisan·e·s est plus longue. Rappelons-nous que les commerçant·e·s peuvent aussi appartenir à cette catégorie. En effet, les tisserand·e·s que j'ai étudiés sont aussi souvent des commerçant·e·s de leurs propres produits, ou d'autres qu'ils rachètent. C'est une tendance que j'avais déjà perçue dans mon travail de mémoire à Chawaytire (Terry 2009) et qui m'amène à resituer ces tisserand·e·s-commerçant·e·s dans un continuum graduel qui irait de la production à la commercialisation. À l'intérieur de ce continuum peuvent se jouer, comme nous le verrons notamment au chapitre six, des rapports hiérarchiques entre patrons et tisserand·e·s.

### **1.3.5 Autres acteur·e·s et perméabilité des catégories**

De nombreux autres acteur·e·s sont concernés par le tourisme, parfois de manière beaucoup plus indirecte ou intermittente que ceux que j'ai mentionnés précédemment. Certain·e·s apparaissent de manière sporadique sur terrain, comme un·e chauffeur·e de taxi ou un·e anthropologue. Si cela peut paraître étranger de citer ces deux acteur·e·s, il est pourtant nécessaire de les considérer – comme tant d'autres qui ne feraient pas partie *a priori* des réseaux composés autour de l'activité textile –, dans la mesure où elles·ils prennent aussi part à la configuration des dynamiques complexes de ces réseaux, faits et refaits souvent en lien avec le tourisme.

Outre ces acteur·e·s qui s'insèrent de manière peut-être moins fréquente dans des réseaux touristiques et/ou textiles, d'autres le font de manière plus récurrente comme les *alpaqueros* ou éléveuses·eurs des camélidés. À la base de la production textile, en tout cas de celle issue des fibres des camélidés, les *alpaqueros* accomplissent un rôle central soit en tant que fournisseurs principalement de l'industrie textile, et en moindre mesure d'autres tisserand·e·s, soit en tant que productrices·eurs eux-mêmes (i.e. *alpaquero-tisserand·e*).

Les *alpaqueros* mettent ainsi en évidence la perméabilité des catégories que je propose ici, au même titre que les commerçant·e·s-tisserand·e·s pour mieux appréhender les dynamiques et la complexité qui englobent en particulier l'activité textile, à une époque où le tourisme complexifie davantage la situation. C'est pour cette raison-ci que je n'ai pas voulu enfermer les *comuneros* dans une catégorie socio-professionnelle comme celle de « paysan·ne·s » (*campesinos*) à laquelle on a tendance à les assimiler (cf. Filage). Suivant la situation, elles·ils peuvent également être des *alpaqueros*, des commerçant·e·s, des *porteadores* du chemin inca, des salarié·e·s dans les domaines

de la construction ou de la récolte de coca, café... voire des professionnel·le·s de tourisme (cf. chap. 6). Elles·ils sont loin d'exercer une mono-activité économique.

Ma recherche invite par conséquent à (re)considérer ces acteur·e·s dans leur pluralité et en tenant compte de leurs occupations économiques multiples qui se manifestent au quotidien et de manière situationnelle. C'est la raison pour laquelle je ne vise pas à donner une représentation exhaustive des acteur·e·s. Mon intention est uniquement de les mettre en scène dans des situations où, en tant qu'anthropologue, j'étais tantôt spectateur, tantôt participant.

### **Retissage (discussion) : un mariage entre patrimoine et tourisme**

Au fil du chapitre, nous avons réinscrit Cusco dans une double filiation, l'une historique et préhispanique, et l'autre contemporaine et touristique. Cette double filiation, intimement liée aux textiles andins contemporains et aux acteur·e·s concernés gravitant entre le monde du patrimoine et du tourisme (et les articulant), est fondamentale pour comprendre la suite de ce travail. Récapitulons quelques idées majeures de ce chapitre.

*Qosqo capital impérial* est devenue, après la conquête espagnole, *Cuzco colonial*, puis redevenue capitale mais du tourisme au Pérou : *Cusco touristique*. Malgré les transformations, dans le cœur de ses habitant·e·s et encore plus des politicien·ne·s et intellectuel·le·s, Cusco demeure le nombril du monde, le *Qosqo* d'autrefois, celui des Incas. Car, si l'on suit Molinié (2013: 350), « les Cuzquéniens se sentent un peu tous inca, surtout ceux de la classe moyenne et les intellectuels », sans nécessairement avoir d'origines autochtones. Un « incaïsme [qui] a toujours hanté ses habitants » (p. 347).

Mais les étranger·e·s semblent aussi hantés puisque des personnes comme Roel voient encore des Incas dans les rues de Cusco ; sans parler de nombreux Péruvien·ne·s qui parlent avec fierté de leurs racines incaïques. Ce phénomène renvoie à une littérature mettant en relation le passé, le patrimoine et l'identité (par ex. Maffi 2004; Robin 2003; Le Goff 1998). Cela relève d'une « attitude patrimoniale » promue par l'État qu'évoque Irene Maffi (2009) pour la Jordanie par des politiques spécifiques en matière de patrimoine national. Dans le cas cusquénien, cette attitude se manifeste dans le milieu politique et est soutenue plus largement par un sentiment identitaire des Péruvien·ne·s, en particuliers des Cusquénien·ne·s.

Sous ses plusieurs facettes, historique, archéologique, patrimoniale, culturelle, ethnique, riche ou pauvre, le Cusco touristique s'ouvre un chemin au fil de l'histoire contemporaine. Il mobilise une partie de ces facettes et en intègre d'autres pour diversifier son offre aux touristes : Cusco « aventurier », Cusco « naturel », Cusco « mystique », etc. (qualificatifs employés également par Pacheco 2007: 395-402). Bien que des espaces non-touristiques demeurent (réels ou imagés), le caractère touristique du nombril du monde est indiscutable. La touristification est à l'ordre du jour, soutenue par une volonté politique et une idéologie qui la place comme panacée économique et du développement national et régional. Cette volonté touristificatrice se reflète par un des nouveaux

slogans du PromPerú : « Il y a un Pérou pour tout un chacun » (*Hay un Peru para cada quien*) qui dénote justement un désir de diversification du tourisme péruvien où chacun·e trouve son compte.

Le patrimoine est aussi à l'ordre de cette touristification, avec l'appui ou le mécontentement de certain·e·s. L'image du Machu Picchu, citadelle inca, cristallise bien cette mouvance : cachée d'abord aux yeux des conquistadors, « redécouverte » ensuite scientifiquement, plus tard patrimonialisée à tout jamais, pour être consacrée enfin comme une des « merveilles du monde » qui a tout le mérite du *tourist gaze*. Si l'on parle de *dé-machupicchiser*, il s'agit plutôt de diversifier l'offre touristique à Cusco. Le Machu Picchu est à la fois patrimoine de la Nation, patrimoine de l'UNESCO, et un incontournable lieu touristique.

*Qosqo*, celui des Incas, est toujours ravissant. Il attire dans son *nombril* le monde entier venu des quatre points cardinaux que rappellent les quatre quartiers du *Tawantinsuyo*. Mon intention dans ce chapitre n'était pas de faire une ode à cette époque idyllique, ni d'attaquer le tourisme contemporain. D'autres chercheuses·eurs prennent position d'un côté ou de l'autre, critiquant soit le romantisme incaïque, soit le tourisme dévastateur. Mon intention était avant tout de contextualiser mon terrain d'étude, et de délivrer une certaine histoire du processus de touristification de Cusco, qui s'inscrit dans celui plus large de la patrimonialisation, devenue vraisemblablement « un paradigme inéluctable de la configuration culturelle du monde contemporain », promu d'en haut par l'État et les organisations internationales, mais aussi revendiqué d'en bas par la population locale elle-même (Maffi 2006: 14). Le processus de patrimonialisation est intimement lié à celui de touristification. Comme le constatent Gilot et al. (2013: 4-5), la patrimonialisation (*Heritagization*), paradigme dominant depuis la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup>, est étroitement liée au tourisme culturel. De ce point de vue, la région de Cusco ne fait pas exception. La ville, le Machu Picchu, et plus récemment le *Qhapaq ñan* et le *Qoyllurit'i*, ont été inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO. À l'instar des plus anciens, ils font déjà l'objet d'une promotion touristique. Au niveau régional, les textiles q'ero sont dans cette voie de patrimonialisation, tout en étant promus touristiquement (j'y reviendrai plus en détail dans le chap. 2.3.1).

Tourisme et patrimoine, comme le soulignent De Suremain (2015: 6) et Gillot et al. (2013: 5), vont ainsi de pair ; mariage « parfait », promu par l'idéologie d'un « Cusco qui vit du tourisme », par les statistiques et les discours politiques. Le divorce ne semblerait pas envisageable, malgré les contestations et les conflits internes. Au contraire, les grèves, comme celle contre la privatisation du patrimoine (cf. section 1.2.2), ne remettent pas fondamentalement en question le tourisme, mais visent à le contrôler, dans les intérêts de la population cusquénienne. Le tourisme est vu/promu comme panacée économique, qui bénéficie certes à certain·e·s, comme nous le verrons plus tard, sans qu'il réussisse pour autant à éradiquer la pauvreté ou à créer des relations sociales plus symétriques.

\*

Cette touristification progressive permet de mieux comprendre les textiles andins dans leur contemporanéité. À l'instar du Machu Picchu, ceux-ci sont aussi devenus un patrimoine touristique,

ayant à la fois une valeur patrimoniale et une valeur touristique<sup>216</sup>. La volonté du MINCETUR de créer une route textile témoigne du mariage entre ces deux parties. Dans les chapitres qui suivront, j'insisterai sur ce mariage, cette sorte de continuum entre patrimoine et tourisme, imbriqués de telle manière que l'on ne sait plus nécessairement de quel côté l'on se trouve ! Qui dit tourisme, dit marché. Qui dit marché, dit aussi valeur marchande, en l'occurrence celles des textiles andins contemporains, patrimoine de plus en plus marchandisés.

\*

De quelle manière se manifeste cette marchandisation ? Comment redéfinit-elle la catégorie de « textiles andins » ? Ces questions nous invitent à plonger dans la diversité de ces textiles, qui circulent à travers divers espaces.

---

<sup>216</sup> On retrouve l'idée de « valeurs » chez De Suremain (2015: 5), que j'ai citée dans la section 1.2.2. Comme évoqué précédemment, l'auteur associe le patrimoine aux projets touristiques, et aussi aux projets de développement (p. 6).



## CHAPITRE 2

### LES TEXTILES ANDINS CONTEMPORAINS

#### Une mer colorée de tissus

Dès mon arrivée à l'aéroport de Cusco, déjà à l'aéroport, l'aspect multicolore de l'environnement m'a interpellé : quelques tissus colorés posés sur les tables de certains tour-opérateurs situés dans le hall où l'on retire les bagages, un tissu carré jaune avec des franges vertes, rouges, noires et violettes contenant des feuilles de coca offertes pour le mal d'altitude, des panneaux publicitaires de l'hôtel *Sonesta* montrant une fille avec des *trajes típicos*, etc.

Au fur et à mesure que j'avancerais dans ma recherche, je me suis familiarisé avec cet aspect coloré caractéristique du paysage cusquénien, de mon terrain. Les promenades dans les *centros artesanales*, les rencontres en ville avec les *sácamefotos*, *comuneros* ou d'autres Cusquénien·ne·s portant des *trajes típicos*, la participation à des événements comme le *Corpus Christi*, l'*Inti Raymi* ou *Santurantikuy* (cf. photos A.1-A5 et A.22 in annexes), le voyage avec des ami·e·s en ville et à l'intérieur de la région, ou tout simplement ma vie quotidienne à Cusco « en dehors de ma recherche », tout cela a contribué à me rendre sensible au caractère polychromatique de la région. Celui-ci fait aussi partie de l'expérience des touristes qui visitent la région, notamment Cusco ou plus largement les Andes, et elles·ils sont plusieurs à m'avoir fait des remarques allant dans ce sens, notant par là même le contraste avec l'aspect « gris » de leur région d'origine, souvent située aux Etats-Unis ou en Europe. Les textiles andins semblent être partout, même tard le soir, lorsque des femmes vendent des bonnets ou de pulls industriels dans les rues, ou lorsque des tissus sont disposés sur les tables et les murs en guise de décoration.

Afin d'illustrer cette « mer colorée de tissus », sorte d' « omniprésence textile », j'ai voulu faire précéder ce chapitre par un collage d'images prises sur mon terrain. Voici une description de celle-ci de gauche à droite et de haut en bas : (1) Une Cusquénienne dans une *combi* (bus) portant sa fille enveloppée par une *lliclla* ; (2) des *comuneros* du *Parque de la Papa* chacun vêtu d'un poncho et d'un *chullo* de leur communauté ; (3) San Cristobal habillé lui-aussi avec un poncho et porté par des dévot·es coiffés des *chullo* colorés la veille de *Corpus christi*, une des fêtes les plus importantes de la région de Cusco ; (4) les mains d'un tisserand de Chinchero qui tricote un *chullo calendario*, objet caractéristique de la zone ; (5) les mains d'une tisserande qui tisse progressivement une pièce à l'aide de son *telar de cintura* dans le local du CTTC Chawaytire ; (6) un couple de *comuneros* qui dansent à l'occasion du carnaval organisé au village de Písaq par la municipalité ; (7) un *chullo* miniature qui pend de la vitre d'un taxi ; (8) un (néo-)Inca coiffé d'un chapeau fabriqué avec des textiles *comuneros* et des plumes et portant un *kipu* qui fait son passage à la *Plaza de Armas* lors de l'*Inti Raymi* ; (9) un couple de (néo-)Incas devant l'entrée du centre artisanal San Francisco de la ville de Cusco, ayant bricolé leurs habits à l'aide des textiles industriels ; (10) une *lliclla* industrielle qui fait office de nappe

de table et de décoration dans un restaurant péruvien à Santiago (Chili) ; (11) un porte-feuille en cuir et tissu contenant le *loraypo*, motif représentatif de Chinchero, mais que j'ai acheté à La Paz (Bolivie) ; (12) une masque pour les yeux, création récente fabriquée par une *comunera* de l'association tisserande *Inkakunaq Ruwaynin* ; (13) une tisserande sur une publicité de la bière Cusqueña, à quelques pas de ma maison à Cusco ; (14) un chamane q'ero qui fait un *pago a la Pachamama* devant des touristes au pied de la lagune de Humantay ; (15) un homme et trois femmes de Q'eros qui vendent des tissus au théâtre municipal de Cusco ; (16) des *comuneras* qui offrent leurs marchandises au marché dominical de Chinchero ; (17) des musiciens cusquéniens du groupe *Amaru Puma Kuntur* devant la scène du bar-discothèque Ukukus ; (18) trois touristes brésiliens qui m'ont demandé de les prendre en photo dans un des magasins en ville ; (19) des ami·e·s européens vêtus d'un poncho qui m'ont envoyé cette photo lors d'une danse que les *comuneros* d'Amantani<sup>217</sup>.

\*

Ce chapitre a pour ambition de mettre en évidence le panorama contemporain des textiles andins, principalement au sein de la région de Cusco. À l'instar du récit introductif et des images montrés, d'autres exemples ethnographiques me permettront de décrire et de montrer l'importance, l'étendue et la mobilité spatiale caractérisant le dynamisme des textiles andins à l'heure actuelle.

Avant d'étudier de près les textiles andins contemporains, je commencerai par un détour historique, afin d'inscrire cette production dans une perspective diachronique. Ce détour permettra d'identifier les antécédents et les processus historiques qui se manifestent et se prolongent, dans une certaine mesure, dans la production actuelle. Je tâcherai ensuite de rendre compte du large éventail textile, ce qui renvoie à la question de la diversité textile. Cette dernière sera traitée de manière plus approfondie en mettant en évidence trois axes de coexistence (manuelle/industrielle, naturelle/synthétique et préhispanique/contemporaine) qui se combinent ou s'alternent pour former une telle diversité. L'ensemble de ces éléments me permettra enfin de proposer une catégorisation des textiles andins contemporains. Dans la dernière section, en me focalisant sur une des catégories (i.e. textiles *comuneros*), je montrerai comment la production et la commercialisation des textiles andins sont motivés par différentes initiatives et acteur·e·s, souvent associés au marché touristique.

Ce chapitre constituera ainsi une *entrée en matière* dans l'objet textile. Au-delà du simple jeu de mots, il s'agit de prendre au sérieux la matérialité textile et ses composantes, parfois hybrides (cf. ci-dessus le collage, photos 11 et 12). Mais, il est aussi question d'appréhender cette matérialité par les divers supports de médiatisation qui s'y réfèrent, directs ou indirects<sup>218</sup>. Le principal apport de ce chapitre, par rapport aux au reste des études portant sur les textiles andins, réside dans une mise au

---

<sup>217</sup> Toutes images ont été prises dans la région de Cusco (à l'exceptions des images 11 et 12) à différents moments de la recherche et de la journée. L'ordre de celles-ci montre d'ailleurs cette progression du matin (1-17) au soir (18-20).

<sup>218</sup> La médiatisation peut être « directe », opérée par l'objet lui-même (c'est-à-dire les textiles andins ou l'activité qui le produit, cf. ci-dessus le collage, photos 4 et 5), ou au contraire « indirecte », c'est-à-dire par d'autres moyens tout en y faisant référence (cf. ci-dessus le collage, photo 13).

jour de cette catégorie d'objet qui va au-delà du cadre habituel de recherche, généralement centré sur la production des *comuneros*-tisserand·e·s. Ce faisant, le chapitre insiste sur la vie commerciale des textiles andins, qui favorise leur diversification et tend à en faire des objets multi-situés, tout en promouvant leur valeur d'échange sur le marché touristique.

## 2.1 Au fil de l'histoire textile

La production des textiles andins contemporains s'inscrit dans une longue trajectoire historique qui débute bien avant la création de l'État péruvien (1821), voire avant l'Empire inca (1250-1532).

Les *Textiles de l'Ancien Pérou* – pour reprendre le titre de l'ouvrage de Raoul d'Harcourt (2002 [1934]) – démontrent la maîtrise technique à l'époque préhispanique. Cet ouvrage est entièrement consacré aux aspects techniques des pièces précolombiennes (2500 av. J.-C. environ - 1532 A.-C.). Les Paracas (700 av. J.-C. - 200), les Nasca (100 - 700) ou les Wari (650 - 900), bien avant les Incas (1200 -1532), accordaient une grande importance à l'activité textile et excellaient dans la *matière* (au double sens) (cf. fig. A.5 dans les annexes). Leur travail nous surprend encore aujourd'hui par la finesse et la qualité du travail ainsi que par la créativité, comme j'ai pu l'observer au *Museo Amano* à Lima en septembre 2015. À l'instar d'autres musées dans le monde, le *Museo Amano* expose un nombre considérable de ces créations et laisse voir matériellement l'« histoire sociale » (Appadurai 2010a) des textiles andins, c'est-à-dire, une perspective diachronique plus large sur ce type d'objet (p. 34).

Dans cette histoire sociale, Ann Gayton (1961: 126) souligne la priorité de la production des textiles précolombiens sur d'autres formes de production par leur portabilité, leur esthétique (*eye-pleasers*) ou leur caractère polyvalent en considérant l'« art textile » (*textile art*) comme le « premier moyen de communication visuelle ». Sur ce même aspect Danièle Lavallée et Luis Guillermo Lumbreras (1985: 25) insistent sur l'importance et la profondeur historique de ces objets :

Les premières manifestations artistiques apparaissent au Pérou vers le troisième millénaire avant notre ère, à une époque où la céramique est encore inconnue et où l'artisanat le plus important est le tissage. En vérité dans nul autre domaine – le travail de la pierre ou de l'argile – on ne décèle une évolution semblable à celle du tissage. L'art du dessin textile a connu en effet un long développement, et le tissu « pré-céramique » a constitué la première formulation de ce qui devait devenir le modèle artistique le plus caractéristique : le dessin à base structurale textile.

Bien que l'histoire des textiles andins ne soit pas mon objet d'étude et que d'autres travaux archéologiques, historiques et anthropologiques aient abondamment traité cette question (Medina Castro et Gheller Doig 2013; Gisbert et al. 2010; Corcuera 2010 [1987]; Reid 2008; Cáceres Macedo 2005; d'Harcourt 2002; Frame 1997; Stone-Miller et Lévy-Paoloni 1996; Ariel de Vidas 1996 : chap. 1 et 2; de Laval et de Laval de Cardenas 1990; Sawyer 1967; Murra 1962 ; Gayton 1961; O'Neale et Kroeber 1930), certains éléments méritent d'être rappelés. Cette histoire remonte très loin si l'on considère les matières premières employées, tirées en particulier des camélidés sud-américains

domestiqués (i.e lama et alpaga)<sup>219</sup>. Le travail de Jorge Flores Ochoa (1977) s'attarde notamment sur la domestication de ces animaux en s'appuyant sur diverses études archéologiques<sup>220</sup>. D'après cet anthropologue péruvien, la domination des Incas sur les sociétés de l'Altiplano au XVI<sup>ème</sup> favorise considérablement l'élevage de camélidés au sein l'État incaïque (Flores Ochoa 1977: 21) qui permet un essor historique sans précédent de la production des textiles (Murra 1962).

Si la colonisation espagnole a mis fin à l'Empire inca (1532), les textiles ont continué à être produits, bien que dans d'autres conditions et subissant des transformations. Des auteur·e·s tels qu'Anath Ariel de Vidas (1996: chap. 1) et Teresa Gisbert et al. (2010) révèlent parmi ces transformations : la diminution des tisserand·e·s (nombreux à l'époque incaïque sous un système d'autoconsommation), le métissage iconographique, la généralisation de l'usage de la laine ovine (encore aujourd'hui fortement utilisée), la disparition de certains objets (par ex. *cumpi* incaïque<sup>221</sup>), l'imposition d'un tribut textile<sup>222</sup>, l'introduction des métiers à pédales employés dans le système de production appelé *obrajes*, ce qui induit une production en série (par unité à l'époque incaïque), etc. Selon Ariel de Vidas (1996: 36), les *obrajes*<sup>223</sup> ont une grande incidence sur l'exportation textile, notamment de fibre de vigogne et sur « le développement des réseaux commerciaux inter et intra-coloniaux, sur l'élevage des ovins (*ovejás de Castilla*) et sur la culture du coton ». D'autre part, « le textile andin acquiert sous la colonisation une valeur marchande par la modification du système tributaire et les nouvelles formes de production et circulation de biens » (Ariel de Vidas 1996: 39). Ce point est crucial pour saisir le processus de marchandisation sur lequel je viendrai ci-dessous.

Après l'indépendance et la création de l'État-nation péruvien (1821), l'industrie textile prend de l'essor et se consolide progressivement devenant un acteur économique important surtout autour de la

---

<sup>219</sup> Medina Castro et Gheller Doig (2013: 38) considèrent l'élaboration des cordes, paniers ou nattes (*esteras*) à l'aide des fibres végétales comme étant la genèse des textiles. Les objets de ce type les plus anciens remonteraient au VIII<sup>e</sup> millénaire av. J.-C. (il n'existe pas de consensus chez les archéologues sur une datation exacte).

<sup>220</sup> Quant aux données historiques sur leur domestication, les estimations varient entre 8'000 à 3'000 av. J.-C. Pour des références récentes, voir Capriles et Tripcevich (2016), Moore (2016), Wheeler (2012), Villacorta Ostalza (2012: 17-24), Bonavia (2008) ou encore Kobayashi (2000). L'élevage de ces camélidés est toujours d'actualité, par exemple chez les Q'eros (cf. Cometti 2018, 2015; Cometti et al. 2018) ou les *alpaqueros* de Cusco, d'Arequipa ou de Puno (pour les camalidés sud-américain, cf. Quispe et al. 2009). Si des aspects économiques et commerciaux autour de cette activité ont été soulevés, notamment par Flores Ochoa (1977), d'autres études soulignent également l'importance des aspects symboliques et rituels dans les Andes (Cometti 2015: 164-5; Arnold et Espejo Ayca 2007; Lecoq et Fidel 2000; Palacio Rios 2000; Flores Ochoa 1988).

<sup>221</sup> De grande qualité, le *cumpi* était un type de tissu réservé à l'élite incaïque pour la confection de vêtements, contrairement à l'*awasqa* d'usage populaire. Celui-ci continuera d'être produit, après la colonisation, pour des besoins domestiques (Ariel de Vidas 1996: 39).

<sup>222</sup> Ce type de tribut existait déjà chez les Incas. Toutefois la version coloniale exige plus de travail (trois prestations annuelles au lieu d'une) et de ressources (nécessité de se fournir en matière première, auparavant fournie par l'État incaïque) (Ariel de Vidas 1996: 34).

<sup>223</sup> Selon le chroniqueur Cobo, le premier *obraje* a été fondé dans la Vallée de Jauja (Pérou) en 1545 (Silva Santisteban 1964: 15; cité dans Gisbert et al. 2010: 95). Le déclin des *obrajes* a lieu au XIX<sup>ème</sup> après l'indépendance (Ariel de Vidas 1996: 38). Ariel de Vidas (1996: 39-40) écrit que les *obrajes* n'ont pas pour autant éliminé le savoir-faire précolombien. Pour plus de détails sur les *obrajes* coloniaux en Bolivie et au Pérou, et leur héritage à l'époque contemporaine, voir Gisbert et al. (2010: 95-111) (cf. aussi Velarde Oliart (2013) pour le cas plus spécifique à Lucre (Cusco) et Escandell-Tur (1997) pour d'autres cas dans la région de Cusco).

commercialisation de la fibre d'alpaga à partir du XIX<sup>ème</sup> siècle (PromPerú 2013: 36; Femenías 2005: 20; Flores Ochoa 1977). L'industrie textile se développe particulièrement à Arequipa (Femenías, 2005: 81-3) avec des entreprises telles que *Michell*, puis en moindre mesure à Cusco<sup>224</sup>. D'abord chargé de l'exportation de la matière première brute, puis de fibres filées, aujourd'hui l'industrie produit des vêtements. Dans les années 1820, on assiste à l'introduction des teintures synthétiques dans les Andes<sup>225</sup>. Ces teintures sont utilisées actuellement dans les *trajes típicos* des communautés andines, incorporées dans leur production textile, comme un élément qui plaît aux *comuneros* (la valeur esthétique relevée par exemple par Lyon 2013). De plus, l'exode rurale vers Lima a favorisé l'industrialisation de « la production textile artisanale » (Ariel de Vidas 1996: 117).

### **Leçons historiques à tirer à vol de condor**

Retenons huit aspects importants de cette longue histoire qui sont liés à des éléments mobilisés dans ce travail :

1) Le legs technique qui se manifeste matériellement sur diverses pièces contemporaines, notamment celles élaborées à l'aide du métier à tisser comme la *lliqla* ou la *t'iqla* – pièce de quatre couleurs distinctes qui mobilise la technique de « chaîne discontinue » (*urbimbre discontinua*) et que l'on trouve encore dans certaines régions de Cusco (par ex. Pitumarca). Ce legs provient de différentes époques historiques, de la période préhispanique à l'ère républicaine, en passant par l'époque coloniale. Cet héritage est bien documenté dans le travail de Gisbert et al. (2010) à propos des aspects techniques et iconographiques. En témoigne aussi l'usage contemporain de la laine de mouton comme matière première ou du métier à pédale pour la production des vêtements (par ex. des pantalons, jupes ou *polleras*) ainsi que pour la tapisserie dont je parlerai notamment à travers le cas de l'artiste Máximo Laura<sup>226</sup>. Nilda Callañaupa (2007) note également l'introduction à la période coloniale de nouvelles techniques de tricotage appelé *cinco palillos* (l'utilisation des cinq aiguilles) pour la fabrication des bonnets (*chullos*), qui à l'instar des *monteras* (des chapeaux locaux circulaires et plats) des femmes font aujourd'hui partie des *trajes típicos*.

2) En relation au précédent point, la production textile n'est pas imperméable à des influences externes, comme le remarque Alan Sawyer (1967: 165) à propos de l'emprunt incaïque à la tapisserie des Tiahuanaco (600-1'100 après J. C. environ). Cela se manifeste par exemple à travers de nouveaux

---

<sup>224</sup> Les origines de cette industrie remontent aux années 1834 avec *Mohens & Cia*, première entreprise anglaise établie elle aussi à Arequipa et qui exportait de la fibre d'alpaga directement à Liverpool (Romero 1949: 355-356; cité dans Flores Ochoa 1977: 29). Pour l'industrie cusquéenne, voir notamment Velarde Oliart (2013).

<sup>225</sup> Je parle de « teinture synthétique » lorsque je me réfère soit à l'usage d'aniline (chimique) pour colorer les fibres, soit à l'achat sur le marché des fibres déjà teintées artificiellement. Si, dans le cas andin de San Pedro de las Cajas (Pérou), O'Connor (1996: 30) mentionne son usage dans les années 1920, les historiens Contreras et Cueto (2013: 81) mentionnent l'achat d'aniline (*añil*) importée du Guatemala par les populations rurales dans les années 1820. O'Connor évoque par ailleurs la revalorisation de l'usage de la teinture naturelle dans les années 1940, lequel est à nouveau appréciée et reprend de l'importance sur le marché (O'Connor 1996: 30).

<sup>226</sup> Gisbert et al (2010: 119) citent le cas d'Ayacucho comme une manière d'« actualiser et [de] promouvoir l'artisanat traditionnel ». Pour elle, cette production est désormais « promue à l'échelle touristique ». Máximo Laura, originaire d'Ayacucho, a hérité de cet « artisanat traditionnel » et l'a réactualisé.

motifs que créent les tisserand·e·s comme celui inspiré du logo *The North Face* (exemple que je cite dans le chap. 4.3.2).

3) Ces influences historiques n'empêchent pas des retours en arrière ou des éléments qui coexistent. C'est notamment le cas des techniques de coloration des textiles. Les teintures synthétiques appréciées des *comuneros*, comme je l'ai déjà dit, coexistent avec les techniques de teinture naturelle (*teñido natural*), recourant aux plantes ou à la cochenille. Le tourisme a en effet fortement favorisé ce retour, comme j'ai déjà pu le démontrer auparavant (cf. Terry 2009).

4) L'activité textile, et la production qui en découle (les objets textiles), sont essentielles à la vie quotidienne des populations préhispaniques (cf. Murra 1962 pour l'époque incaïque), mais aussi de celles de l'époque coloniale (cf. *obrajes* qui promeuvent la marchandisation textile). C'est aussi le cas pour les textiles andins contemporains, utilisés de diverses manières (habits, décoration, rituel, objets souvenirs, etc.) ou commercialisés comme marchandises.

5) Le point précédent soulève la question de la valeur d'usage et d'échange. Cette dernière est liée au processus historique de marchandisation, qui débute suite au moment de la colonisation espagnole au XVI<sup>ème</sup>, et se prolonge aujourd'hui avec le tourisme (Ariel de Vidas 1996; Contreras 1983). D'abord inscrites à une échelle plutôt locale, voire impériale avec les Incas, à travers l'activité touristique et plus largement l'économie du marché, « [l]es textiles andins s'intègrent dorénavant dans des structures sociales et économiques qui se placent à l'échelle planétaire » (Ariel de Vidas 1996: 48). La marchandisation demeure un des éléments transversaux de mon travail, comme nous le verrons à plusieurs reprises. C'est un processus qui s'est intensifié au Pérou avec la politique économique néolibérale instaurée au Pérou par le gouvernement d'Alberto Fujimori (1990-2001) (Raymond 2001b) et qui poursuit aujourd'hui son chemin (cf. Contreras et Cueto 2013).

6) Le processus historique d'industrialisation n'est pas seulement lié à l'émergence de l'industrie textile d'alpaga ou à l'usage des teintures synthétiques. Celui-ci se prolonge actuellement à travers une production industrielle qui imite esthétiquement (les couleurs et les motifs) les pièces fabriquées par les *comuneros*, par exemple les *lliclla*. Ces objets – qui avaient déjà un succès auprès des *comuneros* et plus largement de la population urbaine – sont aujourd'hui commercialisés auprès des touristes. Dans ce chapitre, je reviendrai sur ce type d'objets pour montrer la complexité de la catégorie « textiles andins ». Dans le cinquième chapitre, je montrerai en outre, dans le cas des textiles fabriqués par les *comuneros*, des stratégies de production pour le marché touristique qui vont dans le sens d'une industrialisation bien que partielle. Aujourd'hui se pose également la question de l'importation des « textiles andins chinois », comme je le laisse entrevoir à certains passages du manuscrit.

7) D'héritage coloniale, les rapports de pouvoir associés à des questions ethniques et raciales sont d'actualité. Historiquement, ces rapports s'expriment par exemple par l'émergence du système d'*haciendas*. Celles-ci sous-tendent une relation hiérarchique entre *hacendados* (patron·e·s) et la

main-d'œuvre autochtone<sup>227</sup>. Les historiens Carlos Contreras et Marcos Cueto (2013) exposent d'autres formes d'assujettissement, dont certaines reprises par des institutions coloniales. Les relations de pouvoir concernent différents acteur·e·s, et les *comuneros* peuvent faire l'objet de discriminations de la part des citoyen·e·s (cf. Galinier et Molinié 2006: 123-9). Dans le cinquième chapitre, j'illustre ces relations asymétriques sous l'angle du racisme et de la discrimination à travers le port des *trajes típicos*. Dans le sixième chapitre, la question des relations asymétriques et de pouvoir est étudiée dans une perspective de genre s'appuyant notamment sur les rapports de pouvoir existants entre tisserandes.

8) L'insertion progressive des *comuneros* (et des Péruvien·ne·s plus largement) dans l'économie du marché. Ce phénomène est en lien avec le point cinq puisque cette insertion s'opère depuis le mercantilisme colonial jusqu'au néolibéralisme contemporain, malgré une certaine mise à l'écart de ces populations au départ. Ce point est très important pour mieux comprendre deux aspects qui s'accompagnent mutuellement. D'une part, les politiques étatiques visant à « incorporer » les populations rurales dans l'économie du marché (Contreras et Cueto 2013), ce que j'illustre dans la dernière section de ce chapitre. D'autre part, « la position bisectorielle » autoconsommation/monétaire (Mayer 1999; cité par Gascón 2005; Contreras 1983) qui est toujours en vigueur au sein des communautés andines. Du point de vue historique, Contreras et Cueto (2013) montrent l'alternance entre ces deux sphères économiques, selon l'époque et le contexte politique. Par exemple, ces populations ont recours à une économie monétaire pour payer le *tribut indigène* (jusqu'à 1854), ou pour l'achat de certains biens tels que l'aniline, amenée de Guatemala et utilisée pour teindre les textiles (p. 81). Cette articulation est toujours d'actualité dans les Andes péruviennes (Terry 2017, 2011, 2009; Gascón, 2005). Le tourisme devient aujourd'hui, comme le soulignent Anath Ariel de Vidas (1996) et Jordi Gascon (2005), un des biais de cette économie dans les Andes. Ariel de Vidas (1996: 46-47) résume ce point tout en soulignant les enjeux socio-économiques de l'activité textile liée au tourisme pour les *comuneros* des Andes :

[...] l'insertion dans le marché international de la laine, l'absence d'une importante demande interne et la monopolisation des filières d'écoulement de la production diminuèrent les bénéfices des producteurs de laine en alimentant l'expansion du capital commercial en reproduisant incessamment les conditions de retard et de pauvreté du paysannat du sud andin. La pénétration du capitalisme dans tous les domaines de l'économie nationale et les différentes réformes agraires [au Pérou à la fin les années 1960], qui ne favorisèrent pas les paysans de la Sierra, se soldèrent par l'appauvrissement des communautés paysannes, l'immigration vers les centres urbains et la nécessité de trouver de nouvelles sources de revenus alternatives à l'agriculture – notamment l'artisanat pour le marché touristique naissant.

Ces différents éléments pointent notamment sur trois éléments à retenir. Premièrement, les aspects dynamiques d'une accumulation d'expérience acquise en *matière textile* au *fil* du temps : les textiles andins ne sont pas des objets statiques figés dans le temps, reproduisant simplement un savoir-faire d'antan, mais s'inscrivent plutôt dans un continuum continuité-changement. Comme le conclut Ariel

---

<sup>227</sup> Contreras et Cueto (2013: 82) parlent à ce propos de « *yanacónaje* » : un régime d'assujettissement où les *yanacónas* étaient une « sorte de serfs d'un propriétaire terrien (*ciervos de un terrateniente*) ». En échange du droit d'utiliser la terre (économie d'autoconsommation), les premiers travaillaient gratuitement pour ces propriétaires dans les *haciendas*. Pour une définition d'*hacienda*, voir Filage.

de Vidas (1996: 127) : « [...] les textiles andins véhiculent une culture en transformation ... permanente ». Deuxièmement, les textiles andins ont sous-tendu (et le font toujours autant) des rapports hiérarchiques et de pouvoir entre différents acteur·e·s. Aujourd'hui, ceux-ci s'inscrivent dans l'économie de marché dont le tourisme est un des vecteurs importants, au moins sur mon terrain. Troisièmement, des transformations dans l'économie rurale poussent des personnes comme les *comuneros* à chercher des alternatives économiques, comme l'activité textile, très souvent associée au marché touristique (Ariel de Vidas 1996). C'est en relation étroite avec ce marché (i.e. leur valeur d'échange) qu'il faut appréhender une part importante des textiles andins contemporains, dont je vais maintenant m'attacher à décrire et à catégoriser la diversité.

## 2.2 Diversité textile : des porte-clés aux tapisseries murales

Mon terrain a relevé une grande richesse de pièces textiles, très diverses. Cette diversité était en effet palpable dès le début de ma recherche et sur de nombreux lieux. À l'instar du récit introductif, les deux récits qui suivent rendent compte de ma propre expérience, au début puis à la fin de ma recherche :

**A**ussitôt entré dans le *Centro Artesanal Cusco*, je me sens submergé par une mer d'objets. Cet immense immeuble – le plus grand de la ville dans son genre et qui apparaît même sur les cartes touristiques – abrite de nombreux commerces sur plusieurs allées. Je suis particulièrement frappé par les couleurs que dégagent les objets. J'ai l'impression de m'y perdre face à la quantité d'articles différents. Lors de mon passage dans les allées, les commerçant·e·s tentent d'attirer mon attention et de m'offrir quoi que ce soit. Je m'arrête et regarde l'offre. Il est rare de ne pas y voir une pièce textile, ne serait-ce qu'une petite partie appliquée sur un autre objet : porte-clé, stylo, bracelet, aimant, sac-à-main, cahier, étuis, cadre photo, boutes, sandales, bonnet, écharpe, chemin de table, poncho, pull, etc.<sup>228</sup>.

\*

**L**a fin de l'année approche. Je me rends au *Museo Histórico Regional* de la ville sachant qu'il y a une exposition textile « Chullo : Identité qui se perd » (*Chullo identidad que se va perdiendo*) annonce l'affiche. Il s'agit en effet d'une exposition temporaire sur les bonnets, montée par Rosie Barnes, collectionneuse états-unienne passionnée des textiles des Andes. Elle possède une collection significative de *chullo*, entre autres textiles, qu'elle a voulu montrer surtout aux « héritiers de ce legs » (référence aux communautés tisserandes) à travers cette exposition. À l'intérieur, j'admire une salle remplie des bonnets de toutes les couleurs, formes, tailles et décorations possibles et de régions différentes (Cusco, Apurimac et Puno). La diversité me laisse perplexe, s'agissant uniquement d'un même type d'objet! Je vois un bonnet d'une couleur bleue unique et un autre serti de perles de verre aux couleurs chatoyantes, qui contrastent avec un autre plus

---

<sup>228</sup> Notes de terrain des premiers jours dans la ville de Cusco durant le mois de février 2014.

discret n'ayant que quelques fausses perles dessinant la figure d'un lama. D'autres laissent sortir une sorte de cordon sur les oreilles ou la tête, un autre laisse pendre au sommet une coquille et une croix en métal, etc. Les motifs sont fort différents, certains ayant des formes inédites pour moi. Je suis plongé dans une variété de modèles sans en trouver un qui ressemble exactement à un autre. Même lorsque je regarde les bonnets originaires d'un même lieu je perçois des différences. Ils ne sont pas pareils. Aucun ne l'est. Je comprends alors qu'un même type d'objet peut avoir des manifestations fortement variées<sup>229</sup>.

\*

Ces récits supportent l'idée d'une diversité textile. Par « diversité textile », j'entends une variabilité matérielle des textiles andins existant à l'heure actuelle, contemporains ou anciens (par ex. textiles préhispaniques exposés dans les musées). Cette diversité s'exprime sous différentes techniques, formes, tailles (de petits à grands formats), styles, couleurs, motifs, matériaux, qualités, éléments décoratifs utilisés, etc. qui donnent sa particularité à chaque pièce. La simple combinaison de deux de ces éléments suffit pour créer une différenciation entre les objets. Les pièces vestimentaires des communautés andines dénotent, à elles-seules, cette diversité de manière manifeste. Chaque pièce comporte des combinaisons de couleurs et de motifs qui distinguent une communauté d'une autre (cf. ci-dessus le collage, photo 2 ; cf. aussi chap. 5.2, 5.3) ; les objets pouvant être confectionnés à partir de matériaux différents (mouton et/ou alpaga, fibre synthétique) ou de techniques de tissage diverses. Cette différenciation est perceptible au sein même d'un seul type d'objet, comme le montre l'exposition sur le *chullo* ou les œuvres de l'artiste textile Máximo Laura, dont chaque tapisserie est unique (ne serait-ce que par la combinaison des couleurs). En témoigne également l'ouvrage de Nilda Callañaupa (2007) sur des communautés tisserandes du CTTC où, pour chaque pièce vestimentaire, l'on trouve une variété remarquable, parfois au sein de la même communauté.

Cette diversité se manifeste aussi dans le temps. Prenons l'exemple d'un étui que j'ai acheté à Cusco, il y a au moins 10 ans et que je continue d'utiliser dans mon quotidien. Celui-ci comporte un tissu de couleurs sobres avec divers petits motifs (un homme, une femme, une lettre « S » et une autre figure indéchiffrable). Certain·e·s qualifient ce tissu d'ancien (*manta antigua*). Je n'ai jamais revu d'article similaire. Les étuis que j'ai observés durant mon travail de terrain étaient différents : avec moins de *manta antigua* et avec beaucoup plus de textiles industriels, comme celui de Lina, une collègue de l'Université de Lausanne, qui avait reçu un étui gris en cuir avec une application textile de forme carré. Ainsi, des pièces disparaissent et d'autres (ré)apparaissent. Dans un entretien, Rosie Barnes confirme cette dynamique chez les *chullo* où certains types ne sont plus produits. Parallèlement des nouveautés émergent : des écharpes kangourous pour porter les enfants, des pièces textiles pour protéger les téléphones portables, les ordinateurs ou les iPad, des bonnets miniatures ... Cette diversité se nourrit ainsi des pratiques contemporaines de plus en plus technologiques ou en lien avec les

---

<sup>229</sup> Notes de terrain, *Museo Regional – Cusco*, le 30 décembre 2014.

voyages (cf. ci-dessus le collage, photo 12). Le commerce textile encourage fortement cette diversité non seulement auprès d'une clientèle touristique très présente, mais aussi auprès de la population cusquéenne (urbaine et rurale). Ce panorama matériel dénote ainsi les dynamiques et reformulations (mises à jour) constantes des objets textiles dans les Andes.

Dans les deux extraits ethnographiques ci-dessus, la diversité que je décris de manière non exhaustive (ce n'est pas mon intention et le renouvellement constant l'empêcherait de toute façon) accompagne l'omniprésence textile que j'ai tentée d'illustrer au début de ce chapitre. En effet, le premier récit montre une variabilité des manifestations contemporaines des textiles andins et le second déploie cette variabilité dans différents espaces où ces objets sont portés, utilisés, exposés, médiatisés ou commercialisés. Autrement dit, l'un se réfère à l'étendue du phénomène textile dans l'espace-temps et l'autre à son éventail. La grande panoplie de pièces se structure notamment autour de trois axes de coexistence des textiles andins que je définis ci-dessous.

### **2.2.1 Trois axes de coexistence des textiles andins**

La diversité textile comporte une série d'éléments qui coexistent, parfois de manière imbriquée. Les récits suivants ainsi que d'autres évoqués auparavant esquissent ces éléments, notamment en termes d'origine historique, de matériaux et de main d'œuvre.

Un jour de février, j'accompagne Roel, ami hollandais qui m'a proposé d'aller avec lui pour faire des courses au « marché artisanal de Písaq » (*mercado artesanal de Písaq*) où il veut acheter quelques cadeaux pour sa famille et ses amis. Nous y arrivons vers 11h00. À cette heure, de nombreux postes de vente se trouvent au cœur de la place principale à tel point qu'ils la cachent. Tandis que Roel cherche ses cadeaux, j'observe l'offre artisanale du lieu. Je suis à nouveau plongé dans de nombreux articles textiles. Ce qui est frappant par rapport à la ville de Cusco c'est avant tout la facilité qu'il y a à trouver des œuvres réalisées par les *comuneros* : bracelets, *chumpi*<sup>230</sup>, *ch'uspa*<sup>231</sup>, *chullo*, *lliqla*, *poncho*, etc. Il est possible de regarder des femmes en train de fabriquer ces objets sur place à l'aide du *telar de cintura*. Je retrouve également des pièces que l'on voit partout en ville, élaborées majoritairement en textile industriel, comme des étuis ou des porte-clés.

Tout à coup, je tombe sur une sorte de collage textile sur papier (format carte postale) représentant des femmes vêtues de leurs *trajes típicos*. Selon le producteur, ces habits en miniature sont réalisés à l'aide de textiles industriels mêlés à des bouts de textiles préhispaniques. C'est la première fois que je vois un tel objet. Je m'éloigne de la place en prenant une des ruelles et me retrouve dans un magasin dans lequel j'avais acheté en 2012 une sorte de bandeau, si unique que je n'ai jamais retrouvé une pièce similaire. D'après le vendeur, le bandeau appartenait à un chaman qu'il a connu dans une des communautés de Cusco.

---

<sup>230</sup> Ceinture utilisée notamment par les *comuneros* et les *comuneras* pour attacher respectivement les pantalons et les *polleras*. D'après Callañaupa (2007: 24), le *chumpi* peut aussi être utilisé pour emmailloter les bébés.

<sup>231</sup> Petit sac fréquemment utilisé par les hommes pour porter des feuilles de coca, de l'argent, etc. (Callañaupa 2007: 36).

\*

**D**u côté opposé à la cathédrale de la *Plaza de Armas* de Cusco, je visite un magasin particulier, de par les pièces qui s'y trouvent. Il y a en effet une infinité de textiles élaborés par des *comuneros* de la région. Plusieurs remontent à 30 ou 40 ans en arrière, selon Gregorio, commerçant et fils de la propriétaire du magasin. D'autres pièces sont même plus anciennes avec des prix pouvant dépasser les mille dollars. Je demande l'accès au « musée textile » qu'un couple argentin m'avait conseillé de visiter (28.02.14). J'obtiens l'accord de Gregorio.

Nous descendons les escaliers. En bas, je me sens comme dans une « cave textile ». La quantité énorme de pièces empilées les unes sur les autres sans aucune référence crée un désordre visuel dont on perçoit majoritairement la multitude de couleurs. Il y a au moins mille pièces. Je m'y perds. J'essaie de regarder de plus près quelques pièces. Il y a de tout. Je demande à Gregorio de me montrer les pièces les plus précieuses. Il s'éloigne de moi et sort d'un tiroir une grande nappe capable de cacher sa figure. Elle a une couleur jaunâtre, sans motifs. Je n'ai jamais vu quelque chose de semblable auparavant, même pas dans les musées. « C'est une pièce coloniale » me dit-il. « Il y a de la soie et de la vigogne » ajoute-t-il. « Quel est son prix ? » je lui demande. Il me regarde et rigole sans me donner une réponse. Son prix est inestimable d'après lui. Si un poncho d'alpaga vieux de 300 ans coûtait 2'000 USD, je ne peux pas imaginer le montant de cette pièce plus précieuse en termes de matières utilisées et de travail manuel fourni.

Il range la pièce dans son tiroir et en sort une autre semblable en taille, mais cette fois-ci de couleur brun clair. Je m'en doutais, c'est de la vigogne – le camélidé sud-américain le plus prisé par la finesse de ses poils. C'est rare de trouver un tel exemplaire, surtout de ces dimensions. Certes, des marques comme *Kuna* ou *Sol Alpaca* vendent des pièces en vigogne adaptées à la mode contemporaine, mais en quantités limitées.

Nous remontons. Son frère, Julio, est là. Je me présente et parle un peu de ma recherche. Lui, tout de suite, tient à me souligner que les textiles des communautés ne sont plus comme jadis. Il affirme que quelqu'un de Chawaytire lui a vendu une pièce dite en alpaga mais qui, à vrai dire, contient du synthétique. Julio sort tout à coup un briquet et tente de brûler un textile qu'il avait près de lui. « Regarde ça ne brûle pas. Regarde maintenant » insiste-il en enflammant l'extrémité d'une ficelle. Cette partie commence à brûler. « Tu vois, c'est du synthétique ça ». D'après lui, les communautés andines fabriquent désormais leurs pièces avec du synthétique, et pas uniquement avec du mouton ou de l'alpaga<sup>232</sup>.

\*

Ces deux récits me permettent d'élaborer une distinction analytique en trois axes, chacun formé de dyades, dont les éléments s'entremêlent parfois.

---

<sup>232</sup> Notes de terrain, visite du magasin de la famille Olivera (03.01.15).

## 1) Coexistence manuelle/industrielle

Qu'il s'agisse de marchandises ou d'habits, il est possible de distinguer les textiles andins, bien que ce ne soit pas toujours aisé, d'après leur mode de fabrication : manuel ou industriel. La coexistence de ces deux modes est telle qu'on peut la trouver par exemple parmi les habits d'une même personne, qu'elle soit *comunero*, citadine, touriste ou autre.

Cette coexistence témoigne du processus historique d'industrialisation mondiale, décrit plus haut, qui a touché, entre autres, la production textile. À l'heure actuelle, nos habits ont un caractère fortement industriel (ils sont de plus en plus fabriqués en Asie). Cette tendance vestimentaire à l'échelle mondiale est aussi perceptible à Cusco auprès de la population rurale : les *comuneros*, particulièrement les hommes, portent désormais des vestes de la marque *The NorthFace*, des pantalons *Adidas*, des jeans, ou encore des maillots d'équipes de football.

Cette image un peu caricaturale tente de décrire une réalité vestimentaire contemporaine (je qualifie ces habits de « cosmopolites » et j'aborde ce sujet plus amplement dans le chapitre 5) ; sans pour autant exclure que ces mêmes personnes puissent agrémenter leur tenue d'un *poncho*, d'un *chullo* ou pour les femmes d'une *lliclla* ou d'un *chumpi* (cf. ci-dessus le collage, photos 2, 6, 14 et 16). En ville, il est aussi monnaie courante de percevoir des citadin·e·s portant des ponchos ou *lliclla*, confectionnés autant manuellement qu'industriellement (cf. ci-dessus le collage, photos 1, 3 et 17). Cela est aussi valable pour les touristes (cf. ci-dessus le collage, photo 18 et 19).

## 2) Coexistence de matériaux naturels/synthétiques

La relation dyadique naturelle/synthétique renvoie plus spécifiquement au processus de teinture des fibres. Avec la découverte de l'aniline (colorant chimique) dans les années 1820, les teintures chimiques ont vu le jour dans les Andes ; ce qui a induit une baisse notable de l'usage des teintures naturelles au Pérou (comme ailleurs).

Certes, le tourisme a fortement promu la réutilisation du « naturel ». Toutefois, les *comuneros* continuent à élaborer des pièces en fibres teintées de manière synthétique. Ces personnes distinguent en effet la production destinée plutôt à la commercialisation touristique (tendance naturelle) de celle destinée davantage à leur propre usage (tendance synthétique). Le cas d'un tisserand de Pitumarca, membre du CTTC, que j'ai rencontré au *Museo Inka* (14.08.14) est parlant. Ce *comunero* portait un *chullo* très coloré (synthétique), fait par lui-même à la main, tout en tricotant un autre *chullo* à l'aide de fils teints naturellement<sup>233</sup>. J'ai retrouvé exactement le même cas de figure chez d'autres tisserand·e·s (cf. aussi ci-dessus le collage, la photo 2 des *comuneros* avec des ponchos fabriqués avec des matériaux synthétiques - par ex. celui du milieu - et naturels - par ex. ceux de droite).

---

<sup>233</sup>Les couleurs vives du premier contrastent avec la sobriété des couleurs du second. Selon le tisserand, le premier est plus compliqué et laborieux que le second, ce qui met en évidence la diversité textile dans un même type d'objet.

Cette tendance peut toutefois s'inverser. En témoigne le cas de Mario de Chawaytire. Chez lui, ce tisserand m'a montré un poncho couleur marron qu'il venait de finir. « C'est du cône mais entièrement en bébé alpaga (*baby alpaca*) » m'a-t-il confié. J'en ai profité pour lui demander de me montrer un poncho « typique » (*poncho típico*). Il est allé en chercher un : c'était une pièce fabriquée avec des fibres synthétiques. Pourtant, lors d'une précédente visite, pour me protéger du froid, il m'en avait prêté un autre élaboré à l'aide de teintures naturelles. Je lui ai demandé alors si l'un des deux ponchos était « plus typique » (*más típico*) que l'autre. Mario a répondu par la négative : « les gens ont recommencé à utiliser le poncho comme « d'antan » (*de antaño*) » en se référant à la pièce qu'il m'avait prêtée l'autre fois. « Cela dépend des personnes. Certaines aiment les couleurs vives du synthétique ». Il m'a expliqué que le poncho de fibres synthétiques était un « poncho de mariage » (*poncho de matrimonio*) alors que l'autre était d'usage plus courant. « J'ai fabriqué une *lliclla* pour ma fille en fibre synthétique car l'école le lui a demandée pour défiler<sup>234</sup> » m'a-t-il confié.

Cette coexistence dépend également du type de production et particulièrement du style recherché, comme le laisse voir le cas des tapisseries que je décrirai plus bas dans la catégorie des œuvres artistiques (cf. section 2.2.2). Si l'on prend par exemple les pièces de l'artiste Máximo Laura, celles-ci contiennent autant des fibres naturelles que des fibres teintées de façon synthétique. Son travail propose en effet un jeu de couleurs qui lui est propre, avec une combinaison chromatique qui emploie souvent des couleurs fortes (impossible à exécuter avec les teintures naturelles).

L'industrie textile, quant à elle, témoigne aussi de cette coexistence naturelle/synthétique. Généralement, les pièces produites comportent des fibres naturelles, certaines sans aucune teinture, d'autres teintées chimiquement. Toutefois, il est possible de voir de plus en plus une production qui relève des teintures naturelles, souvent sous une gamme qualifiée d' « écologique » : par exemple le label *Eco Friendly* chez *Kuna* ou la ligne *eco* chez *Sol Alpaca*<sup>235</sup>. Il s'agit vraisemblablement d'une stratégie pour s'adapter à une certaine demande pour de tels produits (cf. chap. 7.2.3.3).

Prenons maintenant ensemble les deux premiers axes, la technique et la matière, qui mettent en évidence une sensibilité locale vis-à-vis des catégories composant ces axes. Il est intéressant à cet égard de noter que les *comuneros* font, du point de vue sémantique, la différenciation entre *q'aytu*, *cono* et *lana*<sup>236</sup> selon la matière première et le caractère manuel. *Q'aytu* veut dire en quechua : fils fabriqués manuellement à l'aide du *puskay* ou quenouille, en utilisant des fibres naturelles (mouton et/ou alpaga principalement). Ces fils peuvent être laissés tels quels, teints naturellement ou chimiquement avec l'*anilina*, pour reprendre leurs mots. Le « cône » (de l'espagnol *cono*), cité d'ailleurs par Mario, renvoie directement à un filage industriel d'une fibre naturelle et/ou synthétique.

---

<sup>234</sup>Notes de terrain, Communauté de Chawaytire (22.12.14).

<sup>235</sup>[http://www.solalpaca.com.pe/catalogue/cat/c/id/83/path/78\\_83/line/eco](http://www.solalpaca.com.pe/catalogue/cat/c/id/83/path/78_83/line/eco) (consulté le 02.05.15)

<sup>236</sup>Cette triple distinction est en grande partie inspirée de la nomenclature utilisée dans la communauté de Chawaytire. Toutefois, loin de s'y circonscrire, j'ai pu l'utiliser avec d'autres communautés andines, notamment dans la région de Chinchero et chez les Q'ero. Deux tisserandes, l'une de Huaran (19.08.14) et l'autre de Ccachin (25.08.14) faisaient aussi cette distinction. Ce trinôme peut donc s'appliquer plus largement à d'autres communautés de Cusco. Reste à savoir la véritable étendue de son usage.

Celui-ci est acheté en ville (Cusco, Arequipa) ou, plus rare, dans d'autres marchés régionaux comme celui de Písaq. J'y reviendrai lorsqu'il sera question des stratégies de production touristique (cf. chap. 4.3.1). Entre *q'aytu* et *cono*, la distinction s'opère selon le type de filage : manuel ou industriel. En revanche, *lana* – mot en espagnol pour désigner la laine – se réfère aux fils synthétiques, souvent teints chimiquement. Cette dernière se distingue donc selon sa composition, naturelle ou synthétique. Il est intéressant de souligner les possibles valorisations locales de ces éléments. La *lana* peut endosser une valeur esthétique, car les couleurs fortes qu'elle contient plaisent aux *comuneros*, comme je l'ai vu chez Mario, mais aussi chez d'autres personnes. Le *cono* permet de fabriquer des textiles plus rapidement, car il dispense de la phase de filage (cf. chap. 4.3.1). L'intérêt est donc plutôt commercial (valeur d'échange). Le *qaytu* rend possible par exemple la création de *lloqepaña*, technique, déjà évoqué dans l'introduction, qui permet de protéger des esprits, et comporte par ailleurs des appréciations pratiques et esthétiques (cf. chap. 3.2.4).

### 3) Coexistence préhispanique/contemporaine

Cette coexistence appelle une dimension diachronique qui interagit avec les deux axes précédents. Ce qui relève du « contemporain » et de ce qui est « préhispanique » doit être appréhendé en tant que deux extrémités d'un continuum historique, avec des transformations survenues après la conquête hispanique et tout au long de l'ère républicaine de l'Etat-nation péruvien, suite à l'indépendance en 1821.

De nos jours, la grande majorité des œuvres textiles est d'origine relativement contemporaine<sup>237</sup>, c'est-à-dire fabriquée à une époque plus ou moins récente. Néanmoins, grâce à des facteurs climatiques ou par soucis de conservation, voire de collection<sup>238</sup>, certaines pièces préhispaniques (ou coloniales comme celles montrées par Gregorio) continuent une vie contemporaine dans les musées ou les négoce. Certains textiles précolombiens (ou des parties) font même l'objet de commercialisation illégale, sanctionné par la Loi générale du patrimoine culturel de la nation (*Ley General del Patrimonio Cultural de la Nation*) (Loi n° 28296).

Ce qui résulte peut-être plus fascinante est la fabrication contemporaine de pièces « préhispaniques ». Il est question d'imitations, parfois de réinterprétations, des textiles précolombiens. Ce sont des articles que l'on trouve dans certains magasins de Cusco. Parmi les plus connues se trouvent les œuvres de la famille Sulca – notamment de Walter (fils) et de Benigno (père), artistes originaires d'Ayacucho – qui expose, dans son musée-galerie, des répliques des tissus préhispaniques<sup>239</sup>. Reproduisant sur divers formats l'iconographie des Paracas ou les *tocapu*<sup>240</sup> des

<sup>237</sup> Tel que je l'utilise dans la thèse le terme « contemporain » renvoie plutôt à ce qui est produit actuellement. Toutefois, de manière plus large, ce terme désigne aussi des pièces fabriquées au cours du XX<sup>ème</sup>. Dans tous les cas, ces pièces sont très différentes de celles qui étaient fabriquées à l'époque coloniale et préhispanique.

<sup>238</sup> À ce propos, citons la collection de Yoshitaro Amano qui est exposée au musée des textiles préhispaniques à Lima et qui porte son nom (i.e. *Museo Amano*).

<sup>239</sup> <http://sulcatextiles.com/index.php/galerias> (consulté le 02.05.15). Voir aussi dans les annexes photo A.6.

Incas, entre autres, certaines pièces y sont mises en vente, à l'instar d'autres que les Sulca vendent dans le *Museo Inka* et dans d'autres magasins.

Mais ce n'est pas seulement une question de production. C'est aussi une affaire de perception, si l'on se réfère aux Péruvien·ne·s qui considèrent ou interprètent des œuvres contemporaines, par exemple les tapisseries de Máximo Laura, comme relevant d'un héritage préhispanique (cf. chap. 7.2.1). Laura revendique d'ailleurs lui-même ce type de filiation dans son travail, tout comme d'autres tisserand·e·s *comuneros* (cf. notamment chap. 6.3.1). Alors que le premier évoque principalement les influences des civilisations préincaïques comme Wari ou Chavin, les second·e·s se réfèrent majoritairement aux Incas. Notons que, sur le site Web de l'artiste, celui-ci revendique fortement une telle influence. Il parle par exemple de l'achat de pièces de « la tradition textile millénaire du Pérou » (*own a piece of milenary textile tradition of Peru*).

L'industrie textile n'est pas non plus étrangère à ce type de filiation, comme en témoigne la collection *Milenium* de la marque *Kuna*, sortie en 2014. On trouve dans cette collection, des châles qui comportent une iconographie pré-incaïque. *Milenium* évoque un passé précolombien mis à jour à travers ses confections vestimentaires. D'ailleurs, par ce type de créations, l'industrie se réclame d'un statut d' « héritier légitime » (*legitimate heirs*) du legs précolombien<sup>241</sup>.

Qu'il s'agisse ainsi de Laura, des *comuneros* ou de l'industrie textile, cette filiation inversée renvoie à une certaine revendication (néo-)incaïque, voire (néo-)pré-incaïque<sup>242</sup>, que j'ai soulevée au premier chapitre et que d'autres passages ou sections montreront également.

Ces exemples mettent aussi en évidence la façon par laquelle les trois axes (technique, matière, période) s'entremêlent. Contrairement à la période précolombienne, les textiles andins proprement contemporains ne sont pas forcément de confection manuelle et naturelle. Une grande partie de la production textile est désormais d'origine industrielle et de nature synthétique, malgré le retour en force du manuel et du naturel, en raison notamment d'une certaine demande touristique (cf. chap. 7.1.3). Rappelons-nous encore qu'il s'agit d'une tendance et non pas d'une règle. Différentes combinaisons sont possibles, mis à part évidemment les pièces d'origine préhispanique. Ces trois axes nous permettent d'appréhender les processus historiques de continuité et de changement caractérisant les dynamiques propres aux textiles dans les Andes, d'hier et d'aujourd'hui. La Figure 7 résume schématiquement la coexistence et l'articulation entre les trois axes proposés ici.

---

<sup>240</sup> Style d'origine incaïque réservé à la classe privilégiée. Ariel de Vidas (1996: 25) définit le *tocapu* comme « figures géométriques, encadrées et alignées verticalement ou horizontalement ». Pour en savoir plus sur ce sujet, voir aussi Silverman (2008) et Arnold et al. (2007) qui établissent un lien entre le *tocapu* incaïque et la production contemporaine des textiles *comuneros*, rapprochement toutefois critiqué par Zuidema (1990: 275).

<sup>241</sup> Cité dans <http://kuna.com.pe/en/collections/milenium/milenium> (consulté le 02.05.15)

<sup>242</sup> Le travail d'Asensio (2014, 2012) mentionne l'existence de ce phénomène au nord du Pérou (i.e. la filiation avec la civilisation préhispanique mochica).

Figure 7 : Les trois axes de cohabitation des textiles andins

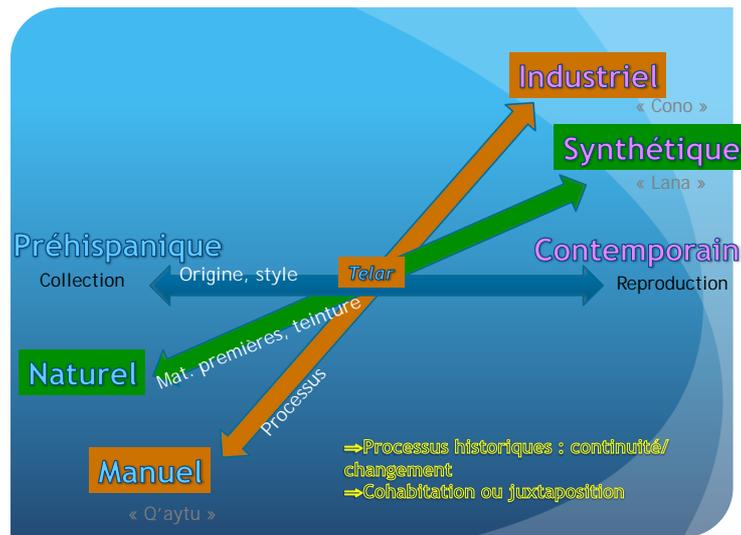


Figure réalisée par l'auteur

### 2.2.2 Tentative de catégorisation

Jusqu'ici je me suis référé *grosso modo* aux textiles andins comme un « tout ». Parler de ces derniers revient cependant à évoquer une série d'objets différents, comme je l'ai évoqué plus haut. Je rappelle que les textiles andins tels que je les ai définis relèvent à la fois d'un résultat (objets) et d'un processus (cf. plus haut Filage).

Il est désormais temps de tenter de (dé)construire la catégorie « textiles andins » tout en sachant qu'elle est composée d'une variété fort complexe de pièces dont les limites sont parfois difficilement saisissables. Je proposerai ici six différentes sous-catégories. Pour ce faire, je prends comme critère de classification les objets en tant que tels en essayant de dégager leurs particularités (matérialité, technique, statut, usage, etc.) qui les font basculer dans une sous-catégorie plutôt que dans une autre.

D'abord, je commencerai par des sous-catégories qui sont fortement reconnues, dans le langage courant, comme relevant des « textiles andins » (*tejido andino*, *textiles andinos*, *awayo*<sup>243</sup>) pour aller ensuite vers d'autres qui demeurent plus controversées. Il convient de prendre ces sous-catégories comme des propositions de ma part afin de saisir la diversité des textiles andins et d'essayer de circonscrire ce domaine pour des raisons analytiques. Loin d'être des entités monolithiques, ces sous-catégories comportent une certaine perméabilité comme je le montrerai par la suite. Notons que les sous-catégories que je vais décrire sont pour la plupart de nature analytique dans la mesure où elles relèvent de mon élaboration, bien que parfois inspirés du discours de mes interlocutrices-eurs.

#### 1) Textiles historiques

Il existe encore aujourd'hui des pièces textiles d'origine préhispanique ou coloniale : fardeau funéraire, *ch'uspa*, *tocapu*, *unku*, *gorro de cuatro puntas* (bonnet à quatre pointes), etc. Elles sont

<sup>243</sup> Ce qualificatif se réfère à la production des *comuneros*, voire à la production industrielle (cf. *infra*).

souvent exposées dans des musées, font l'objet de collections chez des particuliers, voire de commercialisation clandestine ; ayant une valeur en tant que pièces archéologiques ou historiques, d'où leur appellation. Puisqu'ils sont parfois placés dans les musées d'art ou présentés comme œuvres d'art précolombien (par ex. *Museo de Arte Precolombino* à Cusco), les « textiles historiques » peuvent aussi relever de la sous-catégorie « œuvres artistiques » (cf. plus loin sous-catégorie n° 4).

D'après mes observations et entretiens, ces objets sont « les textiles andins par excellence ». En témoigne toute une littérature qui utilise le terme « textiles andins » pour s'y référer (cf. courants théoriques in Filage) ou encore les publications à destination d'un large public que l'on trouve dans les musées, les librairies et les magasins touristiques. Les œuvres coloniales tendent curieusement à être mises à l'écart par ce genre d'appellation, à quelques rares exceptions (par ex. Gisbert et al 2010). En outre, l'influence exogène des hispaniques peut contrer une vision romantique ou puriste de ce qui serait « véritablement andin ». Les Péruvien·ne·s assimilent en général plus volontiers les textiles andins à l'héritage historique de l'« Ancien Pérou » qu'au passé colonial, exprimant ainsi, si l'on suit Mendoza (2006), leur « anti-hispanisme ». Cette attitude peut servir de faire-valoir à l'incaïsme, nous dit cette anthropologue. Le chapitre précédent insiste par exemple sur cette prégnance incaïque notamment auprès des Cusquénien·ne·s.

Bien que ce soit discutable, je propose de placer ici les reproductions contemporaines des textiles historiques que j'ai citées dans l'axe préhispanique/contemporain (cf. photo A.6 dans les annexes). On peut peut-être en exclure les textiles qui ne sont pas à proprement parler des reproductions, comme la collection *Milenium* qui s'inspire plutôt d'une iconographie préhispanique pour des créations vestimentaires contemporaines.

## **2) Textiles comuneros**

Les communautés andines sont héritières d'un savoir-faire textile accumulé historiquement, avec des transformations au fil du temps, comme je l'ai souligné plus haut. De manière générale, la population urbaine de Cusco et du Pérou (voire les étrangèr·e·s) tendent à associer presque automatiquement les textiles andins à la production des communautés andines (si ce n'est pas aux textiles préhispaniques comme mentionné ci-dessus). La production en question est fortement (sinon totalement) manuelle et utilise diverses techniques comme je l'expliquerai plus bas.

Je qualifie cette sous-catégorie de textiles andins de « comuneros » en me référant aux habitant·e·s des communautés andines dont plusieurs sont des tisserands. Il faut souligner que cette production n'est pas nécessairement issue des comuneros, comme le montre le cas des prisonniers à *Qenqoro* (cf. plus bas section 2.3.2). J'utilise toutefois ce terme car les tisserand·e·s comuneros élaborent une grande partie de ce type d'objets, en tout cas pour la région cusquénienne.

Etant donné le large répertoire textile de cette sous-catégorie « comuneros », il serait difficile d'y opérer une généralisation. J'en propose alors de diviser cette sous-catégorie en trois typologies selon les techniques de tissage qui donnent une certaine particularité aux objets. Une classification par type

d'objet deviendrait moins pertinente puisque deux objets similaires (par ex. *chullo*) peuvent être issus de deux techniques différentes.

La première typologie relève des textiles qui sont fabriqués à l'aide du métier à tisser : *poncho*, *lliqllla*, *ch'uspa*, écharpe, chemin de table, etc. Je les appellerai désormais « textiles *away* » d'après le verbe *away* qui veut dire « tisser » en quechua. D'ailleurs, le vocabulaire urbain (de Cusco, du Pérou ou de pays andins comme la Bolivie et le Chili) a « hispanisé » le mot en parlant d'*awayo* pour s'y référer. Je retiens donc l'appellation quechua étant donné son usage rural et son « hispanisation ». Pour produire ces pièces *away*, il y a deux types de métier à tisser variables selon la zone. La plupart des communautés andines (par ex. Chawaytire, Chinchero) utilise le *telar de cintura*, fort répandu dans la région de Cusco. Ce métier à tisser est déployé sur une position oblique et la tension des fils dépend du mouvement de la personne au niveau de la ceinture. Le textile qui en résulte est formé par l'entrecroisement des fils entre la chaîne (*urdimbre*) et la trame (*trama*). Le même principe de tissage et de métier était employé à l'époque précolombienne (cf. ci-dessous fig. 8 et photo 2). Je reviendrai plus en détails sur les étapes de production que sous-tend cette technique de tissage (cf. chap. 4.2.).

Le deuxième type de métier est celui évoqué dans le récit de ma *lliqllla* q'ero (cf. « Une préciseuse rencontre »), à savoir le métier à *cuatro estacas* ou (*tawa*) *takarupo* en quechua. On le retrouve en effet chez les Q'eros, dont les textiles sont faits exclusivement avec cette technique et dont le processus de production avant et durant le tissage est exactement le même que celui du *telar de cintura*. Le nom vient de la position horizontale où la tension est assurée par 4 pieux (*estacas*) cloués au sol (cf. ci-dessous photo 3). D'autres communautés semblent posséder les deux types, comme le cas de Pacchanta<sup>244</sup>. Afin de rendre plus facile cette typologie, j'y inclus également d'autres objets, notamment les bracelets ou les petites ceintures. Ces objets comportent le même principe de tissage ; l'entrelacement entre la chaîne et la trame étant exactement le même (cf. photo 4).

J'ajoute dans ce type de techniques, celles employées pour la finition de l'objet, qui sont différentes selon la communauté ou le·la tisserand·e. Par exemple, à Chawaytire, il existe une technique appelée *chichilla* (connue à Chinchero sous le nom de *ñawi awapa* ; cf. photo 5) avec laquelle les tisserand·e·s élaborent les bords de la pièce, particulièrement les *lliqllla* (parfois sur des *poncho* et des *ch'uspa*). Si ce type de tissage comporte avant tout une fonction décorative pour l'objet, il peut devenir un objet en soi. C'est par exemple le cas d'un bracelet élaboré grâce à la technique de *chichilla* et acheté à Magi, une tisserande de Chawaytire que j'ai rencontrée dans le musée-galerie de l'artiste Sulca, à la périphérie de Cusco et près de *Saqsaywaman*. J'inclus ainsi cette forme particulière de tissage dans le type *away*, même si elle n'appartient pas tout à fait à celui-ci.

---

<sup>244</sup> Selon le rapport sur les textiles de Pacchanta fourni par Teresa Campos de la DRC-Cusco.

**Figure 8 : Telar de cintura préhispanique**

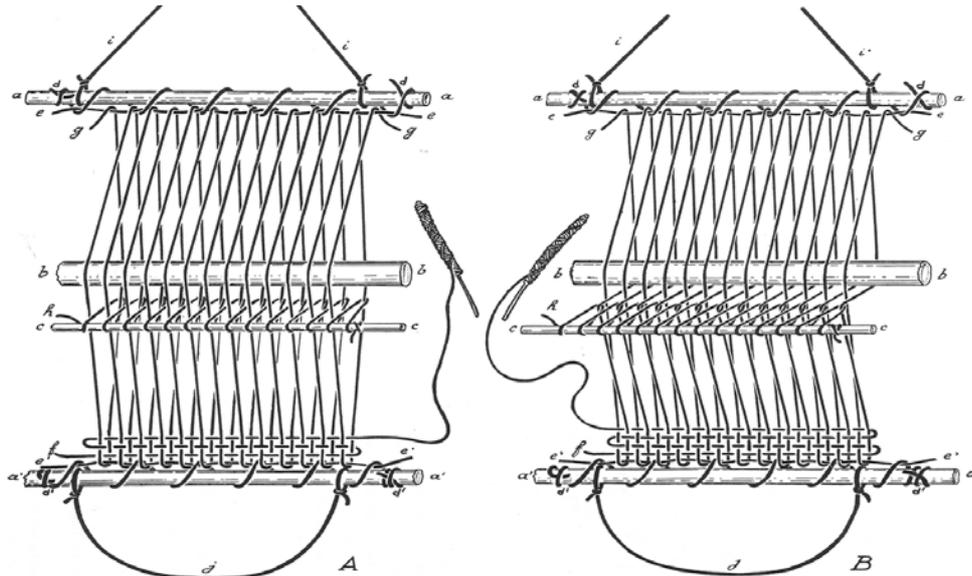


Figure 3. Common form of the ancient Peruvian loom. A: heddle lowered, odd yarns raised by rod *b*; B: heddle raised, even yarns lifted. The parts of the loom are: *a, a'*, loom bars supporting warp for weaving; *b*, coarse rod or roller separating the two warp sections; *c*, small rod which, with the loops formed by yarn *h*, constitutes the only heddle of the loom; *d, d'*, cord that secures *a, a'* to the loom bars; *f*, weft yarn supplied by the bobbin; *g*, continuous warp yarn; *h*, heddle loops; *i, i'*, small cords used to attach the upper loom bar to a given position; *j*, girth passing from the opposite loom bar around the lower back of the weaver

Source : D'Harcourt (2002: 8).

**Photo 2 : Telar de cintura contemporain**



Photographie de l'auteur prise au *Museo Inka* lors d'une visite d'école (11.07.14). Il s'agit des tisserand-e-s comuneros (ici deux femmes et un homme au fond) membres du CTTC qui montrent le travail de tissage au public. Pour une description détaillé du *telar de cintura* cf. fig. 11 dans le chap. 4.2.



**Photo 3 : Cuatro estacas ou (tawa) takarupo**

Photographie de l'auteur prise au village de Charkapata à Hatun Q'ero (18.09.15).

Tôt le matin, cette *comunera* reprend le tissage d'une pièce déjà commencée. À noter la photo est prise au moment où elle est en train de passer la trame. Les fils sont d'origine synthétique. Pour d'autres détails voir la photo A.38 dans les annexes (cf. aussi photo A.37 dans les annexes).



**Photo 4 : Tissage de ceintures**

Photographie de l'auteur prise à la communauté de Chawaytire (10.01.15).

Dans une école dominicale, portant leurs *trajes típicos*, les filles et les garçons de cette communauté apprennent à tisser au sein de l'association CTTC Chawaytire.

Si certain·e·s emploient le métier à ceinture, d'autres tissent des pièces en employant la même logique de tissage (enfants de gauche) où la ceinture assure toujours la tension des fils. Dans le deux cas, il s'agit de passer la trame entre les fils disposés verticalement.



**Photo 5 : Chinchilla ou ñawi awapa**

Photographie de l'auteur prise au village de Chinchero, dans un des centres textiles (16.01.15).

Cette *comunera* finit son œuvre en tissant le *ñawi awapa*, appelé *chinchilla* dans la communauté de Chawaytire.

La deuxième typologie de textiles *comuneros* que j'appelle « textiles tricot » comprend des pièces élaborées dans certaines communautés andines grâce à la technique du tricotage. Dans leur taxinomie, certain·e·s *comuneros* utilisent le verbe espagnol *tejer*<sup>245</sup> pour le distinguer du mot *away*. Il y a donc

<sup>245</sup> Par exemple, une tisserande de Ccachin, de l'association *Inkakunaq Ruwaynin*, utilise le verbe *tejer* pour le distinguer d'*away*, le verbe *tejer* se référant exclusivement au tissage du bonnet (Luana, 25.08.15). L'usage de ce

une distinction sémantique pour différencier une technique de l'autre. Ici je retiens particulièrement la technique du tricot élaborée à l'aide des *cinco palillos* ou cinq baguettes. Les quatre baguettes tiennent le travail textile aux quatre bouts, formant une sorte de carré, tandis que la cinquième interagit avec les autres de chaque côté pour avancer dans le processus de fabrication (cf. photo 6). Cette technique permet avant tout l'élaboration de bonnets ou *chullo* (de différentes formes) ; objets par excellence fabriqués à l'aide de celle-ci. Désormais, s'ajoutent à ce type de pièces, d'autres de fabrication plus récente comme les petites pochettes pour téléphones portables (davantage produits en *away*) où le tricotage ne s'effectue qu'avec deux baguettes (et non cinq). Cette nouvelle production a été fortement motivée par des projets d'ONG qui tentent de renouveler l'offre pour capter une partie du marché (cf. Ariel de Vidas 1996: chap. 4-5 ; cette anthropologue mentionne également la participation des gouvernements, parfois aussi des anthropologues comme c'est les cas d'ethnologues boliviens d'ASUR). Cette production se rapproche de la sous-catégorie « confection vestimentaire » sur laquelle je reviendrai plus bas (cf. sous-catégorie n° 6).

**Photo 6 : La technique à *cinco palillos***



À gauche : Enfants vêtus en *traje típico* exécutant cette technique au CTTC Chawaytire. Photographie de l'auteur.

À droite : *Chullo* ou bonnet fait à l'aide de *cinco palillos*. Photographie prise au musée du CTTC à Cusco (Terry 2009).

Il existe une troisième typologie, à savoir, les « textiles *telar* » que je traiterai dans le chapitre 4 de manière plus détaillée. Ceux-ci sont fabriqués à l'aide d'un métier à pédale, appelé plus couramment *telar*, importés de la ville de Cusco ou fabriqués par des *comuneros*. Ce métier est techniquement différent de ceux employés pour les tapisseries (cf. sous-catégorie n°4 « œuvres artistiques »). Étant donné que les *telar* visent à reproduire les textiles *away*, j'affirme qu'il s'agit d'une nouvelle forme de textiles *comuneros*, vraisemblablement vieille de six ou sept ans et introduite dans certaines communautés andines de Cusco, même si elle existe déjà en Équateur depuis les années 1950 pour la production commerciale (Ariel de Vidas 1996: 98, 119).

---

verbe en espagnol pourrait laisser penser à une importation coloniale (Callañaupa 2007: 36), à une adaptation du *birreto* espagnol comme l'affirme l'ethnologue péruvien Jiménez Borja (Loaiza 2006). Cependant d'autres personnes, comme la collectionneuse Rosie Barnes, voient dans des pièces comme les bonnets à quatre coins (*gorro de cuatro puntas*), un ancêtre du *chullo*. Son exposition muséale légendée *Chullo identidad que se pierde* émet cette hypothèse, ce qui rejoint l'argument de l'ajout des protèges-oreilles émis par l'historien Luis Repetto (Loaiza 2006).

Malgré l'existence de trois typologies, je parlerai désormais de « textiles *comuneros* » pour me référer en particulier aux deux premiers types, sachant que le *telar* fera l'objet d'une discussion à part et que les textiles *comuneros* auxquels je fais allusion relèvent davantage du type *away* (par ex. les *lliqlla*) et du tricot (par ex. les *chullo*). J'exclus en outre de cette sous-catégorie une série d'objets composant les *trajes típicos*. Bien que certaines pièces *away* et tricots mentionnés ci-dessus en font partie (par ex. *chullo*, poncho, *lliqlla*), cette exclusion vise surtout à simplifier la lecture. Cela est d'autant plus pertinent que d'autres objets (par ex. *pollera*, gilet) sont moins concernés par mon étude<sup>246</sup> et sont élaborés avec d'autres techniques comme celle pour fabriquer la *bayeta*<sup>247</sup>.

### 3) Textiles d'imitation industriels

Désormais, il existe une série d'objets qui ressemblent, en apparence, aux textiles *comuneros*, soit de type *away* (par ex. les *lliqlla* ou les écharpes), soit de type tricot (notamment les bonnets). Il s'agit d'une production à grande échelle qui tente d'imiter ces textiles à des coûts moindres ; d'où le qualificatif d'« imitation ». Plusieurs contiennent non seulement une disposition de couleurs semblables, mais aussi de motifs comme le *loraypo* (cf. chap. 6) visant à copier les textiles *comuneros*.

Cette sous-catégorie est l'une des manifestations industrialisées des textiles andins contemporains. Les textiles d'imitation industriels sont souvent importés de Puno, de Juliaca<sup>248</sup>, voire de Bolivie<sup>249</sup>; ce qui témoigne d'une circulation textile (j'y reviendrai à la fin de cette section). Ceux-ci sont commercialisés dans toute la région de Cusco et utilisés abondamment par la population urbaine et les *comuneros*. Ils sont également vendus dans le marché touristique et plusieurs touristes en font usage sur place ou les ramènent chez elles·eux comme souvenirs ou cadeaux. Etant donné leur ressemblance avec les textiles *comuneros*, les personnes les associent plus facilement aux textiles andins. Certain·e·s n'y voient pas de différence. D'autres, conscient·e·s ou non, les préfèrent parce qu'ils sont meilleur marché (cf. chap. 7.2.2). De plus, le discours des commerçant·e·s et citoyen·e·s tend à les considérer

---

<sup>246</sup> S'il est vrai que je mentionne ce type d'objets dans certains passages de la thèse, notamment dans le chapitre 5 qui traite des *trajes típicos*, ces objets sont sous-représentés par rapport aux autres objets.

<sup>247</sup> Tissu rugueux fabriqué avec des fibres de laine de mouton (*rough wool fabric*), en général filée manuellement (Femenías 2005: 158-60). Il s'agit d'un tissu uniforme obtenu par un entrecroisement 1/1 entre la chaîne et la trame (Gisbert et al. 2010: 108), le plus souvent fabriqué aujourd'hui en utilisant un type de métier particulier (le *telar de pedales*). Certaines pièces de *trajes típicos* masculins (par ex. les gilets et les pantalons) et féminins (par ex. la *pollera*) sont confectionnées à partir de la *bayeta* (cf. chap. 5).

<sup>248</sup> En février 2014, à l'occasion d'une visite à Juliaca j'ai pu me rendre dans le quartier de *Laguna Temporal* grâce à Horacio Pacori, un interlocuteur local qui m'en avait parlé. Il s'agit d'un quartier spécialisé dans la commercialisation des textiles et des objets qui relèvent de cette catégorie. D'après Horacio Pacori, ce quartier rassemble un grand nombre de producteur·e·s qui vendent leurs marchandises à des commerçant·e·s. Ces derniers viennent de Cusco et d'autres parties du pays à cause du prix accessible de ces objets. D'après mes calculs, la même pièce peut être vendue trois fois plus cher à Cusco qu'à *Laguna Temporal*.

<sup>249</sup> Selon plusieurs productrices·eurs-commerçant·e·s, il existe une forte importation d'objets venant de Bolivie. J'ai pu voir au *Mercado San Pedro* et dans les environs, des textiles d'imitation industriels, enroulés et vendus au mètre (cf. photo A.7 dans les annexes). En juillet 2016, je me suis rendu à La Paz (Bolivie), et plus particulièrement à El Alto où certaines personnes fabriquaient des tissus à l'aide de machines. L'un d'eux, Manuel, m'a parlé de l'exportation de ces machines d'origine brésilienne (de la marque Draper) à Puno (Pérou). D'après lui, ce type de machine produisait jusqu'à 300 mètres de tissu (50 mètres par jour). La fibre utilisée était majoritairement d'origine synthétique.

sous l'appellation d'*awayos*, mentionnée précédemment. Il peut donc y avoir une confusion apparente, d'autant plus si la personne est néophyte dans le domaine et qu'il y a une constante cohabitation entre ces deux sous-catégories. Celles-ci peuvent, par exemple, se retrouver commercialisées indistinctement par la même commerçante.

Si je parle ici de « textiles d'imitation industriels » en opposition aux textiles *comuneros*, je ne souhaite pas émettre un quelconque jugement de valeur par cette distinction analytique. Le mot imitation est peut-être mal choisi car il crée une subordination par rapport à quelque chose d'« originel ». Toutefois, comme je l'ai soutenu plus haut, il existe une intention manifeste d'imiter au plus près les textiles *comuneros*. Quoiqu'il en soit, l'imitation fidèle ne semble en fait pas possible. Un regard éduqué peut en effet les différencier de manière relativement aisée, tel que j'ai pu le constater auprès d'une majorité de *comuneros*.

#### 4) **Œuvres artistiques : le cas des tapisseries**

Comme je l'ai évoqué déjà dans l'introduction, le fait d'étudier la tapisserie de Máximo Laura m'a notamment permis de penser à cette sous-catégorie de pièces, à la fois qualifiées d'art et considérées souvent comme relevant de l'héritage textile préhispanique (interprétation de l'artiste et des personnes, cf. chap. 7.2.1), bien que le métier ait une origine hispanique. Celui-ci fut en effet introduit pour les *obrajes* durant la colonisation (cf. plus haut).

Il est question ici d'objets de divers formats, dont les plus petits (taille d'une feuille A4 environ ; par ex. *Hallando la Celebracion Armoniosa* de 20 x 20 cm. ; cf. photo 7) sont appelés « mini-tapisserie » par Laura et les plus grands des « tapisseries murales » (par ex. *Alabanzas Sagradas en la Jungla*, de 180 x 303 cm. ; cf. photo 8). Ce sont des pièces exposées et reconnues comme des œuvres artistiques (*obras de arte*), notamment par le biais institutionnel (prix dans des biennales ou triennales d'art) ou par l'auto-proclamation de l'artiste. Il s'agit également de tapisseries que les gens peuvent acheter sur place ou en ligne. Celles-ci sont de format plus petit et moins chères que les tapisseries murales pouvant atteindre 25'000 USD comme l'œuvre *Fraternity Song* (179 x 352 cm.)<sup>250</sup>. Qu'il s'agisse de tapisseries murales ou de plus petites taille – qualifiées aussi des « commerciales » par Laura –, toutes les deux sont considérées en tant qu'art (cf. à ce propos l'entremêlement entre « fine art »/ « commercial art » avancé par Steiner 1999: 98).

Influencé ou non par cette reconnaissance, le public tend également à attribuer un caractère artistique à Laura et à ses œuvres. Celles-ci sont souvent associées au style qui rappelle notamment des peintres tels que Miró. À ce propos, une Argentine qui avait visité le musée consacré au travail de Laura à Cusco, avait qualifié l'artiste de « Picasso des textiles »<sup>251</sup> (cf. par ex. photo 9). Ce genre d'association rectifie (ou réifie) sa reconnaissance dans le monde artistique.

---

<sup>250</sup> <http://maximolaura.com/shop/fraternity-song/> (consulté le 29.08.17).

<sup>251</sup> Tiré du cahier réservé aux commentaires des visiteurs au *Museo Máximo Laura* (24.06.14).

**Photo 7 : Mini-tapisserie *Hallando la Celebracion Armoniosa***



Source : <https://www.museomaximolaura.com/miniature-collection/> (29.10.17).

**Photo 8 : Tapisserie murale *Alabanzas Sagradas en la Jungla***



Source : <https://www.museomaximolaura.com/tapestry-collection/> (29.10.17).

**Photo 9 : Tapisserie commercial *The Musiciens at Harvest Feast***



Photographie de l'auteur prise lors de l'exposition *Hands of the Sun* au *Museo Inka* (27.06.14). L'œuvre (99 x 120 cm.) fait partie d'une série sur la musique dans les Andes.

Il n'est pas question ici de juger l'étiquette « artistique », mais plutôt de mettre en évidence une sphère qui reconnaît et érige certains textiles andins au rang d'œuvres artistiques, n'étant plus traités comme de l'artisanat (cf. « art-isanat » dans l'introduction). En témoigne l'émergence d'autres auteurs tels que Tino (demi-frère de Máximo Laura) ou Sulca qui, comme Máximo, sont originaires d'Ayacucho ; ou encore Elton, un ancien tisserand de Laura, d'origine cusquéenne. Leur production est fortement soutenue par le marché touristique, avec une clientèle majoritairement composée de touristes étrangers. Un autre exemple de cette mouvance d'art textile est celui d'un jeune étudiant de l'école des Beaux-Arts de Cusco (ESABAC) que j'ai connu lors d'une exposition de son école et qui travaillait, lui aussi, sur les tapisseries et d'autres pièces dérivées (par ex. les sacs). Au même titre que les artistes mentionnés ci-dessus, son cas montre l'insertion des textiles des Andes dans le monde de l'art.

Cette tapisserie tend à se distinguer de celle qualifiée de « traditionnelle » (assimilée plutôt à l'artisanat), caractéristique d'Ayacucho avec des motifs géométriques et une surface plate (cf. Ariel de Vidas (1996: 113-4), qui soulève déjà l'insertion de cette production dans le marché urbain et touristique des années 1950). Contrairement à cette dernière, la nouvelle tapisserie se rapproche plus de la peinture, à l'instar des œuvres de Máximo Laura, riches en couleurs, motifs arrondis et comportant une surface en relief (tridimensionnalité assurée par une combinaison de techniques de tissage). L'évolution technique et stylistique des œuvres de Laura au cours de sa carrière reflètent d'ailleurs la distinction de plus en plus nette par rapport à la tapisserie traditionnelle.

Cette sous-catégorie permet ainsi de repenser l'opposition art versus artisanat à partir de la production textile des Andes et surtout d'y concevoir une perméabilité entre ces deux catégories. Hormis les tapisseries, d'autres créations accordent aussi un statut artistique aux textiles. C'est le cas de l'œuvre de l'artiste liméenne Killa Mónica Piqueras Bertie, élaborée à partir de textiles *comuneros*, plus spécifiquement des *lliqla* (cf. photo A.8 in annexes). Cet exemple montre une perméabilité également entre les sous-catégories textiles *comuneros* et œuvres artistiques, déjà évoquée dans l'introduction. C'est aussi le cas des textiles *comuneros* participant aux concours tels que l'*Arte Michell*, promu par l'entreprise industrielle Michell (cf. photo A.9 et A.10 in annexes).

Cette remarque montre que, tout comme c'est le cas de toute autre œuvre d'art, ces œuvres artistiques ne sont pas par essence de l'art, elles jouissent d'un certain regard qui leur accorde un tel statut, comme le souligne notamment James Clifford (1996). Comme l'affirment Ruth Phillips et Christophe Steiner (1999a: 19), cette étiquette dépend moins de la personne qui l'a créée que de celle qui la collectionne, bien qu'ici les artistes tels que Laura revendiquent ce statut et que le public le lui accorde également. La catégorisation des œuvres artistiques est alors liée plus à leur statut (toujours en négociation) qu'à l'objet en soi. Les tapisseries qui m'intéressent ici me semblent en représenter un cas assez éclairant à l'heure actuelle.

## 5) Confection utilitaire textile ou hybride

Aujourd'hui, les objets textiles sont de plus en plus utilisés comme matière première pour la confection de pièces à caractère utilitaire. Les sacs à main et les chaussures en demeurent des exemples emblématiques, vendus dans le marché cusquéen (cf. photo A.11 et A.12 in annexes). J'inclus dans cette sous-catégorie les objets appelés souvent des « souvenirs »<sup>252</sup>. C'est par exemple le cas des *chullo* miniatures (cf. chap. 4.3.6), élaborés sous différentes variantes. Bien que certains *chullo* de ce genre puissent être classés dans les textiles tricot (sous-catégorie n°2), leur particularité réside dans leur caractère utilitaire (non vestimentaire), employés par exemple en tant que porte-clés ou décoration pour la voiture (cf. ci-dessus le collage, photo 7). Pour cette raison-là, je les classe plutôt dans cette sous-catégorie.

Au sein de cette dernière, je distingue deux types : la « confection textile » et la « confection hybride ». La première utilise principalement ou (quasi) exclusivement la matière textile alors que la seconde ne tend à en utiliser qu'une petite partie, parfois comme élément purement décoratif de l'ensemble. Par rapport au second type, j'ai constaté l'émergence progressive de pièces que je qualifie d'« hybrides » matériellement parlant (par ex. l'étui de Lina ; cf. aussi le collage, photo 11). Il est question en effet de nombreux objets : chaussures, baskets, porte-monnaie, porte-passeports, sac à main, etc. Ceux-ci comportent une application textile sur la pièce. Mise à part les baskets, la grande majorité combine cuir et textiles. Parfois, bien que rarement, le cuir peut devenir l'élément secondaire et non plus le principal en terme de surface occupée<sup>253</sup>. La qualité de la production est variable selon les textiles appliqués (tissus industriels *versus* manuels) ou selon le cuir utilisé (de mouton, de chèvre ou de vache)<sup>254</sup>. La tendance est toutefois de produire à bas coût ; d'où la préférence pour des matériaux bon marché, notamment des textiles d'imitation industriels. Il est en effet plus difficile de trouver des applications de type *away*, bien qu'il soit possible de les retrouver dans certains objets et sur de plus petites surfaces (sac à main, porte-monnaie, etc.).

Je soutiens que la confection hybride devient l'une des nouvelles manifestations des textiles andins contemporains. Ils sont fortement commercialisés, prenant de plus en plus de place dans les divers magasins et centres artisanaux de Cusco, et plus largement dans le reste du pays. Il suffit de se promener dans le centre historique de la ville pour s'en rendre compte. En témoigne par exemple la production des frères Pine, en particulier de Fernando, le cadet, qui fabrique principalement des sacs-à-mains, chaussures, baskets et sandales pour fournir à ses deux frères et à sa sœur Irene ainsi qu'à d'autres commerçants de Cusco.

---

<sup>252</sup> Je me limite ici à l'appellation dans le langage touristique. Car, comme je le développe dans le dernier chapitre, le souvenir englobe une catégorie d'objets plus large.

<sup>253</sup> Je n'ai vu qu'un seul exemplaire de ce type sur un sac à dos ; les textiles étant l'élément principal et le cuir disposé sur la base de l'article, peut-être pour donner une plus forte solidité et endurance à l'objet.

<sup>254</sup> D'après Fernando, cette distinction va d'une (très) médiocre (*mala*) à une (très) bonne qualité (*muy buena*). L'usage de ces matériaux a une incidence sur le prix de l'objet.

Fortement commercialisée, cette production tente d'offrir autant une diversité d'objets « hybrides » que des combinaisons, couleurs et formes différentes. Cette hybridité matérielle crée ainsi un espace de créativité pour l'invention<sup>255</sup> de nouveaux produits. Plusieurs tentent désormais de combiner différents matériaux avec une application textile : plateaux, boucles d'oreilles, bagues, etc. Cela témoigne des dynamiques contemporaines au sein de la production textile dans les Andes, ainsi que de l'élargissement de cette production allant vers des objets chaque fois plus divers et à des degrés d'hybridité différents.

## 6) Confection vestimentaire

Cette sous-catégorie comprend une série d'objets vestimentaires : pulls, écharpes, bonnets, gants, etc. La production est principalement réalisée en alpaga (adulte ou *baby alpaca*), parfois mélangée avec d'autres fibres synthétiques ou naturelles. Elle est majoritairement réalisée avec des machines, bien que quelques magasins possèdent également des pièces réalisées à la main. La production est fort variable en termes de matériaux utilisés et de modèles (certains plus « exclusifs » que d'autres). De par cette différence, j'établis une classification comportant une certaine hiérarchie, traduite notamment par le prix. J'en distingue trois types.

Le premier type de confection vestimentaire concerne la production de « haute couture » qui est élaborée par des stylistes péruvien·ne·s qui, pour plusieurs, ont une carrière reconnue comme Meche Correa<sup>256</sup>. Ces créations sont exposées notamment dans des événements de mode comme *Perú Moda* (Lima), *Alpaca Fiesta* (Arequipa) ou *Cusco Always in Fashion* (Cusco). Cette production se caractérise par l'exclusivité des modèles (pièces uniques) et l'usage de fibres fines telles que l'alpaga (bébé) ou le coton *pima*<sup>257</sup>. En outre, le travail manuel est plus présent que dans les deux cas suivants.

Le deuxième type regroupe les habits qui sont fabriqués notamment par les grandes marques industrielles telles que *Kuna*, *Sol Alpaca*, *Ethnic Peru* ; dont les sièges sont à Arequipa. Aujourd'hui, ces entreprises possèdent des magasins à Cusco, à Lima ou même à l'étranger (par ex. boutiques *Kuna* et *Annatarah* au Chili). La production est majoritairement en alpaga mais il existe de plus en plus de mélanges avec la soie et le bambou, entre autres (cf. photo A.13 dans les annexes). À côté de ces grandes marques, il y a d'autres petites ou moyennes entreprises (PME) comme *Caryluis* (San Sebastian, Cusco) qui comportent une production semblable, mais en quantité moindre. Dans tous les cas, ces pièces sont susceptibles d'être exportées, produites majoritairement après commande, participant ainsi aux dynamiques de circulation textile à l'étranger.

Le troisième type relève d'une « production semi-industrielle » élaborée au Pérou, principalement par des entreprises de Puno et de Cusco (appelées *factorias*). Il s'agit de pièces dites semi-industrielles

---

<sup>255</sup> Pierre Rossel (1986: 35) utilise plutôt le terme « innover » qui « n'est pas nécessairement inventer, mais transférer une idée d'un domaine à un autre, créer de l'inédit, ou simplement créer quelque chose qui existe peut-être ailleurs, mais qui reste inattendu sur le plan local ». Cette idée reprend mon utilisation d'« inventer », de « créer de l'inédit », quelle que soit la source d'inspiration.

<sup>256</sup> Pour d'autres exemples, cf. notamment Zaferson Aranzaens (2013).

<sup>257</sup> Ce coton pousse au Pérou et offre une palette de couleurs naturelles (noir, marron, gris, etc.).

puisqu'elles comportent un degré moindre d'industrialisation par rapport au cas précédent, l'intervention humaine étant indispensable pour faire opérer la machine<sup>258</sup>. Une autre différence importante concerne la variabilité de la matière première appliquée : s'il existe des produits contenant du « *baby alpaca* »<sup>259</sup>, une grande quantité sont de « *fake alpaca* » (acrylique) pour reprendre la distinction faite par une guide dans une des *factorias* afin d'avertir les touristes de la contrefaçon. Ce discours de la part des commerçant·e·s s'effectue avec une certaine complicité des touristes, voulant à « tout prix » du *baby alpaca* bon marché.

Qu'ils soient « vrais » ou « faux », ces objets sont abondamment vendus dans la région de Cusco. Pratiquement, il est rare d'y échapper, ces objets étant commercialisés – parfois de manière itinérante et informelle (surtout le soir, cf. récit « Une mer colorée de tissus ») – autant auprès des touristes que des Cusquénien·ne·s qui, tous les deux, en font souvent usage. Il s'agit en effet de la sous-catégorie la plus couramment achetée, de par son prix, son caractère utilitaire (notamment pour faire face au froid) ou encore son statut de « souvenir » (cf. chap. 7.2.1).

Il faut souligner que, par rapport au reste des sous-catégories, la « confection vestimentaire » demeure à mon avis la plus controversée dans son appartenance aux « textiles andins », bien que des auteur·e·s puissent établir un certain rapprochement<sup>260</sup>. En effet, les deux premiers types proposent des articles qui, pour un regard externe, ressemblent énormément aux habits utilisés couramment en Europe ou aux États-Unis. La grande différence réside surtout dans l'usage des matériaux, en l'occurrence les poils des camélidés sud-américains, principalement l'alpaga (et en moindre mesure la vigogne). Il y aurait donc une distinction, difficile à établir visuellement face à une sorte d'« hybridité conceptuelle » fortement inspirée des modèles vestimentaires cosmopolites<sup>261</sup>.

J'ai toutefois élaboré cette sous-catégorie de textiles andins principalement pour trois raisons. Premièrement, les pièces peuvent s'inspirer matériellement (forme) des textiles *comuneros* tels que les ponchos ou les *chullo*. Deuxièmement, elles peuvent aussi s'inspirer de l'iconographie inscrite dans ces objets, comme des ponchos conçus pour les femmes contenant des motifs semblables aux textiles *comuneros*. Troisièmement, le discours et la publicité (propos et images) des marques industrielles revendiquent l'héritage textile non seulement préhispanique (par ex. la collection *Milenium* chez

---

<sup>258</sup> Dans les *factorias* situées près de *Saqsaywaman* (sur les hauteurs de la ville de Cusco), j'ai pu voir des machines où l'intervention humaine est davantage requise que dans les grandes usines. Concernant le qualificatif de « semi-industriel » que j'extrai des propos de Rafaela, une interlocutrice qui élabore ce genre d'articles vestimentaires, souligne le caractère manuel de son travail. D'après elle, la machine qu'elle utilise quotidiennement laisse une marge de manœuvre manuelle importante par rapport à d'autres machines (Rafaela, 12.10.15).

<sup>259</sup> Ce terme en anglais est couramment utilisé tel quel dans la région de Cusco et dans des villes où cette production est commercialisée, notamment à Lima, à Arequipa et à Puno.

<sup>260</sup> Dans son ouvrage sur les textiles et la mode au Pérou, Zaferson Aranzaens (2013) rapproche la production textile des *comuneros* de celle des stylistes et la considère comme une sorte de continuité de l'héritage textile péruvien (cf. aussi PromPerú 2013). Dans son travail *Alta Moda*, le photographe péruvien Mario Testino fait un rapprochement renversé. Il revendique les *trajes típicos* (en l'occurrence ceux de Cusco) comme relevant de la mode. D'où le titre *Alta* en espagnol qui renvoie à la fois aux sommets des Andes et à la haute couture.

<sup>261</sup> À ce propos, voir Maffi (2004) qui insiste sur ce type d'influences externes intégrées dans la production de l'artisanat en Jordanie.

*Kuna*) mais aussi contemporain issue des communautés andines. Il n'est d'ailleurs pas rare d'observer dans la production industrielle, par exemple chez *Sol Alpaca*, l'utilisation d'images de *comuneras* (surtout des femmes) dans les vitrines ou encore la vente de textiles *comuneros* de type *away* (surtout des marque-pages pour les livres). Les étiquettes des produits revendiquent elles-aussi la continuité de cet héritage. En témoigne une affiche devant l'un des magasins de *Sol Alpaca* :

Avec plus de 80 ans d'expérience, nous sommes les héritiers d'un patrimoine textile riche (*we are heirs to a rich textile heritage*) qui remonte à des milliers d'années et les pionniers au niveau mondial de l'industrie de l'alpaga d'aujourd'hui (*pioneers at the world level of today's Alpaca Industry*). Cette boutique thématique offre une collection complète de produits de qualité et de modèles (*design*) exceptionnels, exposés de façon explicative par des lignes spécialisées qui mettent l'accent sur le caractère unique des fibres andines les plus fines (*unique feature of the finest Andean fibers*).

Ce type de rapprochement peut être aussi affiché par des stylistes péruvien·ne·s comme Titi Guiulfo : « L'ancien Péruvien (*The old Peruvian*) était une personne qui savait s'habiller et s'habiller avec beaucoup d'accessoires. Je pense que nous conservons cet ancien patrimoine du bel habillement (*ancient heritage of dressing well*) » (cité dans PromPerú 2013: 12). Ce styliste a d'ailleurs travaillé avec les populations andines en éprouvant une grande admiration pour leur travail et un désir de « défendre le métier traditionnel » (*ibidem*). De son côté, la styliste Olga Zaferson s'inspire entre autres des pièces andines pour déployer sa créativité vestimentaire de type « ethnique » (cité dans PromPerú 2013: 50). Ces personnes opèrent donc une double filiation à travers ces créations contemporaines : du passé préhispanique aux *comuneros* des Andes. L'emploi de l'alpaga – parce qu'elle fût une matière utilisée par les populations préhispaniques et qu'il existe encore des *comuneros* qui sont *alpaqueros* – rend possible en outre cette double filiation.

La difficulté à reconnaître (au double sens du terme : discerner et accepter) les deux premiers types comme des textiles andins me semble moins présente dans la production semi-industrielle. Des motifs tels que les lamas ou les soleils permettent en effet d'associer plus facilement ces pièces vestimentaires au Pérou, à Cusco, ou plus largement aux Andes. Ce sont des habits plus ou moins faciles à distinguer par rapport à la production d'autres pays du monde. En sont exemplaires les propos de Roel vis-à-vis de son pull en alpaga acheté à Cusco ayant comme motifs des lamas : « [c'est] quelque chose d'occidental (*western*) avec des influences péruviennes ».

Il faut souligner le caractère perméable de cette typologie. Par exemple, *Kuna*, *Sol Alpaca* et *Annatarah* (type 2) ont participé aux défilés de *Peru Moda* et *Alpaca Fiesta*, tout comme *Caryluis* à *Cusco Always in Fashion*, en côtoyant d'autres stylistes péruvien·ne·s (type 1). De même, certaines *factorias* de Cusco (type 3) peuvent proposer une gamme de produits d'une quantité plus restreinte, dont la qualité se rapproche de la production des grandes marques (type 2), avec parfois l'imitation des modèles plus exclusifs<sup>262</sup>.

---

<sup>262</sup> Par exemple, Luis – producteur-commerçant du *Centro Artesanal IntiKilla* – qui possède une boutique dans le *Centro Artesanal IntiKilla* – raconte qu'il a réalisé un pull en alpaga avec une décoration de fleurs qu'il avait vue dans un magasin. Depuis, il cache dans sa boutique ses créations les plus exclusives pour ne pas s'exposer à

\*

Le schéma suivant résume graphiquement les sous-catégories développées dans cette section :

**Figure 9 : Les six sous-catégories des textiles andins**



Élaboration de l'auteur

### **2.2.3 Catégorisation : apports et limites**

Cette tentative de (sous-)catégorisation des textiles andins a pour ambition de circonscrire l'ensemble de ces derniers et de rendre compte de sa complexité et de sa diversité constamment renouvelée. Mon intention est aussi de montrer que les textiles andins ne se limitent pas à une création préhispanique ou celles des communautés andines, comme le laisse entendre une grande partie des travaux académiques (cf. Filage). L'un de mes apports réside dans cette tentative de repenser la catégorie « textiles andins » et de la situer dans une contemporanéité et dans un dynamisme quotidien.

Les textiles andins prennent aujourd'hui des formes multiples – parfois à caractère industriel ou hybride, comme les baskets dans la figure ci-dessus – et des usages variés (œuvres d'art, habits, etc.). Loin d'être monolithiques, ces objets divers manifestent une certaine perméabilité entre les différentes sous-catégories que j'ai proposées ici. De ce fait, la classification n'a pas été une tâche aisée. Celle-ci

---

ce type d'inconvénient (Luis, 07.05.14). Cette situation fait écho aux exemples de copiage iconographique dont je parle plus loin (cf. section 2.2.4).

reste une construction analytique de ma part avec un certain caractère arbitraire dans le choix des critères.

J'ai en effet décidé de partir des objets en essayant de saisir leurs particularités qui distinguent les sous-catégories les unes des autres. Ce choix me semblait plus pertinent par rapport à d'autres que j'aurais pu privilégier : classification diachronique, par matériaux, par type (par ex. *chullo*), etc. J'ai voulu en outre appuyer cette catégorisation sur les propos de mes interlocutrices·eurs. Ces personnes tendent, parfois implicitement, à se référer soit aux populations préhispaniques, soit aux *comuneros* des Andes<sup>263</sup>, même lorsqu'il s'agit d'œuvres comme les tapisseries de Laura. Hormis la diversité textile mise en avant par cette catégorisation, cette dernière nous laisse entrevoir d'autres éléments tels que les divers réseaux d'acteur·e·s assemblés autour de ces objets (réseaux variables selon le type d'objet), l'importance commerciale de ces objets et de leur usage, l'articulation des trois axes de coexistence (manuelle/industrielle, naturelle/synthétique, préhispanique/contemporaine) ou encore la reconnaissance du textile comme art. La perméabilité des sous-catégories invite à s'interroger sur les limites et les frontières entre les « textiles andins » et des objets qui ne relèveraient pas de cette catégorie. Le cas de la confection vestimentaire me semble à cet égard symptomatique.

En m'appuyant sur cette tentative de catégorisation et compte tenu d'une diversité textile fort complexe, je ne focaliserai désormais mon analyse que sur une partie de cet ensemble. J'étudierai ainsi de plus près les sous-catégories textiles *comuneros* (2), textiles d'imitation industriels (3) et confection textile utilitaire ou hybride (5). Ce choix n'exclut pas pour autant le fait de me référer de manière plus ponctuelle, selon la pertinence dans la réflexion et l'argumentation, aux autres sous-catégories. Remarquons en outre que, parmi les sous-catégories que je viens de citer, les textiles *comuneros* sont les plus concernés par mon étude et apparaissent ainsi de manière récurrente au fil du texte. Les textiles *comuneros* feront par exemple l'objet d'une étude plus approfondie, en particulier en lien avec le marché touristique (cf. deuxième partie de la thèse). À l'instar d'autres Péruvien·ne·s, j'ai peut-être été « obsédé » particulièrement par ces objets et ai fini par les trouver constamment sur mon terrain. Mes recherches précédentes auprès des *comuneros* y ont certainement contribué également. Cela n'amointrit toutefois pas l'importance des textiles *comuneros* quant à leur présence matérielle et imagée, du moins dans la région de Cusco.

#### **2.2.4 Circulation textile : des Andes à la Chine**

« Il faut faire circuler » dit Fernando au sujet de sa marchandise (produite par lui-même ou rachetée). La devise de ce producteur et vendeur est fortement répandue chez les commerçant·e·s<sup>264</sup>

---

<sup>263</sup> Entretiens auprès de 150 visiteuses·eurs cusquéniens, péruviens et étrangers à l'occasion de l'exposition muséale *Hands of the Sun* de Máximo Laura aux *Museo Inka* et au *Museo Machu Picchu*. En leur demandant ce qu'elles·ils pensaient des textiles andins, la grande majorité d'entre eux évoquaient les textiles préhispaniques et/ou les textiles provenant de communautés andines.

<sup>264</sup> Dans son mémoire, Guevara (2014: 105-108) insiste sur la stratégie de diversification (*surtirse*) de la part des commerçant·e·s. Une commerçante de Chinchero souligne d'ailleurs la nécessité de se diversifier (*surtirse, vender surtido*) pour pouvoir vendre au moins quelque chose (Pilli, 22.10.14).

dans leur souci d'écouler leur marchandise et d'en tirer un bénéfice, même minime. Celle-ci dénote un phénomène plus large sur mon terrain, ne concernant pas uniquement les commerçants ni les pièces textiles.

L'expression « circulation textile » reprend cette idée. Elle participe au phénomène d'omniprésence textile, citée au début du chapitre, par une série de déplacements spatiaux des objets, entièrement ou partiellement finis, en tant que matériaux pour en fabriquer d'autres (cf. plus haut l'exemple de confection utilitaire hybride). Cette circulation est fortement motivée par des raisons commerciales. J'ai pu m'en apercevoir à plusieurs reprises lors de mes voyages au Pérou (Juliaca, Puno, Arequipa, Iquitos et Lima) et à l'étranger (Chili, Argentine, Suisse et France).

La circulation textile s'opère à diverses échelles : familiale, régionale, nationale et internationale. Par exemple, à Chawaytire, les ménages (parents et enfants) vendent leur production de manière familiale et/ou associative. C'est aussi le cas de Fernando et de sa famille que j'ai cités plus haut. Tant lui que sa sœur (qui n'est que commerçante), avec qui j'ai travaillé comme vendeur m'ont expliqué la manière dont la marchandise circule. Les chaussures, les baskets ou les sac-à-mains que Fernando fabrique sont souvent élaborés à l'aide de textiles originaires de Juliaca<sup>265</sup> ou de la Bolivie. Les sandales qu'Irene vend dans son magasin au *Centro Artesanal IntiKilla* sont faites à Lima à partir de textiles *comuneros* ou d'imitation industriels qu'elle achetait à Cusco. Elle achète aussi des chapeaux « *made in China* » autour desquels elle accommode une pièce de type *away* pour lui donner un caractère « local ».

Cette pratique explique la commercialisation de pièces semblables, à divers endroits. Celles-ci comportent parfois une petite inscription qui rattache l'objet au lieu de vente. C'est le cas notamment des bonnets (i.e. confection utilitaire) qui diffèrent presque uniquement par le nom tissé sur l'objet : « Puno », « Cusco », « Machu Picchu », « Chili », « Salar de Uyuni » ... (cf. photo A.14 et A.15 dans les annexes). Des objets plus ou moins semblables circulent ainsi en Amérique du Sud. Le Pérou, la Bolivie et l'Équateur<sup>266</sup> semblent être les plus gros exportateurs de ces pièces textiles.

Pour revenir à la région de Cusco, le cas de la prison de *Qenqoro*, que je décrirai plus en détail ci-dessous, participe à ces dynamiques de circulation. Les détenus fournissent en effet le marché touristique, y compris de lieux célèbres pour la production des textiles *comuneros* comme Chinchero. Avec 150 prisonnier qui tissent une grande partie de la journée en utilisant des métiers à ceinture et

---

<sup>265</sup> Au Pérou, la ville de Juliaca est peut-être le principal fournisseur du pays, surtout pour la production industrielle (i.e. les textiles d'imitation industriels, la confection vestimentaire et la confection utilitaire textile ou hybride). Cette ville détiendrait environ 90% du total commercialisé dans tout le pays, selon Horacio Pacori, originaire de Juliaca, qui avait travaillé dans des ONG liées au domaine textile. Lima est plutôt spécialisée dans la production des objets hybrides et commercialise en outre de nombreux articles, textiles ou non, provenant de tout le pays (entretien 09.02.14). D'après mes observations dans divers centres artisanaux de la capitale, l'offre est abondante et diverse.

<sup>266</sup> Jérémy Voirol mentionne l'existence à Lima des *Otavaleños* qui travaillent dans le domaine textile (Jérémy, 13.08.15). Dans la ville de Panama, une vendeuse m'a aussi dit elle aussi que les textiles andins que j'avais observés dans ce pays étaient notamment importés par des *Otavaleños* (entretien, 20.07.15). Voir aussi Meisch (2002: 53, 70) et Colloredo-Mansfeld (1999).

une cinquantaine de métiers à pédale (textiles *telar*), ils produisent en grande quantité, parfois sur commande et destiné à l'exportation en Bolivie par exemple.

La tapisserie de Máximo Laura circule également entre les lieux de production (principalement dans les ateliers de Lima et d'Ayacucho avec une dizaine des tisserands qui travaillent pour lui), son musée à Cusco et des magasins comme *Andean Treasure* qui commercialisent les œuvres de l'artiste dans plusieurs villes du pays. J'ai constaté également que ses œuvres se vendaient à Panama et à Puerto Vallarta (Mexique) et dans d'autres lieux de vente en Équateur, au Costa Rica et aux États-Unis (Laura, 08.04.14), sans compter les ventes en ligne<sup>267</sup> et les objets dérivés ou le *merchandising* (tasses, cadres, écharpes, t-shirts, etc.) qui font évoquer ses tapisseries.

Toutefois cette circulation ne se limite pas au commerce puisque les tapisseries, surtout murales, font l'objet d'expositions (par ex., en 2014, l'exposition *Hands of the Sun* au *Museo Inka*, au *Museo Machu Picchu* et au *Museo de Arte Popular* à Cusco) et de concours au niveau national et international (par ex. la « V<sup>e</sup> Biennale d'art indigène, ancestral ou millénaire » en 2014 (en Équateur) ou la Biennale « From Lausanne to Beijing » en 2008 (en Chine)). Ce type d'expositions muséales de tapisseries rappelle celle des *chullos* citée plus haut (exposition temporaire) ou les textiles q'ero au *Museo Inka* (exposition permanente).

Mais il n'est pas seulement question de la circulation des objets, comme le montrent ces exemples. Il est aussi question de la circulation des éléments qui les accompagnent. L'iconographie est un bon exemple qui met en évidence le déplacement des idéogrammes d'une personne à une autre, d'une région à une autre, lesquels se matérialisent par l'exécution des motifs lors du tissage. C'est le cas du motif *loraypo* que j'ai évoqué plus haut en parlant des textiles d'imitation industriels. Cette imitation fait parfois l'objet de réappropriations par les *comuneros* qui sont capables de reproduire des motifs en déchiffrant leur « formule mathématique »<sup>268</sup> afin d'exécuter correctement le *pallay* désiré, comme j'ai pu le constater à Chawaytire (Terry 2009). À ce propos j'ai vu par exemple la *lliqla* d'une femme qui appartenait à cette communauté, dont un motif hybride comportait le *loraypo* à l'intérieur et le *puma sillu* à l'extérieur (cf. ci-dessous photo 10). De même, Juliana, tisserande de Chawaytire, n'a pas seulement appris à reproduire le motif. Elle l'a également utilisé sur des bracelets. C'est la seule personne à ma connaissance à avoir créé ce type de pièce (avec différentes combinaisons de couleurs, dont j'ai acheté certains exemplaires ; cf. ci-dessous photo 10). Dans la ville de Cusco, j'ai vu une écharpe q'ero comportant ce *pallay*. « C'est déjà de l'imitation »<sup>269</sup> m'a dit Guillermo, *comunero q'ero* de Marcacha, qui vendait ce type de pièce. Ce qui n'est pas étonnant puisque Adolfo – jeune tisserand de Chinchero engagé par le DRC-Cusco – organisait en 2014 des ateliers textiles pour les Q'eros. Une tisserande de Choqueqancha affirmait, quant à elle, que sa communauté possédait le motif

---

<sup>267</sup> <http://maximolauratapestries.com/tapestry-shop/> (consulté le 03.07.15).

<sup>268</sup> Par « formule mathématique » j'entends le déchiffrement de la quantité des fils, la longueur, la largeur, voire les techniques qu'il faut utiliser pour fabriquer un motif donné.

<sup>269</sup> *Eso es ya imitación* (Guillermo, 12.09.14).

*loraypo* dont la paternité est reconnue à Chinchero<sup>270</sup>. Ces exemples montrent les réappropriations iconographiques entre les communautés, dont les textiles sont destinés tant à l'usage local qu'à leur commercialisation. Ces réappropriation font parfois l'objet d'accusations comme le laisse entendre Polo, vendeur au Museo Máximo Laura, à l'égard des œuvres de Laura<sup>271</sup>. Si une copie fidèle est techniquement impossible, comme le reconnaît Máximo Laura même en ce qui concerne ses œuvres<sup>272</sup>, cette pratique met toutefois en évidence une circulation iconographique. Lynn Meisch (2002: 64-5) traite aussi ce phénomène dans la production de tapisseries à Otavalo.

**Photo 10 : *Loraypo* et ses variantes**



Photographies à Chawaytire (09.01.15) et collage de l'auteur. **De gauche à droite** : 1) *lliqla* de Chawaytire où l'on peut observer le motif *loraypo*, un des motifs est agrandi sur la photo du milieu (2) ; 3) deux bracelets avec motifs *loraypo*, celui de gauche ressemble plus esthétiquement au *loraypo* de Chinchero.

Ainsi, les frères Pine, les prisonniers, les tisserand·e·s *comuneros*, des artistes comme Laura ... participent tous activement à la circulation textile, tout comme les personnes qui achètent ces pièces et en font usage, à Cusco, au Pérou, ou ailleurs (du fait des origines diverses des touristes, cf. chap. 1.3.1). Les exemples développés ici montrent bien les multiples formes de circulation des textiles andins, circulation modelée par le réassemblage des réseaux entre acteur·e·s autour de l'activité textile qui se fait à diverses échelles et dans plusieurs sens, par exemple : des prisonniers qui sous-traitent des textiles *away* pour les tisserandes de Chinchero, et inversement, d'autres qui sous-traitent à Chinchero (cas des tisserandes d'*Inkakunaq Ruwaynin* qui sous-traitent une partie de sa production en fournissant des textiles *away* et des fermetures éclair pour la fabrication des pièces à confection utilitaire textile (par ex. porte-monnaie) à l'aide de machines à coudre). Ces exemples très étroitement liés à la

<sup>270</sup> Conversation au Museo Inka avec une tisserande du CTTC (22.07.14).

<sup>271</sup> Ayant vu en 2014 une copie de l'œuvre *Sundial* de Laura dans un magasin de la ville, Polo l'avait qualifiée de « plagiat ». L'année suivante il m'a dit que ce phénomène avait pris de l'ampleur en raison de la commercialisation de « fausses tapisseries » signées Laura. J'ai vu dans une boutique la copie d'une œuvre de Laura dont le titre était *Scissor Dancer*.

<sup>272</sup> Selon Laura, une œuvre ne peut jamais être reproduite à l'identique. Des aspects matériels (couleurs des fibres), techniques (techniques de tissage employées) et personnels (par ex. l'état d'esprit lors du tissage) expliquent cette variabilité (Máximo Laura, 07.04.14). De plus, dans le cas de ses tapisseries, une série de pièces du même modèle (dessin de Laura) était fabriquée par différents tisserands, ce qui renforce les différences entre ces tapisseries, selon le style et l'habileté du tisserand.

commercialisation, elle-même souvent liée au marché touristique. L'étude de Francis O'Connor (1996) dans les Andes péruviennes (i.e. San Pedro de las Cajas) montre déjà ces dynamiques commerciales associées à l'exportation des pièces tant à l'intérieur du pays qu'à l'étranger (au Chili, en Argentine et en Bolivie). L'auteur aborde également l'achat des matériaux et la sous-traitance pour la fabrication textile au niveau local.

Cette circulation est également palpable de l'autre côté de la planète. Des pièces principalement d'origine préhispanique « logent » dans les musées européens<sup>273</sup> de manière permanente ou temporaire. Le classique *chullo* et d'autres marchandises peuvent se retrouver sur les marchés de Noël ou dans les magasins de certaines ONG en Suisse et en France<sup>274</sup>. Aujourd'hui, il n'est pas rare par exemple de voir des baskets, en partie fabriquées avec des textiles andins, vendues aux États-Unis et en Europe<sup>275</sup>.

La Chine participerait également à ce commerce. D'après certains interlocutrices·eurs, la production de textiles andins serait désormais d'origine chinoise, « rapatriés » par la suite en tant qu'objets « typiquement » péruviens<sup>276</sup>. Qu'il s'agisse d'une situation factuelle ou d'une mise en garde face à une « menace externe », l'importation d'objets ou de matériaux venant de l'étranger, en particulier de la Bolivie, à Cusco, est de nos jours indéniable. À l'inverse, la région de Cusco exporte aussi à l'étranger, comme le montre le cas de pièces produites à *Qenqoro*.

Dans cette configuration, la circulation devient la règle et non l'exception pour les textiles andins contemporains, comme le notent certains auteur·e·s pour les Andes (Gonzales Salazar 2017; Meisch 2009, 2002; O'connor 1996) et plus largement pour l'Amérique latine (Little 2004; Berlo 1992; cf. aussi le cas des textiles zapotèques au Mexique comme « *border-crosser* » chez Tiffany 2004), voire hors du continent (Eicher et Erekosima 1995: 143). D'autres travaux évoquent aussi une circulation assurée par les usagèr·e·s en dehors du lieu de fabrication (Kim et Littrell 2001; Littrell 1990). Cela

---

<sup>273</sup> C'est notamment le cas des textiles historiques que l'on peut voir au Musée du Quai-Branly à Paris, au Musée d'Ethnologie à Genève ou au Ethnologisches Museum à Berlin. Toutefois, il peut être aussi question des textiles contemporains, comme lors d'un colloque qui s'est tenu au Quai-Branly en août 2007.

<sup>274</sup> Voir par exemple l'ONG Voix libres qui commercialise en Suisse et en France des articles textiles élaborés en Bolivie dans un cadre de commerce équitable : <http://www.voixlibres.org/shop1/> (consulté, le 25.09.14).

<sup>275</sup> Voir par exemple : <http://www.inkkas.com/> ; <https://www.mipacha.com/fr/> (consultés le 04.04.14).

<sup>276</sup> Selon Máximo Laura, les foulards qui comportent des motifs lamas sont fabriqués en Inde et certains *chullo* en Chine. J'ai retrouvé ce type de discours dans la presse qui accusait le marché libéral de permettre l'importation d'articles asiatiques et de mettre ainsi en péril l'art-isanat local. Qu'il s'agisse ou non d'une rumeur, il semble que l'importation d'objets étrangers soit désormais une réalité. Je ne suis pas en mesure de savoir quelle est l'ampleur de ce phénomène en ce qui concerne les textiles andins au Pérou, en particulier dans la région cusquénienne. Du côté bolivien, le discours de certains commerçant·e·s avec qui je me suis entretenu à La Paz est encore plus catégorique. Ces commerçant·e·s affirment l'existence des « textiles andins chinois » (*tejidos andinos chinos*) plus fins (fils moins serrés) et de moindre qualité. D'après ces descriptions, j'en ai peut-être vu au marché de Colchani, près du Salar d'Uyuni (cf. photo A.16 dans les annexes) sans en être totalement sûr (visite du 02.08.16). Une des pièces possédait le motif *loraypo*. Selon d'autres commerçant·e·s de La Paz, des gens d'El Alto (partie haute de la ville) se sont rendus en Chine pour sous-traiter leur production. Certain·e·s parlent même de mariages mixtes boliviens-chinois qui renforceraient ce phénomène (entretiens dans le cadre de l'École doctorale en Bolivie, juillet 2016).

nous ramène à l'étui de Lina, cité plus haut, et à d'autres étuis ou d'autres textiles andins qui sont utilisés par exemple par des Suisses au quotidien.

## **2.3 Promotion de la production textile et de sa commercialisation**

Il nous faut maintenant mieux comprendre ce qui promeut la production et la commercialisation des textiles. Puisqu'il ne s'agit pas seulement de « produire pour commercialiser » et d'en tirer un gain pécuniaire, je distingue deux types de promotion, l'une d'ordre patrimonial et l'autre d'ordre commercial qui se décline en fonction des acteur·e·s et des buts recherchés. Ce sont des catégories analytiques qui, loin de s'opposer, peuvent parfois s'imbriquer, comme le montreront les différents récits et les éléments ethnographiques tirés de mon travail de terrain.

### **2.3.1 Promotion patrimoniale : le Projet Q'ero**

Le caractère patrimonial des textiles andins doit se comprendre dans une perspective historique qui situe ses origines avant notre ère (cf. section 2.1). Malgré les changements historiques qui se prolongent aujourd'hui avec le tourisme, les textiles andins montrent une certaine continuité (cf. les auteur·e·s citées dans le premier courant théorique défini dans l'introduction) et sont considérés par les Péruvien·ne·s comme faisant partie de leur « patrimoine » (*patrimonio*). La fabrication contemporaine des textiles historiques ou le fait de considérer que certaines œuvres contemporaines (par ex. la tapisserie de Laura, la collection *Milenium* ou les textiles *comuneros*) font partie de « notre héritage culturel » (*nuestra herencia cultural*), de « notre identité » (*nuestra identidad*) et de « nos traditions » (*nuestras tradiciones*) relèvent de cette dimension patrimoniale attribuée aux textiles andins. Elle renvoie à la filiation inversée décrite dans l'introduction et qui se manifeste dans l'espace cusquénien par la valorisation de l'incaïque (cf. chap. 1). Je montrerai dans les chapitres suivants cette dimension patrimoniale et son caractère (presque) transversal non seulement auprès de la population cusquénienne (urbaine ou rurale), mais aussi au sein des institutions telles que la DRC-Cusco.

J'aborderai ici (ensuite) de manière plus ponctuelle les politiques qui promeuvent la production textile dans un cadre de patrimonialisation. En effet, on assiste aujourd'hui à une patrimonialisation des textiles illustrée notamment par le cas péruvien de l'île de Taquile reconnue comme patrimoine immatériel de l'UNESCO<sup>277</sup>. La patrimonialisation des textiles cusquéniens, quant à elle, reste (encore) sur la scène nationale et régionale. La « culture q'ero » est reconnue comme « patrimoine de la nation » depuis 2007, et la DRC-Cusco a déjà entamé des démarches pour obtenir une reconnaissance de l'UNESCO<sup>278</sup>. De par leur statut patrimonial, les textiles q'eros s'inscrivent dans des politiques de

---

<sup>277</sup> [http://www.unesco.org/culture/intangible-heritage/311ac\\_fr.htm](http://www.unesco.org/culture/intangible-heritage/311ac_fr.htm) (consulté le 22.12.15). Voir également Ypeij et Zorn (2007: 120, 125) qui soulignent l'ambivalence de cette reconnaissance : d'un côté, la fierté des *comuneros*, et de l'autre, les intérêts économiques des tour-opérateurs qui compromettent l'auto-gestion des *comuneros*.

<sup>278</sup> Reconnue par la *Resolución Directoral Nacional N° 1207/INC* du 23 novembre 2007. Tiré de <http://www.drc-cusco.gob.pe/index.php/a-f-de-derecho-de-los-pueblos-indigenas/etno-desarrollo-q-ero> (consulté le 07.01.16).

conservation et de promotion au sein de la DRC-Cusco, plus particulièrement à travers le *Projet Q'eros* (le logo du projet étant le motif *ch'uncho*).

Cette patrimonialisation se justifie par le regard institutionnel envers les Q'eros en tant que gardiens des « manifestations culturelles du Pérou préhispanique ou des manifestations originales de la culture andine » (DRC-Cusco 2008: 2). Dans ce but, en coordination avec l'Association de la Nation Q'ero (ANAQ), la DRC-Cusco formule le Plan Intégral d'Ethnodéveloppement<sup>279</sup> qui considère « la culture comme facteur de développement ». Ce plan d'action vise à conserver les techniques et les iconographies textiles qui sont d'ailleurs très différentes (*peculiares*) de celles d'autres communautés andines (DRC-Cusco 2008: 5). Il cherche à « promouvoir l'activité artisanale textile et sa commercialisation en s'appuyant sur une augmentation de la pratique d'un tourisme alternatif » (DRC-Cusco, 2008: 5) et sur les « marchés nationaux et internationaux à travers des circuits commerciaux stratégiques » (p. 25). Cette institution finance ainsi des ateliers (*capacitaciones*) afin d'adapter la production textile à la demande touristique notamment en matière de qualité et finitions, ateliers organisés par exemple par Adolfo de Chinchero que j'ai cité plus haut.

Cette insertion dans le marché se réalise d'ailleurs dans un cadre touristique plus large qui entend développer un « tourisme alternatif, expérientiel (*vivencial*<sup>280</sup>), culturel, ethnique, paysager et d'aventure » (DRC-Cusco 2008: 12). Dans ce but, les Q'eros exposent et vendent leurs textiles lors d'événements en ville tels que *Un día de Q'eros* (cf. chap. 3.2; cf. photo A.30 dans les annexes) ou *Makiykuwan Ruwasqa*. Ces événements exaltent la dimension patrimoniale de la « culture q'ero » en général, et les textiles andins en particulier. Cette dimension patrimoniale connecte le public présent à ces événements, principalement les citoyen·e·s de Cusco, à « leur » héritage, ressenti et promu comme partie intégrante de l'« identité régionale ».

Le cas du Projet Q'ero est intéressant non seulement parce qu'il montre la manière dont ces populations rurales sont patrimonialisées par ce qu'elles représentent (pratiques culturelles et textiles associées au passé incaïque). Ce cas est également intéressant parce qu'il met en évidence comment un projet, qui a pour but principal de promouvoir la « culture q'ero », propose aussi des alternatives économiques à ces populations. Lors de l'événement *Makiykuwan Ruwasqa* en novembre 2015 – événement organisé au cœur de la *Plaza de Armas* par la DRC-Cusco afin d'exposer le travail manuel des Q'eros<sup>281</sup> –, j'ai noté une certaine ambivalence entre l'institution et la population. J'utilise le terme « ambivalence » car l'accent était mis sur deux valeurs différentes. D'un côté, la DRC-Cusco mettait l'accent sur la valeur patrimoniale du travail des Q'eros en s'appuyant sur le discours des *comuneros*

---

<sup>279</sup>Le nom complet du plan en espagnol est : *Plan Integral de Etnodesarrollo de la Nación Q'ero 2008-2018 Paucartambo*. Le site Web de la DRC-Cusco cite un plan initial pour la période 2006-2015. Je me réfère en particulier au rapport du plan 2008-2018 dont j'ai une copie.

<sup>280</sup>Le *turismo vivencial* peut être traduit par « tourisme expérientiel » (Voirol 2016: 417). Dans le cas péruvien, il implique souvent de vivre en milieu rural chez l'habitant·e et de participer à la vie locale.

<sup>281</sup>En fait, *Makiykuwan Ruwasqa* peut se traduire par « fait avec notre main ». À propos du suffixe *-yku* (notre exclusif), voir la note 6 dans l'Avant-propos. Pour l'événement *Makiykuwan Ruwasqa*, cf. photo 19 dans le chap. 4.3.6.

adultes (hommes et femmes) et des adolescents. Les hommes tricotaient des *chullo* et les *comuneras* tissaient à l'aide du métier à tisser (*telar de cintura* contrairement au métier à *cuatro estacas* qu'elles utilisent habituellement). Le public, de grande majorité citadin de Cusco et quelques touristes de passage, écoutaient attentivement et regardaient contemplatif le travail réalisé *in situ*. Le personnel de la DRC insistait sur l'importance de « garder intact (*guardar instato*) la tradition des nos communautés (*comunidades alto andinas*) ». De l'autre, les *comuneros* mettaient l'accent sur la valeur commerciale des tissus. Certain·e·s restaient en retrait du dialogue, derrière une table qui présentait des textiles q'eros à la vente. Les propos d'une des responsables de la DRC-Cusco qui avaient participé à la création de l'événement est illustratif. Elle m'a confié qu'il a fallu donner la possibilité aux Q'eros de commercialiser leurs textiles, comme manière de les motiver à participer à *Makiykuwan Ruwasqa*. J'ai également ressenti cette importance de la vente lors de l'événement *Un día de Q'eros*.

Cet exemple ne vise pas à amoindrir la promotion patrimoniale de la production textile qui est mobilisé dans ce genre d'événements, non seulement par les institutions comme la DRC-Cusco, mais aussi par les populations concernées. Il ne sous-entend pas que les Q'eros sont désintéressé·e·s par leur patrimoine textile qui est important à plusieurs égards (vestimentaire, utilitaire, rituel, iconographique, identitaire, etc.). Il entend simplement souligner que l'intérêt commercial est bien présent, d'autant plus que ces événements sont une occasion idéale pour gagner de l'argent. Comme nous le verrons plus loin, les dimensions patrimoniale et commerciale ne s'opposent pas obligatoirement. Je conclus par un autre exemple qui montre cette articulation, à savoir celui de l'association tisserande *Centro de Tejido Q'aytu Kausay*. Fondée en 1995, elle a obtenu en 2011 « la reconnaissance de l'excellence UNESCO pour l'Artisanat » en tant qu'expression d'une « identité culturelle ». Une feuille distribuée sur place explique mieux les objectifs de cette association :

MISSION : Récupérer, réévaluer, diffuser, promouvoir, renforcer la tradition culturelle et faire respecter les anciennes techniques de teinture et de tissage travaillant avec les familles des communautés du district de Challabamba [Paucartambo, Cusco].

VISION : Se placer comme le principal centre textile (*leading textile center*) dans le développement socio- économique des communautés andines avec la démonstration artisanale (*craft demonstration*) et enseigner à teindre avec des plantes naturelles et le développement de l'art en métier (*development of art in loom*).

### **2.3.2 Promotion commerciale**

Comme nous venons de le voir, l'aspect commercial est très présent dans la promotion des textiles andins destinée à un public qui les apprécie et est susceptible de les acheter. Je distingue ci-dessous quatre formes de promotion commerciale en fonction des acteur·e·s concernées et des objectifs.

### **2.3.2.1 Politiques sociales : le Corredor Puno-Cusco et le Programme Conjunto**

Durant mes travaux de recherches (Terry 2011, 2009), mon étude doctorale et mon expérience professionnelle, j'ai constaté l'importance des politiques sociales promues par l'État péruvien. Les communautés andines sont les principales concernées car souvent considérées dans une situation de pauvreté extrême. L'État, les ONG et les institutions internationales tentent d'y porter remède, en particulier à travers l'insertion sur le marché, source de revenus.

Afin d'explicitier ces politiques, je vais restituer ici deux exemples révélateurs de cette dynamique : le premier est issu de mes expériences du terrain (2008) et le second de mon travail au sein de l'ONG ANDES (2012) avec le projet d'agroécotourisme du *Parque de la Papa*.

#### ***Corredor Puno-Cusco : de Chawaytire à Umasbamba***

Le *Corredor Puno-Cusco* était un projet de développement rural issu d'un travail commun entre le Fonds international de développement agricole (FIDA) et le Fonds national de coopération pour le développement social (*Fondo Nacional de Cooperación para el Desarrollo Social*, FONCODES) du ministère péruvien de l'Agriculture. Son objectif : réduire la pauvreté chez les familles rurales en augmentant leurs revenus grâce au renforcement de leurs capacités (*capacitaciones*) dans la gestion de business. Entre 2001 et 2008 le *Corredor* a financé diverses initiatives dans cette entreprise, notamment le TRC dans les régions de Cusco et de Puno<sup>282</sup> (d'où le nom). Le projet a en outre accordé une importance au tourisme étant donné son articulation avec d'autres activités économiques, dont l'artisanat (*artesanía*) textile<sup>283</sup>. Le récit qui suit relate deux cas concernés par ce programme.

**E**n 2008, je prends connaissance pour la première fois de l'existence de ce programme lors de mon travail de terrain à Chawaytire à travers l'association *T'ikariy* – une jeune association de *Turismo vivencial* qui envisage de faire loger les touristes chez les habitant·e·s. Les membres me demandent de participer à ce projet en tant qu'assistant technique pour les aider à monter leur projet. J'accepte plutôt par compromis qu'en raison de véritables compétences<sup>284</sup>. Cela est aussi une stratégie de ma part pour légitimer mon séjour dans la communauté. *T'ikariy* est financée par le *Corredor* pour mettre leur projet en exécution. Mario – président de l'association – me raconte que les associé·e·s ont reçu des cours de cuisine (*capacitaciones*) adaptés aux goûts des touristes. L'association a dû recruter un cuisinier qui est payé par le projet. J'apprends cela en dégustant un *pancake* que Mario me cuisine et dont la recette est issue de ce cours.

En décembre 2014, le projet « *Corredor* » sera à nouveau évoqué lors de ma visite Umasbamba – communauté du District de Chinchero. Je m'y rends grâce à un étudiant suisse de Master en

---

<sup>282</sup>D'après le rapport, l'aire géographique du projet comprend d'abord les Départements de Cusco, Puno et, dès 2006, une partie d'Apurímac. Les familles qui en ont bénéficié sont plus de 80'000 (Sotomayor 2008: 15-17).

<sup>283</sup>Les informations évoquées auparavant sont tirées du rapport du projet (Sotomayor 2008: 7-21).

<sup>284</sup>J'ai réalisé des tâches comme : des discussions sur l'aménagement des habitats (toilettes, chambres, cuisine) et l'introduction des poubelles, des démarches pour l'installation d'un téléphone public, la confection d'une liste du patrimoine local et des cours basiques d'anglais. Ces activités ont été effectuées suite à la demande des membres et avec leur approbation préalable. Ce projet n'a pas (encore) vu le jour, bien que de nouvelles tentatives pour développer un *turismo vivencial* soient en cours, d'après ma dernière visite en octobre 2015.

anthropologie à Neuchâtel avec lequel je tisse une relation d'amitié suite à une rencontre fortuite dans le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin*, une association tisserande. Il a un contact sur place : une jeune fille qu'il a connue à Lima lors de la Rencontre National du TRC, événement organisé tous les ans par l'État péruvien depuis 2007 dans une ville différente. Cette association fait partie de la *Red Regional de Turismo Rural Comunitario Inka*, un réseau (*red*) qui regroupe diverses associations du TRC.

L'étudiant s'y rend avec sa compagne et m'invite à les rejoindre. L'endroit est relativement en dehors du circuit classique reliant la ville de Cusco au village de Chinchero, fameux pour son activité textile. Durant le trajet en bus, il me prête son guide de voyage, *Natural guide Pérou* (Bittner and Echoway 2012), qui invite à « voyager autrement ». Ce guide mentionne le groupe des tisserandes que nous allons visiter, l'*Asociación de Artesanas Virgen Purificaficada de Umasbamba*.

Nous demandons de nous arrêter avant d'arriver au village de Chinchero. Nous devons en effet faire un détour pour aller à Umasbamba. Seul·e·s à emprunter cette route, nous prenons un taxi privé. Les montagnes au fond et un lac que nous longeons offrent un cadre particulier à notre voyage, mais aussi un cadre qui me semble familier et me rappelle le paysage alpin de la Suisse.

Après 20 minutes de voyage, nous arrivons enfin dans la communauté, devant une église décorant la petite place qui l'abrite. Nous sommes loin des « chantiers touristiques » et pratiquement sans réseau mobile, contrairement au village de Chinchero qui est connecté (dans le double sens touristique et téléphonique<sup>285</sup>). Le chauffeur du taxi nous donne rendez-vous pour venir nous prendre à la fin de la journée.

Nous cherchons la jeune fille qui devrait nous accueillir. Or, elle n'est pas là, mais à la ville de Cusco comme nous informe une dame qui se trouve sur la place. Très aimablement, elle va chercher les membres de l'association. Quelques minutes plus tard, deux autres femmes apparaissent en se rapprochant de nous. Contrairement à la première, ces deux *comuneras* portent des *trajes típicos* très semblables à ceux de Chinchero (pour ne pas dire les mêmes). Elles nous reçoivent avec des fleurs sur la tête, comme lors des réceptions dans le *Parque de la Papa* quand les touristes arrivent. Nous sommes certainement perçu·e·s comme tels (cf. Filage). Suite à cette chaleureuse bienvenue, nous leur expliquons que nous effectuons des recherches dans le domaine du tourisme et, en ce qui me concerne plus particulièrement, du textile dans les Andes.

Les deux femmes décident alors de nous amener chez Marta, la Présidente de l'association. Nous pénétrons dans son jardin. Durant nos conversations, leur intérêt pour nos personnes semble motivé par le fait qu'elles nous considèrent comme de potentiels contacts clés – dont elles disent manquer – pour améliorer la situation touristique (ce que l'on peut l'interpréter comme une forme de « réseautage »). Selon Marta, ces femmes se sentent « oubliées » (*olvidadas*) par rapport au village de Chinchero où se concentre le marché textile touristique. Elles déplorent cette situation tout en affirmant qu'auparavant elles vendaient leurs travaux à bas prix dans les centres textiles de Chinchero.

---

<sup>285</sup>Le seul opérateur de téléphonie mobile était *Movistar*. Chinchero reçoit par contre tous les opérateurs.

C'est à ce moment-là que Marta mentionne le *Corredor Puno-Cusco* grâce auquel ces tisserandes aspirent désormais à recevoir les touristes directement dans leur village et à leur vendre des tissus sans passer par Chinchero. Aujourd'hui, ces femmes offrent aussi la possibilité du *turismo vivencial*. La maison de Marta est par exemple équipée de chambres pour la nuit, bien que les visites soient plutôt rares.

Marta nous invite ensuite à venir dans la cuisine pour nous offrir un repas et poursuivre la conversation. Suite à nos questions sur leur offre touristique, l'une d'elles, Kika, nous apporte une feuille de papier qui indique chaque prestation avec son prix. Elle le fait en espérant que la prochaine fois nous amènerons des touristes. Dans leur offre, il y a la démonstration du processus textile et la vente d'art-isanat.

À la fin du repas, nous retournons dans le jardin. Les tisserandes nous exposent alors le processus de production textile tel qu'elles l'explique aux touristes. Celle-ci rappelle *grosso modo* l'offre standard dans d'autres lieux de la région de Cusco (j'y reviendrai dans le chap. 7). Pour moi c'est l'occasion d'observer l'activité textile dans un autre contexte géographique. Quant à mes compagnons de voyage, c'est l'occasion pour faire des cadeaux de Noël pour la famille en achetant un chemin de table et deux petits sets de table.

Arrivée la fin de la journée, nous quittons la communauté. Nous rejoignons Chinchero et puis la ville de Cusco.

### ***Programme Conjunto : l'association tisserande Ñawpa Away***<sup>286</sup>

Le *Programa Conjunto Industrias Creativas Inclusivas* (PC-ICI) (abrégé aussi *Conjunto*) naît en 2010<sup>287</sup> d'un partenariat de six organisations onusiennes – principalement Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) et le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) – et six ministères de l'État péruvien, dont la participation notable du MINCETUR. À Cusco, la réalisation est dans les mains du gouvernement régional.

Aligné sur les Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD), *Conjunto* s'adresse surtout aux *comuneros*, considérées comme fortement frappées par la pauvreté. D'ailleurs, le PC-ICI se qualifie lui-même d'« outil innovateur pour l'allègement de la pauvreté »<sup>288</sup>. Dans ce cadre-là, il encourage diverses initiatives « inclusives », qualificatif qui figure dans le nom du programme (*inclusivas*) et utilisé pour dénoter le caractère d'« inclusion sociale »<sup>289</sup>. Le PC-ICI privilégie quatre

---

<sup>286</sup> Informations tirées du rapport du F-ODM des Nations Unies (F-ODM 2013), de courriels échangés avec des responsables nationaux et régionaux du programme et des documents fournis en 2012 durant mon poste de coordinateur auprès de l'association *Ñawpa Away*.

<sup>287</sup> Date tirée de [http://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/operations/projects/poverty\\_reduction/programa-conjunto-industrias-creativas-inclusivas.html](http://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/operations/projects/poverty_reduction/programa-conjunto-industrias-creativas-inclusivas.html) (consulté le 28.12.15).

<sup>288</sup> Le PC-ICI utilise souvent comme sous-titre : *Herramienta Innovadora para el Alivio de la pobreza en el Perú*.

<sup>289</sup> L'« inclusion » est évoquée par une incorporation de la « diversité », entre autres, « ethnique », « linguistique » et de « genre. » Celle-ci s'adresse surtout aux populations autochtones (F-ODM 2012: 10).

domaines : l'agriculture biologique, la gastronomie, le TRC<sup>290</sup> et l'artisanat, notamment dans le domaine textile. *Conjunto* vise à transformer les *comuneros* en entrepreneurs afin qu'ils puissent profiter du marché et en particulier du tourisme. Il s'aligne en effet notamment sur le PENTUR et le PENDAR.

**D**e mars à décembre 2012, je participe au programme en tant que coordinateur<sup>291</sup> auprès de l'association tisserande *Ñawpa Away* (une dizaine de membres, dont deux hommes) qui réalise ses activités dans le cadre de l'agroécotourisme du *Parque de la Papa* – Aire de conservation du patrimoine bio-culturel, notamment de la pomme de terre (*papa nativa*) –, constitué de cinq communautés andines du district de Písaq. La quasi totalité des associations tisserandes bénéficiaires du PC-ICI appartiennent à ce district<sup>292</sup>. Durant mon travail, je rencontre notamment les responsables du programme aux niveaux national (visites de contrôle) et surtout régional (département socio-économique du gouvernement régional) ainsi que les tisserand·e·s de *Ñawpa Away*.

Hormis les démarches administratives qui prennent énormément de temps dans le chronogramme d'activités prévues, j'ai affaire au début à Nicanor – président de *Ñawpa Away* – qui, pour des intérêts économiques personnels, retarde le bon déroulement des tâches. En effet, il aurait voulu retenir une partie de 2'000 USD<sup>293</sup> assignés à l'association, tel que lui-même me l'insinue lors d'une conversation en privée. Il sera congédié de l'association après une décision collective et remplacé par Sebastian, un tisserand membre.

Dans le cadre du programme, les bénéficiaires doivent suivre une série de formations (*capacitaciones*) organisées par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) visant à améliorer leur organisation associative et leur production en les adaptant notamment aux prérogatives du marché touristique (mode, qualité des objets, utilité, etc.). Les membres doivent également participer à des foires nationales et régionales promues par le programme, par exemple *Exhibe Perú* – foire qui a lieu à Lima et à laquelle participe une tisserande de *Ñawpa Away* du 27 juillet au 5 août 2012. L'association obtient en monnaie nationale 1'140 PEN (environ 380 USD) pour la vente de leurs produits.

---

<sup>290</sup>Dans le programme, le TRC est appréhendé plutôt comme synonyme de *turismo vivencial*. Je le perçois, au contraire, en tant que programme qui englobe diverses initiatives touristiques, dont le *turismo vivencial*. Dans ma perspective, *Ñawpa Away* ferait partie du TRC, ce qui dans le programme est inclus sur la catégorie « artisanat ». Cette définition plus large du TRC est aussi véhiculée par différentes publications (cf. Pérez Galán et Fuller 2015; Pérez Galán 2012; Gascón 2011).

<sup>291</sup>L'ONG ANDES m'a chargé de cette tâche, car *Ñawpa Away* fait partie du programme d'agroécotourisme. J'ai entamé la première phase d'exécution qui a pris du retard (officiellement quatre mois) mais j'ai quitté le poste pour commencer mon doctorat en Suisse.

<sup>292</sup>Les autres associations de Písaq sont *Pantilliclla* (communauté de Sacaca), *Tejedores de Amaru* (communauté d'Amaru), *Laraypas* (communauté de Amaru), *Tejedores Anca Sillo de Tucsan Grande* (communauté de Cuyo Chico). La seule en dehors du district : l'association *Mujeres Tejedoras del Puente Inka* (district d'Ollantaytambo). La presque totalité sont des femmes, d'où l'usage ici des termes « tisserandes » ou « entrepreneuses » pour m'y référer.

<sup>293</sup>Cet argent correspond uniquement à la somme de la première phase à laquelle j'ai participé. Un autre montant plus conséquent est versé pour la deuxième et la troisième étape (deux fois 6'500 USD).

En tant que bénéficiaire, *Ñawpa Away* est obligée de régulariser son statut associatif soumis au régime tributaire national en vue de devenir une sorte de Très Petite Entreprise (TPE) (en espagnol MYPES ou *Micro y Pequeña Empresa*), et ses membres entrepreneuses dans le domaine textile. Dans ce but, le PC-ICI souhaite promouvoir des alliances avec le secteur privé. Aussi, dès juillet, la PME *Caryluis* envisage de travailler avec des tisserandes bénéficiaires de Pisac, dont l'association *Ñawpa Away*. L'idée est qu'ils fournissent de la matière première (i.e. des textiles *comuneros*) pour la fabrication des vêtements (cf. la confection vestimentaire dans le chap. 2.2.2). Pour ce faire, *Caryluis* entend fournir aux tisserandes des machines opérables manuellement appelées *telar* (cf. chap. 4.3.5) afin d'accélérer et de standardiser la production textile. Si ces machines ne seront pas installées au final par *Caryluis*<sup>294</sup>, cela met clairement en évidence le désir du programme d'insérer davantage les *comuneros* sur le marché, cette insertion étant perçue comme un moyen de combattre la pauvreté.

À la fin du programme, le PC-ICI n'atteint pas véritablement ses objectifs, au moins pour l'association *Ñawpa Away*. D'après mes observations en 2014, sa situation est relativement stationnaire. Certes, elle obtient un capital utilisé principalement pour l'achat des cônes (filage industriel) qui accélèrent la production textile (cf. chap. 4.3.1). Sa connexion avec le marché touristique demeure toutefois limitée et dépend fortement des visites de l'agroécotourisme du *Parque de la Papa*, ce qui restreint une insertion accrue au marché touristique voulue par le programme.

Cette situation ne m'étonne guère. Durant mon travail en 2012, la participation aux ateliers – visant une telle connectivité et le développement des capacités entrepreneuriales – est pauvre, parfois nulle. Pensé depuis la capitale, le PC-ICI ne tient pas compte dans la programmation du contexte rural, notamment en matière de travail (notamment agricole) et non plus de dépenses supplémentaires de la part des bénéficiaires (déplacement, nourriture, etc.). À cela s'ajoutent les retards de la part du PC-ICI quant au financement et son insistance quant à la formalisation de la situation tributaire des bénéficiaires (paiement d'impôts à l'État lié à la vente). La presque totalité du financement du PC-ICI est destinée en effet à des démarches administratives et bancaires, sans parler du salaire pour les différents coordinateur·e·s, dont ma personne<sup>295</sup>.

\*

Ces deux exemples, qui ne sont toutefois pas uniques, mettent en évidence la promotion commerciale des textiles andins qui regroupe différents acteur·e·s autour de l'activité textile, dans un cadre spatio-temporel donné. D'autres exemples permettent de faire un parallèle avec cette promotion. C'est le cas du *Centro de Tejidos Andinos Q'aytu Kausay*, cité plus haut, qui montre bien l'articulation entre aspects patrimoniaux et commerciaux. D'autres institutions catholiques comme *Caritas* et *La Ruta del Barroco Andino*<sup>296</sup> ou des associations tisserandes telles que *Inkakunaq Ruwaynin* soutenues par des ONG opèrent aussi cette articulation. La commercialisation de leurs produits tend à mettre en

<sup>294</sup>Le *telar* y sera toutefois introduit, entre autres, par le biais de la municipalité de Písaq (cf. chapitre 4.3.5).

<sup>295</sup>Ce type de bilan alimente la critique de Mowforth et Munt (2009 [1998]: chap. 9) sur le « *pro-poor tourism* » promu par exemple dans le cadre onusien d'OMD.

<sup>296</sup>Pour plus de détails, voir <http://rutadelbarrocoandino.com/obra-social-rba/?lang=en> (consulté le 02.10.15).

avant, d'une part, la promotion de la tradition et d'éléments culturels et, d'autre part, l'appui socio-économique aux tisserand·e·s, parfois dans le cadre du commerce équitable (cas d'*Inkakunaq Ruwaynin*; cf. son cas dans le chap. 7.2.3).

Le Centre d'innovation technologique (CITE) pour l'artisanat et le tourisme Ccatcca Cusco (abrégé *CITE Ccatcca*) en est un autre cas intéressant. Ce centre travaille avec les tisserandes de Quispicanchis (District de Ccatcca) avec l'appui institutionnel du MINCETUR, de l'institution catholique *Red Solidaria del Buen Pastor* (RAS) et de PROCUMAR<sup>297</sup>, association en faveur de « la femme paysanne » (*mujer campesina*). Par l'amélioration de la qualité des produits et des services touristiques, le *CITE Ccatcca* vise à « préserver un art ancestral des artisans de Quispicanchis » tout en l'articulant avec le marché touristique et d'exportation afin de « promouvoir le développement et [d']améliorer la qualité de vie de gens de Quispicanchis »<sup>298</sup>. La promotion est double : patrimoniale et commerciale.

### **2.3.2.2 Insertion socio-professionnelle : la prison masculine de Qenqoro**<sup>299</sup>

La prison de *Qenqoro* est située près de la ville de Cusco (district de San Sebastián) et héberge 1930 prisonniers, selon le recensement institutionnel de décembre 2013. Gérée par l'Office régional sud-est, dont le siège se trouve en ville de Cusco (*Oficina Regional Sur-Oriente Cusco* abrégé désormais ORSO INPE Cusco), cette prison relève de l'Institut national pénitentiaire (INPE).

Elle a émergé comme espace de production et de commercialisation textile dès le début de ma recherche. Selon mes estimations sur place, elle compte environ 150 tisserands qui travaillent sur le métier à ceinture, une cinquantaine sur le métier à pédale et une quarantaine spécialisés dans les pièces de confection utilitaire hybrides (portefeuilles, sacs à mains, etc). *Qenqoro* est un lieu connu surtout par les commerçant·e·s cusquénien·e·s qui se fournissent en textiles<sup>300</sup> et autres objets à bas prix. Elles-ils les revendent ensuite aux touristes sans que ces dernier·e·s soient au courant de leur origine. Cette production « cachée » se dévoile quelques fois à l'occasion des foires organisées par l'ORSO INPE Cusco auxquelles assiste surtout un public cusquénien, d'après mes observations et les informations données par Rosa Chihuantito qui est chargée de la vente des articles de la prison. Elle

<sup>297</sup> Acronyme pour *Promoción y capacitación de la mujer campesina Agustina Rivas*.

<sup>298</sup> <http://www.ccatcca.org/index.htm#popup> et <http://www.ccatcca.org/historia.htm> (consultés le 24.12.15).

<sup>299</sup> Les informations rapportées ici sont tirées du rapport « Diagnóstico situacional del área de trabajo y comercialización » (Mars 2014), du catalogue de vente 2013, ainsi que des entretiens avec des fonctionnaires, principalement Quispe Palomino et Rosa Chihuantito. La première personne a été interviewée à deux reprises (le 30.03.12 et le 05.10.15) tandis que la dernière a fait l'objet de divers entretiens durant les foires à la fin du mois de mars 2014 et dans le magasin de l'ORSO INPE Cusco (visite du 02.04.14). Face aux difficultés d'accéder à la prison par une voie officielle (requête à l'ORSO INPE Cusco), je n'y me suis rendu qu'une fois, un samedi jour de visite des détenus (27.12.14). Cette voie officieuse (conseil d'une fonctionnaire) m'a permis de voir les dynamiques de production sur place et de mieux comprendre l'ampleur du phénomène.

<sup>300</sup> Selon le catalogue publié par l'ORSO INPE Cusco en 2013, trois ateliers de production sur cinq sont concernés par le domaine du textile : l'un exclusivement textile et les deux autres de forme hybride (i.e. « travaux manuels » et « cuir » ; cf. photo A.11 dans les annexes). Durant ma visite à la prison, j'ai pu me rendre à deux de ces trois ateliers. D'après le catalogue et mes observations, la production textile, hybride ou non, est conséquente. Celle-ci concerne en outre des articles de confection vestimentaires comme des pulls en alpaça que je n'ai pas pu observer directement, mais qui sont cités dans le catalogue.

gère le magasin situé devant la prison où tout un chacun peut acheter les pièces qui n'ont pas été vendues directement aux commerçant·e·s (plusieurs d'entre elles·eux sous-traitent la production qu'ils veulent vendre).

La production/commercialisation au sein de la prison s'inscrit dans le cadre institutionnel de l'INPE visant l'insertion socio-professionnelle des détenus après leur libération. Dans le cas spécifique de Cusco, ce travail est sous la responsabilité de l'ORSO INPE Cusco, et plus particulièrement de l'Aire de traitement, travail et commercialisation (*Area de Tratamiento, trabajo y comercialización*) et sous la direction de l'économiste Quispe Palomino au moment de mon investigation. Malgré des résultats limités quant à l'objectif d'insertion socio-professionnelle<sup>301</sup>, cette activité permet, au moins, d'engendrer un revenu pour le prisonnier (achats dans les petits restaurants et épiceries à l'intérieur de l'établissement) et pour sa famille.

La production et la commercialisation pénitentiaires comportent des limitations qui empêchent de produire davantage : manque d'équipements, surpopulation de la prison, quantité limitée des matériaux, voire corruption. Toutefois, elle est non négligeable, surtout dans le secteur textile comme l'affirme Quispe Palomino. D'après lui, lors d'une foire durant les fêtes de Cusco 2013, ils ont atteint un bénéfice brut de 500'000 PEN (environ 166'000 USD), tous produits confondus<sup>302</sup>. Une ambition institutionnelle existe pour accéder à un marché plus large et devenir une PME, notamment grâce à la participation des familles des détenus.

Le cas de *Qeqqoro* reste peut-être un cas emblématique et unique en son genre. C'est le seul dont j'ai eu connaissance en matière de politique d'insertion socio-professionnelle promouvant la production/commercialisation par des détenus. Par rapport aux cas exposés dans la sous-section 2.3.2.1, il est intéressant à noter est que tous entretiennent un lien étroit avec le marché touristique et que le cadre institutionnel promeut l'insertion à celui-ci comme moyen d'atteindre les objectifs escomptés dans les politiques sociales et d'insertion socio-professionnelle.

---

<sup>301</sup>Selon Quispe Palomino, la production en prison n'a pas de structure entrepreneuriale car elle est fortement subventionnée par l'INPE (dépenses associées comme la lumière, machines, etc.). Les détenus bénéficient de l'aide institutionnelle et obtiennent des gains économiques de par leur main-d'œuvre ; d'où les prix bas de leur production. Cependant, cela représente une limitation pour se constituer comme (micro) entreprise à la sortie de la prison ; sans parler du manque de qualifications (lié notamment à leur niveau d'éducation) et de compétences nécessaires (qui ne sont pas fournies à l'intérieur de la prison) pour se constituer comme entrepreneur. Ainsi, Quispe Palomino affirme que peu de personnes continuent cette activité en dehors de la prison. Cela représente donc un échec dans les objectifs d'insertion socio-professionnelle de l'INPE à moyen et long terme. Parmi les anciens détenus, plusieurs retournent à la prison pour un autre délit commis. Il serait intéressant de suivre ces personnes pour mieux comprendre les véritables effets de la politique d'insertion socio-professionnelle de l'INPE.

<sup>302</sup>Quispe Palomino reconnaît qu'il n'y a pas de chiffres sur le bénéfice net, ce qui peut relativiser ses propos. Pour Rosa Chihuantito, qui travaille plus directement avec les ventes sur place, ces chiffres sont exagérés. Si elle considère que la commercialisation engendre des gains pour les producteurs, il faudrait cependant améliorer la structure et les mécanismes pour renforcer cette tendance.

### **2.3.2.3 Responsabilité sociale des entreprises : les hôtels de luxe et les tour-opérateurs**

Le cas des hôtels de luxe et des tour-opérateurs illustre bien la promotion commerciale des textiles andins dans le cadre de ce que le secteur privé appelle la « responsabilité sociale » (*responsabilidad social*) des entreprises. Le récit qui suit permet d'aborder ce sujet.

**D**u 23 au 29 juin 2014, à l'occasion de la « Semaine gastronomique du quinoa », je me rends à l'hôtel Marriott de Cusco qui organise une conférence accompagnée d'un buffet-dégustation dans le jardin de sa cour intérieure. Un des exposant·e·s est coiffé d'un bonnet très coloré (i.e. fabriqué avec du textile industriel synthétique) et vêtu d'un poncho rouge à franges de couleur arc-en-ciel, élaboré à l'aide du *telar* (cf. chap. 4.3.4). Ce type de poncho est souvent utilisé par les Cusquénien·ne·s, notamment lors des *Fiestas del Cusco* (cf. chap. 3.1), qui considèrent la couleur rouge comme la couleur représentative de Cusco.

Plus loin, j'aperçois deux tisserandes vêtues de leur *trajes típicos*. Je m'approche d'elles pour regarder de plus près leurs « textiles *comuneros* ». D'après Mme Amparo – responsable du Département d'artisanat de la DIRCETUR avec qui je m'étais entretenu quelques mois plus tôt –, la gestion de la participation de ces femmes est l'œuvre du MINCETUR. En effet, dans le cadre du programme *Tejiendo historias* (« En tissant des histoires »), un accord est signé en 2013 avec l'hôtel afin d'offrir un espace de commercialisation textile à quinze différentes associations tisserandes de la région qui s'alternent tous les quinze jours. Après le succès de la première année, l'accord se prolonge pour 2014. Le gain de ces associations n'est pas négligeable (Amparo, 15.04.14)<sup>303</sup>.

Pour l'hôtel Marriott la présence des tisserandes permet de proposer une offre exclusive à leur clientèle. En sortant de l'hôtel, un panneau en espagnol et en anglais attire mon attention. D'après celui-ci, l'hôtel Marriott réalise cette activité dans un cadre de la « responsabilité sociale ». Cette information est peut-être encourageante pour les client·e·s qui apprennent que leurs achats sont dédiés à la bonne cause (cf. chap. 7.1.3.1). Pour l'hôtel, la « responsabilité sociale » lui donne certainement une bonne image.

Quelques mois plus tard, je rencontre Lurdes, une tisserande de Chinchero dans un bus qui se dirige vers la ville de Cusco. Sa destination finale : l'hôtel *Libertador* (qualifié de « *luxury collection hotel* »). Elle s'y rend pour faire une démonstration simplifiée du processus textile de type *away* à l'aide d'un métier à tisser et pour vendre sa marchandise. Selon Lurdes, d'autres collègues tisserandes mettent leurs *trajes típicos* et fournissent des explications aux client·e·s de l'hôtel. Si, pour ces tisserandes, ce type de travail présente l'inconvénient d'horaires prolongés après leur travail à Chinchero (jusqu'à minuit dans certains cas), cet hôtel devient pour elles un lieu commercial d'intérêt : elles peuvent vendre leurs marchandises plus cher que d'habitude tout en évitant les

---

<sup>303</sup>D'après Mme Amparo, le programme débute le 12 mars 2014. Celui-ci offre un espace de vente pour les tisserandes (*emprendimiento de mujeres*). Il s'agit de 380 femmes bénéficiaires de sept provinces de Cusco. Les gains pour 2014 atteignent environ 9'000 PEN (soit 3'000 USD). L'association du district de Qolqepata obtient, à elle seule, 4'200 PEN (soit 1'400 USD).

commissions aux guides qui sont monnaie courante à Chinchero (Lurdes, 22.10.14) (cf. aussi chap. 6.2.1).

J'apprends plus tard qu'en 2012, les tisserandes d'*Inkakunaq Ruwaynin* commercialisent également leurs produits durant deux mois au sein de l'hôtel *Monasterio*, un des hôtels les plus luxueux de la ville de Cusco (cinq étoiles)<sup>304</sup>. Je constate la même dynamique à l'hôtel *Costa del Sol* où une tisserande vêtue de son *traje típico* vend ses articles aux clients, devant la petite place de style colonial qui décore l'hôtel. D'autres établissements de luxe, tels que l'hôtel boutique *Casa San Blas*, commercialisent aussi des textiles du CTTC auprès de leur clientèle, textiles dont les bénéficiaires vont aux tisserandes. Les chambres de cet hôtel sont d'ailleurs décorées avec ces pièces considérées comme objets « artistiques » et qui sont censées offrir aux hôtes une « immersion dans la culture péruvienne »<sup>305</sup>. Beaucoup plus tard, je serai témoin de l'existence de cette pratique en dehors de la ville de Cusco. En septembre 2016, je rencontrerai en effet une femme de Chinchero qui, vêtue de son *traje típico*, se rend dans un hôtel étoilé de la Vallée sacrée, située près d'Urubamba pour effectuer ce type de démonstration et commercialisation des textiles auprès des touristes qui logent souvent dans cette zone avant de se rendre au Machu Picchu (plus proche par rapport à la ville de Cusco).

\*

Entrelaçant plusieurs histoires autour d'hôtels, ce récit met en évidence des intérêts communs entre des entités publiques, privées et tisserandes. En effet, si la « responsabilité sociale » s'inscrit d'abord dans un cadre entrepreneurial, elle s'articule avec des politiques sociales citées plus haut, promues par des institutions étatiques, organisations internationales et ONG, et dont les bénéficiaires sont surtout des tisserandes.

D'autres entreprises mobilisent également cette logique, en particulier des tour-opérateurs, bien qu'ils ne parlent pas nécessairement et explicitement de responsabilité sociale. Particulièrement symptomatique est le cas de *RESPONSible Travel Peru* qui applique une politique de soutien économique aux communautés locales tout en affirmant corollairement promouvoir le respect de l'environnement et « une philosophie de conservation culturelle »<sup>306</sup> au sein des populations hôtes. Ainsi, entre 3% à 10% du prix payé par les touristes est destiné aux divers projets qui visent à améliorer leur qualité de vie<sup>307</sup>. Dans la Vallée sacrée, le tour-opérateur affirme soutenir des initiatives locales qui utilisent les gains touristiques à bon escient<sup>308</sup>. Lors de mon travail avec le *Parque de la Papa*, j'avais aussi eu affaire à d'autres tour-opérateurs qui affichaient ce soutien économique aux *comuneros*, comme *Condor Travel* avec son projet dans la communauté de Misminay en voulant fournir un revenu à ces populations par la promotion du TRC (cf. aussi ci-dessous le cas d'*Apus Peru*).

---

<sup>304</sup> Information fournie par Norma, la vendeuse, à deux mois d'avoir initié un tel accord (Norma, 13.11.16).

<sup>305</sup> À cet égard, lire : <http://www.casasanblas.com/cuscohotel-about-us.html> (consulté le 22.12.15).

<sup>306</sup> <http://www.responsibletravelperu.com/fr/pages/our-local-impacts> (consulté le 27.03.14).

<sup>307</sup> Chiffres tirés de <http://www.responsibletravelperu.com/fr/pages/our-local-impacts> (consulté le 27.03.14).

<sup>308</sup> <http://www.responsibletravelperu.com/en/experiences/118-fd-responsible-sacred-valley-tour> (consulté le 27.03.14).

Tous les cas présentés jusqu'à maintenant – qu'il s'agisse du secteur public ou privé – promeuvent la production/commercialisation textile sous divers angles : « Lutte contre la pauvreté », « Développement », ou « Amélioration de la qualité de vie ». Malgré leur particularité, le biais commercial est visé pour atteindre ces objectifs tout en exaltant parfois les aspects patrimoniaux.

#### **2.3.2.4 Expériences touristiques**

Comme expliqué plus haut, la promotion de l'activité textile contemporaine est étroitement liée au marché touristique. Elle fait ainsi l'objet de l'expérience des touristes *in situ* autour des textiles andins, laquelle n'est pas uniquement commerciale (l'achat des textiles), mais comporte aussi la perception des personnes à l'égard des objets, du processus de fabrication textile, des *trajes típicos*, etc. (cf. l'omniprésence des textiles andins citée au début de ce chapitre). Si j'ai classé les expériences touristiques dans la rubrique « Promotion commerciale », c'est en raison de l'intérêt commercial qui motive les individus à produire et vendre leurs textiles et les tour-opérateurs à les inclure dans leurs offres. Toutefois, il faut les considérer dans un cadre plus large qui donnent à ces expériences une valeur particulière à l'égard des touristes (cf. chap. 7). Le récit qui suit illustre bien cela.

**A** l'aéroport de Cusco, je rencontre Mey et Fany, deux États-Uniennes cinquantenaires. Assises dans l'attente de leur vol, elles ont avec elles des valises confectionnées avec des textiles *away* (i.e. confection utilitaire). Elles ne sont pas les seules, car d'autres touristes utilisent ce genre de bagages, pour la plupart élaborés avec des textiles industriels. Attiré par ces objets, je m'approche d'elles et profite du retard de mon vol pour en apprendre davantage sur ces pièces et sur les motivations de ces dames pour visiter le Pérou.

Comme tant d'autres visiteuses-eurs, elles y sont venues pour voir le Machu Picchu. Toutefois, leur motivation principale pour se rendre à Cusco était de mieux connaître le travail textile des populations autochtones. L'une d'elles ouvre sa valise tout de suite et me montre des fibres en alpaga teintées au moyen de procédés naturels qu'elles ont achetées dans une communauté de la zone d'Ollantaytambo, d'où part le train pour le Machu Picchu. Elles expriment leur joie d'avoir partagé des moments avec des communautés tisserandes et d'avoir vu leur travail tout en y contribuant économiquement grâce à leurs achats. Lorsque je les interroge plus précisément sur leurs motivations, elles invoquent leur intérêt pour les textiles car les deux tricotent. C'est par l'intermédiaire de l'ONG *Threads of Peru*<sup>309</sup> qu'elles ont connu le tour-opérateur *Apus Peru*<sup>310</sup> qui les a emmenées à Ollantaytambo. On m'appelle pour m'envoler à Lima. Je les quitte avec un au revoir.

---

<sup>309</sup>L'ONG travaille avec des tisserandes des cinq communautés de Cusco : Rumira Sondormayo et Chaullacochoa (district d'Ollantaytambo) Upis, Huaran et Totorá (région d'Ausangate). Dana, Directrice des opérations, m'explique qu'une partie importante de la production est vendue aux États-Unis afin de trouver de meilleurs prix pour les *comuneras* (Dana, 11.12.14). Voir aussi : <https://threadsofperu.com/> (consultés le 03.10.14)

<sup>310</sup>Pour savoir plus sur ce tour-opérateur et l'offre touristique liée à l'activité textile, voir respectivement : <http://www.apus-peru.com/> ; [http://www.apus-peru.com/tours/andean\\_cultural\\_immersion.html](http://www.apus-peru.com/tours/andean_cultural_immersion.html) (consultés le 03.10.14).

Plus tard dans la journée, lors de mon rendez-vous avec Máximo Laura, ces propos résonnent sur le vécu des touristes états-uniennes. L'artiste cite en effet *Pushka*<sup>311</sup>, projet touristique auquel il participe et qui se focalise principalement sur une expérience textile au Pérou. Máximo se charge d'accompagner les touristes et en leur apprenant quelques bases sur le tissage de tapisserie (certains ont cependant un niveau plus élevé et l'artiste s'y adapte) (Máximo Laura, 07.04.14). L'objet tissé deviendra un souvenir pour la le touriste-élève ; un souvenir du voyage, des Andes, des ateliers suivis ... ou tant d'autres bien plus personnels<sup>312</sup> (cf. chap. 7.3).

\*

Les exemples des *Puchka* ou *Apus Peru* témoignent d'une certaine demande touristique en matière textile, au-delà du tourisme lié à l'achat des souvenirs (cf. chap. 7.1). En regardant de près les sites Web de ces tour-opérateurs, je constate en effet une offre qui mêle des circuits classiques (notamment le Machu Picchu) et des expériences textiles. *Puchka* propose en outre une série d'ateliers (par ex. de filature, de broderie manuelle et à la machine, de tricot) et des rencontres avec des artisans et des artistes, dont Máximo Laura, ainsi que des visites de galeries d'« art populaire » (*folk art*) :

Nous sommes une petite entreprise fondée sur les idéaux du commerce équitable et éthique (*Fair Ethical Trade*) et voulons partager, avec des gens comme vous, une expérience extraordinaire, fascinante, étonnante (*shocking*), magnifique (*gorgeous*) et magique de l'histoire, des sites, des textiles, de l'art populaire et des traditions que le Pérou peut offrir.

Que vous recherchiez une aventure touristique textile superbement organisée et unique avec des ateliers où vous pourrez travailler personnellement avec les artisans péruviens (*Peruvian artisans*) ; ou [vous engager dans] un circuit touristique (*tour*) qui comprend des visites de nombreux studios d'artistes (*artist's studios*) hors de sentiers touristiques (*off the tourist trail*) ; ou dans un stage dans l'atelier d'un artiste textile de renommée internationale, d'un peintre de retable (*retablo artist*), d'un sculpteur ou des tisserands/teinturiers/fileurs (*weavers/dyers/spinners*) [...]<sup>313</sup>.

Si *Apus Peru* présente une offre touristique beaucoup plus large, il propose aussi une expérience textile, comme l'indique sa publicité :

Visitez le Pérou et découvrez le monde du tissage andin (*Andean weaving world*) par vous-même. Des marchés à Lima et des fabriques (*factories*) de Juliaca, à des villages montagneux reculés (*remote*) qui entourent Cusco, où les tisserands ont encore leurs propres troupeaux, tondent les animaux et filent la laine à la main. Ce sont des voyages amusants et actifs qui mettent l'accent sur la compréhension de l'importance du textile dans l'histoire et la culture moderne du Pérou. Une partie des recettes de ces visites sont réinvesties chez Threads of Peru (*the Threads of Peru mission*), et ces visites profitent également aux communautés rurales et promeuvent leurs pratiques touristiques durables<sup>314</sup>.

---

<sup>311</sup>*Puchka* est une offre touristique plutôt exclusive étant donné le nombre réduit des participants et le fait qu'elle se réalise deux fois par année : une fois durant 12 jours (au moins de mars) centré sur la région d'Ayacucho et une participation plus engagée de Máximo Laura dans des ateliers en tapisserie ; l'autre fois durant 22 jours (aux mois de septembre et octobre) qui inclut divers ateliers textiles dans les régions de Lima, Arequipa et Cusco et comporte des circuits touristiques classiques (par ex. Canyon de Colca, Vallée Sacrée, Machu Picchu). Pour en connaître plus : <http://www.puchkaperu.com/> (consulté le 30.12.15). Le responsable de l'organisation des visites, Juanca, affirme que les *Pushka tours* sont nés à l'initiative d'une tisserande canadienne en 2002, suite à l'intérêt touristique qu'elle a perçu des touristes pour l'activité textile au Pérou (Juanca 20.12.14).

<sup>312</sup>Lire quelques témoignages des touristes : <http://www.puchkaperu.com/> (consulté le 30.12.15).

<sup>313</sup><http://www.puchkaperu.com/> (consulté le 30.12.15).

<sup>314</sup><https://threadsofperu.com/missionandmodel/> (consulté le 03.10.14).

Comme le soulignent ces sites Web, le caractère « éthique » ou « équitable » (*fair*) du voyage est mis en avant. Ce qui rejoint dans une certaine mesure d'autres cas décrits plus haut. De même, le tour-opérateur *RESPONSible* propose des tours avec une composante textile dans les communautés d'Amaru et de Patacancha : la participation au processus de production des textiles *away* et la possibilité de suivre des cours et de fabriquer son propre bracelet<sup>315</sup>. Comme le montre la citation précédente, il est question d'offrir un revenu aux populations locales par le biais du tourisme, ce qui rappelle la promotion commerciale des textiles andins dans le cadre du programme *Conjuntos* ou de *Corredor Puno-Cusco*.

Si *Puchka* n'affiche pas cette dimension (du moins pas de manière explicite), il revendique son rôle dans la récupération (*resurgencia*) de la région d'Ayacucho, frappée féroce par le mouvement terroriste du Sentier lumineux dans les années 1980. Dans son cas, il s'agit de promouvoir l'artisanat de la région<sup>316</sup> et de donner de l'argent aux populations locales grâce aux revenus générés par le tourisme, comme l'affirme Laura. Au-delà de l'intérêt commercial pour ces populations et pour les tour-opérateurs, ces exemples mettent l'accent sur une expérience « unique », « réelle », « traditionnelle », comme l'expriment les sites Web des tour-opérateurs, notamment à l'égard des communautés andines.

Ces qualificatifs renvoient aux aspects patrimoniaux cités par exemple dans le Projet Q'ero qui mettent en valeur des éléments culturels des Q'eros en soulignant leur caractère unique (*peculiar*). Ces éléments sont très appréciés par des touristes en quête de « culture-tradition-authenticité-altérité » (cf. Filage et chap. 1) et ils sont pris en considération lors de la production et de la commercialisation des textiles andins (cf. la deuxième partie de la thèse). Cela montre une fois de plus l'articulation entre la promotion commerciale et la promotion patrimoniale qui s'opère à travers le marché touristique.

### **Retissage : la vie commerciale d'un objet multi-situé et cosmopolite**

Dans *The social life of things*, Appadurai (2010a) et Kopytoff (2010) insistent sur la marchandisation des objets en tant qu'elle est une étape importante de leur parcours de vie, bien que momentanée (et non un état en soi). Les textiles andins contemporains ne font pas exception. Ils mènent une vie de plus en plus marquée par la commercialisation touristique, qui promeut leur production sous différentes formes, certaines anciennes, d'autres nouvelles.

À ce sujet, ce chapitre nous a montré « une mer colorée de tissus », à travers les six catégories des divers textiles andins, qui nous invitent à les considérer au-delà de leur assimilation à des productions préhispaniques ou issues des communautés andines. C'est la principale contribution de ce chapitre aux

---

<sup>315</sup> Respectivement: <http://www.responsibletravelperu.com/en/experiences/49-2d-1n-unique-cultural-experience-in-amaru> et <http://www.responsibletravelperu.com/en/experiences/115-visit-to-an-andean-weaving-community> (consultés le 27.03.14).

<sup>316</sup> Tour de 12 jours à Ayacucho. Voir : <http://www.puchkaperu.com/index.php/tours/studio-visits-villages-and-sites-12-days-ayacuchohuamanga/> (consulté le 30.12.15).

études des textiles andins. La description de ces objets nous a permis de découvrir les différents acteur·e·s concernés et la multi-situation des objets textiles due à leur circulation. Si cette circulation n'est pas un fait nouveau puisqu'elle existait déjà à l'époque préhispanique (cf. Tessier 2017; Desrosiers 2012: 97; Oakland Rodman et Cassman 1995), ce qui a changé c'est l'importance qu'elle a pris et sa relation avec le marché touristique (marché dont j'ai parlé dans ce chapitre), et avec le commerce à l'étranger (que je n'ai fait que mentionner à propos des marchés de Noël et des ONG en Europe). Importance d'ordre planétaire, à laquelle contribue le tourisme par l'achat de souvenirs parfois offerts en cadeaux (par ex. l'étui de Lina).

Aujourd'hui, le lien étroit avec le marché touristique renforce la vie commerciale de cet objet multi-situé et « cosmopolite » ; cosmopolite du fait de ses lieux d'origine multiples (y compris la Chine si l'on prend en considération les propos de certains de mes interviewé·e·s), des éléments qui les composent (non seulement venus d'ailleurs mais matériellement différents, parfois hybrides), ainsi que de sa mobilité en dehors des lieux de conception. Le panorama textile de cette « mer colorée » qui s'étend hors des frontières andines, met en évidence le caractère dynamique de ces objets qui ont une longue histoire de vie car s'adaptant à différentes époques, préhispaniques, coloniales, contemporaines (cf. Gisbert et al 2010), y compris au tourisme (Ariel de Vidas 1996). Sans se réduire au phénomène touristique, il me semble difficile de comprendre l'omniprésence, la diversité, la circulation et la promotion patrimoniale et commerciale des textiles andins contemporaines, si l'on ne prend pas en compte leur lien étroit avec le tourisme, lequel fait partie du quotidien cusquéen comme je l'ai montré dans le premier chapitre. Si l'on fait abstraction de cet aspect, on se prive également de comprendre la valeur marchande qui se fabrique au sein du marché touristique.

\*

Je viens de clore ce deuxième chapitre en écrivant « sans se réduire au phénomène touristique ». Pourquoi ? Dans quelle mesure les textiles andins contemporains échappent-ils au tourisme ? Si ce chapitre, à travers quelques images (cf. ci-dessus le collage de photos) et certaines allusions, laisse percevoir leur usage local, le chapitre 3 insistera davantage sur la valeur d'usage surtout en milieu urbain. Le troisième chapitre mettra en effet en évidence la vie sociale des textiles en dehors de la commercialisation (touristique) et de sa valeur marchande même si, comme nous le verrons, l'aspect commercial n'est jamais totalement absent. Il fait partie des dynamiques au sein dans lesquelles évoluent aujourd'hui les textiles andins.



## CHAPITRE 3

### LA VALEUR D'USAGE DES TEXTILES

#### Les textiles andins, objets multi-usage

**D**e retour sur le terrain en 2015, je décide de me rendre à Q'ero. Geremia Cometti, anthropologue qui travaille sur la région, a tout arrangé avec ses contacts. On part direction l'*Apu* Ausangate, visible depuis la ville de Cusco. Après un voyage en bus de six heures, une nuitée à Ocongate, un taxi qui nous dépose au bout d'un chemin à partir duquel il faut marcher environ deux heures, nous voilà en route, guidés par Jury, un adolescent q'ero qui étudie à l'école secondaire à Cusco. Pendant cinq jours nous parcourons plusieurs villages de la communauté d'Hatun Q'ero<sup>317</sup>.

L'expérience sera intense. Durant mon séjour, je verrai de multiples manières d'employer les textiles andins. J'apprends que les Q'eros utilisent le *q'aytu* (filage manuel de fibres d'alpaga et de mouton), ce qui ne m'étonne pas compte tenu des nombreux camélidés que nous croiserons tout au long de ce voyage (cf. photo A.34-35 dans les annexes). Je vois ici et là des hommes qui marchent en faisant du *k'antiy* ou torsade (cf. photo A.36 dans les annexes) – ce qui est plutôt rare dans la plupart des communautés andines, où ce travail relève majoritairement du domaine féminin. Des femmes tissent à l'aide de (*tawa*) *takarupu* – métier à quatre pieux (cf. ci-dessus photo 3) – parfois au bord d'une falaise (cf. photo A.37 dans les annexes). Une partie de l'activité textile est destinée à la fabrication des vêtements qu'utilisent les Q'eros. Je regarde, surpris, chez quelques hommes l'usage de l'*unku* – pièce masculine de couleur noire, rectangulaire et sans manches, tissée en *lloqepaña* (je reviendrai sur cette technique) et parfois utilisée sous le poncho (cf. ci-dessous photo 11).

Bien que la présence des textiles *comuneros* soit manifeste chez certain·e·s, je perçois également un fort usage des textiles d'imitation industriels (notamment le *chullo* et la *lliclla*). Pour la fabrication des *chullo*, ponchos, *lliclla*, entre autres, certaines personnes utilisent en outre des fibres synthétiques qu'elles achètent à des commerçant·e·s (par ex. à Ocongate et à Cusco). En effet, il est parfois plus facile, voire esthétiquement plus attirant, d'utiliser ces fibres. En témoigne le discours de Santos à propos de son *chullo*, très coloré, fabriqué avec ce matériau. Il sourit en me disant que les couleurs variées et éclatantes lui plaisent, à la place d'avoir une pièce monochrome : « J'aime bien [ces] couleurs fortes »<sup>318</sup>.

---

<sup>317</sup> Ayant travaillé depuis 2012 auprès des Q'eros, Geremia Cometti est l'auteur d'un livre sur cette population (2015). Je le remercie par ailleurs pour l'organisation du voyage. Durant cinq jours (15-19.09.15), nous avons parcouru divers villages (*anexas*) de la communauté de Hatun Q'ero, entre 3'300 et 4'800 mètres d'altitude environ : Choa Choa, Charkapata, Hatun Q'ero (peuple) et Qolpaqocho. Dans ces villages, nous avons dormi chez l'habitant et interviewé certain·e·s *comuneros*, notamment les familles d'accueil et des hommes. Jury, notre jeune guide nous a servi de traducteur. Si j'ai pu m'entretenir en espagnol ou en quechua (conversations simples et touchant surtout au domaine textile), il m'a fallu l'aide d'une personne pour approfondir certaines questions.

<sup>318</sup> *Mes gustas [esos] colores fuertes*. Conversation dans la voiture de retour à Paucartambo (Santos, 19.09.15).

**Photo 11 : Unku et activité textile à Hatun Q'ero**



Photographie de Cometti au village de Charkapata (18.09.15).

Vêtu d'un *unku* noir et coiffé d'un *chullo* coloré, ce Q'eros est en train de faire du *k'antiy* (torsade) avec une fibre synthétique de couleur rouge. À noter les habits industriels des enfants qui contrastent avec celui de l'homme (tous les trois portent des *ojotas*, sandales faites en caoutchouc, et l'homme des pantalons industriels).

D'autres textiles *away* servent à porter les feuilles de coca, avec une certaine connotation sexuée : la *Wachala* – objet carré avec certaines décorations aux extrémités – est utilisé par les femmes, qui mettent les feuilles au milieu et plient l'objet en quatre pour les porter ; alors que la *Wallaqa* – sorte de *ch'uspa* – sert à cet usage uniquement pour les hommes. Je constate que les textiles peuvent signifier ou accompagner le sexe de la personne qui les porte, au même titre que les ponchos (homme) et *lliclla* (femme), plus largement chez les *comuneros*, dans le milieu rural de Cusco.

Le troisième jour, en compagnie de l'anthropologue Cometti, j'assiste chez Santos à une cérémonie de *despacho*<sup>319</sup>, suite à la demande de ce premier. Après avoir vacciné un troupeau de lamas et d'alpagas contre des parasites, avec l'aide de sa famille, Santos remet, par-dessus de son pantalon et jaquette de confection industrielle, un poncho beige clair et un *chullo* de la zone. Il assume ainsi son rôle de *paqo*. Nous entrons alors dans la maison.

Il pose sur le sol trois pièces textiles différentes : deux ponchos, l'un plié en deux, et une *lliclla*, sur laquelle il y a de nombreuses feuilles de coca. Santos déplace ensuite une partie des feuilles sur les bords des ponchos et une autre partie sur un *wachala*. À l'aide d'une feuille de papier qu'il pose sur la *lliclla*, il y replace et aligne à fur et à mesure les feuilles de coca en paires de trois (*kintu* ou « offrande

---

<sup>319</sup> Littéralement ce terme en espagnol peut être traduit comme « envoie ». Cometti (2015: 26) définit ceci comme « un sachet cérémoniel contenant un ensemble d'objets qui composent l'offre aux divinités », par exemple aux *Apu* ou à la *Pachamama*. Cette définition fait référence à la matérialité textile et à son contenu.

de trois feuilles de coca<sup>320</sup>). Ces feuilles représentent des vœux pour la bonne santé et la prospérité de la personne qui demande la cérémonie (en l'occurrence Geremia et moi), en termes de travail, argent, famille, entre autres. Santos mélange ensuite les feuilles avec d'autres petits éléments (biscuits, coquillages, grains de maïs, fleurs rouges et blanches<sup>321</sup>, jouets, quelques gouttes de vin, etc.) pour former progressivement le *despacho*. Celui-ci est considéré un « cadeau » pour la *Pachamama*. Il sera brûlé tout à la fin à l'extérieur de la maison (cf. photo 12).

**Photo 12 : Le despacho**



Rituel effectué par Santos, *pampamisayoq*, à Hatun Q'ero.  
 En haut : préparation progressive du *despacho*.  
 En bas : le *despacho* qui est transporté dans une *lliclla*, puis brûlé.  
 Photographie de l'auteur avec un smartphone (18.09.14).

Durant la cérémonie qui dure presque deux heures, Santos invoque en quechua la Vierge, l'*Apu*, la *Pachamama*<sup>322</sup> et l'Inca Pachacutecq, entre autres, en posant sur nos têtes la *lliclla* pliée en quatre, qui contient le *despacho*. *Hampuy* (« Viens ») répète-t-il à plusieurs reprises pour les invoquer. Le *paqo*

<sup>320</sup> Selon Cometti (2016: 175) le *kintu* est « le seul moyen pour un *pampamisayoq* [ou *paqo*] de se connecter avec les êtres non humains. En lisant les feuilles de coca, il sollicite également l'aide des *Apu* pour les interpréter ». Pour une étude sur les feuilles de coca et leur plurifonctionnalité, voir notamment Allen (2002).

<sup>321</sup> Respectivement associées à la *Pachamama* et aux *Apus*, ce qui fait appel au concept de *yanantin* (cf. 3.2.4).

<sup>322</sup> D'après Cometti (2015: 50), les *Apu* et la *Pachamama* sont les principales divinités des Q'eros et d'autres communautés andines. Voir aussi Salas (2002) qui fait de multiples références à ces deux entités chez les Q'eros.

m'informe plus tard que sans les textiles, il ne pourrait pas effectuer cet acte. Si, à Cusco, il peut réaliser celui-ci à l'aide d'un textile d'imitation industriels (parfois faute de mieux parfois), Santos a plutôt l'habitude de le faire avec des textiles *away*.

\*

Ce qui précède permet d'introduire ce chapitre sur la valeur d'usage. Si, je l'ai dit plus haut, mon travail ne se focalise pas sur l'utilisation textiles dans les communautés andines, l'exemple d'Hatun Q'ero est une bonne introduction à cette question. Il rappelle aussi la manière dont une grande partie de la littérature anthropologique sur les Andes a abordé la valeur des textiles andins, à savoir à partir de l'usage des *comuneros* notamment à des fins vestimentaires et rituelles. Je renvoie à l'introduction où je cite des travaux centrés plus particulièrement sur la valeur d'usage circonscrite aux frontières communales. Ce type de valeur n'existe-t-il pas aussi en ville ?

Pour répondre à cette question, ce chapitre prend une voie différente et complémentaire à ces études. Il a pour but de mettre en évidence la valeur d'usage des textiles andins dans l'espace urbain. Ce sujet a été peu exploré malgré son caractère récurrent au quotidien, comme le laisse entrevoir le chapitre précédent en montrant quelques images et dans certains passages. Si, comme le souligne Marx (1993), la valeur d'usage des marchandises (pour reprendre ses termes) est associée à leur valeur d'échange (ce qui s'échange est la valeur d'usage des objets), je me focalise ici sur la première. Cela me permettra par la suite d'articuler celle-ci à la valeur d'échange sur laquelle je mets beaucoup plus l'accent dans ce travail, même si je reviens dans dernier chapitre sur la valeur d'usage pour les touristes une fois qu'ils ont acheté la marchandise. Dans les deux cas, le point commun aux chapitres 3 et 7 est qu'ils s'intéressent à une population urbaine qui fait aussi usage des textiles andins.

L'objectif de ce chapitre est d'élargir la réflexion sur la notion de valeur d'usage au-delà des Andes rurales. Pour ce faire, il est structuré autour de trois exemples ethnographiques. Le premier exemple nous introduit aux *Fiestas del Cusco* qui montrent l'usage des textiles andins par les citoyen·e·s de Cusco dans un cadre festif marqué par une dimension identitaire très forte. Le deuxième cas nous décrit « *Un día de Q'eros* », événement qui montre l'usage des textiles q'ero en ville, dans un contexte d'interaction avec la population urbaine. Le dernier exemple met en évidence l'utilisation des textiles andins par les candidat·e·s pendant la campagne électorale régionale en 2014.

Ces trois exemples donnent à voir une dimension identitaire qui accompagne souvent l'usage des textiles andins. Ils montrent aussi comment la valeur d'usage revêt différentes formes, selon l'utilisation qui en est faite (vestimentaire, décorative, cérémonielle, politique, etc.) et s'ajoute souvent à des aspects commerciaux et de marketing marchand ou politique. C'est en ce sens que nous devons appréhender ce type de valeur dans sa multiplicité et son imbrication avec d'autres valeurs, souvent de type marchand. Cette imbrication fait écho au récit que j'ai rapporté au sujet de Santos, bien que de façon différente : la valeur d'usage de son *chullo* s'ajoute par exemple à sa valeur esthétique liée à son aspect multicolore.

Notons que les valeurs d'usage des objets évoqués ici ne doivent pas être considérées comme uniques ou monolithiques. Si le texte peut donner cette impression, il faut considérer qu'il s'agit d'une tentative pour décrire l'une des formes que peut prendre la valeur d'usage d'un objet donné, à un moment donné. De même que ma *lliqlla* q'ero comporte plusieurs valeurs, et si l'on en croit les études sur la valeur et les *Valutation Studies* (cf. Filage), un objet peut avoir de multiples utilisations (et valeurs). Ces utilisations et ces valeurs peuvent échapper au regard de l'anthropologue, à moins qu'elle·il suive de manière exhaustive le parcours de vie de l'objet, en tenant compte de chaque interaction humain-objet, inter-action qui se produit de diverses manières, y compris dans son aspect sensoriel ou émotionnel (cf. chap. 7).

### 3.1 Les *Fiestas del Cusco*

#### 3.1.1 L'usage vestimentaire chez les citadin·e·s, les chars et les figures religieuses

**M**ai s'achève presque. Quelques danses et musiques à la *Plaza de Armas* annoncent le début des festivités. Les *Fiestas del Cusco*<sup>323</sup> approchent. Elles sont une référence pour tout·e Cusquénien·ne et plus largement pour les Péruvien·ne·s (de nombreux touristes péruvien·ne·s s'y rendent). Durant tout le mois de juin, il y a des activités en ville, notamment des défilés de différentes écoles, universités et d'autres institutions académiques (cf. photo A.17 dans les annexes). La grande majorité des citadin·ne·s porte les *trajes típicos*, depuis les enfants de l'école primaire jusqu'aux adultes. Même les plus petits, qui fréquentent le jardin d'enfants, sont habillés de la sorte, motivés par les éducatrices ou les parents<sup>324</sup>.

Coïncidant avec la haute saison touristique, juin est un mois où les visiteuses·eurs étrangers abondent ; nombreux sont celles·ceux qui se rendent à l'*Inti Raymi*, représentation incaïque pour fêter le solstice d'été (dans l'hémisphère nord), qui est devenue l'une des attractions touristiques de la région. Malgré l'affluence des touristes en ville, les *Fiestas del Cusco* configurent néanmoins un espace d'effervescence festive locale, de telle manière que les Cusquénien·ne·s repeuplent le centre historique de Cusco, en particulier la *Plaza de Armas* fréquentée d'habitude plutôt par les touristes tout au long de l'année. Je ne parle pas seulement des Cusquénien·ne·s qui participent directement aux activités de cette fête, mais aussi du public qui vient voir en personne les *Fiestas del Cusco*. Celles-ci se manifestent notamment par une omniprésence textile sans pareille au cœur même de la ville. Les Cusquénien·ne·s sortent alors leurs ponchos (et leurs *lliqlla* dans certains cas), voire les louent pour l'occasion. Mais il n'est pas seulement question de voir cette effervescence sur place mais aussi à la télévision, chez soi. Les chaînes locales médiatisent en effet les fêtes, en particulier les défilés et l'*Inti*

---

<sup>323</sup> L'ensemble des *Fiestas del Cusco* est organisé par l'EMUFEC (*Empresa Municipal de Festejos del Cusco*) dépendante de la municipalité de Cusco. Pour une ethnographie bien documentée de ces fêtes, voir notamment Pacheco (2007: 280-347). Pour une analyse critique, cf. Galinié et Molinier (2006: 66-91).

<sup>324</sup> D'après ma sœur, qui travaillait dans un jardin d'enfants à Cusco, certains parents amènent leurs enfants notamment avec des ponchos durant le mois de juin.

*Raymi*, et par là même, les textiles andins qui sont des protagonistes tout au long des *Fiestas del Cusco*.

Les (néo-)Incas apparaissent en grand nombre, par exemple à l'occasion de l'*Inti Raymi*, vêtus de pièces imitant les habits de l'époque incaïque, confectionnées en bricolant divers textiles *comuneros* et d'imitation industriels, ainsi que d'autres matériaux non textiles qui les composent. D'autres, moins nombreuses, portent des habits plus élaborés qui reproduisent le *tocapu* incaïque, lequel est fabriqué à l'aide d'une technique particulière de tapisserie. Ces derniers sont portés notamment par des comédiens (néo-)incaïques qui représentent l'empereur (et son épouse, la *Qoya*, représentée elle aussi par une comédienne) ou dans des pièces des militaires de haut rang, par exemple lors de l'*Inti Raymi* ou dans des pièces de théâtre comme *Ollantay*. Pendant les fêtes, ces (néo-)Incas cohabitent temporairement avec d'autres (néo-)Incas que l'on trouve de manière plus permanente dans les rues ou musées (par ex. *Museo Inka*<sup>325</sup>), habillés de la sorte pour un public plus touristique. Quel que soit le type de textiles andins en question (*away*, tricot, *telar*, d'imitation industriels, voire confectionnés au moyen de techniques de tapisserie), ces vêtements permettent à ces personnes de jouer ce rôle de (néo-)Incas sur la « scène » publique, de façon plus ou moins temporaire.

Au cours de ce mois festif, l'utilisation vestimentaire des divers textiles andins m'est apparue plus que manifeste. Toutefois, cela ne concerne pas uniquement l'usage qu'en font les Cusquénien·ne·s en tant qu'habits. Il s'agit aussi de l'utilisation des textiles sur d'autres objets en guise de décorations ou d'habits.

Lors d'une promenade, le 21 juin 2014, j'assiste au défilé des chars allégoriques de l'ESABAC (Ecole des Beaux-Arts de Cusco). Sur la *Plaza de Armas*, depuis l'*Avenida del Sol*, circulent des chars, dont plusieurs mettent en scène des allégories incaïques. Les étudiant·e·s de l'ESABAC donnent en effet vie à d'énormes personnages de carton-pâte dont l'habillement est notamment fabriqué avec des textiles andins, quasi exclusivement d'imitation industriels. À l'instar d'un Inca d'environ trois mètres vêtu avec ces matériaux, j'en vois passer d'autres, de taille similaire ou plus petits, qui font le tour de la *Plaza*. Certains chars sont suivis de voitures couvertes de textiles d'imitation industriels qui les décorent ou encore de danseuses·eurs vêtus de *trajes típicos* (poncho, *lliclla*, etc.). Lors de ma promenade, je rencontre au passage également certain·e·s (néo-)Incas qui accompagnent plusieurs chars. J'en profite pour prendre une photo avec un couple élégamment vêtu de textiles ayant des *tocapu* (cf. photo A.21 dans les annexes).

Trois jours auparavant, pendant le *Corpus Christi*, j'avais observé une situation relativement similaire, lors de l'entrée de Saint Cristobal sur la *Plaza de Armas*. Celui-ci portait l'enfant Jésus sur l'une de ses épaules, tous deux vêtus d'un poncho de type *away* (selon l'année, l'habillement peut toutefois

---

<sup>325</sup> À l'intérieur de ce musée se trouvent deux hommes habillés de la sorte pour accueillir les visiteuses·eurs et vendre leur musique.

changer<sup>326</sup>). Cette scène me rappelle ma visite à la communauté de Chawaytire, le jour de la célébration de la Vierge Asunta (14.08.14) (cf. photo A.25 dans les annexes), patronne de la communauté. Elle était vêtue d'une *lliqla* caractéristique de la zone, de type *away* avec matériaux synthétiques, utilisée localement lors de festivités telles que les mariages (cf. photo A.27 dans les annexes). À l'occasion de la visite de Chinchero où j'ai accompagné des touristes français·e·s, j'ai aussi admiré une image de la vierge Natividad sur le mur de ma chambre. Tout comme la patronne de Chawaytire, celle-ci portait aussi une *lliqla* caractéristique de cet endroit (cf. photo A.26 dans les annexes) semblable à celle utilisée par les tisserandes de Chinchero. Dans l'église de ce village se trouvent d'autres Saints, comme *Joaquin El labrador*, vêtus eux-aussi avec ce genre de *trajes típicos*. Plus tard, presque à la fin de l'année, le *Santirantikuy* – marché de Noël du 24 décembre autour de la *Plaza de Armas* – sera l'occasion d'observer l'enfant Jésus (ou plutôt une diversité de représentations de celui-ci) portant souvent un *chullo* (cf. photo A.4 dans les annexes). Appelé aussi *Niño Manuelito*, cette figure caractéristique de Cusco est vendue dans des ateliers d'artistes ou plus largement dans d'autres boutiques situées dans le quartier de San Blas.

\*

Le point commun entre les Cusquénien·ne·s – (néo-)Incas ou public en général –, les allégories en carton-pâte et les figures religieuses est ainsi l'utilisation vestimentaire des textiles andins, dans un cadre cérémoniel ou festif. Ces pièces textiles reflètent d'ailleurs la spécificité géographique de celle·celui qui les porte, pas seulement des êtres humains. Car, par le fait d'habiller le *Niño Manuelito*, les saints ou les Vierges avec les *trajes típicos*, ces figures religieuses opèrent une filiation géographique à l'espace cusquénien, voire plus spécifiquement à la communauté, comme c'est le cas d'Asunta ou de Natividad. Par les vêtements<sup>327</sup>, ces personnages se distinguent en effet d'autres Jésus, saints ou Vierges ; d'autant plus que l'on voit les « mêmes » images religieuses dans la région cusquénienne, telles qu'Asunta et Natividad.

Ces exemples montrent que les textiles andins sous leur forme vestimentaire acquièrent une valeur d'usage pour les Cusquénien·ne·s, valeur qui est liée à une dimension identitaire que je développerai dans les pages suivantes. Les textiles andins sont en effet une sorte de « carte d'identité ». Comme l'affirme Lucio, tisserand de Chawaytire : « [les *pallay* des ponchos] sont plus efficaces que le DNI (Document national d'identité péruvien où figure entre autres la provenance de la personne) » (Terry 2009: 84; cf. aussi Callañaupa 2007: 24), ils sont « un marqueur d'identité [les motifs] probablement utilisé comme classificateur à l'époque coloniale » (Galinier et Molinié 2006: 82)<sup>328</sup>.

---

<sup>326</sup> D'après une photo que j'ai pu visualiser chez Callañaupa (2007: 92) et d'autres sur Internet, notamment prises durant la fête religieuse de *Corpus Christi* les années précédentes, le saint portait différents ponchos d'une année à l'autre. Une recherche par image sur Internet met en évidence une telle diversité vestimentaire.

<sup>327</sup> Il n'est pas uniquement question d'habillement textile. Ce caractère « local » des personnages religieux peut s'opérer par d'autres moyens, par exemple linguistiques, avec l'appellation en quechua comme *mamacha* (petite mère) ou *taytacha* (petit père) pour se référer aux Vierges et Jésus respectivement.

<sup>328</sup> L'étude d'Amy Oakland Rodman (1992) montre déjà la relation entre textiles et identité ethnique à l'époque préhispanique (civilisation Tiwanaku au nord du Chili).

Dans ce qui suit, je montrerai que ces pièces vestimentaires peuvent endosser une valeur particulière, associée à un attachement généalogique, à la famille, à la région de (grand)parents ou aux Andes<sup>329</sup>.

### **3.1.2 Le poncho de ma terre natale**

**L**es *Fiestas del Cusco* arrivent presque à leur jour emblématique, le 24 juin, où l'on fête l'*Inti Raymi*. Le jour d'avant je me rends de nouveau à la *Plaza de Armas* pour le grand défilé (*desfile cívico*). Toutes les institutions étatiques de la région ainsi qu'une grande partie des entreprises y participent pour célébrer la veille de l'anniversaire de Cusco. Certain·e·s *comuneros* y assistent en défilant notamment avec des ONG avec lesquelles ils travaillent. Le maire de Cusco ainsi que d'autres fonctionnaires politiques sont présents, portant des ponchos, assis sur une scène sur laquelle ils·elles regardent passer toutes les institutions publiques et privées.

Dans mon sac-à-dos, je porte aussi un poncho *away* marron de Q'ero ainsi qu'un *chullo* élaboré à Chawaytire grâce à la technique de *cinco palillos* et décoré avec des boutons de chemise autour des oreillettes. Les Fêtes de Cusco sont une occasion idéale pour les porter, d'autant plus qu'il fait froid et que je ne suis pas le seul à le faire. Toute l'*Avenida del Sol*, depuis le temple de *Qoriqancha*, est noire de monde. Les institutions s'y donnent rendez-vous dans l'attente de leur passage sur la *Plaza de Armas*. Débuté à 9h00 du matin, le défilé dure jusque tard dans la nuit, vers une heure du matin.

Dans les rues, plusieurs commerçant·e·s vendent divers articles textiles, notamment à caractère vestimentaires, comme des gants ou bonnets (principalement confection vestimentaire de type semi-industriel). D'autres louent des ponchos aux participant·e·s qui en ont besoin pour le défilé.

Le ciel se couvre. Je commence à avoir plus froid. Je décide alors de mettre mon poncho beige clair et mon bonnet multicolore. Ces pièces vestimentaires s'avèrent utile pour me réchauffer. Mais au-delà de cet aspect utilitaire, celles-ci m'évoquent subitement des souvenirs : d'une part, Pocho, le Q'ero qui m'a vendu le poncho (je l'avais acheté car il avait besoin urgemment d'argent<sup>330</sup>) ; d'autre part, des souvenirs de mon travail de mémoire à Chawaytire, en 2008, et d'Alfredo, à qui j'avais acheté le *chullo*. Fatigué, quelques minutes plus tard, je rentre chez moi et profite de laisser mon sac-à-dos et de mettre une veste. En descendant à pied le long de l'*Avenida del Sol* remplie de gens, j'observe de nombreux Cusquénien·ne·s, tous vêtus au moins d'un poncho.

Décidé obstinément à participer au défilé, je remonte vers la *Plaza de Armas*. En longeant à nouveau l'*Avenida del Sol*, je retrouve mon cousin Marco Aurelio. Après lui avoir confié mon désir de défiler, il me propose de le faire avec la *Municipalidad de Oropesa*, pour laquelle il travaille. Hélas, mon poncho est resté à la maison. Pavel, l'un de ses collègues, m'en prête alors un autre de couleur rouge. En lui demandant la provenance de la pièce, il répond à ma curiosité : « de ma terre [natale] » (*de mi*

---

<sup>329</sup> Par « attachement » je fais aussi allusion aux « valeurs d'attachements » de Beyaert-Geslin (2015) (cf. Filage et chap. 7).

<sup>330</sup> D'ailleurs, ce souvenir est plus complexe car il me rappelle Gérémia, ami et collègue anthropologue ayant travaillé sur les Q'eros et connaissant Pocho. C'est la raison pour laquelle celui-ci est venu exprès chez moi pour me vendre le poncho. Au sujet des souvenirs cf. chap. 7.3.

*tierra*). J'apprends alors qu'il vient de Kusipata. Sur le sujet, mon cousin m'en dit également plus sur son poncho couleur noyer (*nogal*). Celui-ci lui rappelle Mollepata, et en particulier son enfance et sa famille paternelle originaire de la zone. En ce qui me concerne, les habits que je porte n'ont aucun lien avec mes origines, si ce n'est qu'ils viennent de la région de Cusco. Je n'ai peut-être pas vécu assez longtemps à Cusco ou alors je n'ai pas développé ce sens des racines localisées, bien que ma grand-mère soit aussi de Mollepata. Je n'y ai jamais vécu.

À côté je remarque un groupe des musicien·ne·s jouant pour une autre municipalité. Tous les membres portent un poncho de couleur verte (c'est la première fois que je suis confronté à une telle pièce). « C'est une invention du groupe » m'affirme Marco Aurelio, d'après qui il s'agit d'un moyen de s'identifier collectivement au sein du groupe. Il souligne que certaines institutions, dans le même dessein, demandent aux employé·e·s de porter des ponchos d'une couleur spécifique, notamment le rouge ; couleur que les Cusquénien·ne·s tendent à associer à Cusco<sup>331</sup>. Cependant, l'apparente obligation va de pair avec une véritable identification. À ce propos, je me rappelle de la fois où j'ai rencontré en face de l'Eglise de San Blas un groupe de trois musiciens, tous vêtus d'un poncho q'ero à l'occasion du mariage d'un couple cusquénien. Si, d'après mon interprétation, ces objets servaient *a priori* de « costume » ou « uniforme de travail », leur discours dénote une dimension identitaire. Les musiciens parlent en effet de leurs « racines andines » (*raíces andinas*) qu'ils signifient par le port du poncho<sup>332</sup>. Cela fait écho aux propos de deux autres Cusquénien·ne·s qui, justement à l'égard du port du poncho, me diront le lendemain du défilé au *Museo Inka* : « Tu te sens identifié à ta culture, à ta tradition et tu te sens d'ici, tu te sens Cusquénien »<sup>333</sup>.

On avance progressivement vers l'entrée à la *Plaza*. Notre tour pour défiler est enfin arrivé. On ressent les applaudissements du public. Je parcours la place en jetant (littéralement) du pain à celui-ci, puisque la région d'Oropesa est fameuse à Cusco pour la fabrication du pain. À la hauteur de la cathédrale, on passe devant les autorités politiques, dont le maire de Cusco, qui nous saluent, toutes vêtues d'un poncho de type *away* et la plupart d'une écharpe vraisemblablement du même type<sup>334</sup>. À la fin de notre participation, je me retrouve devant de nombreux Cusquénien·ne·s. Certain·e·s ont déjà enlevé leur poncho, d'autres le laissent sur eux et restent dans les rues, en parlant, mangeant et buvant. Ainsi sont les *Fiestas del Cusco* et plusieurs fêtent jusque tard dans la nuit, avec ou sans poncho.

\*

---

<sup>331</sup> Il n'y a vraisemblablement pas de consensus pour expliquer cette association. Marco Aurelio soutient l'idée d'une généralisation des ponchos de couleur rouge provenant d'une province qui les a rendus connus. Le prix aurait motivé, d'après lui, une telle généralisation. Une amie cusquénienne, Claudia, cite que « la couleur rouge prédominait dans les habits des ancêtres parce qu'elle représentait la force et le courage des Incas » (*lo que sé yo del color rojo es que predomina en la vestidura de los antepasados por ser este color representación de la fuerza y la valentia de los incas*) (Claudia, conversation Whatsapp, 16.10.17).

<sup>332</sup> Conversation avec trois musiciens (02.08.14). Ils éprouvent la fierté de porter des habits des communautés andines qu'ils associent au passé incaïque dont elles sont « héritières » (*herederos de nuestro pasado*).

<sup>333</sup> *Te sientes identificado con tu cultura, con tu tradición ; Te sientes de aquí, te sientes cusqueño* (24.06.14).

<sup>334</sup> Je parle dans ces termes puisque, comme je l'ai mentionné dans le chapitre précédent, ce genre de textiles peuvent aussi être du type *telar*, troisième forme de textiles *comuneros* (cf. chap. 2.2.2).

Dans ce cadre festif, les textiles andins matérialisent une identification pour le moins régionale, avec de possibles nuances selon le vécu personnel des Cusquéniens, comme celui de Marco Aurelio et de Pavel. Ce dernier se réfère à sa « terre natale » en parlant de son poncho. Cette identification est aussi le fait des autorités politiques qui, à l'instar de ces deux Cusquéniens, portent des ponchos (cf. photo A.18 dans les annexes). J'y reviendrai dans la dernière section sur la dimension politique des *trajes típicos* qui s'ajoute à la dimension identitaire, que j'ai observée de près ici dans la pratique et le discours des gens.

Si la majorité de mes interlocutrices-eurs soulignent ces aspects identitaires, le discours des Cusquéniens comme Khata nuance ce sentiment, vécu parfois comme une « obligation », comme elle l'affirme. Travaillant pour *Credinka*, banque péruvienne, elle se sent obligée de défiler chaque année avec ses collègues. Elle me raconte qu'elle est partie aussitôt fini le passage. Khata critique en effet la surpopulation et l'état d'ivresse des gens, étant quelqu'un de particulièrement tranquille et aimant la nature<sup>335</sup>. Qu'elle soit implicite ou explicite, l'obligation de défiler est bien présente mais, suivant les personnes, cet acte devient plus ou moins significatif en termes identitaires et comme le disent les médias et de nombreux Cusquéniens : il s'agit de rendre honneur (*rendir homenaje*) à Cusco durant ses fêtes<sup>336</sup>. Cet acte donne une valeur particulière aux *Fiestas del Cusco*, tout comme aux textiles andins utilisés à cette occasion, d'autant plus qu'ils sont rarement employés par la population urbaine les autres jours de l'année. Leur valeur d'usage est associée à cette dimension identitaire.

### **3.1.3 Nous fêtons notre identité, nous la vendons aussi : l'usage commercial**

Les textiles andins peuvent en outre faire l'objet d'un usage commercial qui s'ajoute à leur usages vestimentaire et qui mobilise fréquemment et parallèlement une dimension identitaire. Regardons de près ce rôle en revenant sur l'exemple des *Fiestas del Cusco* et d'autres éléments du terrain.

Au défilé, Pavel soutient que certaines entreprises utilisent le poncho comme une « forme de marketing », pour se montrer publiquement à l'occasion de ce genre d'événements. Cela me rappelle les ponchos rouges portés par les employés de *Claro* – entreprise de téléphonie dont le logo est rouge – que j'avais vus au défilé avant de retrouver mon cousin. La pièce était conçue industriellement sous forme de poncho avec le nom de l'entreprise au milieu.

Cet usage commercial semble récurrent dans la publicité d'autres entreprises. Par exemple, en feuilletant le catalogue des *Fêtes de Cusco* (EMUFEC 2014: 65), je retrouve une publicité de la bière

---

<sup>335</sup> Conversation au *Museo Inka* (Khata, 24.06.14). Mon interprétation se base sur ce que je connais d'elle, l'ayant fréquentée maintes fois durant 2014. À 28 ans et provenant de la classe moyenne, elle a l'habitude d'échapper souvent à la ville.

<sup>336</sup> Les employeuses-eurs peuvent justifier cette obligation par le congé donné ce jour-là. Soulignons que les patrons ne se sentent aussi obligés de participer (il serait mal perçu de ne pas « honorer » la ville lors de son anniversaire). Qu'il soit ressenti ou non comme obligation, d'après mes observations et conversations avec des Cusquéniens, les moments passés entre collègues sont bien appréciés et font l'objet d'anecdotes gardées comme souvenirs. C'est un moment de forte socialisation qui s'entremêle avec un sentiment patriotique.

locale *Cusqueña* disposée sur une nappe d'imitation industriels avec divers couleurs et motifs : « Nous fêtons plus qu'une fête, nous fêtons Notre Identité. JOYEUX ANNIVERSAIRE CUSCO ! »<sup>337</sup>. En 2015, l'image de la *Cusqueña* deviendra associée davantage aux textiles andins avec une campagne publicitaire qui, d'une part, met en scène un textile *away* géant<sup>338</sup> et, de l'autre, donne des cadeaux ayant des applications textiles (baskets *New Balance*, sac-à-dos *Samsonite* ou encore vestes *The NorthFace*) (cf. aussi photo A.19 dans les annexes). Ces bouts de tissus insérés dans ces articles donnent une particularité à ces marques mondialement connues, leur donnant une « touche locale ». Dès 2015, les bières ont d'ailleurs des étiquettes faisant allusion aux textiles *away*.

La banque *Scotiabank* en fait un usage similaire dans sa publicité, du moins jusqu'en 2015 si je me réfère au panneau publicitaire géant que je voyais depuis chez moi. Celui-ci montre une nappe colorée (de type *away* ou *telar*) sur laquelle sont mises en scène diverses devises étrangères afin d'annoncer leurs services d'échange des monnaies (cf. aussi photo A.19 in annexes). À l'instar de ces exemples, on trouve tant d'autres, par exemple celui de l'*Inka Kola*, boisson nationale rachetée par *Coca Cola* où la publicité montre un *chullo* géant ou une femme vêtue avec des *trajes típicos* que l'on associe, dans la région et au Pérou, à la figure de *ñusta cusqueña*<sup>339</sup> (cf. aussi photo A.20 in annexes).

À travers ces exemples, je suggère que les textiles andins servent le faire-valoir d'une identité culturelle ou d'un caractère local, andin ou de la « péruanité » (*peruanidad*). Les Cusquéniens (et plus largement les Péruviens) repèrent facilement ces éléments qui font partie de leur quotidien, où les textiles andins sont multi-situés (cf. chap. 2). Il me semble que cet usage publicitaire comporte une valeur commerciale car il s'agit d'une stratégie de « marketing » qui mobilise un discours et un sentiment identitaire de la part de la populations urbaine, sentiment exalté à l'occasion des *Fiestas del Cusco*.

### **3.1.4 Inti Raymi et le théâtre chez les (néo-)Incas**

Les textiles andins sont employés de manière récurrente dans les pièces de théâtre à Cusco. Ils permettent aux actrices-eurs d'élaborer/bricoler leurs costumes et de jouer leurs personnages sur scène. Retournons aux *Fiestas del Cusco* pour montrer la valeur d'usage accordée à ces pièces vestimentaires :

---

<sup>337</sup> *Celebramos más que una fiesta, celebramos Nuestra Identidad. FELIZ ANIVERSARIO CUSCO !*

<sup>338</sup> Œuvre réalisée par les tisserandes de l'association *Inkakunaq Ruwaynin*. Pour ce faire, elles ont rassemblé diverses pièces élaborées à l'aide du *telar de cintura*. D'après la publicité, il s'agit du tissu fabriqué manuellement (*panel telar*) le plus grand du monde. Voir : <http://cusquena.com/telar> (consulté le 10.11.15).

<sup>339</sup> Dans l'époque incaïque, le terme se réfère aux filles de l'empereur inca, appelées aussi « vierges du soleil » (*Virgenes del Sol*). Aujourd'hui, les *ñusta* renvoient plus largement à l'image des Cusquéniennes (*comuneras* ou métisses) avec des *trajes típicos*, archétypiquement *pollera* noire, jaquette (surtout rouge) et *montera* noire et très souvent une sorte de lacet avec des pompons de différentes couleurs telle un arc-en-ciel. Elles sont très souvent présentes dans des danses dites folkloriques.

Le jour principal des Fêtes est arrivé. La cérémonie de l'*Inti Raymi* s'apprête à commencer. Les chaînes locales diffusent cet événement qui rappelle le temps des Incas, la cérémonie pour le solstice. Elles mettent en avant avec fierté une identité cusquéenne associée aux ancêtres (*nuestros antepasados*) incas. Vers les 9h00, les (néo-)Incas apparaissent sur scène, d'abord au temple du Soleil, le *Qoriqancha*. Ensuite, ces personnages remontent jusqu'à la forteresse de *Saqsaywaman*, située en dessus de la ville, en passant par la *Plaza de Armas*, appelée pour l'occasion *Hawqaypata* (nom quechua qui rappelle l'époque incaïque). L'*Inti Raymi* se célèbre ainsi chaque année depuis 1944<sup>340</sup>.

Des guerriers arrivent sur l'esplanade du *Qoriqancha*. Ils apparaissent des quatre coins qui représentent les quatre parties du *Tawantinsuyo* (cf. chap. 1) en dansant, tambours dans les mains et habits confectionnés pour la plupart à l'aide de textiles d'imitation industriels. Portant des chapeaux rectangulaires fabriqués aussi avec ce type de textiles, les *ñusta* ou princesses inca descendent du temple vers l'esplanade ; acte qui annonce l'arrivée de leur père l'empereur ou *Sapa Inca* (grand Inca en quechua), censé représenter l'Inka Pachacutec. Ce dernier entre en scène, soigneusement habillé avec des vêtements simulant les *tocapu* de l'époque, confectionnés à l'aide de la technique de tapisserie. Son discours est prononcé en entier dans un quechua « pur », sans aucun hispanisme, contrairement à celui que l'on entend désormais dans les communautés andines<sup>341</sup>.

À la *Plaza de Armas* a lieu une rencontre – de caractère anachronique par rapport à la pièce jouée – entre l'empereur et le maire de la région : le premier lègue un *quipu* au second, acte interprété comme la transmission d'une sagesse pour une bonne gouvernance<sup>342</sup>. Le maire, portant un poncho de type *away*, reçoit l'objet textile. La cérémonie se poursuit jusqu'aux environs de 16h00 sur l'esplanade de la forteresse incaïque de *Saqsaywaman* (cf. aussi photo A.22 dans les annexes). Là se trouve la scène principale de l'événement où un prêtre (néo-)incaïque réalise le « sacrifice » d'un lama, en montrant le cœur qui bat encore au public. Une grande partie de celui-ci est cusquéen mais il y a aussi de nombreux touristes péruvien·ne·s et étrangèr·e·s.

\*

L'*Inti Raymi* met en lumière l'importance des textiles andins dans le cadre de cette représentation incaïque<sup>343</sup>. En effet, les textiles andins permettent à chaque personnage (néo-)inca de jouer

---

<sup>340</sup> Créé par les indigénistes cusquéens en 1943, il est réalisé pour la première fois l'année suivante. Malgré cela, pour de nombreux Cusquéen·ne·s et Péruvien·ne·s, il y a l'idée d'une continuité ininterrompue (Pacheco 2007: 296). Pour une description historique, voir Pacheco (2007: 285-296; cf. aussi Rozas Aragón 2014; Flores Ochoa 2005).

<sup>341</sup> Voir à ce propos Galinié et Molinier (2006) qui critiquent à juste titre les effets de cette distinction qui dévalorise l'« indien » (*comuneros*) par rapport à l'« Indien impérial », distinction inscrite dans un processus historique de dépuración des « indiens », pour détourner leur statut inférieur (cf. aussi Avanza 2005).

<sup>342</sup> Ce passage est connu sous le nom de « Rencontre des temps » (*Encuentro de los tiempos*). Molinié (2013: 353-6) en fait également une description.

<sup>343</sup> Si l'*Inti Raymi* demeure la plus importante représentation (néo-)inca de par son ampleur et son importance locale et touristique, soulignons qu'il existe d'autres nombreuses représentations mettant en scène des (néo-) Incas, souvent sous la dénomination de *Raymi*. À ce propos, Flores Ochoa (2005) en dénombre plus de trente seulement pour la région de Cusco. Salas (2012: 123) constate également une « prolifération » de ces festivités.

pleinement son rôle. Je suggère qu'il s'agit d'un rôle joué *ensemble* puisque tant les personnes que les objets textiles sont nécessaires pour mettre en scène l'*Inti Raymi* devant le public, contrairement à ce qui se passe lors d'une répétition (où ces comédien·ne·s n'ont pas besoin de porter ce genre d'habits). Je suggère que la valeur sur scène réside dans ce type d'usage qui met l'accent sur le rôle clé de la matérialité textile et la connotation identitaire qu'elle attribue sur la scène.

Prenons d'autres exemples pour poursuivre avec l'argument théâtral. Le drame *Ollantay*<sup>344</sup>, fameux auprès de Cusquénien·ne·s, illustre bien cet aspect (cf. photo A.23 dans les annexes). Présentée dans le cadre des *Fiestas del Cusco* 2014 au théâtre municipal de la ville, cette pièce qui rappelle celle de *Roméo & Juliette*, raconte l'histoire d'un amour impossible entre une princesse, fille de Pachacutec, et un militaire inca. Tous les personnages jouent leur rôle, vêtus avec des habits semblables à ceux de l'*Inti Raymi* (textiles *away*, d'imitation industriels ou de récréation de *tocapu*; cf. photo A.24 dans les annexes). Il s'agit à nouveau d'une pièce *jouée avec* les textiles andins, quel que soit le type. Si dans la représentation théâtrale, le recours aux textiles d'imitation industriels peut paraître quelque peu anachronique, cela ne semble avoir d'importance ni pour les comédien·ne·s ni pour le public. Des contraintes économiques expliquent un tel choix d'après Leonardo Arana, directeur du groupe de danse, musique, chant et théâtre *Filigranas Peruanas*<sup>345</sup>.

Sur la scène, il y a aussi une dimension identitaire qui se joue dans l'acte. D'après Leonardo A., ces comédien·ne·s éprouvent une certaine fierté, d'autant plus qu'ils ne reçoivent pas beaucoup d'argent par rapport au temps consacré aux nombreuses répétitions, comme le manifestent aussi d'autres comédienn·ne·s<sup>346</sup>. De son côté, devant ce type de théâtralisation incaïque, le public affiche un sentiment similaire. Comme l'affirme Julian – un touriste péruvien – à l'égard de l'*Inti Raymi* : « Aujourd'hui 24 juin j'ai vu la grandeur de nos anciens "LES INCAS", un passé légendaire. Je suis de l'Altiplano et je me sens fier de ma race du *Tawantinsuyo RUNA* [personne] »<sup>347</sup>. À l'instar de Julian, ma famille, mes ami·e·s ou connaissances originaires de Cusco tendent aussi à exalter leur fierté vis-à-vis des leurs « racines incaïques » (cf. aussi chap. 1.1.1). D'autres personnes vont jusqu'à revendiquer une identité (néo-)incaïque dans le discours et l'habillement, comme je l'ai constaté à quelques occasions dans l'espace publique cusquénien ; certains affirmant « être un Inca », comme Urielcha, qui tient non seulement ce type de discours mais s'habille quotidiennement comme (néo-)inca en se laissant photographier par les touristes devant la fameuse pierre aux douze angles (*pedra*

---

Pérez Galán (2003: 154) constate le développement des *Raymi* au Pérou dès les années 1990 suivant le modèle cusquénien.

<sup>344</sup> Pour en savoir plus sur les débats quant à l'origine de la pièce, cf. notamment Pacheco (2007: 352-55).

<sup>345</sup> Selon Leonardo, le recours à ces pièces est dû principalement aux coûts de production. Une seule pièce simulante au plus près l'habit incaïque du point de vue technique peut devenir prohibitive (Leonardo, 28.12.14).

<sup>346</sup> J'ai eu la chance de m'entretenir avec certains comédien·ne·s à différentes occasions, par l'intermédiaire de ma sœur, comédienne et metteur en scène.

<sup>347</sup> *Hoy día 24 de junio he observado la grandiosidad de nuestros mayores "LOS INCAS" un pasado legendario. Yo soy del Altiplano y me siento orgulloso de mi raza del tawantinsuyo RUNA.* Tiré du livre des commentaires du *Museo Inka*. À remarquer que le terme *Runa* en quechua évoque étymologiquement les êtres humains. Cependant, il est fréquemment utilisé pour signifier une identité autochtone, notamment par rapport à la population urbaine (*misti*), voire aux étrangers (*gringos*).

*de los doce ángulos*). Ce type de discours peut être considéré comme étant « fabriqué pour les touristes » (cf. Maccannell 1976, 1973), il n'en reflète pas moins un véritable sentiment, comme le montrent d'autres (néo-)Incas que j'ai rencontrés <sup>348</sup>.

\*

Les *Fiestas del Cusco* constituent ainsi un espace d'effervescence identitaire au sein duquel les textiles andins jouent, en divers lieux et situations, un rôle clé. Cette importance dénote, à mon avis, la valeur d'usage de ces textiles, ici dans un cadre festif, mais plus largement dans la vie quotidienne à Cusco, comme souligné au début de ce chapitre. Pour les Cusquénien-ne-sl, ces Fêtes sont en effet l'occasion de manifester une forte effervescence identitaire liée à leur héritage ou à leurs « racines » incaïques, effervescence qui se matérialise dans l'usage vestimentaire des textiles andins. Mais il s'agit aussi d'une dimension identitaire liée à l'attachement à la famille, à la « terre », à Cusco, à la région d'origine des parents ou des grands-parents, et plus largement aux Andes. Le port d'un poncho peut ainsi rappeler « sa terre natale », le lieu d'où l'on vient. La matérialité textile permet ce type de filiation inversée qui oscille entre un temps lointain mais toujours présent (cf. chap. 1.1.1) et un temps passé plus proche lié à la généalogie familiale. Entre ces deux temps se compose et se reconfigure l'identification régionale à cette terre des « ancêtres » lointains et plus proches. L'usage des textiles andins ont cette valeur identitaire. Ils sont « une marque d'identité collective » (Galinié et Molinié 2006 : 151).

Loin de se limiter aux Fêtes de Cusco, cette filiation inversée s'opère au quotidien, à l'occasion d'autres événements similaires à l'*Inti Raymi* qui ont désormais lieu chaque année (par ex. *Unu Urco*<sup>349</sup>, *Warachikuy*<sup>350</sup>) ou lors d'événements plus particuliers (par ex. semaine du tourisme<sup>351</sup>).

---

<sup>348</sup> À titre d'exemple, je cite mon expérience vis-à-vis d'un homme vêtu en (néo-)inca que j'ai rencontré sur l'*Avenida del Sol*. Je lui demande : « Y a-t-il un événement particulier ? ». Fâché, il me prend le bras fortement et, me regardant directement dans les yeux, répond : « Je suis un Inca ». Lors de l'exposition d'art numérique *La ciudad intervenida* (« La ville intervenue ») de l'artiste cusquénien Edwin Chávez Farfán (07.08.14), je retrouve également Urielcha. Bien qu'habillé ce soir-là en jeans, t-shirt et jaquette avec application textile de type *away*, son nom de famille (i.e. Incarocca) dénote une généalogie incaïque. Ce soir même, Juan entre vêtu en (néo-)inca sans que l'événement se prête *a priori* à ce type de représentation. Son habillement semble cohérent avec sa revendication : « Je suis Inca » (*soy Inca*) (Juan, 07.08.14). Ces trois Cusquénien-ne-s que j'ai montrés dans le premier chapitre. Cette filiation, qui peut parfois s'adresser aux touristes à des fins commerciales (comme dans le cas d'Urielcha), est plus largement déployée dans l'espace public cusquénien, notamment dans le milieu politique (cf. aussi chap. 3.3). Ces dynamiques identitaires sont à mettre en lien avec des processus historiques et politiques qui ont érigé le référentiel incaïque comme partie intégrante de l'identité régionale cusquénienne, dynamiques auxquelles le tourisme participe également (Molinié 2013; Pacheco 2007; Mendoza 2006; cf. aussi chap. 1).

<sup>349</sup> J'ai assisté au XXXII Festival du Mythe de l'Eau *Unu Urco* (04.10.15) près du village de Calca. La représentation théâtrale du mythe fait référence directe aux Incas. L'affiche publicitaire de l'événement souligne déjà cette filiation inversée vis-à-vis des Incas : « Prenons soin de l'eau comme le faisaient nos ancêtres [les Incas] » (*Cuidemos el agua como lo hicieron nuestros antepasados*).

<sup>350</sup> J'ai pu observer le *Warachikuy* (20.09.15) sur l'esplanade du site archéologique *Saqsaywaman*. L'événement est présenté comme « Rite d'habileté, courage et risque » (*Rito de destreza, corage y riesgo*) d'origine incaïque. Devenu une coutume de l'école *Ciencias* de la ville de Cusco, les élèves y participent chaque année.

<sup>351</sup> Par exemple, l'Association des Agences de Tourisme Cusco (AATC) a invité pour la clôture de la semaine du tourisme le couple (néo-)inca qui avait participé à l'*Inti Raymi* (27.09.15).

Puisqu'il s'agit d'espaces très fréquentés par les Cusquénien·ne·s, mais aussi de plus en plus par les touristes, cette filiation inversée s'opère dans un quotidien local-touristique (cf. Filage) où les textiles andins sont mis en valeur pour un public qui les apprécie pour ses connotations identitaires et ses aspects culturels (de « soi » du point de vu des Cusquénien·ne·s, de l' « Autre » du point de vue des touristes). Parfois cette filiation identitaire se mêle à des aspects commerciaux comme dans le cas cité de la bière *Cusqueña*. L'exemple suivant des Q'eros illustre aussi ce type d'imbrication.

### **3.2 *Un día de Q'eros* : à la rencontre des dernier·e·s Incas<sup>352</sup>**

Une rencontre plutôt fortuite avec les Q'eros en ville – que j'ai d'ailleurs décrite tout au début de ce travail – m'a permis de mieux comprendre la multiplicité des valeurs d'usage des textiles andins (surtout ceux de type *away*) dans l'espace cusquénien urbain : de type cérémoniel, utilitaire, décoratif, de protection, etc. Comme nous le verrons, cette valeur d'usage multiple n'exclut pas leur valeur marchande.

Si Q'ero est éloigné de la ville de Cusco (en termes géographiques et d'accès aux moyens de transport, par rapport à d'autres communautés), les populations q'ero viennent de plus en plus pour y résider, surtout dans la périphérie<sup>353</sup>. Malgré leur relative isolement, ces *comuneros* sont bien présent·e·s dans l'imaginaire des Cusquénien·ne·s en tant que « derniers Incas ». C'est une étiquette qui remonte à l'expédition scientifique pluridisciplinaire de l'UNSAAC (Université de Cusco), menée en 1955 par l'anthropologue cusquénien Oscar Núñez del Prado (cf. récit « Une précieuse rencontre »). L'anthropologie locale de tendance indigéniste (cf. Pacheco 2007: 133-138) a ainsi contribué à forger cette association, revendiquée par une grande partie de la population cusquénienne et le secteur touristique (cf. Salas 2012). Bien que ceux avec qui je me suis entretenu·e·s ont revendiqué fortement leurs racines incaïques, selon Cometti (2015), les Q'eros ne partagent pas tous cet étiquetage, en tout cas pas exclusivement incaïque, puisque certain·e·s revendiquent aussi des origines amazoniennes<sup>354</sup>.

Toujours est-il que cette image leur colle à la peau car elle est fortement médiatisée. On le constate dans la littérature ésotérique ou mystique commercialisée dans certaines librairies de Cusco, dont les

---

<sup>352</sup> Je fais référence ici spécifiquement à l'événement qui a eu lieu sur plusieurs jours (10-13.09.14) au théâtre municipal de la ville de Cusco. À cette occasion, j'ai pu observer et interagir avec les Q'eros et le public. Le même événement sera organisé en décembre 2014 au *Museo Regional* (un seul jour auquel j'ai assisté).

<sup>353</sup> Dans son livre, Cometti (2015) parle des migrant·e·s q'ero dans la ville de Cusco. J'ai fait la connaissance de certain·e·s d'entre eux au district de San Sebastian et dans le quartier de Tica-Tica.

<sup>354</sup> Cet anthropologue propose cette thèse en s'appuyant sur divers auteur·e·s (Renard-Casevitz et al. 1986; Cohen 2005; Silverman 2005) et sur ses interlocutrices·eurs. Cometti (2015: 32-35) observe ainsi non seulement une filiation incaïque des Q'eros, qui est parfois inscrite dans un discours proche du « romantisme incaïque », émis notamment envers les touristes. Pour lui, cette hypothèse n'exclut pas les influences possibles des Q'eros de la part de sociétés préhispaniques, notamment les Tiawanaku ou les Incas. Si j'évoque plus bas le motif *chuncho* qui renvoie à ces origines amazoniennes (cf. chap. 3.2.2), l'accent est mis sur les racines incaïques. Pour une critique de cette filiation incaïque des Q'eros, voir également Galinier et Molinié (2006: 147-8). Ces auteur·e·s soulignent toutefois la forte auto-identification incaïque des *comuneros* de Hatun Q'ero en particulier par l'influence du tourisme mystique, des anthropologues qui y font leurs recherches, et surtout « l'influence de la société cuzquénienne » comme étant « la plus significative » (*ibidem*: 152, 157).

titres révèlent déjà de ce type d'amalgame (par ex. Jenkins 2009a, 2009b). Ou encore dans les documentaires comme celui de José Huamán Turpo (2013) intitulé *Inkarri 500 años de resistencia del Espíritu Inca en el Perú*. Ce titre rappelle d'ailleurs le travail de l'anthropologue Gail Silverman (1994) qui parle de ce mythe dans son analyse des motifs q'eros, tout en qualifiant ces *comuneros* des descendant·e·s les plus directs des Incas. Le récit qui suit raconte ma rencontre en ville avec ces dernièr·e·s Incas, nom que de nombreuses·eux Q'eros emploient désormais notamment dans les réseaux sociaux ou la publicité touristique :

**U**ne affiche collée sur un poteau électrique attire mon attention : « Un día de Q'eros [« Un jour chez les Q'eros »]. Les Q'eros (les derniers descendants des Incas qui maintiennent leurs coutumes et traditions) se présenteront pour la première fois avec leur musique sacrée et authentique au théâtre municipal [Daniel Estrada Pérez] pour partager leurs expériences de vie ancestrale avec leurs *Pinkullos* [flûte] et leurs chants »<sup>355</sup>. L'affiche cite aussi « la vente d'artisanat q'ero avec son interprétation « comme écriture inca » ». J'ai hâte de les rencontrer, sachant que leur production textile se distingue par rapport à celles d'autres communautés tisserandes, notamment de par leur iconographie et leur style, comme je l'ai appris notamment en lisant *El tejido andino : un libro de sabiduría* de Silverman sur les textiles de ces *comuneros*.

Le matin, tôt sur place, je retrouve quatre hommes et trois femmes q'ero. Il s'avère que tous sont de la communauté de Marcachea, de la même famille (parents, enfants et oncles). Tou·te·s portent des *trajes típicos*, avec les couleurs rouge, rose, blanc et noir (parfois un peu de vert) qui les caractérisent ainsi que des motifs qui permettent de les identifier par rapport à d'autres communautés. Il n'y a pas beaucoup de visites, hormis quelques Cusquénien·ne·s.

Je m'approche des Q'eros pour observer de plus près les objets textiles que ces *comuneros* commercialisent sur le sol du hall du théâtre. Je vois des textiles que l'on retrouve difficilement à Cusco. Je perçois quelques nouveaux objets tel qu'une pochette pour téléphone portable ayant l'*inti*, un des motifs caractéristiques de Q'eros. Il y a même des ponchos et *lliclla* que ces *comuneros* ont l'habitude de porter mais, pour l'occasion, ils sont devenus marchandise, au même titre que la pochette pour téléphone portable ou les bracelets qu'elles (surtout des femmes<sup>356</sup>) vendent.

\*

J'interprète cela comme un transfert de la valeur des textiles, d'un objet vestimentaire de valeur d'usage local, à un objet commercial de valeur d'échange, pour en tirer de l'argent (cf. Marx 1993 : 118-28). Certes, leur aspect esthétique peut motiver l'achat (cf. « Une précieuse rencontre »). Mais il faut considérer leur valeur marchande, qui varie selon le jugement que porte le public sur ces populations, et selon l'imaginaire qu'elles charrient. Cela donne une valeur particulière à ces objets,

---

<sup>355</sup> *Los Q'eros (los últimos descendientes de los inkas que aún mantienen sus costumbres y tradiciones), se presentaran por la primera vez con sus músicas sagradas y auténticas en el teatro municipal para compartir sus experiencias de vida ancestral mediante sus Pinkuyillos y Cantos.*

<sup>356</sup> D'après mes observations, ce sont plutôt les femmes qui s'installent par terre pour vendre la marchandise, alors que les hommes n'y collaborent que ponctuellement.

qui matérialisent ce type de représentations autour des Q'eros. Galinier et Molinié (2006: 268-9) évoquent par exemple la « valeur surnaturelle » qu'a, pour les touristes, une *lliclla* acquise auprès des chamanes. En outre, aux yeux de ces *comuneros*, les « services » que les textiles andins permettent de faire, comme celui que je présenterai dans la section suivante, leur confèrent une valeur monétaire.

### 3.2.1 La lectura de hojas de coca et l'usage cérémonial

Je suis venu à l'événement poussé par ma curiosité personnelle et scientifique. Comme l'annonçait l'affiche, il y aura la *lectura de hojas de coca*, c'est-à-dire, des lectures médiumniques à l'aide de la feuille de coca par des *paqo*, que l'on traduit parfois comme prêtre andin (*sacerdote andino*) ou chamane<sup>357</sup>. N'y ayant jamais assisté, j'avais une vague idée de la réalisation de l'acte, imaginant juste que cela impliquait peut-être l'usage de textiles.

Je demande à l'un des *comuneros* de me « lire les feuilles ». Il me dit d'attendre que la salle se libère. Après quelques minutes, Lorenzo, le *paqo*, m'invite alors à entrer dans une petite salle, puis à m'asseoir sur une chaise. Il sort une *unkhuña*<sup>358</sup> pliée en quatre parties, enveloppant quelque chose. Il pose celle-ci sur ma tête, me demande mon nom et mes origines et entame une sorte de « prière » en quechua qui concerne ma personne en invoquant la vierge et les *Apu*. Ensuite, le *paqo* s'assied et déplie la pièce contenant des feuilles de coca. Il la replie à nouveau environ un tiers à l'intérieur de celle-ci. Lorenzo choisit quelques feuilles de coca et me demande ce que je voudrais savoir. Je pose des questions sur l'amour, les études, les voyages. Pour y répondre, le *paqo* parle avec les *Apus* et la Vierge et jette vers l'*unkhuña* les feuilles choisies en regardant la position de celles-ci. Les feuilles en recto donnent une réponse positive et inversement pour celles en verso. L'évaluation est globale pour donner un verdict final. L'*unkhuña*, quant à elle, joue aussi un rôle dans cette lecture : les feuilles qui tombent sur la partie pliée ou sortent de l'espace textile déterminent « voyage » selon Lorenzo.

Le *paqo* a donc besoin de tous ces éléments (y compris de l'*unkhuña*) pour effectuer la *lectura de hojas de coca*. D'après Lorenzo, il ne s'agit pas de n'importe quelle pièce textile : il faut que l'objet ait été élaboré manuellement (*away*). Ce qui veut dire par exemple qu'une imitation industrielle ne pourrait pas agir dans l'acte divinatoire. Il est vrai que j'assisterai par la suite à d'autres *lecturas de hoja de coca* et à d'autres cérémonies comme le *pago a la tierra* ou *pago a la Pachamama*<sup>359</sup> (appelé aussi *despacho*) où sont utilisées des pièces *away*. Toutefois, à Hatun Q'ero, Santos, un autre *paqo*,

---

<sup>357</sup> L'affiche les présente en tant que *paqo* (en quechua) ou *sacerdotes andinos* (en espagnol). Les Q'eros utilisent également une terminologie hiérarchique (selon les pouvoirs et connaissances) entre *pampamisayoq* et *altomisayoq*. Pour en savoir plus sur cette distinction et la gradation du premier au dernier, cf. Cometti (2015: 64-67). De manière générale, ces *paqo* – ce terme englobe les deux termes ci-dessus – sont souvent assimilés aux chamanes (Salas 2012; George 2007). « Chamane » fait désormais partie du vocabulaire q'ero.

<sup>358</sup> Cette pièce textile rectangulaire peut être utilisée pour porter des éléments tels que des pommes de terres ou des feuilles de coca (Salas 2012: 222).

<sup>359</sup> Pour la définition du *pago a la pachamama*, voir la note 23 in Entrée en matière.

m'apprendra plus tard qu'à Cusco il peut réaliser ces actes en utilisant un textile d'imitation industriel (parfois faute de mieux), bien que les Q'eros aient plutôt coutume d'utiliser des textiles *away*<sup>360</sup>.

Après avoir payé 20 PEN (presque 7 USD) pour la *lectura de coca*, je retourne dans le hall où certaines personnes regardent et achètent des articles textiles. Je quitte le lieu pour y retourner plus tard, afin d'assister à la présentation des contes et des musiques q'ero, annoncés dans le programme.

### **3.2.2 Ouvrir ses oreilles d'Incas et ses portefeuilles**

**L**e soir, la présentatrice s'entretient sur la scène du théâtre avec Rolando, un jeune q'ero qui est *paqo* et guide. Il voyage dans le monde entier pour parler de la cosmovision andine, au même titre que Nicolas, son frère aîné (cf. le récit « Une précieuse rencontre »). Ce dernier nous avait servi de guide lors d'un voyage avec mes huit ami·e·s européens. La présentatrice introduit les Q'eros auprès du public, majoritairement cusquénien :

« Nous avons ici les gènes, le sang des Incas [...] [grâce à eux] notre culture ne reste pas dans l'oubli, pour continuer avec le legs inca ». Elle poursuit en s'adressant à chacun·e du public : « On te demande d'ouvrir tes oreilles d'Incas »<sup>361</sup>. Puis, Rolando – qui revendique cette filiation incaïque – commence à nous parler. Sur la scène du théâtre, les Q'eros portent leurs *trajes típicos* : ponchos, *lliqlla* et écharpes (cf. aussi photo A.31 dans les annexes). D'après Rolando, ces pièces sont de caractère « sacré » (*son sagrados*) et ne peuvent généralement pas être exhibées, sauf lors d'occasions spéciales comme les fêtes villageoises ou des cérémonies. À tel point qu'il dit avec précision « tu ne peux pas être plus loin que 20 mètres »<sup>362</sup>, en sous-entendant du lieu de la cérémonie. Il s'agit notamment de poncho et *lliqlla* avec couleurs à dominante noire, rouge/rose et orange, chargés de grands motifs (couleurs et motifs variables selon la pièce). Rolando ajoute en outre qu'il existe d'autres pièces « duales » qui peuvent être utilisées tous les jours (*diario*) et dans ses situations plus sacrées. Il est particulièrement question du poncho sans motifs (seulement quelques lignes près des extrémités, *lista*), comme celui que j'avais acheté à Pocho. Pourtant, ses propos m'interrogent puisqu'une femme m'avait proposé un poncho qui, selon la description de Rolando, aurait été sacré, pour 1'000 PEN (333.30 USD). Ce montant est considérable (d'autres coûtent environ la moitié sur le marché), bien que la complexité du travail méritait peut-être un tel prix<sup>363</sup> ; sans mentionner que ces Q'eros utilisent leurs habits sacrés durant les ventes.

---

<sup>360</sup> Galinier et Molinié (2006: 153-6) soulignent les différences entre les rituels en ville et chez les Q'eros, à travers l'exemple de *pagos*. Les auteur·e·s en montrent les variations et transformations.

<sup>361</sup> *Aquí tenemos los genes, la sangre de los incas [...] Haciendo que nuestra cultura no quede en el olvido, continuando el legado de los Incas [...] te pedimos abrir tus oídos de Inca.*

<sup>362</sup> *No puedes alejarte más de 20 metros.*

<sup>363</sup> Il s'agit de ponchos remplis des *pallay* (motifs), ce qui accroît le travail de la tisserande. J'ai perçu d'autres pièces de style Chumbivilcas produites par la prison de *Qenqoro* (cf. chap. 2.3.1) dont le prix s'élevait à PEN 1'200. Au contraire, d'autres ponchos (avec moins de motifs), vendus au magasin du commerce équitable de l'association *Inkakunaq Ruwaynin*, coûtaient environ 500 à 600 PEN (160 à 200 USD).

Je suis peut-être en face de ce que Rolando affirme à propos des Q'eros : « Certains transgressent déjà [...] pour attirer l'attention »<sup>364</sup>. Acte transgressif ou non, je finirai par acheter deux jours plus tard une *lliqlla*. Moins transgressif peut-être<sup>365</sup>, à la fin de la présentation j'acquière une écharpe marron et une petite pochette pour téléphone portable grise (type *away*), non seulement comme objets ethnographiques mais aussi comme prétexte pour induire un discours de leur part vis-à-vis ces objets. Face au refus d'achat d'une pochette pour téléphone portable de la part d'un Cusquénien, Guillermo – qui m'avait d'ailleurs vendu une pièce similaire – ne s'inquiète guère. « [C'est] mieux ainsi. C'est du travail [tisser] et on ne gagne pas autant »<sup>366</sup> me confie-t-il. Il m'explique que cet objet coûte 30 PEN (10 USD) auprès des touristes au lieu de 15 PEN (5 USD) auprès des Cusquénien·ne·s ; prix auquel je l'avais acheté. Guillermo souligne que les étranger·e·s apprécient, voire connaissent mieux, leur travail textile et qu'ils achètent sans problème. Il ajoute en outre : « Ce n'est pas un fruit. Avec l'artisanat [textile] on ne perd pas [d'argent]. Si tu n'achètes pas, cela reste là »<sup>367</sup>.

\*

Parler d'ouvrir ses oreilles d'Inca, d'une part, et d'ouvrir ses portefeuilles, d'autre part, nous renvoie à la double dimension identitaire et commerciale qui ressort du récit et qui entremêle valeur d'usage local et valeur d'échange au sein du marché. À travers le discours de la présentatrice, ce récit souligne la filiation incaïque que j'ai déjà évoquée par exemple lors des *Fiestas del Cusco* et incarnées par des Cusquénien·ne·s tels que Urielcha. Cela ne concerne pas uniquement le discours de cette femme qui renvoie cette identité incaïque au public mais les propos des Q'eros tels que les frères Rolando et Nicolas qui, à travers Facebook par exemple, revendiquent l'étiquette des derniers Incas, à l'instar du discours de certain·e·s anthropologues de Cusco à leur égard.

La conversation avec Rolando, le lendemain, sur les *trajes típicos* et d'autres textiles q'ero, est éclairante. En parlant d'iconographie, celui-ci affirme qu'il existe divers *ch'uncho pally*. Sur son gilet – qu'il qualifie d'« *unku*<sup>368</sup> moderne » –, il soutient que le motif *ch'uncho* renvoie ici à l'époque pré-incaïque des Chachapollas habitant dans la forêt. Au contraire, sur une *lliqlla* que j'ai achetée ce jour-là, Rolando m'informe que le *ch'uncho* dont il est question raconte la conquête des Incas de cette société. Ces récits sont à mettre en lien, d'une part avec l'interprétation rapportée par Silverman (1994) sur les textiles q'ero comme forme d'écriture contenant des histoires, par exemple la conquête espagnole et le mythe du retour d'*Inkarri*<sup>369</sup>. D'autre part, ils confirmeraient ce que Cometti (2015) soutient sur une possible filiation des Q'eros à leurs origines amazoniennes pré-incaïques.

---

<sup>364</sup> *Pero ya algunos están transgrediendo [...] lo hacen para llamar la atención.*

<sup>365</sup> Mon intention n'est pas de juger ou de prendre position sur cette interprétation tirée de Rolando. Je reprends uniquement ses propos dans la construction de mon récit et l'enchaînement des éléments.

<sup>366</sup> *Mejor así [que no compre]. Es trabajo [tejer] y no se gana tanto.*

<sup>367</sup> *No es fruta. Con la artesanía [textil] no se pierde [dinero]. Si no compras allí está.*

<sup>368</sup> Pièce masculine de couleur noire, rectangulaire et sans manches, tissée en *lloqepaña* (cf. plus haut) et utilisée parfois par-dessous le poncho.

<sup>369</sup> Il s'agit d'un mythe à caractère fortement messianique (Gow 1974: 62) auquel fait référence, entre autres, Silverman (1994) dans son analyse sur une forme de *ch'uncho pally*. Pour en savoir davantage, cf. notamment la thèse de Cometti (2014: 30-35) qui cite une série d'auteur·e·s parlant du mythe dans ses différentes versions.

Revenons à la transgression dont parle Rolando. Celle-ci met en évidence l'enjeu que représente la commercialisation des textiles andins (par ex. celles des *trajes típicos* ou des pochette pour téléphone portable) en tant que source de revenu, autrement dit le passage d'une valeur d'usage à une valeur d'échange (Ariel de Vidas 1996: 79; Contreras 1983; Marx 1993). C'est ce que j'ai laissé entrevoir à propos de la transaction du poncho que j'ai utilisé lors des *Fiestas del Cusco*, poncho que j'avais acheté à un Q'ero qui avait besoin d'argent. Hecton, que j'introduirai plus loin, et avec qui j'ai entretenu un certain contact, parfois à distance (via Messenger ou WhatsApp), a essayé parfois de vendre quelques pièces. Outre ces exemples, j'ai constaté tant d'autres situations où les Q'eros cherchent à vendre leurs textiles pour en tirer profit.

Ce glissement vers une valeur marchande des textiles andins est donc non négligeable et ne se limite pas à une stratégie de marketing comme je l'ai exposé avec les cas de *Cusqueña*, *Inka Kola* ou *Scoatiabank* (cf. section 3.1.3). Cette valeur est ici manifeste par la commercialisation même des textiles, en l'occurrence de type *away* ou tricot (les Q'eros vendent aussi des *chullo*), comme la *lliclla* ou l'écharpe que j'ai achetées.

Mais il n'est pas seulement question de la vente des marchandises textiles. Il est aussi question des services, comme le montrent les cérémonies de *lectura de hojas de coca*, qui sont payantes. Les textiles andins, même de type industriel (si l'on suit Santos), participent aujourd'hui au processus de marchandisation qui sont à l'œuvre auprès des *comuneros* comme les Q'eros. Cette mise en valeur commerciale de biens et de services n'est pas quelque chose de nouveau, puisque les Cusquéniens sollicitaient déjà les prestations des *paqo*<sup>370</sup>, prestations élargies aujourd'hui au tourisme mystique (*turismo místico*) (cf. Galinier et Molinié 2006; Molinié 2012). Les Q'eros (uniquement les hommes, d'après mes observations) sont d'autant plus demandés qu'ils ont la réputation d'être les derniers Incas et de fameux chamanes. Au sein des réseaux touristiques principalement, les Q'eros profitent pour écouler leur production textile (y compris ceux d'autres *comuneros*, i.e. revente). C'est pour cette raison que Guillermo n'avait guère d'inquiétude en ce qui concerne la vente textile. Ce phénomène n'est peut-être que « la pointe de l'iceberg », leurs prestations cérémonielles étant aujourd'hui sollicitées à l'étranger<sup>371</sup> notamment pour les rituels de *pago a la Pachamama*. La donne semble avoir changé par rapport à ce qui est abondamment décrit dans la littérature anthropologique dans un cadre local où la valeur d'usage de ces pratiques vise à la reproduction sociale des communautés andines (cf. le début de ce chapitre).

---

<sup>370</sup> Comme le rapporte Salas (2012: 104), les *paqo* sont devenus fameux après les années 1980 non seulement auprès des touristes en quête de « spiritualité andine » (*Andean spirituality*) mais aussi auprès de la « classe moyenne cusquénienne ». La demande urbaine cusquénienne de leurs prestations (de caractère rituel et thérapeutique) est déjà attestée par Tomoeda (1992) en montrant l'existence des « guérisseurs » (*curanderos*) en milieu urbain et rural.

<sup>371</sup> Salas (2012) parle des voyages en Europe et aux Etats-Unis des *paqo* q'ero. Les conversations avec Geremia Cometti qui a fait son terrain chez les Q'eros, ainsi que la publicité touristique, soulignent aussi cette demande externe aux Q'eros, notamment dans un cadre mystique ou ésotérique. Suivre sur Facebook des Q'eros comme Rolando ou son frère Nicolas rend compte de cette demande.

Mon travail auprès de Q'eros en ville met en évidence l'importance commerciale des textiles andins, leur valeur d'échange, c'est-à-dire en tant marchandises ou éléments clés des prestations cérémonielles. Si mon travail ne montre pas les possibles conséquences de favoriser ce type de valeur au détriment de la valeur d'usage, l'étude récente de Cometti (2015) montre que selon l'interprétation locale la disparition des rituels pour établir les liens avec les *Apu* et la *Pachamama* est à l'origine du changement climatique chez les Q'eros. La migration de ces *comuneros* pour des intérêts économiques, par exemple lié au tourisme mystique, en est la cause. Sans être le centre de son argument, les travaux de Cometti, comme les miens (Terry 2017, 2016, 2011, 2009), insistent sur la recherche d'alternatives économiques pour se procurer du capital monétaire. Si cette tendance persiste (ce qui me semble être le cas) il faudra voir les contradictions qu'elle pourrait engendrer à l'avenir sur la base des travaux de Cometti (2015).

### **3.2.3 Usages utilitaire et décoratif**

Revenons aux pochettes pour téléphone portable afin d'explorer d'autres formes d'usage des textiles andins. En tant que création récente<sup>372</sup>, ceux-ci ont été conçus comme marchandises, ce qui dénote la valeur commerciale que je viens d'exposer. Selon Lorenzo, ces pièces ont été initialement conçues pour les touristes, mais certains Q'eros les utilisent en tant que petites *ch'uspa* pour porter leurs feuilles de coca. Guillermo réfute une telle information en disant que cela est purement touristique. Toutefois, j'ai vu un matin un Q'eros l'utiliser comme porte-monnaie. Quoiqu'il en soit, cette utilisation variable démontre, si l'on suit Rabardel (1995), ce qu'il appelle « les processus d'instrumentalisation » dans lesquels les êtres humains peuvent concevoir un usage d'un objet autre que celui prévu lors de sa conception<sup>373</sup>. C'est ce sur quoi insiste également Vinck (2009: 63-4) en citant l'exemple du crayon qui est mobilisé de différentes manières sans nécessairement accomplir l'action pour laquelle il a été conçu *a priori*. Cela montre comment « [l]e statut de l'objet change constamment dans le cours de l'action » (Vinck 2009: 64).

La pochette pour téléphone portable/porte-monnaie/*chuspa* met ainsi en évidence les aspects souples, variables et situationnels de l'usage des objets lorsqu'ils sont placés dans des situations précises. Cet exemple me servira de prétexte pour entamer une réflexion plus spécifiquement sur l'usage utilitaire des textiles. Lorenzo évoque à ce propos le cas de *l'unkhuña*, grâce à laquelle il réalise son acte divinatoire de *lectura de hojas de coca*. D'après lui, les Q'eros peuvent aussi l'utiliser pour porter notamment de la nourriture lors du travail agricole (*friande*) ou comme pièce vestimentaire féminine. En parlant des touristes, il ajoute une quatrième possibilité en tant que décoration domestique, notamment pour la table.

---

<sup>372</sup> Mes interlocuteurs q'ero s'accordent pour affirmer qu'il s'agit d'un nouvel objet. Guillermo me raconte que celui-ci a commencé à être fabriqué dans le cadre d'un projet du ministère de la Culture, exécuté depuis Cusco.

<sup>373</sup> L'auteur parle des « genèses instrumentales [qui] résultent d'un double processus d'instrumentalisation et d'instrumentation » (Rabardel 1995: 5). Dans ce cas précis, il est question du premier processus. À ce propos, il cite l'exemple de la masse pour la clé anglaise utilisée pour enfoncer des clous (Rabardel 1995: 114).

La *lliqlla* q'ero que j'ai achetée lors de l'événement *Un día de Q'eros* est un exemple de cet usage multiple (cf. récit « Une précieuse rencontre »). D'abord achetée en tant qu'objet ethnographique de terrain, je l'ai souvent utilisée comme décoration sur la couverture de mon lit à Cusco ou encore sur une table dans mon appartement à Lausanne. Son esthétique (combinaisons de couleurs et motifs) a d'ailleurs influé sur ma décision d'achat. La beauté que je lui accorde fait d'elle jusqu'à présent une pièce que je peux facilement utiliser comme décoration, au même titre que la *lliqlla* que j'ai achetée en 2009 à Chawaytire, à la fin de ma recherche de mémoire. Elle a décoré jusqu'en septembre 2017 le mur de mon bureau à l'Université de Lausanne, puis le bureau sur lequel j'ai écrit une partie de cette thèse. Mes *lliqlla* de Q'ero et de Chawaytire comportent pour moi une valeur esthétique qui les rend uniques, couplée à la valeur d'attachement que j'ai développée envers elles, notamment parce qu'elles me rappellent une partie de ma vie, mes recherches, les personnes que j'ai connu, ma ville et la région de Cusco, etc. (cf. à propos de la valeur des souvenirs, chap. 7.3).

L'usage décoratif des objets qui plaisent esthétiquement n'est pas qu'une affaire personnelle. Les textiles *comuneros* comme ceux-là, ou d'autres d'imitation industriels, sont en effet disposés comme décoration par la population urbaine, qu'elle soit cusquéenne, péruvienne ou étrangère. Certaines familles de Cusco les utilisent par exemple comme décoration domestique. Cette utilisation est également manifeste dans divers établissements commerciaux : hôtels, cafés et restaurants. Il est en effet commun d'orner les tables de « nappes » dans les restaurants (cf. photo A.39 dans les annexes), que la clientèle soit touristique ou locale (phénomène observé dans des restaurants plus modestes dans les périphérie de Cusco ou dans des villages, mais aussi dans d'autres plus coûteux où se rendent les Cusquéen·ne·s riches)<sup>374</sup>. J'ai observé cela par exemple dans les chambres de l'hôtel *La Casa del Fray Bartolomé* (de l'ONG CBC), où les textiles étaient disposés sur le lit (comme je l'ai fait moi-même tant de fois) ou encadrés sur le mur. D'autres, comme à l'hôtel boutique *Casa San Blas*, décorent leur établissement avec des petits *telar de cintura* qui pendent les murs. Les textiles andins peuvent ainsi être utilisés comme décoration avant même de devenir une pièce finie. Il s'agit d'une nouvelle modalité de production *away* (petit ou grand *telar de cintura*) destinée notamment à la décoration domestique, et commercialisée dans des endroits tels que Chinchero ou des magasins comme le CTTC et *Inkakunaq ruwaynin*.

Sous ces différentes formes et dans ces différents lieux, les textiles andins semblent ainsi signifier la « localité » (cusquéenne, péruvienne, voire andine) de l'espace qu'ils décorent, au même titre par exemple que la publicité de *Cusqueña* (cf. section 3.1.3). À ce propos, le patron d'un restaurant local affirme : « C'est une tradition de Cusco, celle d'utiliser ces couleurs » en se référant aux nappes rouges d'imitation industriels sur les tables. « Tu ne vas pas laisser du vide pour les touristes », ajoute-

---

<sup>374</sup> Durant mes voyages au Pérou, j'ai constaté ce type d'usage dans les restaurants ou les chambres d'hôtel. J'ai pu constater aussi cette pratique en Bolivie et au Chili, et même à Miami dans un restaurant péruvien.

t-il<sup>375</sup>. Quant à un client liméen qui y mangeait ce jour-là, il me confie que s'il n'aime pas forcément ces pièces textiles, elles lui évoquent le Pérou. Lorsque je vois ces pièces, en tant que Cusquénien, celles-ci me font penser souvent à Cusco ou, plus largement, comme le liméen, au Pérou.

### 3.2.4 Lloqepaña : entre esthétique et protection

**D**urant les jours qui suivent, je m'entretiens encore davantage avec les Q'eros pour mieux saisir leur discours vis-à-vis de leurs textiles. Après avoir parlé de l'iconographie q'ero (cf. plus haut 3.2.2) Rolando se réfère à une écharpe brune en *lloqepaña* que j'ai achetée aux Q'eros. *Lloqepaña* est une technique complexe introduisant et alternant sur une surface textile des fils tordus à gauche et à droite. À cet égard, Rolando me donne également une explication sur la pureté des couleurs obscures comme celles de mon écharpe : « Cette couleur représente le pleur de nos ancêtres [les incas] »<sup>376</sup>. Pour lui, c'est une manière de « leur rendre hommage » (*homenajearlos*). Toujours à propos de mon écharpe, je demande à Rolando et à d'autres Q'eros également : « Pourquoi y a-t-il du *lloqepaña* ? ». Au premier abord, ils mentionnent des raisons plutôt esthétiques et pratiques, qui permettent d'éviter que la pièce « ne se chiffonne » ou « ne se plie »<sup>377</sup>, ou encore des questions de perméabilité (pour que l'eau ne traverse facilement)<sup>378</sup>. Toutefois, en insistant pour obtenir une autre raison possible, Rolando affirme que les gens portent des pièces en *lloqepaña*, par exemple dans leurs « *ch'uspa* afin que l'esprit ne s'approche pas [de la personne] »<sup>379</sup>. Guillermo me dit également qu'il met souvent des bracelets contenant cette technique pour « se protéger des esprits » (*protegerse de los espíritus*). D'après Rolando, *lloqepaña* crée une sorte d'équilibre – *yanantin*<sup>380</sup> – entre dualité et

---

<sup>375</sup> *Es una tradición del Cusco esos colores [rojos] [...] no vamos a poner vacío para los turistas*. Conversation avec le patron d'un restaurant de clientèle locale mais, d'après ses propos, concerné aussi par les touristes (19.08.14).

<sup>376</sup> *Este color representa el llanto de nuestros antepasados [los incas]*(Rolando, 11.09.14).

<sup>377</sup> Propos vis-à-vis de l'écharpe que j'ai achetée : *Lloqe es para que no se arruge, ves [...] Por eso lo hacemos en nuestros tejidos* (Rolando, 11.09.14). Cela est corroboré par Lorenzo (10.09.14) : *Para que no se doble así no más*, en comparant une pièce textile qui comportait du *lloqe* avec une autre, à savoir une pochette pour téléphone portable qui n'avait pas été réalisée à l'aide de cette technique et qui tendait à se plier facilement. À Chawaytire, des *comuneros* comme Alfredo expriment les mêmes raisons de type esthétique-pratique.

<sup>378</sup> *Hace que el agua resbale* (Rolando, 11.09.14).

<sup>379</sup> *Para que el espíritu no se venga [sobre uno] no más* (Rolando, 11.09.14).

<sup>380</sup> D'après Llamazares (2006: 256-257), étymologiquement, *yana* signifie noir ou obscure, *yanan* ce qui est « blanc pur » et *-ntin* correspond à un « suffixe associatif » (*sufijo vinculante*) qui exprime l'idée de deux amants ensemble, comme l'évoque Lira (1982). Pour l'auteure, cela traduit poétiquement la notion de dualité dans la cosmovision andine. Selon Cometti (2014: 264), « [...] le concept de *yanantin* renvoie à un dualisme typique des communautés andines : homme/femme, jour/nuit, les *Apu* et leur *ñusta*, etc. ». À ce propos, Alipio (26.09.15) m'informe sur la relation féminin (*lloqe-Pachamama*) et masculin (*pana-Apu*). D'après Rolando, *yanantin* détermine un point de rencontre, un stade d'équilibre entre dualités blanc/noir ou gauche/droite puisqu'il fait allusion directe au *lloqepaña*. Le concept de *yanantin* est accompagné parfois par celui de *Masintin*, comme j'ai pu l'entendre de certains interlocutrices-eurs q'ero (référence aux époux et épouse). Pour d'autres exemples ou informations sur ce concept, se référer à Salas (2012: 324), Llamazares (2006) ou Platt (1986) qui a traité plus profondément la question, ou encore à Paucar Calcina (2015), *paqo qero*. Soulignons que des auteur-e-s tels que Molinié (2013: 360) demeurent critiques à l'égard de ce concept dans leur inscription dans un discours « new age néo-incaïque ».

complémentarité, esprit et corps ou immatériel et matériel, d'une part, et entre les trois mondes *ukhu pacha*, *kay pacha* et *hanaq pacha*<sup>381</sup>, de l'autre.

Cette explication ou interprétation ressemble d'ailleurs à un discours récurrent sur la cosmovision andine que l'on retrouve dans la publicité touristique ou chez certain·e·s guides, ou plus largement dans le discours des *new agers*<sup>382</sup>; discours d'ailleurs revendiqué ou « manipulé » par les Q'eros mêmes, parfois à des fins fortement commerciales (George 2007)<sup>383</sup>. Remis en questions par certains auteur·e·s, je me demande dans quelle mesure j'ai aussi affaire à ce discours, en tant qu'acteur externe.

D'un autre côté, les propos d'Alipio – un autre Q'ero avec qui j'ai eu une relation encore plus proche lors de mon voyage à Q'ero en 2015 (nous sommes devenus *compadres*) – confirment ce type de discours, en dehors d'un rapport (potentiellement) commercial (Alipio, 26.09.15). Il m'informe que *lloqepaña* renvoie au *yanantin masintin* où *lloqe* représente la femme et *paña* l'homme<sup>384</sup>. Cela crée un équilibre où le féminin s'accompagne toujours du masculin (et vice-versa), non seulement dans les textiles, mais aussi dans d'autres domaines. À cet égard, Alipio affirme qu'un *Apu* masculin est toujours en compagnie d'un *Apu* féminin.

\*

Au-delà d'un questionnement sur la véracité de ce discours sur le *lloqepaña*, ce qui m'intéresse ici est que celui-ci montre l'importance attribuée à la matérialité textile (ici la technique) et qu'elle a un effet sur les « forces externes » (i.e. les esprits). Cet élément montre que l'utilisation des textiles andins n'a pas seulement un usage vestimentaire, utilitaire ou esthétique (ce dernier étant lui aussi attribué au *lloqepaña*). Ce « pouvoir des textiles » m'avait d'ailleurs été signalé lors de mon travail de terrain à Chawaytire. Mario, l'un de mes interlocutrices·eurs locaux de l'époque, affirmait à cet égard : « *lloqepaña*, ça te protège contre tout, *kuku*<sup>385</sup> [sorte d'esprit], sorcellerie ». « Même contre ta femme » ajoutait-t-il en rigolant. Alfredo, un autre tisserand de la zone, avait également souligné la capacité du textile de « stimuler » (*da ánimos*) la personne qui le porte. D'où le fait que la possession d'une telle pièce, c'est « comme avoir de l'or ». Ce pouvoir est d'ailleurs documenté par d'autres travaux<sup>386</sup>.

---

<sup>381</sup> Des auteur·e·s tels que Loaiza (1976) parlent du *Hanaq-Pacha* (le Monde d'en haut, celui des divinités, des esprits), le *Kay-Pacha* (ce Monde-ci, celui des êtres humains, animaux, plantes) et le *Ukhu-Pacha* (le Monde d'en bas, celui des germes des êtres humains, des animaux et des plantes). Néanmoins, d'autres auteur·e·s (Cometti 2015: 162-163; Müller et Müller 1984: 165-166; Condori et Gow 1982: 6-7) remettent en question l'existence de ces mondes affirmant plutôt que le *kaypacha* englobe tout le reste avec leurs entités.

<sup>382</sup> J'emploie ce terme, qui est difficile à traduire, en anglais. À ce propos, Salas (2012) parle de « New Age tourism » et Molinié (2013: 363) de « néo-incaïsme international du New Age globalisé », associé parfois au tourisme mystique. Pour en savoir davantage sur la question du *new age* à Cusco, voir notamment Hill (2005).

<sup>383</sup> George (2007) parle de manière critique d'une « manipulation » de cette identité associée aux Incas. D'après lui, les intérêts économiques poussent certain·e·s à se montrer comme des « pauvres » vis-à-vis des touristes.

<sup>384</sup> Les mêmes termes sont évoqués par Galinier et Molinié (2006: 217, 245, 250).

<sup>385</sup> Robin Azevedo (2008: 142) et Cometti (2014: 114) parlent en termes de *kukuchi* ou de « mauvais esprit ».

<sup>386</sup> D'un point de vue historique, Rowe (1946 cité dans Prochaska, 1990) cite l'usage du *lloqepaña* à l'époque incaïque. De son côté, Prochaska (1990) se réfère à son usage actuel à Taquile et Salas (2012) à Q'eros (cf. aussi Gilsbert et al (2003: 60) pour le cas bolivien). En effet, cette technique ne s'emploie pas seulement lors des rites

Parler du *lloqepaña* permet ainsi de souligner la valeur qu'ont les textiles andins pour ces *comuneros*. La référence à l'« or » en est significative de ce que peut valoir une pièce fabriquée selon cette technique, au-delà des appréciations esthétiques ou utilitaires à son sujet. Sa capacité à stimuler les personnes ou à les protéger des entités extérieures (mais aussi de la pluie, du fait de sa perméabilité) confère au *lloqepaña* une valeur particulière, si on la compare à d'autres pièces qui ne sont pas fabriquées selon cette technique. Cela fait écho aux processus de valuations et aux aspects comparatifs autour de la notion de « valeur », décrits dans l'introduction. L'engouement des *comuneros* pour le *lloqepaña* doit en outre se comprendre à l'aune de la valeur d'usage qu'ils attribuent aux textiles andins, valeur qui est inscrite dans leur conception du monde environnant, avec des esprits, ou *Apu* pour citer les entités évoquées.

Cette valeur d'usage local permet de voir que tout n'est pas fait pour le marché, et que la valeur des choses n'a pas qu'une composante monétaire. Cet exemple permet par conséquent d'insister sur l'idée principale à retenir ici, à savoir la multiplicité des valeurs possibles que peuvent endosser les textiles andins. Dans le même ordre d'idée, la section suivante élargit le spectre au domaine politique, au-delà de l'événement *Un día de Q'eros*, au cœur des campagnes électorales. Ce cas permettra de discuter la valeur d'usage chez les politicien·ne·s d'origine urbaine.

### 3.3 La campagne électorale de 2014

#### **3.3.1 L'usage politique des textiles : antécédents**

De manière générale, les textiles andins sont mobilisés par des politicien·ne·s à diverses échelles. Au niveau national, les Présidents de la République ont souvent l'habitude de porter des poncho et/ou *chullo*, lors de visites à Cusco (et dans d'autres régions andines) pour projeter une image locale d'eux-mêmes (cf. aussi Femenías 2005: 100)<sup>387</sup>. À ce sujet, voici une anecdote racontée par Augusto, journaliste péruvien :

Le président Fujimori s'apprêtait à entrer à cheval dans la région de Chumbivilcas. L'ayant vu avec un poncho d'ailleurs, des personnes lui ont donné un poncho de la zone avant qu'il fasse son entrée officielle. Apparemment, c'était la meilleure manière de se présenter aux locaux<sup>388</sup>

Au niveau régional, les gouvernements des districts ont aussi recours aux textiles. Par exemple, lors d'un *pago a la tierra* au district de San Sebastián, le maire Incarocca (nom de famille à Cusco) et d'autres fonctionnaires (hommes et femmes) portaient divers ponchos, majoritairement de type *away*. Si certain·e·s n'avaient pas forcément une idée claire de l'origine du poncho porté (loué pour

---

funéraires mais peut aussi être utilisée « tant pour faire de la sorcellerie que pour la neutraliser. Elle a le pouvoir d'« expulser » les afflictions et de soigner les malades » (Prochaska 1990: 83).

<sup>387</sup> Ce type de filiation ne se limite pas aux Andes. Les mandataires peuvent aussi opérer une filiation au peuple amazonien. Voir par exemple l'ancien Président de la République Humala portant des plumes sur sa tête : [http://www.rpp.com.pe/2012-01-22-ollanta-humala-realizo-visita-a-localidad-de-cabalcocha-en-loreto-foto-443226\\_2.html](http://www.rpp.com.pe/2012-01-22-ollanta-humala-realizo-visita-a-localidad-de-cabalcocha-en-loreto-foto-443226_2.html) (consulté le 22.06.15). Femenías (2005: chap. 6) montre en outre l'usage politique des *polleras* par des femmes pour plaider pour les droits des femmes et la lutte contre la violence féminine.

<sup>388</sup> Anecdote rapportée par Augusto, avec qui j'ai parlé de ma recherche (Agusto, 02.10.14).

l'évènement), d'autres, comme le maire, affichaient manifestement un discours identitaire. En effet, Incarocca soulignait que son poncho *pampa* (i.e. sans aucun motif) de couleur marron foncé est originaire (*originario*) de San Sebastian (cf. photo A.43 dans les annexes). Ici, le poncho – particulièrement sa couleur – lui permet de revendiquer et d'afficher une identité locale dans ce genre d'évènements, à l'instar d'autres fonctionnaires<sup>389</sup>.

Au niveau des communautés andines, chez les *Varayoc* – autorités politiques inscrites dans un régime coutumier – le port des *trajes típicos* (poncho et *chullo*) leur confère ce statut politique surtout lors d'évènements publics. Par exemple, durant la passation de pouvoir aux nouveaux *Varayoc*, le port de ces habits devient obligatoire, du moins pour les mandataires de chaque communauté du district, comme c'était le cas de Chinchero, le premier janvier 2015, date de la passation<sup>390</sup>. Sans aller très loin, dans les districts de Pisac et de Chinchero, chaque semaine, les *Varayoc* se rendent à la messe dominicale portant leurs *trajes típicos* (cf. photo A.44 dans les annexes).

Par conséquent, quelle que soit l'échelle, les textiles andins jouent un rôle politique et permettent de faire jouer ce rôle aux personnes en affichant très souvent une identité locale (région, district, communauté) auprès d'un public qui reconnaît ces pièces comme étant signifiantes d'une telle identité. Rappelons-nous le rapprochement de Lucio entre le poncho et la carte d'identité (section 3.1.1). Il est donc possible de reconnaître l'origine des personnes d'après leur poncho (motifs, couleurs, etc.) ou d'autres textiles *comuneros* comme la *lliqla* ou le *chullo* (cf. *trajes típicos* dans le chap. 5).

Hormis ces exemples, les campagnes électorales (de septembre à décembre 2014)<sup>391</sup>, m'ont permis d'observer de plus près l'usage politique des textiles andins à Cusco.

### **3.3.2 Trajes típicos et marketing politique : votez pour le chullo !**

**L**a campagne électorale commence. Elle se voit littéralement partout. La première chose qui me frappe : *Kausachun Cusco* (un parti politique) est symbolisé par un *chullo* de couleur rouge (cf. photo A.47 dans les annexes). L'idée de choisir un *chullo* comme symbole n'est pas anodine. Richard Suarez, responsable de l'image politique du parti, m'explique qu'un sondage auprès de la population cusquénien-ne a déterminé le choix du logo. Environ 70% des interviewé·e·s ont

---

<sup>389</sup> Quelques fonctionnaires avec qui j'ai pu parler montrent une certaine indifférence vis-à-vis du poncho porté, me laissant entendre qu'elles-ils étaient habillés pour l'occasion. Au contraire, d'autres rectifient les propos du maire en soulignant notamment le caractère local de la couleur brune du poncho. Un fonctionnaire affirme que ce poncho est certes « typique » (*típico*) d'Andahuaylillas mais qu'il était utilisé auparavant à San Sebastian ; son usage se perd en effet selon cet interlocuteur.

<sup>390</sup> J'ai pu suivre le cas de Chinchero grâce au matériel photographique fourni par un ami belge qui s'y est rendu pour l'occasion et m'a donné quelques explications sur le déroulement de cette cérémonie politique. En plus des nouveaux *Vararoc*, il y a eu une quantité considérable de villageois·e·s portant les *trajes típicos* du lieu.

<sup>391</sup> Les élections régionales ont eu lieu au niveau national, le 5 octobre 2014. Dans le cas de la région de Cusco, il s'agissait d'élire le président régional (*presidente regional*) et le conseiller (*consejero regional*) ainsi que le maire de la province (*alcalde de la provincia del Cusco*) et des districts (*alcalde de distritos*). Etant donné que le nombre de voix n'a pas dépassé les 50% pour l'élection du président régional de Cusco, une campagne électorale a eu lieu durant les mois de novembre et décembre, opposant les candidats Rios (APU) et Licona (*Kausachun Cusco*). Les votations du deuxième tour sont pour le 7 décembre 2014. Le dernier deviendra président régional.

préférentiel le *chullo* à d'autres éléments de leur « identité culturelle » (*identidad cultural*)<sup>392</sup>. Le choix de la couleur n'en est pas moins innocent. Le rouge comporte toute une sémantique selon Richard Suarez car il s'agit du « rouge politique, rouge combatif, rouge de Cusco et qu'en plus c'est le rouge du parti [...] du sang versé par le peuple indigène »<sup>393</sup>. Cette couleur s'accorde avec la tendance « à gauche du parti » (*partido de izquierda*) ainsi que sa posture en faveur de la décentralisation de Cusco (par rapport au gouvernement national) et contre « la colonisation et post-colonisation ». En effet, Suarez affirme que le parti s'identifie à la figure révolutionnaire de Tupac Amaru (Richard Suarez, 12.09.14). Par ailleurs, en soi le nom du parti est stratégique. Traduit par « Que vive Cusco », *Kausachun Cusco* (ou *Kausachun Qosqo* dans sa forme encore plus quechua) est une phrase profondément inscrite dans le vocabulaire cusquénien et son utilisation est récurrente notamment lors de manifestations politiques. Anciennement appelé *Fuerza Cusco* (« Force Cusco »)<sup>394</sup>, le parti a ainsi adopté ce nom pour la campagne politique de 2014.

À mesure que la publicité électorale et les campagnes politiques se mettent en place, je constate une « omniprésence textile » de plus en plus manifeste, indépendamment de l'appartenance politique des candidat·e·s<sup>395</sup> et du milieu géographique. En ville, les écharpes apparaissent sur la scène politique notablement. Vraisemblablement depuis la campagne électorale de 2010<sup>396</sup>, elles constituent l'élément emblématique affiché par les candidat·e·s ; sans exclure évidemment le port des ponchos ou *chullo*, notamment lors de grands *meetings*. Dans la campagne, l'usage de ces deux objets est également récurrent dans la publicité politique, et s'accompagne parfois de l'utilisation d'une écharpe.

J'assiste à quelques meetings politiques où il est plutôt rare de voir un·e candidat·e qui ne porte pas au moins une écharpe. À la *Plaza Tupac Amaru* (district de Wanchaq, ville de Cusco), la clôture de la

<sup>392</sup> D'après Suarez, le sondage vise à choisir un nouveau symbole du parti pour les élections de 2014. Le parti retient trois choix possibles lors du sondage : Tupac Amaru (révolutionnaire d'origine incaïque qui a lutté contre la Couronne espagnole), Verre de *Chicha* (bière de maïs) et le *Chullo*. Sur une enquête d'environ 1'000 personnes, le *chullo* l'a emporté à 70% environ (Richard Suarez, 12.09.14).

<sup>393</sup> *Rojo político, rojo combativo, rojo Cusco y además porque es un color del partido [...] sangre derramada por el pueblo indígena* (idem).

<sup>394</sup> Lorsque le parti s'appelait *Fuerza Cusco*, le symbole politique était l'*ukuku* (personnage fameux dans les danses à Cusco représentant l'ours à lunettes). Celui-ci a joué le même rôle durant les élections de 2010 que le bonnet en 2014, comme le montre le spot publicitaire de l'époque : <http://www.youtube.com/watch?v=FjKHqG8JaQU> (consulté le 17.10.14). Pour une description plus détaillée de l'*ukuku*, cf. Molinié (2005).

<sup>395</sup> La seule exception que j'ai pu soulever correspond aux candidat·e·s du parti *Fuerza Popular* de Keiko Fujimori (fille de l'ancien Président Fujimori). Si l'usage politique des textiles s'avère une pratique récurrente dans les zones urbaines et rurales de Cusco, il existe toujours des personnes n'affichant pas le port textile dans leurs campagnes politiques, comme c'est le cas de ce parti. Il faut noter en outre, une alternance possible entre *traje típico* (par ex. poncho) et non chez un·e même candidat·e, notamment dans les affiches publicitaires.

<sup>396</sup> L'écharpe aurait été introduite récemment dans l'usage politique au détriment du port du poncho, du moins dans le milieu urbain. Selon le candidat Héctor Acurio (parti TyL) et Mario Gonzales (membre du parti *Somos Peru*), c'est en fait le maire de Cusco, Luis Arturo Flores García (mandat du 2010-2014), qui a commencé à porter l'écharpe lors de la campagne électorale de 2010, en tant que candidat du parti *Patria Arriba Perú Adelante* (PAPA). Mario Gonzales, parle à ce propos de « simplification », l'écharpe étant plus facile à porter que le poncho. Contrairement à ces témoignages, selon le journaliste Augusto, l'écharpe était utilisée préalablement par des candidats de la zone de Chumbivilcas (Augusto, 02.12.14). Cette information est cohérente avec le *traje típico chumbivilcano*, dont l'usage de l'écharpe est assez récurrent, contrairement à d'autres endroits de Cusco.

campagne de *Kausachun Cusco* au premier tour (01.10.14) est un véritable défilé des textiles. Des candidat·e·s sont vêtus de la sorte, à l'instar d'Edwin Licona, portant un poncho *away* de couleur brune et un *chullo* identique à celui que les Q'eros utilisent. Le candidat en profite pour rappeler l'importance de cette figure révolutionnaire (dont la statue décore la *Plaza*) qui a lutté contre la colonisation hispanique : « José Gabriel Condorkanki [Tupac Amaru] est témoin de ce moment » dit-il à haute voix en faisant allusion aux promesses qu'il vient d'annoncer devant la statue et le public cusquéenien qui s'y était donné rendez-vous. Sur scène, des musiciens continuent le « show » : ils jouent leurs instruments et portent eux aussi un poncho.

Le public est également concerné par cet usage textile. C'est le cas des commerçant·e·s de la *Feria Artesanal de Productores San Francisco* que je rencontre ce jour-là, tous vêtus d'un poncho. Selon Edwin, l'un de ses membres, les commerçant·e·s soutiennent Carlos Moscoso – candidat du parti pour le gouvernement de la province de Cusco – puisqu'il est devenu parrain de leur association. Le port du poncho est une façon de soutenir Moscoso (Edwin, 01.10.12). De manière plus générale, d'autres Cusquéenien·ne·s portent le bonnet du parti. Durant toute la campagne politique, le parti avait en effet donné à l'électorat des bonnets *Kausachun Cusco* afin de mener une « campagne muette » (*campañã muda*), d'après Suarez<sup>397</sup>. Le port de cette pièce devenant une publicité pour le parti, certain·e·s l'utilisent toutefois dans leur quotidien, en dehors des manifestations politiques. J'aurais pu d'ailleurs en obtenir un lors d'une de ces manifestations où une personne était vêtue d'un *chullo* géant du parti, qui le couvrait presque jusqu'aux pieds (cf. photo A.47 dans les annexes).

En décembre, à quelques jours des votations du deuxième tour, j'ai vu un bonnet du parti, version miniature (cf. chap. 4.3.6), collé au rétroviseur de Roy, un conducteur de taxi. « Je vote pour le *chullo* » m'affirme-t-il en faisant référence au parti *Kausachun Cusco*. Car au Pérou, le logo politique est inscrit sur le bulletin de vote, et pour voter, on doit cocher le logo du parti que l'on a choisi.

\*

Dans ce cadre-là, l'usage textile devient une forme de « marketing politique ». Il se manifeste par une volonté des partis visant à attirer les voix de l'électorat cusquéenien par un ensemble des stratégies comme le nom du parti, le logo et sa couleur, comme le démontre notamment le *chullo* rouge de *Kausachun Cusco*. À l'instar de celui-ci, d'autres partis élaborent une stratégie similaire (cf. aussi le symbole du *chullo* pour le parti politique FRENACA, dans Femenías 2005: 98). Le *chullo* comme logo politique rappelle le phénomène de « logoïsation » de Benedict Anderson (1996) par lequel un élément est transformé en élément typique, en l'occurrence symbole des Andes et de l'identité cusquéenienne plus spécifiquement. On retrouve ce phénomène dans le marketing commercial, par exemple par l'utilisation des textiles *away* faite par la marque de bière *Cusqueña* (cf. section 3.1.3).

---

<sup>397</sup> J'ai aussi observé des personnes dans la rue portant ce *chullo*, ce qui me faisait penser au parti. L'effet marketing est tel que mon neveu, à 3 ans, a dit « Moscoso » (candidat pour la région de Cusco) au moment où je lui ai offert, comme cadeau de Noël, un *chullo* qui ne faisait pas *a priori* une quelconque allusion à ce parti politique.

C'est le cas du parti *Tierra y Libertad* (TyL). Celui-ci relève également de cette stratégie de marketing politique, tel que le manifeste son candidat, Héctor Acurio, lors de notre entretien. Dans son image publicitaire, il porte une écharpe de couleur verte (avec des traits d'autres couleurs). D'après lui, cet objet lui permet d'afficher au public un élément d'identité culturelle revendiquée par les Cusquénien·ne·s. D'autre part, le choix du vert – intimement lié à la couleur de TyL (logo d'une montagne verte) – lui permet de se distinguer des autres partis et d'opérer un marketing politique à l'aide de la couleur<sup>398</sup>. C'est justement ce que raconte Acurio, à propos de l'écharpe achetée par sa femme qu'il utilise pour la campagne :

[Elle l'a achetée] plutôt pour la couleur et la conjoncture politique [...] afin de se différencier dans la campagne<sup>399</sup>. [...] [C'est] un élément distinctif que l'on voit dans les *trajes típicos*, dans certaines danses. C'est un élément qui se démarque. Quelque chose que le peuple aime, qui l'attire, qui l'identifie [...] un élément distinctif d'identité<sup>400</sup>

À l'instar du vert de TyL ou du rouge de *Kausachun Cusco*, le parti *Somos Perú* accorde de l'importance à la sémantique des couleurs pour la campagne. Les candidat·e·s portent en effet des écharpes rouges<sup>401</sup>, ce qui est en total accord avec le logo du parti (i.e. cœur rouge) (cf. photo A.46 dans les annexes).

Il est intéressant de noter que les trois partis mentionnés ci-dessus mettent en scène des sous-catégories de textiles andins (cf. chap. 2.2.2) relativement différentes : textiles d'imitation industriels (écharpe de TyL et bonnet de *Kausachun Cusco*) et textiles *comuneros* de type *away* ou *telar* (écharpes de *Somos Peru*). Cependant, quelle que soit la fabrication des pièces choisies ou la sous-catégorie en question, les textiles andins jouent un rôle clé sur la scène politique tout en étant déclinés selon le parti en question, notamment en termes de couleur.

Si l'ensemble des textiles andins font partie de la stratégie politique, le choix de l'objet textile n'en est pas moins important. En effet, selon le discours des parties politiques, l'écharpe ou le bonnet peuvent dénoter l'« autorité » et/ou la « sagesse »<sup>402</sup>. D'après Acurio, l'impact sur l'électorat n'est pas le même selon l'objet textile choisi. En regardant mes bracelets lors de l'entretien, il souligne que si les candidat·e·s portaient de tels objets à la place d'une écharpe, cela n'aurait pas le même impact ; l'écharpe comme le *chullo* étant plus visibles et connotés auprès du public cusquénien. La « valeur politique » des textiles andins peut ainsi varier. Acurio admet en outre que la meilleure image que le

---

<sup>398</sup> Le candidat évoque également l'utilisation d'une jaquette verte durant la campagne politique qui, elle, renvoie aussi à la couleur de TyL. Il affirme parfois utiliser l'écharpe et la jaquette en même temps pour renforcer son image dans l'arène politique (Héctor Acurio, 16.10.14).

<sup>399</sup> [La compró] más por el color [verde] y por la conjuntura política [...] para diferenciarse en la campaña (*ibidem*).

<sup>400</sup> Un distintivo que se ve en los trajes típicos, en ciertas danzas. Es un elemento que resalta. Algo que le gusta al pueblo, que lo atrae, que lo identifica [...] un distintivo de identidad (*idem*).

<sup>401</sup> D'après l'observation de la publicité politique (affiches, calendriers) et du meeting politique au district de Santiago (02.10.14).

<sup>402</sup> *La chalina es el tejido que representa una autoridad* (Mario Gonzales, membre du parti *Somos Perú*, 01.10.14). Selon David Tapia Carazas (01.10.14), candidat pour la mairie de Paruro pour *Kausachun Cusco*, le *chullo* est synonyme non seulement d'autorité mais aussi de sagesse.

photographe ait prise de lui est celle où il porte l'écharpe<sup>403</sup>. Cela montre que des éléments esthétiques peuvent aller au-delà d'un discours identitaire et s'aligner sur une logique de marketing politique, où l'image du parti est stratégique et cherche à influencer sur les décisions électorales, auxquelles les pièces textiles participent indéniablement.

### **3.3.3 Se vêtir de l'etnocusqueñismo**

Quoi qu'il en soit, ce marketing tend, de manière générale, à mêler un discours politique – basé sur des promesses d'un meilleur avenir<sup>404</sup> pour Cusco – avec un discours identitaire. Les textiles andins servent de support clé en tant que faire-valoir du *Cusqueñismo* (« Cusquénisme ») ou de leur filiation (réelle ou symbolique) à la région ou à un district en particulier. Dans la publicité électorale, ce faire-valoir peut s'appuyer également sur l'image d'une personne utilisant ces pièces qui accompagnent le-la candidat-e. Par exemple, dans une annonce télévisée, Policarpo Ccorimanya Zuñiga – candidat régional de *Somos Peru* – est accompagné d'un *comunero* d'Ocongate (d'après le poncho et le bonnet). Sur des panneaux publicitaires, Dario Mogrovejo – candidat du district de Santiago pour *Kausachun Cusco* – apparaît aussi avec un enfant portant un *chullo* du parti et un poncho de type *telar*.

Dans cette perspective, un objet tel que le *chullo* est considéré comme un « symbole andin qui possède un poids populaire et qui est à la base une identité du Cusqueñismo [...] symbole de lutte, voire d'abri »<sup>405</sup>. Ce discours politico-identitaire est fortement marqué par une référence à l'époque incaïque ; référentiel identitaire mobilisé par de nombreux Cusquénien-ne-s (cf. chap. 1). Plusieurs affirment, dans leur projet politique, une sorte de retour à une époque considérée comme « glorieuse, majestueuse »<sup>406</sup>. Cette référence se manifeste par le nom de certains partis comme *Movimiento Regional Inka Pachakuteq* ou *Movimiento Tawantinsuyo*. De son côté, le candidat Acurio du TyL évoque un plan de gouvernement dont l'une des lignes directrices est de reconvertir la ville de Cusco à nouveau en « une merveille du monde ». Par là il entend un réaménagement urbanistique où il faut « postuler l'idée des Incas, de nos grands-pères »<sup>407</sup>.

Au contraire, Vidal Pino Zambrano<sup>408</sup>, membre du parti MT, critique féroce cette posture passéiste en la qualifiant d'« ethnocusquénisme » (*etnocusqueñismo*), prônée par les partis politiques (y compris le sien) à travers le discours et des éléments tels que les textiles andins. Pour lui, cela renvoie à l'image de l'« arrière-pays » et/ou des Incas, à laquelle s'identifient les Cusquénien-ne-s,

---

<sup>403</sup> Le candidat parle d'une image souriante qui plaît au public (Héctor Acurio, 16.10.14).

<sup>404</sup> Les discours des candidats tendent à s'attaquer à certaines problématiques : corruption, renforcement des décisions locales face au centralisme, amélioration de l'infrastructure, développement économique et social (santé, éducation, malnutrition, emploi, tourisme, etc.), entre autres.

<sup>405</sup> Trad. abrégée: *Símbolo andino que tiene un peso popular y básicamente es una identidad del Cusqueñismo [...] Es la creación popular respetable, originaria que está en relación con el mundo campesino, de la experiencia alpaquera. Profunda identidad con el cusqueñismo, símbolo de lucha hasta de abrigo* (Richard Suarez, 12.09.14).

<sup>406</sup> Qualificatifs cités par certains candidats, notamment par Héctor Acurio (16.10.14), qui rappellent la posture du fameux maire Daniel Estrada (cf. chap. 1).

<sup>407</sup> *Postular la idea de los Incas, nuestros abuelos* (Hector Acurio, 16.10.14).

<sup>408</sup> Entretien avec Vidal Pino Zambrano (14.10.14) qui est d'ailleurs docteur en anthropologie à la Sorbonne.

identification qui trouve ses racines dans les processus historiques et politiques de construction identitaire régionale (cf. chap. 1.1). Il dénonce le recours à ces éléments qui glorifient le « mythe du *Tawantinsuyo* » et ne préoccupent pas des problèmes actuels tels que la pauvreté, la santé publique et l'éducation, entre autres. En ce sens, cet homme politique se positionne en contre-courant d'autres collègues et des référentiels identitaires incaïques mobilisés et largement partagés par les Cusquénien·ne·s dans leur quotidien. Cette critique rappelle celle de Galinier et Molinié (2006) qui s'attaquent à l'instrumentalisation de l'élite politique, car celle-ci exalte le passé incaïque et ignore les problèmes contemporains qui concernent surtout les *comuneros* (cf. chap. 1.1.5).

Que l'on critique ou non, les textiles andins permettent d'évoquer ou de matérialiser ce passé idyllique, au même titre que d'autres éléments « propres à Cusco » mobilisés à cet effet durant les campagnes électorales : danses et musique<sup>409</sup>, images de sites archéologiques ou d'Incas<sup>410</sup>, discours en « *lingua mater* », le quechua, (néo-)Incas<sup>411</sup>, références historiques comme la révolution de Tupac Amaru (cf. plus haut discours du candidat Lincona), etc. Ces éléments sont abondamment utilisés dans les médias (télévision, radio, affiches, entre autres) et dans les meetings.

En outre, l'usage politique des textiles andins ne concerne pas que les candidat·e·s et les politicien·ne·s mais aussi l'électorat cusquénien. En effet, comme cité dans le récit, lors de meetings politiques de différents partis, les électeurs utilisent notamment les ponchos et *chullo* pour soutenir leurs candidat·e·s, à l'instar des membres de l'association *Feria Artesanal de Productores San Francisco*. Dans ce cas précis, le soutien politique de celle-ci s'est établi dans une relation de parrainage où tant parrain (i.e. candidat Moscoso) que filleul·e·s veulent en tirer bénéfice<sup>412</sup> : l'un afin d'obtenir plus d'électeur·e·s pour remporter la majorité des voix ; les autres pour être inclus·e·s dans les mesures politiques du nouveau gouvernement, par exemple en termes d'aménagement de leur lieu de travail<sup>413</sup>.

Au-delà de leur possible usage pour soutenir une candidature, les textiles andins comportent souvent une charge identitaire pour l'électorat. Pour certain·e·s, le *chullo* représente un élément « traditionnel » (*tradicional*), « originaire » (*originario*) de Cusco ou qui symbolise « ce qui est

---

<sup>409</sup> Durant la fermeture de campagne de *Somos Perú* au district de Santiago (02.10.14), j'ai pu m'entretenir avec le groupe de musique et danse *Expresiones Andinas* où les membres (hommes et femmes) portaient des ponchos de Chumbivilcas et Willoq. Ils soutenaient la candidature de Franklin Sotomayor (candidat pour ce district).

<sup>410</sup> Par exemple, le Machu Picchu est utilisé comme fond des affiches publicitaires des deux candidats pour la région de Cusco, à savoir Rosmeri Arapa (*Movimiento Tawantinsuyo*) et Mario Condori Huallpa (*Ayllu*). De son côté, le parti *Movimiento Regional Inka Pachakuteq* possède comme symbole un Inca.

<sup>411</sup> Une publicité télévisée du *Movimiento Tawantinsuyo* met par exemple en scène l'un des candidat·e·s avec deux (néo-)Incas ; l'un d'entre eux étant d'ailleurs celui qui accueille les visiteuses·eurs à l'entrée du *Museo Inka*.

<sup>412</sup> La quête de soutien politique de ces artisan·e·s-commerçant·e·s est largement décrite par Guevara (2014).

<sup>413</sup> Edwin mentionne la situation encore irrégulière du lieu où se trouve leur *Centro artesanal*. Celui-ci est construit, en effet, dans un lieu où il existe encore une intervention de la *Dirección Regional de Cultura-Cusco* (DRC-Cusco) sur la question de la protection du patrimoine ; raison pour laquelle l'aménagement du *centro artesanal* reste à réaliser (Edwin, 01.10.12).

andin » (*lo andino*)<sup>414</sup>. Quant aux ponchos, les Cusquénien·ne·s les associent à la région ou à des lieux plus ou moins spécifiques (province, district ou communauté) selon la pièce en question et surtout la connaissance ou encore la relation que la personne entretient, de manière plus ou moins intime, avec celle-ci. Il s'agit ainsi d'un élément fortement ancré dans le paysage géographique régional, ressenti comme quelque chose relevant de l'identité culturelle, voire connoté sentimentalement par rapport à une généalogie familiale souvent d'ascendance rurale (surtout parents ou grands-parents)<sup>415</sup>, comme c'est le cas de Marco Aurelio ou Pavel (cf. section 3.1.2). Ces deux Cusquéniens illustrent la stratification des identifications possibles du plus local (ou familial) au plus régional, ce qui met en évidence la complexité et les dynamiques identitaires décrites précédemment (cf. Filage).

Par conséquent, les textiles andins – principalement les textiles *comuneros*, voire d'imitation industriels – font l'objet d'une utilisation politique non négligeable dans toute la région, qu'il s'agisse de présidents de la République à Cusco, de représentants politiques des districts (maires) et des communautés andines (*Varayoq*), de candidat·e·s pendant les campagnes électorales ou encore de l'électorat lui-même par son soutien politique. Cet usage mobilise une forte dimension identitaire non seulement revendiquée lors de ces campagnes mais aussi ressentie par l'électorat cusquénien lui-même. C'est une dimension qui émerge notablement dans les autres cas d'études développés dans ce chapitre.

### **Retissage : une valeur d'usage entremêlée à des intérêts commerciaux et politiques**

Terminer par les campagnes électorales permet de revenir sur la notion de valeur et en particulier sur la valeur d'usage. Ce cas permet en effet d'établir des liens avec les deux autres exemples exposés dans ce chapitre, qui se situent tous deux en milieu urbain et se focalisent sur de multiples utilisations des textiles andins par des acteur·e·s humains, voire par des entités non humaines comme les Vierges ou les saints. Leur usage est multiple : vestimentaire, décoratif, cérémoniel, théâtral, politique, etc. (cf. les multiples modes d'utilisation chez Marx 1993: 40).

Leur valeur d'usage réside justement dans cette multiplicité d'usages, et elle est aussi à chercher dans les propriétés des objets eux-mêmes, comme l'écrit Marx (1993). Ces propriétés sont à mettre en relation avec la composition ou l'apparence esthétique qui dépend de matériaux employés. À cet égard, le cas du *lloqepaña* est significatif, car sa composition technique (fils filés à droite et à gauche), non seulement inspire des appréciations esthétiques, mais permet aussi aux usagèr·e·s de se protéger des esprits.

---

<sup>414</sup> Extraits tirés de conversations avec des Cusquénien·ne·s : les deux premiers énoncés lors d'une marche vers le meeting politique de *Kausachun Cusco* dans le district de San Sebastián (28.11.12) ; le dernier issu d'une conversation avec Roy (04.12.14), le chauffeur de taxi dont j'ai parlé dans le récit ci-dessus.

<sup>415</sup> Ici, il y a souvent une référence à une ascendance rurale des acteur·e·s. J'y reviendrai lorsque j'aborderai la thématique de la mémoire contenue dans les textiles andins (cf. chap. 7.3.1).

Toutefois, loin de se limiter à la seule valeur d'usage sous ses multiples formes, dans leur usage, les textiles andins peuvent endosser des valeurs d'ordre commercial et politique, comme exposé dans plusieurs sections de ce chapitre. Ces valeurs s'entremêlent d'ailleurs dans différentes situations. Dans les campagnes électorales, par exemple, les textiles andins sont utilisés pour des fins de marketing politique, au sein duquel ils prennent de la valeur en tant qu'objets représentatifs de la région de Cusco, appréciés aussi bien des candidat·e·s que de l'électorat. Leur valeur réside dans cette reconnaissance mutuelle d'un symbole identitaire de la région de Cusco et associé au passé incaïque.

Ce type de marketing politique rappelle l'utilisation des textiles andins de la part les Q'eros, mais dans une perspective commerciale, comme nous l'avons vu lors de l'événement *Un día de Q'eros*. Leur assimilation aux Incas et leur notoriété chamanique – fortement soutenues par le tourisme mystique, par les institutions telles le DRC-Cusco, voire par des anthropologues (par ex. Silverman 2008, 2005, 1994) – renforce leur valeur marchande au-delà de l'usage qu'en font ces *comuneros*. Dans ce cadre commercial, ces textiles, en particulier de type *away* et tricot, matérialisent des imaginaires autour desquels on peut tisser la valeur particulière de ces objets, qui sont appréciés pour ce qu'ils représentent, et motivant par là leur acquisition (et ce, dans un espace caractérisé par l'*incascape* cusquénien, cf. chap. 1). C'est en tout cas un argument supplémentaire illustrant leurs qualités esthétiques, qualités dont j'ai parlé dans le cas de ma *lliqllla* q'ero (cf. « Une précieuse rencontre »), et qui sont importantes dans le processus de valuation marchande auprès de touristes (cf. chap. 7). Comme le soutient Marx (1993: chap.1), la valeur d'échange des marchandises est liée à leur valeur d'usage, évaluée ou anticipée avant l'acquisition. « Aucune chose finalement ne peut être valeur sans être objet d'usage » (Marx 1993: 46). Pour qu'elle devienne valeur d'échange, la valeur d'usage d'un objet doit être destinée à un tiers (*ibidem*), par exemple en tant que « valeur-habit » (p 72), comme dans le cas des ponchos vendus dans *Un día de Q'eros* (bien qu'ils puissent être utilisés ensuite comme décoration).

Toutefois la valeur d'échange d'un objet comme le poncho n'est pas exempte de possibles contradictions avec sa valeur d'usage. C'est ce que laisse entrevoir le discours que tient Rolando sur les ponchos « sacrés » vendus lors de l'événement, même si d'après lui, ces objets « sacrés » ne sont pas à vendre. C'est un point qui reste à creuser surtout au moyen d'une étude approfondie des Q'eros en milieu rural afin de comprendre si se manifeste ce type de contradiction et s'il témoigne d'un phénomène plus large. Cela est d'autant plus pertinent que la valeur d'échange des objets prend de l'ampleur, phénomène déjà décrit par Marx (1993) au XIX<sup>ème</sup> et qui se manifeste plus récemment dans les Andes en ce qui concerne l'art-isanat (Contreras 1993), y compris les textiles andins (Ariel de Vidas 1996). Quelle que soit son ampleur, ce phénomène rappelle l'imbrication entre les aspects patrimoniaux et les aspects commerciaux dont j'ai parlé par exemple dans le cas de l'événement *Makiykunawan* qui concerne également les Q'eros (cf. chap. 2.3.1). Ces exemples montrent l'importance de la valeur marchande des textiles andins pour ces *comuneros* et tant d'autres, comme nous le verrons plus amplement dans la deuxième partie de ce travail.

La publicité des textiles andins insiste elle aussi sur cet aspect commercial. Dans celle pour les *Fiestas del Cusco*, nous avons vu que la bière *Cusqueña* utilise l'image textile comme stratégiemarketing. L'usage de ces objets à forte connotation identitaire accompagne le discours commercial, et elle est d'autant plus pertinente qu'il s'agit de la bière de Cusco, et qu'il est nécessaire d'utiliser des symboles qui lui donnent un sens et un lien à la région. C'est un peu près comme quand les candidat·e·s utilisent les textiles andins pour s'en prévaloir, dans le cadre de leurs stratégies de marketing politique. Dans les deux cas, les images et les discours s'adressent au peuple cusquénien, qui reconnaît les éléments mobilisés par l'entreprise et les politicien·e·s.

Les textiles andins doivent donc être appréhendés selon leur valeur d'usage, mais sans perdre de vue *la valeur commerciale et politique qu'elles peuvent acquérir dans l'usage* en fonction de situations. Loin d'opposer valeur d'usage et valeur d'échange, ce sont deux catégories analytiques qui permettent de saisir la complexité et l'entremêlement des valeurs, comme le notent les études en sciences sociales sur la valeur et les *Valuation Studies*. Dans la panoplie des valeurs que peuvent assumer les textiles andins, retenons plus particulièrement celle d'ordre politique, brièvement évoquée dans le présent chapitre<sup>416</sup>. Mon étude se concentre sur la valeur d'échange dans le marché touristique et sur celles qui en dérivent. Prendre en compte ce type de valeur permettra de garder à l'esprit que la cartographie des valeurs issue de l'inter-action humain-textiles andins dépasse l'horizon marchand.

\*

Ce chapitre clôt la première partie de mon travail, dans laquelle nous avons pu constater l'importance du marché touristique dans la région de Cusco, en lien notamment avec l'activité textile. Ce constat sert en quelque sorte de prélude à notre deuxième partie, qui mettra particulièrement l'accent sur la valeur d'échange des textiles andins, sans pour autant s'y cantonner. Après avoir constaté un certain transfert de la valeur d'usage vers la valeur d'échange, voire une imbrication de celles-ci, la deuxième partie montrera que cette dernière s'entremêle avec d'autres valeurs dépassant la valeur-argent chez Marx (1993), que j'ai appelé « valeur monétaire ». D'une part, l'activité textile comporte une valeur socio-économique, notamment pour les *comuneras*, et mobilise toute une revalorisation patrimoniale, culturelle et identitaire. D'autre part, les touristes revendiquent une série de valeurs au moment de l'achat (commerce équitable, promotion de la production manuelle, valeurs écologiques, etc.), sans oublier les valeurs d'attachement que développent ces personnes à l'égard des objets, liés aux souvenirs qu'ils construisent autour d'eux. Cette seconde partie permettra de renforcer l'idée, déjà présente dans la première partie, de l'existence d'une multiplicité de valeurs gravitant autour des textiles andins, dans le quotidien local-touristique.

---

<sup>416</sup> Cette affirmation ne veut pas dire que la dimension politique est totalement évacuée de mon travail, car elle est à mettre en lien avec l'idéologie et les politiques incaïstes de Cusco (chap. 1), ainsi que les politiques de promotion patrimoniale (chap. 2.3.1) avec des intérêts commerciaux, en cherchant des alternatives économiques pour les *comuneros*. Par là, valeur patrimoniale et valeur d'échange des textiles andins se voient entremêlées.

## **Deuxième tissage**

### **La valeur de l'art-isanat textile au cœur du marché touristique**

La seconde partie de la thèse se focalise principalement sur les textiles *comuneros* de type *away*, depuis la production jusqu'à la vente, en passant par l'interaction entre *comuneros* et touristes lors de la vente des marchandises.

Cette partie répond à trois questions principales : 1) Quels sont les effets de l'importance croissante de la valeur marchande des textiles andins sur leur production ? ; 2) La valeur de l'activité textile associée au tourisme se limite-t-elle à une affaire purement économique, à la valeur monétaire ? ; 3) De quelle manière les textiles andins sont-ils aussi valorisés par les touristes ?



## CHAPITRE 4

### LES STRATÉGIES DE LA PRODUCTION TOURISTIQUE

#### Produire toujours plus (rapidement)

Je retourne à Chawaytire pour la première fois en 2014 à l'occasion de la deuxième édition de *Qhachum Waqachi*<sup>417</sup> *Raymi* : festivité créée par l'ONG ANDES et le *Parque de la Papa* pour célébrer le jour des amoureux (le 14 février). Celle-ci a lieu dans le restaurant *Papamanka* appartenant au *Parque*, et où les *comuneras* accueillent habituellement les touristes pour le repas. Malgré la promotion touristique (de la part de l'ONG et de la DIRCETUR), cet événement n'a pas reçu l'accueil escompté : une représentante d'un tour-opérateur, une touriste de Lima, les employé·e·s et volontaires de l'ONG et moi-même étions les seuls étrangèr·e·s (non *comuneros*).

Pour l'occasion, les *comuneros* portent leurs *trajes típicos* et nous vêtissent de la même manière, avec des ponchos et *lliclla* de différentes communautés membres du *Parque*, fabriqués manuellement à l'aide de *telar de cintura*. Ces *trajes típicos*, nous permettent à nous « étrangers » (je me sentais davantage citadin de Cusco que *comunero*), de nous « travestir » en *comuneros* (de nous mettre dans leur « peau »); d'autant plus que ces dernièr·e·s nous font danser, peler des pommes de terre et utiliser la *chaquitaqlla*<sup>418</sup> pour simuler le travail agricole. Ces activités se réalisent sous forme de concours pour démontrer notre habilité « paysanne ».

À la fin du *Qhachum Waqachi Raymi*, en rendant visite à Lucio qui habite à côté du restaurant, je découvre dans son jardin, une dizaine de métiers à pédale en bois, alignés les uns derrière les autres. Au cours de mon travail à ANDES (2012), une collègue avait déjà fait mention de leur existence, sans que je puisse les voir. Je suis chaleureusement accueilli par Lucio qui prend de mes nouvelles. Ayant choisi de monter sa propre affaire chez lui, il m'annonce également ne plus faire partie du CTTC Chawaytire.

Au sujet des métiers à pédale de son jardin, il m'affirme que ce sont des *telar*. Cette appellation employée par plusieurs *comuneros*<sup>419</sup> permet de la distinguer de l'*away*, c'est-à-dire, du tissage manuel fait à l'aide du *telar de cintura* (ou de *cuatro estacas* dans les cas de Q'eros). Pour les *comuneros*, le *telar* désigne en effet à la fois la machine et le type de production qui en résulte. Cette découverte m'intrigue, je souhaite en savoir davantage, mais malheureusement, je dois partir, la voiture d'ANDES devant regagner Cusco.

---

<sup>417</sup> Nom d'une des nombreuses pommes de terre (*papa nativa*). *Qachum Waqachi* veut dire en quechua « ce qui fait pleurer la belle-sœur ».

<sup>418</sup> Outil d'origine préhispanique utilisé notamment pour semer les pommes de terre.

<sup>419</sup> Si cette terminologie m'est apparue d'abord à Chawaytire, j'ai pu constater par la suite qu'elle est utilisée par d'autres *comuneros* (par ex. à Chinchero ou à l'association tisserande *Inkakunaq Ruwaynin* regroupant différentes communautés de Cusco), voire par des commerçant·e·s dans les centres artisanaux.

En novembre 2014, je retourne à Chawaytire pour acheter quelques bracelets commandés par Drago, un ami italien de longue date qui connaissait quelques tisserand·e·s de la communauté, après m’être rendu visite au Pérou en décembre 2011. Je profite de l’occasion pour « résoudre le mystère » du *telar*, en me rendant une fois de plus chez Lucio. Cette fois-ci, je peux m’entretenir tranquillement avec lui. Il me raconte alors que l’utilisation du *telar* remonte à 2008. Son apparition est donc postérieure à mon étude de mémoire en 2008 (Terry 2009). Cet ancien tisserand du CTTC aurait réadapté cette machine, qu’il commercialise en outre sous commande.

Ma compréhension de la genèse de cet engin se complètera à mesure que j’effectuerai d’autres entretiens. Alfredo – tisserand de Chawaytire – Héctor Becerra et July Godoy – fonctionnaires de la Municipalité de Písaq durant la période 2011-2014<sup>420</sup> – confirment que son origine remonte effectivement à l’époque mentionnée par Lucio.

Ce dernier aurait ainsi créé un *telar* en s’inspirant des métiers utilisés pour produire de la *bayeta*, tissu rugueux uniforme (cf. chap. 2.2.2). Il est employé notamment pour la confection des jupes ou *polleras* (Femenias 2005: 158-60) et gilets des *comuneros*. Ainsi, le métier a été adapté, afin de produire un tissu se rapprochant d’un travail en *telar de cintura*. Les versions d’Alfredo, Héctor et July soulignent l’importance de la Municipalité de Písaq comme agent promoteur du *telar*. L’objectif visé : encourager le travail textile dans les communautés du district afin d’approvisionner le marché de Písaq, fortement fréquenté par les touristes.

La nouvelle machine permet ainsi d’augmenter les rendements, avec une production plus rapide. La municipalité a organisé des ateliers en particulier pour la production des chemins de table à l’aide du *telar*. Les premières à avoir bénéficié de prêts d’appareils sont des associations issues des communautés d’Amaru, de Pampallaqta et de Chawaytire (fin de l’année 2011), suivies des associations de Paru Paru et de Sacaca (mai 2012)<sup>421</sup>.

Le *telar* connaît ainsi un certain succès et son usage se répand, du moins dans la communauté de Chawaytire. En 2015, je constaterai en effet la présence du *telar* auprès de plusieurs familles de Chawaytire ; trois d’entre elles ayant entre 5 à 10 modèles (y compris le cas de Lucio). Selon Alfredo, tous les ménages possèdent dorénavant au moins une machine, tout comme lui. J’ai pu constater en fait l’existence de ce métier dans d’autres maisons du village. Il affirme néanmoins que les personnes

---

<sup>420</sup> Respectivement responsables de la sous-gérance de développement touristique et du secteur artisanal.

<sup>421</sup> Les versions d’Alfredo et d’Héctor Becerra mentionnent un concours pour montrer le travail à l’aide de *telar* et pour assigner à la fin la redistribution des machines en fonction des gagnant·e·s. Selon Alfredo, Chawaytire en tant que premier poste reçoit les *telar*. Il n’évoque aucunement par contre les autres communautés bénéficiaires. D’après lui, ce n’est que progressivement que les autres communautés vont commencer à adopter ces machines, dû au succès de la production des textiles *telar* à Chawaytire. Héctor Becerra parle quant à lui d’une répartition de huit exemplaires à ces différentes communautés. Chaque communauté finit par imposer un usage de type communal pour ces machines, plutôt que purement associatif. Pour July Godoy, c’est plutôt le cas de premières communautés bénéficiaires en affirmant que Paru Paru et Sacaca continuerait à travailler avec les *telar* de manière associative (July Godoy, entretien téléphonique, 06.11.15). Toutefois, deux tisserandes de Paru Paru signalent que l’Assemblée communale a pris la même décision.

continuent à employer les deux méthodes, bien que le *telar* gagne de plus en plus de place par rapport à la production *away*.

Quelle que soit l'histoire de ses origines, le *telar* fait désormais partie de la réalité de certaines communautés tisserandes. Il reste toutefois absent chez d'autres, comme les Q'eros. À ce propos, Lucio affirme recevoir des commandes provenant d'autres régions. Alfredo, quant à lui, m'informe que son *telar* a été fabriqué et monté par un charpentier avec des pièces provenant de la ville de Cusco.

\*

Ce récit nous présente une nouvelle manière de produire les textiles andins contemporains, qui coexiste avec celles issues du *telar de cintura* (i.e. textiles *away*) et du tricotage à *cinco pallillos* (i.e. textiles tricot). Les textiles *telar* complètent la sous-catégorie des textiles *comuneros* précédemment présentée dans le deuxième chapitre (cf. chap. 2.2.2) et le troisième chapitre (valeur d'usage).

Cette expérience de terrain permet d'appréhender de manière directe la production textile, et celle plus particulièrement destinée au marché touristique, au-delà de sa valeur d'usage. Elle met par ailleurs l'accent sur le caractère dynamique de cette production. Comme évoqué brièvement dans mon récit, les choses ont changé depuis mon travail de mémoire en 2008 : le *telar* seconde aujourd'hui le *telar de cintura*, les deux formes de production cohabitent à Chawaytire. C'est justement à travers le cas de cette communauté andine et de ses tisserand·e·s que, dans ce chapitre, je vais analyser la question de la production textile destinée aux touristes. Le cas de cette communauté qui produit ces trois types de *textiles comuneros* permet de donner une dimension historique à l'analyse et d'insister sur l'aspect dynamique de ce type de production. Si je me suis quasi exclusivement focalisé sur le cas de Chawaytire, des liens avec d'autres expériences de terrain dans la région cusquéniennne en particulier, ont également été pris en compte. L'étude de cette communauté me permettra de revenir sur mon étude de mémoire – où j'avais examiné quatre stratégies de production – et de l'actualiser en mobilisant des matériaux liés à ma recherche doctorale (2014-2018). La question principale posée par ce chapitre est la suivante : comment se transforme, matériellement parlant, la production textile destinée aux touristes ?

L'objectif est de mettre en lumière différentes stratégies, favorisant la productivité, la diversification et la rentabilité de la production textile au sein du marché touristique, qui transforment (relativement) cette production. Ces stratégies participent par là même à configurer la valeur d'échange des textiles andins, et c'est d'autant plus intéressant qu'ils ont un caractère patrimonial et sont attractifs pour les touristes dans la mesure où ces derniers les considèrent comme typiques ou traditionnels. Je parle ici du marché touristique car il est plus significatif dans le cas de Chawaytire (bien que cela dépasse le cadre de cette communauté). Toutefois, cela n'exclut pas une intrication avec un marché local, bien que marginale d'après mes observations.

Le chapitre est divisé en trois sections. La première propose une brève histoire de Chawaytire, afin de mieux saisir les enjeux patrimoniaux et commerciaux autour de l'activité textile. Celle-ci met en

évidence une touristification locale et une renaissance textile qui lui est intimement associée. La deuxième section décrit en détail la production réalisée de manière entièrement manuelle. Cette description permet de comprendre les changements liés à la production destinée à une clientèle touristique, et de mieux saisir la particularité des stratégies identifiées.

La troisième section entre au cœur du sujet, en développant une par une les six stratégies : substitution, réduction, sous-traitance, intermédiation commerciale, mécanisation et miniaturisation. Les quatre premières concernent les textiles *away*, la cinquième, les textiles *telar* et la dernière, les textiles tricot sous forme de miniature. Ces dernières entrent, suivant les cas, dans la sous-catégorie de confection utilitaire (cf. chap. 2.2.2). L'analyse des cinq premières stratégies est principalement basée sur le cas de Chawaytire, contrairement à la dernière qui ne l'est que très partiellement. En effet, j'explore d'autres exemples pour exposer les antécédents historiques de la miniaturisation, puis, tente de montrer la particularité de cette stratégie, sa logique de production et sa relation intime avec le marché touristique. Cette stratégie diffère d'ailleurs quelque peu des précédentes, notamment dans les buts recherchés par la miniaturisation, qui sont liés à des questions de prix et de portabilité. La miniaturisation démontre en outre, que ces stratégies ne concernent pas toutes les communautés tisserandes : Chawaytire n'y a pas recours, contrairement à d'autres communautés comme celle de Q'eros ou de Pitumarca qui fabriquent des miniatures textiles.

À la fin du chapitre, je reprends quelques éléments traités précédemment, tout en les mêlant avec mes réflexions et celles d'autres auteur·e·s, afin d'amener une discussion autour de la production des textiles des Andes à l'heure du tourisme du XX<sup>e</sup> siècle. Celle-ci nous invite en effet être le plus neutre possible face à une activité qui, du point de vue historique, a été toujours confrontée aux changements. J'insiste ainsi sur le dynamisme de ces objets ; dynamisme que l'on doit garder à l'esprit si l'on veut étudier le caractère contemporain des textiles andins, mieux comprendre leur valeur d'échange, et déterminer comment elle est forgée aujourd'hui en adaptant ces objets patrimoniaux aux prérogatives du marché pour en tirer des bénéfices pécuniaires.

#### **4.1 Chawaytire et le CTTC : touristification et renaissance textile**

Situé près de la Vallée sacrée (cf. tableau 1 et fig. 4), cette communauté andine s'est progressivement ouverte au marché touristique. Ceci est le reflet du processus de touristification, dont elle a été l'objet, qui a démarré localement suite à ce que j'ai nommé la « renaissance textile » (Terry 2009). Le début de ce processus remonte aux alentours de 1994, date symbolique qui marque la première rencontre entre Nilda Callañaupa Alvarez, fondatrice et directrice du CTTC, et les habitants de Chawaytire. Cette rencontre s'est effectuée au cours d'une exposition textile au *Museo Inka*, à laquelle participaient différentes communautés andines de la région de Cusco. Nilda Callañaupa, originaire de Chinchero, souhaitait revaloriser et promouvoir la tradition textile des communautés de

Cusco<sup>422</sup>. Elle tenait à ce que Chawaytire intègre le projet de revitalisation textile, auquel s'ajoutait un autre objectif d'ordre économique : celui de donner aux familles, une ressource économique supplémentaire à travers la commercialisation textile au sein du marché touristique.

Si cette rencontre n'a pas « touristifié » *ipso facto* la communauté, elle a néanmoins déclenché une récupération du travail textile qui constituera les bases nécessaires pour une renaissance textile et, postérieurement, pour une touristification de la communauté. En effet, suite à cette rencontre, une association de futurs tisserand·e·s s'est formée principalement grâce aux frères Illa Ccoyo<sup>423</sup>, et l'apprentissage du travail textile a démarré. Toute la communauté avait été invitée à faire partie de cette association. Au début, elle comprenait environ cent membres. Par la suite, ce nombre a été réduit de moitié, en raison de la méfiance de certain·e·s sur la portée économique de cette activité<sup>424</sup>. L'apprentissage textile – dispensé majoritairement par les *comuneras*, détentrices ce savoir-faire<sup>425</sup> – s'est effectué de manière progressive, allant des objets et des motifs les plus simples à tisser, aux plus complexes. Les personnes ont également reçu des cours sur les teintures naturelles (*teñido natural*), principalement obtenues à partir de plantes. Il s'agit d'une technique préhispanique quasi tombée dans l'oubli car de moins en moins pratiquée non seulement à Chawaytire, mais de manière générale dans la région de Cusco, suite à l'introduction des teintures chimiques et des fibres industrielles<sup>426</sup>. L'apprentissage textile des enfants est aussi devenu un objectif. Il était donné dans des écoles, auxquelles assistaient filles et garçons de l'âge de 7-8 ans – correspondant, d'après les *comuneros*, à l'âge où l'on commence à tisser – jusqu'à 20 ans. En effet, le CTTC Chawaytire accueille tous les samedis les enfants des parents membres. Ces enfants apprennent progressivement à travailler le textile, commençant avec l'objet le plus simple qu'est le bracelet, pour passer peu à peu à d'autres produits plus complexes. Commencer par le bracelet permet à l'enfant de mieux comprendre les logiques qui sous-tendent la technique de tissage à *telar de cintura*, engin avec lequel on fabrique des objets plus complexes comme les écharpes et les *pasadizos* ou encore les ponchos ou les *lliqla*<sup>427</sup>, bien

---

<sup>422</sup> Nilda Callañaupa Alvarez a été confrontée au travail textile depuis son enfance. Elle a appris à tisser grâce à sa grand-mère. L'intérêt pour cette activité l'a menée à faire des études en histoire du textile en Californie. Son parcours de vie et son intérêt pour le textile l'ont encouragée à se lancer dans cette entreprise de « sauvetage » de la tradition textile » qu'elle a matérialisée à travers la création du CTTC. Pour plus de détails sur la vie, les motivations et les objectifs du CTTC, voir Callañaupa (2007) et le site Internet <http://www.textilescusco.org/eng/index.html> (consulté le 24.12.15).

<sup>423</sup> Tiré du PromPerú (2007: 61). Certains de mes interlocutrices·eurs y ont également fait allusion en insistant sur leur grand travail et leur habileté à tisser (Terry 2009: 31).

<sup>424</sup> Plusieurs tisserand·e·s du CTTC Chawaytire parlent de cette diminution. Comme le raconte Alfredo, au début les tisserands ne voyaient pas les fruits économiques de cette activité, car il fallait d'abord s'organiser, assigner une direction, créer les actes et les statuts de l'association, apprendre à tisser, pour en suite passer à la production des textiles et attendre les commandes faites à Cusco. Cela demandait avant tout de la patience et une ferme assurance que tout ce projet marcherait. Une période de méfiance a envahi l'esprit de certain·e·s qui ont fini par abandonner l'association. Pour en savoir plus voir Terry (2009: note 49).

<sup>425</sup> Certains de mes interlocuteurs affirment que ce sont leurs conjointes qui leur ont appris à tisser.

<sup>426</sup> L'introduction de ces éléments fait partie du processus historique d'industrialisation de la production textile (cf. chap. 2.1).

<sup>427</sup> D'après les propos de Mario et mes observations, l'on peut citer les différents objets textiles qui reconstituent ce passage progressif : 1) bracelet 2) *watana* ou ceinture 3) *ch'uspa* (petit sac) et écharpe 4) *Pasadizo* 5) *lliqla* et *ponchos* (réalisés uniquement à l'âge adulte). Le bracelet (1) et la *watana* (2) utilisent une technique qui peut

plus compliqués à exécuter. De plus, c'est dans le tissage des bracelets et des ceintures que l'apprenti·e-tisserand·e saisit la formule de chaque motif ou *pallay*, et la mémorise. Peu à peu, à partir des *pallay* simples, il est possible d'en produire d'autres plus complexes, et même d'en créer de nouveaux. Ainsi, avant d'intégrer le groupe des adultes, à l'âge de 20 ans, « le tisserand doit être capable de tout faire », comme l'affirme Wilfredo, le premier enfant tisserand issu de cette école. Travaillant aujourd'hui à Lima, cet adolescent (à l'époque il avait 15 ans) a été le lien qui m'a permis d'accéder à mon terrain d'étude.

Cette entreprise de revitalisation de la production textile locale a eu pour résultat, d'augmenter, de manière considérable, le nombre de tisserand·e·s, mais également une masculinisation<sup>428</sup> du travail textile, alors que celui-ci qui était un domaine historiquement féminin d'après les antécédents cités par mes interlocutrices·eurs. Du point de vue qualitatif, cette entreprise a contribué à améliorer la qualité des produits, notamment grâce à la réintroduction de teintures naturelles, comme l'affirment certain·e·s *comuneros*. Tous ces éléments caractérisent ce que j'ai appelé la renaissance textile ; une renaissance qui favorisera la promotion, la production et la commercialisation des textiles *comuneros* sur le marché touristique et postérieurement, la touristification de la communauté. C'est d'ailleurs ce marché qui encouragera la créativité artisanale des tisserand·e·s qui constitue, elle-même, une autre caractéristique qualitative de cette renaissance.

La création du CTTC en 1996 – et quelques années plus tard l'ouverture de son local à Cusco (CTTC Cusco), visité majoritairement par les touristes – a constitué une importante vitrine pour ces communautés qui ont attiré l'attention et l'admiration des clients. Ce lieu représente pour les tisserand·e·s non seulement une source d'emploi et de revitalisation de leurs textiles, mais aussi un moyen d'entrer en contact avec les touristes ; soit indirectement par l'adaptation<sup>429</sup> de la production au marché touristique, soit directement par le contact avec les touristes, à l'intérieur du local. Ce contact, qui avait lieu pour le moment en ville, va se perpétuer et s'étendre progressivement vers la campagne. En outre, dans le but de maintenir la tradition textile, le CTTC constitue un acteur-clé qui entretient et prolonge au quotidien la renaissance textile auprès de ses communautés membres.

Dans le cas spécifique de Chawaytire, c'est l'inauguration du local du CTTC Chawaytire, le 20 juillet 2005, qui marque l'arrivée importante et croissante des touristes dans cette communauté<sup>430</sup>.

---

être assimilée à celle utilisée au *telar de cintura*. Celle-ci obéit à la même la logique de tissage et comporte des outils semblables. Ce métier à ceinture plus petit et plus simple à manipuler facilite l'apprentissage de l'apprenti·e-tisserand·e, avant que la personne ne se mette à travailler sur le *telar de cintura* proprement dit. Quant aux *chullos* sur lesquels je reviendrai plus loin (cf. section 4.3.5), ceux-ci font appel à la technique de *cinco pallillos* apprise à l'âge de 10-11 ans (cf. section 2.2.2).

<sup>428</sup> Il s'agit ici plus particulièrement du travail à l'aide du *telar de cintura*, car la confection des *chullo* ou des cordes est élaborée uniquement par les hommes. Cette masculinisation contraste d'ailleurs avec d'autres communautés comme Chinchero ou Q'eros où le *telar de cintura* reste un domaine majoritairement féminin.

<sup>429</sup> Dans le cas des commandes du CTTC Cusco, il s'agit surtout d'une adaptation par la forme, c'est-à-dire qu'elle vise à adapter la forme des pièces selon les goûts des touristes, et non pas son contenu (savoir-faire, outils, iconographie).

<sup>430</sup> Il est question ici d'une date emblématique. Cela ne veut pas dire qu'avant cet événement il n'y avait pas du tout de touristes. Mais c'est à partir de ce moment qu'il y aura une arrivée conséquente et toujours en croissance

Ceux-ci s'y rendent pour observer le travail textile effectué *in situ* et pour y acheter des tissus. Le fait de se trouver dans une communauté du plateau cusquénien, quechuaphone, dont les habitant·e·s sont souvent considérés comme les héritiers directs des Incas, et de les côtoyer (ne serait que pour un laps de temps court) est bien perçu par l'étrangè·e qui s'y rend (y compris les citoyen·e·s de Cusco). Ces *comuneros* incarnent l'exotique, l'authentique, le traditionnel et leur activité textile manuelle, avec des outils « rudimentaires » qui rappelle l'époque incaïque, renforce cette idée. Cette imaginaire autour de ces populations et de leur art-isanat constitue un atout et un attrait touristiques qui incite à visiter cette communauté (à propos de l'imaginaire cf. « image touristique » de Raymond (2001b) dans le chap. 1; cf. aussi chap. 5.1). Les prix des textiles<sup>431</sup> (moins chers qu'au magasin du CTTC, à Cusco) et le bon rapport qualité-prix sont d'autres facteurs explicatifs, ce qui renvoie au processus de valuation marchande et à la valeur monétaire qui y participe (cf. à ce propos chap. 7). Chawaytire est désormais ouvert au tourisme, et des tour-opérateurs spécialisés (par ex. *Intrepid* ou *Ayawaska Wasi*) mettent en valeur, auprès des touristes, le processus de fabrication manuelle des textiles. À cela s'ajoutent les personnes venues de manière indépendante (encouragées par la visite au local du CTTC à Cusco, par la publicité de PromPerú, l'office du tourisme, etc.) ou encore des ami·e·s, des collègues ou membres de ma famille que j'ai amenés sur place (par ex. Drago) ou conseillé de s'y rendre.

L'activité textile est devenue ainsi peu à peu une ressource économique très importante et convoitée, même si cette activité ne bénéficie pas de manière égalitaire à toute la communauté. La réussite du CTTC Chawaytire a servi d'exemple et d'encouragement à la création d'autres associations de tisserand·e·s, qui ne connaîtront pas le même succès et finiront par disparaître (Terry 2009). Toutefois, cet effet de « contagion » reflète cette renaissance textile dont l'acteur principal demeure encore aujourd'hui (2017) le CTTC. Ce dernier a fortement contribué au processus de « touristification » locale en donnant d'abord une visibilité touristique à la communauté à travers ses textiles et, ensuite, en donnant la possibilité aux touristes de visiter ces ateliers et d'assister au travail textile *in situ*.

Malgré son importance et, oserais-je dire, sa primauté dans ce processus, le CTTC en tant qu'institution n'est pas le seul acteur « touristificateur » de la communauté. En effet, d'autres acteur·e·s locaux et étrangers interviennent et y contribuent. Par exemple, l'ONG péruvienne ANDES est un des principaux acteurs qui a promu la création d'un circuit touristique, au sein de cinq communautés du *Parque de la Papa*, dont Chawaytire. Son offre agro-écotourisme inclut d'ailleurs,

---

de celles·ceux-ci, souvent en petits groupes formés par des tour-opérateurs. Cette augmentation due à l'activité textile et à la commercialisation textile est clairement explicitée par mes interlocutrices·eurs. Ils affirment également que le nombre des touristes tend à croître d'année en année (Terry 2009). Toutefois, d'après les entretiens entre 2014 et 2017, certain·e·s constatent une stagnation, avec des baisses selon les périodes.

<sup>431</sup> Il faut remarquer la différence entre le prix du CTTC Chawaytire par rapport à celui du magasin du CTTC Cusco qui est environ trois fois plus cher. Cette différence peut s'expliquer par les coûts liés à la gestion du magasin et du personnel ainsi qu'au financement d'activités comme les concours auxquels participent les membres.

une composante textile assurée par l'association tisserande *Ñawpa Away* (Terry 2017: 148; Terry 2011).

De son côté l'État a aussi contribué à la touristification par le financement et la promotion touristique de la communauté. Par exemple, le projet *Corredor Puno-Cusco* a financé l'apprentissage, l'amélioration de la qualité et de la productivité du travail textile auprès de l'association tisserande *Qocha Laraypa Pallay Lliclla* à Chawaytire, comme je l'avais avancé précédemment (cf. chap. 2.3.2). Ce type d'encadrement vise à améliorer l'offre touristique du textile. PromPerú, quant à lui, à travers une publication sur le TRC au Pérou, consacre quelques pages à cette communauté en mettant notamment l'accent sur ses textiles et ses variétés de pommes de terre (*papas nativas*). Par ce type de publication (qui est en même temps de la publicité touristique), PromPerú devient un acteur institutionnel supplémentaire du processus de touristification locale.

#### **4.2 Processus de fabrication textile : savoir-faire manuel (100% hand made)**

Dans le cas de Chawaytire, le marché touristique n'a pas seulement permis une renaissance textile. Il a également contribué d'une certaine manière à prolonger certains aspects industriels, au sein de la production des textiles *comuneros*. Pour mieux comprendre ce phénomène, il faut d'abord décrire le processus de fabrication textile 100% *hand made*, tels que le présentent les guides aux touristes<sup>432</sup>. Il est question d'un processus manuel qui passe par plusieurs étapes, allant *grosso modo* du filage (*puskay*) au tissage (*away*), en alternant et en juxtaposant, d'une part, le travail individuel et collectif (entre membres de la famille ou de l'association) et, d'autre part, le travail masculin et féminin (division sexuelle du travail<sup>433</sup>).

Je ferai ici une description simplifiée de ce processus, une description plus détaillée demandant davantage de temps, d'autant plus qu'il est déjà bien documentée<sup>434</sup>. En outre, je ferai cette description uniquement à travers le prisme de la technique à *telar de cintura* : celle-ci est la plus courante dans cette communauté et elle permet de fabriquer la majorité des produits textiles commercialisés sur le marché touristique, à l'exception des *chullo*. Le schéma (cf. fig. 10) résume graphiquement le processus de fabrication textile à Chawaytire à l'aide du *telar de cintura* dont la composition est aussi décrite ci-dessous.

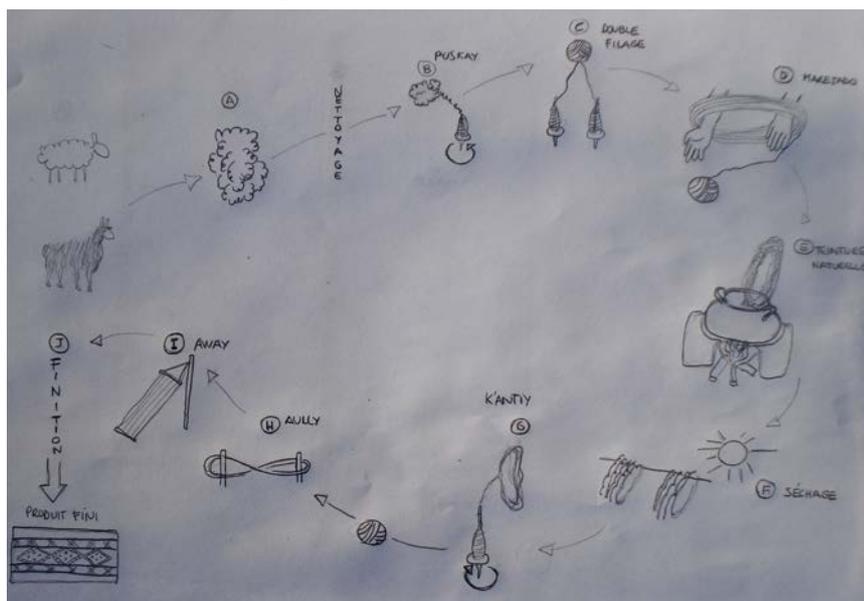
---

<sup>432</sup> Dans une moindre mesure les *comuneros* elles-eux-mêmes font cette présentation, contrairement au cas de Chinchero qui peuvent le faire en espagnol et en anglais (cf. chap. 6).

<sup>433</sup> À une certaine division sexuelle du travail qui dénote la production textile andine (cf. processus ci-dessous) s'ajoute une coopération mutuelle au sein des couples : mari et femme s'échangent souvent des tâches où la personne est plus habile. Par exemple, l'homme aide sa conjointe à commencer le travail de tissage, car le début et la fin de celui-ci requièrent de la force. De son côté, sa femme peut lui apprendre ou l'aider à réaliser ou quelques motifs en *puma sillu* (cf. description plus bas), technique d'exécution des *pallay* où les tisserandes sont plus douées.

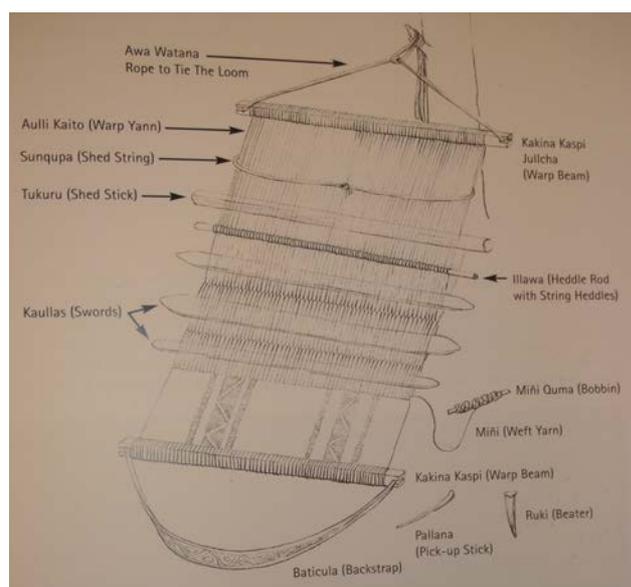
<sup>434</sup> Pour en savoir plus, se référer par exemple à Callañaupa (2007: 46-63) ou Yancaya Calvo (2008: 22-32).

**Figure 10 : Processus de production textile 100% hand made à l'aide du telar de cintura**



Dessin élaboré d'après mes observations et le récit de mes interlocutrices·eurs (Terry 2009: 50).

**Figure 11 : Telar de cintura et ses composants.**



Source : Callañaupa (2007: 53).

Description détaillée du métier à ceinture.

**Remarque :** À Chawaytire, les noms des composants du métier à ceinture varient légèrement : « *armadilla* » au lieu de « *kakina kaspi* » ; « *wich'una* » au lieu de « *pallana* » ; et « *ruki* » est plus connu comme « *rukina* » ou « *tulluruki* » (« *tullu* » signifie en quechua « os », matériel duquel cet instrument était fait jadis, alors qu'aujourd'hui il est fait en bois).

### Légende et description

- (A) **Matière première** (fibre de mouton ou d'alpaga) : obtention et nettoyage avec du détergent<sup>435</sup>.  
 (B) Filage ou *puskay*<sup>436</sup> : il s'effectue à l'aide d'un instrument de bois appelé *puska*, ou quenouille en français. Cette tâche est dévolue exclusivement aux femmes qui, avec leur main, enroulent la laine au *puska* dans le sens inverse des aiguilles d'une montre, ce qui transforme progressivement la matière première en fils. S'il est vrai que cette tâche prend beaucoup de temps, elle est réalisée souvent en déplacement ou durant d'autres activités comme l'élevage.

<sup>435</sup> À Chinchero, lors des démonstrations textiles, les tisserandes expliquent l'utilisation d'une racine (i.e. *saktana*) comme détergent naturel (*detergent natural*) (cf. chap. 6.1).

<sup>436</sup> En quechua *puskay* veut dire « prendre », « sélectionner » (dans le domaine textile) et aussi « cultiver » (dans le domaine agricole).

- (C) **Double filage** : les laines de deux *puska* sont mélangées, afin de créer une fibre plus résistante sous la forme d'une boule.
- (D) **Marejado** : activité souvent réalisée à deux. La boule de laine est déplacée de manière à être défaité progressivement sur les bras d'une personne formant un cercle de laine.
- (E) **Teinture naturelle** (*teñido natural*) : réalisée à l'aide de plantes ou de cochenille et effectuée souvent de manière collective<sup>437</sup>.
- (F) **Séchage** : effectué une seule fois (à l'exception de l'indigo)<sup>438</sup>.
- (G) Torsade ou **k'antiy** : les fils sont tordus afin d'être encore plus resserrés. Le *katiy* s'effectue dans le sens inverse de celui du *puskay*. Tout comme celui-ci, le *k'antiy* est pratiqué exclusivement par les femmes et peut être réalisé en déplacement et parallèlement à d'autres activités. Les fils sont stockés sous forme de boule.
- (H) Ourdissage ou **aully** : souvent préparé par 3 personnes. Deux personnes se placent à chaque extrémité symbolisée par l'emplacement de deux bâtons plantés dans le sol (correspondant postérieurement aux ensouples du métier à ceinture). La troisième personne passe les fils entre ces deux bornes, en forme de 8. La disposition des fils dépend du choix des couleurs du tissu (*K'aytu tupachiy*) et des motifs envisagés.
- (I) Tissage ou **away** : effectué selon l'objet à tisser et la technique d'exécution des motifs ou *pallay* désirée d'après la technique de *puma sillu* ou *ley pallay* (cf. ci-dessous photo 13).
- (J) **Finitions** : réalisées majoritairement par les femmes. Il existe différentes techniques de finitions telles que *kumpay*, *chichilla* et *flecós* qui s'appliquent sur les bords des tissus. Celles-ci protègent non seulement des éventuels effilochements mais permettent également à d'ajouter un élément décoratif.

---

<sup>437</sup> D'après mes informations sur 2008, le CTTC Chawaytire possède cinq *q'onchas* (cuisinière locale) que chaque groupe, d'environ 10 personnes, utilise pour chauffer les récipients contenant des plantes ou de la cochenille (insecte qui se trouve dans les cactus) (cf. plus de détails dans le chap. 6.1). La substance qui en résulte sert à teindre la laine. Parmi les plantes utilisées à Chawaytire l'on peut citer : *qolli*, *kiku kiku* ou *qaqaq sunkhan* (pour le jaune ou l'orange) et *ch'illka* (pour le vert). La dégradation des couleurs dépend du nombre de fois que l'on trempe la laine dans la substance obtenue. Par exemple, la *ch'illka* peut donner une couleur vert très foncé ou très claire selon le trempage, la laine teinte à l'aide de la cochenille donne le rouge ainsi qu'une diversité qui en dérive (violet, rose, etc.). Il faut remarquer que l'étape de teinture n'a pas lieu dans le cas où le tisseur déciderait d'engager des couleurs de base, provenant de l'animal (mouton, alpaga) : blanc, noir, brun ou gris.

<sup>438</sup> À Chawaytire, la teinture à l'aide de l'indigo demande un traitement particulier. Contrairement aux teintures à base d'autres plantes qui nécessitent un seul séchage, la laine teinte avec ce colorant doit être sortie du récipient et séchée à plusieurs reprises (une fois par semaine durant un mois). L'*indigo* est en outre mélangé avec l'urine humaine qui sert de mordant. Pour en savoir plus sur l'indigo, visiter le site <http://www.konig-tapis.ch/SOV/FR/Torba/Fabrication/299f4.pdf> (consulté le 08.11.15).

**Photo 13 : Techniques *puma sillu* et *ley pallay***



Auteur : Alfredo ; photographie de l'auteur. Partie d'une *lliqllla* recto-verso. La technique de *puma sillu* correspond aux bords de couleurs noire et blanche alors que celle de *Ley pallay* est placée au milieu du tissu en rouge et blanc.

**À gauche :** Partie recto. *Ley pallay* est parfaitement perceptible et en relief. **À droite :** Verso. *Ley pallay* devient difficilement saisissable alors que *puma sillu* demeure perceptible en changeant uniquement les motifs en négatif (blanc et noir).

### 4.3 Six stratégies de la production textile touristique

Le processus de fabrication entièrement manuelle comme jadis (par ex. à l'époque précolombienne) n'est plus aujourd'hui opérationnel dans le marché touristique. Si celui-ci a permis le retour des techniques préindustrielles de teinture, une production complètement manuelle n'est plus adaptée. Cela induirait une production textile moins importante, ne permettant pas de suivre la demande touristique. Parallèlement, les bénéfices économiques des tisserand·e·s seraient amoindris à cause d'une hausse des prix et d'une production significativement moins importante, en terme de rendement.

D'un autre côté, une fabrication complètement industrielle irait à l'encontre de la quête de l'authentique, du traditionnel de la part des touristes ; d'où l'encouragement à maintenir une production manuelle, comblant leurs attentes. La production textile touristique trouve ainsi un consensus, une articulation entre ces deux logiques de production. Dans ce dessein, les tisserand·e·s mettent en œuvre différentes stratégies. Si celles-ci sont déployées principalement pour accroître la rentabilité de la production, elles veillent à conserver également son apparence traditionnelle tant appréciée et recherchée par les touristes (y compris des Cusquénien·ne·s). Je distingue six différentes stratégies que je développerai ci-dessous. L'ensemble des stratégies vise à augmenter la productivité et la diversité textiles au sein du marché touristique, afin d'accroître les chances de vente auprès des touristes.

### **4.3.1 La substitution : le filage industriel**

Cette stratégie vise à remplacer discrètement une partie du processus de production manuelle par des éléments industriels, sans pour autant nuire au résultat final. Il s'agit en effet de dispenser le travail de filage (cf. point C, fig. 10) - partie la plus longue du processus de fabrication textile - par l'introduction d'une fibre filée mécaniquement. Vendue en rochet (grande bobine de fils de laine de forme conique contenant environ 800 grammes, cf. ci-dessous photo 14 et photo 15), celle-ci s'achète dans les fabriques ou marchés des villes comme Cusco, Arequipa ou Lima et est ensuite acheminée vers la communauté. Cette substitution permet également de se passer du travail de double filage (cf. point D, fig. 10). La suite du processus est identique.

**Photo 14 : Du filage manuel au filage industriel**



**À gauche** : Maribel apprenant à filer à l'aide de la *puska* au sein du CTTC Chawaytire. Photographie de l'auteur (Terry 2009). **À droite** : filage industriel sous forme de cône utilisé désormais dans le processus de production textile. Généralement la couleur blanche est préférée pour pouvoir ensuite procéder à une teinture, à partir de produits naturels. Source : <https://www.pinterest.com/catnipyarns/alpaca-alpaca-blends-undyed-yarn/> (consulté le 08.11.15)

**Photo 15 : Cônes marrons**



Une cinquantaine de cônes. Photographie de l'auteur dans l'association CTTC Chawaytire (10.01.15).

Le travail manuel reste prédominant dans la fabrication textile à l'aide du *telar de cintura*. De par ce remplacement, le processus de production textile est accéléré et la productivité augmentée. Le temps ainsi gagné permet aux tisserand·e·s de fabriquer davantage de produits divers que les *comuneros* stockeront avant de les vendre aux touristes. Ce gain de temps leur permet également de continuer à réaliser les autres activités nécessaires de leur économie, principalement l'agriculture et l'élevage.

Contrairement à ce que l'on peut penser, cette stratégie de substitution ne dépouille pas la production de son image traditionnelle, notamment pour les touristes. Premièrement, l'aboutissement du filage à la main est relativement le même que celui issu d'un travail mécanique. La différenciation (apparence et toucher) entre les deux types de filage demande une expertise qui semble hors de portée des néophytes. Le résultat apparaîtra donc comme identique<sup>439</sup>. D'autre part, la partie manuelle du processus camoufle totalement celle réalisée de manière industrielle. La première est, en effet, non seulement prédominante par rapport à la dernière, mais des éléments comme la teinture naturelle, le tissage à *telar de cintura* ainsi que les motifs font référence au savoir-faire traditionnel et rappellent la production précolombienne. Ces éléments « sautent aux yeux des touristes », et prévalent sur la moindre trace industrielle engagée dans le processus.

De surcroît, le discours, le regard et les expositions, dont les textiles *comuneros* font l'objet (à Cusco, à Písaq, à Chawaytire) exaltent son caractère traditionnel et artisanal (au sens manuel du terme). En effet, la commercialisation textile à Chawaytire est souvent précédée d'une démonstration du processus de fabrication traditionnelle entièrement à la main. Cette démonstration omet tout élément industriel et exalte, au contraire, le processus manuel. Les touristes sont entourés de femmes qui filent avec la *puska* ou de plusieurs personnes qui tissent avec le *telar de cintura*<sup>440</sup>. De son côté, le local du CTTC Cusco comprend un musée où il expose le textile (processus de fabrication, importance culturelle, etc.) ne faisant aucune allusion aux logiques industrielles. Les étiquettes des produits commercialisés mettent en valeur leur caractère manuel et traditionnel. En outre, à l'intérieur de ce local, des tisserand·e·s de différentes communautés travaillent le textile de façon complètement manuelle. Il est même possible de voir des femmes qui s'occupent du filage avec le *puska*.

Le côté industriel est donc amoindri, très souvent totalement dissimulé aux yeux des touristes. Cette occultation réifie l'imaginaire autour de la production traditionnelle et assure ainsi la vente de leurs produits auprès des touristes<sup>441</sup>. La moindre trace des éléments industriels pourrait, en fait, faire effondrer l'image passéiste que les touristes portent sur ces produits traditionnels et les dissuader de les acheter par manque d'authenticité. Réelle ou non, ce dévoilement demeure un risque potentiel.

Par ailleurs, l'introduction du filage industriel ne signifie pas pour autant la fin du filage manuel. En effet, le *puskay* est toujours pratiqué par les femmes comme une manière d'assurer une fabrication complètement manuelle. Celle-ci se révèle indispensable pour une production plutôt locale, par

---

<sup>439</sup> Les tisserand·e·s sont capables de distinguer clairement un objet textile fait à base de filage industriel de celui fabriqué des *q'aytu*, c'est-à-dire des fils obtenus à l'aide de la *puska* (filage manuel) (cf. chap. 2.2.1 où je parle de la triple distinction *q'aytu/lana/cono*).

<sup>440</sup> Ce type de démonstration du processus textile ressemble dans l'ensemble à celui des centres textiles de Chinchero (cf. chap. 6.1).

<sup>441</sup> Dans son étude sur la production textile du district de Juliaca-Puno, Velásquez (1998) soulève un paradoxe qui paraît aujourd'hui résolu avec cette articulation discrète entre traditionnel et industriel. En effet, cette auteure dit que la technologie textile traditionnelle constitue « un obstacle pour l'augmentation des volumes de production ». Mais paradoxalement, cette technologie assure une production traditionnelle, non industrielle, qui demeure « un attrait en termes commerciaux par sa condition d'artisanat » (p. 233-234). Grâce à cette articulation, la production textile locale tire donc l'avantage de ces deux composantes (traditionnelle/industrielle).

exemple, à des fins identitaires (cf. ponchos ou *lliqlla* d'usage local dans le chap. 3) et de protection (cf. cas du *lloqepaña* dans le chap. 3.2.4). En outre, les concours organisés annuellement par le CTTC<sup>442</sup> sont une autre occasion pour mobiliser ce savoir-faire manuel. En effet, les participant·e·s doivent élaborer des pièces complètement manuelles, comme j'ai pu en témoigner en assistant à l'édition 2008 à Chawaytire. J'ai également pu le constater lors du « *Tinkuy* - Rencontre de l'Art Textile » de 2013, dont la prochaine édition aura lieu en novembre 2017. Le *Tinkuy* est soutenu par le CTTC et l'Andean Textiles Art (ATA), association qui travaille de manière étroite avec le premier et qui se charge de venir en aide aux *comuneros* pour « préserver et révisualiser leurs traditions textiles » (*preserve and revitalize their textile traditions*). D'ailleurs, le *Tinkuy* encourage des ateliers de teinture naturelle, filage ou tissage manuel<sup>443</sup>, ce qui met en évidence la continuité de ces pratiques et la diffusion de celle-ci auprès d'un public plus large.

Bien que rare, la production entièrement manuelle n'est pas non plus totalement exclue de la commercialisation touristique. Il s'agit surtout de certains objets issus des concours (cf. ci-dessous photo 15) qui sont par la suite commercialisés à l'intérieur du local du CTTC à Cusco.

#### **4.3.2 La réduction : diminution des *pallay***

La stratégie de réduction des motifs engagés accompagne et prend le relais de la première stratégie. En effet, plus il y a de *pallay*, plus le temps consacré à l'élaboration de ces motifs est important ; temps qui s'allonge selon la complexité de ceux-ci, et qui peut retarder la finition d'un tissu. Ainsi, cette stratégie permet d'accroître la productivité textile en diminuant la quantité des *pallay* dans le tissu et en augmentant, parallèlement, la partie sans motifs, appelée en quechua *pampa*.

Cette réduction différencie notamment la production touristique de la production locale, se caractérisant généralement par l'abondance et la complexité des *pallay*, comme en témoignent de manière emblématique les *ponchos* ou *lliqllas* de Chawaytire (cf. photo 16). Selon Alfredo – tisserand local – la fabrication d'un *poncho* pour les touristes (*poncho pampa*) demande de 8 à 9 jours de travail à plein-temps (journées de 8 à 12 heures) alors qu'un poncho chargé de motifs (*poncho pallay*) nécessite environ un mois de travail<sup>444</sup>. Dans le cas d'autres communautés tisserandes comme les Q'eros, un poncho peut demander entre 6 à 12 mois, selon certains interlocutrices·eurs q'ero.

---

<sup>442</sup> Les concours que réalise le CTTC constituent une grande occasion pour les tisserands de toutes les communautés membres de mettre à l'épreuve leurs qualités textiles à travers une production faite 100% à la main. Cela ne veut pas forcément dire que chaque tisserand·e fera tout lui-même, mais plutôt que tous les éléments introduits obéissent à une production manuelle. Par exemple, j'ai pu observer que certains tisserands étaient aidés par leurs épouses, chargées du filage, ou d'autres encore qui achetaient ailleurs des fils filés à l'aide du *puska*. L'introduction du rochet industriel dans ces concours signifie la disqualification et s'accompagne d'une amende. Les objets textiles issus des concours sont d'une grande qualité. Ils sont souvent exposés dans le musée du CTTC Cusco et parfois même mis en vente à l'intérieur du local. Ces concours sont par ailleurs une occasion pour les tisseurs locaux d'affirmer leur fierté personnelle et leur estime de soi (Terry 2009: 102-104).

<sup>443</sup> <http://textilescusco.org/tinkuy2017/esp/> (consulté le 04.10.17).

<sup>444</sup> À Chawaytire, les ponchos (habits masculins) et les *lliqlla* (habits féminins) utilisés lors des mariages ou des fêtes contiennent une grande quantité des énormes *pallay* qui ne se retrouvent pas, ou en tout cas difficilement,

### Photo 16 : Réduction des *pallay*



Photographies de l'auteur.

À gauche : Alfredo, tisserand champion d'un concours dans la catégorie *lliqla* grâce à son tissu fait en *lloqepaña* et résultant de trois différentes techniques d'exécution des *pallay* (*ley pallay*, *puma sillu* et *puntas*).

À droite : Tissage d'une écharpe avec moins de motifs et plus simple par rapport à la *lliqla* d'Alfredo. Œuvre de Wilfredo. À comparer également avec la photo 14.

Toutefois, la diminution des *pallay* n'implique aucunement une perte du contenu iconographique, car les textiles vendus aux touristes continuent de reproduire des anciens motifs (*ñawpa pallay*), voire de s'inspirer de ceux-ci pour en créer de nouveaux. Selon moi, ceci atteste d'une créativité art-isanale doublée d'un certain dynamisme dans la production textile.

Ce dynamisme est aussi adressé par Teresa Gisbert et al. (2010) de point de vue historique (cf. aussi chap. 2.1), en mettant en évidence la création des nouveaux motifs inspirés d'éléments contemporains à l'époque de fabrication (par ex. hélicoptères, voitures, etc.). Anath Ariel de Vidas (1996: 38) parle à ce propos de « métissage culturel » en se référant notamment aux techniques et motifs incorporés localement. Un textile *comunero* ayant obtenu le deuxième prix en 2014 dans la « catégorie traditionnelle » du concours *Arte Michell* que j'ai observée au *Museo Amano* à Lima est emblématique de ce phénomène. Élaborée à l'aide du métier à tisser par Lizabeth Huatta Quispe de l'île de Taquile, cette *faja calendario* (sorte de *ch'umpi* ou ceinture grosse) comportait comme iconographie l'inscription « *The North Face* » (y compris le logo) qui se trouve au-dessous d'un oiseau.

#### **4.3.3 La sous-traitance : externalisation du travail textile à des tiers**

À côté de ces deux stratégies qui accélèrent le processus de fabrication textile et dont l'usage s'est généralisé à Chawaytire, il existe une autre stratégie qui rend également le textile opérationnel et rentable dans le marché touristique : la stratégie de sous-traitance. Celle-ci vise à externaliser ou à

---

dans la production touristique, étant donné leur complexité et le temps que cela implique. De plus, la fabrication de tels habits est réservée à peu de tisserand·e·s qui maîtrisent ce savoir-faire. J'ai emprunté la distinction entre *poncho pallay* et *poncho pampa* aux *comuneros* de Racchi (Cusco) qui m'en avait fait mention en 2008.

déléguer une partie, voire la totalité du processus de production textile à une tierce personne<sup>445</sup>. Selon Alfredo, cette stratégie se révèle parfois plus rentable que le fait de produire le textile soi-même, car ce procédé permet de décharger la personne de cette activité et de consacrer ainsi plus de temps au travail de la terre ou à d'autres activités. Parfois, c'est une manière pour les tisserand·e·s de concentrer l'entièreté de leur temps aux commandes effectuées par le CTTC Cusco, surtout à la fin du mois<sup>446</sup>.

Cette stratégie n'est pas pour autant exempte d'effets parallèles. Une sous-traitance partielle peut induire un certain travail à la chaîne qui découpe le processus de production textile en parties et les délègue à des tiers avec des coûts associés<sup>447</sup>. De son côté, une externalisation totale peut amener à une certaine salarisation du travail textile comme le laisse entendre Alfredo. Il affirme avoir eu deux tisseurs qui travaillaient pour lui, mais sous forme de commandes, et non pas de manière constante en tant que salariés fixes. Ce cas semble cependant isolé, et cette salarisation ne paraît nullement (ou peu) pratiquée par les autres tisserand·e·s, d'après mes observations et mes entretiens de 2008. Si ce panorama ne semble pas avoir changé lors de ma recherche doctorale, nous verrons cependant que l'introduction du métier à pédale dans la communauté (cf. section 4.3.5) a poussé le travail dans cette direction. L'étude de Francis O'Connor (1996) dans la communauté de San Pedro de la Cajas dans les Andes péruviennes décrivait déjà des formes de sous-traitance et les effets de semi-prolétarianisation (*semi-proletariat*) qu'elle a produits. Je reviendrai sur cette étude dans la partie finale.

#### **4.3.4 L'intermédiation commerciale : achat-vente de textiles**

Cette stratégie obéit à une logique d'achat-vente que l'on trouve chez tout·e commerçant·e. Celle-ci prolonge jusqu'au bout la stratégie précédente car la production est complètement déléguée à une autre personne<sup>448</sup>. Dans le cas de Chawaytire, cette stratégie concerne particulièrement les tisserand·e·s membres du CTTC qui, grâce au capital issu de la vente textile, sont en mesure d'acheter des textiles à des tisserand·e·s indépendantes (généralement n'appartenant à aucune des trois

---

<sup>445</sup> Les tisserand·e·s peuvent par exemple externaliser simplement une étape du processus de production comme le *puskay* ou l'*away* ou encore aller jusqu'à déléguer à une autre personne tout le travail en lui donnant les matériaux nécessaires. La stratégie de sous-traitance, surtout sous sa forme extrême, est moins utilisée que les autres stratégies d'après mes observations en 2008.

<sup>446</sup> Le CTTC Cusco délivre mensuellement des commandes aux membres. La finesse et la qualité demandées nécessitent un travail soigneux de la part de chaque tisserand·e. Généralement, la personne consacre une semaine entière de longues journées de travail pour y parvenir, ce qui limite souvent le temps pour réaliser d'autres activités.

<sup>447</sup> Alfredo décompose le travail à la chaîne avec ses coûts approximatifs : 1) achat de laine filée industriellement (env. 800 gr de laine = 40 PEN, soit env. 10 USD) ; 2) un·e tisserand·e sous-traitant doit teindre la laine et faire l'ourdissage ; 3) le tissage est délégué à un tiers (65 PEN, soit env. 16 USD + feuilles de coca en forme de remerciement et pour donner de la force au travail). Dans le cas où il s'agit d'un travail totalement manuel, il faut ajouter en plus de cela : achat de la fibre de laine (env. 6 PEN, soit env. 1.5 USD/unité) et le filage par un tiers (15 PEN, soit 3.75 USD/1 kl. laine). De cette sous-traitance, il affirme tirer un bénéfice minimal de 100 PEN (env. 25 USD) par objet sous-traité et vendu. Calculs adaptés à 2008 : 4 PEN = 1 USD environ.

<sup>448</sup> Cette stratégie est à distinguer de l'externalisation totale mentionnée avant. Dans ce dernier cas de figure, le travail textile est certes délégué à une autre personne, mais, contrairement à la logique d'achat-vente, les éléments et les instruments sont en grande partie, voire totalement fournis par le sous-traitant. La stratégie d'intermédiation commerciale sous-tend un rapport purement marchand (commerçant·e-acheteur·e) et non pas salarial ni de sous-traitance comme c'est le cas pour l'externalisation du travail textile.

associations tisserandes de la communauté existant à cette époque-là). Cet achat se fait à des prix inférieurs aux prix de vente. De cette façon, les tisserand·e·s-commerçant·es obtiennent un bénéfice lors de la revente et, de leur côté, les tisserand·e·s-producteur·e·s trouvent une manière d'écouler leur production par l'intermédiaire des premiers, contre argent comptant. Par conséquent, tout comme pour la sous-traitance, cette stratégie d'intermédiaire commercial permet de distribuer quelque peu les bénéfices qu'obtient le CTTC Chawaytire par la vente textile.

\*

Notons que ces stratégies, particulièrement les deux dernières, ne sont pas exclusives aux tisserand·e·s de Chawaytire, mais sont également déployées par d'autres acteur·e·s des marchés ou centres artisanaux de la région de Cusco et d'autres villes (Lima, Puno, etc.). Le cas de Chawaytire paraît ainsi confirmer une tendance générale que j'avais déjà observée dès 2008 en dehors de cette communauté : l'augmentation du nombre de (tisserand·e·s-) commerçant·e·s, au détriment de celui des simples tisserand·e·s, à l'instar des autres domaines de production artisanale<sup>449</sup>. Cette hausse témoigne de l'importance croissante de la valeur d'échange des textiles andins.

#### **4.3.5 La mécanisation : l'exemple du *telar***

Les quatre stratégies mentionnées préalablement sont tirées d'une analyse issue en grande partie de mon travail de terrain à Chawaytire en 2008. Si celles-ci sont encore présentes, de nouvelles stratégies ont émergé au fil du temps. Dans le récit introductif, j'avais déjà anticipé cette question en évoquant justement la stratégie qui concerne plus particulièrement cette section, effectuée grâce au *telar* : la mécanisation. Comme je l'ai déjà noté, je ne l'avais pas répertorié au sein de la communauté lors de mon travail de 2008, alors que ce type de mécanisation est aujourd'hui en pleine expansion. Comme nous le verrons plus tard, il dépasse le cadre de cette communauté, comme le laisse déjà entrevoir le discours des fonctionnaires de la Municipalité de Písaq.

Je reprends ici le récit introductif, au moment de ma conversation avec Lucio. Celui-ci m'explique plus en détail le fonctionnement du *telar*, ce qui permet de mieux comprendre sa rapidité par rapport à son « cousin », le *telar de cintura*.

#### **Le *telar* contre le *telar de cintura***

Chez Lucio, après avoir abordé la question des origines du *telar*, je m'approche d'une des machines. Elle est structurée en trois parties qui rendent son fonctionnement possible : (1) en bas deux pédales permettant de monter et descendre les fils (*aully* non tissé) disposés en haut

---

<sup>449</sup> Au village de Písaq, connu par son marché artisanal (*mercado artesanal*) j'ai pu observer le recours à ces stratégies. Par exemple, plusieurs personnes achetaient déjà des céramiques sur lesquelles elles dessinaient des motifs avant de les mettre en vente (i.e. stratégie de sous-traitance ; cf. aussi la sous-traitance textile dans le cas de la prison de *Qenqoro* in chap. 2.3.2). Dans le *mercado artesanal* de Písaq, c'est la logique d'intermédiation commerciale qui prime : la plupart sont des commerçant·e·s, certain·e·s sont des artisans-commerçants et la grande minorité sont uniquement des artisan·e·s. Les tisserandes de Chawaytire qui y vendent leurs textiles suivent aussi cette stratégie d'achat-vente, dans une moindre mesure.

et en bas pour passer la trame et fermer le tissage ; (2) au milieu (à la hauteur des mains) une partie tenant le tissage (*aully* tissé) et l'enroulant au fur et à mesure que celui-ci avance ; et (3) en haut (en dessus de la tête) un système permettant de sélectionner les fils pour l'élaboration progressive des *pallay*. Cette dernière partie – faisant l'originalité de l'engin – est la plus complexe car composée d'un dispositif de sélection à l'aide de bâtons en métal.

**Photo 17 : Le *telar* ou métier à pédales**



**Lucio et un de ses telar chez lui.** À noter que les fils (au nombre de 25) qui passent au-dessus de sa tête permettent la reproduction des motifs. Photographie de l'auteur (octobre 2015) prise lors d'une visite à Chawaytire avec des étudiant·e·s d'anthropologie de l'Université de Cusco UNSAAC.

Chaque bâton permet en effet de sélectionner les fils à monter (et à descendre inversement). L'ensemble des bâtons reproduit ainsi progressivement la formule mathématique des *pallay*, cette formule étant exécutée par des aller-retours des bâtons. Le nombre de ces derniers varie en fonction de la formule à réaliser : « 25, 40, 50, 10, ... »<sup>450</sup>. Les autres éléments de l'appareil sont à peu près identiques à ceux utilisés pour le *telar de cintura* (cf. photo 2 et fig. 11) ; le *ruki* en étant la principale exception car risquant de casser les fils du *telar*<sup>451</sup>. Sur place, j'avais pu observer une quinzaine d'exemplaires, répartis entre la maison de Lucio et de son frère, John. Il y a deux jeunes garçons qui travaillent sur le métier à pédale chez Lucio. C'est l'occasion parfaite pour mieux comprendre cet engin. J'observe de plus près son fonctionnement en regardant un des jeunes tisser. Lucio, quant à lui, n'hésite pas à répondre avec une certaine fierté à mes questions concernant la performance de son *telar*. Assis devant son métier, le jeune tire vers le bas un des bâtons du système (partie 3), met la *kaulla* entre les fils montés en poussant vers lui pour fermer le tissage. Il positionne ensuite la *kaulla* pour permettre le passage de la trame (partie 2). Par la suite, il change les pédales (partie 1) pour reprendre le deuxième bâton du système (partie 3). Le processus s'ensuit ainsi progressivement avec le troisième bâton et le suivant, jusqu'à l'épuisement des bâtons. Il faut ensuite aller dans le sens inverse

<sup>450</sup> Chiffres donnés par Lucio. J'ai pu constater sur plusieurs *telar* que ce nombre varie selon les *pallay* à élaborer.

<sup>451</sup> Alfredo évoque cette raison de l'absence du *ruki* dans le *telar*. Cela explique le pourquoi des pièces *telar* plus molles par rapport aux textiles *away* qui en font toujours usage (Alfredo, 25.10.15).

du dernier au premier bâton. Le système est donc conçu pour faire des aller-retour prédéfinis, ce qui importe est de suivre l'ordre.

Chaque *telar* est capable de reproduire ainsi un ensemble de motifs prédéfinis que l'opérateur·e peut exécuter. De par sa structure prédéfinie, il est nécessaire d'avoir plusieurs machines, afin d'élaborer diverses pièces se distinguant par leurs motifs. Lucio et son frère possèdent ainsi plusieurs machines, non seulement afin de favoriser un travail simultané de plusieurs personnes mais également afin de diversifier l'offre textile.

Cette configuration structurelle peut d'ailleurs permettre de distinguer les textiles *telar* des textiles *away* ; les premiers ayant toujours les mêmes iconographies sur une ligne verticale (les motifs peuvent changer d'une ligne à une autre dans le même tissu, mais pas sur la même ligne), tandis que les seconds peuvent varier sur l'axe horizontal et vertical, en fonction de l'initiative de la personne qui tisse. Toutefois, ce n'est pas un critère exclusif - la production *away* pouvant aussi appliquer cette logique de répétition sur l'axe vertical.

De plus, le *telar* n'est pas capable de reproduire tout le répertoire iconographique. Comme me l'explique John, il existe des motifs difficiles à élaborer avec le *telar*. Dans ce cas, le *pallay* doit être réalisé de manière manuelle. À ce propos, Lucio souligne que le *telar* est incapable de reproduire tous les motifs, bien qu'il le permette en grande partie. Le motif *loraypo* (cf. chap. 2.2.4) est aujourd'hui réalisé à l'aide de cette technique, même si le résultat n'est pas totalement fidèle. Par contre, la complexité de certains *pallay*, comme ceux de la Momie Juanita – très difficiles à reproduire même en *away* – les rend simplement impossible à élaborer en *telar*, comme le reconnaît Lucio.

Une autre distinction *telar/away* est liée à la texture de la pièce : les textiles *telar* tendent à être plus doux car ils ne serrent pas trop le tissage par rapport aux textiles *away* qui utilisent le *ruki* à cet effet. Mais, ce critère ne s'applique pas toujours puisque la quête de pièces plus douces de la part des touristes (comme l'affirme par exemple Clodomira, tisserande de Chinchero<sup>452</sup>) peut pousser à se dispenser de l'usage du *ruki* dans les textiles *away*. Cela rend difficile la tâche de distinction du type de pièce.

\*

Cette description met en évidence un nouveau panorama textile à Chawaytire où cohabitent désormais deux formes des textiles *comuneros*, à deux vitesses. Aujourd'hui, dans la communauté, cela se manifeste par l'existence des deux associations, le CTTC – qui continue avec une production *away* et tricot – et celle de Lucio et sa famille<sup>453</sup>. Mais à part la vitesse, qu'induit le *telar* ?

---

<sup>452</sup> Clodomira, 10.09.15. Entretien lors de *Feria à la Plaza San Francisco* organisée par l'INPE-ORSO.

<sup>453</sup> Certains tisserand·e·s comme Alfredo ou Mario évoquent l'existence de deux *associations* alors que July Godoy préfère parler de la production textile de Lucio en tant qu' « entreprise familiale » (*empresa familiar*).

### **« Produire industriellement la culture » ? Changements, enjeux et perspectives**

Le *telar* devient aujourd'hui une nouvelle modalité de production des textiles andins qui se situe à mi-chemin entre manuel/industriel. Etant donné la demande textile, notamment du marché touristique, en terme non seulement de diversité (le *telar de cintura* assure déjà une diversification de l'offre) mais surtout de prix, le *telar* est de plus en plus utilisé, peut-être au détriment (réel ou potentiel) du métier à ceinture non seulement à Chawaytire, mais aussi ailleurs. Cela se manifeste clairement dans l'offre textile de nombreux centres artisanaux de la région de Cusco. D'ailleurs, lors du « Premier concours démonstratif des artistes et artisans du quartier de San Blas » en octobre 2015, au cœur de la *Plaza de Armas*, un tisserand cusquéenien montrait ouvertement son travail effectué à l'aide du *telar*. Un rapport sur les textiles de Pacchanta – communauté du district d'Ocongate – évoque l'usage de cet appareil, à côté du travail mis en œuvre à l'aide du métier à ceinture. La description et la photographie (p. 57) montrent qu'il s'agit du *telar*, semblable à celui de Lucio. Dans les Andes équatoriennes, Lynn Meisch (2002: 54-5) parle du passage de la production à l'aide du métier à tisser au métier à pédale, puis à des machines (*electric loom*), mais jusqu'à certain point<sup>454</sup>. À Otavalo, Ariel de Vidas (1996: 98) constatait déjà l'utilisation du métier à pédale pour la production commerciale, contrairement au métier à ceinture pour la consommation domestique. Si à Chawaytire et dans d'autres communautés andines de Cusco, le métier à ceinture est aussi utilisé pour la production commerciale, le cas du *telar* témoigne d'une stratégie des *comuneros* visant à devenir plus compétitifs sur le marché. Contrairement aux exemples équatoriens, il n'est pas question des métiers à pédale pour la production de tapisseries. Il s'agit d'un engin qui fabrique des textiles similaires à ceux issus du métier à ceinture (cf. distinction textiles *away* vs textiles *telar* in chap. 2.2.2). Le *telar* devient ainsi une nouvelle forme de production des textiles *comuneros*, fortement liée au marché<sup>455</sup>.

La distinction entre *away* et *telar* n'est pas évidente, pour les raisons susmentionnées : j'ai été le témoin d'un débat entre des membres de l'association tisserande *Inkakunaq Ruwaynin* concernant le choix entre ces deux techniques pour la confection d'une grande couverture. Cet exemple illustre la difficulté de les distinguer, même chez les *comuneros*. En fait, le *telar* cherche à imiter le plus fidèlement possible les textiles *away*, tout en se distinguant par les modalités de production et par une organisation de travail qui lui est propre.

Le *telar* induit, en effet, une organisation du travail différente de la production *away*, dans la mesure où la main d'œuvre n'est pas forcément détentrice d'un savoir-faire textile. Si Lucio sait

---

<sup>454</sup> Meisch (2002: 54-5) décrit l'introduction au marché de ces machines, en s'appuyant sur des photographies. Elle souligne cependant l'échec de son expansion de par les coûts de manutention et le manque fréquent d'électricité.

<sup>455</sup> Ariel de Vidas (1996: 119) cite l'introduction du métier à pédale à Salasaca (Équateur) en 1957 par l'intermédiaire de l'institution états-unienne Corps de Paix. S'il ne s'agit pas tout à fait d'une adaptation du *telar de cintura* décrite ci-dessus, cela montre les antécédents de ce type d'engin dans les Andes et sa relation étroite avec le marché. À ce propos, rappelons-nous l'intention de la PME *Caryluis* de fournir des *telar* à l'association *Ñawpa Away* (cf. chap. 2.3.2).

comment élaborer une pièce à l'aide d'un *telar de cintura* et le fait toujours d'après son témoignage<sup>456</sup>, certains, notamment les jeunes, n'ont pas nécessairement été initiés à la production de pièces *away*. Je parlerai dans ce cas, plus volontiers de « travailleurs » que de « tisserands » étant donné qu'il s'agit davantage d'« opérateurs<sup>457</sup> » mettant en action la machine tissant la pièce. Le *telar* leur permet de fabriquer les textiles sans se soucier véritablement de reproduire les « formules » des motifs (c'est-à-dire le nombre de fils à monter et descendre, avant de passer chaque fois la trame). Cette machine est conçue pour remplacer cette tâche spécifique. Comme nous l'avons vu, elle est capable de retracer au fur et à mesure ces formules, sans que l'opérateur n'ait à intervenir sur la manière de composer un *pallay*. Il doit juste apprendre à opérer cette machine, utiliser ses mains et ses pieds. Au contraire, le *telar de cintura* demande un apprentissage progressif et long. Il sous-tend un savoir-faire décrit précédemment (cf. section 4.2) qui a fait l'objet de nombreux travaux sur les techniques des textiles *away* et leur dimension symbolique (cf. notamment Desrosiers 2014, 2012, 2010; à propos de cette dimension Ariel de Vidas (1996: 75) parle de « valeur traditionnelle »). D'autres travaux soulignent en outre la manière d'appréhender les textiles *away* comme des êtres vivants (cf. Arnold et al. 2007; Torrico 1989; Zorn 1987: 518-520; Cereceda 1978), associés notamment au tissage à quatre lisières (Desrosiers 2000), caractérisant le travail du *telar de cintura*, à Chawaytire et dans la plupart des communautés tisserandes de Cusco (*telar a cuatro estacas* chez les Q'eros). Ce caractère vivant rappelle en outre l'*agency* des textiles andins, par exemple dans leur capacité à protéger des esprits ou à stimuler les personnes qui portent des pièces en *lloqepaña* (cf. chap. 3.2.4). On peut également rapprocher ce caractère vivant au discours tenu par des Q'eros comme Alipio, qui affirment que « [les tissus] ont toujours un *animu*<sup>458</sup> », c'est-à-dire, « l'énergie vitale qui insuffle la vie » (Sillar 2012: 70)<sup>459</sup>.

La logique qui accompagne la production issue du métier à pédale est d'ordre commercial : produire plus et plus rapidement. Bien que les stratégies décrites précédemment témoignent de l'adaptation de la production à l'aide du *telar de cintura* pour aller dans ce sens, le *telar* « démocratise » le travail de tissage. Théoriquement, tout un chacun peut en effet fabriquer des pièces ressemblant aux textiles *away*, sans être *a priori* formé à ce type de techniques. Ce nouveau type de production ouvre la voie corolairement au rapport maître-employé. Cet élément est probablement le plus significatif, en comparaison à une production *away* où la personne est indépendante, sans rapport de hiérarchie. Certes, il est possible d'instaurer ce type de rapport dans la production *away* par le biais de la stratégie de sous-traitance (cf. section 4.3.3). Cependant, comme l'affirme Alfredo et comme j'ai

---

<sup>456</sup> Il affirme alterner les deux modalités de production : le matin *telar* et le soir métier à ceinture (Lucio, 30.10.15).

<sup>457</sup> J'utilise ici le masculin, car, durant mes visites, je n'ai vu à chaque fois que des hommes. Toutefois, cela n'exclut pas une possible présence féminine, puisque, d'après Lucio, sa fille peut opérer également cette machine.

<sup>458</sup> *Siempre tienen animu* (entretien enregistré, Alipio 26.09.15).

<sup>459</sup> De nombreux travaux soulignent l'existence d'*animu*, des entités non humaines (cf. Cometti 2015; Stobart 2006: 27-28; Gose 1994: 115-116; Allen 1988: 60-62; 1982).

pu le constater, cette stratégie n'entraîne pas un rapport salarial à moyen ou long-terme (seulement sous forme ponctuelle des commandes). En outre, la le tisserande sous-traitant dispose d'une certaine marge de manœuvre et maîtrise le processus de production, au moins du tissage<sup>460</sup> et, par extension, d'élaboration du *pallay* (reproduction des motifs collectifs et/ou invention des nouveaux).

Mais pourquoi avoir recours au *telar* plutôt que continuer avec la fabrication *away*? Comme je l'ai déjà mentionné, et comme il a été confirmé par Lucio et John, il s'agit d'augmenter le rendement de production. En me montrant une écharpe qu'il élabore, ce dernier affirme que le *telar* lui permet de fabriquer 20 centimètres de plus par jour, par rapport à la technique *away* (John, 14.11.14). Lucio donne l'exemple d'un chemin de table qui a été terminé en deux jours. Avec la fabrication *away* (*telar de cintura*), deux semaines auraient été nécessaires. De plus, selon John, il existe un autre avantage : celui de soulager les maux de dos. Wilfredo, que j'ai mentionné précédemment (section 4.1), m'avait introduit à cette problématique, déjà en 2008 - le *telar de cintura* provoquant des douleurs progressives aux lombaires<sup>461</sup>. July Godoy évoque aussi le même argument, à côté des raisons de productivité.

Bien que la machine puisse parfois tomber en panne, comme le reconnaît John (les fils peuvent s'emmêler, empêchant de tisser), le *telar* permet d'adopter une stratégie alliant rendement et baisse du coût de production par rapport aux textiles *away* : les bénéfices dégagés sont donc plus importants pour les commerçant·e·s. Par exemple, selon Alfredo, une écharpe en *telar* coûte moitié moins cher qu'en *away* (environ 80 PEN, soit environ 25 USD).

Cette stratégie s'inscrit donc dans une logique de rentabilité commerciale. Elle comporte en plus l'avantage de ressembler à la production *away*, et la différence passe souvent inaperçue, aux yeux des acheteur·e·s (surtout néophytes). Certes, certain·e·s affirment que les textiles *telar* ont une qualité inférieure aux textiles *away*. Toutefois, cet aspect est davantage associé à l'absence de l'étape de torsade, créant un travail plus grossier par rapport à la production *away* qui comporte (souvent) cette étape. Néanmoins, la douceur (associée à la non utilisation du *ruki*), l'apparence *away* et le prix rendent attirant ce type de marchandise dans le marché touristique au détriment des textiles *away*. Le prix est un facteur non négligeable pour la plupart des personnes voulant acquérir des souvenirs aussi bon marché que possible, bien que la valeur de ces objets puisse être supérieure à sa valeur monétaire (cf. chap. 7.2).

Étant donné sa grande similitude avec le textile *away*, ce nouveau textile *comunero* présente pour les touristes les caractères attribués aux premiers : traditionnel, manuel, authentique, etc. L'exemple

---

<sup>460</sup> J'ai pu observer notamment le cas des enfants ou adolescent·e·s pour lesquels les parents réalisent tout le processus avant le tissage ; cette partie est ensuite laissée complètement sous leur maîtrise. À ce propos, la production de tapisserie de Máximo Laura sous-tend un rapport hiérarchique entre artiste et tisserands exécutant qui laisse toutefois une marge de manœuvre important à ces derniers (cf. chap. 2.2.4).

<sup>461</sup> Lorsque je l'ai revu à Lima, il me rectifie cette information en soulignant qu'un avantage de travailler dans la cuisine au lieu de continuer avec l'activité textile manuelle est qu'il ne force pas son dos (Wilfredo, 08.09.15). Voir aussi Tiffany (2004: 301) qui cite des problèmes de dos et de nuque liés à l'activité textile au Mexique. Venkatesan (2009: 87) mentionne de son côté, en Inde, des maux de dos et aux yeux soulignés par plusieurs tisserand·e·s (*mat-weavers*).

citée ici à travers le cas de Chawaytire est symptomatique de cette tendance. Lucio produit des *telar* pour les vendre ailleurs, par exemple à Chinchero, voire au Canada. J'ai pu d'ailleurs constater la vente de ces pièces à Chinchero auprès de Rosa, qui affirme faire des commandes à Chawaytire (Rosa, 21.10.14). Paradoxalement peut-être, Chinchero est connu pour son travail de type *away*, comme les tisserandes le revendiquent lors de démonstrations textiles *in situ* (cf. chap. 7.1). Le cas de la prison de Cusco (cf. chap. 2.3.2) met aussi en évidence cette nouvelle modalité de production. Ces exemples dénotent d'une circulation textile (cf. chap. 2.2.4) non seulement des objets *telar* dépassant le cadre de Chawaytire, mais aussi de l'appareillage nécessaire pour leur fabrication.

Cette nouvelle modalité de production mécanisée pose la question sur l'avenir des textiles *away*. Malgré l'expansion spatio-commerciale des textiles *telar*, les textiles *away* conservent encore une place importante dans le marché comme en témoignent par exemple les ventes auprès des magasins du CTTC (CTTC Cusco et musées) ou de l'association *Inkakunaq Ruwaynin* (cf. chap. 7). Quant à son usage par la population cusquéenne, une différence semble se dessiner entre milieu urbain et milieu rural. Lors des *Fiestas del Cusco* et des campagnes électorales (cf. chap. 3), j'ai pu observer plusieurs citoyen·e·s portant des ponchos et/ou écharpes de type *telar*. Chez les *comuneros*, ce phénomène est plus rare mais pas inexistant. Lors de la célébration de la Vierge Asunta de Chawaytire, j'ai rencontré par exemple, un *comunero* vêtu d'un poncho *telar*. D'après un jeune qui était sur place, « cette pièce ressemble à l'original » (*se parece al original* ; Miguel, 09.08.14).

L'usage de ces objets, plutôt que ceux de type *away*, est encouragé par le prix. De même pour les textiles d'imitation industriels qui abondent déjà dans le milieu rural. Pour un prix moindre, les personnes acquièrent des pièces qui sont « comme » les textiles *away*<sup>462</sup>. Bon marché, et donc plus rentable pour les (tisserand·e·s-) commerçant·e·s, leur présence est grandissante dans les marchés. Rappelons-nous cependant de la valeur d'usage que revêtent les textiles *away* pour les *comuneros* (chap. 3), leur dimension identitaire et protectrice (i.e. *lloqepaña*) qui peut expliquer la persistance de leur utilisation aujourd'hui, alors qu'il existe des formes textiles moins chères et plus rapides à produire.

Dans cette perspective, les textiles *telar* sont davantage voués à être commercialisés. La stratégie liée à une fabrication de ces objets dans une logique de rentabilité commerciale pourrait conduire à accentuer le processus de mécanisation des textiles. C'est ce que laisse entendre Lucio lorsqu'il s'interroge sur les possibilités d'implantation de ces machines plus productives. De son côté, José Carlos Quispe, responsable du *Museo Comunitario de Písaq* géré par la municipalité du district, affirme en rapportant les propos de Lucio : « Nous voulons être compétitifs. Nous voulons une machine qui produise plus »<sup>463</sup>. Il intègre ainsi l'argument du tisserand, sachant que la clientèle cherche des prix avantageux. Pour lui, une mécanisation poussée peut être une manière de « produire

---

<sup>462</sup> À ce propos, Alfredo m'avait affirmé en 2008 que pour la vente d'un *chullo* effectué avec la technique de *cinco palillos* (i.e. textiles tricot, un autre type des textiles *comuneros*), il achète dix *chullo* industriels (i.e. confection vestimentaire).

<sup>463</sup> *Queremos ser competitivos. Queremos una máquina que produzca más* (José Carlos Quispe, 28.11.15).

industriellement notre culture »<sup>464</sup>. Ses propos font également état de la situation actuelle, où la concurrence asiatique affecte la production locale. Il cite l'exemple des bonnets en polaire (i.e textiles de confection vestimentaire) qui sont produits en Chine. Ces témoignages mettent ainsi en évidence, des perspectives pour une mécanisation poussée comme solution permettant de se positionner dans le marché textile.

Dans ce sens, la stratégie de la mécanisation provenant du *telar* s'insère dans un processus historique d'industrialisation des textiles, souligné dans divers travaux (PromPerú 2013: 36; Gisbert et al. 2010: 96-7; Ariel de Vidas 1996: 46-7; cf. aussi chap. 2.1). Parallèlement, le *telar* renforce la marchandisation des textiles que des auteur·e·s comme Ariel de Vidas (1996) situent également du point de vue diachronique. L'existence d'un marché (au moins une niche) pour les textiles *away* permet la coexistence entre pièces faites à la main, industrielles, voire mixtes, c'est-à-dire issues de ces deux techniques (i.e. textiles *telar*).

Deux facteurs ont joué un rôle dans l'« ultramécanisation » de la production textile – phénomène vraisemblablement préexistant au *telar*. D'une part, la production de l'industrie chinoise, dont parle José Carlos Quispe et que j'ai décrite de manière très sommaire précédemment (cf. chap. 2.2.4). D'autre part, et de manière plus importante, la production industrielle de la région andine imitant les textiles *comuneros* et qui sont fortement employée par la population cusquéenne, urbaine et rurale (cf. textiles d'imitation industriels dans le chap. 2.2.2).

#### **4.3.6 La miniaturisation des objets : le cas du *chullo***

##### **Histoire d'un objet phare**

Le *chullo* constitue un des symboles représentatifs sinon du Pérou, au moins des Andes. Maints étrangèr·e·s avec qui je me suis entretenu tendent à affirmer cette association, à l'instar du poncho. Des Cusquéen·ne·s l'intègrent également comme un symbole du parti politique *Kausachun Cusco* qui reprend le bonnet comme logo politique, ou dans des discours. Ainsi en témoigne Roy, conducteur de taxi qui affirme que le *chullo* symbolise « ce qui est andin » (*lo andino*) (cf. chap. 3.3). D'autre part, on les retrouve également médiatisés sur des t-shirts, panneaux publicitaires, cartes postales, entre autres.

S'il n'y a pas véritablement un accord sur l'origine historique de cette pièce<sup>465</sup>, elle fait partie du répertoire textile des communautés andines. À Chawaytire par exemple ce sont uniquement les hommes<sup>466</sup> qui fabriquent les *chullo* à l'aide de la technique de *cinco palillos*, dont j'ai parlé à propos des textiles tricots (cf. chap. 2.2.2 et photo 6). Cette technique est répandue dans d'autres communautés tisserandes de Cusco (par ex. Q'ero, Chinchero). Ces objets sont aussi bien utilisés, que commercialisés au sein de ces communautés ou en dehors (Pisaq, CTTC Cusco, etc.). Hormis l'usage

---

<sup>464</sup> *Producir industrialmente nuestra cultura (ibidem).*

<sup>465</sup> Cf. note 245 dans le chap. 2.

<sup>466</sup> Cela fait partie d'une division sexuelle dans le travail textile à Chawaytire, tout comme à Q'ero. Toutefois, dans d'autres zones comme Accha Alta, hommes et femmes fabriquent des *chullo* (Callañaupa 2007: 36).

vestimentaire des textiles chez les *comuneros*, la population urbaine en fait usage, comme nous l'avons vu par exemple lors des *Fiestas del Cusco* (cf. chap. 3.1).

Plus que le *chullo* en soi, ce qui m'intéresse plus particulièrement dans cette section c'est son format miniature. À l'instar du bonnet collé sur le rétroviseur du taxi de Roy, on retrouve ce type d'objet plus abondamment chez l'enfant Jésus ou *Niño Manuelito* (cf. aussi chap. 3.1.1). Je m'attarderai un moment sur les antécédents de cette miniaturisation qui va au-delà du *chullo*.

Soulignons que la miniaturisation des textiles n'est pas une affaire contemporaine mais remonte à l'époque préhispanique. Lors d'une visite au *Museo Amano*, j'ai pu observer par exemple, une *lliqla* en miniature, originaire de Paracas. D'après le guide, dans les *fardos funerarios*, les Paracas mettaient des objets miniatures, dont des textiles tels que des jupes, bandeaux ou bonnets (pas identique au *chullo*) élaborés exactement avec les mêmes techniques que les pièces de grande taille. Cette pratique se retrouve dans les rites funéraires, où les cérémonies d'offrandes étaient destinées à entretenir une relation entre les personnes vivantes et les ancêtres<sup>467</sup>. D'autres travaux montrent également la miniaturisation des divers objets notamment chez les Nasca (Medina Castro et Gheller Doig 2013: 60) ou à l'époque incaïque (cf. Sillar 2016, 2012). Cette miniaturisation doit aussi être mise en lien avec les pratiques contemporaines des Andes, présente dans le cadre des offrandes, par exemple les *alasitas*<sup>468</sup>. Divers travaux ethnographiques soulèvent la valeur sociale de ces miniatures, ancrées dans un rapport des individus aux divinités (*Apus*, Pachamama, etc.), rapport nécessaire à la reproduction sociale (cf. Angé et Pitrou 2016; Allen 2016, 2002, 1997; Sillar 2012). À ce propos, Sillar (2012: 77) parle d'« entretien des systèmes de valeurs » dans le cadre des Andes péruviennes par le biais d'offrandes rituelles au sein des foyers, auxquels participent des *illas*<sup>469</sup>. D'autres auteur·e·s évoquent également les valeurs esthétiques des miniatures (Angé 2016: 494-5), qui interviennent dans la « transmission de valeurs morales » (p. 484) et « circulent successivement en tant que cadeaux (*gifts*), offrandes (*offerings*) et marchandises (*commodities*), tout en maintenant leur potentiel vital (*vital potential*) » (Angé et Pitrou 2016: 411). La valeur commerciale de ces miniatures n'est donc pas

---

<sup>467</sup> Visite guidée au *Museo Amano* (08.09.15). Le *Museo Regional de Iquique* (Chili) comporte aussi une exposition textile préhispanique où la pratique de la miniaturisation est évoquée, particulièrement destinée à de fins rituels. Le musée parle en effet d'une reproduction des pièces vestimentaires d'une taille inférieure à dix centimètres élaborés pour accompagner les morts dans leur voyage à l'au-delà (visite du 19.10.15).

<sup>468</sup> Angé et Pitrou (2016: 441) définissent les *alasitas* comme des miniatures commercialisées pour la plupart lors de pèlerinages, et qui servent d'« offrandes votives ». Dans le cadre du tournage d'un documentaire sur le pèlerinage de *Qoyllurit'i* en 2017 (Cometti et al. 2018), j'ai pu observer l'achat des objets en miniature (voitures, maisons, diplômes, etc.) par des pèlerin·e·s venant de Cusco, voire d'autres régions du pays (Lima, Arequipa, Puno) (cf. aussi l'étude d'Allen (2016, 1997) sur le *Qoyllurit'i*). Pour en savoir plus sur les *alasitas* et d'autres miniatures dans les Andes, voir également Golte et León Gabriel (2014) au Pérou, Pitrou (2016) en Argentine, Abercrombie (2016) en Bolivie. Pour les miniatures en Amérique latine, voir le numéro dirigé par Angé et Pitrou (2016).

<sup>469</sup> « Les *illas* peuvent être des cailloux ou d'autres objets de forme étrange trouvés par les membres du foyer, ou bien encore de petites pierres sculptées, et parfois des figures en céramique représentant un animal, un épi de maïs, une maison, etc. qui peuvent être achetées sur des sites de pèlerinage annuel tels que *el Senior de Huanca* ou *Tiobamba*. Les *illas* sont considérées comme des entités vivantes représentant une puissante source de fertilité pour les animaux et les plantations » (Sillar 2012: 70). Pour Angé et Pitrou (2016: 411), les *illas* sont un « signe de sainte bénédiction (*holy blessing*) ».

exclue et s'articule à d'autres valeurs culturelles, mises en avant par ces auteur·e·s. Je reviendrai sur cette articulation en fin de chapitre.

Revenons au bonnet miniature qui fait l'objet de cette section. Son utilisation locale pourrait remonter aux années 1930, avec le renouveau du *Santurantikuy* qui a soutenu, entre autres, la fabrication de *El Niño de la espina*<sup>470</sup>. Celui-ci est une de ses variantes de l'enfant Jésus (cf. photo A.4 du *Niño Manuelito* dans les annexes) portant souvent un *chullo*, assis sur une chaise, avec une épine dans la plante d'un des pieds. D'après Gloria Follana – qui élabore cette figure religieuse depuis 70 ans – son père, Emilio Follana, fameux artiste cusquéenien, (appelé parfois artiste populaire ou maître artisan) habillait déjà l'enfant d'un bonnet. Le travail de la famille Follana remonte à son grand-père, ce qui laisse entrevoir de possibles antécédents historiques avant les années 1930<sup>471</sup>. Si une date d'origine reste incertaine, les *chullo* miniatures semblent fortement liés à la production de l'imagerie religieuse caractérisant l'« art cusquéenien » (*arte cusqueño*)<sup>472</sup>.

De manière plus large, les bonnets miniatures font partie d'un ensemble de pièces élaborées pour reproduire *trajes típicos* en petite taille. Citons notamment les *muñecas documentadas* (« poupées documentées »), création du couple cusquéenienne Maximiliana Palomino de Sierra (décédée en octobre 2014) et de son mari, Enrique Sierra Carrasco datant des années 1970<sup>473</sup>. Parmi une trentaine d'exemplaires que j'ai pu observer, un couple d'une cinquantaine de centimètre de haut porte un poncho et une *lliqllla* q'ero. D'après la belle-fille, ces poupées permettent de « garder une archive matérielle des habits originaux » (*guardar un documento des trajes originales*) de l'habillement cusquéenien principalement – habillement « en phase de disparition » (*se está perdiendo*) actuellement. Ce type de représentation est exposé également dans des musées tels que le *Museo Inka*, où des figures de *comuneros* en miniature portent elles-aussi des *trajes típicos*, y compris le bonnet.

### **Miniaturisation comme sixième stratégie de production textile**

Avec l'avènement du tourisme, et plus largement de la vente textile, le *chullo* est devenu un article phare du commerce, aussi bien sous son format « classique » que dans sa version miniature. En effet,

---

<sup>470</sup> Dans le *Museo de Arte Popular* s'exposent quelques pièces des *Niños Manuelitos* des années 1990 portant des *chullo* miniature. D'après Carlos Flores, responsable du musée, l'usage de ces éléments en petite taille pour vêtir l'Enfant Jésus remonterait à la revalorisation du *Santurantikuy* (entretien du 09.09.14); foire dont les origines datent de l'époque coloniale (1689). Cette revalorisation a lieu grâce à l'action de l'*Instituto Americano de Arte* qui a organisé le 24 décembre de 1937 le premier *Santurantikuy* tel que l'on connaît aujourd'hui (cf. photos A.1-A.5 in annexes). Flores Ochoa (2013: 199-200) cite le franciscain José Maria Blanco qui fait allusion par sa description au *Santurantikuy* en 1834, bien qu'il n'utilise pas explicitement ce nom.

<sup>471</sup> La famille Follana élabore ces figures religieuses depuis quatre générations. Gloria Follana a transmis ce savoir-faire à deux de ses enfants. Elle affirme que les bonnets sont achetés aux *comuneros* (Gloria Follana, 09.10.15).

<sup>472</sup> À ce propos voir *Cusco : herencia y creación* qui qualifie ces œuvres d'art. Cet ouvrage inclut certains texte dont celui de Flores Ochoa (2013: 204) qui met en évidence le fait que les *Niño Manuelito* ont passé d'utiliser un habillement de type colonial à un autre qu'utilisent les *comuneros*.

<sup>473</sup> L'homme se chargeait de la production des poupées et sa femme de l'élaboration du costume en miniature. Les poupées emploient majoritairement les habits de la région de Cusco, mais aussi d'autres zones du Pérou, voire de l'étranger (par ex. personnage Dakota). Observation du lieu d'exposition et entretien avec la belle-fille (04.12.14).

ce qui m'est apparu d'abord comme une nouveauté durant mon travail de terrain, s'est par la suite développé de manière exponentielle sur le marché, avec une diversité de bonnets miniatures.

**E**n mars 2014, dans le magasin *Awanawasi*, au cœur de la *Plaza de Armas*, je vois pour la première fois un *chullo* miniature en *baby alpaca*, de différentes couleurs, que je décide d'acquérir, n'ayant vu de pièce semblable auparavant. Il s'agit d'une pièce que j'utiliserai plutôt comme décoration sur mon bureau, en tant qu'objet ethnographique.

Toujours en ville, plus tard, dans la *Feria de Huanaro* vers la fin juin, j'aperçois ce genre d'article pour la deuxième fois ; cette fois auprès des tisserandes du Canyon de Colca (Arequipa) et sous forme de porte-clé. Quelques jours plus tard, lors d'une foire artisanale (*Feria artesanal*) près de la *Plaza de Armas*, je retrouve le même type d'objet auprès des tisserandes de Lares. Puis, en septembre, dans le théâtre municipal, je regarde un Q'eros coudre des perles en verre dans un mini-*chullo* de la même manière qu'ils décorent leurs grands bonnets, remplis de ces perles. En décembre, en cherchant des cadeaux pour Noël, j'entre dans le magasin *Pedazito de Arte* où je retrouve un très petit bonnet aimanté.

De retour en 2015, dans un magasin du village d'Ocongate, je me retrouve confronté à une infinité de *chullo* miniatures. Ils présentent une diversité de formes, couleurs, accessoires (notamment fausses perles) et tailles. D'après le vendeur, ces bonnets sont produits par une coopérative de la zone. En ville, je perçois davantage la présence de cet objet, sur la tête des poupées lamas, sur des bouteilles de vins dans un restaurant, voire sur un petit agneau porté par les *sácamefotos* (pour ce personnage se référer au chap. 1.1.3).

Au cours de mon travail de terrain, j'ai ainsi constaté progressivement l'émergence de petits bonnets, de formes diverses, au sein de différents espaces commerciaux tout en me rendant compte de son usage local. En allant au *Museo Inka*, je rencontre Ivan, un jeune Cusquénien qui porte un petit bonnet pendu sur son kangourou. « Où l'as-tu acheté? A-t-il une signification quelconque pour toi? » lui demandé-je. « Non, il ne signifie rien de particulier. C'est le cadeau d'un ami et pour cette raison je le porte avec moi. Il l'a acheté chez les Q'eros. C'est de là-bas [car il a] plein de *piñi* (perles en verre) »<sup>474</sup> me répond-il. Une autre fois, en face de la cathédrale de Cusco, je fais la connaissance de Guido, qui se présente comme un guide de tourisme mystique. Il vient de la communauté de Senqa et porte sur son sac-à-dos un petit *chullo* de style d'Ocongate (diverses couleurs et quelques fausses perles), très similaire à celui du jeune cusquénien. Je lui pose les mêmes questions. « C'est une création propre » m'affirme-t-il. Il met en avant le caractère utilitaire de cet objet (dans sa version « classique ») puisque sa communauté se trouve à plus de 4'000 mètres d'altitude, les températures

---

<sup>474</sup> *No, no significa nada en particular. Es el regalo de un amigo y por eso lo llevo. Lo compré en Q'ero es de allá lleno de piñis* (Ivan, 28.08.14).

frisent parfois les -15°C. Ensuite, en parlant de ce *chullo* miniature, il évoque « les sept couleurs du *Tawantinsuyo* et les *chakras* [de l'être humain] »<sup>475</sup>.

\*

Ces exemples témoignent non seulement de la grande diversité des textiles andins, mais laissent aussi entrevoir la miniaturisation des objets, étroitement associée au commerce. Le cas emblématique du *chullo* permet d'appréhender de plus près cette stratégie, que l'on retrouve d'ailleurs sur d'autres objets commercialisés (tapisseries élaborées à l'aide du *telar de cintura*, les ponchos miniatures, etc.)<sup>476</sup>. Si ces objets possèdent des antécédents locaux et historiques, la miniaturisation dont je parle est fortement associée au marché touristique.

D'après quelques témoignages, la vente du *chullo* miniature ne date pas d'aujourd'hui. S'il n'y a pas de consensus sur une date précise, ces articles seraient vendus depuis déjà quelques années. Près de la *Plaza de Armas*, je fais la connaissance d'Emilio, *comunero* q'ero. Assis par terre, il vend une cinquantaine de ces petits bonnets ; copies quasi fidèles des *chullo* que les Q'eros utilisent. En lui achetant un modèle conçu pour être apposé à une vitre, il me raconte que cette miniaturisation produite à partir de cinq fils métalliques (*alambres*) rappelant la technique de *cinco palillos*, est vieille de 2 ans. Je constaterai plus tard l'élaboration d'un *chullo* miniature par deux adolescents – dont Hecton que j'avais connu à Hatun Q'ero – et un adulte q'ero, au cours de l'événement *Makiykuwan Ruwasqa* à la *Plaza de Armas* organisée par la DRC-Cusco (cf. ci-dessous photo 18 ; sur l'événement se référer au chap. 2.3.1). D'après Hecton, il apprend le tissage de cet objet depuis mars 2015 par son père et un professeur d'école.

Quant à Timoteo – tisserand de Pitumarca qui vend ses textiles dans le *Centro Benemerita Sociedad de Artesanos del Cusco* –, il fabrique depuis cinq ans des *chullo* miniatures avec des épines de cactus, à partir de la même technique de *cinco palillos*. Plus ancien encore, Eustaquia d'*Inkakunaq Ruwaynin* affirme que depuis 2001, sa communauté (i.e. Ch'ari) vend ces articles. Elle me raconte qu'Isabel, une de ses collègues, avait conçu un premier modèle de porte-clés, en s'inspirant d'un spécimen comportant une *ojota*<sup>477</sup> miniature. L'objet était destiné au marché touristique. Le récit d'Eustaquia témoigne ainsi d'une commercialisation plus ancienne que les autres exemples, vieille d'une quinzaine d'années.

Bien qu'elle y soit fortement associée, cette commercialisation ne concerne pas uniquement le marché touristique (voire local) de Cusco, puisqu'Irene de la famille Pine mentionne le cas des

---

<sup>475</sup> Respectivement : *Es una creación mía ; Esto representa los siete colores del Tawantinsuyo y nuestras chakras* (Guido, 31.07.14).

<sup>476</sup> Devant la production de Timoteo, je constate l'existence des tapisseries en miniature élaborées à l'aide du *telar de cintura*, contrairement aux œuvres de Máximo Laura fabriquées au métier à pédales. D'après ce tisserand, la technique est exactement la même qu'il emploie pour la production de grands formats, à savoir, un tissage en utilisant la trame et non pas la chaîne (contrairement au cas de la majorité des textiles *away*) (Timoteo, 06.10.15). D'autre part, j'ai pu observer la commercialisation des ponchos miniatures auprès de l'association *Inkakunaq Ruwaynin* et dans *El Baratillo* (marché de caractère plutôt local que j'ai décrit dans le chap. 2.3.1).

<sup>477</sup> Sandales faites en caoutchouc (souvent des pneus) et utilisées notamment par les *comuneros* (cf. photo 11).

communautés qui se trouvent près de la zone de Checacupe et qui produisaient en 2008 des bonnets en miniature, pour les exporter par intermédiaire d'une ONG (commanditaire) (Irene, 05.05.14).

**Photo 18 : Fabrication du *chullo* miniature**



Hecton de Q'ero fabriquant un *chullo* miniature.  
Photographie de l'auteur lors de l'événement *Makiykuwan Ruwasqa*.

Quelque soit leur particularité, tous ces exemples mettent en évidence l'élaboration des miniatures par des *comuneros*, bien avant mon travail de terrain. Cela rejoint peut-être l'affirmation de Gloria Follana : « Les paysans [*comunero*] ont toujours tissé ainsi, tout petit »<sup>478</sup>. Aujourd'hui, ce qui semble nouveau n'est donc peut-être pas la miniaturisation du *chullo*, mais plutôt sa diversification, comme en témoigne le précédent récit. Désormais certain-e-s produisent ces objets de leurs propres mains, tandis que d'autres ne font que les revendre. À ce propos, Feliciano – tisserande de Chawaytire – affirme qu'elle vend des petits bonnets, contrairement à d'autres pièces qu'elle produit de ses mains (Feliciano, 12.07.14<sup>479</sup>). D'ailleurs, Chawaytire ne fabrique pas ce genre de miniature, tout du moins d'après mes observations et ce qui a été confirmé par Alfredo. Cette offre des communautés andines s'accompagne parallèlement d'une production industrielle, comme les articles aimantés que j'ai trouvés au magasin *Pedazo de Arte* (cf. confection utilitaire dans le chap. 2.2.2).

Cette sixième stratégie comporte des caractéristiques qui la rapprochent et la distinguent des cinq autres stratégies présentées précédemment. Dans les six cas, il est toujours question des objets tenus comme typiques ou traditionnels par la clientèle. Toutefois, il existe principalement un élément qui les différencie : si les cinq premières insistent sur une rentabilité de la production et la diversification de celle-ci, la miniaturisation, elle, cherche davantage à proposer un format facile à transporter, voire meilleur marché.

<sup>478</sup> *Los campesinos siempre han tejido así, pequeñito* (Gloria Follana, 09.10.15). Angé (2016: 489-90) cite le cas des textiles miniatures brodés dans les Andes argentines, par exemple des petits bonnets.

<sup>479</sup> Conversation lors de la Feria Agropecuaria, Artesanal y Gastronómica del Valle Sagrado de los Incas. Pisac 2014.

En effet, les *chullo* de taille « classique » peuvent être considéré comme « trop chers », surtout s'il s'agit de textiles *comuneros* ou si la personne souhaite acquérir plusieurs pièces pour son usage personnel ou comme cadeaux. À ce propos, le discours de Timoteo est intéressant. Il vend des grands et petits *chullo* – qu'il fabrique en appliquant toujours la même technique de tricotage. Ce tisserand m'informe que les touristes n'achètent pas toujours les grands bonnets, mais préfèrent de petits porte-clés (i.e. *chullo* miniature) plus faciles à porter.

Hormis le prix, il me semble que l'avantage d'une version miniature est avant tout la portabilité d'un objet typique. Dans le dernier chapitre, je reviendrai sur l'importance de la valeur monétaire et les divers aspects, tels que la portabilité, qui sont pris en considérations lors de l'achat de souvenirs ou cadeaux (cf. chap. 7.2). En ce qui concerne spécifiquement le *chullo* miniature, la portabilité doit être entendue dans sa double acception : non seulement le fait de *pouvoir les porter facilement avec soi*, mais aussi de *pouvoir les utiliser* sur le lieu d'origine. Suivant le type de bonnet, je pense surtout aux versions très colorées (par ex. style d'Ocongate), les *chullo* peuvent être facilement délaissés. Au contraire, un porte-clé de bonnet miniature ou un *chullo* aimanté laissé sur le frigo ne posent pas ce type de problèmes (cf. notamment phénomène de recontextualisation que j'expose dans le chap. 7.2.3).

La miniaturisation des objets tels que le *chullo*, devient ainsi une stratégie répondant aux pratiques touristiques et aux contraintes poussant les touristes à prendre des décisions sur leurs achats. À l'instar du *telar*, sous la forme commerciale présentée ici<sup>480</sup>, cette miniaturisation constitue l'une des manifestations matérielles des textiles andins contemporains, ainsi qu'une stratégie de production et d'adaptation au marché touristique. Il me semble que le fait que cette miniaturisation concerne particulièrement le *chullo* n'est pas anodin car il s'agit de l'un des objets les plus emblématiques des Andes, non seulement dans l'imaginaire touristique mais aussi local, comme en témoignent Roy ou Guido (cf. aussi l'usage politique dans le chap. 3.3). Sans parler de miniaturisation, Tiffany (2004: 298) rapporte que les tisserandes d'Oaxaca (Mexique) soulignent l'intérêt commercial des textiles « plus petits, moins chers et plus fonctionnels (*functional*) ».

Loin d'être exclusive, la miniaturisation peut impliquer de faire appel à d'autres stratégies, en particulier celle d'achat-revente, comme le met en évidence le témoignage de Feliciano. Et cela, sans exclure un possible phénomène de circulation, exposé précédemment (cf. chap. 2.2.4), et qui dénote la réappropriation (réinterprétation) d'une idée existante (ici le *chullo* miniature). Ceci est souligné par l'exemple de Checacupe cité par Irene. Dans d'autres cas, ce type de circulation se manifeste par un coup de génie tel que celui d'Isabel d'*Inkakunaq Ruwaynin* pour appliquer la miniaturisation à un objet comme le *chullo*.

---

<sup>480</sup> J'essaie d'être prudent avec cette formulation en la limitant surtout au cas des bonnets miniatures. Il s'agit d'une production destinée au commerce non rituel. Car, comme le montre bien Angé (2016: 490-3), la commercialisation est bien présente dans le cas des miniatures destinées aux offrandes (cf. plus haut *alasitas*).

De manière plus générale, le cas des *chullo* rappelle un phénomène planétaire. En témoignent les emblèmes culturels phares miniaturisés, comme la tour Eiffel, le Colisée romain, les sabots hollandais, le soldat de la garde britannique, ou encore le taureau espagnol, miniatures souvent vendues dans les boutiques des souvenirs ou dans les aéroports.

### **Retissage : tisser la valeur commerciale d'un objet patrimonial**

Des travaux en anthropologie, comme ceux de Desrosiers (2014, 2012, 2010) dans les Andes, insistent sur les « logiques » et les « structures textiles » qui donnent à voir les « logiques culturelles » des populations andines. L'étude ethno-mathématique de cette anthropologue, à l'instar de celles d'autres auteur·e·s (Silverman 2008, 1994; Arnold et al. 2006, Franquemont et al. 1992; cf. aussi 2<sup>ème</sup> courant théorique in Filage) met effectivement l'accent sur la relation entre ces logiques textiles-culturelles. Ces travaux appréhendent les textiles *comuneros* dans une certaine continuité avec le passé préhispanique, soulignant leur caractère patrimonial inscrit dans des valeurs d'usage local.

Mon travail prend une voie relativement différente, plus attentive au caractère commercial de cet objet patrimonial, devenu manifeste lors de ma recherche doctorale et mon étude à Chawaytire en 2008. Si les aspects culturels, liés aux techniques, à l'iconographie et au savoir-faire caractérisant cet objet patrimonial sont encore d'actualité, les textiles andins s'insèrent aujourd'hui davantage dans le marché touristique, en tout cas pour ce qui concerne la région de Cusco. La touristification de Chawaytire et la commercialisation de leurs textiles en sont des éléments révélateurs.

Les six stratégies décrites dans ce chapitre (substitution, réduction, sous-traitance, intermédiation commerciale, mécanisation et miniaturisation) montrent comment les textiles *comuneros* s'adaptent au marché. Cela relève du dynamisme qui a caractérisé l'histoire de cet objet patrimonial (cf. Gisbert et al. 2010; Ariel de Vidas 1996; cf. aussi chap. 2.1). Ces stratégies peuvent être mobilisés en fonction des personnes, lieux ou époques. Le cas de Chawaytire montre par exemple, l'absence de la dernière stratégie (en tout cas lors de mon étude de terrain) et l'émergence récente de la stratégie de mécanisation. Ces stratégies visent toutes la productivité, la rentabilité, la diversification des pièces (formes, couleurs, motifs, voire format), la conservation d'une apparence typique et authentique, et l'assurance d'être portable

Mon étude complète ainsi d'autres travaux dans les Andes péruviennes, comme celui de Francis O'Connor (1996) dans la communauté de San Pedro de las Cajas qui évoquait déjà l'introduction du filage industriel (*pre-spun, pre-dyed synthetic thread*) et la sous-traitance (semi-prolétarisation). Elayne Zorn (2004: 154-5) mentionne également l'existence de ce type de filage à Taquile tout en évoquant d'autres stratégies comme le recours au tricot industriel pour la confection des bonnets (p. 90). Blenda Femenías (2005: 281-91) évoque elle aussi la sous-traitance, le filage industriel, la miniaturisation des pièces dans la vallée de Colca (pour l'Equateur cf. Meisch (2002: 53-4) qui parle du filage industriel et du métier à pédale).

Mon étude invite en outre à explorer des formes de sous-traitance qui dépassent les frontières péruviennes ou andines et concernent aujourd’hui, d’après quelques interlocutrices-eurs, la Chine. Si j’ai parlé brièvement des textiles andins chinois dans le deuxième chapitre, Femenías (2005: 139) cite quant à elle l’importation des fibres synthétiques importées de la Chine et passant par le Chili, tout comme d’autres fibres en provenant du Brésil et de la Colombie. Ces dynamiques d’échanges et de circulations commerciales (cf. chap. 2.2.4) font désormais partie du paysage textile andin. Elles existaient certes déjà durant la période coloniale, mais se jouent aujourd’hui à une échelle planétaire (Ariel de Vidas 1996), touchant également la circulation des matériaux, ou encore la délocalisation de la production en Asie. C’est une tendance mondiale qui ne concerne pas seulement les Andes.

Grâce à ces stratégies, la production peut s’adapter au marché à la fois en termes quantitatifs (quantité et diversification) et qualitatifs (apparence manuelle et traditionnelle), et peut-être faire face à cette concurrence externe. Cela permet d’opérer une articulation entre une dimension culturelle, mobilisée par l’élaboration des textiles *comuneros* et explicitée par le discours autochtone, et une dimension économique, assurée par la commercialisation de ceux-ci au sein du marché où les considérations de rentabilité de production sont non négligeables. Le schéma suivant résume cette idée et me permettra de revenir ensuite sur la notion de valeur :

**Figure 12 : Production textile contemporaine à l’heure de la commercialisation touristique**



Élaboration de l’auteur.

Sans l'introduction de ces stratégies et des logiques commerciales qu'elles véhiculent, la production textile pourrait difficilement suivre la demande touristique : son éventail serait nettement réduit et son attractivité en terme de prix, difficile à maintenir. De leur côté, les tisserand·e·s seraient vraisemblablement contraints de se tourner vers d'autres activités commerciales (touristiques ou non), et peu d'entre elles·eux continueraient à produire pour l'unique usage local, comme c'était déjà le cas auparavant à Chawaytire.

L'étude des textiles andins contemporains doit ainsi inclure dans son analyse, cette articulation culturelle/marchande notamment évoquée par Ariel de Vidas (1996). Cette posture nous permet d'échapper à des interprétations dénonçant les effets négatifs du tourisme sur la production art-isanale, perçue souvent comme traditionnelle au sens statique ou normatif du terme. Si j'ai préféré laisser de côté le concept de tradition comme catégorie d'analyse à cause de son caractère abstrait et arbitraire (Lenclud 1987), l'analyse que je propose défend une perspective dynamique de la tradition, comme je l'ai développé dans l'introduction. À ce propos Sandra Niessen (1999), dans son étude sur les textiles indonésiens, se réfère à une tradition oscillant entre « innovation » et « conservatisme », également éclairé par le schéma ci-dessus. Elle s'oppose à une conception rigide de la tradition, en tant que répertoire définit d'avance (*repertory of finished textiles type*) (p. 173). D'autres travaux portant sur le domaine textile illustrent également cette idée<sup>481</sup>.

À cet égard, la renaissance textile évoquée au début du chapitre, met en évidence une certaine revitalisation des textiles *comuneros* associée surtout au marché touristique. Cette renaissance remet en question les discours sur la « banalisation », la « standardisation » et l'« appauvrissement » qu'évoque et nuance magistralement George Cazes (1992), ou encore la touristophobie en sciences humaines (cf. Filage). Elle remet aussi en question le discours sur les « traditions amputées » (Burnicourt 1977; cité dans Aschner 1984) ou sur la « perte de traditions » (par ex. Valayer 1998; Abya Yala 1999), déjà présent chez les chroniqueurs de l'époque coloniale, suite aux déstructurations causées par la colonisation espagnole (Ariel de Vidas 1996). De plus, la production textile locale n'est pas exempte d'appropriations ou d'emprunts externes, comme le remarque Janet Berlo (1992) pour les Kunas ou Sharon Tiffany (2004: 269-8) pour le Mexique. La production touristique peut faire l'objet d'une utilisation locale, comme en témoigne l'utilisation des pochettes pour téléphone comme porte-monnaie par des Q'eros (cf. chap. 3.2.3), ou encore l'emprunt iconographique des *comuneros* de Chawaytire du *loraypo*, motif caractéristique de Chinchero (cf. chap. 2.2.4). C'est aussi le cas du motif *The North Face* qui apparaît sur une ceinture (i.e. *chumpi*) élaborée par Elizabeth Estafanía de l'île de Taquile, exposée dans le *Museo Amano* en septembre 2015. C'est encore le cas des *chullo* miniatures élaborés par différent·e·s *comuneros*, sur la base d'un objet qui leur est familier.

---

<sup>481</sup> C'est le cas en Palestine (Seng et Wass 1995) ou, plus proche encore, en Amérique latine (Schevill 1996; cf. aussi Lucero et Baizerman 1999 pour le Mexique). D'autres études montrent ces dynamiques souvent inscrites dans des logiques touristiques (cf. Little 2004 pour le Guatemala; Tiffany 2004 pour le Mexique).

Sans l'appropriation du métier à pédale, suite à la colonisation<sup>482</sup>, la tradition textile de tapisserie n'aurait pas émergée, pas plus d'ailleurs que les œuvres des artistes contemporains, comme Laura, qui s'en inspièrent. De même, le *telar* décrit dans ce chapitre n'aurait pas vu le jour sans la réappropriation du métier à pédale, et sa réadaptation. À l'instar de Sharon Tiffany (2004), qui insiste sur l'« acte créatif du tissage » (*creative act of weaving*) dans des « contextes sociaux changeants » (*changing social contexts*) (p. 312), je interprète ces réappropriations comme des manières créatives visant à s'adapter à la situation actuelle, face au marché touristique ; Et cela, dans le but, certes, de produire plus rapidement et moins cher, mais aussi afin que les tisserand·e·s puissent en tirer des bénéfices, grâce la vente de ces marchandises.

L'objet patrimonial se transforme ainsi au fil du temps. Le schéma ci-dessus met en évidence, une idée qui traverse mon travail, à savoir, l'articulation entre les aspects patrimoniaux et commerciaux, entre la valeur d'usage et la valeur d'échange, entre usage local et marchandise. La valeur commerciale perceptible dans mon terrain se nourrit d'ailleurs de la valeur d'usage sur laquelle insistent la grande majorité des études sur les textiles andins. Comme nous l'avons vu, une part importante des éléments véhiculés dans la production textile d'usage local est mobilisée dans la production touristique. La valeur des textiles andins réside aujourd'hui dans sa valeur d'action (Graeber 2001; cf. aussi Filage), qui motive les tisserand·e·s à reprendre le *métier* (au double sens du terme, outil et activité) dans un but économique, et à tisser pour le marché touristique, comme tant d'autres productrices·eurs de l'art-isanat textile dans les Andes (Terry 2016, 2009; Ariel de Vidas 1996; Contreras 1983; cf. aussi chap. 2), en Amérique latine (Cant 2012; Tiffany 2004; Little 2004), et ailleurs dans le monde (Phillips et Steiner 1999; Raffestin 1986: 159; Graburn 1976). Pour les *comuneros*, l'activité textile liée à ce marché devient une manière de revisiter le patrimoine textile et de l'adapter pour une clientèle extérieure. C'est une manière de tisser la valeur commerciale de ces objets patrimoniaux tout en cherchant des alternatives économiques rentables, plus intéressantes par rapport à d'autres activités, touristiques ou non, et surtout par rapport à l'économie agricole.

\*

Le marché touristique permet de donner une (nouvelle) vie à ces objets, de les faire renaître d'une certaine façon, comme nous l'avons vu dans le cas de Chawaytire. Il est temps désormais de poursuivre l'étude sur cette étape de la vie des textiles qu'est la marchandisation, une étape parmi d'autres (Appadurai 2010a; Kopytoff 2010) certes, mais éminemment importante pour les textiles andins contemporains. C'est précisément cette étape de marchandisation que je m'attache à analyser dans le chapitre qui suit, dans lequel nous verrons que les touristes entretiennent des relations marchandes avec les *comuneros* par le biais du commerce textile. Suivons un groupe de Français·e·s pour mieux comprendre les effets de ce type de relations sur l'usage d'un élément maintes fois évoqué

---

<sup>482</sup> Originaire de l'Europe médiévale selon Tiffany (2004: 309).

dans la thèse : les *trajes típicos*. Quelle est la valeur de ces derniers ? Par l'étude des *trajes típicos*, il s'agira d'explorer la valeur marchande de l'ethnicité .



## CHAPITRE 5

### ***TRAJES TIPICOS ET LA VALEUR MARCHANDE DE L'ETHNICITÉ***

#### ***Poncho, lliqlla et ... The North Face***

Informé sur mon étude sur les textiles andins, un tour-opérateur français – que je connais depuis 2011 – m'a proposé de guider un groupe de huit français·e·s (quatre hommes et quatre femmes entre 51 et 68 ans). En compagnie de Paul, leur tour-conducteur, elles·ils voyageaient pendant deux semaines au Pérou. La visite s'est déroulée sur deux jours (21-22.10.14) aux alentours de la fameuse Vallée sacrée : depuis le village de Písaq jusqu'à Chinchero, en passant par le *Parque de la Papa*. Le tour du Parc a débuté dans la communauté de Paru-Paru, et a fini au restaurant *Papamanka*, de la communauté de Chawaytiri.

L'expérience touristique de terrain qui suit m'a permis d'aborder la question identitaire dans les interactions touristiques à travers les habits portés par les *comuneros* de Cusco.

**J**'arrive au village de Písaq. Lino m'y attend. Ce cusquénien d'une cinquantaine d'années est un employé d'ANDES, une ONG qui travaille avec le *Parque de la Papa*. Nous étant mis d'accord pour organiser la visite des touristes français·e·s au *Parque de la Papa*, nous nous rendons avec un petit moto-taxi à leur hôtel, situé à dix minutes du village. Suite à la présentation de chacun·e, Lino, les touristes, le tour-conducteur, un autre guide, le chauffeur du véhicule et moi, nous nous dirigeons vers le Parc.

Dans la voiture, je leur explique brièvement le travail de recherche que je mène à Cusco. De leur côté, les touristes m'en apprennent davantage sur leur itinéraire de voyage : deux jours sur le lac Titicaca et douze jours dans la région de Cusco. Mise à part les visites classiques dans la région, elles·ils ont fait un trekking de cinq jours à l'Ausangate, montagne de plus de 6'000 mètres d'altitude devenue célèbre dans le domaine du tourisme ces dernières années. Leur itinéraire se terminera par la visite de Machu Pichu. Ce n'est pas leur première fois ensemble. Certain·e·s ont déjà voyagé ailleurs avec Paul qui organise des tours combinant tourisme et une forme de yoga (voyages chicon)<sup>483</sup>.

Lino avertit par téléphone mobile un *comunero* de notre arrivée à la communauté de Paru Paru où l'accueil est prévu<sup>484</sup>. Sur place, hommes et femmes *comuneros* jouent de la musique et versent des fleurs au passage des touristes qui forment une file. Tou·te·s portent leur *trajes típicos*, ensemble vestimentaire qui est constitué d'un poncho et d'un *chullo* pour les hommes et d'une

---

<sup>483</sup> Selon Marie-Ange, une des touristes, « chicon » est une pratique d'exercices corporels, de massages et de méditation. À Cusco, le groupe pratiquait le chicon deux fois par jour sur des espaces ouverts ou fermés.

<sup>484</sup> À ma connaissance, depuis 2012, il est possible de capter du réseau téléphonique sans fil. Auparavant, Lino devait se rendre sur place pour vérifier que tout était prêt pour l'accueil.

*lliqlla* et d'une *pollera* pour les femmes. Les couleurs bordeaux, blanc et violet priment sur leurs habits. Ayant travaillé comme responsable du programme d'agro-écotourisme du Parc, je sais que le port des *trajes típicos* est indispensable. Il est même prescrit par l'ONG ANDES du fait de l'importance pour les touristes de voir ces vêtements. Cela fait partie d'un imaginaire médiatisé déjà avant même que la rencontre avec des *comuneros* ait lieu. À ce propos, André, un des touristes du groupe que je guide, m'affirme que l'habit coloré des femmes lui est familier l'ayant vu dans un documentaire sur le Pérou. En Europe, j'ai pu percevoir cette médiatisation sur des affiches touristiques, documentaires ou guides de voyage véhiculant pour la plupart des images de femmes avec le *traje típico*. Si l'aspect coloré des habits est l'élément que l'on retient le plus, celui-ci varie d'une communauté à une autre. Il existe même des différences souvent subtiles au sein des communautés entre les *trajes típicos* : motifs, couleurs, décorations, etc. (cf. dans le collage précédant le chap. 2, photos 2, 6, 14, 15 et 16).

Entre les communautés de Paru Paru et Chawaytire, nous retrouvons à trois reprises en tout onze femmes qui se sont approchées de nous pour vendre leurs textiles, fabriqués par elles-mêmes ou rachetés. Mise à part leur *pollera*, elles ne portent pas toutes le *traje típico*. En effet, hormis les *comuneros* du Parc qui reçoivent les touristes, le reste de la population ne porte pas forcément de *poncho* ou de *lliqlla* : les femmes portent notamment des pulls synthétiques et les hommes des vestes *The NorthFace*, des t-shirts *Addidas* ou des maillots du *Barça* ou de l'*Inter* (équipes de football connues) ou encore des jeans et certains mêmes des baskets. Cependant, cela ne veut pas dire que les *comuneros* n'en font pas usage. À Chawaytire, par exemple, le *T'inkuy Chiuchillani*<sup>485</sup> et la fête religieuse de la Vierge Asunta sont deux occasions où les *comuneros* portent les *trajes típicos*, en tout cas plus que pour d'autres jours moins « spéciaux » (cf. notamment chap. 3.1.1).

Une fois le repas terminé dans un restaurant à Chawaytire, nous continuons le voyage vers Chinchero (situé à 30 kilomètres de la ville de Cusco). Après une heure et demie de route environ, nous approchons du village, connu pour ses textiles et ses nombreux centres textiles (*centros textiles*) où les *comuneras* réalisent et montrent l'ensemble du processus de fabrication textile à l'aide du *telar de cintura*. Le guide appelle quelqu'un au téléphone pour dire que nous sommes proches. Tout était prévu, y compris l'emplacement pour réaliser la « démonstration textile » (*demonstración textile*) aux touristes qui aura lieu dans notre hébergement.

Nous arrivons chez Rosa. Elle est aussi habillée avec une *lliqlla* de couleur bleu et rouge, un gilet rouge ainsi qu'une chemise blanche avec des broderies bleues, caractéristiques de la région, un code vestimentaire différent de celui du Parc. Une femme âgée de 77 ans arrive quelques minutes plus tard vêtue aussi du *traje típico* : c'est sa mère. La démonstration textile commence alors. À la fin de celle-ci, les touristes achètent encore d'autres textiles.

---

<sup>485</sup> Cette festivité se déroule au Carnaval, le jour des commères où les personnes dansent en retraçant les limites de Chawaytire avec d'autres communautés voisines.

La nuit tombe. Nous nous abritons dans la cuisine pour nous réchauffer et manger. Puis, la plupart vont se coucher. J'y reste pour allonger le temps de ma recherche et je croise le mari de Rosa. Celui-ci ne porte pas de *traje típico* mais un jeans et un pull comme nous le voyons en milieu urbain. Je sors un moment pour acheter une sucrerie. Dans l'épicerie d'à côté, la vendeuse ne porte pas non plus de *traje típico*, contrairement à Rosa et sa mère. Je regagne ma chambre et j'aperçois l'affiche de la vierge *Natividad*, patronne du village, accrochée au mur. Celle-ci porte des *trajes típicos*. Pas tout le monde n'est donc habillé comme la *Natividad* ou Rosa.

Le lendemain matin nous quittons la maison et visitons le village. Il est 7h30 et les rues sont vides, certains magasins commencent à ouvrir peu à peu. Quelques personnes s'installent autour de la place centrale, juste devant l'Église coloniale. Après la visite de celle-ci (où un des Saints porte un poncho<sup>486</sup>) et du site archéologique incaïque proche, nous regagnons les rues du village en reprenant le même chemin. Nous croisons quelques touristes, notamment un autre groupe de jeunes français·e·s qui font le même parcours. Il est presque 8h00. Les magasins sont quasiment tous ouverts maintenant et plusieurs commerçantes se sont installées autour de la place et attendent les touristes. L'une d'entre elles essaie de nous vendre des pulls, bonnets et d'autres produits artisanaux. Contrairement à Rosa, elle ne porte pas de *traje típico*. Nous marchons en direction de l'avenue principale où la voiture attend les huit touristes pour les emmener à Ollantaytambo, puis au Machu Picchu.

« Au revoir » dis-je au groupe, après leurs remerciements. Au lieu de retourner à Cusco, je remonte par le même chemin pour faire quelques observations et des entretiens à une heure où il y a davantage de touristes. Il est 8h15 et les touristes arrivent en grand nombre. En passant par les mêmes rues, je retrouve plusieurs centres textiles déjà ouverts. Devant la porte de certains, des femmes vêtues de leur *traje típico* invitent les touristes à entrer. Je continue en direction de la place principale. J'y retrouve la vendeuse de toute à l'heure. Maintenant elle porte son *traje típico*. D'ailleurs, la plupart des commerçantes de la place sont vêtues d'habits semblables à ceux de Rosa. D'autres possèdent au moins un élément vestimentaire caractéristique de Chinchero comme la *montera* (chapeau local). Je m'approche de cette femme, curieux de son changement vestimentaire. Elle m'explique qu'elle prend soin de ses habits, car « ils coûtent chers » et « c'est lourd ». C'est pour cette raison qu'elle minimise leur usage, en les portant ponctuellement, lors des visites touristiques.

\*

---

<sup>486</sup> Il s'agit de Saint *Joaquín El Labrador* qui, selon Jerónimo, le gardien de l'Église, porte le poncho employé localement pour le travail agricole (Jerónimo, 24.04.17). Lors d'une visite en avril 2017, je me suis aperçu de trois autres figures religieuses (dont l'enfant Jésus) vêtues du poncho et du *chullo* notamment. D'après Jerónimo, les habits changent suivant la personne (*mayordomo*) qui s'occupe des Saints chaque année. Comme dans l'affiche de ma chambre à Chinchero, j'ai vu effectivement la vierge *Natividad* vêtue des pièces textiles faisant office d'une robe et portant l'enfant Jésus habillé avec un poncho, un *chullo* et un pantalon de la région.

Ce récit met en évidence l'importance des *trajes típicos* dans le quotidien touristique, surtout pour les *comuneros* concerné·e·s par cette activité, en particuliers des femmes, et pour les touristes comme élément de leur expérience de voyage et comme connaissance d'une altérité « exotique ». Le *traje típico* est un terme fortement répandu dans le vocabulaire cusquénien (y compris chez les *comuneros* qui reprennent le terme espagnol), dans les Andes péruviennes (cf. cas des Aymaras chez Meentzen 2007), voire même dans d'autres pays andins comme l'Équateur (cf. Meisch 1996). Il renvoie aux habits des hommes et femmes qui sont distinctifs dans chaque communauté (appartenant à la catégorie textiles *comuneros* définie dans le chap. 2.2.2) ou employés lors des danses dites aussi typiques (*danzas típicas*, *bailes típicos*). Dans les communautés, les *trajes típicos* peuvent inclure deux aspects stylistiques différents, perceptibles notamment chez les hommes. À Chawaytire, cette différence m'a paru emblématique où certains utilisent le poncho et d'autres des gilets et pulls, accompagnés souvent de pantalons (taille deux-tiers). Les *comuneros* possèdent ces deux ensembles et les utilisent indistinctement et de façon pragmatique selon les goûts ou le climat (cf. section 5.4.2).

Malgré l'importance des *trajes típicos*, le récit laisse entrevoir qu'une partie seulement des *comuneros* utilisent ces habits, l'autre partie portant d'autres types de vêtements qualifiables d'« occidentaux » par certains auteur·e·s par opposition aux habits autochtones ou dits traditionnels (cf. Femenías 2005: 95; Canessa 2005b: 149; Henrici 2002; Schevill et al. 1996). Dans son travail dans les Andes péruviennes, Blenda Femenías (2005: 95) les qualifie aussi de « modernes » et « industriels ». Trouvant ces termes réducteurs, je préfère employer le qualificatif de cosmopolite<sup>487</sup> pour dénoter son étendue planétaire, non seulement dans ce que l'on appelle vaguement l'« Occident » (cf. Robin Azevedo et Salazar-Soler (2009b: 12) qui parlent d'une « imprécise “culture occidentale” »)<sup>488</sup>. Il s'agit d'un style vestimentaire urbain : jeans, vestes, t-shirts, chaussures, etc., de confection industrielle, mais adopté également dans le milieu rural comme évoqué précédemment. Dans son étude à Taquile (Pérou), Elayne Zorn (2004: 138) parle ainsi des habits de style cosmopolite (*cosmopolitan-style*) qu'adoptent notamment les

<sup>487</sup> Je suis ainsi la réflexion d'autres auteur·e·s qui emploient le terme « cosmopolite » dans différentes situations, par exemple pour évoquer les flux migratoires des personnes (cf. '*cosmopolitan*' Peruvian chez Thorp et Paredes 2017: 19; cf. aussi le cas de Cusco avec le tourisme dans Calvo Calvo 1999: 156). Forte (2010b) parle quant à lui des « indigènes cosmopolites ». Ce caractère cosmopolite prend forme dans des « réappropriations réciproques » pour reprendre Berlo (1992: 123) et qui permet d'appréhender ces flux non seulement à partir du style vestimentaire mais également des matières premières employées (cf. aussi Hansen 2004: 372). C'est justement ces matières premières, tout comme l'usage des fibres filées industriellement (cf. chap. 4.3.1), que mettent en question des auteur·e·s tels que Femenías (2005) qui oppose « industriel » aux habits autochtones. D'autre part, l'opposition entre « moderne » et « autochtone » qu'opère cette anthropologue est aussi caduque, si par « moderne » l'on entend des éléments contemporains. Cela contredit d'ailleurs ce que Femenías montre en soulignant les adaptations face au marché. Plus largement, ce caractère cosmopolite est à mettre en lien non seulement avec les déplacements des personnes, mais aussi des marchandises (Appadurai 2010a; Clifford 1996) et avec une réémergence de l'ethnicité (Appadurai 1991) et de l'indigène (Robin Azevedo et Salazar-Soler 2009a) (cf. l'introduction où je cite d'autres auteur·e·s qui vont également dans ce sens).

<sup>488</sup> À cet égard, Galinier et Molinié (2006: 17) ont raison de soulever que « dissocier le local occidentalisé et le local « authentique » est une opération – si elle a un sens – extrêmement difficile à mener ».

*comuneros* (pour les Andes cf. aussi Meisch 1996; Medlin 1996; cf. aussi le cas du Mexique chez Scheinman 1996). Pour Zorn, il est ainsi question d'un « continuum » qui rend possible le choix et l'alternance d'habits industriels (*factory-made*) et manuels (*handwoven, handspun*) (Zorn 2004: 65-66). Dans ce continuum, le récit introductif laisse entrevoir en outre des raisons qui favorisent ou contraignent au port des *trajes típicos*, liées notamment au tourisme. Quelle valeur endossent ces *trajes típicos* ? Dans quelles situations sont-ils valorisés ?

Ce chapitre se focalise justement sur le port des *trajes típicos* dans l'interaction touristique, au-delà de leur valeur d'usage local (cf. chap. 3). Il articule les *trajes típicos* aux dimensions à la fois d'identité ethnique et de commerce. À travers cet élément de la culture matérielle des communautés andines, je propose d'adopter une posture pragmatique quant à l'usage de ces habits, afin de mieux comprendre l'articulation entre ethnicité et commerce. Je suggère de regarder moins *l'habit comme culture matérielle*, mais plutôt *l'habit comme culture matérielle qui apporte des bénéfices pécuniaires* notamment au sein d'un marché touristique. Cette perspective, loin de mettre de côté l'approche de la culture matérielle, invite plutôt à l'inscrire dans des considérations de type commercial et touristique, qui font partie des raisons pratiques motivant son usage, au-delà des raisons purement culturelles (cf. 2<sup>ème</sup> courant théorique sur les textiles andins citée in Filage). Cette perspective permettra d'appréhender la valeur marchande de l'ethnicité, élément essentiel à retenir de ce chapitre.

Dans ce chapitre, j'entends développer trois idées principales permettant d'appréhender cette valeur marchande. La première consiste à dissocier l'amalgame récurrent entre *traje típico* et identité ethnique, car cette relation est complexe et s'inscrit dans une série de raisons qui contraignent ou encouragent son usage et, d'autre part, les *comuneros* portent aussi des habits cosmopolites. La deuxième vise à montrer que l'identité ethnique est situationnelle et peut avoir un caractère marchand. On peut alors recourir au concept d'« ethnicité marchande » (Ariel de Vidas 1996), qui combine ces deux termes sans nécessairement les dissocier, d'autant plus que revendiquer une ethnicité dans le contexte andin constitue une « bonne affaire » (au sens commercial du terme). La troisième idée consiste à appréhender l'identité ethnique comme une performance au sens d'*enactment*, c'est-à-dire comme une *mise en acte*<sup>489</sup> identitaire qui peut comporter une certaine mise en scène variable en degrés mais qui n'enlève pas nécessairement sa portée identitaire. Le terme *enactment* évoque une action réalisée, ce qui fait écho à mon travail qui met l'accent sur l'action, sur la mise en acte faite *avec* les textiles andins.

Ce chapitre est structuré en cinq sections. La première aborde la question de l'imaginaire, en particulier touristique, qui se forge progressivement et qui a comme élément significatif les *trajes típicos*<sup>490</sup>. Ces derniers sont fortement présents dans l'imaginaire des touristes (Ariel de Vidas

---

<sup>489</sup> Inexistant en français, je traduirai « *enactment* » par « mise en acte » pour le reste de mon travail.

<sup>490</sup> Si je centre mon analyse sur les *trajes típicos*, il existe d'autres éléments de cet imaginaire comme les lamas, les montagnes, les sites archéologiques, les Incas, etc. Il est d'ailleurs possible de voir les *trajes*

1996), au moins de manière vague, et associés souvent à leur caractère coloré, comme le souligne par exemple André, du groupe des huit touristes français·e·s. La deuxième section discute l'approche qui appréhende les *trajes típicos* par le prisme de la culture matérielle. Je montre ses apports indéniables, mais aussi ses limites que j'entends dépasser. La troisième section prolonge cette discussion en insistant sur le caractère multiple et contextuel des identités, en particulier de l'identité ethnique au Pérou, idée exposée du point de vue théorique dans l'introduction. Cette section souligne le fait que « l'habit ne fait pas nécessairement l'autochtone » et que les *trajes típicos* montrent que cette assertion peut être mise facilement en question. Suivant ce questionnement, la quatrième section postule que les raisons qui amènent à porter des *trajes típicos* oscillent en effet entre contraintes et raisons pratiques et pragmatiques. À cet égard, je développe l'idée d'un pragmatisme vestimentaire, qui dénote non seulement les raisons pratiques du port des *trajes típicos*, mais qui tient aussi compte des contraintes qui limitent ou découragent leur utilisation. La cinquième section introduit le concept d'« ethnicité marchande » qui résume bien l'idée d'un pragmatisme vestimentaire associé ici au commerce touristique. Ce concept en englobe d'autres comme celui d'« actifs culturels » (Asensio et Trivelli 2011) qui renvoient également à l'idée d'une complémentarité entre aspects culturels et identitaires, d'une part, et aspects commerciaux et touristiques d'autre part. Plutôt que de l'appréhender ou de l'interpréter comme une simple mise en scène touristique, je propose de la lire comme une mise en acte qui comporte souvent une revendication identitaire par biais des habits.

Dans ce chapitre, je mets ainsi en évidence cette complexité et ce dynamisme vestimentaires, en prenant l'exemple des *trajes típicos* dans les Andes cusquéniennes. Si l'on a coutume de dire que « l'habit ne fait pas le moine », on peut également se demander si « l'habit fait l'autochtone ». Comme nous le verrons, l'idée que l'habit fait l'autochtone ne correspond pas toujours aux phénomènes observés ou ressentis.

## 5.1 Se vêtir d'un imaginaire

Dans son travail sur le tourisme au Pérou, Nathalie Raymond (2001b: 31) définit l'« image touristique » comme « une représentation mentale d'une réalité qui a pour but de rendre attractive cette réalité pour un touriste ». Cette définition rejoint le concept de *tourist gaze* de John Urry (1990) ainsi que l'image touristique associée au Pérou : montagnes, Indien·ne·s, vestiges incaïques (Raymond 2001b: 50 ; cf. aussi chap. 1.1.1)<sup>491</sup>.

Dans cette section, j'insisterai sur l'idée d'une construction progressive et constante de cette imaginaire sur le Pérou, en particulier vis-à-vis des populations andines et ses *trajes típicos*.

---

*típicos* associés à ces éléments, par exemple dans les cartes postales où des femmes avec des tresses portent les *trajes típicos* et posent devant des murs incas et à côté des lamas.

<sup>491</sup> Sur ce point, auprès de Cusquéniens·e·s, de la Cadena (2004: 330) parle d'une « culture andine imaginaire qui est adscrite aux montagnes » et en dehors de la « modernité » (*incapaz de lidiar con la modernización*).

L'importance de cette idée réside dans le fait que cet imaginaire préexiste le voyage des touristes et qu'il induit ce qu'elle-il tend à regarder. L'analyse que je propose ici part de ma propre expérience (observations, lectures de revues, guides, etc.) et d'entretiens avec des touristes. Elle montre les images que l'on véhicule en Europe avant d'être au Pérou et que l'on retrouve aussi une fois sur place, en particulier à Cusco. Je commence par mon expérience lors de deux événements, l'un en Suisse l'autre en France, et complète celle-ci par quelques récits de touristes. Je continue ensuite par l'expérience que j'ai eue dans plusieurs avions et finis par celle qu'ont les touristes une fois au pays.

\*

### **5.1.1 Tintin et son poncho**

**L**or sacrée des Incas. C'est le nom de l'exposition de la Foire du Valais (Suisse) d'octobre 2013 que j'ai visitée avant d'entamer mon travail de terrain à Cusco. L'exposition insiste en effet sur le côté incaïque du Pérou : des films comme « Le secret des Incas » ou des bandes dessinées comme « Tintin et le Temple du Soleil » (Hergé 1949)<sup>492</sup>. Je connais particulièrement cet épisode où un autochtone porte un bonnet et un poncho, et Tintin aussi. À ce propos, malgré le titre, l'exposition mobilise quelques photographies des populations autochtones de Cusco avec les *trajes típicos*. Ce jour-là, *Pasión Andina*, un tour-opérateur suisse qui organise des voyages au Pérou montre aussi ce genre d'images, notamment des femmes des Andes. Souriantes, elles portent des vêtements colorés (couleurs diverses et très fortes).

**P**aris, place Raoul Dautry. Un mois après la Foire du Valais, j'apprends qu'un événement de promotion touristique du Pérou, organisé par PromPerú, a lieu. Se trouvant sur diverses affiches, le nouveau slogan « Pérou l'Empire des trésors cachés. Ne regardez pas le film, vivez-le » renvoie notamment au passé précolombien. Sur les affiches, je regarde les populations andines vêtues de leurs *trajes típicos*, très colorés, contrastant avec le ciel gris de l'après-midi parisien. Une affiche montre aussi une femme autochtone souriante avec une *lliclla* et une *pollera* de couleurs vives devant une touriste vêtue de couleurs plus sombres. Ce jour-là, je regarde un spectacle de danse où des musiciens et des danseuses·eurs portent eux-aussi des *trajes típicos* colorés. Trois péruviennes se trouvant à un stand d'information touristique sont également habillées avec des *trajes típicos* de Colca, Ayacucho et Cusco.

\*

---

<sup>492</sup> Référence citée également par Galinier et Molinié (2006: 15, 73). D'après ces auteur·e·s, « Hergé n'a pas fait le voyage au Pérou. Il a pris son inspiration dans le livre de Wiener publié en 1880, son intrigue dans une œuvre de Leroux publié en 1913, et les détails de ses dessins probablement dans un article de *National Geographic* de février 1938 intitulé « The realm of the Sons of the Sun », et illustré des photographies d'un certain ... Herget » (p. 73). Ce passage met en évidence la médiatisation du Pérou à l'étranger qui nourrit cet imaginaire.

En relisant mes notes de terrain en Valais et à Paris, l'aspect coloré apparaît à plusieurs reprises. Le mot « typique » ressort aussi de mes notes (j'emploie ainsi un terme largement utilisé par les Péruvien·ne·s). Je retrouve cet imaginaire coloré dans le récit de mes six ami·e·s d'Italie, de France et d'Espagne qui sont venus me retrouver au Pérou en 2014 (cf. aussi le récit introductif du chapitre 2). Nous avons visité Cusco, y compris le Parc comme les touristes français·e·s mentionnés plus haut. Avant d'être au Pérou, elles·ils m'ont parlé de quelques clichés qu'elles·ils avaient du pays, souvent associés aux Incas, aux lamas, au Machu Picchu ou aux montagnes. Elles·ils se sont aussi référés aux *trajes típicos*, bien qu'ils n'aient pas verbalisé ce terme explicitement : « tissus artisanaux [...] riche en couleurs » (*tessuti artigianali [...]ricchi di colori*) (Antonio) ; « les bonnets péruviens » (Juliette, Albi), « costumes traditionnels » (Albi), « les beaux tissus colorés » (Manon).

Ces images associées tant aux Incas<sup>493</sup> qu'aux *trajes típicos* sont tirées de ce qu'elles·ils ont appris à l'école, dans des documentaires, guides de voyage, bandes dessinées comme Tintin ou la Cité d'or ou encore dans des discussions avec des tiers. Timo a cité particulièrement toutes ces sources qui résument bien le propos du reste. Quant à l'influence des tiers, il a évoqué non seulement sa femme Juliette<sup>494</sup> qui a voyagé avec lui, mais aussi un autre collègue de travail ayant visité le pays. À l'instar d'André ou de ces ami·e·s, d'autres touristes avec qui je me suis entretenu m'ont dénombré aussi ces différentes sources. En relisant les propos de mes ami·e·s, j'ai remarqué aussi mon influence. Albi m'a parlé par exemple d'un bonnet (*berreto*). J'ai porté en effet un *chullo* très coloré à certaines fêtes, posté des photographies sur Facebook (notamment une image de profil où j'apparais avec un poncho de Chawaytire) ou encore diffusé mon travail dans le milieu académique ou non, où j'ai montré physiquement ou à travers des présentations Powerpoint mon objet d'étude. Que je le veuille ou non, je fais(ais) partie de ces tiers évoqués notamment par Timo. N'oublions pas que la littérature anthropologique y contribue aussi avec ses récits et images (par ex. Cometti 2015; Heckman 2006; Zorn 2004; Silverman 1994). Nous, anthropologues, sommes aussi des « passeurs de mémoire » (Ciarcia 2011), médiatrices·eurs de cet imaginaire.

Pour revenir à ma propre expérience, j'ai remarqué d'autres supports médiatiques tels que la publicité touristique et commerciale. À Lausanne, j'ai pu par exemple voir sur une affiche d'un tour-opérateur la photographie d'une femme de Chinchero portant un *traje típico* (gilet rouge et chemise blanche brodée avec des lignes bleues) et ses tresses fines. J'ai retrouvé également une image semblable à Zurich dans un dépliant d'*Apu Kuntur*, entreprise de vêtements en alpaga. Celui-ci vendait d'ailleurs des *chullos* qui ont la forme « typique » que l'on associe au Pérou (bonnet péruvien comme le qualifie Juliette).

---

<sup>493</sup> Chez Manon, cette image des Incas se mêle avec d'autres civilisations préhispaniques du continent. J'ai retrouvé quelques récits d'autres personnes où la distinction entre les Mayas, Aztèques et Incas n'est pas claire.

<sup>494</sup> Juliette était la seule personne qui était déjà allée une première fois au Pérou et à Cusco.

Dans le domaine touristique, on retrouve constamment ces images dans les guides de voyage, support cité par Timo. Il ne s'agit pas que de publications récentes, mais aussi d'anciennes. Par exemple, j'ai consulté le *Mini-guía del Perú* (Reparaz Ruiz 1965), où apparaissent diverses photographies en noir et blanc de femmes en *trajes típicos*. Plusieurs d'entre elles sont d'ailleurs de Chinchero et sont même placées dans des sections consacrées à d'autres régions du Pérou. La couverture de ce guide montre en outre deux filles vêtues avec des *monteras* (chapeau local), *lliqlla* et un garçon coiffé d'un *chullo* et portant un poncho, les trois étant pieds nus. Dans des versions plus contemporaines, on retrouve ces images sur les couvertures et à l'intérieur de guides comme *Lonely Planet* ou *Le Routard* consacrés aux Andes ou plus particulièrement au Pérou.

À l'instar des guides de voyages, la photographie est aussi un support médiatique clé dans la diffusion de l'imaginaire touristique. Pensons aux clichés du photographe suisse Bischof sur Cusco, par exemple celui de l'enfant portant un poncho et un chapeau qui marche en jouant une flûte<sup>495</sup>, ou les clichés des Péruviens Martin Chambi<sup>496</sup> et Mario Testino, dont son récent travail *Alta Moda* (2013). Ce dernier est entièrement consacré aux *trajes típicos* employés dans les danses de Cusco et a fait l'objet de divers expositions et publications<sup>497</sup>. Des contes pour enfants (par ex. Mireille et Hélène 1973; Brun 1965), véhiculent aussi ces images, notamment à travers des enfants autochtones avec leurs *trajes típicos*. À l'instar des événements décrits en Valais et à Paris, on peut trouver encore d'autres spectacles et expositions dans des musées aux États-Unis et en Europe où l'on côtoie les *comuneros* avec leurs habits autochtones (cf. Zorn 2004).

Aujourd'hui, l'ensemble de ces images peut circuler sur le Web et les réseaux sociaux de manière étendue et rapide. De manière régulière, je regarde les photographies, postées par des ami·e·s ou des touristes, de *comuneros* vêtue·e·s en *traje típico*. Et les *comuneros* elles-mêmes, particulièrement ceux travaillant dans le TRC, mettent désormais sur le Web leurs photographies où ils portent ce type de vêtement, au même titre que des tour-opérateurs qui offrent ce type de tourisme.

L'ensemble de ces supports médiatiques met ainsi en évidence la construction progressivement depuis l'enfance (école, bandes dessinées, contes) d'un imaginaire sur le Pérou, les Andes et plus particulièrement les *trajes típicos*. Que l'on voyage ou non au Pérou, des images circulent dans nos quotidiens comme celles du poncho, du bonnet ou des femmes portant des enfants à l'aide de

---

<sup>495</sup> Pour le travail de Bischof consulter, Bischof et al. (1990) ou Bischof et al. (1956) (dans ce dernier apparaissent aussi les clichés de Verger sur le Pérou et Cusco). Pour d'autres travaux photographiques cf. Szarkowski (1984), Waisbard (1976) ou Penn (1974).

<sup>496</sup> Billeter (1993: 32) parle du travail de Chambi comme « [l]e premier photographe indien » devenu fameux en Europe et en Amérique, après l'exposition de ses photographies par la Kunsthau de Zurich dans les années 1930. Elle cite également d'autres photographes d'importance comme Chani (cf. Billeter (1993) qui expose des photographies de *comuneros*, femmes et hommes, avec leurs *trajes típicos*; cf. aussi Kunsthau Zürich 1981). Pour Chambi, cf. Ranney (1993) ou le site : <http://martinchambi.org/en/> (consulté le 23.02.17).

<sup>497</sup> Les photographies ont été exposées au musée de Testino (MATE) ainsi que dans d'autres villes péruviennes. Une publication porte son nom (Testino 2013) et un numéro de Vogue lui est consacré (Lyon 2013: 9).

la *lliqlla*. Je souhaiterais désormais continuer cette réflexion en montrant comment cet imaginaire se prolonge lorsque l'on part en voyage au « pays du poncho » pour reprendre Stéphane (je reviendrai sur lui plus en détail dans la section 5.3.2). Je commence par mon expérience dans les avions.

### 5.1.2 Deux femmes vêtues de *trajes típicos* dans un vol KLM

**J**e suis dans le vol KLM de Genève à Amsterdam. Je feuillète le magazine de la compagnie, *Holland Herald* (Juillet, 2015). Deux femmes portant des bébés sur le dos et accompagnées de deux autres jeunes filles et un enfant, sont vêtues des *trajes típicos*. Les femmes et les filles ont des *polleras* brodées avec de nombreuses icônes et couleurs, des *monteras* sur la tête, des *lliqlla* – dans lesquelles elles portent les enfants ou des agneaux – et des *ojotas* (sandales faites en caoutchouc). L'enfant porte un *chullo* coloré et une sorte de *lliqlla* d'une couleur opaque (noir et gris). Chez ces femmes, le rouge prédomine. Sans lire la description du cliché apparu dans le magazine, je sais que celle-ci parle de Cusco. Pour celles·ceux moins habitués, la référence permet de mieux se situer : « *Quechuas ladies, children and goats on the way to market near Cusco, Peru* ». Ce cliché du photographe Jimmy Nelson en précède d'autres montrant des « ethnies » originaires de la Nouvelle-Guinée, de la Nouvelle-Zélande ou de la Sibérie. Un an plus tard, je retrouve des images similaires dans le magazine de la compagnie *Peruvian* (Juillet 2016) en allant de La Paz à Cusco. Ce numéro ayant pour titre *Cusco in a thousand colors* est entièrement consacré à cette région. Deux photographies attirent mon attention : l'une d'un *comunero* de Lares qui se caractérise par ses « habits traditionnels rouges » se référant à son poncho, l'autre d'un enfant avec un poncho de couleur similaire et d'une femme avec une *lliqlla* rouge chargée en motifs. Tou·te·s les deux portent un chapeau caractéristique de la zone de Willoq.

\*

Prendre l'exemple des magazines des compagnies aériennes n'est pas anodin. À l'instar des guides de voyage que de nombreuses·eux touristes portent avec soi, ceux-ci illustrent la façon dont nous imaginons les populations andines avec leurs *trajes típicos* avant même d'arriver au Pérou. Ces exemples ne se limitent pas au cas péruvien, mais l'on retrouve aussi en Afrique (cf. Comaroff et Comaroff 2009: 12; Behrman 1995: 202-4) et nourrissent les idées que l'on se fait de ces personnes que l'on n'a pas (encore) rencontrées véritablement. En feuilletant ces magazines, je retrouve souvent des images stéréotypées des personnes et lieux que je reconnais parce qu'ils me sont familiers en tant que Cusquénien. Pour d'autres moins familiarisé·e·s, ces images s'alignent sur celles médiatisées préalablement (contes, bandes dessinées, documentaires, etc.). En tout cas, elles évoquent l'aspect coloré qui revient à l'esprit de mes interlocutrices·eurs.

Dans le discours de ces dernièr·e·s, ces pièces sont souvent tenues comme « traditionnelles », qualificatif employé aussi par *Peruvian magazine. Vamos* (juin, 2016), un autre magazine de la

compagnie aérienne LATAM que j'ai feuilleté lors de mon vol Santiago-La Paz parle des « *Women traditional dress* » en se référant aux habits colorés des femmes dans les ruelles de Cusco. Si je me rapporte à la visite du groupe des touristes français·e·s que j'ai accompagné et guidé, ces derniers étaient attirés par les habits qu'ils qualifiaient de « traditionnels » et portaient moins le regard sur les autres *comuneros* qui n'étaient pas habillés « traditionnellement », pour reprendre leur terminologie. Au terme traditionnel s'ajoute notamment celui d'« authentique », récurrent dans le milieu touristique. Ce terme sort également de la bouche de nombreux touristes avec qui je me suis entretenu.

Jusqu'à maintenant, j'ai parlé d'un imaginaire entretenu en dehors du Pérou. Regardons de près ce qui se passe dès l'arrivée au Pérou. Nous verrons comment l'on prolonge cette imaginaire sur place. Commençons par les aéroports, point d'entrée au pays.

Hormis les images abondantes du Machu Picchu à l'aéroport de Lima et de Cusco, il n'est pas rare de tomber sur des photographies de *comuneros* vêtu·e·s de leur *traje típico*. Par exemple, la publicité de l'hôtel *Sonesta* montre, à côté des sites archéologiques, une fille souriante portant une *montera* et vêtue d'un gilet rouge qui rappelle l'image classique de la *ñusta* cusquéenne. Dans les magasins de l'aéroport, on peut retrouver des t-shirts avec un bonnet estampé ou encore des poupées portant les *trajes típicos* (version masculine avec poncho, bonnet et flûte de pan et féminine avec tresses, *lliclla* et *pollera* ; ou la version lama portant un *chullo*) (cf. aussi Femenías (2005: 292-93) qui cite l'exemple de la vallée de Colca au Pérou où les autochtones elles-mêmes vendent des « barbies » avec les *trajes típicos* ; et Henrici 2007: 149).

Sortons désormais des aéroports. En dehors de ceux-ci, l'imaginaire se matérialise par d'autres moyens, avant de se trouver en face des personnes qui portent ces habits. Je cite plus particulièrement le cas de Cusco. Prenons l'exemple des cartes postales qui abondent dans les milieux touristiques. Hormis les sites archéologiques, l'on trouve quelques paysages où les camélidés, les populations autochtones, notamment des Andes, apparaissent de manière récurrente (cf. en Bolivie Haynes 2013: 437). Il s'agit notamment des femmes et des enfants, souvent originaires de Cusco, telle la photo retrouvée dans le magazine *Holland Herald*. Une carte postale de l'année 1984 que j'ai achetée montre par exemple une femme vêtue d'un gilet rouge (comme la fille dans la publicité de l'hôtel *Sonesta*), d'une *lliclla* de couleurs différentes et remplie de motifs et une *pollera*. Elle porte, dans ses bras, enveloppé avec la *lliclla*, un bébé coiffé d'un bonnet. Trente ans plus tard, je retrouve des cartes postales<sup>498</sup> avec des images similaires, peut-être moins

---

<sup>498</sup> Il est intéressant de remarquer la présence des femmes dans les cartes postales dans d'autres contextes géographiques comme en Palestine où Moors (2000) montre comment les habits et les corps féminins supportent un discours sur l'héritage palestinien. Si les vêtements évoquent le monde rural, comme dans le cas andin, une grande différence est qu'ils sont utilisés par des femmes urbaines. Par cet élément, Moors conclut qu'il s'agit d'une inclusion des éléments ruraux dans un projet national moderne auquel ces femmes participent. Si Pirinoli (2009) met aussi en évidence l'utilisation des femmes rurales dans des cartes postales et d'autres supports visuels (par ex. les fresques murales), elle critique l'analyse de Moors en affirmant que les femmes deviennent un « objet culturel plus qu[e des] actrices de la culture et de l'identité nationales »

marqué visuellement par un style vestimentaire « autochtone », mais qui véhiculent toujours les mêmes clichés sur les Andes, les personnes et leurs habits, donnant un effet que l'on pourrait qualifier d'« allochronique » (Fabian 1983)<sup>499</sup>.

Ce type d'image est véhiculé depuis le début du siècle auprès des touristes à Cusco, notamment grâce au travail du photographe péruvien Miguel Chani (Billeter 1993: 31). Certaines mettent en scène des *comuneros* réalisant une activité textile, souvent le tissage. J'ai acheté une fois une carte postale au magasin du CTTC à Cusco qui montrait un jeune tisserand que j'ai connu à Chawaytire. Souriant, le regard vers le haut, coiffé d'un *chullo* et vêtu d'un gilet bordeaux propres de la zone, cet adolescent est en train de travailler une pièce à l'aide du *telar de cintura*. Ces clichés renforcent alors l'association entre les *comuneros* et l'activité textile, d'autant plus que dans le magasin du CTTC les tisserand·e·s déploient cette activité sous le regard des visiteuses·eurs, à l'instar d'autres endroits comme le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* à Cusco ou *Awana Kancha*, vers le chemin de la Vallée sacrée (cf. aussi le cas des hôtels dans le chap. 2.3.2).

D'autres supports visuels, comme les peintures, représentent souvent ces *comuneros* avec leurs habits. On voit constamment à Cusco ces œuvres dans les restaurants, les hôtels, les magasins, les musées ou les expositions artistiques, comme celle d'Herbert Ccahuana au *Museo de Arte Contemporáneo*. Ce peintre – qui a aussi exposé à Paris – dessine souvent des portraits ou des paysages où apparaissent les *comuneros* et leur *traje típico*. Cette thématique est récurrente chez d'autres peintres, peut-être depuis José Sandobal, peintre indigéniste du début du XX<sup>ème</sup><sup>500</sup>.

Hormis les cartes postales, les photographies, les peintures et la publicité touristique qui abondent dans le quotidien cusquénien, s'ajoute une série d'éléments qui prolongent ce type de médiatisation des *trajes típicos*. Au jour le jour, j'ai pu voir ces images : sur des productions artisanales (par ex. porte-verre, objets aimantés, porte-clés) ; sur des poupées qui distinguent les toilettes des hommes et des femmes par exemple dans la bibliothèque du CBC ; dans des spectacles de danses dits typiques ou folkloriques dans les hôtels comme *Sonesta*, les restaurants comme *La Cusqueñita* (qui porte d'ailleurs le logo d'une femme avec son *traje típico* ; cf. photo A.41 dans les annexes) ou encore au *Centro Qosqo de Arte Nativo* (particulièrement fréquenté par les touristes) ; dans des spectacles dans divers restaurants et bars où les musiciens portent des *chullo* et des ponchos (cf. photo A.40 dans les annexes) ; dans des séries télévisées comme la

---

(p. 298). Malgré leurs divergences, ces travaux soulignent le lien entre vêtements, femmes et ruralité comme support d'un discours identitaire et le désir de figer le temps à travers ces images (Pirinoli parle en terme d'atemporalité et Moors de effets muséaux et photographiques).

<sup>499</sup> Dans sa critique à la pratique de terrain, l'auteur définit cet effet « allochronique » (*allocronyc*) comme un « déni de contemporanéité » (*denial of covalness*) des interlocutrices·eurs par le fait de les placer dans « un temps autre que le présent du producteur (*producer*) du discours anthropologique » (Fabian 1983: 31).

<sup>500</sup> Tirée du *Chasqui*, Bulletin Culturel du ministère des Affaires étrangères du Pérou (Octobre, 2011, p. 6-7).

*Paisana Jacinta*<sup>501</sup> qui véhicule une image stéréotypée d'une migrante des Andes à Lima portant toujours une *lliqlla* et faisant souvent l'objet de moqueries ; ou encore lors de nombreux événements festifs, religieux ou politiques où le port de *trajes típicos* devient manifeste (cf. chap. 3).

Je parle ici des objets et des espaces auxquels touristes et Cusquénien·ne·s (et plus largement Péruvien·ne·s) sont confrontés dans leur quotidien. J'ai cité par exemple le cas du CBC qui est un endroit fréquenté par la population locale. La bibliothèque dispose d'ailleurs de photographies, publicités et publications qui montrent les populations andines vêtues de leur *traje típico*. Sur la page Web apparaît aussi le visage d'un *comunero* avec son *chullo*<sup>502</sup>.

Divers auteur·e·s insistent sur cette socialisation des Péruvien·ne·s et Cusquénien·ne·s vis-à-vis de l'imaginaire sur les *comuneros* et leurs *trajes típicos* depuis le début du XX<sup>ème</sup> à travers la photographie (cf. les données et les photographies dans Mujica et Martínez 2013) ou le théâtre et les danses (Mendoza 2009, 2006; Pacheco 2007; de la Cadena 2004; Pérez Galán 2003, 151; Van den Berghe et Flores Ochoa 2000) ou encore les travaux scientifiques, comme l'expédition de 1955 chez les Q'eros, qui a façonné la manière passéiste de percevoir ces *comuneros* (cf. le récit « Une précieuse rencontre » in Filage; cf. aussi chap. 3.2).

Les Q'eros font aujourd'hui l'objet de publications fameuses destinées au tourisme dit mystique, publications qui véhiculent des clichés de ces personnes vêtues des *trajes típicos* (par ex. Paucar Calcina 2015; Wilcox 2004). De manière plus large, la publicité touristique tend à mobiliser les populations autochtones du Pérou (Simon 2009: 122; Meisch 2009: 143-44; Steel 2009: 165; de la Cadena 2004; Zorn 2004: 138; Pérez Galán 2003; Henrici 2007: 132-33; cf. aussi pour le cas bolivien Haynes 2015: 280-82). Cette publicité met en avant l'aspect vestimentaire autochtone et concerne non seulement les touristes, mais aussi les Péruvien·ne·s et Cusquénien·ne·s qui la voient au quotidien. Le regard porte sur l'« indien imaginaire » (*imaginary Indian* chez Crain 1990) qui devient parfois l'« indien festif » (*indio festivo* chez de la Cadena 2004: 294), notamment lors des spectacles de danse et de musique. Il est question de spectacles souvent joués par une population urbaine non autochtone comme ceux présentés au *Centro Qosqo* ou à *La Cusqueñita* que j'ai cités plus haut et qui comportent une dimension folklorisante<sup>503</sup>.

---

<sup>501</sup> *Paisana* est traduit comme « paysanne » et se réfère aux gens de la campagne, en particulier des Andes. Cela renvoie à l'image de *chola* ou *mestiza* et à la thématique de la discrimination et du racisme que j'aborde plus bas.

<sup>502</sup> [www.cbc.org.pe](http://www.cbc.org.pe) (consulté le 13.04.17). En novembre 2018, j'ai pu apprécier, devant la bibliothèque, l'exposition photographique « *Awayniypin yachayniy* » (En tissant nos savoirs). Avec une soixantaine d'images (en grand et petit formats), celle-ci représente des *comuneras* portant des *trajes típicos*, certaines travaillant sur le métier à ceinture.

<sup>503</sup> Mendoza (2006) montre le caractère folklorisant de ces spectacles, inspirés des manifestations culturelles des Andes rurales, qui ont participé à la construction d'une identité régionale cusquénienne. García Canclini (1999) critique une telle folklorisation pour l'Amérique latine dans la mesure où elle ne rend pas compte des processus d'hybridations culturelles, « comme si les indigènes du continent n'étaient pas en train de vivre depuis de décénies des processus de migration, [de] métissage, [d']urbanisation, de diverses interactions

Par ces divers moyens médiatiques véhiculés déjà à l'étranger (Ypeij 2012: 18-19; Stronza 2001: 271), les touristes se vêtent d'un imaginaire qui se forge progressivement chez elles-eux depuis l'enfance et construit le *tourist gaze*. Cet imaginaire met en avant l'« image touristique » du Pérou associée aux populations des Andes comme le souligne Raymond (2001b), ce qui comprend les *trajes típicos*, notamment leur aspect coloré et leur caractère « traditionnel » manifeste dans le récit des touristes ou dans les publications touristiques. Cet imaginaire se prolonge et est entretenu sur place, sans que les touristes aient nécessairement avoir rencontré les personnes qui portent ces vêtements.

Les Péruvien·ne·s et Cusquéenien·ne·s se vêtent aussi de cet imaginaire qui est peut-être renforcé par leur situation historique et géographique où ces images sont quasi omniprésentes et circulent depuis longtemps au quotidien. Que l'on soit d'ici ou d'ailleurs, cet imaginaire se perpétue au jour le jour, à divers degrés suivant le lieu et la familiarité. Mais encore, loin d'être uniquement réceptrice·eur, chaque touriste peut en devenir (potentiellement au moins) émettrice·eur, par l'envoi des cartes postales, le fait de donner des cadeaux, de montrer des photos ou de se référer aux lieux visités auprès de son entourage (Boyer et Viallon 1994). C'est par exemple le cas des touristes que j'ai rencontrés à Cusco (certain·e·s d'affinité *new age*) portant un poncho (cf. Berlo (1992, 124) qui décrit le port aux États-Unis et en Europe). Grâce au Web et aux réseaux sociaux, ce phénomène est renforcé davantage.

Désormais, il est question de voir ce qui se passe lorsque les touristes rencontrent les *comuneros* et leurs *trajes típicos*. Le sociologue Gérard Lenclud (1995) affirme que « voir c'est reconnaître ». En tant que touristes, cet imaginaire nous habite et cultive en nous un regard sélectif. Et nous aussi, nous le mobilisons. Nous voyons ce qui nous attire, ce qui attire notre regard. Nous prêtons moins attention aux habits cosmopolites portés par les *comuneros* : jeans, maillot d'équipes de football fameuses, pulls industriels, casquettes, etc. En voyant ce que nous reconnaissons, notamment de différent, d'exotique, nous nous habillons d'un imaginaire. Comme Lenclud, je me réfère non seulement aux voyageuses·eurs, mais aussi à nous, les anthropologues (cf. aussi Kilani 1994: 74-6), notamment lorsque nous parlons de culture matérielle.

## 5.2 Culture matérielle comme carte d'identité : des apports à son dépassement

Comme je l'ai cité dans le chapitre 3, Lucio, *comunero* de Chawaytire m'a confié une fois que : « [les *pally* des ponchos] sont plus efficaces que le DNI [Document National d'Identité] ». Plus tard en 2014, Thania, une tisserande de Chinchero a fait la même analogie en se référant aussi aux motifs *loraypo* et *hakas* sur les pièces textiles (cf. d'autres témoignages dans in Callañaupa 2007: 24). En effet, la combinaison des couleurs, des motifs (*pally*) et parfois de la

---

avec le monde moderne » (p. 227). L'auteur parle des « cultures hybrides » ou d'« hybridations ». Pour une critique sur la folklorisation des cultures, voir García Canclini (1999: 193-9).

forme des ponchos, *chullo* ou *lliqla* dénotent l'origine de la personne qui les porte (cf. aussi Meentzen 2007: 247, 254-55 ; cf. aussi photo A.45 dans les annexes).

Grâce à ma recherche, j'ai appris à déchiffrer l'origine des *comuneros*, notamment si je connais bien son *traje típico* : le rouge et le bleu avec les motifs *loraypo* des *lliqla* représentent Chinchero ; le bordeaux, le violet et le blanc des ponchos, Chawaytire ; le rouge plus fort et le blanc ainsi que la petite taille des ponchos Patacancha ; etc. Malgré certaines particularités des pièces prises individuellement, ces *trajes típicos* sont un DNI comme l'affirment Lucio et Thania.

En témoignent d'autres éléments vestimentaires tels les gilets avec du blanc, rouge et violet originaires de Chawaytire ou les chemises blanches avec des broderies bleues originaires de Chinchero. Comme l'affirme l'anthropologue Lynn Meisch (1996: 163) dans son étude en Équateur : « les habits traditionnels » (*traditional costumes*) ne permettent pas uniquement aux étranger·e·s d'identifier les autochtones (*indígenas*) mais aussi entre ces dernier·e·s de s'identifier entre eux (*indígenas to one another*). Parfois, l'identification est plus subtile en se rapportant à la technique de tissage. Tel que me dit Rosa, *ñawi awapa* – technique de finition de tissage d'ordre décoratif déployé souvent sur les *lliqla* (cf. plus haut photo 5) – permet de reconnaître une *comunera* de Chinchero (Rosa, 22.10.14) (cf. aussi Lyon 2013: 13).

En anthropologie, l'aspect vestimentaire a été souligné comme un élément qui dénote les particularités culturelles. C'est une composante de la « culture matérielle », comme le souligne l'ouvrage *Clothing as Material Culture* de Susanne Küchler et Daniel Miller (2005) (cf. aussi Whittle et Griffiths 2012). Comme son nom l'indique, elle concerne des éléments dits culturels matérialisés sur des objets ou lieux, mais qui dénotent également les pratiques qui leur sont associées (Miller 1998a: 187). Depuis une quarantaine d'années (Femenías 2010: 259) et depuis plus de deux décennies dans le cas spécifique des autochtones des Andes (Schevill 1996: 3), les habits sont devenus un objet anthropologique, à partir d'une perspective de culture matérielle<sup>504</sup> (Miller 2005: 1-5; O'Connor 2005: 41-43).

Dans les Andes, cette approche imprègne fortement les travaux académiques qui insistent très souvent sur des aspects symboliques, identitaires et cosmologiques de la « culture andine », en se référant en particulier (sinon exclusivement) aux populations autochtones. Captivé·e·s par le particularisme vestimentaire et plus largement par l'activité textile dans les Andes, de nombreuses·eux anthropologues adoptent cette posture, dans une approche de tendance sémiotique et culturaliste (cf. mon analyse du deuxième courant théorique des études sur les textiles andins in Filage). D'autres études en Amérique centrale font le lien entre l'identité culturelle et les habits (au Guatemala cf. Hendrickson 1996; Pancake 1996; cf. aussi Root 2005

---

<sup>504</sup> Dans cette approche, certains auteur·e·s étudient l'aspect politique et économique du vestimentaire, parfois dans une perspective historique, en Afrique (cf. Eicher 1995a) ou en Europe (cf. Whittle et Griffiths 2012). D'autres travaux proposent une interdisciplinarité de la culture matérielle (cf. Gerritsen 2015), dont certains explorent les transformations notamment en termes de fibres utilisées (cf. O'Connor 2015; 2005).

pour l'Amérique latine) ; un rapprochement similaire est opéré par la publication d'Awana Wasi Cusco (1991) pour Chinchero.

En dehors du monde académique, des publications comme *Weaving in the Peruvian Highlands* (Callañaupa 2007) adoptent une approche similaire en soulignant les aspects symboliques. Directrice du CTTC, Nilda Callañaupa décrit à l'aide d'images l'activité textile en insistant sur la diversité des habits qui distingue l'origine communautaire. Le livre décrit en outre la provenance historique des pièces, certaines étant issues de l'époque préhispanique et d'autres de l'influence coloniale. Par là, Callañaupa opère, à l'instar d'autres anthropologues, une généalogie de l'activité textile et des pratiques vestimentaires avec le passé, représentant l'héritage historique. D'autres ouvrages vendus aux touristes et aux personnes intéressées par le mysticisme andin tendent à souligner ces aspects vestimentaires (par ex. Paucar Calcina 2015; Wilcox 2004).

L'approche par la culture matérielle, souvent accompagnée d'une approche sémiotique<sup>505</sup>, en tout cas dans les Andes, souligne le particularisme vestimentaire de la zone. Elle montre ainsi l'importance des *trajes típicos* en termes d'identité communautaire, le vestimentaire comme DNI pour reprendre les termes de Lucio et Thania. Les études approfondies sur l'iconographie ou les couleurs des habits dénotent non seulement la dimension identitaire, mais aussi une série d'aspects culturels qui relèvent des mythes, des histoires locales, des paysages, etc. À ce propos, mes interlocutrices-eurs de Chawaytire et de Chinchero parlent de leurs lagunes à travers la description iconographique de motifs *qocha* et *loraypo*, respectivement (pour Chinchero cf. aussi Franquemont et al. 1992). La perspective en termes de culture matérielle apporte en outre des éclairages sur les spécificités techniques de l'activité textile (Desrosiers 2014, 2012, 2010; Franquemont 1996; Franquemont et al. 1992), dont sont issus les habits autochtones élaborés à la main.

Toutefois, ces études tendent à *trop* insister sur des raisons culturelles qui sous-tendent l'activité textile et l'usage vestimentaire. Malgré les motivations commerciales induites en particulier par le tourisme, ces travaux se focalisent surtout sur les logiques sous-jacentes de la production et de l'usage textiles au niveau communautaire. C'est sur le point que résident les limites d'une telle approche, notamment lorsque l'on exclut les relations externes et les situations contextuelles dans lesquelles ces pratiques vestimentaires s'inscrivent également. Si les aspects de culture matérielle sont manifestes dans les Andes et particulièrement dans mon terrain, il serait réducteur de s'y limiter pour illustrer la complexité des dynamiques vestimentaires.

À ce propos, je suis Daniel Miller selon lequel la culture matérielle est réduite à « une forme de représentation, un signe sémiotique ou symbole de la personne » (Miller 2010: 40). Cet

---

<sup>505</sup> Selon Miller (2010: 12-13), si les études en culture matérielle (*material cultural studies*) ont fortement bénéficié de l'approche sémiotique, cette dernière devient toutefois une limitation (*limitation as an asset*) en général vis-à-vis des objets (*things*) et en particulier dans le domaine vestimentaire (*clothing*). Pour une critique de l'approche sémiotique vis-à-vis des objets en anthropologie, voir Miller (1987: 96-98, 126).

anthropologue nous invite à prendre en compte « l’habit comme habit » (*clothing as clothing*) et non simplement comme « culture matérielle » (*ibidem*). Dans la section suivante, je propose un prolongement de cette critique en soulignant la complexité et le dynamisme des aspects culturels et identitaires qui ne sont pas toujours couplés aux aspects vestimentaires, en l’occurrence aux *trajes típicos*. On peut ainsi se demander si l’habit fait l’autochtone.

### 5.3 L’habit fait-il l’autochtone ? L’identité ethnique en question

#### 5.3.1 Traje típico = autochtone

Reprenons le récit ethnographique sur Chinchero de l’introduction, lorsque j’ai laissé les touristes français·e·s et me suis retrouvé dans un des centres textiles :

**J**e franchis la porte d’un des centres textiles. Je souhaitais que l’on m’apprenne à tisser, une bonne excuse pour engager la conversation avec les tisserandes tout en faisant l’expérience participante du tissage. Les deux jeunes tisserandes m’invitent à attendre Julia, qui pourrait m’y initier. Je connaissais quelques bases en tissage suite à mon étude de mémoire à Chawaytire en 2008. J’avais presque tout oublié. J’attends assis d’un côté en regardant quelques touristes passer, dont un groupe d’adolescent·e·s états-uniens, peut-être en voyage d’école.

Une femme entre subitement dans le centre. Contrairement aux deux jeunes filles, elle ne porte pas de *traje típico*. Elle vend du *nabo hawch’a*, plat cusquéen à base de feuille de navet et de pommes de terre. Les premières lui demandent deux portions ; moi aussi une autre. Quelques minutes plus tard, un couple cusquéen entre et s’assoie devant moi pour faire une pause dans sa promenade. Toute mon attention se fixe sur Pio, le Cusquéen qui vient d’arriver, en raison des propos que celui-ci adresse à Gloria, la vendeuse de nourriture :

« Hein, maman (*mamá*)<sup>506</sup> tu vas pas te fâcher (*te sentir*). Tu dois porter ces vêtements [référence aux *trajes típicos* des deux femmes]. Tu n’es pas *misti* (personne non autochtone ; synonyme de *mestizo*). Tu n’es pas paysanne (*campesina*) ! *Qhawariy p’achata* (regarde tes habits en quechua) [...] Vous devez parler entre vous pour que cette dame (*señora*) ne vienne pas ainsi [habillée de la sorte]. Vraiment, elle est *misti*, patronne (*señora patrona*). Qu’est-ce que tu es ? (*¿Qué cosa eres ?*). Au contraire, tu devrais avoir de meilleurs vêtements (*mejorcito ropita bordadita deberías tener*). Oh *mamitay much’aruykimanraqchà* (je t’embrasserais)<sup>507</sup> ».

\*

Qu’est-ce que veut dire porter des *trajes típicos* ? Est-ce que *l’habit fait l’autochtone* ? Le discours de Pio, dans un ton qui, pour moi, demeure normatif ou prescriptif, me permet de poser ces interrogations. De manière catégorique, il classe ces personnes d’après l’habit : les unes

<sup>506</sup> Tournure cusquéenne pour s’adresser à quelqu’un avec certaine tendresse.

<sup>507</sup> Les propos alternent l’espagnol et le quechua, ce qui est habituel chez certains Cusquéen·ne·s : *Oye mamá no te vas a sentir. Debes ponerte esta ropa [la de las tejedoras]. No eres misti, no eres campesina. Qhawariy p’achata [mira tu ropa] [...] Deben venir a conversar que esta señora no debe venir a vender. En serio, es misti, señora patrona. ¿Qué cosa eres ? A lo contrario, mejorcito ropita bordadita deberías tener. Ay mamitay much’aruykimanraqchà [te besaría].*

« véritables » autochtones ou paysannes (pour reprendre ses mots), l'autre patronne ou *misti*. Comme lui, une grande partie des Cusquénien·ne·s jugent l'identité *mestiza* par les habits (*atuendo*) dans un « continuum ethnique » (de la Cadena 2004: 240, 242).

Marisol de la Cadena (2004) montre comment ce continuum est d'ordre hiérarchique entre les catégories *mestizos*, *mestizos indígenas* et *indígenas* (p. 48-50) et comment il comporte des nuances possibles. En parlant des femmes, elle cite des déclinaisons qui vont des « indiennes » (*indias*) aux « dames », en passant par les « *mestizas* simples », les « bonnes *mestizas* » et les « presque dames » (p. 242-43; cf. aussi Thorp et Paredes 2010: chap. 2). À côté de ces catégories, Femenías (2005: 22) intègre celle des blanc·he·s (*white*) dans un « système complexe de race, ethnicité et classe dans le Pérou contemporain » ; les *mestizos* étant une catégorie intermédiaire. Dans cette configuration complexe, un·e autochtone peut devenir « *misti* » (*mestizo*) aux yeux de ses compaires autres au moment où cette personne commence à mal les traiter (*disrespectfully*) (Hurley 1978: 130; cité dans Femenías 2005: 91-92; cf. aussi Thorp et Paredes 2010: 33). Cela souligne la perméabilité des catégories identitaires que mobilise par exemple Pio et qui dépendent, entre autres, de la situation socio-économique (ou classe sociale) (Femenías 2005; de la Cadena 2004).

Le discours de Pio (que l'on peut considérer comme un « touriste local », cf. introduction) nous invite à entrer en matière sur la dimension identitaire des *trajes típicos* lors des interactions touristiques. À l'instar de nombreuses·eux touristes, les Français·e·s et mes ami·e·s européens avec qui j'ai voyagé se focalisent comme Pio sur l'aspect vestimentaire des *comuneros*, sans qu'ils adoptent son ton ou qu'ils fassent ce type de comparaisons. Pour elles·eux, les *trajes típicos* sont toutefois un élément de la culture (matérielle) et de la tradition sinon du pays, au moins des Andes. Ce regard est à mettre en lien avec l'imaginaire dont j'ai parlé précédemment (cf. section 5.1).

Ainsi, pour ces personnes, la réponse à la question *l'habit fait-il l'autochtone ?* tend à être positive. Cette situation me rappelle l'exposition au *Museo Histórico Regional* qui avait pour titre « Chullo : identité qui se perd » (*Chullo: identidad que se pierde*) (cf. chap. 2.2) où il y a un amalgame entre la perte d'élaboration et d'usage du bonnet « typique » des Andes et la perte d'identité.

### **5.3.2 Traje típico ≠ autochtone**

Toutefois la situation est plus complexe qu'une simple équation *trajes típicos* = autochtone. Dans ce cas, il suffirait de porter par exemple un poncho pour devenir autochtone. L'exemple de Stéphane – touriste français que j'ai connu à Cusco et qui portait un poncho acheté en Bolivie – est parlant. Pour lui, l'utilisation de cet habit durant son séjour au Pérou constitue une manière de révéler aux Péruvien·ne·s leur identité. Son discours déplore une certaine perte d'usage, ce qui le rapproche des propos de Pio : « il n'y a pas beaucoup de ponchos [au Pérou] alors qu'on est dans

le pays du poncho ». D'autre part, le poncho lui permet de signifier son identité : « [Q]uand je mets le costume inca, quand je porte le poncho, et bien je change moi-même. Je [ne] détruis pas un monde pour un autre, j'en fais apparaître un troisième ». Alors que le port d'un pull, en-dessous de son poncho, lui rappelle son identité de touriste : « je suis habillé comme un touriste dans les Andes » (Stéphane, 01.04.14). Quand je l'ai connu, je n'ai pas vu en lui un autochtone, même s'il portait un poncho. Je voyais plutôt un touriste ou un *new ager* peut-être. Ce regard doit me questionner moi-même, l'identité que je lui attribue tout comme Stéphane dit de moi que mon identité (en tant que Péruvien) se signifie par le port d'un poncho.

Cette équation *traje típico = autochtone* n'est donc pas univoque. Elle met en évidence la polysémie du vestimentaire dont la-le porteur-e ne contrôle pas forcément la signification attribuée (Femenías 2010: 259; cf. aussi Miller 2010: 12). Cette signification varie ainsi selon l'observateur-e. Les habits colorés de fabrication industrielle comme des pulls qui pour moi (en tant que Cusquénien) correspondent à ce que j'appelle cosmopolite, pour un-e touriste, ils peuvent être « typiques » et faire partie de l'ensemble *trajes típicos*. L'équation *traje típico = autochtone* est complexe, à plusieurs inconnues, étant donné le caractère multidimensionnel de l'identité.

Divers auteur-e-s insistent en effet sur le caractère multiple et contextuel, parfois contesté ou instrumentalisé de l'identité ou, mieux encore, des identités (cf. Filage). C'est le cas des identités ethniques au Pérou (cf. Thorp et Paredes 2010) et à Cusco en particulier (de la Cadena 2004). Femenías (2005) parle à ce propos d'« identités relationnelles » (*relational identities*) (p. 87) ou d'une « ethnicité [...] relationnelle et situationnelle » (Femenías 2005: 294; cf. dans le cas de Písaq Henrici 2002: 121), dépendante du contexte et de l'audience (*audience- et context-dependent*) (Femenías 2005: 136). De son côté, Miller (1998a: 183) rappelle le caractère vague et pluriel de l'identité tout comme le processus d'appropriation qu'elle subit de la part des individus « de manière diverse et créative ». Si l'idée de liberté de choix qu'avance l'auteur est à nuancer et s'accompagne de contraintes, comme je le montrerai dans la section suivante, l'aspect créatif et personnel de l'identité ne doit toutefois pas être écarté. « L'identité ethnique est [donc] malléable » (Meisch 1996: 146) et non pas fixe ou déterminé préalablement.

Ce caractère multiple, variable et contextuel se reflète bien sur le terrain et souligne une diversité des paramètres, en allant au-delà du simple port des *trajes típicos* comme le montre l'exemple de Stéphane. Par exemple, les aspects linguistiques ou géographiques (lieux d'origine) sont à prendre en considération (cf. Thorp et Paredes 2010: 80-81, 86; Zorn 2004: 72). La langue quechua et plus encore l'accent lorsque l'on parle espagnol<sup>508</sup>, peuvent par exemple dévoiler

---

<sup>508</sup> La langue quechua en soi n'est pas un marqueur ethnique. Ma grand-mère est parfaitement bilingue mais elle n'a pas d'origines autochtones. D'après Maëlle, une amie suisse qui l'a connue, elle ressemblerait à une Européenne. Au contraire l'accent permet de reconnaître l'origine autochtone de certaines personnes. Les Cusquénien-ne-s urbains emploient le terme *motear* pour signifier le fait que l'on ne parle pas très bien espagnol. Comme si l'on mangeait du *mote* (grains de maïs) en parlant. À ce propos voir Canessa (2005b)

l'appartenance ethnique d'une personne, alors qu'elle ne porte pas de *trajes típicos*. De même, le fait de les porter n'assure pas *ipso facto* une identification ethnique, comme le montre particulièrement bien Femenías (2005) lorsqu'elle rapporte les jugements des *comuneras* vis-à-vis des citadines qui « ne savent pas porter » ces habits alors que ces dernières revendiquent une identité ethnique.

Hormis le code vestimentaire, les tresses chez les femmes dénotent le caractère ethnique des *comuneras* (Ypeij 2012: 29; Ackerman 1996: 237; cf. le cas bolivien dans Haynes 2015: 280). Le cas de Chinchero est intéressant à cet égard. Les tresses fines que portent de nombreuses femmes sont particulières de la zone et les distinguent d'autres endroits où les *comuneras* se coiffent souvent avec deux grosses tresses qui tombent sur les épaules. À nouveau, d'après mes observations et mon vécu de Cusquézien, on trouve les tresses chez les femmes dites *mestizas*, par exemple celles qui travaillent au marché de San Pedro à Cusco. Elles ne portent pas de *traje típico*, sont vêtues à peu près comme Gloria, avec une jupe industrielle, pas une *pollera*. Le *traje típico* devient dans ce genre de situations significatif pour distinguer d'un regard externe une *comunera* d'une *mestiza*, comme le fait Pio.

Cependant, la·le touriste qui porte le *traje típico* ne devient pas *comunero*, tout comme ma sœur qui lors de sa graduation a porté ce type d'habit. Ou encore les candidat·e·s politiques ou les présidents de la République qui lors des campagnes ou visites notamment dans les Andes s'habillent de la sorte (cf. chap. 3.3). Je n'ai pas non plus été perçu comme *comunero*, lorsque j'ai porté un poncho pour les *Fiestas del Cusco* (cf. chap. 3.1.2). Des pièces comme le poncho font plutôt gage d'identification régionale, comme quelque chose propre à Cusco ou, comme le souligne Pacheco (2007), au *cusqueñismo*. Le poncho = *comunero* n'est donc pas nécessairement ou immédiatement une équation valable.

À travers ces exemples et les quelques paramètres évoqués, j'ai voulu insister sur le fait que le *traje típico* ne fait pas l'autochtone, bien que son élaboration ou port peut avoir des éléments identitaires associés à la culture matérielle ou être un DNI pour reprendre les mots de Lucio et Thania. Gloria ne porte pas son DNI. Pourtant elle est de Chinchero, comme les autres deux tisserandes que j'ai rencontrées dans le centre textile. Si Pio avait vu ces dernières sans les *trajes típicos*, il aurait peut-être émis un discours pareil.

Comme nous le verrons, les tisserandes ne portent pas toujours ces habits. Définir l'autochtone par les habits trouve ainsi de multiples exceptions à la règle. Jérémie Voirol (2016) montre aussi cette difficulté dans les Andes équatoriennes lorsque les éléments pour la·le définir se réduisent à la langue, aux habits et à la coiffure. Il y a toujours des exceptions et cette prescription devient problématique avec les nouvelles générations comme l'auteur le souligne. C'est pareil dans le cas

---

qui souligne ces différences et asymétries entre urbain·e·s et autochtones en Bolivie du point de vue sociolinguistique.

cusquéenien non seulement pour une question intergénérationnelle, mais aussi pour la variabilité vestimentaire des *comuneros* qui ont à leur disposition les *trajes típicos* et les habits cosmopolites.

Dans ce qui suit, je souhaite prolonger la critique de l'amalgame entre aspects identitaires et vestimentaires en analysant le choix de porter ou non des *trajes típicos* fait par la personne qui les porte.

#### **5.4 Les *trajes típicos* : entre contraintes et pragmatisme vestimentaire**

J'ai montré précédemment les limites de l'approche de la culture matérielle vis-à-vis des *trajes típicos* et que ceux-ci ne déterminent pas nécessairement l'identité ethnique de la personne qui les porte ou non. Le port vestimentaire va en effet au-delà des raisons purement culturelles, mais comporte une série de raisons (et de raisonnements) de la personne oscillant entre contraintes et raisons pratiques. Ces dernières relèvent de ce que j'appelle un « pragmatisme vestimentaire » et que je tenterai de montrer principalement en rapport avec le tourisme. Comme nous le verrons, le tourisme encourage l'utilisation des *trajes típicos*, comme je l'ai illustré avec la visite touristique du *Parque de la Papa* et de Chinchero.

Je commence d'abord par les aspects contraignants pour ensuite aborder ceux d'ordre pratique. Je traite ces deux ensembles de manière séparée. Cependant, ils doivent être considérés comme un continuum dans lequel ces contraintes limitent plus ou moins les choix pragmatiques. Ces derniers s'inscrivent dans un éventail vestimentaire variable chez un même individu à la fois de manière diachronique et synchronique, comme le rappelle Leysley Gill (1993: 79) pour les femmes Aymara en Bolivie (à propos des dynamiques vestimentaires et réappropriations historiques cf. aussi Gisbert et al. 2010; Callañaupa 2007; Berlo 1992). Les *comuneros* alternent ainsi *trajes típicos* et habits cosmopolites (Gill parle d'une alternance entre *polleras* et *Western dresses*).

##### **5.4.1 Les contraintes vestimentaires : de la prescription institutionnelle au racisme**

Les raisons qui contraignent le port ou non des *trajes típicos* sont diverses. J'en distingue trois qui peuvent s'alterner, voire s'accumuler : la prescription institutionnelle, les contraintes économiques et la discrimination ethnique ou racisme. Je laisse de côté la question de genre qui peut être incluse dans cet ensemble, mais qui sera traitée plus en profondeur dans le chapitre suivant.

Commençons par la prescription institutionnelle. Au début de ce chapitre, j'ai mentionné le fait que l'ONG qui coordonne les visites au *Parque de la Papa* encourage vivement l'usage des *trajes típicos*. Ceux-ci deviennent (presque) une obligation lors des visites touristiques. Quand j'ai travaillé pour cette ONG, j'ai pu m'apercevoir de cet aspect qui insistait sur le caractère d'identité culturelle (*identidad cultural*). Ce dernier s'entremêlait à des considérations de beauté et de bonne présence face aux visiteuses·eurs. Cette règle plutôt implicite devenait explicite lors de la

répartition collective du revenu touristique où le non usage des *trajes típicos* se transformait en élément pour évaluer et pondérer équitablement la distribution<sup>509</sup>.

Le *Parque de la Papa* n'est pourtant pas un cas isolé. L'obligation quant au port du *traje típico* se manifeste également dans d'autres lieux de la région de Cusco. C'est le cas par exemple de Chinchero décrit par Luis Gonzales Salazar (2017: 104-5) où la *Federación de Artesanos de Chinchero* oblige les commerçantes, surtout des femmes situées sur la place de Chinchero, à vêtir le *traje típico*, faute de quoi elles risquent une sanction<sup>510</sup>. D'après Beatrice Simon (2006: 111), cette obligation est imposée par la municipalité les jours de marché sous peine d'amende. Si je n'ai pas entendu parler de telles normes à l'intérieur des centres textiles de Chinchero, le *traje típico* semble bien être intégré comme code vestimentaire, car fortement associé au tourisme (cf. aussi cas de Písaq dans Simon 2009, 2006). De plus, suivant Gonzales Salazar (2017: 105), la Coopération du Parc Archéologique de Chinchero, institution dépendante du ministère de la Culture, encourage vivement le port des *trajes típicos* aux femmes, afin de « symbolise[r] la cohabitation entre histoire et culture vive »<sup>511</sup>.

De manière plus large, en dehors de ces cas spécifiques du milieu rural, différents auteur·e·s soulignent une prescription institutionnelle, variable en degré selon le lieu ou la situation. Griet Steel (2009 : 174-75) mentionne cet aspect auprès des vendeur·e·s ambulante·s de la ville de Cusco. Elle montre comment cette activité devenue « illégale » aux yeux des politiques de la municipalité, est tolérée à certaines occasions à condition de porter des *trajes típicos*. Pour cette anthropologue, c'est une manière de rejoindre l'imaginaire touristique, car ils sont « réduits à des objets du *tourist gaze* », ou de contribuer au « projet d' 'Incanisation' » (*'Incanization' projet of Cusco*) (Steel 2009: 175).

Cette obligation s'aligne alors à une certaine promotion touristique qui utilise les autochtones ou l'ethnicité comme moyen de marketing (« *marketing authenticity* » chez Silver 1993; cf. aussi Halter 2007). Pour certain·e·s, cette contrainte vestimentaire est assimilée à l'imposition par exemple d'un uniforme dans le travail domestique ou à l'école (Femenías 2005; Zorn 2004: 72; Meisch 1996: 164; Gill 1993: 83). Dans certains cas comme à Taquile, l'utilisation des *trajes típicos* à l'école est toutefois permise (Zorn 2004), tout comme en Équateur (Meisch 1996: 164).

---

<sup>509</sup> En dehors du revenu touristique direct aux personnes fournissant des services lors de visites, le Parc possède un « Fond communal » qui consiste en l'accumulation des bénéfices annuels du tourisme (et des visites en générale) qui sont répartis entre les communautés membres (Terry 2017, 2011). En 2012, l'évaluation jugeait entre autres si les *comuneros* avaient ou non porté leur *traje típico*. À l'occasion, aucune communauté n'a été « punie » (avec des points) par le non usage. Les points sont comptés et l'argent reparti équitablement (selon les pourcentages obtenus).

<sup>510</sup> Ypeij (2013: 71) cite l'obligation de la part des associations de Chinchero, qui forment cette fédération. De son côté, Gonzales Salazar (2017: 100) affirme que le port de *trajes típicos* est motivé parce que cela « plaît aux *gringos* [touristes] ». Cela rejoint mon idée articulant contrainte et pragmatisme vestimentaire.

<sup>511</sup> Cette idée se retrouve dans la critique vis-à-vis de l'usage des éléments tels que sacs plastiques (pour poser la marchandise) ou parasols (pour se protéger du soleil et protéger la marchandise en cas de pluie) qu'utilisent les tisserandes de la place principale et qui « nuisent à l'image culturelle » selon cette institution. Cette idée est aussi partagée par plusieurs guides (Gonzales Salazar 2017: 112-16).

Dans d'autres cas, cette utilisation est admise à des occasions précises comme lors des Fêtes de Cusco, même auprès de la population urbaine (Pacheco 2007). Parfois, l'interdiction arrive jusqu'à l'université comme le dénonce Meisch (1996: 164) en se référant à une jeune fille de Chinchero. Cette situation semble aujourd'hui dépassée<sup>512</sup>.

Une deuxième raison est d'ordre économique. En m'interrogeant sur la différence vestimentaire, par exemple entre Gloria, la vendeuse de nourriture, et les femmes des centres textiles, la question du coût a été évoquée par quelques interlocutrices de Chinchero. Elles ont soulevé l'importance de « bien soigner » (*cuidar, tener cuidado, no malograr*) les *trajes típicos* en raison de leur coût. En effet, les habits « coûtent cher » (*es caro*) m'a confié une jeune tisserande, lorsque je lui ai demandé pourquoi elle enlevait le *traje típico* après la visite des touristes. Dans une de mes promenades dans le marché dominical de Chinchero, j'ai pu constater les prix relativement élevés des pièces comme un *poncho*, un *chullo* ou *lliclla*. Chaque pièce dépassait les 100 euros. Cette somme qui peut paraître dérisoire pour certain·e·s ne l'est pas pour tou·te·s. Soulignons qu'en dehors des interactions avec les touristes, les *trajes típicos* ne sont utilisés que pour des situations particulières comme les mariages ou les carnivals (cf. *T'inkuy chiuchillani*, note 485)<sup>513</sup>.

Ayant travaillé auprès des tisserandes du CTTC et fait son mémoire sur le cas de Chinchero, Sarah Lyon rapporte aussi le discours des tisserandes en soulignant le facteur économique qui limite le port des *trajes típicos*, afin de ne pas « trop [les] user » (Sarah, 31.10.14). D'où le soin porté à ce type d'habits utilisés uniquement à des occasions particulières, comme les fêtes de carnivals ou événements religieux (cf. le cas bolivien chez Medlin 1996). Même les femmes des centres textiles soignent et utilisent ces habits plutôt durant les prestations touristiques. Elles veillent à ce que les habits ne se salissent pas rapidement (cf. aussi Lyon 2013: 32). Durant la saison des pluies, elles doivent être beaucoup plus attentives, car les *trajes típicos* se mouillent et risquent de se détériorer et même de se déteindre (Gonzales Salazar, 16.12.16).

L'argent est donc un élément contraignant et non négligeable dans les décisions vestimentaires comme le soulignent les anthropologues Femenías (2005) et Zorn (2004) (cf. aussi le cas des femmes aymaras chez Gill 1993: 79). On comprend mieux l'une des raisons qui explique la non utilisation du *traje típico* par Gloria. Si je n'ai pas pu m'entretenir avec elle, cette hypothèse est plausible et se combine au fait qu'elle ne travaille pas dans le tourisme. Ce dernier n'encourage pas seulement l'adoption des *trajes típicos*, mais fournit également l'argent pour s'en procurer. Dans la littérature, ce facteur économique est très présent, qu'il soit associé au tourisme ou non. Parfois, le port d'habits comme la *pollera* peut dénoter le statut économique et le prestige

---

<sup>512</sup> Deux étudiants universitaires de Cusco m'ont raconté que certaines filles de Chinchero notamment venaient en *traje típico*. Un post sur Facebook (02.03.17) montre également une universitaire de Paruro avec sa *pollera*.

<sup>513</sup> Cette remarque s'applique à l'ensemble du *traje típico*, puisque des éléments les composant comme le *chullo* pour les hommes ou la *pollera* pour les femmes peuvent être employée de manière plus fréquente.

(Femenías 2005: 123; Zorn 2004: 67-68). Au contraire, dans d'autres contextes, il s'agit de montrer la réussite sociale par le port d'habits cosmopolites, tout en évitant une discrimination par l'identification de traits autochtones, en l'occurrence les habits (Simon 2009: 131; Femenías 2005: 19; cf. aussi Gill 1993: 79-80 pour le cas des femmes aymaras migrantes en Bolivie).

Une troisième raison est justement liée à la discrimination raciale et ethnique envers les *comuneros*. Si le racisme est souvent camouflé ou dénié par l'idéologie du métissage, par l'éducation, par le paternalisme (Femenías 2005: 85; de la Cadena 2004: 46-51; Thorp et Paredes 2010: 208) ou par des explications culturelles (cf. de la Cadena 2004), il existe bel et bien<sup>514</sup>. C'est un « racisme silencieux » (de la Cadena 2004: 56) qui s'imbrique à des dimensions géographiques, ethniques, de classe et de genre (de la Cadena 2004: 346; Femenías 2005; Henrici 2002: 118). Et ces formes de discriminations peuvent même devenir violentes (Ypeij 2013: 67-70; Thorp et Paredes 2010; cf. aussi violence physique, psychologique et symbolique chez Meentzen 2007: 223-35; Weismantel 2005: 188-89; Canessa 2005b)<sup>515</sup>.

Thania m'a parlé par exemple de « honte » (*vergüenza*) que certain·e·s ressentent sous regards méprisants. Lors d'un atelier appelé « Mardis paysans » (*Martes campesinos*) en octobre 2014 organisé par le CBC, la responsable, Claudia – originaire d'une communauté de Chumbivilcas – m'a parlé de la discrimination ethnique. Elle a affirmé que plusieurs *comuneros* qui viennent en ville ne portent pas de *traje típico* en raison « du mauvais regard » (*miran feo*) (cf. aussi Allen 2002: 282). Si les autres raisons évoquées ci-dessus peuvent être mobilisées, cette discrimination est non négligeable et souvent subtile.

Je l'ai ressenti explicitement par exemple lorsqu'en 2012, j'ai accompagné une *comunera* et un *comunero* du *Parque de la Papa* à la banque pour recevoir une somme d'argent assignée pour le *Programa Conjunto* (cf. chap. 2.3.2). Aux difficultés linguistiques s'est ajouté un traitement rude de la part du banquier, qui a pris plus de temps que d'habitude pour livrer le montant. En tant que Cusquénien, j'ai pu observer ce traitement asymétrique entre les personnes de la ville et les *comuneros*, ces dernier·e·s étant vus avec un certain mépris ou traités comme des enfants.

J'ai également ressenti cela dans les interactions avec les *comuneros* au sein de ma famille ou dans la rue. J'ai même vécu des situations embarrassantes lorsque cette discrimination s'est

---

<sup>514</sup> Femenías (2005: 22) insiste sur le caractère paradoxal et complexe du racisme au Pérou : « The categories of “Indian” (*indio*, *indígena*), “white” (*blanco*), and “mixed” (*mestizo*) still dominate the complex system of race, ethnicity and class that operates in today's Peru ». Pour elle, le racisme ne se limite pas à des aspects phénotypiques (couleur de peau), mais s'imbrique aux rapports socio-économiques de domination des *mestizos* envers les indigènes (cf. aussi Allen 2002: 27-31). Sur la complexité de cette problématique et son camouflage par un discours culturaliste, sur ses origines coloniales et le discours sur les *mestizos indígenas*, voir de la Cadena (2004). Sur le racisme dans les Andes boliviennes et équatoriennes, voir respectivement Canessa (2005b, 2004) et Voirol (2016).

<sup>515</sup> Eicher et Sumberg (1995: 302) citent le cas extrême des tueries vis-à-vis des Ahmedabab en Inde ; c'est la raison pour laquelle le port d'habits cosmopolites devient une stratégie de survie pour eux. Un parallèle pourrait être fait avec le Pérou des années 1980-2000 où les *comuneros* des Andes ont souffert de la violence de Sentier lumineux et des repréailles militaires (cf. Ypeij 2013: 68; Contreras et Cueto 2013).

verbalisée avec des mots méprisants comme *cholo* ou pire encore *indio*<sup>516</sup>, termes qui ont une forte connotation négative (Gonzales Salazar 2017: 80; Ypeij 2013: 70; Mendoza 2009: 29; de la Cadena 2004: 20-23, 46-50; Zorn 2004; Méndez Gastelumendi 2000 [1993]). Bien que Cusco soit une région bilingue qui abrite une population autochtone importante (cf. chap. 1.1.3), les relations asymétriques au quotidien entre *mestizos* et *comuneros*<sup>517</sup> sont monnaie courante. Malgré la réforme agraire des années 1960, et plus récemment, la reconnaissance des droits autochtones de la part de l'État péruvien, le pays garde encore d'importantes traces de son histoire<sup>518</sup> liée à cette question. En effet, les problèmes graves comme la pauvreté, la malnutrition, l'éducation ou encore l'« exclusion sociale » (cf. chap. 1.1.5) concernent beaucoup plus les autochtones. De plus, cette discrimination historiquement forgée (Thorp et Paredes 2010: 7, 213) affecte davantage les femmes autochtones (Yamin et al. 2007; cité dans Thorp et Paredes 2010: 79). Dans leur travail, Galinié et Molinier (2006) exposent les processus historiques, sociaux et politiques qui sous-tendent cette discrimination qui se fait sous couvert d'un régionalisme exacerbé, et où l'« Indien impérial » (i.e. l'Inca) est valorisé, tandis que celle-celui des communautés est méprisé.

Dans ce cadre-ci et selon les situations, les *trajes típicos* peuvent dénoter un certain stigmaté, notamment en ville, comme le dénoncent divers auteur·e·s (Thorp et Paredes 2010: 29; Meentzen 2007: 270-78; Femenías 2005: 125; de la Cadena 2004: 328,333; Gill 1993: 80). Il faut aussi prendre en considération les *trajes típicos per se*, c'est-à-dire, l'apparence qu'ils donnent et non pas uniquement l'individu qui les porte. En effet, certaines personnes portent des *trajes típicos* somptueux et bien soignés, ce qui se traduit par des compliments sur la beauté (*que bonito*), comme j'ai pu entendre de la part des Cusquenien·ne·s en ville. D'autres portent de vieux habits, sales et usés (*arapos*) (cf. « *indian dirty* » comme insulte chez Canessa 2005b; cf. aussi Meentzen

<sup>516</sup> Parfois ces deux termes peuvent être combinés (*indio cholo*) constituant une insulte (de la Cadena 2004: 48). Depuis les années 1960, l'appellation *indio*, auparavant revendiquée, a été reléguée au « domaine de l'insulte » (*ibidem*: 150-51). Selon le contexte, l'emploi peut être justifié sans être considéré comme un mauvais traitement (p. 247), voire devenir un « emblème de fierté » (cf. cas de la Bolivie dans Galinié et Molinié 2006: 20). Cette connotation se retrouve dans d'autres pays latino-américains (p. 337-38). Le terme de *cholo* peut, quant à lui, acquérir une connotation positive promue par l'idéologie « néoindianiste » (p. 155, 168-72). À l'heure actuelle, ce qualificatif peut même dénoter de l'affection (*cholo* ou *cholito*) et est passé dans le langage courant (Ypeij 2013). D'ailleurs, le président Toledo s'était donné lui-même le surnom de *cholo* (Thorp et Paredes 2010: 1). *Cholo* est ainsi ambivalent, pouvant constituer une insulte (cf. aussi Seligmann 2004) ou un emblème de fierté (Ypeij 2013; Thorp et Paredes 2010: 33). Cela rappelle les paroles de la chanson du fameux chanteur péruvien Luis Abanto Morales : « Je suis *cholo*. N'aie pas pitié de moi » (*Cholo soy y no me compadezcas*). Au féminin (*chola*), le qualificatif peut connoter négativement une « sexualité féminine incontrôlable », raison pour laquelle certaines préfèrent revendiquer une identité *mestiza* (de la Cadena 2004: 248); néanmoins, ce terme, surtout le diminutif (*cholita*), devient moins connoté (cf. le cas bolivien dans Haynes 2015: 267). *Serrano* ou *Serrana* (gens de la Sierra, c'est-à-dire du plateau andin) peut être aussi une appellation péjorative, définie par exemple par l'usage des *trajes típicos (traditional indigenous dress)* (Thorp et Paredes 2010: 19-20).

<sup>517</sup> J'emploie ces deux catégories tout en étant conscient des nuances possibles entre celles-ci, nuances décrites par exemple par de la Cadena (2004) et Thorp et Paredes (2010: chap. 2). L'emploi des catégories de « blanc·he·s » ou « métis·se·blanc·he·s » est également nuancé par des auteur·e·s comme Femenías (2005).

<sup>518</sup> Dans la vallée du Colca à Arequipa, Femenías (2005: chap. 4) montre comment le port vestimentaire est lié à une histoire d'élitisme et de hiérarchie sociale entre *Indios* et métis·se·s-blanc·he·s.

2007: 271-73; Weismantel 2005: 185-86; Allen 2002: 331-4; Colloredo-Mansfield 1999: 84-5). Ceux-ci sous-tendent le « stigmaté » comme « emblèmes de la ruralité (*rural origins*), la pauvreté ou l'indianité (*Indianness*) » (Femenías 2005: 125; cf. aussi Meentzen 2007: 250, 270). Cette image est renforcée par le misérabilisme devant le « pauvre » *comunero*, homme ou femme, mendiant dans les rues de Cusco<sup>519</sup>.

L'argent est ainsi un facteur qui se reflète sur la qualité des habits portés, bien que la personne puisse jouer avec cette apparence à des fins économiques (Femenías 2005). Femenías (2005: 97-98) souligne bien cette ambivalence dans le cas des femmes autochtones à Arequipa (Pérou). Leur port de *polleras* peut dénoter en effet autant la « honte » que la « fierté », selon la situation où s'utilise ce type d'habit (cf. dans les Andes péruviennes : à Chinchero Lyon 2013: 31; à Puno Meentzen 2007; à Taquile Zorn 2004). Pour éviter les mauvais jugements, les *comuneros* peuvent décider de ne pas porter leur *trajes típicos* (cf. *desindianización* chez de la Cadena 2004: 47-48, 249; cf. aussi Zorn 2004: 68; Allen 2002: 285-343). Parfois, ne serait-ce que le port des *ojotas* (cf. photo 11) qui peut devenir source d'identification autochtone et, par là, de mépris (Thorp et Paredes 2010: 28).

Ce jugement vis-à-vis des habits, comme je l'ai évoqué, n'est pas nécessairement négatif. En effet, le tourisme permet aujourd'hui de contrecarrer la stigmatisation vis-à-vis des *comuneros*. Par exemple, Thania cite la valorisation des *trajes típicos*. Si elle a parlé de honte, la tisserande insiste aussi sur la fierté de porter les *trajes típicos* grâce au regard admiratif des touristes (*te miran bonito*). Je considère que, dans la région, cette revalorisation vestimentaire est possible grâce au caractère fortement culturel et ethnique du tourisme à Cusco, ainsi qu'à l'émergence du tourisme mystique et plus largement du TRC (cf. chap. 1.2.4). Dans le cas du *Parque de la Papa* ou de Chinchero par exemple, il y a une certaine prescription de la part des institutions gouvernementales ou ONG qui s'entremêlent à cette revalorisation externe. Ce point nous mène aux raisons pratiques du port vestimentaire.

#### **5.4.2 Le pragmatisme vestimentaire**

##### **5.4.2.1 C'est lourd, c'est chaud, c'est beau...**

S'il existe des contraintes structurant plus ou moins les choix du port des *trajes típicos*, les *comuneros* gardent aussi une *agency* dans leurs choix qui relève davantage des raisons pratiques et d'une posture pragmatique. Je citerai ci-dessous une série d'éléments qui motivent les *comuneros* à utiliser ou non les *trajes típicos*. Les raisons qu'elles-ils évoquent peuvent s'accumuler selon les circonstances. Elles tiennent compte du poids, des facteurs climatiques ou esthétiques (goûts personnels ou générationnels) (à propos de ce type de raisons cf. aussi le cas des Aymaras au Pérou dans Meentzen 2007: 247-69).

---

<sup>519</sup> La misère associée à l'autochtone est récurrent dans les mouvements indigénistes et néo-indianistes selon de la Cadena (2004: 327). Comme le montre cette anthropologue cela se manifeste non seulement par le vestimentaire, mais aussi par l'analphabétisme (monolinguisme quechua) ou la pauvreté (p. 337).

Le « *traje típico* est lourd (*pesa*) » ou le porter toute la journée fatigue (*cansa*) m'a affirmé Thania. Ces habits peuvent effectivement être lourds selon le matériel de fabrication. Femenías (2005: 158-60) parle notamment des *polleras* élaborées en *bayeta*. Malgré cela, d'après mes observations, la *pollera* à Chinchero (et dans d'autres communautés des Andes cusquéniennes comme Chawaytire et Q'ero) demeure un élément vestimentaire utilisé couramment. Par contre, la *lliqla* ou le gilet fabriqué aussi en *bayeta* le sont beaucoup moins. C'est à quoi mes interlocutrices font référence lorsqu'elles parlent d'enlever les *trajes típicos*. Comme je l'ai décrit préalablement, elles utilisent des pulls colorés en fibres synthétiques de manière plus habituelle. La *pollera* reste un habit de tous les jours, même s'il ne s'agit pas forcément du même type de *polleras*. Femenías (2005) montre en effet une certaine variété (cf. aussi Meentzen 2007: 253) que j'ai pu voir également, notamment à Chawaytire où les *polleras* pour les fêtes sont plus colorées et avec plus de motifs brodés.

Le « *traje típico* est très chaud (*da calor*) » m'a confié Carmen, une autre tisserande, lorsqu'elle a enlevé devant moi sa *lliqla* pour prendre sa pause. Il y a donc des considérations climatiques<sup>520</sup>. Vendre dans les rues sous le soleil en portant des vêtements chauds n'est pas pratique. Les habits légers que Gloria portait pour vendre la nourriture semblent ainsi plus adéquats pour son travail. Les matinées dans la région cusquénienne sont très chaudes, surtout durant la saison sèche, comme c'était le cas le jour où je lui ai acheté du *nabo hawch'a*. Au contraire, quand la situation climatique s'inverse, le port de ces pièces protège du froid (*cuando hace frío*) comme me l'a confié Rosa. J'ai expérimenté cela durant les jours où il faisait froids à Chawaytire et à Q'ero. Les *comuneros* portent par exemple un poncho lorsque le climat le mérite, même à l'intérieur des maisons, particulièrement la nuit. Adrian, membre du *Parque de la Papa*, m'a fait comprendre que suivant le climat, il peut changer de *traje típico*. « Quand il fait froid, tu mets le poncho » a-t-il répondu à ma question quant à la différence entre l'usage de celui-ci plutôt que du gilet. « Mais quand il fait chaud, je mets le gilet » m'a-t-il signalé en regardant son vêtement (Adrian, 19.04.17).

Dans son travail auprès des *comuneras* de Písaq, Simon (2009: 131-2) souligne aussi cet aspect climatique. Elle explique que les habits synthétiques sont moins chers et moins lourds, mais aussi plus « confortables, légers (*lighter, cooler*) et plus modernes ». L'apparence s'entremêle ainsi à ces considérations pratiques. À d'autres occasions, comme le dit Rosa, la *lliqla* est pratique pour porter les enfants quand elle file ou tisse. Dans le travail agricole ou domestique, j'ai pu apprécier un tel usage. En ville, de nombreuses femmes en font la même utilisation. De leur côté, les *comuneros* peuvent aussi employer la *lliqla* pour porter des affaires, transporter du bois ou des pommes de terre par exemple (cf. aussi Femenías 2005: 291; Ackerman 1996: 238-39). La *lliqla*

---

<sup>520</sup> Le facteur climatique pourrait être classé dans l'ensemble des contraintes vestimentaires. Malgré le côté arbitraire de mon classement, ce choix souligne la perméabilité entre contrainte et pragmatisme.

est peut-être l'élément utilitaire qui est employé le plus au quotidien, tant en ville qu'à la campagne, y compris dans le cas de certain·e·s touristes<sup>521</sup>.

Femenías (2005: 124-25) parle à cet égard de « questions pratiques » (*practical matters*) liées au climat et au confort. Elle décrit ainsi comment les femmes autochtones d'Arequipa décident d'enlever leur lourde *pollera* pour mettre quelque chose de plus confortable (pour d'autres exemples à Taquile cf. Zorn 2004: 69; à Otavalo cf. Meisch 1996: 153-54).

Un autre exemple – lors d'une cérémonie pour les 40 ans du CBC – témoigne de ce confort tout en soulignant les contraintes économiques. Lors de cette soirée, j'ai rencontré Léo, un musicien originaire de Chumbivilcas, dont l'activité économique principale était celle de professeur de musique dans une école. J'ai approché le groupe de quatre musiciens, attiré par leurs habits, notamment leur *chullo*. Un détail m'est alors paru d'importance : Léo était le seul à avoir un bonnet de fibres synthétiques vendus dans de nombreux marchés de Cusco (i.e. textile de confection vestimentaire). Contrairement à lui, ses collègues avaient des *chullos* élaborés manuellement (i.e. textile *comunero* de type tricot) qui coûtent plus cher. Notre conversation a tourné justement sur la raison de cette différence : « les fibres naturelles me grattent la tête » m'a-t-il dit en plaisantant sur sa calvitie. Ensuite, il m'a confié qu'il ne pouvait pas payer un bonnet représentant la moitié de son salaire de professeur. Qu'il s'agisse du pur confort, du prix ou tous les deux, cet exemple souligne l'oscillation entre contraintes et raisons pratiques quant aux choix vestimentaires.

Le *traje típico* est « beau » (*bonito, lindo*). Cette appréciation esthétique est présente dans le discours des Cusquénien·ne·s comme Pio. Mais elle relève aussi des goûts des *comuneros*. « *Munaycha* » est un qualificatif en quechua qui dénote la beauté, notamment vis-à-vis des textiles andins et des habits. Par exemple, comment une *lliqlla* peut être *munaycha* de par sa technique (ex. *lloqepaña*), ses motifs ou ses couleurs (cf. chap. 3). Parfois, à la question *pourquoi tu portes cela* la réponse pourrait paraître banale, « j'aime bien ces couleurs fortes », comme me l'a d'ailleurs dit explicitement un Q'ero, lorsque nous voyagions ensemble dans une voiture direction Paucartambo. D'autres *comuneros* avec qui j'ai parlé à Chinchero ou Chawaytire (cf. Terry 2009: 62), mettent également l'accent sur cet aspect. Les appréciations des couleurs sont en effet récurrentes. À Chinchero, Sarah Lyon (2013: 36) évoque aussi une esthétique locale axée sur les couleurs fortes des fibres synthétiques (cf. aussi Berlo 1992). De son côté, Femenías (2005: chap. 3) montre bien comment cette esthétique entremêle goûts personnels et collectifs et distingue la beauté d'un style communautaire par rapport à la laideur d'un autre.

De plus, les goûts des *comuneros* doivent aussi être pris en compte vis-à-vis des habits cosmopolites. Le cas de Zenón me semble parlant. Invité pour les 40 ans de l'ONG CBC

---

<sup>521</sup> À ce sujet, j'ai constaté cet usage de la *lliqlla* chez les touristes sur place et même lorsqu'elles·ils reviennent à la maison. C'est le cas par exemple en Suisse d'un couple italien qui voulait utiliser celle-ci pour porter leur enfant ou d'un collègue suisse qui l'utilisait comme sac-à-dos, voire comme décoration dans son bureau à l'université.

(29.08.14), ce *comunero* soixantenaire portait des jeans et chaussures. Pas de *traje típico*. Il nous a expliqué, lors de son intervention, que les habits qu'il portait étaient une manière de se sentir sur un pied d'égalité avec les *mestizos*. Il critique ainsi le système des *hacendados* qui segmentait les *indios* et les « patrons *misti* » : « Au début, nous avons peur du *misti* avec des chaussures [...] Maintenant, comme l'*hacendado*, j'ai aussi des chaussures, je n'ai plus peur » (Pumallica 2016: 181)<sup>522</sup>. C'est dans ce sens qu'il faut aussi appréhender par exemple l'usage des maillots de football des équipes internationalement connues et qui plaisent à tant de *comuneros*. Plusieurs les portent au quotidien, beaucoup plus que les *trajes típicos*.

La littérature académique délivre d'autres éléments. Par exemple, Simon (2009: 132) soulève des questions générationnelles où les plus jeunes ne veulent pas nécessairement porter des *polleras* comme les personnes plus âgées, refus lié pour certaines à un « phénomène de mode » (lorsqu'elles vieillissent, elles utilisent les *polleras*). Si je reviens sur mes observations, hormis la dimension genrée des *trajes típicos* attestée par plusieurs auteur·e·s (cf. Ypeij 2013: 72; 2012: 29; Meentzen 2007: chap. 8; Canessa 2005b: 146; Femenías 2005; Zorn 2004; Berlo 1992: 131), j'ai pu entrevoir cette tendance particulièrement à Chawaytire. Bien que plus rare et plus perceptible chez les hommes, j'ai croisé quelques jeunes femmes de la communauté portant des pantalons (pour le sport) à la place de la *pollera*, ou de manière encore plus généralisée, des baskets ou chaussures à la place des *ojotas* amplement utilisées par les *comuneros*.

Les *trajes típicos* subissent également des changements générationnels qu'un regard non familier ne perçoit pas nécessairement. Lors de la visite des touristes français·e·s, Rosa nous a montré une *lliqlla* de sa grand-mère de couleur noire et rouge<sup>523</sup> à la place du bleu et rouge qui caractérisent aujourd'hui la région (cf. aussi Lyon, 2013: 48). J'ai vu effectivement cette pièce sur quelques vieilles dames, ce qui m'avait surpris par rapport aux productions contemporaines. Cela témoigne de la diversité textile (cf. chap. 2.2) et des transformations intergénérationnelles d'éléments tenus pour traditionnels.

Il existe par conséquent une série de raisons pratiques configurant le pragmatisme vestimentaire des *comuneros* ; pragmatisme au pluriel. Aujourd'hui, celui-ci s'insère dans des considérations du marché.

#### **5.4.2.2 ... Et c'est bien pour le business**

Revenons encore une fois sur le discours de Pio au sujet de Gloria et des deux tisserandes. Les critiques du Cusquénien à la vendeuse de nourriture ouvrent une porte de réflexion sur une

---

<sup>522</sup> Il faut souligner que Pumallica n'est pas l'auteur d'un ouvrage. Il s'agit d'une transcription parue dans le livre édité par le CBC, qui reprend le discours des intervenant·e·s.

<sup>523</sup> Lorsque j'expliquais les différences stylistiques entre les régions tisserandes de Cusco (Chawaytire, Q'ero et Chinchero principalement), Rosa nous a amené une *lliqlla* de sa grand-mère, moins courante aujourd'hui. La couleur obscure est issue de la fibre noire d'alpaga et contraste avec la couleur de bleu clair ou foncé que les femmes de la région portent actuellement. Le film d'Hopper *The Last Movie* des années 1970 tourné à Chinchero montre ces *lliqlla*.

déclinaison du pragmatisme vestimentaire décrit ci-dessus qui est lié au commerce touristique. Cette situation nous pousse à aller au-delà d'une approche de culture matérielle (de type *l'habit fait l'autochtone*) pour intégrer le contexte d'usage vestimentaire. À l'instar d'autres collègues de centres textiles, les deux tisserandes portent leur *traje típico* de par leur travail. À l'inverse, je déduis que Gloria, ne travaillant pas dans le domaine, n'a pas besoin de porter ces habits (qui peuvent de plus être lourds et chauds). L'idée avancée ici est que : porter les *trajes típicos* relève d'un pragmatisme de type commercial associé à une clientèle, notamment aux touristes qui ont certaines attentes face à ces aspects culturels et identitaires (cf. section 5.1). Nous sommes loin d'une explication des dynamiques vestimentaires qui se comprendrait uniquement par la culture matérielle. L'explication d'ordre commercial est plus pertinente (cf. plus bas, la notion d'« ethnicité marchande »).

Tout au long de la visite des Français·e·s, nous avons rencontré des *comuneros* vêtus de *trajes típicos*, au *Parque de la Papa* et à Chinchero. Ce sont plutôt celles·eux qui ont été avertis préalablement de notre présence ou d'autres impliqués dans les services ou la vente touristique (par ex. commercialisation textile). Le reste des *comuneros* ne portaient pas de *trajes típicos*, mais plutôt des habits cosmopolites. Cela est plus marqué chez les hommes (jeans, maillots de football, vestes *The North Face*, etc.). Si une grande majorité des femmes portent leur *pollera*, les autres pièces composant les *trajes típicos* féminins comme la *lliqla* ne sont pas d'utilisation courante, en tout cas pour une majorité. Elles sont réservées à des occasions particulières, comme les fêtes religieuses, carnivals, mariages, entre tant d'autres situations qui motivent leur port (décrites en filigranes lors de la première partie de la thèse) (cf. aussi le cas bolivien chez Medlin 1996). J'ai assisté par exemple au mariage de Ricardo, *comunero* de Paru Paru et membre du projet du *Parque de la Papa*. Lui et Caren, sa future épouse, portaient des *trajes típicos* comme costume de mariage. Ricardo était vêtu d'un poncho – par-dessus une chemise et un pantalon – coiffé d'un *chullo*. La mariée portait une *lliqla*, chemise brodée et une *pollera*. Leurs *trajes típicos* avaient été fabriqués à l'occasion, plus larges que d'habitude avec les couleurs et motifs qui caractérisent Paru Paru. D'autres *comuneros* portaient soit les *trajes típicos*, soit un ensemble pantalon-chemise, les femmes portant majoritairement des *trajes típicos*, au moins une *pollera* ou *lliqla* (*away* ou d'imitation industriels) (cf. photo A.27 dans les annexes).

Dans les Andes péruviennes, Femenías (2005) s'attarde sur l'usage des *polleras* dans la Vallée de Colca. Elle opère une distinction entre « *de vestido* » et « *de pollera* » qui correspond respectivement aux habits tenus pour « modernes », « occidentaux », « industriels » et d'autres tenus pour « indigènes » (*indian*) (Femenías 2005: 95). Selon ces catégories, Gloria portait *de vestido* contrairement aux tisserandes habillées avec *de pollera*. Si cette anthropologue met en évidence une série de raisons contraignantes et pratiques pour porter les *polleras*, elle souligne l'intérêt commercial de les utiliser à des fins touristiques.

Porter *de pollera* ou plus largement les *trajes típicos* devient ainsi un « uniforme de travail » (*working dress*) pour reprendre Simon (2009: 130). N'oublions pas les coups de fil donnés respectivement par le guide à Rosa de Chinchero ou par Lino aux membres du *Parque de la Papa* pour qu'elles·ils soient prêts, y compris pour mettre leur « uniforme de travail ». Cette pratique est courante à Chinchero. Les guides avertissent la patronne ou une membre du centre textile afin d'« affiner les détails de leur apparence, bien mettre leur *monteras*, la *lliqla*, [...] Elles jouent beaucoup avec leur image qui est ce qu'elles vendent finalement » (Gonzales, courriel du 01.03.17 ; ma traduction) (cf. aussi Gonzales Salazar 2017: 90). Cette situation rappelle celle de la vendeuse de la place décrite dans le récit introductif. La première fois que je l'ai vue, elle ne portait pas de *traje típico* tandis que, par la suite, elle l'a mis alors que les touristes commençaient à arriver.

Plus largement, cet usage vestimentaire se répand désormais avec le TRC. C'est le cas du *Parque de la Papa* que j'ai visité avec mes ami·e·s européens et les touristes français·e·s. Dans ce type de tourisme, les *trajes típicos* font gage de bonne présence devant les touristes qui ont des attentes face à ces éléments de la culture matérielle, d'autant plus qu'ils font partie de l'imaginaire sur le Pérou et les Andes. De plus, dans le tourisme mystique – déjà existant préalablement à Cusco (Flores Ochoa 1996) et aujourd'hui fortement en vogue – l'usage de ces habits est quasi inéluctablement. Lors de l'anniversaire du *Parque de la Papa* en août 2014, je m'y suis rendu avec mes six ami·e·s européens. J'ai contacté Nicolas, chamane q'ero, pour lui proposer d'être notre guide. Le jour de la visite, nous l'avons rencontré en ville à San Blas. Il était vêtu d'un poncho gris et d'un chapeau. Son poncho correspondait à celui qu'utilisent habituellement les *comuneros* q'eros, avec quelques variantes notamment dans les couleurs. Nous avons visité le Parc ensemble et avons rencontré de nombreux *comuneros* (beaucoup plus que d'habitude) portant des *trajes típicos* à l'occasion de l'événement. Je retrace cette histoire non seulement pour montrer le caractère contextuel des habits, mais surtout pour souligner le fait que Nicolas n'est pas toujours vêtu d'un poncho. Dans sa demeure, dans la banlieue cusquénienne, je l'ai vu à plusieurs occasions portant des habits cosmopolites. Rolando, son frère, également chamane, constitue aussi un exemple de ces dynamiques vestimentaires associé au tourisme mystique. À une différence près : il est mormon. Il s'habille donc tantôt en costard cravate, à cause de sa religion, tantôt en *traje típico*, lors des visites touristiques. Suivre ces deux frères sur Facebook m'a permis de voir la panoplie et les contrastes vestimentaires, parfois subtiles, adaptés aux situations de travail et, comme le souligne Eicher et Sumberg (1995: 302-3), aux effets de migration ou de religion.

La littérature répertorie d'autres situations d'interactions touristiques où ce pragmatisme commercial se déploie. Annelou Ypeij (2012) et Johanna Simon (2009) étudient par exemple le cas des femmes tisserandes et des *sácamefotos*. Ces dernières sont des autochtones qui, accompagnées de leurs enfants, portent les *trajes típicos* pour se prendre en photographie moyennant un pourboire. Ces deux anthropologues montrent l'usage vestimentaire employé à des

fins principalement commerciales. Le port de *monteras* sur lesquelles les femmes mettent parfois des fleurs les rend plus « attractives » aux yeux des touristes (cf. aussi Henrici 2002: 125). Une fois leur « performance <sup>524</sup> » terminée, elles remettent les habits qu'elles portent quotidiennement (*usual clothes*) (Simon 2009: 119, 129-30; cf. aussi ces changements vestimentaires à Chinchero décrits par Gonzales Salazar 2017: 100). Selon Simon (2009: 122), cela comble les attentes des touristes pour voir « les vrais Péruvien·ne·s, les populations andines » (*'real Peruvian, Andean people'*)<sup>525</sup> avec une reproduction des stéréotypes issus d'Internet, des brochures touristiques ou des cartes postales (cf. aussi section 5.1). D'après elle, le recours vestimentaire augmente leurs chances de vente et constitue une alternative économique à l'agriculture qui n'est pas toujours suffisante (Simon 2009: 132-36). À Otavalo, Meisch (2009: 154) souligne également comment le port des habits « traditionnels » sert de promotion d'un site Web pour attirer la clientèle. À cet égard, Zorn (2004: 151) décrit l'« indianité » (*indianess*) comme attraction touristique non seulement à Taquile où elle a mené son étude, mais globalement en Amérique du Sud. Cette « indianité » devient ainsi la clé du succès touristique (Zorn 2004: 152).

Il s'agit ainsi d'une affirmation identitaire pragmatique (*pragmatic assertion of identity categories*) à des fins commerciales et touristiques, à laquelle se réfère Haynes (2015: 277) dans le cas des *cholitas wrestling* en Bolivie. Je conclus cette section en citant Meisch (1996: 165) qui, dans son étude en Équateur, résume très bien l'idée principale d'un pragmatisme vestimentaire au pluriel que j'ai décrit ci-dessus et qui peut comporter des revendications identitaires plus ou moins marchandes :

Les indigènes fondent leurs décisions [vestimentaires] sur des préoccupations allant du confort, des coûts et de la commodité à une conscience réfléchie et fière qu'une forme unique d'habillement est un facteur vital pour leur force et cohérence en tant que communautés. Pour les Otavaleños[,] l'habit traditionnel a la force supplémentaire d'être commercialement avantageux, car il permet aux gens de les reconnaître comme commerçant·e·s textiles<sup>526</sup>

## 5.5 Ethnicité marchande

### 5.5.1 Lorsque les *trajes típicos* font de bonnes affaires

La citation précédente permet de souligner le dynamisme et le pragmatisme vestimentaires. Mais encore, elle souligne le fait que dans ce pragmatisme, les aspects identitaires et commerciaux s'entremêlent. Par le biais des *trajes típicos*, les *comuneros* peuvent mieux négocier face à une clientèle, majoritairement touristique. Il s'agit en fait d'une double négociation

<sup>524</sup> Dans son travail, Simon (2009) emploie explicitement ce terme dans son approche goffmanienne. J'utiliserai ce terme dans le sens d'« enactment » (cf. section 5.5.2).

<sup>525</sup> Henrici (2002: 125) nuance le discours de Simon. En décrivant également cette pratique des femmes à Písaq, elle affirme que certain·e·s touristes jugent celles-ci comme « non authentiques » ou comme s'adonnant à une sorte de « prostitution ».

<sup>526</sup> *They base their [clothing] decisions on concerns ranging from comfort, cost and convenience to a self-conscious, proud realization that a unique form of dress is a vital factor in their strength and coherence as communities. For the Otavaleños traditional dress has the additional force of being commercially advantageous because it allows people to recognize them as textile merchants* (Meisch 1996: 165).

complémentaire. D'une part, il est question de négocier une identité ethnique<sup>527</sup> – perceptible par un regard extérieur, comme celui de Pio ou d'un·e touriste comme Stéphane, nous l'avons vu. D'autre part, il est question d'une transaction commerciale : négocier et vendre ses textiles. L'idée développée dans cette dernière section est la suivante : les *trajes típicos* permettent cette double négociation qui, loin de se dissocier, vont plutôt de pair. C'est l'idée d'une « ethnicité marchande » que je développerai ici et que je prolongerai dans le chapitre suivant en prenant le cas spécifique de l'activité textile dans les centres textiles.

Si l'on revient à Gloria, hypothétiquement parlant, elle n'a pas besoin de se vêtir en *trajes típicos* pour vendre de la nourriture, contrairement à ses commères tisserandes. On comprend désormais mieux non seulement les contrastes vestimentaires, mais aussi les enjeux et motivations qui sous-tendent le port de ces vêtements associés au tourisme. Si l'on tient compte de l'imaginaire touristique, construit progressivement avant même de rencontrer les *comuneros* (cf. section 5.1) et qui exalte ces aspects vestimentaires, l'enjeu de porter des *trajes típicos* est d'autant plus fort que l'argent que la personne peut en tirer dépend de ceux-ci. Ce n'est pas le cas pour Gloria, mais pour les tisserandes et commerçantes de Chinchero par exemple.

Cette réflexion nous amène au concept d'ethnicité marchande d'Anath Ariel de Vidas (1996) qu'elle forge en s'appuyant sur son étude sur les textiles dans les Andes (Pérou, Bolivie et Équateur). Je rappelle que le concept est défini comme le « besoin d'altérité des indigènes dont la démarcation ethnique permet d'attribuer une valeur marchande à leur production artisanale » (Ariel de Vidas 1996: 48). L'ethnicité marchande résume bien l'idée que j'ai avancée dans la section précédente et qui est soutenue par divers·es anthropologues cités précédemment ayant travaillé dans les Andes péruviennes. Dans le cas andin en Equateur (Meisch 2009, 1996) et en Bolivie (Haynes 2015, 2013; Canessa 2005b: 144), on retrouve les mêmes dynamiques.

En Amérique latine, d'autres anthropologues ont relevé des dynamiques similaires. C'est par exemple la conclusion d'Andrew Canessa (2012a: 114), lorsqu'il insiste sur l'*agency* des personnes et leurs « choix stratégiques au quotidien (*strategic choices in a day-to-day basis*) quand elles pensent en termes de race, sexualité ou ethnicité pour gagner leur vie (*they earn their living*) ». De son côté, Florence Babb (2010: 153) appréhende cette articulation dans une analyse bourdeusienne de transformation d'un capital culturel en capital économique. Walter Little (2004) insiste également sur l'identité ethnique au service de la commercialisation textile chez les femmes autochtones au Guatemala (cf. le cas du tourisme mystique et ethnique chez Galinier 2009: 232). Dans *Ethnicity, Inc.*, John Comaroff et Jean Comaroff (2009) reviennent plus largement sur cette question et confirment cette imbrication entre ethnicité et commerce, notamment en Afrique, dans les domaines touristiques ou non (cf. aussi le cas des Dogons dans Ciarcia 2001).

---

<sup>527</sup> À ce propos, Kilani (1994: 24) considère l'identité culturelle comme un « lieu de négociation ».

Au-delà d'une opposition catégorique entre ces deux termes, ces auteur·e·s proposent au contraire de les appréhender dans une synergie. C'est exactement ce que font les tisserandes de Chinchero ou les tisserand·e·s de Chawaytire (cf. Terry 2009) ou encore les *comuneros* du *Parque de la Papa*, les *sácamefotos* de Písaq et les chamanes de Q'eros, lorsque les touristes arrivent : elles·ils portent leurs *trajes típicos*, leur DNI vestimentaire, comme carte de présentation.

Ces autochtones s'« autochtonisent » ainsi davantage en mobilisant des éléments de la culture matérielle, comme les *trajes típicos* qui ne sont pas nécessairement employés tous les jours. Comme nous le verrons dans le chapitre suivant, dans le cas des tisserandes particulièrement, il s'agit de valoriser leur *métier*. C'est dans ce sens que ces aspects culturels s'inscrivent dans des logiques d'ordre commercial et touristique. Il s'agit de revendiquer une identité ethnique et une identité professionnelle (qui sont d'ailleurs compatibles dans l'imaginaire que l'on porte sur ces populations), tout en faisant de bonnes affaires : une ethnicité marchande. Il s'agit de valoriser ces aspects ethniques sur le marché, de leur donner une valeur marchande certes, mais aussi une valeur tout court, du fait des effets que cette valorisation commerciale occasionne sur l'appréciation identitaire et culturelle des *comuneros*. On retrouve ici les effets de miroir évoqués par Ariel de Vidas (1996), à propos de cette ethnicité marchande.

Les touristes que j'ai cotoyé·e·s jugent souvent en termes d'« authenticité » et de « véracité » ce qu'elles·ils achètent aux « vrais artisan·e·s ». C'est ce qui fait la valeur des textiles acquis. « J'ai acheté à une dame qui tissait par terre », m'a déclaré par exemple une touriste française, heureuse d'acquiescer un produit directement de la main des productrices·eurs. Sans aller jusqu'à chercher une « authenticité » quelconque, j'ai aussi effectué mes achats en me fiant à cet aspect identitaire, qui fait un « bon produit », lui donne cette valeur si particulière à mes yeux, par rapport à d'autres marchandises, et qui relève des processus de valuations décrits dans l'introduction. Comaroff et Comaroff (2009) (cf. aussi *Ethnic marketing* chez Halter 2007) parlent à cet égard d'un véritable « ethno-marketing », « ethno-business » ou « ethno-preneurialisme ».

D'autres auteur·e·s traitent également de ce marketing touchant au patrimoine archéologique et culturel, aux traditions et au passé (Kockel 2007; Kohl 2004; Costa 2004), critiquant parfois de manière très virulente cette appropriation de l'État et des entreprises notamment à des fins touristiques (cf. « *fakelore* » chez Gill-Robinson 2007). Dans le chapitre 3, j'ai abordé également l'idée de marketing politique lors des campagnes électorales où les candidats portaient par exemple des ponchos (cf. chap. 3.3). Le marketing commercial comme le marketing politique comportent souvent une dimension identitaire, investie par les politicien·ne·s, commerçant·e·s ou tisserand·e·s (cf. aussi cas de la publicité pour la bière *Cusqueña* dans le chap. 3.1.3). Nous avons vu que les textiles andins (notamment les textiles *comuneros*) étaient des cartes d'identité permettant au public (électorat ou clientèle) de reconnaître la valeur politique ou commerciale de ces pièces portées (*traje típico*) ou vendues (marchandise). C'est précisément dans ce caractère

identitaire que ce marketing puise sa force (cf. à ce propos notamment Halter 2007), d'autant plus que les populations rurales et urbaines de Cusco, voire quelques touristes comme Stéphane, apprécient ces textiles et les utilisent.

Pour revenir à la question commerciale, d'autres exemples montrent son imbrication avec des aspects identitaires et culturels. Raúl Asensio et Carolina Trivelli (2011) exposent, à ce propos, le cas des négoce des populations urbaines dans la zone sud de Cusco (périphérie). Ces sociologues parlent d'« actifs culturels » pour signifier l'idée contenue dans l'ethnicité marchande, mais de manière plus large et sans revendication nécessairement d'une ethnicité. Le point commun, cependant, se trouve dans l'utilisation d'éléments culturels, comme la gastronomie, les cérémonies locales (par ex. fêtes locales ou *raymi*) ou l'activité textile, en tant que des « actifs » économiques (cf. aussi le cas de l'Amérique centrale dans Nash 1993).

Sur mon terrain, Irene du *Centro Artesanal IntiKilla* m'a expliqué la manière dont les membres de ce centre se sont organisés en une occasion pour s'habiller avec les *trajes típicos*, ce qui a considérablement augmenté les ventes. Il n'est pas rare de voir dans d'autres événements les commerçant·e·s porter ne serait-ce qu'un *chullo* ou une *lliclla*, sans qu'ils soient nécessairement des *comuneros*. Par ailleurs, comme nous l'avons vu, le port de ces éléments n'est pas non plus rare parmi la population urbaine, lors des Fêtes de Cusco (chap. 3.1). C'est aussi le cas des guides (cf. Ypeij 2012; Bosman 2006) et des *bricheros* (cf. Vich 2006) à Cusco qui emploient ce code vestimentaire pour revendiquer une identité incaïque vis-à-vis des touristes. Il s'agit d'une filiation inversée qu'opèrent de nombreux Cusquénien·ne·s de la ville dont j'ai parlé à plusieurs reprises dans la thèse et qui est soutenue non seulement par l'incanisme prégnant, mais aussi par le tourisme (surtout culturel et ethnique) et le mouvement *new age* (cf. notamment chap. 1; cf. aussi Molinié 2012; Galinier et Molinier 2006).

Une fois que l'idée d'actifs culturels et plus particulièrement d'ethnicité marchande sont acceptées, il nous reste une interrogation : cette ethnicité est-elle une pure façade touristique ?

### **5.5.2 Ethnicité (marchande) enacted : de la mise en scène à la mise en acte identitaire**

Les concepts d'actifs culturels et d'ethnicité marchande en particulier interrogent la « véracité » de l'acte par exemple de porter un poncho ou une *lliclla* comme une pure mise en scène ou théâtre touristique. La difficulté d'affirmer cela réside au moins aux deux faits que j'ai mentionnés précédemment : 1) l'identité est plurielle, fluide et contextuelle et ne se limite pas aux *trajes típicos* (d'autant plus que d'autres personnes en font usage) ; 2) les *trajes típicos* sont un DNI, mais qui est mobilisé de manière variable en des occasions où les *comuneros* portent leurs *trajes típicos*, de manière probablement plus systématique encore que durant les fêtes, mariages ou tant d'autres événements de ce type.

Je propose ainsi de questionner cette « véracité » présupposée, qui soulève des interrogations non seulement chez les touristes, mais aussi chez différents auteur·e·s, depuis le concept de

« *pseudo event* » de l'historien Daniel Boorstin (1964) et celui de « *staged authenticity* » du sociologue Dean MacCannell (1973). Ce faisant, il s'agit aussi de questionner la valeur heuristique du concept de performance que ce sociologue utilise en s'inspirant de Goffman pour développer sa théorie. Ce que je propose est de penser la performance non pas comme une simple *mise en scène*, mais plus largement comme une *mise en acte*, afin d'éviter des préjugés souvent difficilement vérifiables sur le « véritablement vrai ».

Comme je l'avais, le travail pionnier sur la performance dans le contexte du tourisme est celui de MacCannell (1976, 1973) qui, en s'appuyant sur l'approche goffmanienne, a proposé le concept de *staged authenticity*. Pour cet auteur, les touristes sont en quête d'une « authenticité » ressentie comme inexistante dans les pays dits occidentaux. Elles-ils la retrouvent donc ailleurs sous une forme de « mise en scène » (*staged*) élaborée pour ce public. La « vraie authenticité » est cachée et se situe dans le *backstage* auquel les touristes n'ont pas accès. Quel que soient les efforts, il y a toujours un *frontstage* dans un *backstage*, comme le soutient l'auteur.

Malgré les critiques qui ont succédé<sup>528</sup>, cette idée maccannellienne est encore d'actualité dans la littérature, parfois de manière implicite et à divers degrés. Par exemple, Ypeij (2012: 18) critique la dichotomie réel/fictif (*staged*) ou authentique/faux (*spurious*) des auteur·e·s comme Amanda Stronza (2001). Car le tourisme fait « partie intégrante de la vie, des relations sociales et identités des travailleur·e·s (*workers*) avec ou sans touristes (*whether the tourist are present or not*) » (à ce sujet cf. aussi Besençon 2016). Dans son travail sur Písaq, Simon (2009) emploie le concept goffmanien de performance. Sans parler explicitement de *staged authenticity*, elle véhicule l'idée maccannellienne de mise en scène touristique. Contrairement à MacCannell, l'auteure ne juge pas l'« authenticité », en l'occurrence des femmes tisserandes ou des *sácamefotos*. Elle souligne simplement le fait que ces femmes changent d'habits, motivées par l'interaction avec les touristes et les bénéfices pécuniaires qu'elles peuvent en tirer. Après leur « performance », elles remettent les habits d'usage plus courant (*usual cloths*).

Dans le cas plus précis de démonstrations textiles à Chinchero, Gonzales Salazar (2017: 90-92) parle de mise en scène (*escenificación*) et de performance où des éléments qu'il qualifie de « modernes » (par ex. enceintes, cuisine à gaz) sont cachés en faveur d'autres qui reproduisent une ambiance « rustique », d'« intimité féminine » ou « chargé ethniquement » (*carga étnica*). Suivant la demande des guides, cette performance peut inclure des danses, des chants (*huayno*) et des explications en quechua, alors que les tisserandes parlent l'espagnol, voire l'anglais. Parfois, les enfants sont également habillés avec des *trajes típicos* pour renforcer le décor. L'interprétation maccannellienne est présente ainsi plus ou moins explicitement.

---

<sup>528</sup> Voir Fuller (2015) dans le cas particulier du Pérou et plus largement McCabe (2005: 90), Gmelch (2004), Steiner (1999: 199), Graburn (1999) et Wang (1999). Voir aussi la critique de Latour (2006: 67) à Goffman.

D'autres auteur·e·s parlent même d'une « façade » ou d'une « fausse tradition » pour reprendre les mots de Lyon (2013: 24-25) sur son travail à Chinchero. Dans son étude, Zorn (2004: 142) critique aussi le fait de se représenter soi-même comme « quelque chose – d'inca, d'indien (*Indian*) ou [représentant] le Pérou authentique (*authentic Peru*) [...] plutôt que des personnes ». Cette « mascarade touristique » fait l'objet de critiques comme celle de Calvo Calvo (1999: 207, 212) vis-à-vis des *varayoc* et *porteadores* du chemin inca qui portent les *trajes típicos* à des fins touristiques<sup>529</sup>.

Certes, l'approche en termes de performance pour analyser les interactions touristiques peut être fructueuse. Elle permet de voir les rôles que jouent non seulement les *comuneros* face à un public, mais aussi les textiles dont la performance dépend également. Si l'on veut reconnaître le caractère improvisé des performances (Voirol 2016; Schechner 2006; Turner 1992), cette approche témoigne d'un travail créatif devant un public qui a des attentes spécifiques en termes de « culture », de « tradition » ou d'« authenticité ». Par exemple, les touristes français·e·s du récit, évoqués dans le récit du début de ce chapitre, percevaient ce qu'ils observaient comme quelque chose de « traditionnel », avec certes quelques nuances parfois, considérant des aspects plus « modernes » ou, à tout le moins, une certaine « adaptation du traditionnel ». Tout comme mes huit ami·e·s européens, ces touristes discernaient la « persistance de la tradition » dans les habits locaux, qualifiés souvent d'« habits traditionnels ».

Toutefois, cette approche risque de tomber dans une analyse de type maccannellienne, d'un pur théâtre, d'une « mise en scène ». À cet égard, Tim Edensor (2009) critique autant le concept de performance de Goffman que de performativité de Butler. Pour lui, ces concepts « négligent les frontières floues entre action intentionnelle et non réflexive » (Edensor 2009: 544). D'un côté, Goffman suggère que « les performances sociales sont inévitablement instrumentales et réflexives ». De l'autre côté, Butler insiste fortement sur le caractère « non réflexif des interactions sociales », ce qui finit par nier tout *agency* des acteur·e·s (*ibidem*)<sup>530</sup>. Voir les tisserandes de Chinchero ou les *comuneros* du *Parque de la Papa* simplement comme des « performers » (acteur·e·s au sens goffmanien) constitue un risque, dans l'interprétation des faits, de réduire leurs actes à une mise en scène touristique ou à un théâtre qui s'arrête une fois qu'ils sont à l'abri du regard des spectatrices·eurs. Cela est d'autant plus problématique que les *trajes típicos* employés font partie de la garde-robe locale, mobilisée à certaines occasions (carnavals, mariages, fêtes patronales, etc.).

---

<sup>529</sup> Les *varayoc* représentent en effet un attrait touristique (Pérez Galán 2003, 146). Contrairement à Calvo, pour Pérez Galán (2003: 156, 161-62), il s'agit d'une stratégie locale pour gérer leurs spécificités et organisation ethniques face au gouvernement local et pour se situer comme « un groupe en relation au monde global ».

<sup>530</sup> Pour en savoir plus, voir Edensor (2009: 543-44). Il prend une position intermédiaire en soutenant que les individus oscillent entre ces deux postures. Il donne l'exemple des touristes parfois conscient·e·s de leurs propres actes, et parfois ne se posant pas de questions en se conformant aux procédures touristiques. Cette posture permet à Edensor de critiquer l'approche de Maccannell que je critique également plus bas.

Dans sa praxiographie, Annemarie Mol (2002: 32-33) propose une solution épistémologique. Elle distingue entre « *perform* » et « *enact* » pour privilégier l'emploi du dernier. Si, pour elle, la performance comporte des « connotations appropriées », avec une marge de manœuvre pour l'acteur·e d'improviser si besoin (contrairement à la critique d'Edensor), ce terme peut devenir « inapproprié ». La performance suggère en effet une certaine « réalité réelle cachée » dans le *backstage*. Due à cette connotation, Mol propose ainsi d'employer un terme en anglais moins connoté académiquement : *enact*. Elle explique que dans le déroulement de l'action, l'acteur·e reste « vague »<sup>531</sup> et qu'uniquement à ce moment précis (*only then and there*) quelque chose est *enacted* (*something is – being enacted*) (Mol 2002: 33). Il s'agit donc d'une « *reality enacted* » inscrite dans une situation limitée dans le temps et l'espace (Mol 2002: 44).

À l'instar de l'apport épistémologique de Mol, d'autres auteur·e·s dans la littérature anglophone emploient le verbe *enact* ou son substantif, par exemple dans le domaine touristique (par ex. Van der Duim et al. 2012; Simoni 2012; Ren 2011). C'est aussi le cas de Comaroff et Comaroff (2009: 38, 50) qui s'y réfèrent avec l'idée d'une ethnicité *enacted* ou d'un *enactment* de l'altérité (*otherness*) par des populations autochtones. De son côté, Berlo (1992: 26-27) parle de *reenactment*. En critiquant la notion de *pseudo event* de Boorstin (1964) et de *staged authenticity* de MacCannell (1976), l'auteure emploie ce terme pour signifier ce type d'actes qui sont satisfaisants (*satisfying*) autant pour la personne qui les réalise que celle qui en est témoin. Elle cite plus précisément l'exemple des tisserandes mayas qui se mettent à filer en présence des touristes. Pour les premières, cela permet de tirer un gain pécuniaire par la vente d'une pièce ou par le pourboire qu'elles reçoivent pour être prises en photographie (*satisfaction is economic*). Pour les touristes, cela leur permet d'être les témoins d'une pratique tenue pour ancienne et authentique (*satisfaction is aesthetic*). Berlo évite ainsi tout jugement de valeur sur la véracité de ces actes et s'intéresse plutôt à leurs effets sur les acteur·e·s en présence.

Il me semble que ce glissement épistémologique permet d'intégrer la « performance » identitaire comme un acte, une *mise en acte identitaire*, pas nécessairement ou uniquement au sens théâtral de MacCannell ou de « pseudo-événement » chez Boorstin. Cette mise en acte par le port des *trajes típicos* inclut autochtones et non autochtones comme Stéphane, le touriste français vêtu d'un poncho.

Faute de traduction satisfaisante en français, j'ai décidé de garder le terme « performance », mais qui doit être compris comme un *enactment* ou une mise en acte. Il s'agit ainsi de voir comment, sur la scène, il y a un acte d'ordre identitaire. De ce point de vue, les *trajes típicos* rendent possible la mise en acte de l'ethnicité marchande dans un quotidien marqué par des interactions touristiques courantes. Les *trajes típicos* permettent ainsi la mise en acte de cette ethnicité, marchande ou non, dans un espace-temps bien délimité.

---

<sup>531</sup> Cette idée rejoint celle l'incertitude sur l'origine de l'action (Latour 2006) et dont les acteur·e·s peuvent aussi être non humains.

Cette question deviendra plus claire dans le chapitre suivant où j'exposerai cette mise en acte à travers le cas des démonstrations textiles que, par exemple, Rosa et sa mère ont exécuté devant les touristes Français·e·s.

### **Retissage : la valeur marchande de l'ethnicité**

Le changement vestimentaire s'est toujours produit, bien qu'à un rythme moindre dans les Andes et l'Amérique centrale qu'en Europe et l'Amérique du Nord, à en juger les preuves archéologiques et les données historiques compilées depuis la Conquête espagnole. De nombreux auteur·e·s contemporains (Dieterich, Erickson, et Younger 1979; Ehlers 1987; Milrod 1980) ont argué que le changement vestimentaire est lamentable, en basant leur jugement de manière générale sur notre préférence pour ce qui est fait à la main et vieux [...] en ignorant que ce que nous considérons maintenant vieux et traditionnel était autrefois probablement nouveau et non traditionnel (Meisch 1996: 164)<sup>532</sup>.

J'ai voulu conclure ce chapitre sur les *trajes típicos* par cette citation, qui nous invite à ne pas être nostalgiques, à ne pas faire l'erreur d'inscrire les *trajes típicos* dans un continuum vestimentaire (Zorn 2004) qui caractérise les Andes, fait tant de continuités que de changements. Le tourisme y participe en quelque sorte. À l'instar d'autres événements locaux (cf. chap.3), il contribue à préserver leur usage, tout en modifiant la production des textiles andins par une certaine adaptation au marché (cf. chap.4).

Si les *trajes típicos* demeurent un DNI exprimant une valeur d'usage associée à des questions identitaires, ils n'en sont pas moins dépourvus de valeur marchande. C'est précisément parce qu'ils sont un DNI (*l'habit qui fait l'autochtone*) et qu'ils sont fortement médiatisés au Pérou et ailleurs, qu'ils comportent des enjeux commerciaux répondant notamment aux attentes des touristes désireux de retrouver l'autochtone, de vivre une expérience authentique *in situ*. Prenant part au *tourist gaze*, les *trajes típicos* tirent leur valeur, du point de vue des touristes, de ce qu'ils représentent en termes d'authenticité, de tradition, de culture matérielle – j'aurai l'occasion d'y revenir dans le dernier chapitre. Le témoignage de Stéphane est assez révélateur de ce point de vue, bien qu'il porte un regard quelque peu prescriptif sur le « pays du poncho ».

Son discours illustre en outre les processus de valuation et le caractère comparatif de la notion de « valeur » (Graeber 2001; cf. aussi *Valuation Studies* et d'autres auteur·e·s in Filage), par l'opposition entre ces *trajes típicos* et les habits cosmopolites, par exemple entre son poncho et son pull de « touriste ». Les premiers sont valorisés au détriment des derniers, tout comme le fait Pio à l'égard de Gloria, qui ne porte pas de *trajes típicos* le jour de leur rencontre. Elle est dévalorisée par rapport aux tisserandes des centres textiles qui portent ces habits. Stéphane et Pio

---

<sup>532</sup> *Costume change has always occurred, but at a slower rate in the Andes and in Mesoamerica than Europe and North America, judging from archeological evidence and the historical record compiled since the Spanish Conquest. Many contemporary writers (Dieterich, Erickson and Younger 1979, Ehlers 1987, Milrod 1980) have argued that costume change is lamentable, generally basing their judgement on our preference for the handmade and the old, and ignoring probably that what we now consider old and traditional was once probably new and non-traditional.*

émettent un jugement de valeur, semblable aux auteur·e·s cités précédemment par Meisch (1996), peut-être aussi par nostalgie du changement vestimentaire.

Ces processus de valuation et la dimension comparative de la valeur sont aussi opérés par les *comuneros* qui, selon les situations, vont apprécier ou mépriser le port de *trajes típicos*, sans pour autant laisser d'être originaires du lieu (*l'habit ne fait pas l'autochtone*). Le cas de Chinchero témoigne bien de la valorisation et de la dévalorisation des *trajes típicos*, oscillant entre des raisons pratiques (y compris les raisons commerciales au sein du marché touristique) et des contraintes, comme la discrimination ethnique ou le racisme, entre autres. L'ethnicité marchande illustre bien cette idée d'articulation entre les aspects identitaires et commerciaux, et met en évidence l'importance de la mise en valeur de l'ethnicité dans des contextes touristiques, par le biais de l'utilisation des *trajes típicos* par exemple.

Cette valeur marchande des *trajes típicos* est non négligeable et s'appuie sur leur valeur d'usage dans les Andes. Dans les chapitres précédents, nous avons vu une autre manière de d'aborder l'articulation entre les éléments patrimoniaux-culturels-identitaires et les éléments commerciaux. C'est dans ce sens que ce chapitre invite à nuancer le discours sur le tourisme (cf. aussi Retissage du chapitre 4), et à éviter toute interprétation maccanellienne du port de *trajes típicos* en termes de « fausse performance » pour les touristes, mais plutôt à l'analyser comme une mise en acte identitaire faite sur une plateforme touristique. Par là même, il s'agit de voir également la valeur des actions (Graeber 2001) de ces personnes qui mobilisent leur ethnicité, d'une manière plus ou moins marchande, à des fins plus ou moins commerciales. Ces actions mobilisent les *trajes típicos* en tant qu'ils représentent une culture matérielle, et de ce fait, sont particulièrement propices à la vente. Il est ainsi question d'une inter-action réalisée conjointement entre humains et matérialité textile, ici plus particulièrement les *trajes típicos*. Ces actions sont exécutées grâce aux *trajes típicos* qui représentent une culture matérielle, ce qui est très utile comme argument de vente vis-à-vis des touristes. Il est ainsi question d'une inter-action réalisée conjointement entre humaines et matérialité textile ici plus particulièrement les *trajes típicos*.

\*

Le chapitre suivant prolonge la réflexion sur cette question d'ethnicité marchande sous une perspective de genre. Dans quelle mesure l'activité textile associée au tourisme acquiert-elle une valeur pour les *comuneras* ? À travers le cas des démonstrations textiles, j'analyserai la dimension genrée de cette ethnicité, et discuterai de la valeur socio-économique de cette activité, qui a des implications sur les rapports de genre et l'*empowerment* des femmes.

## CHAPITRE 6

### GENRE, COMMERCE ET *EMPOWERMENT* FEMININ : LA VALEUR SOCIO-ÉCONOMIQUE DE L'ACTIVITÉ TEXTILE

#### « C'est l'os d'un touriste qui n'a rien acheté »

Dans le chapitre précédent, j'ai brièvement parlé des démonstrations textiles au village de Chinchero lors de la visite de huit touristes français·e·s chez Rosa où, accompagnée de sa mère, elle nous a expliqué le processus de fabrication textile à l'aide du métier à tisser.

#### Photo 19 : Démonstration textile



Photographie de l'auteur prise chez Rosa (21.10.14). Alors que Rosa montre la phase de nettoyage des fibres, sa mère se charge de filer à l'aide d'une quenouille ou *puska*.

À l'instar de cette expérience dont j'ai témoigné en tant que guide, j'ai pu assister à d'autres démonstrations dans des centres textiles à Chinchero en qualité de touriste. Le récit suivant retrace cette pratique qui concerne surtout les femmes et dont les effets feront l'objet de ce chapitre<sup>533</sup>:

**G**ood Morning Amigo<sup>534</sup> me lance une tisserande en m'invitant à prendre place sur un banc en bois. Quatre touristes y sont déjà assis, un couple de Brésiliens et deux Allemands. Devant nous se trouvent trois *comuneras* vêtues de leur *trajes típicos*. La plus jeune, Margarita, âgée d'une vingtaine d'années, prend la parole et commence à expliquer, d'abord en espagnol puis en anglais, le processus de fabrication textile tandis que ses collègues en font la « démonstration »

<sup>533</sup> Des observations et des entretiens ont été effectués principalement entre le 20.10.14 et le 22.10.14. J'ai approfondi par la suite à l'aide d'autres entretiens et observations effectués surtout en 2014 et 2015. À toutes fins utiles, je mentionne la date d'entretien la première fois qu'apparaît l'interviewé·e.

<sup>534</sup> Ami en espagnol. C'est une forme courante de s'adresser à autrui au Pérou, y compris dans ce type d'échanges.

(*demostración textil*), étape par étape : de l'obtention de la matière première (mouton ou alpaga) au tissage, en passant par le nettoyage à l'aide d'une racine appelée *saktana* ; le filage en utilisant la quenouille ou *puska* en quechua ; la « teinture naturelle » (*teñido natural*) des fibres grâce à la cochenille<sup>535</sup> pour la couleur rouge ou dérivée d'autres plantes telle que la *chilka* pour le vert ; entre autres étapes intermédiaires. L'explication se termine par une démonstration de tissage sur le *telar de cintura* avec quelques éclaircissements sur l'iconographie locale.

Margarita prend une *lliqlla*, pièce élaborée sur le métier à tisser. Elle se focalise sur le *pallay* nommé *Loraypo*. « Celui-ci est typique (*típico*) de Chinchero. Nous le portons sur nos habits (*trajes*) » nous affirme-t-elle. En se référant aux cercles qui composent le motif<sup>536</sup>, elle commence à nous parler de Piuray et Huaypo, deux lacs de la région, qu'elle affirme aussi représenter l'« œil de la princesse inca ». Lors de la démonstration, Margarita a insisté sur le travail effectué qui est entièrement manuel (*hecho a mano*) et « écologique » (*ecológico*). Les explications sont en espagnol et anglais, mais les tisserandes échangent également quelques mots en quechua, notamment pour coordonner l'enchaînement des différentes étapes du processus de tissage<sup>537</sup>.

Margarita maîtrise parfaitement l'anglais ce qui lui permet de faire quelques plaisanteries : « Voici le *saktana*. Le shampooing inca. Très bon pour éviter la chute des cheveux (*caida del pelo*). Pour vous Monsieur c'est déjà trop tard », finit-elle en rigolant. Quelques minutes plus tard, elle nous demande en montrant un os : « Qui sait ce que c'est ? » (*¿quién sabe lo que es ?*). Un murmure parcourt le public mais personne ne répond. Moi, je sais que cet os appelé *ruki* ou *tullu ruki* est un outil employé pour écarter les fils avant d'y glisser la trame et de poursuivre le tissage (cf. fig. 11, chap. 4.2). Margarita nous dit en espagnol, puis en anglais : « C'est l'os d'un touriste qui n'a rien acheté » (*Es el hueso de un turista que no compró nada*). Les rires ne se laissent pas attendre.

Durant la démonstration, elle nous parle en outre de « nos ancêtres » (*nuestros antepasados*) pour souligner le caractère ancien du travail textile en se référant non seulement aux anciennes générations mais aussi aux Incas, par exemple lorsqu'elle parle du motif *loraypo*. Lors de la visite des Français·e·s, Rosa nous avait affirmé à propos de ce motif que « les Incas [l']utilisaient déjà ». Ce type de discours n'est pas isolé et je l'entendrai dans d'autres centres textiles.

---

<sup>535</sup> Insecte (*Dactylopius coccus*) qui vit dans les cactus. Il permet d'obtenir la couleur rouge ainsi que d'autres tonalités qui en découlent, selon le nombre de trempages, le mordant appliqué ou le mélange avec d'autres plantes. D'après Carmen, tisserande de Chinchero que j'ai connue lors d'une visite avec un groupe de touristes français·e·s, la cochenille permet l'obtention de 25 couleurs environ (chiffre pouvant varier selon l'interlocutrice·eur). Par exemple, en la mélangeant avec le sel, on obtient la couleur orange, avec la pierre d'alun la couleur rose et avec la *qollpa* (plante locale) la couleur violette. Si la cochenille est présentée comme un élément obtenu localement, la zone n'en possède pas étant donné son altitude, comme le remarque Adolfo. Les tisserand·e·s doivent donc se fournir dans d'autres lieux plus bas en altitude, comme la vallée sacrée (principalement Urubamba), la côte péruvienne ou les régions d'Abancay ou d'Apurimac comme l'affirment Alfredo (27.12.14) et Sarah Lyon (31.10.14) ayant fait son mémoire sur Chinchero.

<sup>536</sup> Un motif peut-être décomposé en plusieurs motifs (cf. Callañaupa 2007; Franquemont et al. 1992). J'ai montré ailleurs cette décomposition qui influe sur l'interprétation iconographique des *comuneros* (cf. Terry 2009: 69-74).

<sup>537</sup> D'autres démonstrations laissent apercevoir un trilinguisme espagnol-anglais-quechua. Cette dernière langue est réservée à des communications entre les tisserandes.

Après une vingtaine de minutes, la démonstration s'achève. Margarita laisse un peu de temps pour les questions. Les trois *comuneras* se déplacent alors sur leurs stands de vente, situés à quelques mètres de l'endroit de la démonstration. Les touristes s'approchent et regardent les divers produits. Certaines pièces sont caractéristiques de Chinchero, au moins en apparence, d'autres sont vraisemblablement achetées dans d'autres communautés, à en juger d'après le style (cf. circulation textile qui concerne Chinchero dans le chap. 2.2.4). Les quatre touristes finissent par acheter quelque chose. Moi aussi, je prends un bracelet. Si le montant n'atteint pas les 200 USD que les touristes français·e·s avaient dépensés chez Rosa<sup>538</sup>, Margarita et ses collègues en tirent un bénéfice ; Margarita peut-être un peu plus d'après mes observations sur les ventes réalisées, en raison de la variété de produits qu'elle propose sur son stand, peut-être aussi par gratitude à l'égard de ses explications. En fin de compte, nous n'avons rien payé pour la démonstration, nous avons simplement payé nos achats.

\*

Le récit illustre une des pratiques et attractions touristiques principales de Chinchero : les démonstrations textiles. Tout comme dans le cas exposé ci-dessus, de nombreux centres textiles dans le village et aux alentours, réalisent des démonstrations sous un format très semblable. Vêtues de leur *trajes típicos* comme Margarita et ses collègues, les tisserandes s'y rendent pour travailler quotidiennement et en tirer un revenu par les ventes (« *but ultime* » comme l'affirme Ypeij 2012: 28).

Ce récit me paraît également significatif sur la question de genre dans le domaine touristique au plan économique (vente), identitaire (récits sur les ancêtres) et éducatif (notamment linguistique). Une des choses les plus remarquables que laisse entrevoir le cas de Margarita est d'ailleurs sa maîtrise de l'anglais. C'est loin d'être un cas isolé, d'autres tisserandes parlent très bien cette langue. C'est d'autant plus impressionnant que le monolinguisme (quechua) des *comuneras* des Andes est encore fort par rapport à leurs homologues masculins (meilleure maîtrise de l'espagnol). De plus, la prise de parole en public de Margarita et d'autres tisserandes que j'ai écoutées est épatante, sachant la timidité qui caractérise généralement les *comuneras* (« *submissive shyness* » comme l'affirme Zorn 2004: 166), timidité qui peut être appréhendée comme faisant partie de codes de comportement culturellement appris. Elles se permettent même de plaisanter avec le public. À ce propos la plaisanterie de l'os est significative, non seulement de cette capacité, mais également de l'aspect économique qui est important pour elles, comme nous le verrons.

J'aborde la question susmentionnée par le biais du cas de centres textiles à Chinchero justement en tant que cas exceptionnel dans les Andes cusquéniennes, non seulement pour la forte fréquentation touristique de ceux-ci (et du village en général) mais aussi pour la présence presque exclusive de femmes dans l'activité. Ce cas est également rare par la présence simultanée des éléments économiques, identitaires et éducatifs que je n'ai pas (re)trouvés dans d'autres situations. Les éléments économiques et identitaires sont traités dans d'autres études sur Chinchero, mais la question éducative

---

<sup>538</sup> D'après mes observations, j'ai estimé les dépenses à 210 USD uniquement chez Rosa. Dans le *Parque de la Papa*, certain·e·s touristes avaient acheté des pièces textiles pour environ 35 USD.

n'est que partiellement abordée en se focalisant plutôt sur l'investissement du revenu dans l'éducation notamment des enfants, et moins sur l'éducation découlant de l'interaction avec des touristes lors des démonstrations textiles. En outre, le récit laisse entrevoir une disparité des bénéfiques entre tisserandes dans le cadre de la commercialisation, comme dans le cas de Margarita et ses collègues. Ces disparités sont aussi la clé pour traiter la question des asymétries entre les *comuneras* qui, comme nous le verrons, sont loin d'être purement économiques, et impliquent des rapports hiérarchiques et de pouvoir plus généraux.

À travers le cas des démonstrations textiles à Chinchero, j'associe l'ethnicité marchande dans le contexte du tourisme (que j'ai abordée dans le chapitre précédent) à la question du genre dont l'étude demeure importante, comme le soulève Annelou Ypeij (2012: 21) étant donné les multiples significations (*multitude of meanings*) et résultats (*outcomes*) du trinôme genre-ethnicité-tourisme. C'est une question qui apparaît d'ailleurs en filigrane dans le chapitre précédent où le port des *trajes típicos* comporte une dimension genrée liée surtout aux femmes. Elle apparaît plus largement dans la thèse avec les cas des nombreuses tisserandes *comuneras* liées au marché touristique : celles d'*Inkakunaq Ruwanin* à la ville de Cusco ou celles des hôtels de luxe comme le Marriot, etc. Ce sont des femmes exerçant cette activité, parfois à temps plein, comme plusieurs tisserandes à Chinchero (sans oublier les tâches domestiques qu'elles réalisent à côté, et sur lesquelles je reviendrai plus bas), ou de façon complémentaire comme chez les tisserandes de *Ñawpa Away* du *Parque de la Papa*. Quelle est donc la valeur de l'activité textile pour ces femmes ? L'adoption d'une perspective de genre permet d'y répondre et de mieux comprendre la valeur socio-économique de cette activité du point de vue des femmes.

Dans ce chapitre, je souhaite discuter des effets du tourisme sur l'évolution des rapports de genre entre *comuneros* et *comuneras*, ainsi que des possibilités d'« empowerment féminin » (Asensio 2016: 345). J'emploie ce terme<sup>539</sup> pour évoquer des transformations en faveur des femmes, en particulier des *comuneras* des Andes. Par là, je montre les effets ambivalents du tourisme, avec ses bénéfiques économiques, éducatifs et identitaires, d'une part, et la reconfiguration des asymétries surtout entre les *comuneras* dans les centres textiles, d'autre part. Je conclus ainsi que s'il existe un *empowerment* féminin relativement général dans le cas de Chinchero, celui-ci reste toutefois limité et variable selon les lieux ou les individus. De plus, ce cas demeure exceptionnel si on le compare avec d'autres communautés qui travaillent dans le domaine touristique, particulièrement des *comuneras* tisserandes. Je précise que mes matériaux ethnographiques concernent surtout les interactions avec des tisserandes, ainsi qu'avec quelques hommes du village, dans l'espace public et non pas privé, raison pour laquelle je ne peux pas me prononcer sur les évolutions du rapport de genre dans les ménages, même s'il m'arrive de les évoquer à travers le discours de certains de mes interlocutrices·eurs.

---

<sup>539</sup> La traduction en français reste « approximative » avec l'usage des termes « insertion » ou « autonomisation » (Calvès 2009: 736), raison pour laquelle je préfère garder le mot anglophone. Je préciserai la définition dans la quatrième section du chapitre.

Le chapitre est divisé en quatre sections. Je décrirai d'abord les centres textiles avec leur composition, organisation et importance à Chinchero. Il s'agit d'un aspect clé pour mieux comprendre les relations asymétriques entre tisserandes au sein des centres textiles. Je traiterai ensuite de l'activité textile en tant que ressource. Je me focaliserai ainsi sur le revenu que l'activité procure, et discuterai des rapports asymétriques autour des intérêts pécuniaires que cette activité engendre, ainsi que les perspectives d'émancipation qu'elle offre aux femmes, par le biais du travail et de l'éducation. Dans la troisième section, je reviendrai sur le concept d'ethnicité marchande pour illustrer son caractère fortement féminin et qui induit des effets sur l'identité ethnique plus ou moins associée au passé incaïque et qui devient une source de fierté. Dans la dernière partie, je reviendrai sur la question de l'*empowerment* féminin en reprenant notamment les éléments économiques, identitaires et éducatifs.

Si le chapitre se base sur l'analyse du cas de Chinchero, des exemples ethnographiques d'autres communautés de Cusco viendront la compléter. Ces exemples permettront de mieux saisir l'impact du tourisme et de nuancer ses effets, notamment sur les transformations des rapports de genre. Cet exercice me permettra enfin de dialoguer avec une littérature qui aborde cette question tout en soulignant les effets ambivalents du tourisme sur les rapports sociaux de genre.

En abordant les questions du genre, du commerce touristique et de l'*empowerment* féminin, ce chapitre vise principalement à mettre en évidence la valeur socio-économique de l'activité textile et à la questionner. Le terme « socio-économique » entend souligner que la valeur de celle-ci n'est pas simplement économique, mais bien plurielle, puisqu'elle revêt aussi des aspects identitaires et éducatifs. Il s'agira dès lors de considérer sa portée et ses limites, de déterminer si elle permet d'améliorer la situation des femmes, de leur donner de meilleures perspectives, non seulement à l'égard des hommes, mais aussi parmi elles-mêmes.

## **6.1 Les centres et démonstrations textiles**

Cette description permet de retenir quelques aspects clés pour la suite des propos, à savoir : l'importance touristique de Chinchero et de ses centres textiles ; le caractère genré de l'activité au sein de centres textiles ; l'emplacement de ces endroits (particulièrement dans les maisons) qui configure les rapports de travail entre les femmes ; et l'importance économique de l'activité issue des ventes, ce qui pousse à s'engager dans un tel métier et induit divers effets d'ordre économique et identitaire qui à leur tour ont une incidence sur les rapports de genre.

Rappelons-nous que le village de Chinchero est situé à une quarantaine de minutes de la ville de Cusco et fait partie du circuit classique de la Vallée sacrée (Simon 2009; Baud et al. 2006: 2; Bosman 2006: 201; Mager 2006: 236; Dulón 2006). Ce village attire de nombreux visiteuses·eurs, y compris des Cusquénien·ne·s, dont plusieurs y achètent de l'art-isanat, notamment de textiles. À côté du site archéologique incaïque et de l'église coloniale, les démonstrations textiles y constituent une des principales attractions touristiques. C'est d'ailleurs ce qui a amené les touristes français·e·s et moi-

même à nous y rendre. Si nous n'avons pas suivi une démonstration dans un des centres textiles, nous en avons suivi une chez Rosa, dans un format plus ou moins semblable.

À Chinchero, il y a de nombreux centres textiles. Leur nombre a augmenté ces dernières années, surtout depuis les années 1990, suite à l'initiative du CTTC de Nilda Callañaupa<sup>540</sup>, originaire de Chinchero (Aldolfo, 22.10.14) (cf. aussi Gonzales Salazar 2017: 71; Ypeij 2012: 28-29). Au moment de ma visite, j'en ai compté une douzaine<sup>541</sup> dans différentes rues du village. Comme l'explique Ypeij (2012: 28), la majorité des centres sont aménagés à l'intérieur des maisons. La plupart possèdent des noms en quechua : *Ayni Allyu*, *Inti*, *Awac Allyu*, *Qori Puskay*, *Apu Antaquillka*, etc.

Ces centres sont gérés majoritairement par des femmes, bien que dans certains cas il s'agisse d'une affaire familiale<sup>542</sup> (Ypeij 2012: 28) (j'ai connu un seul centre où un homme, Fredy, gérait l'endroit avec son épouse). Les cartes de visite distribuées dans les centres mentionnent également des hommes. Il est difficile de ne pas apercevoir ces centres, sachant surtout qu'une grande partie se situe sur le chemin pour se rendre à l'Église coloniale et au site archéologique, attractions incluses dans le *boleto turístico*<sup>543</sup>. Divers tour-opérateurs ou guides ont également des accords avec certains centres textiles pour y amener les touristes, leur faire une démonstration et leur vendre des souvenirs. Dans le cas des touristes français·e·s déjà mentionnés, cet accord a été passé avec des particuliers, en l'occurrence Rosa, qui nous a servi de guide et nous a hébergés. Les horaires d'ouverture varient d'un centre à autre. La plupart ouvrent le matin et l'après-midi jusqu'au soir, certains ferment pour le repas de midi alors que d'autres ouvrent en continu. À titre d'exemple, le centre d'Elda ouvre de 9h00 à 13h00 et de 16h00 à 19h00<sup>544</sup>. J'en ai vu d'autres qui reçoivent des touristes après 20h00.

Les tisserandes vêtues avec les *trajes típicos* attendent souvent à l'entrée des centres pour attirer la clientèle, si elles ne sont pas déjà occupées avec un groupe. Quel que soit le centre textile choisi, le format de l'accueil et de la démonstration est à peu près le même à quelques différences près: certains offrent à boire (par ex. tisane de coca ou *muña*<sup>545</sup>) lors de l'accueil, d'autres s'attardent un peu plus sur

---

<sup>540</sup> Les origines du CTTC remontent aux années 1970 selon Ypeij (2012: 28-29) au moment de la création de la première association de tisserandes (cf. aussi Gonzales Salazar 2017: 69-72).

<sup>541</sup> Le nombre exact n'est pas clair. Gonzales Salazar (2017: 72) parle de plus de 40 centres textiles avec une tendance à la hausse, de par la rentabilité de ce modèle commercial. Dans une recherche précédente, Lyon (2013) en dénombre 13 environ et Ypeij (2013: 72; 2012: 29) une douzaine (et 300 femmes environs), ce qui se rapproche de mes calculs. Néanmoins, Naty, responsable d'un des centres, m'a parlé d'une vingtaine. Dans une visite en avril 2017, j'ai vu trois nouveaux centres textiles. D'après un entretien postérieur avec Gonzales Salazar (entretien téléphonique, 25.05.17), le chiffre qu'il mentionne englobe vraisemblablement un espace plus large par rapport à d'autres études, comme la mienne, qui se focalisent plutôt sur le centre de Chinchero.

<sup>542</sup> La composition change selon le centre, allant d'une famille nucléaire à plusieurs familles (Gonzales Salazar, entretien téléphonique du 25.05.17). Voir plus bas : l'association *Virgen de las Nieves*, qui reste une exception dans cette administration familiale.

<sup>543</sup> Le *boleto turístico* donne accès à différents sites touristiques de la région de Cusco. De nombreuses·eux touristes en font l'acquisition, ce qui incite à la visite de lieux comme Chinchero. Voir aussi chap. 1.2.4.

<sup>544</sup> Selon Thania, elles doivent retourner chez elles pour aller manger, car elles n'ont pas de place pour cuisiner. Elle affirme en outre que certaines femmes consacrent leur samedi aux travaux agricoles. Gonzales Salazar (2017: 86-7) mentionne des horaires semblables, bien que flexibles selon les visites. À l'instar de Thania, il parle aussi de la pause de midi pour manger et s'occuper des « tâches domestiques et familiales » (*quehaceres de la casa y la familia*). Cet élément est lié aux effets de surcharge de travail chez certaines tisserandes.

<sup>545</sup> Type de menthe originaire des Andes et employée fréquemment à Cusco.

certains points ou donnent d'autres informations lors de la démonstration<sup>546</sup>. La démonstration textile retrace toujours les étapes de la fabrication textile, du filage au tissage, à l'aide du *telar de cintura*, comme je l'ai expliqué dans le récit d'introduction<sup>547</sup>. La démonstration se conclut toujours par une mise en pratique : plusieurs tisserandes tissent sur le métier en donnant des informations sur les motifs. Sommairement présenté, cette étape permet de mieux comprendre le fonctionnement du tissage et sa complexité d'exécution. La démonstration dure au total entre quinze et trente minutes. La durée peut varier selon la disponibilité et la curiosité des visiteuses-eurs (s'ils posent des questions) : cinquante minutes, par exemple chez Rosa lors de la visite des Français-e-s (plus longue que d'habitude notamment par mon intervention et mes demandes d'informations complémentaires).

Dans ces présentations, il semble que l'élaboration de ces textiles suit un processus entièrement manuel. L'introduction du filage industriel dans la production n'est pas évoquée alors que Rosa m'a confirmé en privé son usage afin d'éviter le nettoyage de la laine qui se salit vite<sup>548</sup>. Cela répond vraisemblablement à une attente des touristes (réelle ou anticipée par les tisserandes) sur le caractère manuel, écologique, et « authentique » des pièces (Femenías 2010: 277; cf. aussi Lyon 2013: 9; Nash 1993). Les tisserandes donnent les explications non seulement en espagnol, mais aussi en anglais, notamment les jeunes filles comme Margarita. Souvent, elles plaisantent avec les touristes pour attirer leur attention et évoquent des éléments de manière quelque peu exagérée à des fins pédagogiques (certaine didactique dans cette méthodologie) et commerciales (gagner l'attention de la clientèle et son empathie pour faciliter les ventes).

La démonstration est suivie par la vente des produits que les tisserandes élaborent ou achètent pour les revendre (cf. chap. 2.2.4). La gratuité de la démonstration oblige à percevoir des gains par la commercialisation<sup>549</sup>. Ceux-ci deviennent ainsi le « but ultime » (*ultimate goal*) (Ypeij 2012: 28). De manière générale, les gains sont d'ordre individuel : chaque membre possède un stand de vente propre<sup>550</sup> (cf. aussi Gonzales Salazar 2017: 95).

---

<sup>546</sup> Par exemple, auprès d'un groupe de quatre touristes brésilien-ne-s, le centre textile a montré la fibre de baby alpaga (les centres montrent plutôt la fibre d'alpaga adulte et la fibre de mouton) et évoqué les propriétés préventives/curatives des plantes utilisées pour les teintures (éviter la chute de cheveux, soigner l'amygdalite, etc.), l'usage de la cochenille à des occasions spéciales comme pour le maquillage féminin pour carnaval ou encore le choix des couleurs lors de l'ourdissage selon l'état émotionnel de la tisserande (les couleurs opaques témoignent de la tristesse et les couleurs vives de la joie ou de l'amour). Les informations peuvent être différentes ou approximatives notamment sur l'éventail de couleurs obtenu à l'aide de plantes et de la cochenille (entre 18 à 25 couleurs différentes). Voir plus haut la note sur la cochenille (note 535).

<sup>547</sup> Le format des démonstrations textiles à Chinchero ressemble à ce qui se fait ailleurs dans la région. Si l'association *Ñawpa Away* du *Parque de la papa* propose un format similaire, elle offre une option incluant la tonde d'un mouton aux ciseaux.

<sup>548</sup> Pour une description plus détaillée de la production textile adaptée au marché, se référer au chapitre 4.

<sup>549</sup> Dans d'autres endroits comme Chawaytire, au CTTC (Cusco) ou *Awanaqancha* le modèle proposé demeure le même. La gratuité de l'information vise une fin commerciale. Cette gratuité est parfois contredite par la demande d'un pourboire, demande souvent exprimée de manière écrite sur un panier. À Chawaytire, afin d'obtenir au moins quelques bénéfices, les tisserand-e-s ont inclus le service d'un petit repas pour les touristes à un prix modique.

<sup>550</sup> L'exception que j'ai rencontrée est celle de *Virgen de las Nieves*, association qui regroupe une cinquantaine des tisserandes qui vendent leurs produits de manière collective, y compris les objets qu'elles ont achetés (collectivement) pour être revendus. Ce constat apparaît aussi dans l'étude de Gonzales Salazar (2017: 75).

## 6.2 L'activité textile comme ressource

L'activité textile, ici celle effectuée par les tisserandes des centres, doit être considérée comme une ressource, pas seulement économique, de par le revenu que celle-ci génère, mais également « structurante » (*recurso estructurador*), pour reprendre le concept de Jordi Gascón (2005), dans son étude sur l'île d'Amantani (Puno, Pérou). Pour cet anthropologue, cette ressource, auparavant centrée sur la terre, s'est progressivement déplacée vers le tourisme suite aux crises liées au marché des produits agricoles. Selon sa définition, la ressource structurante varie historiquement et « [...] se présente comme la plus importante dans la conformation de la structure socio-économique de la communauté, puisque, à part quelques exceptions, elle caractérise les individus qui la contrôlent, la possèdent ou la possèdent en plus grande quantité comme ceux ayant une majeure capacité économique et les exclus comme ceux en ayant une mineure » (Gascón 2005: 293). D'après Gascón, cette ressource n'est pas forcément la plus importante en matière de recettes (cas d'Amantani), mais c'est celle qui établit « la différenciation paysanne » (*diferenciación campesina*) (*ibidem*), c'est-à-dire entre les « paysans », ou *comuneros*. Elle reconfigure ainsi les asymétries entre ces derniers, en l'occurrence entre les tisserandes des centres textiles de Chinchero.

Parallèlement, l'activité textile peut être également considérée comme une ressource pour l'émancipation de ces tisserandes, bien que cette émancipation soit susceptible de se heurter à des limites liées à une surcharge de travail, notamment du fait des tâches domestiques. Enfin, l'activité représente une ressource au sens plus large, notamment en termes éducatifs. Par la suite, je développerai chacun de ces quatre aspects clés, pour revenir à la fin du chapitre sur la question de l'*empowerment* féminin, puis sur la valeur socio-économique de l'activité textile. À noter que les titres des sous-sections sont construits autour de l'expression « appeler l'argent », que j'expliquerai tout à l'heure. Les points de suspensions relient la première sous-section au reste de la section 6.2 et doivent être compris de la sorte pour retenir l'idée qui y sera développée. Ces points de suspensions mettent aussi en évidence que la valeur autour de cette activité est loin d'être purement monétaire.

### **6.2.1 Appeler l'argent ...**

Lorsque j'ai rencontré Delmy et lui ai acheté un pièce textile (i.e. étui pour mon appareil photo), elle m'a remercié car « c'est la première vente » lui permettant d'« appeler la chance » (*llamar la suerte*), c'est-à-dire d'induire les ventes durant la journée de travail (Delmy, 20.05.17)<sup>551</sup>. Ce terme m'évoque le titre de l'article « Calling to the money » de l'anthropologue Jane Henrici (2002: 118) qui expose le cas des commerçantes de Písaq nous rappelant l'intérêt pour l'argent issu de la vente art-

---

<sup>551</sup> J'ai entendu l'idée de « *primera venta* » chez d'autres commerçant·e·s à Cusco au point tel que certains Cusquénien·ne·s l'emploient comme argument pour obtenir de bons prix. Quant à l'idée d'« appeler l'argent », il existe également des objets utilisés à cet effet au Pérou, comme l'*Ekeko* (bonhomme en céramique portant souvent de l'argent) ou les *llamaplatas*, des pièces aimantées dont la traduction correspond exactement à cette idée d'« appeler l'argent ». Pour en savoir plus, cf. Golte et León Gabriel (2014). Se référer également aux pratiques des *alasitas* cité plus haut (cf. chap. 4.3.6).

isanale (elle parle de *souvenir artwork* ou *handicraft*). « Appeler l'argent », si l'on traduit l'expression, est significatif du cas général des tisserandes des centres textiles dont la vente demeure la finalité.

Derrière la gratuité des démonstrations il y a en effet un désir de rémunération, bien que non affiché explicitement. Cela peut mettre mal à l'aise les touristes tel que me l'a affirmé ma belle-sœur : « j'aurais préféré payer [l'entrée] et ne pas avoir à acheter quelque chose, surtout vu le prix ». Si elle se réfère à un autre lieu (i.e. *Awanakancha*) qui propose aussi ce type de démonstrations (bien que de manière moins interactive avec les tisserand·e·s), d'autres touristes à Chinchero se sentent « obligé·e·s » d'acheter au moins un « petit truc », comme l'a dit une Française. J'ai moi-même éprouvé ce sentiment pour justifier ma présence, surtout au début de ma recherche lorsque j'assumais le rôle de touriste. Au contraire, d'autres visiteuses·eurs ressentent cela comme une sorte de « rétribution » ou de « plaisir » (« cela fait plaisir »). D'autres ne se gênent pas de ne rien acheter.

Quoi qu'il en soit, cette gratuité est généralement récompensée. C'est là où le charisme et les plaisanteries lors des démonstrations renforcent la sympathie des touristes envers les tisserandes et les encouragent davantage à l'achat. L'augmentation du nombre des centres textiles ces dernières années, depuis le travail pionnier du CTTC, témoigne de leur importance économique, ce malgré une concurrence en hausse et la surproduction qui induit une baisse de prix (Ypeij 2012: 29; cf. aussi Asensio 2016; Ypeij et Zorn 2007; Zorn 2004). Il s'agit d'une concurrence qui n'est pas seulement située à Chinchero ou aux alentours, mais plus largement dans toute la région de Cusco, par exemple dans le négoce d'*Awanaqanacha*, la région de Písaq ou en moindre mesure, d'autres initiatives de TRC comme le *Parque de la Papa*. Notons qu'il y a une certaine relation de dépendance entre les centres textiles et les guides, ces dernier·e·s possédant un pouvoir d'influence important sur les décisions d'achats des touristes à Chinchero (cf. aussi Gonzales Salazar 2017; Lyon 2013; Ypeij 2012), rapport de pouvoir que l'on retrouve plus largement dans la région de Cusco (Simon 2009; Henrici 2002: 121), au Pérou (cf. cas de Taquile chez Zorn 2005, 2004; cas d'Amantani chez Gascón 2005) et dans d'autres pays du Sud (cf. Mowforth et Munn 2009). Cela influe sur les gains obtenus par les tisserandes étant donné les commissions qu'elles donnent aux guides qui sont de l'ordre de 10 à 30%, selon mes informations (15 à 20% selon Ypeij 2012: 29)<sup>552</sup>. Plusieurs tisserandes comme Lurdes, qui se plaignent des abus des guides, cherchent ainsi d'autres alternatives pour contourner ces

---

<sup>552</sup> Par exemple, les paiements par carte représentent 15% de commission. Lors d'un voyage d'inspection pour préparer la visite d'un groupe des touristes français à Chinchero (cf. chap. 5), les centres textiles me proposaient une commission de 20%. D'autres interlocutrices·eurs évoquaient des chiffres allant du 10 au 30%, entre la basse et la haute saison. Cela est corroboré par le travail de Salazar Gonzales (2017) sur l'activité textile à Chinchero. Selon Rosie Barnes et José Luis Huillcahuaman, qui s'y connaissent en la matière, ce montant peut atteindre le 60% (Rosie et José Luis, 04.01.15), ce qui peut sembler exagéré. Sans préciser plus clairement, certaines tisserandes de Chinchero parlaient en outre des paiements à effectuer à l'égard des tour-opérateurs. À cet égard, Lurdes craint qu'à l'avenir, les centres textiles doivent en plus verser le « droit d'arrêt » (*derecho a pararse*) comme c'est déjà le cas à Písaq où il faut payer 20 PEN (presque USD 7) aux guides juste pour qu'elles-ils s'arrêtent avec les touristes dans une boutique, ce qui joue sur les ventes. En citant l'exemple du tour-opérateur *Condor Travel*, Lurdes affirme qu'un·e guide peut empocher entre 800 à 1'500 PEN par visite (soit de 260 à 500 USD), sans compter les pourboires donnés par les touristes (Lurdes, 22.10.14).

commissions, par exemple travailler dans les hôtels de luxe comme dans le cas de Lurdes, tisserande que j'avais rencontrée dans une voiture lorsqu'elle allait travailler pour exposer et vendre ses textiles à l'hôtel *Libertadores* de la ville de Cusco (cf. chap. 2.3.2). D'autres tisserandes se rendent à des hôtels étoilés dans la Vallée sacrée.

Malgré ces dynamiques de pouvoir, les démonstrations textiles « appellent l'argent » puisqu'elles permettent aux tisserandes d'avoir un revenu, au moins supplémentaire. Si mon étude n'est pas en mesure d'estimer quantitativement un tel revenu, l'exemple des touristes français·e·s chez Rosa montre comment une personne peut percevoir une somme de 235 USD environ par groupe en un jour, ce qui n'est pas négligeable dans la région de Cusco. J'ai également observé d'autres transactions commerciales d'autant plus importantes que le nombre des touristes s'accroît. D'où l'importance des touristes qui viennent par le biais d'un tour-opérateur et en compagnie d'un·e guide, malgré les commissions à payer.

Les accords camouflés entre les centres textiles et les guides<sup>553</sup>, moyennant des commissions, assurent d'ailleurs une continuité régulière. Lurdes m'a affirmé que certain·e·s guides promeuvent le travail « typique » (*típico*) de Chinchero au détriment des autres produits qu'elles revendent, ce qui permet un bénéfice important (Lurdes, 20.10.14). Selon Luis Gonzales Salazar (2017) l'aspect économique motive plusieurs femmes à s'investir dans les centres textiles, plus rentables comparés aux commerçantes<sup>554</sup> qui vendent sur la place principale. Cette rentabilité est plus conséquente par rapport à d'autres activités économiques comme l'agriculture, raison pour laquelle, plusieurs tisserandes délèguent ce travail aux maris, compères ou fils (Gonzales Salazar 2017: 87-88) ; bien que cela ne les en dispense pas totalement (cf. section 6.2.3).

Les tisserandes m'ont confié que l'activité porte ses fruits bien que de façon variable, notamment selon le nombre des tisserandes du centre et la saison (haute vs basse). La saison influe en effet sur le nombre des touristes et donc des ventes. Dans certains cas, ce type de discours doit être nuancé par le désir de vouloir donner une bonne image vis-à-vis d'un étranger comme moi. Je me rappelle en particulier la conversation avec Naty, gérante d'un des centres qui, lors de mes visites, prenait la parole et parlait directement avec moi. Elle se vantait que son centre bénéficiait aux femmes des communautés lointaines de la zone, contrairement à d'autres qui demeurent une affaire plutôt familiale. Ce genre de vantardise est monnaie courante et peut être considérée plutôt comme manière de légitimer un centre face à la forte concurrence.

D'autres tisserandes comme Elda se plaignent du fait que les visites touristiques de la Vallée sacrée arrivent en dernier à Chinchero, ce qui a une incidence sur leurs chiffres d'affaires, sachant que

---

<sup>553</sup> Lurdes explique trois mécanismes pour verser la commission à l'abri du regard des touristes : 1) donner au chauffeur dans un endroit préétabli ; 2) camoufler l'argent dans une carte de visite du centre textile ; 3) le mettre dans une enveloppe que la·le guide viendra chercher un autre jour (Lurdes, 22.10.14).

<sup>554</sup> Je rappelle que j'emploie le terme « commerçantes » (cf. Filage) pour distinguer ces femmes des tisserandes des centres textiles bien qu'elles puissent aussi être des tisserandes. Il faut en effet les appréhender comme une catégorie assez perméable « tisserandes-commerçantes ».

certain·e·s touristes ont déjà acheté ailleurs. C'est le cas des Français·e·s qui avaient acquis des textiles dans le *Parque de la Papa*, avant d'arriver à Chinchero. La tendance du circuit touristique de la Vallée sacrée est de commencer par Písaq et de finir à Chinchero, bien que certains tour-opérateurs proposent d'aller en sens contraire comme argument de vente (quelque chose de moins touristique).

Mais, il n'est pas uniquement question de vente textile. L'intérêt commercial des centres se reflète aussi par l'offre d'autres services, en particulier la restauration. Par exemple, Naty qui voulait souligner les avantages de son centre textile m'a parlé du menu qu'elle proposait aux touristes, qui consiste souvent en un cochon d'Inde au four, « plat typique » (*plato típico*) dans la région cusquéenne. D'autres centres proposent ce plat pour attirer les touristes par son exotisme gastronomique. J'ai même pu apprécier, dans un des centres textiles, un bar à cocktails alcoolisés : cuba libre, *cahipirinha* ou encore le *Pisco sour*, cocktail péruvien typique. L'offre végétarienne<sup>555</sup> ou ces boissons sont un indicateur de la prise en compte d'une clientèle étrangère.

Dans d'autres cas, le caractère commercial des centres se manifeste dans l'énonciation des prix en anglais, voire en français (sans nécessairement maîtriser la langue). Je m'étonnais en effet de moins en moins, au fur et à mesure que ma recherche avançait, de me retrouver avec des tisserandes et commerçantes qui me disaient « trente » soles en français, par exemple pour le prix d'un pull. C'est une manière d'appeler l'argent par une communication certes ponctuelle, mais qui vise, comme finalité, la vente et, donc, l'argent.

De manière plus large, dans la région de Cusco, l'activité textile est devenue une branche économique, notamment pour les femmes, plus ou moins intéressante selon le groupe en question. Cette situation a été fortement motivée par les organismes gouvernementaux et ONG, souvent avec le financement d'institutions internationales. Dans le quatrième chapitre, j'ai cité l'exemple de l'association tisserande d'Umasbamba (cf. chap. 2.3.2), de la communauté de Chinchero, qui a été financée par le programme *Corredor Puno Cusco* comme tant d'autres initiatives dans la région Cusquéenne (cf. Asensio 2016: 351; Pérez Galán et Fuller 2015). Le cas des tisserandes à l'Hôtel Marriott de Cusco, promu par le département d'artisanat de la DIRCETUR pour accroître le revenu des *comuneras*, en est un autre exemple. Un autre cas est celui de l'association tisserande *Ñawpa Away* financée par le Programme *Conjunto* auquel j'ai participé en tant que coordinateur. Certes, le revenu de celle-ci n'est pas comparable à celui des centres textiles, voire à d'autres groupes du *Parque de la Papa* auxquels elle appartient (cf. Terry 2011). Toutefois, pour les tisserandes de *Ñawpa Away*, la vente des textiles fournit un revenu complémentaire provenant non seulement des démonstrations textiles (payantes contrairement à Chinchero), mais aussi de la commercialisation des produits. Ce travail offre de plus l'accès à la formation (i.e. ateliers donnés par l'ONG ANDES) qui est un bénéfice non monétaire (cf. Terry 2011: 93-96) sur lequel je reviendrai plus bas.

---

<sup>555</sup> La diète péruvienne est fortement viandée, les végétaux étant plutôt des accompagnements pour le plat principal. Les repas végétariens ou encore végétaliens font partie des cartes offertes plus souvent aux touristes étranger·e·s.

Sans aller plus loin, le CTTC de Nilda Callañaupa – projet né à Chinchero auquel le couple des anthropologues Franquemont a vivement collaboré (Gonzales Salazar 2017: 55; Meisch 2009: 146; Callañaupa 2007) – montre l'importance d'une telle entreprise qui regroupe dix communautés andines de Cusco, formées majoritairement de femmes (un cas exceptionnel demeure Chawaytire et Huacantincó où les groupes sont relativement mixtes). Toujours dans la région cusquénienne, Beatrice Simon (2009) cite le cas des tisserandes de Písaq qui gagnent de l'argent, parfois en tant que *sácamefotos*. Connaissant de plus près le cas des associations de tisserandes de Písaq (cf. Terry 2009), je sais que la commercialisation textile dans ce village est importante, en particulier le dimanche, où le flux des touristes et Cusquénien-ne-s augmente (et avec cela leurs chances de vente). Il s'agit exclusivement des femmes qui laissent leurs maris à la maison pour vendre leurs produits au marché de Písaq.

Pour revenir au cas des centres textiles, il est clair que la situation n'est pas forcément la même. Les tisserandes de Chinchero se trouvent dans une position privilégiée de par leur situation géographique, proche de Cusco, et surtout de par leur insertion dans le circuit de la Vallée sacrée ; sans oublier les accords commerciaux avec les tour-opérateurs et les guides, ainsi que la publicité dont elles bénéficient. Malgré la concurrence et les plaintes de certaines comme Naty, les tisserandes de Chinchero jouissent globalement d'une position avantagée sur le marché textile touristique.

Bien qu'ayant une fréquentation certainement moins quotidienne, d'autres initiatives touristiques de TRC en dehors de Chinchero semblent aussi prospérer. C'est vraisemblablement le cas de *Tierra de los Yachaq* dans la communauté d'Amaru qui offre également le service de démonstration textile. À plusieurs reprises j'y ai observé des bus des touristes garés devant les maisons de membres associé·e·s<sup>556</sup>. Les exemples d'Amaru et de Chinchero semblent confirmer l'importance de la proximité géographique du circuit touristique de la région et le réseautage avec la ville (*redes campo-ciudad*) comme le soulignent Beatriz Pérez Galán et Norma Fuller (2015: 113-14).

Pour conclure, il me semble que la rentabilité de l'activité textile réelle ou ressentie encourage le développement des centres dans le village de Chinchero et aux alentours, voire la reproduction de ce format dans les maisons comme chez Rosa. Né vraisemblablement à Chinchero avec Nilda Callañaupa, le modèle de démonstrations textiles promu par ces centres se reprend dans la région de Cusco (cf. Pérez Galán 2012: 185,192). L'intérêt pour l'activité textile et ces *comuneras*, est à mettre en lien, d'une part, avec le travail agricole qui devient moins rentable et donc insuffisant (Gascón 2011, 2005; Ariel de Vidas 1996) et, d'autre part, avec d'autres travaux salariés plus précaires qui leur rapportent moins d'argent (cf. Filage) ; bien que l'activité textile ne soit pas non plus la panacée comme nous le verrons tout à l'heure.

---

<sup>556</sup> Je connais ce cas plus particulièrement, car Amaru est une des communautés du *Parque de la Papa*. À l'intérieur du Parc, il existe divers projets de tourisme, indépendants de l'offre d'agro-écotourisme de celui-ci. J'ai souvent vu ces bus en montant ou en descendant avec des touristes que j'accompagnais.

Que ce soit sous ce modèle ou non, l'activité textile devient une ressource qui appelle l'argent. Mais elle est aussi une ressource structurante qui récrée des asymétries entre les femmes.

### **6.2.2 ... mais pour qui ? : critiques face aux bénéficiaires et rapports asymétriques**

Si les centres textiles appellent l'argent en tant qu'espace commercial relativement rentable, il faut se poser la question de la redistribution des bénéfices. Le cas de Margarita et de ses collègues laisse déjà entrevoir cela au moment de la commercialisation. De manière plus générale, je rappelle que l'activité textile est marquée par des rapports asymétriques, entre guides et tisserandes des centres par exemple (cf. section 6.2.1) ou entre ces dernières et les commerçantes de la place (Gonzales Salazar 2017). Dans cette section, j'aborde cette question au sein de centres textiles eux-mêmes, auprès des femmes qui sont censées en bénéficier ; ce qui nuance le panorama global fourni dans la section précédente.

Les centres textiles sous-tendent en effet une structure hiérarchique entre les personnes qui gèrent à proprement parler ces endroits et le reste des tisserandes. À l'instar de Naty, d'autres femmes (et hommes) sont aussi impliquées. Si j'ai affirmé que, à l'exception d'Aldolfo et Fredy d'*Awac Ayllu*, j'ai eu affaire presque exclusivement à des femmes dans les centres, lorsque je regarde de plus près les cartes de visite qu'elles m'ont données, la situation semble moins catégorique. Par exemple, sur la carte d'*Ayni Ayllu* un homme apparaît comme « propriétaire ». De même, sur celle d'*Awac Ayllu* un couple Hilda et Fredy figurent comme « coordinateurs » tout comme dans *Qori Puskay* où les noms de Richart et Guillermina sont indiqués avec leurs numéro de téléphones. Dans *Wiñay Away* un homme apparaît comme « coordinateur » alors que dans *Apu Antaquilka* deux femmes figurent comme « coordinatrices ». Pourtant, je le répète, je n'ai vu que des femmes s'approcher de moi, me parler ou réaliser la démonstration textile.

Cela fait vraisemblablement référence à ce qu'entend Ypeij (2012: 28) par affaire familiale dans certains cas alors qu'elle souligne que la gestion est majoritairement féminine. D'après ce que j'ai pu observer, je confirme l'affirmation de cette auteure et d'autres qui arrivent à la même conclusion (par ex. Gonzales Salazar 2017<sup>557</sup>; Lyon 2013; Chávez Huamán 2012). Dans son étude dans la région cusquénienne, le sociologue Raúl Asensio (2016: 350) souligne le caractère fortement féminin des négoce d'« artisanat », notamment du travail textile<sup>558</sup>. Cependant cette situation est variable, car il peut exister une administration masculine dans ce domaine majoritairement féminin. C'est le cas de *Ñawpa Away* où les deux présidents de l'association étaient au moins jusqu'en 2016 des hommes, malgré le fait que tout le reste de membres étaient des tisserandes (cf. aussi cas à Taquile chez Zorn 2004).

---

<sup>557</sup> L'auteur cite toutefois le cas particulier de l'association *Virgen de las Nieves* où les hommes participent à la comptabilité ou comme intermédiaires avec les tour-opérateurs (Gonzales Salazar 2017: 74).

<sup>558</sup> En citant son étude en 2010, l'auteur affirme que 40% des négoce sont dirigés par des femmes et plus de la moitié lorsqu'il s'agit de l'activité textile (cf. aussi cas des Aymaras au Pérou chez Meentzen 2007: 252).

Si ces éléments montrent des hiérarchies possibles entre *comuneros* et *comuneras* – qui feront l’objet de discussions un peu plus tard sur les rapports de genre (cf. section 6.4) – je voudrais désormais me focaliser sur les hiérarchies existantes entre les femmes au sein de ces centres en particulier, et de l’activité textile en général, surtout en ce qui concerne la redistribution des bénéfices. Si je n’ai pas complètement saisi les relations internes entre tisserandes (je me suis centré particulièrement sur l’interaction entre tisserandes et touristes), celles-ci sont décrites dans la littérature académique. Cette dernière se concentre notamment sur les relations asymétriques qui se configurent dans les centres textiles, qualifiés parfois d’exploitation et sous-tendent un rapport de patronne-employée. Cela réfère vraisemblablement à ce que les cartes de visite que j’ai collectionnées présentent comme « propriétaire » ou « coordinatrice-eur ». À ce propos, Gonzales Salazar (2017: 94-98) montre remarquablement bien comment se configurent ces rapports qui ne sont pas seulement d’ordre hiérarchique mais qui se traduisent également dans la distribution des gains. Comme je l’ai mentionné, les démonstrations textiles sont suivies de la commercialisation des produits fondée sur un modèle où chaque tisserande possède un stand de vente. Ce que je n’ai pas vu derrière ces stands c’est ce que Gonzales Salazar nous rapporte : il y a des femmes qui sont des « patronnes » et d’autres qui louent des espaces de vente ; ce qu’un tisserand, Adolfo, m’a confirmé *a posteriori* (Adolfo, 25.05.17). De par leur position, les premières contrôlent plus d’un stand, parfois la moitié. Et les autres tisserandes doivent se conformer à cette situation. Mais encore, puisque les patronnes sont dans certains cas les seules à parler anglais, elles communiquent plus facilement avec la clientèle étrangère, parfois en vantant la qualité de leurs produits (par exemple la composition des fibres) au détriment des produits des autres tisserandes.

De surcroît, l’auteur dénonce la maltraitance et les insultes que ses interviewées lui ont confessés à l’abri du regard et de l’écoute de la patronne. Il cite aussi des licenciements possibles, surtout lorsque la présence d’une personne ne favorise pas la patronne. À cette situation s’ajoutent les conditions de travail difficiles et l’imposition des commissions de l’ordre de 2% sur les ventes. L’abus ressenti par ces tisserandes les pousse à quitter leur travail surtout lorsqu’elles peuvent fonder un nouveau centre textile. C’est ce que confirme Adolfo, qui souhaite lui-même créer plus tard son négoce avec d’autres tisserandes, bien que de façon plus nuancée. Pour lui, la situation s’est améliorée dans certains centres, suite à une grève des tisserandes pour contester les abus des patronnes. D’autres comme celui où sa mère travaille continuent toutefois avec les mêmes asymétries hiérarchiques. D’autres tisserandes des centres textiles, avec qui j’ai pu m’entretenir à Chinchero et à Cusco en novembre 2018, confirment encore l’existence de ces rapports où les patronnes continuent à exercer leur pouvoir sur les tisserandes.

Loin d’être un cas isolé, les centres textiles de Chinchero illustrent des configurations asymétriques patronne-employée tisserande que l’on trouve ailleurs. De par son ampleur, le CTTC fait l’objet de fortes critiques (Pérez Galán et Fuller 2015: 106-9; Pérez Galán 2012: 184), malgré ses apports en termes économiques et de revitalisation de l’activité textile soulignés par d’autres travaux (Ypeij 2013,

2012; Lyon 2013; Meisch 2009: 144-46, 152; Zorn 2004: 106-7). Pérez Galán et Fuller (2015: 106-9) montrent le caractère ambivalent de cette institution en se focalisant sur le cas plus précis de Patambamba (32 femmes du total de 550 tisserand·e·s membres du CTTC, pour la plupart des femmes). D'un côté, le CTTC offre des possibilités économiques à de nombreuses femmes, notamment grâce à ses connexions avec le marché national (musées, magasins de luxe, hôtels, etc.) et international (notamment avec les États-Unis). Pour les tisserandes de Patambamba, l'activité textile est leur « principale occupation et la seule façon pour elles d'engendrer des bénéfices au niveau familial » (Pérez Galán et Fuller 2015: 107).

De l'autre côté, les auteures mettent en évidence une série d'éléments qui soulignent l'autorité et l'abus de pouvoir de la directrice du CTTC vis-à-vis des tisserandes : l'imposition de règles strictes comme les démonstrations textiles à Cusco et dans la communauté, le respect des délais de production mensuelle de pièces avec des prix fixés par la directrice ainsi que la prohibition de vente directe à d'autres personnes ou d'être interviewé·e ou photographié·e<sup>559</sup>. Ayant travaillé avec les *comuneros* du CTTC à Chawaytire (Terry 2009) je connais bien ces règles ainsi que les accusations que certains tisserand·e·s dénoncent. Je méconnaissais par contre l'interdiction de parler ou de photographier les tisserandes, infraction commise avec ma complicité dans mon travail de mémoire.

Dans mon étude en 2014, d'autres tisserandes d'*Inkakunaq Ruwaynin* ont aussi exprimé leur mécontentement<sup>560</sup> vis-à-vis du traitement de la directrice du CTTC tout comme certaines tisserandes de Chinchero. Pourtant le CTTC demeure une référence pour la promotion du revenu pour les communautés andines, notamment les femmes, compte tenu de la composition de cette organisation. À l'instar de certaines *comuneras* de Chinchero qui ont quitté le CTTC en raison des « abus » (*abusos*) comme le disait Maria, ancienne membre, d'autres tisserand·e·s font de même. C'est le cas d'Alfredo de Chawaytire que je connais depuis 2008. Il est parti du CTTC alors qu'il était un des tisserand·e·s les plus doués et entreprenants. À mon étonnement, il m'a expliqué que sa femme, Juliana, restait dans l'association et qu'il l'aidait en fonction de la charge. Pérez Galán et Fuller (2015: 109) citent cette stratégie d'abandon ou de sortie temporaire des membres, notamment des hommes qui ont plus de chances de trouver un travail ailleurs. Pour revenir à la question de la répartition asymétrique des gains issus de la vente textile, l'étude de ces deux anthropologues souligne bien cet aspect. En se référant aux pièces que la directrice achète aux tisserandes pour les revendre, selon les calculs de Pérez Galán et Fuller (2015: 107) la différence est multipliée par dix<sup>561</sup>.

---

<sup>559</sup> En 2008, Alfredo m'a raconté les pressions qu'il a subies de la part du CTTC à Cusco et de l'association à Chawaytire pour fermer un magasin qu'il avait à Písaq (Terry 2009: note 200).

<sup>560</sup> Certaines tisserandes auraient travaillé de près ou de loin avec le CTTC. Claudia, responsable des « mardis paysans » (*martes campesinos*) de la CBC m'a aussi confirmé leur mécontentement.

<sup>561</sup> Dans le texte, il n'est pas très clair si le chiffre multiplié l'est par rapport au prix d'achat (entre 65 et 80 USD) ou par rapport au bénéfice net (entre 30 et 45 USD). Connaissant le prix du magasin du CTTC à Cusco, il est possible de trouver des prix pour un poncho ou *lliclla* aux alentours de USD 600. D'après mon travail à Chawaytire, j'avais calculé un rapport de prix triplé entre ce que j'achetais aux tisserand·e·s directement et ce que je pouvais acquérir dans le magasin à Cusco (Terry 2009: 33).

À l'instar du CTTC, les centres textiles de Chinchero reproduisent donc des rapports asymétriques entre les membres (patronne vs tisserandes employées ou associées) et vis-à-vis des gains pécuniaires qui découlent des ventes. Si les centres textiles constituent une ressource qui appelle l'argent, la distribution des revenus est loin d'être égalitaire. Ces inégalités se retrouvent plus largement dans le domaine touristique – Mowforth et Munt (2009) l'ont bien documenté –, y compris dans le tourisme qualifié de plus durable (*sustainable tourism*), ou bénéfique aux pauvres (*Pro-poor tourism*). Pour reprendre Gonzales Salazar (2017: 72), les opportunités s'offrent davantage à celles qui en ont les moyens. Les autres doivent supporter la situation sachant qu'elles n'obtiendront certainement pas les mêmes bénéfices, mais au moins quelque chose. En partant du principe que si elles restent, c'est parce que l'activité demeure tout de même relativement rentable ou qu'il convient d'y rester en attendant de meilleures perspectives d'emploi ou de négoce.

### **6.2.3 ... mais à quel prix ? Émancipation par le travail ou surcharge de travail ?**

La section précédente met en évidence le caractère asymétrique de la répartition du revenu et laisse entrevoir une série d'éléments problématiques verbalisés comme abus (*abuso*) non seulement à Chinchero, mais aussi à Patambamba (Pérez Galán et Fuller 2015). Ce type d'abus se manifeste par des conditions de travail qui peuvent être pénibles dans le cas particulier de Chinchero (Gonzales Salazar 2017) ou plus largement dans le domaine de la production art-isanale et textile, notamment de longues journées de travail (Asensio 2016: 349; Pérez Galán et Fuller 2015: 107-8).

Au-delà des aspects proprement associés au travail dans les centres textiles, il faut prendre en considération la charge de travail des tisserandes en général, c'est-à-dire ce qu'elles doivent accomplir en plus le travail domestique non rémunéré, voire du travail agricole et d'élevage<sup>562</sup>. Lors de mes entretiens, certaines tisserandes de Chinchero soulignaient le fait de devoir articuler leurs responsabilités au centre avec celles à la maison. « Je ne peux pas rester maintenant. Je dois retourner à la maison pour faire la cuisine » m'a dit par exemple Maria qui n'avait presque pas de temps pour parler avec moi. À cette heure-là, vers 13h00, j'ai pu constater que les centres se vident. Quelques tisserandes restent néanmoins pour faire des démonstrations durant les creux touristiques – entre les visites du matin et de fin d'après-midi (groupes de touristes qui finissent le tour de la Vallée sacrée) – surtout dans l'attente de touristes voyageant de manière indépendante. Il faut aussi tenir compte des différences générationnelles entre Maria, vers la fin de la trentaine, et les jeunes tisserandes, vingtenaires. Ces dernières sont dispensées des charges domestiques n'ayant ni de maris ni d'enfants.

Pourtant, mise à part quelques-un·e·s qui mentionnent le « machisme » (cf. plus bas), je n'ai guère entendu d'accusations directes en termes de rapports asymétriques de genre parmi mes interviewées.

---

<sup>562</sup> Dans les Andes péruviennes, la division sexuée du travail varie d'une région à l'autre et selon l'âge. De manière générale, elle délègue un grand nombre des tâches domestiques et longues aux femmes, contrairement aux hommes (Meentzen 2007: 34). Très tôt, les filles assument ces responsabilités domestiques et la garde des enfants mineurs (*ibidem*). Les femmes accomplissent en outre un rôle important dans les activités agricoles et d'élevage et assument même des tâches dites masculines en l'absence des maris (migration) (Meentzen 2007: 99, 205). Pour en savoir plus, lire Meentzen (2007: 98-100, 204-9, 245-47).

Pour certaines comme Maria, le rôle domestique allait de soi. Julia, une autre tisserande m'a aussi confirmé cette tendance lorsque je lui ai demandé si le fait de travailler dans les centres textiles les dispensait du travail à la maison : « non, il faut s'occuper des enfants, faire à manger. Les maris travaillent aussi au champ (*el campo*) ». Cette réponse montre ainsi une accumulation des tâches qui prolongent la charge de travail des femmes des centres textiles à la sphère domestique. J'ai aussi perçu cela lors de la visite des touristes français·e·s. Rosa – qui nous a accueilli·e·s et a réalisé la démonstration textile avec sa mère – nous a servi un *mate* (tisane), suivi du repas du soir. Son mari qui est arrivé plus tard a mangé ce que sa femme avait cuisiné. Si cela relève de l'observation d'un jour, les propos de Julia soulignent une tendance plus générale. De plus, le travail textile ne les dispense pas totalement du travail agricole ou d'élevage. Delmy m'a par exemple annoncé, suite à notre rencontre, qu'elle devait quitter son poste et rejoindre les autres collègues (elle était seule ce jour-là) pour la récolte communale des pommes de terre. Si elle ne se plaignait pas de quitter son poste, cet exemple illustre l'accumulation des responsabilités qu'assument les femmes et qui peut représenter une surcharge de travail féminin.

C'est en effet sur ce point que Pérez Galán et Fuller (2015) portent une des critiques des effets du tourisme. Hormis les asymétries existantes au détriment des femmes, comme le manque de décisions politiques au sein des communautés andines (réservées uniquement aux hommes adultes) (Pérez Galán et Fuller 2015: 98; cf. aussi Meentzen 2007: 33), ces anthropologues analysent la situation du TRC des *comuneras* de Cusco et Puno. Elles parlent de la continuité du travail domestique non rémunéré et de la reproduction des rôles dits féminins dans le TRC (contrairement aux hommes qui ont une offre non domestique plus élargie). Les *comuneras* continuent à réaliser des tâches tenues pour féminines dans les services touristiques (par ex. cuisine, nettoyage, etc.). Si leurs conclusions sont plus nuancées selon l'expérience touristique en question (différents cas d'études), elles mettent en évidence une problématique qui s'attaque aux « systèmes de genre préexistants » que soulève Asensio (2016: 353). Chez les tisserandes de Chinchero, à l'instar de ce que j'ai décrit pour Maria ou Julia, Gonzales Salazar (2017: 87-88) montre que leur cas n'est pas isolé. D'autres tisserandes articulent travail salarié (dans les centres) et non salarié (domestique, agricole, élevage).

Toutefois, il y a vraisemblablement quelques changements qui nuancent relativement ces rapports. Delmy, coordinatrice d'un des centres, m'a parlé de cette question, contrairement à d'autres tisserandes qui ne m'en parlaient pas explicitement. Elle m'a raconté que « désormais les femmes ont une voix (*tienen voz*) à la maison, vis-à-vis de leurs maris ». Elles peuvent « négocier les tâches dans le ménage (*negociar las labores del hogar*) ». Elle a ainsi parlé du « machisme » qui est en train de changer. De plus, Delmy en regardant son fils m'a dit « nous lui apprenons à faire la cuisine pour qu'il fasse de même plus tard ». Ces paroles sont significatives pour forger un changement dans les futures générations auprès des hommes et leur regard vis-à-vis des femmes. À ce propos, j'ai parlé de ces

questions avec Jerónimo, gardien (*ecónomo*)<sup>563</sup> de l'église coloniale de Chinchero, originaire de la région (Jerónimo, 24.04.17). En tant que local, ce cinquantenaire m'a raconté que, malgré le « machisme » toujours présent, des choses ont changé en relation avec le tourisme et l'engagement des femmes dans ce domaine. Jerónimo m'a parlé de son expérience lorsqu'il était plus jeune et faisait les courses pour sa mère au marché de Chinchero. « C'était bizarre », m'a-t-il affirmé, de voir un homme faire les courses.

Aujourd'hui il devient de plus en plus courant de voir les hommes accompagner leurs femmes au marché ou faire les achats tout seuls, comme l'a aussi confirmé Fredy (Fredy, 20.05.17). Figurant comme coordinateur d'un centre textile<sup>564</sup>, il m'a aussi parlé du « machisme » qui est en baisse et m'a affirmé se répartir les tâches domestiques avec sa femme tisserande. Pour eux, le regard vis-à-vis des femmes a en effet changé. Elles sont vues comme des « bosseuses » (*trabajadoras*) qui amènent de l'argent à la maison, comme l'a aussi souligné Adolfo, tisserand qui travaille avec Fredy, et Jerónimo. Ces qualificatifs contrastent avec ce que Pérez Galán et Fuller (2015: 115) citent des femmes accusées par leur maris d'être « paresseuses » (*flojas, vagas*) (cf. aussi Meentzen 2007: 204-5). C'est aussi ce que Delmy a laissé entendre lorsqu'elle évoquait l'apport économique des femmes par le biais de leur travail au sein des centres textiles. Cela contribue à ce qu'Angela Meentzen (2007: 216) appelle le « capital d'honneur » (*capital de honor*) qui induit un majeur respect et meilleur traitement de la part des maris (Meentzen 2007: 230-31). Ces éléments – qui dénotent d'ailleurs une certaine réflexivité masculine (et non seulement féminine) vis-à-vis des problématiques de genre (cf. aussi Meentzen 2007: 229, 310) – sont clés pour discuter plus bas de l'*empowerment* féminin. Le discours de ces hommes met en évidence l'occultation du travail domestique gratuit et non reconnu, contrairement au travail salarié des femmes « bosseuses ».

Ce renversement des rôles assignés et la surcharge de travail qui peut en découler est vraisemblablement plus manifeste chez les tisserandes *leaders* de Chinchero que décrit notamment Ypeij (2013). C'est peut-être aussi le cas des tisserandes coordinatrices comme Delmy. Le bilan de l'auteure demeure encourageant, notamment en parlant de Nilda et Marlene Callañaupa (pas de la même famille) qui ont un succès remarquable : elles voyagent à l'étranger, donnent des conférences et sont devenues des femmes entrepreneuses. Connaissant de plus près le cas de Nilda, elle demeure effectivement une référence, plus engagée dans les affaires du CTTC que dans le métier de tisserande. Cette remarque rappelle des asymétries entre les femmes que j'ai déjà mentionnées, et qui peuvent se superposer avec d'autres plus anciennes, liées aux parcours de vie personnels, comme le laisse entrevoir le cas de Nilda Callañaupa<sup>565</sup>. L'existence de ces asymétries reste un point clé sur lequel je reviendrai pour discuter de l'*empowerment* des *comuneras*.

---

<sup>563</sup> Adolfo définit cette responsabilité comme la plus importante à Chinchero. Son statut est supérieur aux *varayoc* ou maires des trois communautés du district (Adolfo, 25.05.17).

<sup>564</sup> Cette responsabilité figure dans une carte de visite (cf. section 6.2.2). Contrairement à d'autres membres du centre, comme Adolfo, il n'est pas tisserand (il a appris de sa mère mais a oublié après) (Fredy, 20.05.17).

<sup>565</sup> Ses études universitaires aux Etats-Unis dénotent d'une situation socio-économique favorable (cf. chap. 4.1).

Toujours est-il que ces cas plus ou moins exceptionnels montrent une certaine ouverture d'esprit dans l'assignation des rôles de genre (y compris chez les hommes), voire une émancipation, au moins pour certaines. Moins exceptionnel encore, c'est un autre domaine quelque peu oublié ou traité partiellement dans la littérature, mais qui mérite une attention importante : l'éducation.

#### **6.2.4 ... Pas que : l'éducation comme ressource prisée**

Hormis les problématiques d'asymétries et d'inégalités au sein des centres textiles, nous avons vu que les tisserandes tirent des gains pécuniaires de leur activité. Elles en retirent également d'autres bénéfiques non-monétaires, notamment l'éducation.

Les tisserandes avec qui je me suis entretenu m'ont parlé à plusieurs reprises de l'importance de l'argent pour la formation des enfants, non seulement à l'école, mais aussi à l'université ou dans des instituts. Comme le constate Andrew Canessa (2012b, 201) pour la Bolivie, ce qui est également valable pour le Pérou, l'éducation n'est pas gratuite, et implique une série de grosses dépenses comme l'achat du matériel scolaire ou de l'uniforme. De plus, pour les parents, cela implique de perdre une aide pour le travail agricole (*ibidem*). Éduquer les enfants représente donc un fort investissement. D'autre part, comme je l'ai mentionné au début du chapitre, j'ai été surpris de voir les capacités développées par les femmes pour interagir directement avec les touristes, leur maîtrise des langues et leurs talents oratoires.

En prenant en considération ces deux points, j'adopte ici une perspective sur l'éducation qui ne se limite pas à l'institutionnel, mais qui intègre plus largement l'apprentissage en général, un savoir-faire qui s'acquiert en dehors des écoles ou instituts, au sein de l'interaction touristique elle-même. Cette perspective est à mon avis importante pour élargir la réflexion sur les effets du tourisme sur l'éducation non seulement des enfants, mais des tisserandes elles-mêmes. C'est un point sur lequel la littérature semble insister beaucoup moins, mais qui demeure tout aussi important en termes d'*empowerment* féminin sur lequel je reviendrai plus tard.

L'importance de l'éducation chez les *comuneros* des Andes est soulignée par divers auteur·e·s, dans un contexte que Susana Franco (2007) qualifie de « pauvreté éducationnelle » (*education poverty*) qui affecte particulièrement ces personnes. Dans le cas cusquézien, Marisol de la Cadena (2004) insiste sur l'idéologie de l'éducation comme moyen de développement, assimilée par les Cusquézien·ne·s, métis et autochtones (cf. critiques à l'éducation bilingue interculturel chez García 2005: 124-25). C'est ce que constate également Canessa (2012b: chap. 6) chez les Aymaras en Bolivie. Cet anthropologue souligne ainsi la quête d'un meilleur avenir par l'éducation, notamment des enfants, soutenue par l'idéologie de la « civilisation » prônée par l'école et par l'État-nation bolivien plus largement.

Pour revenir au cas de Chinchero, à l'instar de mes interviewé·e·s (quelques hommes aussi ont témoigné), d'autres auteur·e·s remarquent l'investissement dans l'éducation grâce à l'argent obtenu de l'activité textile, en particulier des centres textiles. Comme le constate Ypeij (2012: 29), l'argent est

non seulement destiné à l'amélioration des maisons, mais aussi à l'éducation des enfants. Mais encore, pour les plus jeunes tisserandes, il sert à leur propre éducation (Gonzales Salazar 2017: 88). C'est le cas de Thania qui finance ses études dans un institut grâce à son travail de tisserande.

Ce constat n'est pas propre à Chinchero. Je l'ai aussi remarqué dans mon étude avec des tisserandes à Chawaytire (cf. Terry 2009) et plus tard dans les communautés du *Parque de la Papa* (cf. Terry 2017, 2011). L'éducation des enfants est une des préoccupations primordiales chez les parents. Ils souhaitent pour leurs enfants un meilleur avenir que celui qu'ils ont eu. « Ce que je veux de plus pour mon enfant c'est qu'il ne soit pas paysan comme moi » : ce sont les propos d'un *comunero* des Andes péruviennes que rapporte l'anthropologue Maria Elena García (2005: 98).

Au-delà de l'idéologie de l'éducation comme moteur de développement attestée par Canessa (2012b) ou de la Cadena (2004), l'éducation offre effectivement des meilleures perspectives que le travail agricole ou d'autres emplois avec des conditions précaires (par ex. construction, *porteadores* du chemin inca, etc.). Le fils d'Alfredo, tisserand de Chawaytire, m'a par exemple parlé de son désir d'étudier l'ingénierie dans une université. Les fils de Lucio, originaire aussi de Chawaytire, étudiaient également, l'un à Cusco, l'autre à Arequipa. Mario, de la même communauté, envisageait déjà une éducation universitaire ou dans un institut en ville pour son fils lorsqu'il n'avait que 10 ans. Chez les Q'eros, j'ai également perçu cet investissement. J'ai connu par exemple Jury, un adolescent qui avait été envoyé à Cusco pour aller à l'école, puis en 2016, son frère cadet ; sa famille, ses deux frères et sa sœur sont restés dans leur village d'origine<sup>566</sup>. D'après mes échanges avec Geremia Cometti, anthropologue ayant étudié la migration des Q'eros, ce cas n'est pas isolé. Ces exemples montrent l'importance de l'éducation pour les *comuneros* en vue d'un meilleur avenir, suivant un modèle urbain de formation professionnelle. Cela diffère des perspectives passées des *comuneros* pour qui les enfants devaient se limiter, au mieux, à finir l'école. Ces exemples montrent en outre un certain profil genré où ce sont plutôt les garçons qui bénéficient de cet investissement.

Toutefois, le cas de Chinchero permet à nouveau de nuancer ce dernier constat. Il met aussi en évidence l'éducation des filles et pas uniquement au niveau scolaire. Carmen m'a par exemple parlé de sa fille qui a étudié dans un institut et qui aujourd'hui gère une agence de tourisme en plein centre-ville de Cusco. Au moment de mon étude, Sara, une autre tisserande plus jeune, étudiait le tourisme à l'Université (i.e. UNSAAC). D'ailleurs, elle n'est pas la seule à avoir choisi cette voie. Selon le témoignage d'autres tisserandes et personnes de Chinchero, de nombreuses jeunes filles optent pour ce type de formation, motivées peut-être par leur proximité avec le milieu touristique. D'autres étudiants de l'UNSAAC m'ont affirmé que des femmes de Chinchero sont leurs collègues et y vont parfois avec leur *traje típico*. Plus largement, Pérez Galán et Fuller (2015: 114) parlent dans le cas péruvien, notamment à Cusco, d'une « génération de jeunes [qui] ont acquis une formation universitaire dans des disciplines liées (*afines*) au tourisme ». Quant à Sara, elle combine études et travail dans le centre

---

<sup>566</sup> Cometti a raison de soulever que leur cas dénoterait d'un facteur de genre ou d'âge qui reste à étudier de près (Cometti, 18.05.17).

textile. Pour elle, c'est une manière de pratiquer ce qu'elle apprend à l'université, notamment l'anglais.

C'est sur ce dernier point que je souhaite poursuivre la réflexion : l'éducation dans un sens plus large que la sphère institutionnelle. Le cas de Sara révèle l'acquisition d'un savoir-faire mis en pratique grâce à l'interaction avec les touristes. Avec eux, elle peut exercer ses connaissances, notamment linguistiques. C'est ce que l'on reproche à l'école, voire postérieurement à l'université ou aux instituts de langues : rester au niveau théorique sans aborder beaucoup la pratique (parler la langue). Les démonstrations textiles deviennent à cet égard une plateforme pour une mise en pratique, principalement pour les tisserandes qui donnent les explications. Tel que je l'avais fait remarquer au début de ce chapitre, certaines femmes maîtrisent remarquablement l'anglais comme en témoigne leur usage de termes techniques lorsqu'elles donnent les explications dans cette langue. Des vidéos sur YouTube montrent également des tisserandes qui excellent dans la maîtrise de trois langues, l'anglais et l'espagnol pour communiquer avec les touristes et le quechua pour s'adresser aux collègues. Si cette habilité et flexibilité linguistique est variable d'une tisserande à une autre, les démonstrations textiles peuvent toutefois permettre l'amélioration progressive par la pratique constante.

Cet argument s'extrapole, bien que dans une moindre mesure, à l'apprentissage de quelques mots-clés en anglais par d'autres tisserandes, notamment des chiffres (*ten, hundred, etc.*) ou noms d'objets (*scarves, hats, etc.*). Il s'agit d'un savoir pratique car décisif lors des négociations de prix. J'ai retrouvé cet apprentissage aussi à Chawaytire où, à ma connaissance, il n'existe pas (encore) quelqu'un qui donne les explications en anglais lorsque les tisserand·e·s font la démonstration textile aux touristes.

Cela ne se limite pas à l'anglais. Comme je l'avais dit précédemment, j'ai entendu certaines tisserandes et commerçantes de Chinchero prononcer des chiffres en français : « trente soles » pour donner le prix d'un pull par exemple. Les *comuneras* apprennent par imitation et fréquentation. C'est ce que laisse entendre Jerónimo. Ayant pu témoigner des changements diachroniques qui sont pour lui liés notamment au tourisme, ce cinquantenaire compare la situation de sa mère « tisserande analphabète » (*tejedora analfabeta*) avec celle des nouvelles générations de femmes qui finissent non seulement l'école obligatoire, mais font également des études supérieures. Jerónimo revient sur la question linguistique qui m'intéresse ici particulièrement : « « Comment on dit .... ? » c'est ce que les femmes demandent aux touristes pour apprendre des mots clés (*palabras importantes*) en différentes langues ». Il mentionne également que certaines maîtrisent l'anglais, surtout celles qui vont dans les instituts de langue.

Cet apprentissage ne se limite pas non plus aux questions linguistiques. En effet, un autre point sur lequel j'insiste est la prise de parole en public. C'est un savoir-faire qui s'apprend, car il existe même de séminaires pour le maîtriser. Les démonstrations textiles sont ainsi un espace pour pratiquer et déployer ces compétences devant les touristes. Quiconque a fait une présentation en public sait que cela peut être embarrassant pour certain·e·s et que cela demande en tout cas toute une préparation. Le

cas des Andes devient d'autant plus parlant que ce sont souvent les femmes qui sont timides et ne prennent pas forcément la parole en public. Zorn (2004: 166) parle à ce propos de « timidité soumise » (*submissive shyness*) (cf. aussi Meentzen 2007: 301). Compte tenu de cette timidité, ce qui se passe à Chinchero est impressionnant, dans la région cusquénienne elle-même. Si je compare par exemple cette situation avec celle des tisserandes de Chawaytire ou du *Parque de la Papa*, le contraste est remarquable. Ces dernières peinent à parler avec la souplesse et l'ouverture des premières qui en plus se permettent de plaisanter avec le public :

J'ai cité dans le récit d'introduction Margarita qui, avant de faire la blague de « l'os d'un touriste qui n'a rien acheté » (désormais récurrente dans plusieurs centres textiles), s'était « moquée » d'un touriste chauve pour expliquer comment la *saktana*, sert à nettoyer les fibres et à éviter la chute des cheveux. D'autres parlent de l'« *Andean kiss* » pour montrer la teinture rouge issue de la cochenille et qu'elles appliquent aussi comme rouge à lèvres. Les différentes étapes qui retracent le processus de fabrication textile lors des démonstrations peuvent ainsi faire l'objet de ces explications plus ou moins amusantes.

Au-delà du but pédagogique et commercial, ce type de discours témoigne d'une acquisition des compétences discursives, linguistiques et de prise de parole qui sont difficile à retrouver ailleurs chez d'autres *comuneras*. À cet égard, Chinchero demeure un cas à part. Dans son étude à Chinchero, Ypeij (2012: 31) conclut justement que pour ces tisserandes<sup>567</sup> l'activité textile ne comporte pas uniquement une valeur économique. Elles apprécient de travailler avec les touristes, éprouvent une fierté d'exercer ce travail et acquièrent des capacités (*skills*). C'est sur ce dernier point que l'argument éducatif que j'ai développé ci-dessus au sein même des centres textiles devient exemplaire.

Cet argument répond en outre à Florence Babb (2012) qui, dans le cas du Mexique, suggère que les femmes autochtones sont désavantagées car elles n'ont pas l'accès à l'éducation et à l'acquisition des compétences linguistiques dont elles auraient besoin pour interagir avec les touristes. L'exemple de Chinchero montre particulièrement bien (et de manière assez paradoxale au regard de l'argument de Babb) que les interactions touristiques encouragent le développement de ces compétences parmi les tisserandes<sup>568</sup>.

Les démonstrations textiles semblent en outre compenser les carences scolaires que critiquent les anthropologues Denise Arnold (2006; cité in Canessa 2012: 200) et Angela Meentzen (2007: 32-34). Pour cette dernière, ces carences affectent surtout les femmes autochtones et augmentent la « brèche de genre » (*brechas de género*), souvent avec une situation d'« analphabétisme » et de « monolinguisme » surtout des anciennes générations<sup>569</sup>. Paradoxalement, l'école non seulement leur

---

<sup>567</sup> Ses conclusions ne s'adressent pas qu'aux tisserandes de Chinchero mais aussi aux *sácamefotos* de Písaq.

<sup>568</sup> Si je n'ai pas observé sur le terrain des interactions entre touristes et *comuneros* pouvant à long-terme générer un bénéfice supplémentaire pour ces derniers, celles-ci ne sont pas exclues (cf. Zorn 2004: 127-8; Meisch 1995).

<sup>569</sup> Selon Meentzen (2007: 35), pour cette raison-là, il n'est pas surprenant que des femmes puissent revendiquer davantage l'accès à l'éducation ou la formation que la « revalorisation de leur propre culture ».

apprend peu de choses, mais leur soustrait du temps pour apprendre d'autres choses (Arnold 2006), entre autres, l'activité textile (Meentzen 2007: 258). Enfin, les démonstrations ne représenteraient pas des « zoos humains »<sup>570</sup> comme d'autres personnes m'en ont fait part. Cette interprétation néglige l'*agency* des femmes qui s'engagent dans ces activités non seulement pour des raisons économiques, mais comme moyen d'acquisition de capacités.

Les démonstrations textiles et les ventes qui s'en suivent sont ainsi une ressource prisée par ces femmes compte tenu des enjeux éducatifs. Mais ce qui est en jeu c'est aussi l'identité.

### 6.3 Les démonstrations textiles comme mise en acte de l'ethnicité marchande

Je m'intéresse à présent à la question identitaire : le rôle que jouent les démonstrations textiles dans la mise en acte de l'identité ethnique. Autrement dit, comment l'ethnicité devient *enacted*. J'ai ébauché cette idée dans le chapitre précédent à travers le cas des *trajes típicos*. En m'appuyant sur le concept de « *reality enacted* » d'Annemarie Mol (2002) qui privilégie l'usage du verbe *enact* à celui de *perform* et sur celui de « ethnicité marchande » d'Anath Ariel de Vidas (1996), je conçois l'identité ethnique comme une mise en acte identitaire<sup>571</sup> plus ou moins marchande et circonscrite dans un espace-temps déterminé, en l'occurrence durant les interactions avec les touristes lors de démonstrations textiles. J'explore ici cet aspect autant par l'acte de la démonstration vis-à-vis des touristes que par ce qui y est énoncé par les tisserandes.

Comme je l'ai déjà mentionné, les démonstrations textiles suivent un format plus ou moins similaire pour expliquer un processus supposé être réalisé 100 % manuellement. Dans les explications, le caractère local de la production propre à la région est mis en avant. Celui-ci est très souvent accompagné d'un discours qui mobilise les Incas présentés comme « ancêtres » (*ancestros, antepasados*). Ce double référentiel identitaire s'entremêle fréquemment. Il s'agit d'un double « nous » : celui d'un collectif appartenant au même territoire et ayant un répertoire technique et iconographique particulier ; et celui d'une appartenance au passé incaïque (cf. chap. 1), témoigné par l'héritage textile. Ce dernier renvoie à la filiation inversée qui s'opère par l'intermédiaire de l'activité textile et le discours que les tisserandes tiennent lors des démonstrations textiles. Suivre ces démonstrations à différents moments auprès des touristes et sur Internet (i.e. YouTube) m'a permis de constater la récurrence discursive de ce double référentiel.

Je considère donc que les démonstrations textiles représentent pour les *comuneras* un espace de mise en acte identitaire dans lequel elles mobilisent ce double référentiel, ce qui a des effets sur le

---

<sup>570</sup> Au séminaire doctoral organisé par la Conférence Universitaire de Suisse Occidentale, suite à ma présentation sur le cas des tisserandes de Chinchero, un professeur a parlé de « zoo humain » comme des objets que les touristes regardent à leur guise (avril 2015). Un autre collègue anthropologue avait déjà proposé exactement la même interprétation (conversation, septembre 2014). Pour ce type d'interprétation, cf. aussi Mowforth et Munt (2009: chap. 7) où ils citent par exemple le cas des populations amazoniennes du Pérou.

<sup>571</sup> Performance au sens d'*enactment*, définie au chap. 5. Rappelons-nous aussi la définition de l'identité ethnique comme relevant d'un sentiment d'appartenance collective (cf. Filage).

trinôme ethnicité-genre-tourisme. Cette mise en acte constitue en plus une source de fierté pour elles (cf. chap. 6.3.3).

### **6.3.1 Les *pallay* et les couleurs comme matérialités identitaires**

Bien que délivré souvent sommairement, le discours des tisserandes sur les motifs ou *pallay* est un élément clé pour expliciter ce double référentiel identitaire. C'est notamment le cas du *loraypo* (chap. 2.2.4) qui demeure peut-être le motif par excellence de Chinchero, qualifié de typique (*típico*). Je l'ai souvent vu appliqué sur les *lliqlla* de femmes, certains ponchos ou encore des gilets confectionnés pour la vente. Si son nom se réfère à une plante médicinale (bonne pour l'otite selon Rosa ou ayant des propriétés anti-inflammatoires d'après Gonzales Salazar 2017: 64), sa *représentation* iconographique *représente* Chinchero. Selon Elda, jeune tisserande d'un centre textile, « *loraypo* est le motif qui nous représente [...] parce qu'il représente nos glaciers (*nuestros nevados*), nos lacs (*nuestras lagunas*) [...] Nos grands-parents (*nuestros abuelos*) l'avaient déjà tissé ». Par « grands-parents », elle entend trois générations (100 ans), au même titre que, lors de la visite des Français·e·s, Rosa s'est référée à la *lliqlla* noire et rouge de sa grande mère qui contenait ce motif.

D'autres tisserandes se rapportent encore à un passé plus lointain. En effet, lors de démonstrations textiles, certaines parlent de l'héritage incaïque de ce motif, bien que le lien ne soit pas toujours si explicite ou clair. Une autre dame de 40 ans d'un autre centre textile, m'a affirmé que « [*loraypo*] a toujours été porté par nos ancêtres (*Eso nuestros ancestros siempre han puesto*) ». Ici l'identité des « ancêtres » n'est pas explicitée. Suivant la personne qui parle, « ancêtres » est une catégorie générationnelle qui peut aller des « grands-parents » jusqu'aux Incas (voire pré-Incas). Une analyse détaillée du motif en est éclairante.

Dans les explications, *loraypo* peut être décomposé de manière plus détaillée (cf. image ci-contre) : au milieu le *kuti* (forme de « S » mis en horizontal) représente souvent l'outil agricole, les losanges, les montagnes et les cercles les deux lacs qui se trouvent à Chinchero (i.e. Piuray et Huaypo).

Cette explication est récurrente, bien qu'elle ne soit pas toujours évoquée ou détaillée dans les explications touristiques ou que d'autres interprétations soient possibles. Par exemple, une tisserande a parlé de *kuti* comme lunette des touristes. D'autres tisserandes m'ont parlé des yeux de la princesse inca au lieu des lacs. Margarita, quant à elle, énonçait ces deux interprétations à la fois. Une autre tisserande s'est référée au *kuti* comme faisant partie du calendrier incaïque et les cercles comme des représentations des yeux du puma.

Cette référence au calendrier et plus largement aux Incas et au puma, amplement employé pour se référer à la trilogie incaïque ou andine, i.e. condor, puma, serpent<sup>572</sup>, dénote de la filiation inversée aux



<sup>572</sup> Ces animaux représentent la « trilogie andine » ou « incaïque » (utilisés souvent comme des synonymes) comme je l'ai cité précédemment (cf. Entrée en matière et chap. 1.1.7) et expliqué à travers les concepts de

Incas que j'ai évoquée plus haut. Ce référentiel est d'ailleurs fortement répandu dans diverses représentations art-isanales de la région de Cusco, voire sur les t-shirts (images des Incas, éléments de la trilogie andine, etc.) ou le discours des guides. Dans les cas des textiles où l'on peut encore citer les bonnets de Chinchero appelés « calendriers » (*chullo calendario*) qui font allusion à la fois aux Incas et aux douze mois de l'année.

**Photo 20 : *Chullo calendario***



Tricot et usage du *chullo calendario*. Photographie de l'auteur à l'entrée d'un centre textile (15.01.15).

Le discours iconographique de Chinchero, et plus largement d'autres communautés comme Chawaytiri (cf. Terry 2009: 71-72), mobilisent ce référentiel incaïque, sans que l'on puisse distinguer aisément s'il est question d'un discours endogène ou d'un autre, marqué par l'idéologie incaïque qui caractérise plus largement la région de Cusco (cf. chap. 1). Pour revenir au *Loraypo*, Sarah Lyon (2013: 16-17) remet en question sa relation avec le passé incaïque en arguant que la signification demeure cachée<sup>573</sup>. Mais elle insiste sur la dimension identitaire de ce motif que les gens associent à Chinchero.

Plutôt que de vérifier sa véritable origine ou signification, il me semble plus intéressant d'y voir la filiation inversée qu'opèrent ces *comuneras*. Le cas du motif *ch'uro* ou *tanka ch'uro* en est aussi exemplaire. Celui-ci est fortement répandu dans la région de Cusco et considéré par les tisserand·e·s de Chinchero, Chawaytiri et Q'ero comme *awaq maman*, c'est-à-dire, « la mère des tissus » (cf. aussi Terry 2009: 69). En effet, en tant que motif de base, son apprentissage est fondamental pour pouvoir tisser d'autres *pallay* plus complexes. *Ch'uro* est souvent rapporté aux « grands-parents » (*abuelos*) ou à une époque lointaine des « ancêtres » (*ancestros, antapasados*). Lorsque l'on demande, « ancêtres »

---

*Hanaq pacha, Ukhu pacha* et *Kay pacha* en parlant des Q'eros (cf. chap. 3.2.4). Dans le cas de Chinchero, Juana, une jeune tisserande d'un centre textile, m'a aussi évoqué un motif qui, d'après elle, représente la « trilogie incaïque » (*trilogía inca*).

<sup>573</sup> De manière plus large, Lyon (2013: 25) demeure très critique face à une instrumentalisation du discours incaïque à des fins commerciales où il vaut mieux raconter une « histoire de symboles incaïques » que d'avouer que l'on ne sait pas la signification des motifs. En revenant sur le cas de *loraypo*, elle cite par exemple l'interprétation associée au chemin inca (p. 26).

peut se référer aux Incas, ce qui s'accorde avec un discours sur l'héritage textile incaïque. C'est ce que j'ai rapporté dans le chapitre précédent en citant Blenda Femenías (2005: 157) qui distingue entre passé immédiat (associé à la famille connue) et passé distant (associé aux ancêtres non connus). Une mémoire personnelle, familiale et collective entremêle ainsi ces passés où parler des grands-parents se confond avec « le concept d'ancêtres (*ancestry*) » (p. 282-83), dans le cas présenté ici avec les Incas.

Le lien iconographie-passé préhispanique est avancé par l'ouvrage *Chincheru pally* qui affirme l'origine incaïque des vieux motifs comme *loraypo*, *keswa* ou *maki*. D'après le livre, ce dernier motif renvoie au mythe d'Inkarri, le retour de l'Inca (Awana Wasi Cusco 1991: 37) tout comme le documente Gail Silverman (1994) dans le cas du *ch'uncho* chez les Q'eros. D'autres motifs comme celui de *Tupac Amaru*<sup>574</sup> – personnage historique qui a mené une révolte contre l'État colonial – en fournissent d'autres exemples. Les *pally* servent ainsi de repère historique plus ou moins explicite. Les propos d'Elda vis-à-vis des motifs *loraypo*, *ch'uncho* et *Tupac Amaru* en sont parlant. À ma question si les motifs anciens qu'elle évoquait (*loraypo* et *Haysa kuchu*) existaient dans l'époque incaïque, elle m'a répondu : « *Loraypo* oui. Mais pas *ch'uncho*. Il est déjà de la colonisation. *Tupac Amaru* [est] aussi [de cette époque]. Car les motifs (*diseños*) des Incas étaient beaucoup plus géométriques ».

Les motifs matérialisent donc un discours sur le « nous », un nous parfois historique et qui tend à s'affilier aux Incas. Cette filiation inversée par l'iconographie est variable, comme j'ai essayé de le montrer, suivant la personne qui en parle ou le motif en question. La variabilité dépend en outre de la région dont est issu le motif. Par exemple, Chincheru et Q'ero partagent le *ch'uncho pally*, bien que représenté différemment. Cependant, si pour les Q'eros ce *pally* peut facilement être associé aux Incas, les habitant·e·s de Chincheru l'associent davantage aux fêtes locales ou de Paucartambo, connues dans la région de Cusco. Gonzales Salazar (2017: 33) cite par exemple la communauté de Cúper qui pratique la danse du *ch'uncho* dans des événements religieux. Chez les Q'eros, le *ch'uncho* dénote au contraire une filiation inversée par l'iconographique où ce *pally* se rapporte aux temps préhispaniques (déclinaison de pré-incaïque ou incaïque suivant le type de *ch'uncho* et l'interprétation que la personne en fait)<sup>575</sup>. C'est aussi un aspect que j'ai pu explorer dans mon travail de mémoire sur un répertoire entier de motifs qui étaient interprétés comme des terrasses, boucles d'oreilles ou flèches des Incas (Terry 2009: 71-72).

De plus, les *pally* matérialisent une identification propre à chaque communauté, un DNI (i.e. carte d'identité) comme le dit Lucio de Chawaytire ou Thania de Chincheru (cf. chap. 5.2). En travaillant avec des tisserand·e·s de Chawaytire, j'ai compris l'importance du vocabulaire textile local pour

---

<sup>574</sup> J'en connais deux représentations : l'un est un portrait ; l'autre son exécution tirée par quatre chevaux. J'ai retrouvé aussi le motif *Tupac Amaru* chez les textiles des communautés d'Ollantaytambo et d'autres pièces exposées au *Museo Regional Histórico* de Cusco. Sur ce personnage, cf. aussi chap. 1.1.7 et 3.3.

<sup>575</sup> Si le terme « *ch'uncho* » renvoie aux autochtones amazonien·ne·s, l'interprétation du motif peut se référer autant à ces populations qu'aux Incas, voire avant (cf. Entrée en matière et chap. 3.2.2).

désigner un motif précis, qui malgré une ressemblance, pouvait être appelé autrement dans une autre communauté. Ce partage terminologique permet ainsi de s'inscrire et s'identifier à un collectif avec qui on partage ce vocabulaire, malgré les variabilités interprétatives. Connaître ce vocabulaire commun est une manière de faire partie du collectif et de se distinguer des autres *comuneros*, ce qui renvoi à la définition d'identité ethnique privilégié dans ce travail (cf. note 80 in Filage).

Les couleurs matérialisent aussi le double référentiel identitaire. Suite à ma question en présence des touristes français·e·s sur les couleurs utilisées à Chinchero, Rosa nous a expliqué la signification de celles-ci : « Avant les Incas adoraient l'arc-en-ciel. Dans l'arc-en-ciel on voit l'orange, le bleu ciel (*celeste*) et le rouge. Ces couleurs nous les utilisons (*esos colores no más en los tejidos se utiliza*) ». Si le cas des couleurs est moins explicite et récurrent que celui des *pallay*, il illustre bien la filiation inversée que les tisserandes peuvent mobiliser. Cela me rappelle d'ailleurs l'explication de Rolando lors d'un événement au musée de Cusco. Pour lui, la couleur noire signifiait la tristesse des Incas face à la défaite de la conquête hispanique (cf. Entrée en matière).

De manière plus générale, pour reprendre l'idée des *trajes típicos* comme DNI (cf. chap. 5.2), j'ai montré comment les couleurs de ceux-ci sont un paramètre pour déterminer l'identité communale, *un nous contemporain*. Par exemple, le rouge et le bleu des *lliclla* caractérisent Chinchero, en dehors des motifs comme *loraypo*. Toutefois, les couleurs peuvent relativement changer et dénoter une autre époque, *un nous historique*. C'est le cas des *lliclla* noirs d'autrefois. Tels que les motifs, les couleurs servent ainsi de repère historique. Comme l'a dit Rosa : « Avant, toutes [les *comuneras*] utilisaient la *lliclla* noire (*antes siempre todas utilizaban manta negra*) [...] Maintenant nous avons changé et mettons (*cambiado de poner*) du bleu, du rouge, du vert ». Si cette tendance générationnelle est perceptible aujourd'hui, il ne faut pas oublier les goûts personnels qui sont des exceptions à la règle, comme l'affirme Rita, tisserande d'Umasbamba, communauté appartenant au district de Chinchero.

D'autres études à Chinchero montrent aussi le lien entre l'activité textile et l'appartenance à un « nous ». Lyon (2013: 11) met bien en évidence la relation entre explications du processus textile et la filiation discursive des tisserandes par rapport au passé incaïque, en dénonçant par exemple la fausseté du discours sur les couleurs (p. 26). De son côté, Ypeij (2013: 71-74) rapporte les propos des femmes leaders qui parlent constamment d'un « nous », entremêlant passé plus proche et plus lointain. Par exemple Nilda Callañaupa parle de : « Nos coutumes (*costumbres*), nos traditions, nos textiles (*tejidos*), nos arts (*artes*) » (Ypeij 2013: 73). De même, Erika Chávez Huamán (2012) cite d'autres tisserandes qui parlent de « nos racines », de « notre passé », de l'importance de « récupérer les motifs anciens » ; discours qui entremêle aussi l'importance économique, voire le goût personnel pour l'activité textile (*para mi es muy bonito tejer*) ou par une pièce en particulier, comme l'exemple de la *lliclla* cité précédemment par Rita.

### **6.3.2 Ethnicité marchande au féminin**

Dans ce que je viens d'exposer, il ne s'agit pas de juger, comme le fait Lyon (2013), de la véracité du discours, s'il est « vraiment » ressenti comme « vrai » ou s'il est une façade touristique, une mise en scène pour répondre aux attentes touristiques (cf. « *stage authenticity* » de MacCannell 1976). Il est plutôt question de voir comment ces actes participent à la construction identitaire, une mise en acte située spatio-temporellement. D'ailleurs, le discours de mes interlocutrices·eurs que j'ai rapporté, en particulier des femmes, a été délivré aussi bien dans des interactions de type touristique (i.e. les démonstrations textiles) que dans des entretiens d'enquête sans présence de touristes ; bien qu'en tant qu'anthropologue je puisse passer pour un touriste à leurs yeux.

Il est difficile de distinguer ces interactions touristiques de l'enquête proprement dite. Il est aussi difficile d'extraire l'influence de l'idéologie incaïque très forte à Cusco (cf. chap. 1). Cependant, il faut voir ces interactions comme des espace-temps dans lesquels les *comuneros* peuvent parler d'elles·eux, en particulier des femmes dans le cas des démonstrations textiles. Parler d'un « nous » face à un·e touriste (ou anthropologue) est une manière de (re)construire au quotidien son identité, notamment dans un quotidien où le tourisme est monnaie courante comme le cas de Chinchero. Un « nous » parlé à travers les couleurs ou l'iconographie des textiles que les tisserand·e·s élaborent ou font faire (cf. cas de la prison dans le chap. 2.2.4). Peu importe l'origine des textiles, puisque cela se rapporte à un « nous », présent ou passé, que ces personnes soient tisserand·e, commerçant·e ou simple utilisateur·e.

Le cas que j'ai exposé se focalise surtout sur les tisserandes des centres textiles qui restent les protagonistes des démonstrations textiles dans lesquelles ce « nous » est mobilisé. À plusieurs reprises, lorsqu'elles s'adressent aux touristes, elles vantent la continuité de la « tradition » (*tradición*) textile qu'elles transmettent d'une génération à une autre. Elles assument le rôle de « gardiennes<sup>576</sup> » de quelque chose qui les précède et leur appartient (Femenías 2005: 210) et que certaines affirment même avoir récupéré suite à une « perte » (cf. Callañaupa 2007). Le fait de se montrer comme tisserande, de revendiquer cette identité par l'activité textile, n'est donc pas négligeable en termes identitaires, notamment dans une zone réputée localement pour cette activité et promue par la publicité touristique. Tisser et parler de son travail devient ainsi tisser une identité dans un quotidien touristique où l'Autre touriste voit d'un bon œil cette « tradition » ; terme que ces personnes emploient pour cette pratique. Contrairement à des espaces urbains notamment où une discrimination ethnique et un racisme sont prégnants (cf. chap. 5.4.1), le tourisme crée un espace-temps supplémentaire pour revendiquer son ethnicité et son identité tisserande, d'autant plus qu'elle est valorisée au sens double du terme (i.e. ethnicité marchande) comme je l'ai développé dans le chapitre précédent. En effet,

---

<sup>576</sup> Meentzen (2007: 31,33) parle de « gardiennes de la culture » (phénomène qu'elle qualifie de « réclusion ») et Canessa (2005a: 4) mentionne aussi la conception des « indien·ne·s » (*Indians*) comme « gardiens de l'environnement » (*guardians of natural environment*).

« pour mieux, il faut exacerber l'aspect ethnique de son produit et, par extension, celui de soi-même » (Ariel de Vidas 1996: 14).

Dans ce cadre, les démonstrations textiles (en dehors des problématiques de rapports asymétriques) représentent une mise en acte identitaire, tout comme le fait de porter des *trajes típicos*. J'é mets cette hypothèse en m'appuyant notamment sur l'idée d'ethnicité marchande, documentée ou déclinée de manière différentes par certains travaux (cf. chap. 5.5). À ce propos, Femenías (2005: 295) propose une thèse intéressante dans le cas des femmes dans les Andes péruviennes, dans la vallée de Colca plus spécifiquement. Elle parle de « *selling-while-keeping* » pour signifier une ethnicité marchande opérée par ces femmes. Au lieu d'opposer « vente » et « identité » (*selling off or selling out identity*), l'auteure postule qu'il s'agit plutôt d'une manière de garder une identité ethnique par le commerce. Par-là, elle affirme que « l'ethnicité indienne (*Indian ethnicity*) dépend du capitalisme » et que ce sont surtout les femmes qui représentent cette ethnicité, entre autres par leur travail textile et le port vestimentaire. Cette thèse suggère bien l'idée d'une ethnicité marchande au féminin à Chinchero, au même titre qu'à Colca.

Suivant Femenías (2005), je conclus que les démonstrations textiles – qui s'inscrivent dans une interaction marchande dont la gratuité camoufle une intention commerciale (cf. section 6.2.1) – sont une manière contemporaine de mettre en acte une ethnicité marchande. Le caractère ethnique est renforcé par l'association faite entre les *comuneras* et la tradition textile des Andes et par l'imaginaire autour des habits colorés qu'elles portent plus que les *comuneros* hommes. L'« indien imaginaire » (Crain 1990) devient ainsi sur place l'« indienne tisserande » (au féminin), représentée par les femmes qui ne sont pas seulement vêtues des *trajes típicos*, mais qui continuent avec la tradition textile telle qu'elles le font lors des démonstrations. La représentation féminine n'est pas seulement en nombre. Elle se voit renforcée par l'assimilation des femmes à une identité ethnique comme le soulignent par exemple Canessa (2005b) et de la Cadena (1995). Dans son étude à Chitapampa (Cusco), cette dernière résume cette assimilation par la formule « les femmes sont plus indiennes » (*Women are more indian*). Dans le cas spécifique de Chinchero, cette affirmation rejoint Ypeij (2013: 72) quand elle affirme que « [c]e sont les femmes qui représentent l'identité ethnique de Chinchero ».

Le cas des tisserandes des centres textiles demeure intéressant pour nuancer la maxime de la Cadena (1995). D'un côté, il montre comment le tourisme participe à reproduire et peut-être même à renforcer l'assimilation ethnique des femmes que l'anthropologue souligne dans la communauté andine de Chitambamba (Cusco), au même titre que Ypeij (2013) pour Chinchero et Canessa (2005b) pour les Andes boliviennes.

De l'autre, contrairement à l'argument de l'auteure et comme le remarque Canessa (2012a) vis-à-vis du travail de Ypeij (2012) et Babb (2012), le tourisme peut aussi remettre en question les connotations négatives liées à cette assimilation. Les démonstrations textiles permettent en effet aux tisserandes de revendiquer une identité valorisée et valorisante (au sens identitaire et commercial ; i.e. ethnicité marchande), grâce au regard que les touristes portent sur elles et qui s'exprime par leurs

commentaires vis-à-vis de la beauté des *trajes típicos* (*beautiful*, beau, etc.) qu'elles revêtissent ou leur étonnement à l'égard du travail textile (*awesome*, *amazing*, incroyable, etc.). Cette identité ethnique constitue ainsi un « nouveau capital culturel » pour reprendre Babb (2010: 37) qu'elles transforment en « bénéfices économiques » (*economic advantages*). Cette articulation culturelle-économique est déjà mise en avant par Néstor García Canclini (1990) pour l'Amérique latine dans un contexte de quêtes d'alternatives économiques notamment à l'économie agricole, l'artisanat étant l'un des débouchés intéressants<sup>577</sup>. La section suivante met l'accent sur la valorisation identitaire, qui constitue une manière possible de faire face aux discriminations que subissent les *comuneros*.

### **6.3.3 Ethnicité comme source de fierté**

Hormis les potentiels bénéfiques économiques associés à une ethnicité marchande, les tisserandes des centres textiles éprouvent une certaine fierté envers l'identité ethnique qu'elles endossent, je vais m'attacher à le développer ci-dessous. Cela contrecarre, dans une certaine mesure, la honte que cette assimilation indigène peut véhiculer, comme je l'ai explicité dans le chapitre précédent, par exemple à travers les choix de ne pas porter des *trajes típicos*.

À cet égard, Thania dénonçait le regard méprisant (*miran mal*) de certaines personnes qui contraste avec le regard admiratif (*están admirados*) des touristes. Elle affirmait se sentir fière (*orgullosa*) de porter les *trajes típicos*, même lorsqu'elle se rendait à Cusco. Différentes tisserandes m'ont en effet parlé explicitement de « fierté » (*orgullo*) non seulement de revêtir les habits autochtones ou de reprendre le port de ces habits, mais aussi de continuer (ou reprendre) le métier de tisserande. D'ailleurs, s'il existe des critiques sur le plan socio-économique (i.e. relations asymétriques et bénéfiques inégaux) (cf. section 6.2.2), l'aspect identitaire et culturel de l'activité textile est vu par ces tisserandes comme quelque chose de positif, dont elles tirent une certaine fierté, qu'il s'agisse de tisserandes leaders ou non.

Cette fierté est intimement liée au « nous », contemporain ou passé (cf. section 6.3.3), que ces personnes revendiquent comme quelque chose qui leur appartient et qu'il vaut la peine de perpétuer pour les générations futures. Ce discours valorisant sur l'identité ethnique et ladite culture matérielle ne semble pas se cantonner uniquement aux interactions touristiques lors de démonstrations textiles. À cet égard, j'ai remarqué à plusieurs reprises des femmes de Chinchero qui portaient leur *trajes típicos* en ville, à Cusco, sans gêne par rapport à de possibles réactions de discrimination dont j'ai parlé dans le chapitre précédent. À vrai dire, il s'agit quasiment de la majorité des femmes Chinchero, mis à part les *sácamefotos* qui commencent à peupler le centre historique de la ville pour des raisons commerciales.

---

<sup>577</sup> Pour l'art-isanat textile dans les Andes, se référer notamment à Ariel de Vidas (1996) que j'ai citée dans le chap. 2.1, au même titre que d'autres auteur·e·s, dans le souci de contextualiser la situation socio-économique et politique des Andes qui rendent compte de l'insertion progressive dans l'économie du marché.

À quelques exceptions près liées à des situations conjoncturelles (foires, événements politiques, obligations de travail, etc.)<sup>578</sup>, je n'ai pas vu de femmes d'autres communautés qui se promènent comme le font les *comuneras* de Chinchero, vêtues comme elles le sont dans les démonstrations textiles. Il y a donc peut-être un effet plus marqué chez ces dernières grâce à la fréquentation et à la publicité touristique plus forte que dans d'autres régions. Cet aspect de fierté dans la vie quotidienne est souligné par Nell Haynes (2013: 439) dans le cas des *cholitas wrestling* en Bolivie. Ces femmes se sentent fières non seulement durant les spectacles (*shows*) qu'elles présentent au public, mais plus largement grâce à la perception des personnes (*into people's head*). Le point commun avec les tisserandes de Chinchero est que ces *cholitas* présentent leur spectacle devant des touristes (il y a aussi un public local). Le tourisme participe donc à ces dynamiques identitaires.

D'autre part, la fierté ne se limite pas aux tisserandes qui réalisent cette activité, mais elle concerne aussi d'autres *comuneros* de Chinchero. C'est ce que Jerónimo laisse entendre quand il parle de « notre identité » qui est à nouveau revalorisée, contrairement au mépris passé. Il se sent fier (*orgullosa*) de la revitalisation de l'usage des *trajes típicos* et de l'activité textile que sa mère exerçait quand il était plus jeune. J'ai entendu également ce type de discours dans la bouche des touristes péruvien·ne·s qui considèrent ces pratiques comme un élément culturel du pays et qu'ils associent souvent à un héritage préhispanique. Plus proches géographiquement, les Cusquénien·ne·s valorisent aussi ces aspects et complimentent le travail de ces femmes. J'ai montré dans le chapitre 3 comment la population urbaine de Cusco mobilise ces éléments par exemple par le port des *trajes típicos* dans des situations festives ou politiques. J'ai assisté également à différents événements financés par la DRC-Cusco ou des ONG comme ANDES qui mettent en scène les tisserand·e·s (parfois que des femmes) véhiculant un discours sur « notre identité culturelle ». Préoccupées pour le maintien de la culture et identité locale, ces institutions soutiennent les tisserandes afin que la tradition textile continue. Cette attitude contraste avec la discrimination ethnique qui peut se produire au quotidien, comme si les pratiques et les objets étaient plus appréciés (i.e. la culture matérielle) que les personnes qui les exécutent (par ex. cas des guides in Ypeij 2012: 26).

Par conséquent, les démonstrations textiles représentent pour ces tisserandes des espace-temps favorables à une ethnicité plus ou moins marchande, souvent associée aux Incas et porteuse de fierté. La valeur de ce qu'elles font n'est pas purement économique (bien que les démonstrations visent particulièrement ce but) ou éducatif, mais intègre un aspect identitaire et d'estime de soi d'autant moins négligeable qu'il existe une discrimination et un racisme vis-à-vis des *comuneros*, en particulier envers des femmes (Ypeij 2012; Femenías 2005; Canessa 2005b; de la Cadena 2004; Zorn 2004;

---

<sup>578</sup> Les foires artisanales (*ferias artesanales*) sont une occasion pour porter les *trajes típicos* ouvertement et certainement pour des raisons commerciales (i.e. ethnicité marchande). Les événements à caractère politique comme les manifestations le sont aussi. En avril 2017, j'ai pu assister à un cycle de conférences organisé par l'ONG ANDES et la municipalité de Cusco sur le changement climatique où la quasi totalité de *comuneros* de la région de Písaq (*Parque de la Papa*) et Lares étaient vêtus de la sorte. Je parle d'obligation dans le cas par exemple du CTTC qui prescrit la participation des tisserand·e·s membres au local central à Cusco où ces *comuneros* doivent porter des *trajes típicos* et réalisent des tâches de filage et tissage sous le regard des touristes.

Weismantel 2005, 2001). Cette conclusion rejoint le constat de Ypeij (2013: 73) qui affirme, au moins pour les femmes leaders de Chinchero, qu'elles ont obtenu non seulement un succès économique, mais ont aussi augmenté leur estime de soi (*autoestima*) et leur fierté (*orgullo*). La fierté est en outre associée au fait de se considérer comme « descendant des Incas » comme l'affirme Marlene Callañaupa (Ypeij 2013: 73). Ce que j'ai ressenti dans le discours de certaines tisserandes. Ces conclusions doivent en effet se limiter au cas des tisserandes, surtout de Chinchero, davantage confrontées au tourisme que dans d'autres *comuneros*, et donc à ce type d'effet. Cela n'implique pas pour autant un effacement total des discriminations, loin s'en faut, qui demeurent latentes au sein de l'espace cusquéenien, par exemple lors des transactions bancaires en ville (cf. chap. 5.4), ou dans des programmes télévisés à forte diffusion nationale, comme la *Paisana Jacinta* (cf. chap. 5.1). Ces exemples laissent entrevoir les limites de cette revalorisation, probablement circonscrite à ces femmes travaillant dans le tourisme et portant les *trajes típicos*, puisqu'elles peuvent par ailleurs faire l'objet de critiques d'ordre identitaire de la part de la population urbaine, lorsqu'elles s'habillent autrement (cf. cas de Gloria et Pio dans le chap. 5).

Concernant les tisserandes des centres textiles, qu'il s'agisse d'une identité affiliée ou non aux Incas, cela met en évidence l'*agency* de ces *comuneras* qui « deviennent des acteur·e·s (*stakeholders*) de leur propre construction identitaire » (Babb 2012: 38). Cette remarque nuance la vision selon laquelle l'identité endossée se réduirait à une imposition venue de l'extérieur, portée par d'autres auteur·e·s (*ibidem*).

Si Babb (2012: 48) répond à de la Cadena (1995) en affirmant qu'« être « plus indienne » peut devenir une source de capital culturel », j'insiste aussi sur la fierté qui peut en découler. Ces éléments sont à retenir pour discuter de la question de l'*empowerment* des *comuneras*.

## **6.4 Empowerment féminin et rapports de genre en question**

Dans cette dernière section, je reprends différents éléments évoqués préalablement, d'ordre économique, identitaire et éducatif ainsi que d'autres éléments liés à la reconfiguration des rapports asymétriques favorisée par le tourisme, en particulier les intérêts pécuniaires qui en découlent. Ces éléments me permettront de discuter des effets de l'activité textile touristique sur les rapports de genre et de sa valeur en termes d'*empowerment* des femmes, en particulier chez les tisserandes.

L'*empowerment* (*empoderamiento* en espagnol<sup>579</sup>) est un terme devenu courant, mobilisé notamment par les ONG, et réapproprié aujourd'hui par les *comuneros*. L'ONG ANDES par exemple, avec qui j'ai travaillé et d'autres institutions internationales l'utilisent. Le programme *Conjuntos* (cf. chap. 2.3.2) auquel j'ai participé en tant que coordinateur de l'association tisserande *Ñawpa Away*

---

<sup>579</sup> L'origine du mot en espagnol remonte aux années 1990, mobilisés par plusieurs ONG et activistes féministes (Calvès 2009).

employait ce terme ; un des objectifs visés était l'*empoderamiento* des femmes qui était d'ailleurs une des OMD de l'ONU.

Né dans les années 1970 aux États-Unis, le terme s'internationalise et prend de la force au sein des mouvements féministes (très présent en Amérique latine) et activistes radicaux des années 1980, pour être repris dans la décennie suivante par les organisations internationales, notamment l'ONU et la Banque mondiale, et les ONG dans le cadre de l'égalité de genre et de la lutte contre la pauvreté<sup>580</sup>. Dans le milieu académique, la notion d'*empowerment* a été employée en particulier par les féministes (par ex. Rowlands 1995; Kabeer 1994; Batliwala 1993; Sen et Grown 1988) dans une approche critique vis-à-vis du modèle néolibérale et du paradigme développementiste des organismes internationaux. Dans la littérature hispanophone, des auteur·e·s comme Asensio (2016) et Pérez Galán et Fuller (2015) l'emploient également dans le cadre du TRC. Asensio (2016: 345) parle plus précisément d'« *empowerment* féminin » (*empoderamiento femenino*).

Aujourd'hui, la notion est critiquée pour son caractère vague, instrumentalisé, dépolitisé, coupée de la notion de pouvoir collectif (Sardenberg 2008; Halfon 2007; Cornwall et Brock 2005), pour son emploi dans la rhétorique des organisations en matière de genre et de développement (Calvès 2009: 736). Sur l'*empowerment* des femmes, cette critique souligne l'occultation des inégalités et des rapports de pouvoir (Wong 2008) y compris entre les femmes (Ferguson 2008; Mohanty 1988). La critique s'attaque également au *statu quo* du modèle développementaliste *top down* où « les femmes ne prennent pas le pouvoir, on leur en donne » (Halfon 2007; cité par Calvès 2009: 746) et où les facteurs structurels ne sont pas remis en question (Pereira 2008).

Au lieu d'abandonner la notion, de nombreux auteur·e·s et activistes ont décidé de rejeter cette « version individualiste, dépolitisée, verticale et instrumentale », et d'opter pour renouer avec sa conception originelle (Calvès 2009: 747) où l'*empowerment* dénote « un processus complexe et multidimensionnel mettant l'accent sur les dimensions individuelles et collectives du pouvoir » (p. 744). Je les rejoins sur ce point. Certes, les tisserandes de Chinchero n'utilisent pas elles-mêmes le terme d'*empowerment* ; cette notion reste néanmoins pertinente dans la mesure où elle permet de déterminer en quoi l'activité textile, par le biais des démonstrations textiles et de la vente, revêt une valeur pour les tisserandes concernées. L'*empowerment* est relié ici à l'activité textile des femmes, et renvoie aux améliorations concernant la situation des *comuneras*, eu égard à leur genre et à leur identité ethnique.

Je montrerai que ce rapport a un caractère historique qui se prolonge jusqu'à aujourd'hui malgré quelques améliorations et que le tourisme contribue à ces transformations, bien que de manière ambivalente et non exclusive<sup>581</sup>. Dans les possibles reconfigurations des rapports de genre, ces

---

<sup>580</sup> Ce survol historique est emprunté à Calvès (2009) qui retrace l'histoire de la notion d'*empowerment*. L'auteure insiste sur les origines multiples de cette notion au sein des différents domaines (féminisme, théologie, mouvement black power, etc.). Pour d'autres références historiques, voir Cornwall (2016) Bacqué et Biewener (2013), Cornwall et Brock (2005) et Simon (1994).

<sup>581</sup> Je renvoie au travail de Gascón (2005) dans les Andes péruviennes qui montre les inégalités socio-économiques préexistantes au tourisme et comment celui-ci s'articule autour de ces inégalités. Voir à ce propos

derniers s'accompagnent aussi des relations asymétriques parmi les femmes tisserandes, comme je l'avais déjà noté. L'*empowerment* de ces femmes demeure donc limité et variable, avec quelques perspectives, mais aussi des défis à surmonter.

#### **6.4.1 Vers une revendication des asymétries historiques par le biais du tourisme ?**

La question de l'*empowerment* renvoie à une situation d'asymétrie historique de caractère ethnique. En effet, de nombreux auteur·e·s mettent en évidence la situation asymétrique des autochtones au cours de l'histoire du Pérou (Carrillo 2005; Fajardo 2002; Steckbauer 2000; Labrousse 1985) ou, plus largement, en Amérique latine (Chonchol 1995; Bastian 1991). Les historiens Carlos Contreras et Marcos Cueto (2013) et l'anthropologue Anath Ariel de Vidas (1996) montrent par exemple comment l'État colonial (*encomiendas*, tribut indigène) et ensuite l'État républicain (système des *haciendas*) ont configuré ces asymétries. Ainsi « [l]a situation de marginalisation des indigènes se maintient [après l'indépendance] » (Contreras et Cueto 2013: 74)<sup>582</sup>. L'indigénisme du siècle passé (fort présent chez les intellectuels cusquéniens) visant à y porter remède n'a pas pu renverser la situation, en tombant souvent dans l'idéalisation des *comuneros*, faire-valoir du passé incaïque (cf. chap. 1.1.7 ; cf. aussi concept d' « autochtonie » fondée sur l' « Indien impérial » chez Galinier et Molinié 2006). De plus, le processus de « désindianisation<sup>583</sup> » (promu par l'État et ensuite revendiqué par les populations autochtones elles-mêmes) au cours du XX<sup>ème</sup> et la violence de Sentier lumineux (et sa répression) à la fin de celui-ci ont affecté principalement les *comuneros*, et plus particulièrement les *comuneras*.

Dans *Weaving the past: a history of Latin America's indigenous women from the prehispanic period to the present*, Susan Kellogg (2005) affirme que les femmes autochtones en Amérique latine se sont historiquement trouvées dans une situation défavorable, malgré quelques améliorations qui se heurtent toujours à des limites. L'ethnohistorienne souligne la situation critique des Andes caractérisée historiquement par une soumission féminine, tel que le décrivent d'autres auteur·e·s pour la Bolivie (Canessa 2012b), l'Équateur (Voirol 2016: 52-56; Crain 1990) et le Pérou (Thorpe et Paredes 2010: 79, 213; de la Cadena 2004, 1995; Poole 1997).

Dans *Relaciones de género, poder e identidad femenina en cambio*, Meentzen (2007) documente particulièrement bien les problématiques de genre chez les femmes aymaras de Puno (Pérou). Cette anthropologue critique fortement les « structures de pouvoir » (*estructuras de poder*) externe et interne en défaveur des *comuneras* (p. 321), occultées souvent par « une version idéalisée des relations sociales égalitaires, démocratiques et solidaires dans les contextes ruraux indigènes (*indígenas*) » (p.

---

son concept de « ressource structurante » (section 6.2.2) ; cf. aussi le travail de Zorn (2004: 140-1) à Taquile, qui parle des différences préexistantes entre *comuneros* riches et pauvres, ce qui se traduit dans les bénéfices tirés du tourisme. Mowforth et Munt (2009) insistent aussi sur le caractère inégalitaire qui caractérise plus amplement l'économie globale, dont le tourisme ne serait qu'un vecteur (*power and uneven and unequal development* pour reprendre une phrase qui traverse leur travail).

<sup>582</sup> À ce propos voir Pumallica (2016) qui raconte la discrimination qu'il a vécu comme autochtone à l'époque des *haciendas* (cf. chap. 2.1).

<sup>583</sup> Contreras et Cueto (2013: 279) parlent de « se désindianiser » (*desindianizarse*). Cf. aussi chap. 5.4.1.

15 ; cf. aussi p. 24). Celles-ci se manifestent non seulement par une assignation à la sphère domestique et communale et une surcharge de travail féminin qui en découle (tâches ménagères, agricoles et d'élevage), mais aussi par la discrimination ethnique et de genre ainsi que par la violence domestique, physique ou psychologique ; violence qui cible les filles à Cusco (CBC et al. 2014). Dans son étude à Pocaboya dans les Andes boliviennes, Canessa (2005b) note aussi ces asymétries et des actes de violence envers les femmes qui s'accompagnent souvent de propos racistes (cf. aussi Meentzen 2007: 223-35; Weismantel 2005: 188-89). Dans les Andes péruviennes, cette violence s'est même matérialisée par la stérilisation forcée de nombreuses *comuneras* (Barthélémy 2004).

Si « les femmes sont plus indiennes » (de la Cadena 1995), cette assignation à la fois ethnique et genrée (cf. aussi Canessa 2005b) comporte des inégalités envers ces « indiennes » (*deeper social inequalities*) (de la Cadena 1995: 343). Cette situation asymétrique dans laquelle les *comuneras* se trouvent de par le genre<sup>584</sup> s'imbriquent avec des aspects ethniques, de race et de classe tel que souligné par de nombreux auteur·e·s (Ypeij 2012; Babb 2012; Femenías 2005; Weismantel 2005: 190; Zorn 2004; de la Cadena 2004; Gill 1993). Elle s'articule en outre autour des relations que ces *comuneras* entretiennent avec les citoyen·e·s *mestizos*<sup>585</sup>. J'ai montré précédemment (section 6.2.1) ces reconfigurations asymétriques *comunero/mestizo*, par exemple entre tisserandes et guides (souvent Cusquéniens *mestizos*).

Face à cette situation déplorable pour les *comuneras*, la question des apports du tourisme se pose en termes de renversement de ces asymétries, d'autant plus que l'activité touristique en milieu rural (Pérez Galán et Fuller 2015: 102) et dans l'activité textile (Asensio 2016: 350; Canessa 2005a: 142) en particulier concerne majoritairement les femmes<sup>586</sup>. Dans « Gender, Indigeneity, and the Performance of Authenticity in Latin American Tourism », Canessa (2012a) réfléchit à cette question en discutant les travaux de Babb (2012) et de Ypeij (2012) qui, à son avis, montrent comment l'« exotisation de l'indianité (*indianness*), au moins dans certains contextes, crée des opportunités pour mettre en question (*challenging*) et contourner (*overturning*) les structures de pouvoir qui ont historiquement désavantagé certaines personnes » (Canessa 2012a: 110). Pour l'anthropologue, cette situation permet de concevoir une inversion du « statut négatif associé au fait d'être indigène et femme (*being indigenous and female*) » (*ibidem*).

En analysant d'autres travaux sur le Mexique et le Guatemala, Canessa (2012a: 113) affirme l'importance du tourisme en termes de revenu et d'indépendance économique des femmes (cf. aussi Little 2004) tout en posant des questions sur les véritables changements des rapports de genre au sein

---

<sup>584</sup> À considérer aussi d'autres aspects qui influent sur les relations de genre comme l'âge, l'état civil, le niveau d'urbanisation, etc. (Meentzen 2007: 30).

<sup>585</sup> J'utilise ici un raccourci entre populations autochtones et métisses (*mestizos*). J'invite à se référer au chapitre précédent où je nuance ces catégories complexes comme le montre de la Cadena (2004) pour Cusco.

<sup>586</sup> Pour la participation masculine et les changements intergénérationnels dans les Andes péruviennes, voir Meentzen (2007: 252-60) et Zorn (2004: 60-67, 95).

de ménages : si la violence domestique s'accroît par la jalousie des maris ou simplement si ceux-ci prennent leurs revenus.

Dans l'activité textile, d'autres travaux soulignent l'ambivalence des effets touristiques quant à l'*empowerment* des femmes mayas. L'optimisme de Walter Little (2004) au Guatemala qui montre une meilleure situation des femmes par la commercialisation textile touristique contraste avec le bilan plus nuancé d'Eva Youkhana (2012) au Mexique (cf. aussi Nash 1993: 11). Elle montre, d'un côté, quelques changements quant aux rôles dits féminins assumés par les partenaires hommes (garder des enfants, faire la cuisine, laver les vêtements), une hausse de la confiance en soi ou encore une réflexivité critique envers la division sexuée du travail notamment domestique. L'auteure remarque, d'un autre côté, un *empowerment* limité notamment par des relations asymétriques entre les femmes et par le clientélisme. Elle critique en outre de possibles actes violents envers les femmes de la part de maris jaloux pour maintenir une assignation genrée des rôles (*traditonal gender roles*) (Youkhana 2012: 238). Ce témoignage répond aux questionnements de Canessa (2012a: 113) sur les effets collatéraux des changements de rapports de genre au sein des ménages.

Le cas des tisserandes des centres textiles à Chinchero fournit aussi quelques réponses aux questions de genre, bien que mon étude ne puisse pas répondre exactement aux questions que pose Canessa notamment sur la violence domestique. Nous avons vu tout d'abord que les démonstrations textiles apparemment gratuites sont une manière d'obtenir un revenu, certes variable selon la tisserande, mais tout de même important. Cette variabilité reflète en effet des rapports asymétriques qui se reconfigurent entre les personnes autour des intérêts pécuniaires issus de la vente textile après les démonstrations. Nous avons vu qu'il existe une certaine hiérarchie et une relation patronne-tisserande.

Ce point est capital pour souligner que l'on a affaire, non seulement à un rapport asymétrique hommes vs femmes comme insistent les auteur·e·s cités précédemment, mais aussi entre femmes elles-mêmes. Dans le cas de Chinchero, cela s'explique par le fait que les centres textiles sont un domaine presque exclusivement féminin, bien que les cartes de visite laissent entrevoir une co-présence masculine ou, comme l'affirme Ypeij (2012: 28), des affaires familiales.

#### **6.4.2 Rapports asymétriques liés au tourisme : des femmes *brokers* aux relations de genre reformulées ?**

En 2017, ma visite au centre textile *Antakilla* m'a rendu encore plus attentif à la hiérarchie qui s'établit entre les tisserandes-propriétaires et celles qui sont locataires. J'ai pu faire la connaissance de Rita qui, comme Naty, parlait au nom du groupe (entretien 16.06.17). Elle s'est présentée ouvertement comme la propriétaire de la maison, dont la cour interne était utilisée pour faire les démonstrations et abritait son stand et ceux des autres tisserandes. Son fils d'ailleurs, adolescent de 15 ans, s'occupait des ventes dans un deuxième stand, à côté de celui de Rita. Comme le rappelle Ypeij (2012: 28), les centres textiles sont souvent établis chez des particulières, et deviennent une affaire familiale, illustrée

ici par la participation de l'adolescent. Cette situation consolide la hiérarchie qui se crée entre tisserandes dans un rapport patronnes-propriétaires et travailleuses-locataires, bien décrit par Gonzales Salazar (2017). Ce dernier relate, comme dans le cas de Rita et de son fils, l'accaparement de l'espace par la propriétaire et sa famille, qui renforce les différences entre tisserandes. J'insiste sur ce point pour souligner que les rapports de genre ne concernent pas que les hommes versus les femmes, mais qu'il faut aussi considérer les configurations asymétriques entre les femmes. Celles-ci témoignent des inégalités de classe qui s'imbriquent au rapport de genre comme le remarquent divers auteur·e·s (Femenías 2005; Weismantel 2005, 190; Zorn 2004; de la Cadena 2004).

Le travail de Pérez Galán et Fuller (2015) portent un éclairage sur cette question en montrant la hiérarchie entre la directrice du CTTC, originaire de Chinchero, et « ses » nombreuses tisserandes qui doivent se soumettre à ses ordres (règles de conduite et établissement de prix d'achat). Citer le cas du CTTC est d'autant plus significatif que celui-ci regroupe majoritairement des *comuneras* et qu'il est bien positionné dans le marché local, national et même international. Cet exemple est non seulement symptomatique de ce qui se passe à Chinchero, mais plus largement à Cusco. En témoignent également les commentaires des tisserandes qui se plaignent du « monopole » (*acaparamiento*) d'autres *comuneras*.

Cela s'opère parfois avec la complicité des ONG qui promeuvent les femmes les mieux loties et tendent à reproduire ces hiérarchies comme j'ai pu le ressentir dans le cas de l'association tisserande *Inkakunay Ruwaynin*. Une des employé·e·s du CBC – ONG qui travaille avec l'association – m'a en effet rapporté les critiques (*miramiento*) des tisserandes envers la présidente. Cette dernière, non contente de conserver sa position privilégiée pour bénéficier de ce que l'ONG peut lui offrir (*acapara los beneficios*), exerce aussi une influence sur les décisions pour éviter que d'autres tisserandes intègrent l'association et en bénéficient à leur tour. C'est une situation similaire que j'ai perçue à Chawaytiri, où l'association pionnière (i.e. CTTC Chawaytiri, cf. chap. 5.1) voulait à tout prix maintenir son monopole en évitant le développement d'autres associations tisserandes (Terry 2009). Cet exemple, s'il ne dit pas grand-chose sur les dynamiques de genre (association composée d'hommes et de femmes), illustre toutefois la configuration des hiérarchies entre *comuneros*<sup>587</sup>.

Chez les femmes mayas du Mexique, Youkhana (2012: 234-35) montre exactement ces dynamiques hiérarchiques en parlant des femmes comme des *brokers*. Elles deviennent des intermédiaires entre l'ONG et les bénéficiaires, avec le développement des relations clientélistes (*clientelistic relations*). L'anthropologue cite même les critiques qui accusent la présidente de prendre de l'argent. On peut assimiler les femmes patronnes de Chinchero à de véritables *brokers*, puisqu'elles sont des intermédiaires entre les touristes (qui passent souvent par l'intermédiaire de tour-opérateurs ou de guides) et les tisserandes des centres. C'est le cas de Naty, à qui j'ai eu affaire lors de nos rencontres à Chinchero. C'est aussi le cas de Rita et d'autres femmes des centres textiles qui, pensant

---

<sup>587</sup> Je cite aussi le cas du *Wachum Waqachi*, association des cuisinières du *Parque de la Papa*, dont les membres s'opposaient à l'inclusion de nouvelles femmes afin de tirer un bénéfice majeur.

que j'étais, me proposait de donner des commissions (cf. section 6.2.1) pour amener des touristes dans leurs centres textiles. Ypeij (2013) parle également des certaines femmes leaders comme Nilda Callañaupa du CTTC qui en tirent les bénéfices : reconnaissance internationale, conférences et voyages par exemple aux États-Unis. Paradoxalement, elles reproduisent en quelque sorte les asymétries d'autres *brokers* : les guides (section 6.2.1).

En dehors des relations asymétriques entre femmes, la question des rapports entre celles-ci et les hommes, notamment au sein des ménages, n'a pas été abordée dans mon étude. Toutefois, quelques éléments ethnographiques donnent à voir des éléments intéressants. Si je me rapporte à Maria, son cas montre une continuité des « responsabilités » domestiques assumées par les femmes. Lors de la pause de midi, elle devait retourner à la maison pour s'occuper des enfants qui revenaient de l'école et faire la cuisine contrairement à ses deux jeunes collègues célibataires qui restaient ce jour-là dans le centre textile. C'est précisément dans le statut de célibataire, et de son lien avec le travail domestique non rémunéré<sup>588</sup> que réside, à part, la différence significative entre Maria et les deux autres tisserandes associée au travail domestique non rémunéré. Mes interviewées tisserandes ne m'ont pas parlé de rapports asymétriques de genre. La nécessité d'accomplir le travail domestique semble aller de soi comme le laissent entendre Maria et Julia (cf. section 6.2.3).

Toutefois, des changements sont visibles et pas seulement au niveau des tisserandes leaders dont nous parle particulièrement Ypeij (2013). Malgré la perpétuation d'attitudes sexistes, Jerónimo constate des changements dans le rapport entre hommes et femmes et la répartition des tâches, tout comme Fredy et Delmy (cf. section 6.2.3). À cet égard, Canessa (2005b: 147) note que l'autonomie féminine qui est plus probable lorsque les femmes ont une source de revenu (*source of cash*) et qu'elles ont la capacité de parler au moins l'espagnol, ce qui devient de plus en plus le cas avec un accès étendu à l'école (*expanded school*).

Le cas des tisserandes de Chinchero remplit ce double critère de manière particulière puisqu'il n'est pas seulement question d'argent, mais aussi des capacités linguistiques acquises autant à l'école ou à l'université que dans les centres textiles eux-mêmes. Dans ce sens, les facteurs économique et éducatif que j'ai développés plus haut contribuent à l'*empowerment* des femmes de Chinchero.

S'il existe encore des rapports de genre marqués, notamment chez les femmes mariées avec des enfants, à Chinchero, le tourisme a toutefois favorisé quelques changements, *au moins* dans la reconnaissance du rôle des femmes dans l'économie des ménages, ayant comme conséquence la répartition de tâches entre partenaires. Il reste à voir si les nouvelles générations des femmes, mieux

---

<sup>588</sup> Les statistiques au Pérou montrent la dimension genrée du travail domestique non rémunéré : en 2010, 39 heures pour les femmes contre 15.5 pour les hommes (INEI 2016a: 38). L'INEI affirme que la responsabilité des enfants et de la cuisine retombe généralement sur les femmes (INEI 2016a : 119), l'écart étant plus marqué chez les couples que chez les célibataires (INEI 2017a: 41; cf. aussi INEI 2017a : 87-91). Divers travaux confirment la prédominance du travail féminin non rémunéré : en Amazonie péruvienne (Fuller 2004), et plus largement dans Amérique latine (Herrera 2006; cf. notamment Aguirre 2006 et Pautáis et al. 2006); ou encore sur d'autres continents comme en Europe (Régner-Loilier 2009; Strub 2002; pour un certain remise en question de ce travail suite à la crise économique et à la précarité de l'emploi, cf. Sánchez Mira 2018, 2016).

loties par exemple linguistiquement ou grâce à une éducation supérieure, porteront des transformations encore plus visibles. La question reste également de savoir si les rapports hiérarchiques entre les femmes, favorables notamment aux femmes leaders ou propriétaires, pourront devenir plus symétriques.

#### **6.4.3 L'empowerment pour toutes ? : Variabilité, ambivalences et défis**

L'empowerment féminin ne se manifeste pas partout de la même manière, étant donné la variabilité des situations des femmes selon le contexte géographique (Babb 2012) ou le type de travail (Blanco et Herrera 2015: 142). De son côté, Ypeij (2012: 31) insiste sur cette variabilité en mettant en garde que le « capital culturel » dont parle Babb (2012) change d'une expérience à une autre. Elle cite l'exemple de *sacamefotos* de Písaq dont le capital culturel est moins développé que chez les tisserandes de Chinchero. À cet égard, la situation de Maria, mariée avec des enfants, par rapport à ses deux collègues-tisserandes célibataires est à considérer pour appréhender les différences entre les tisserandes d'un même centre textile. Je souhaiterais désormais élargir la réflexion sur cette variabilité en citant d'autres cas ethnographiques afin de nuancer la portée de l'empowerment féminin qu'induit le tourisme.

D'après mon expérience à Chawaytiri en 2008, les rapports entre les hommes et les femmes étaient marqués par la division sexuée des tâches, à quelques exceptions près. En effet, si les femmes étaient responsables au quotidien des enfants et de la préparation des repas, comme j'ai pu l'observer par exemple chez ma famille d'accueil, il y avait une exception momentanée. Lorsque les femmes descendaient pour vendre les textiles au marché Písaq, notamment les dimanches, Mario et d'autres *comuneros* prenaient en charge la garde des enfants<sup>589</sup> et la cuisine. C'est donc le travail comme tisserande-vendeuse qui dispensait les femmes du travail domestique et poussait les hommes à les assumer. Cette décharge est néanmoins, comme je l'ai dit, momentanée ou, comme l'affirme Meentzen (2007: 207), « occasionnelle ». La division sexuée reste la règle et peut, tel qu'à Chinchero, induire aussi une surcharge de travail (activité textile, agricole, domestique, etc.).

Un autre cas est celui de l'association *Ñawpa Away* du *Parque de la Papa*. Les membres sont presque exclusivement des femmes. Je dis presque parce que deux de ses présidents ont été des hommes. Ce cas illustre les asymétries de genre face aux postes à responsabilités, qui font précisément l'objet d'une des critiques de Pérez Galán et Fuller (2015: 103). Les hommes monopolisent ces charges, alors que ce sont plutôt les femmes qui réalisent l'activité textile (bien que l'entraide ne soit pas exclue). Le cas de Nicanor, ancien président de *Ñawpa Away*, me semble significatif à cet égard. Il voulait s'emparer de l'argent destiné à cette association (ce qui ressemble au cas cité plus haut par Youkhana 2012: 134).

---

<sup>589</sup> La prise en charge des enfants est néanmoins relative puisque ceux-ci jouissent d'une certaine autonomie. Tel que j'ai pu l'observer, garçons et filles sont laissés librement pour jouer ou se promener, ce qui s'entremêle à des tâches notamment d'élevage dès un bas âge.

Cette situation montre ce qu'Asensio (2016: 351-53) remarque à travers l'exemple de l'*Asociación de Artesanos en Tejido Plano Chask'a P'aqariy* d'Ocongate (Cusco). Le grand bénéficiaire de cette affaire demeure Justino, le seul homme de l'association qui, avec sa femme, l'a fondé avec l'appui du programme *Corredor Puno-Cusco* (cf. chap. 2.3.2). Asensio souligne que si les revenus reviennent intégralement aux tisserandes, leur situation ne change pas considérablement en matière d'« obligations domestiques ». Le sociologue parle donc de « systèmes de genre préexistants » qui favorisent Justino. Il affirme que plus que d'argent il s'agit des bénéfices indirects qu'obtient cet homme, notamment des compétences pratiques « commerciales et sociales » acquises par sa position de responsabilité. Asensio (2016: 353) pointe ainsi du doigt une barrière linguistique et « psychologique » (*barrera psicológica*) qui empêche ces femmes d'être autonomes (*capaces de valerse por sí mismas*) dans les gestions commerciales et financières. C'est une tendance qui reflète une situation inégale plus générale dans les Andes entre *comuneras* et *comuneros*, comme le soulignent de nombreux travaux (cf. Pérez Galán et Fuller 2015; Ypeij 2012; Canessa 2005; Femenías 2005; Zorn 2004; de la Cadena 1995). Les *comuneros* demeurent en effet mieux lotis linguistiquement (i.e. espagnol) et plus familiarisés avec le monde urbain, de par les meilleures perspectives d'éducation et de migration en comparaison aux *comuneras* (Asensio 2016: 352; Canessa 2012b, 2005b; de la Cadena 1995).

Dans les Andes cusquéniennes, cette situation est un peu plus équilibrée notamment à Chinchero, au moins chez certaines tisserandes. Les difficultés linguistiques, évoquées également par Meentzen (2007) et Canessa (2005), sont remarquablement surmontées dans le cas des tisserandes des centres textiles. La barrière psychologique évoquée par Asensio (2016) l'est aussi par l'apprentissage de la prise de parole en public mise en pratique au sein de centres textiles (cf. section 6.2.4). De manière plus large, l'éducation obtenue par ces tisserandes (dans les écoles, les universités, les instituts, les centres textiles) est significative, leur permettant d'interagir avec les touristes avec souplesse et confiance ; sans parler des femmes leaders qui représentent des cas particuliers. C'est l'exemple de Nilda Callañaupa qui possède une formation universitaire, obtenue aux États-Unis et une capacité entrepreneuriale comme directrice et fondatrice du CTTC (cf. Pérez Galán et Fuller 2015: 106; Ypeij 2013: 71-72).

L'état des lieux sur les changements de rapports de genre et l'*empowerment* des *comuneras* présente par conséquent des variantes. Divers travaux soulignent l'ambivalence des effets du tourisme sur la question, ce qui rappelle une fois de plus l'ambivalence des impacts du tourisme dans d'autres domaines (cf. Filage). Pérez Galán et Fuller (2015) abordent cette question dans le cadre du TRC à Cusco et à Puno et en concluent que les effets sont « hétérogènes » allant « de l'ouverture des possibilités d'autonomie personnelle et *empowerment* de genre (*empoderamiento de género*) dans certains cas jusqu'au renforcement (*profundización*) de l'exploitation, la précarité (*precaridad laboral*) et la surcharge du travail » (Pérez Galán et Fuller 2015: 99). J'ai développé ce dernier point précédemment (cf. section 6.2.3). Les deux anthropologues restent ainsi assez critiques quant à un

*empowerment* généralisé ; ce malgré le fait que pour certaines l'activité textile est devenue « le principal soutien économique pour leurs familles » (Pérez Galán et Fuller 2015: 105) et qu'elle induise dans d'autres cas la « répartition plus équitables des tâches domestiques » ou « l'indépendance économique ou la sureté vis-à-vis de leur partenaire (*seguridad frente a sus parejas*) (p. 112-13).

Une des critiques principales de ces auteures est le manque d'une véritable perspective de genre (*enfoque de género*) dans le développement des projets TRC qui doit être adoptée pour éviter de reproduire la division sexuée du travail et des inégalités (*inequidades*) de genre. Pour envisager un *empowerment* et renverser ces inégalités, tout comme ces deux auteures l'affirment, il me semble fondamental d'avoir « l'accès équitable – des hommes et des femmes – à la propriété, la connaissance, la technologie, la gestion et l'information » (Pérez Galán et Fuller 2015: 114) et d'assurer l'autogestion du TRC de la part des communautés (Terry 2017). Il y a un problème de fond qui est l'accès à l'éducation, qui reste déficitaire notamment en milieu rural malgré l'amélioration des perspectives éducatives surtout pour les futures générations, comme je l'ai souligné plus haut (cf. aussi Canessa 2012b; Meentzen 2007). Cet accès est capital pour favoriser l'autogestion du tourisme et d'autres initiatives par les *comuneros*. Cette remarque renvoie à la dimension complexe et multidimensionnelle de la notion d'*empowerment* (dans son sens initial), évoquée au début de cette section.

L'ambivalence des effets du tourisme sur la question de l'*empowerment* féminin est également visible dans la production académique. Par exemple, deux articles de Ypeij (2013, 2012) analysent le cas des tisserandes de Chinchero<sup>590</sup> d'une manière quelque peu différente, l'une plus critique que l'autre. Malgré quelques changements dans les rapports de genre, elle critique la « production de nouvelles inégalités de genre, de classe et d'ethnie », voire le développement d'une « nouvelle expression de racisme et sexisme » promue notamment par les guides qui sont majoritairement des hommes (Ypeij 2012: 31). L'auteure reste toutefois optimiste sur la situation des tisserandes dont certaines, grâce à leurs gains économiques, investissent dans une meilleure éducation (*higher education*) ou deviennent riches (*wealthy*). Il reste à voir si cela se traduit en une véritable « mobilité sociale pour les femmes indigènes » (Ypeij 2012: 31). Certes ce panorama peut être encourageant pour ces *comuneras* et fait écho à d'autres expériences comme le cas des femmes à Taquile avec un rôle plus actif dans le tourisme et des perspectives de participation politique (cf. Zorn 2004). Néanmoins, cette situation est contestée par le développement d'une surproduction et d'une concurrence et la perte de contrôle local au sein du marché (Ypeij 2012: 29; cf. le cas de Taquile chez Ypeij et Zorn 2007; Zorn 2004). L'article de Ypeij (2012) montre en outre la variabilité des situations des femmes autochtones qui est plus favorable aux tisserandes qu'aux *sácamefotos*. Malgré les gains économiques que ces dernières obtiennent, elles subissent des critiques de par leur travail, contrairement aux premières.

---

<sup>590</sup> Elle traite aussi du cas des *sácamefotos* et des guides (Ypeij 2012), puis de la gastronomie et du rock au Pérou (Ypeij 2013).

Dans « Cholos, Incas y Fusionistas », Ypeij (2013: 71-74) garde une posture encore plus optimiste en se focalisant sur les leaders tisserandes comme Nilda et Marlene Callañaupa. Certes, les effets sur l'estime de soi et la fierté qu'elle met en avant et que j'ai développés dans la section sur l'ethnicité marchande sont à retenir. Ils renforcent l'idée d'un *empowerment* qui va au-delà de l'économique en intégrant des éléments qui dynamisent la personne notamment dans un contexte marqué par une discrimination ethnique encore en vigueur (cf. notamment chap. 6.4.1). Comme le souligne Meentzen (2007: 224) le manque d'estime de soi empêche les *comuneras* de défendre leurs intérêts au sein des ménages et légitime même la violence domestique<sup>591</sup>.

Toutefois, il faut aussi considérer que l'analyse de Ypeij (surtout son article de 2013<sup>592</sup>) se concentre sur ces femmes qui ne sont pas seulement des leaders (comme elle le souligne bien dans la p. 73), mais également des *brokers* pour reprendre Youkhana (2012: 234-35). Je renvoie ici à la discussion sur les asymétries entre les femmes et aux critiques qui sont adressées en particulier à Nilda Callañaupa notamment par Pérez Galán et Fuller (2015: 106-7). Il n'est ainsi pas uniquement question d'*empowerment* des femmes, mais *de qui profite de cela* parfois au détriment des autres femmes.

### **Retissage : la valeur socio-économique de l'activité textile**

La question de l'*empowerment* féminin permet traiter de la valeur socio-économique de l'activité textile pour les *comuneras* concernées. Si j'ai fini le chapitre en soulignant les limites d'une vision en termes d'*empowerment* féminin généralisé, l'activité textile reste toutefois une activité prisee, appréciée. Il ne s'agit pas seulement de sa valeur monétaire, sa capacité à « appeler l'argent » ; loin s'en faut : cette activité endosse des valeurs reconnues par les tisserandes, qui rappellent le caractère pluriel de la notion d'*empowerment*, au-delà de son acception economiciste et pécuniaire (cf. Filage).

Avoir traité l'activité textile comme une ressource permet d'éclairer la pluralité des valeurs socio-économiques d'ordre monétaire, éducatif, mais aussi identitaire, qu'elle implique. Cela permet aussi de la concevoir comme une ressource structurante (Gascón 2005), rendant compte des différences socio-économiques, ici entre *comuneras*. Quel que soit le type de ressource qu'elle mobilise (voire plusieurs en même temps), qu'elle soit plus ou moins économique, l'activité textile motive l'action des *comuneras* (valeur des actions chez Graeber 2001). Par les possibilités offertes ou escomptées, elle encourage à s'y engager, à travailler dans les centres textiles. Si l'argent devient la motivation première (Ypeij 2012: 28), l'éducation est un des aspects des plus valorisés par les tisserandes de ces centres.

Quant à l'éducation, l'on pourrait se livrer à une interprétation bourdieusienne en termes de « capital » (et par là de « valeur ») : d'un capital économique qui se transforme en capital social par le

---

<sup>591</sup> Face à une possible interprétation psychologisante de ce genre de propos, il faut tenir compte des contraintes réelles et matérielles qui dépassent l'individu. Cette considération renvoie à la définition de la notion d'*empowerment* donnée au début de la section qui articule des aspects individuels et collectifs (Calvès 2009).

<sup>592</sup> Dans une moindre mesure celui de 2012, bien que l'auteur y mobilise aussi l'exemple de Nilda Callañaupa.

biais de l'école, qui assure la reproduction sociale (Bourdieu et Passeron 1964; cf. aussi Garcia 2015). Toutefois, l'éducation n'est pas qu'institutionnelle, car elle s'opère aussi au sein même des centres textiles. L'apport de ce chapitre réside précisément dans l'attention donnée à cette éducation *in situ*, lors des démonstrations textiles qui sont l'occasion, pour les *comuneras*, de développer une certaine maîtrise des langues étrangères et de leurs capacités oratoires. Et l'on peut y voir l'une des composantes des valeurs socio-économiques de l'activité textile, au-delà des interprétations bourdieusiennes<sup>593</sup>.

Pour revenir à la question de la valeur des actions, essentielle à mon travail, je rapproche le cas de Chinchero à celui des tisserandes en Inde, exposé par Soumhya Venkatesan (2009). Cette anthropologue montre en effet comment des tisserandes (*mat-weavers*) marginalisées (*marginalized, powerless, poor rural producers*) développent une *agency* par le biais de leur production textile, valorisée par l'élite indienne (*valorization of craft*), et promue par l'État et des ONG, pour le caractère patrimonial et nationalement symbolique de leur travail artisanal (*craft*) ; aspects patrimoniaux et de promotion de l'art-isanat aussi présents sur mon terrain (cf. chap. 2.3). Parler d'*agency*, que l'auteur définit comme la capacité à agir de manière effective (*act effectively*) (p. 78), revient à évoquer l'action produite dans le cadre de l'activité textile, une action conjointe entre humains et entités non-humains. Cette idée est d'ailleurs mobilisée par l'auteure, qui considère les textiles comme des acteurs (il utilise le terme « *acting things* », ou encore le concept de « médiateur » emprunté à Latour, cf. p. 85-6).

À travers l'activité textile, la valeur que ces *comuneras* tissent dans leur quotidien, liée au tourisme, ne se retrouve donc pas uniquement dans la production de l'art-isanat (cf. chap. 4) ou dans la manière de s'habiller (cf. chap. 5). Elle se retrouve aussi dans, et autour, de l'action opérée durant les démonstrations textiles destinées aux touristes. Cette action des tisserandes donne d'ailleurs de la valeur aux produits qui seront par la suite commercialisés dans les centres textiles, ne serait-ce que par gratitude vis-à-vis des explications données qui, je le rappelle, ne sont pas payantes. À cela il faudrait ajouter les éléments évoqués, ou le contexte de présentation avec des femmes vêtues de manière authentique ou traditionnelle (pour reprendre les termes utilisés par les touristes), pouvant motiver l'achat auprès d'un public qui est souvent en quête d'authenticité (cf. Filage et chap. 5). La valeur se matérialise ainsi dans les objets, comme le souligne par exemple Graeber (2001).

Ce type d'appréciations est non-négligeable pour des femmes (et des *comuneros* en générale) qui font l'objet de discriminations et de racisme (cf. chap. 5.4). Dans ce sens, les démonstrations textiles leur permettent de revendiquer une identité ethnique valorisée et valorisante, également au sens commercial du terme (i.e. ethnicité marchande). Cela se retrouve dans les commentaires des touristes

---

<sup>593</sup> Je ne mets pas en question la pertinence de ces interprétations. Les recherches que j'ai effectuées dans le cadre de mon étude ne me permettent toutefois pas de me prononcer. Il pourrait être intéressant de voir dans quelle mesure l'investissement des tisserandes dans leur éducation, ou dans celle de leurs enfants, reproduit les hiérarchies sociales ou devient un moyen pour les contrer.

au sujet de la beauté des *trajes típicos*, ou dans l'admiration qu'elles-ils éprouvent à l'égard du travail textile.

Si ces aspects monétaires, identitaires et éducatifs ont un effet sur l'*empowerment* féminin et alimentent la valeur socio-économique de l'activité textile, l'éducation des tisserandes interroge. En particulier, il reste à savoir : dans quelle mesure la valeur de cette activité sera-t-elle déplacée vers une autre activité, suite à la formation professionnelle des nouvelles générations dans des domaines tels que le tourisme ? Cela est déjà arrivé avec l'activité agricole, qui n'est plus une ressource structurante dans les Andes péruviennes, contrairement au tourisme, que les *comuneros* ont investi, comme par exemple à Amantani (Gascón 2005), ou encore dans le tourisme mystique chez les Q'eros (Cometti 2015), sans parler du TRC dans la région de Cusco (Pérez Galán 2012). Il faudrait voir si la valeur patrimoniale accordée au travail textile pourra faire le poids face à d'autres activités plus intéressantes sur le plan monétaire, et jouissant peut-être d'une meilleure reconnaissance sur le plan socio-professionnel, en dehors de la sphère touristique.

Il reste à voir en outre l'ampleur de l'*empowerment* féminin au futur, en termes de participation politique des *comuneras* et de répartition des rôles de manière concrète (pas uniquement sur le discours). Ces aspects montrent que si l'activité textile comporte bien une valeur socio-économique plurielle contribuant en quelque sorte à l'*empowerment* féminin, ce dernier doit pour autant redevenir une affaire multidimensionnelle, qui renoue avec le sens initial du concept. Pour « féminin » qu'il puisse paraître, il concerne tous les individus, *comuneros* ou non.

\*

Nous quittons désormais le monde des tisserand·e·s pour entrer dans celui des touristes et des souvenirs qu'elles-ils achètent, dont les textiles. Quelle valeur ont-ils pour ces voyageuses·eurs ? Nous verrons que, tout comme pour les tisserandes de Chinchero, les touristes accordent une grande importance aux textiles mais d'une manière différente. Il s'agit, d'une part, des valeurs que les touristes revendiquent dans l'acte d'achat, et d'autre part, de la valeur qu'acquière ces objets après cet acte.

## CHAPITRE 7

### LA VALEUR DES SOUVENIRS

#### « Merci beaucoup, vous aidez les communautés »

La fin du voyage approche. Derniers jours pour ramener des souvenirs et cadeaux. Le récit qui suit retrace mon expérience au sein du magasin de l'association faîtière *Inkakunaq Ruwaynin*<sup>594</sup>, créée en 2004 avec l'appui de l'ONG CBC et regroupant quatre différentes associations des communautés de Cusco : Huaran, Cacchin, Ch'ari, Choquebamba (55 tisserandes et un seul tisserand<sup>595</sup>). Cette expérience d'assistant de vente m'a permis d'interagir et de parler directement avec les touristes et m'a rendu sensible à l'importance de l'achat des textiles pour ces personnes, non seulement en tant que souvenirs ou cadeaux, mais aussi comme une manière de revendiquer certains valeurs. Ces valeurs sont d'ailleurs mobilisées par la publicité de l'ONG, la page Facebook de l'association, YouTube et les guides de voyage.

**J**e me retrouve dans le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin*, situé dans l'Hôtel *Casa Campesina* du CBC, ONG qui lui offre un espace de vente<sup>596</sup> à la ville de Cusco, au cœur du centre historique. À l'intérieur je suis en compagnie de Norma, la vendeuse originaire de Cusco, et Luz – une *comunera* tisserande. Cette dernière est assise près de la fenêtre qui donne sur l'avenue, d'où il est possible de la voir tisser à l'aide de son *telar de cintura*.

Le magasin fournit quelques informations sur l'association : la liste des communautés membres avec leur emplacement géographique, ainsi que le processus textile qui est récapitulé brièvement à l'aide de photographies. Un poster amplifié du dessin du Chroniqueur Guaman Poma d'Ayala décore aussi le mur. Celui-ci montre une tisserande de l'époque incaïque qui tisse dans un métier similaire à celui de Luz. Le magasin est rempli de divers objets que les membres de l'association élaborent, allant de petits objets comme des porte-clés tricotés aux grandes pièces comme les ponchos. Ces derniers sont accrochés sur les murs alors que d'autres objets tels que des écharpes ou chemins de table sont disposés sur plusieurs étagères. Les étiquettes décrivent brièvement l'association et sa mission qui est

---

<sup>594</sup> Le nom complet est celui d'« Association Centrale des Artisans et Artisanas du Sud Andin *Inkakunaq Ruwayin* » (*Asociación Central de Artesanos y Artesanas del Sur Andino "Inkakunaq Ruwaynin"*). Le récit et les informations qui suivent sur cette association sont issus principalement de mon expérience de terrain au sein du magasin d'*Inkakunaq Ruwayin* qui a eu lieu du 11 août au 4 septembre 2014. L'expérience a été restituée sous forme de rapport au CBC en contrepartie de ma collaboration avec l'association. Les entretiens ou d'autres données ethnographiques sur *Inkakunaq Ruwaynin* se limitent aux datés mentionnées, sauf dans les cas où elles sont mentionnées explicitement, qui correspondent aux différentes visites que j'ai effectuées au magasin *a posteriori*.

<sup>595</sup> Chiffre fournie par Eva Becker qui avait travaillé avec l'association jusqu'en 2016 (Eva Becker, 14.07.17).

<sup>596</sup> Cet espace est offert (sans location) dans le cadre d'une coopération avec *Inkakunaq Ruwaynin*. Cette association prend en charge les dépenses de gestion du local et le salaire mensuel de la vendeuse.

de fournir à ses membres un revenu plus « équitable » (*justo, fair*) tout en insistant sur le caractère manuel et écologique des pièces.

La porte s'ouvre. Un couple de touristes français·e·s entre dans le magasin, l'homme tient dans ses mains le guide du *Routard*, son index posé sur l'une des pages. Je saurai après qu'il s'agit de la page où apparaît *Inkakunaq Ruwaynin* dans une rubrique sur le commerce équitable, à l'instar d'autres guides comme *Lonely Planet* ou *Stefan Loose* (en allemand) qui encouragent l'achat dans ce type de magasins. Le couple parcourt le site en cherchant des textiles pour eux et leur famille. « C'est beau » affirme l'homme en lui montrant une écharpe. « Celle-ci plaira certainement à Jacques » réplique la femme. Je les écoute calculer les prix en euros qui leur semblent corrects « Ça par contre, un peu p'tit pour toi, non ? » réagit la femme lorsque son mari essaie un *chullo* sur sa tête. « J'aime bien cette couleur » dit-elle à propos d'un sac-à-main bleu. Aussitôt, elle ajoute : « par contre, 'faudra réfléchir aux valises » en laissant entendre qu'elles sont déjà pleines et lourdes.

Après les avoir laissés seul·e·s un moment, je me décide de les aborder pour leur donner d'autres explications, techniques et iconographiques. J'avais pris cette habitude, notamment lorsque j'avais du temps au cas où il n'y aurait pas beaucoup de visiteur·e·s ou si ceux-ci s'y montraient intéressés. Bavarder avec les touristes semblables à ce couple, me laissait voir progressivement que ces personnes avaient des motivations particulières pour effectuer leurs achats ici plutôt qu'ailleurs. Le doigt sur la page du *Routard* n'était donc pas une coïncidence : « On veut acheter quelque chose qui bénéficie aux producteurs directement » me dit l'homme. « En plus, c'est beau et traditionnel. On veut amener des choses qui nous rappelle le Pérou » ajoute la femme. « Pas n'importe quoi par contre », poursuit son mari, « c'est pour ça qu'on est ici ».

Ce type de discours était récurrent chez les visiteuses·eurs, pour la plupart des Nord-américains et des Européens, dans une moindre mesure des Sud-américains ou encore moins des Péruviens. Quelques jours plus tard Rachel, une touriste anglaise, me dit quelque chose de semblable : « Je voulais tout d'abord quelque chose qui soutienne les communautés (*something that supports communities*). Puis, je cherchais des produits de commerce équitable (*fair trade product*). Et quelque chose d'authentique (*something authentic*). Dans d'autres lieux, ceux-ci ne semblent pas trop authentiques (*they don't look too authentic*) ».

Des mots tels que « traditionnel » et « authentique » revenaient souvent dans le discours de la clientèle et se combinaient à d'autres appréciations en termes de « commerce équitable », d'esthétique, de qualité ou encore d'écologie. Le prix était un facteur moins important. Parfois certain·e·s touristes me demandaient un rabais, cependant de manière moins affichée que dans les autres centres artisanaux où j'avais travaillé auparavant. La plupart d'entre elles·eux acceptent le prix fixé sur les étiquettes et décomposé en différentes sous-catégories : coût (*costo*) de production, coût de vente et impôts. Le premier explicite ainsi ce qui revient directement à la tisserande.

Le couple a finalement réalisé son choix : une pair d'écharpes, un *chullo* et un sac-à-main. À la caisse, Norma place les objets dans un sac et leur dit avec un sourire : « Merci beaucoup, vous aidez les communautés (*están ayudando a las comunidades*) ».

\*

Comme l'annonce le titre du chapitre, celui-ci traite de la valeur des souvenirs auprès des touristes. La « valeur » doit être comprise comme un terme générique puisqu'elle se décline au pluriel, comme je l'ai montré dans les chapitres précédents, ou encore dans l'introduction générale. Dans cette discussion théorique, j'ai aussi souligné le caractère potentiellement personnel que recouvre cette notion (Aspers et Beckert 2011: 22; Hutter 2011; Stark 2011: 327; Turgeon 2007: 24). Je montrerai ici comment la valeur se personnalise selon l'individu ou le lieu de l'achat, à travers des processus de valuation. De leur côté, les « souvenirs » doivent être appréhendés dans leur double acception en français, comme objet matériel et acte de remémoration. Pris dans ce double sens, le chapitre pose la question suivante : quelle est la valeur des souvenirs ?

Le titre résume l'idée principale du chapitre à savoir, une série de valeurs qu'endossent ces souvenirs autant au moment de l'achat – comme le montre le couple français et Rachel (par ex. commerce équitable, authenticité, aide aux communautés) – qu'après celui-ci, chez soi. Ces valeurs se rapportent autant à la matérialité textile qu'à sa dimension imagée, cognitive, sensorielle et affective, créée par un contact personnel, relationnel entre l'humain et un objet qu'elle ramène d'un moment vécu ailleurs, en l'occurrence de son expérience touristique au Pérou. Cela nous ramène, d'une part, à l'idée d'inter-action humains-objets évoquée dans l'introduction, et d'autre part, à la relation étroite entre valeur-action-matérialité défendue dans mon travail.

L'étude des souvenirs est intéressante non seulement parce qu'elle permet de considérer une pratique commerciale importante chez les touristes (Morgan et Pritchard 2005; Kim et Littrell 2001), mais aussi parce qu'elle constitue un point d'accès privilégié pour aborder sa relation intime avec le tourisme<sup>597</sup>. L'intérêt réside aussi dans leur importance au quotidien des personnes, dont la valeur transcende la pratique et le séjour touristique, notamment dans l'acte de remémoration (deuxième acception du souvenir). Cela permet de prolonger l'horizon de mon étude en dehors des frontières péruviennes pour apercevoir son aspect plus étendu où les humains et les objets continuent à entretenir une relation constante bien qu'intermittente. À ma connaissance, il n'y a pas d'étude qui aborde la question des souvenirs dans leur double acception et des valeurs qu'ils endossent, en tout cas pour les textiles andins, objets prisés par les touristes au Pérou. Bien que la situation se soit certainement améliorée, cela vise à combler une certaine « pénurie contemporaine des études [sur la relation entre objet et mémoire] » que déploraient Octave Debary et Laurier Turgeon (2007a: 2-3) dans le monde académique anglophone et francophone, traité ici à partir des souvenirs. D'autre part, l'étude des

---

<sup>597</sup>Par exemple, dans les Alpes, « [l]es premiers témoignages sur la présence d'artisanat à valeur de « souvenir » apparaissent vers la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, époque où les pratiques touristiques s'affirment » (Perlès 2007: 202; cf. aussi lien avec le Grand tour du XVIII<sup>e</sup> siècle chez Kwint 1999: note 27).

souvenirs répond à l'appel de Nigel Morgan et Annette Pritchard (2005: 34) sur la nécessité des travaux empiriques s'intéressant davantage aux significations et aux valeurs acquises par ces objets auprès des touristes.

J'aborde le sujet à partir d'une étude ethnographique auprès des touristes avec qui j'ai pu m'entretenir ou observer non seulement dans le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* mais plus largement dans d'autres lieux commerciaux, en particulier les centres art-isanaux. Mon expérience du côté de la vente dans ces deux endroits m'a offert un accès direct aux discours et pratiques des touristes. En outre, le fait d'être touriste voyageant seul ou en compagnie, par exemple des huit amis m'ayant rendu visite, m'a aussi aidé à prolonger cette expérience ethnographique et à garder une posture réflexive. Je complète l'étude ethnographique avec une approche phénoménologique et auto-ethnographique sur la question à partir de mon propre vécu en tant qu'acheteur-touriste et usager des textiles en Suisse. Cette expérience permet de restituer un rapport humain-objet textile qui peut être très personnel. Cela nuance les travaux sur la valeur qui tendent à insister sur le caractère collectif de cette notion, de manière spécifique dans les études sur les Andes, et plus largement en anthropologie (cf. Filage).

Ce chapitre est structuré en trois sections. La première section revient sur quelques éléments théoriques du concept de « valeur » et sa relation avec les objets et l'action (ou inter-action pour reprendre mes termes). Cette section articule les deux suivantes et qui sont plutôt de caractère ethnographique, l'une sur le souvenir matériel et l'autre sur le souvenir mental, l'une appréhendée plutôt lors de l'achat de textiles au Pérou, l'autre plutôt du retour chez soi.

À partir de la matérialité textile et en confrontant le cas des centres textiles avec celui d'*Inkakunaq Ruwaynin*, la deuxième section met en évidence les diverses valeurs revendiquées par les touristes lors de l'achat des textiles, en lien avec le discours institutionnel qui sous-tend et soutient ces valeurs. La mise en pratique de ces revendications se heurte cependant à une série de considérations de la part des touristes lors de l'acquisition de pièces textiles (prix, esthétique, volume/poids, etc.). Ces pratiques commerciales des touristes portent un éclairage sur les processus de valuation (cf. Filage), qui constituent les valeurs mises en avant par ces personnes. Comme évoqué dans l'introduction, l'émergence du commerce équitable montre par exemple les valuations en termes de valeurs éthiques (Gourevitch 2011; Zick-Varul 2009), type de valeur mobilisé sur mon terrain, entre-aperçu au cours de mon récit introductif et que j'aborderai plus loin (cf. chap.7.2.3.1).

La dernière section aborde la question des souvenirs sous leur forme mentale ou cognitive produite par l'inter-action des humains avec la matérialité textile, acquise lors du voyage ou reçue comme cadeau. Cette inter-action permet d'insister sur le caractère involontaire, sensoriel, émotionnel et personnel de ce type des souvenirs, à l'instar de la fameuse expérience de Marcel Proust avec sa madeleine.

Le chapitre ouvre une réflexion sur la valeur des actions au quotidien qui s'étend au domaine intime des souvenirs et aux touristes, pas seulement aux gens de Cusco. Ce faisant, ce dernier chapitre

approfondit encore un peu plus la manière dont j'ai traité la valeur dans les chapitres précédents, et permet d'élargir la cartographie des valeurs proposée jusqu'ici, au-delà des frontières de Cusco.

## 7.1 Les valeurs des objets dans l'action

Sur mon terrain, les personnes, en particulier des touristes, m'ont parlé d'une série d'éléments vis-à-vis des objets textiles qui se rapportent à des choses auxquelles elles tiennent, qu'elles apprécient ou jugent importantes : beauté, authenticité, promotion de l'artisanat, souci écologique, etc.

À ce propos, je trouve significatif le discours des huit ami·e·s européens qui m'ont rendu visite au Pérou et avec qui je me suis entretenu de façon plus approfondie, par oral et écrit. Mes ami·e·s m'ont parlé en termes de « valeur » notamment pour distinguer la production manuelle de l'industrielle : « un produit industriel a une valeur inférieure à celle d'un produit fait à la main (*valore molto inferiore ad uno fatto a mano*) » (Albi, 06.07.14) ; « Un produit artisanal a plus de valeur car plus long à être produit et avec une valeur un peu unique car l'artisan ne peut pas refaire exactement la même production » (Juliette, 28.06.17) ; « Acheter un produit authentique renvoie aux valeurs 'non-consuméristes' et donc en l'achetant, tu t'identifies comme non consommériste et ça flatte ton égo » (Timo, 13.07.14) ; « je pense accorder une plus grande valeur émotionnelle aux petits bracelets que j'avais achetés à cette petite dame dans les montagnes qu'aux pantalons [de confection industrielle] que j'ai achetés dans un magasin à Puno par exemple » (Manon, 13.07.14). Au même titre, Pierre, un jeune touriste français que j'ai connu plus tard, m'a parlé de son bonnet qui lui rappelait Amantani, île du lac Titicaca où il l'a acheté, et du fait que par son usage durant le voyage « il a acquis une valeur sentimentale » (Pierre, 05.08.14). Le terme « valeur » revenait ainsi souvent dans leurs discours, verbalisé de manière assez explicite.

En m'appuyant sur ce discours j'emploie le concept de « valeur » pour faire référence justement à ces appréciations ou aux jugements vis-à-vis de ces objets, tant au moment de l'achat qu'après celui-ci, comme le laissent entendre les touristes français·e·s Pierre et Manon. D'ailleurs, cette dernière évoque une comparaison renvoyant aux processus de valuation « qui constituent les valeurs » (Callon 2013: 268).

Comme je l'ai rappelé précédemment, j'utilise le pluriel étant donné que la valeur se décline en plusieurs aspects qui sont non seulement revendiqués mais varient également d'une personne à l'autre ou d'une situation à l'autre, par exemple selon le lieu d'achat. Ce concept comprend en outre une dimension émotionnelle/sentimentale, évoquée aussi par Manon et Pierre.

Dans cette section, je ferai référence au travail de David Graeber (2001) *Toward an Anthropology Theory of the Value*. Son ouvrage constitue une tentative de création d'une théorie générale sur cette notion, et bien que l'on ne soit pas d'accord sur la valeur heuristique d'une telle théorie (cf. Filage), il propose des idées intéressantes à retenir pour ce chapitre. Sa théorie permet en effet de revenir sur la relation entre valeur, action et matérialité, essentielle dans mon travail. Rappelons-nous brièvement que :

- 1) Graeber propose une théorie du plaisir (*theory of pleasure*) qui insiste sur l'aspect social de la valeur (p. 260) et sur le désir (p. 150). On retrouve cette relation valeur-désir dans d'autres auteur·e·s comme Simmel (1978: 66).
- 2) Graeber associe la valeur à quelque chose qui mobilise les désirs (*mobilizes the desires*) pour les personnes qui la reconnaissent (*recognize it*), et les incite à l'action de leur part (*moves them to the action*) (p. 105). D'autres auteur·e·s (par ex. Stark 2011; Munn 1986, 1983, 1977; cf. aussi *performative acts* chez Lambek 2013) relie aussi valeur et action (cf. aussi la relation valuation et action chez Muniesa 2011).
- 3) Pour cette anthropologue cette « valeur des actions » (*the value of actions*) est contenue dans la matérialité des objets (*physical beings of the objects*) (p. 105). D'autres auteur·e·s (par ex. Stark 2011; Beckert 2011; Campbell 1987; Simmel 1978) relie aussi valeur et matérialité. Cela se manifeste par exemple dans la fétichisme de la monnaie chez Marx, où l'argent est devenu une valeur en soi (*money as a value itself*) qui motive l'action humaine comme objet de désir (Graeber 2001: 66-67). Il s'agit de la « valeur-argent » de Marx que j'appelle « valeur monétaire » mobilisée notamment par les touristes que j'ai observé·e·s.
- 4) Pour Graeber, il n'existe pas des « cadeaux purs » (*pure gifts economy*) ou des « marchandises pures » (*pure commodity economy*) (p. 36, 41-46)<sup>598</sup> (cf. aussi Widlok 2013: 12-3; Henry et al. 2013: 45; Appadurai 2010a: 12-3). L'achat des cadeaux par les touristes est une bonne illustration d'un objet qui quitte son statut de marchandise (*decommodification* chez Kopytoff (2010) ou *ex-commodities* chez Appadurai 2010a). Ces pratiques s'inscrivent dans des dynamiques du don (cf. Godelier 1996; Mauss 1950; cf. aussi *performative acts* chez Lambek 2013), opéré ici au sein d'un système marchand<sup>599</sup>, comme j'ai pu le montrer avec les touristes.
- 5) Enfin, pour Graeber, la « réalisation de la valeur » (*realization of value*) se rapporte toujours à « un processus de comparaison » (*process of comparison*) (p.87). Il mentionne l'exemple des biens et services du marché, dont il est particulièrement question ici dans le cas des textiles. Cela renvoie aux processus de valuation mis en avant notamment par les *Valuation Studies* (cf. Filage).

Ces cinq points sont pertinents pour la suite, pour mieux comprendre la relation entre valeur, action et textiles andins achetés par les touristes à Cusco. La théorie de Graeber permet de concevoir une multiplicité de valeurs qui peuvent se succéder, s'opposer ou se juxtaposer, comme le soulignent les *Valuation Studies* (cf. Helgesson et Muniesa 2013: 7). Cela fait écho à la dimension comparative

---

<sup>598</sup> Il affirme cela en s'appuyant sur d'autres travaux comme celui de Christopher Gregory (1998) en Papouasie Nouvelle-Guinée et encore sur ceux de Nancy Munn (1986, 1983, 1977) (cf. aussi référence au groupe MAUSS in Graeber 2001: 161, 225).

<sup>599</sup> Je n'aborde que très superficiellement la thématique du don auprès de touristes, ayant dédié mon travail ethnographique plutôt à leurs pratiques marchandes (où le don est évoqué sous forme de cadeaux destinés à un proche). Pour une lecture actualisée du don, cf. Godelier (1996), qui s'intéresse aussi aux échanges marchands. Il rappelle que le don n'est pas nécessairement associé aux objets (danse, magie, etc.) (p.141). Cf. aussi Widlok (2013), qui préfère utiliser le terme « partage » et le relie à la question de la valeur et de l'action.

exposée par Graeber, ainsi qu'au processus de valuation, ici à caractère marchand (Callon 2013; Beckert et Aspers 2011). La valeur monétaire doit être prise en compte puisqu'elle entre en jeu dans les considérations d'achats de souvenirs des touristes, bien qu'elle soit différemment mobilisée et puisse être reléguée à un deuxième plan par rapport à d'autres valeurs (cf. notamment section 7.2.3). Parmi ces considérations, nous verrons que certaines sont associées au commerce équitable ou à des aspects écologiques, que des auteur·e·s comme Marion Fourcade (2011) qualifieraient de « valeurs morales ». Ces types valeurs morales « peuvent motiver l'action et former les bases pour le jugement des biens (*assessment of goods*) » (Aspers et Beckert 2011b: 6), ce qui renvoie, d'une part, aux processus de valuation, et d'autre part, à la relation entre valeurs et action que l'on retrouve chez Graeber et que je privilégie dans mon travail. Comme je le montrerai, un objet peut en outre endosser une valeur liée au souvenir de la personne qui l'a offert, bien que d'autres valeurs de type esthétique ou associées à la qualité de la pièce reçue puissent aussi s'entremêler<sup>600</sup>. Ces dernières sont aussi considérées dans les processus de valuation marchande des touristes.

La question de la valeur associée aux souvenirs personnels met en évidence les limites de la théorie de Graeber qui, à l'instar d'autres auteur·e·s, insistent sur l'aspect social de la valeur. C'est un point que j'ai critiqué chez les études sur les textiles andins qui prennent peu en compte la dimension individuelle (cf. Filage). Si ces études mobilisent le concept de « valeur », elles le font souvent dans le sens social ou culturel du terme, bien que quelques travaux évoquent cette dimension (p. ex. la valeur individualiste chez Aspers et Beckert 2011; la valeur des émotions chez Hutter 2011; cf. aussi Stark 2011: 327; Turgeon 2007: 24).

Dans le but de combler cette lacune, je mobilise le travail d'Anne Beyaert-Geslin (2015: 140-45), qui revient sur le concept de « valeurs des objets ». Pour elle, dans la multiplicité d'acceptions, la valeur renvoie d'abord au sens saussurien de « ce qui importe » (sens linguistique de la valeur « *meaningful difference* » selon Graeber 2001: 2). L'auteure rapproche cela à la désirabilité de l'objet qui provoque l'investissement de la part des sujets, ce qui fait écho à la théorie du désir chez Graeber. Bayaert-Geslin parle explicitement d'une série de valeurs « esthétiques, véridictoires, éthiques et affectives qui nous attachent aux objets » (p. 140). Elle rappelle enfin que « la valeur d'un objet n'est pas définitive » (p. 141) mais qu'elle est reformulée constamment selon la personne ou l'époque (ce dernier élément est soulevé également par Graeber dans son analyse historiographique et ethnographique). L'auteure cite par exemple les objets anciens qui reprennent de la valeur dans le présent. Elle parle ainsi d'un travail de « revalorisation qui révisé le découpage catégoriel canonique des valeurs » (p. 141). Cela rappelle la dimension dynamique de la notion de « valeur », inscrite dans des processus de valuation situés dans un espace-temps précis.

---

<sup>600</sup> Morgan et Pritchard (2005: 44-45) affirme qu'un objet peut être investi de nouvelles significations (*meanings*). C'est le cas par exemple d'une gomme en forme de tour Eiffel (*Eiffel Tower-shaped pencil rubber*) que Nigel Morgan a reçu comme cadeau d'un collègue de travail qui, après un voyage en France, lui fait penser à ce voyage.

Beyaert-Geslin (2015: 142) conclut que « [t]out se passe donc comme si la valeur ne dépendait plus de l'objet lui-même (le matériau, le savoir-faire, ...) mais de la relation que j'ai [la personne a] construite avec lui ». C'est ce qu'elle qualifie des « valeurs d'attachements », d'ordre privé et intime et qui se distinguent des valeurs d'échange et d'usage (cf. aussi Stewart 1999: 135). D'où le fait que certaines choses « n'ont pas de prix ». Ce n'est pas « que leur valeur économique excède le prix, mais plutôt parce qu'elle renie toute idée de négociation qui risquerait de défaire le lien noué avec le propriétaire » (Beyaert-Geslin 2015: 143). Ces considérations sont aussi présentes chez Graeber quand il évoque par exemple l'articulation entre économie des cadeaux et marchande.

Si sur différents aspects ces deux auteur·e·s partagent des points communs, ce qui m'intéresse davantage dans la conceptualisation des valeurs chez Beyaert-Geslin est leur caractère multiple, subjectif, changeant et relationnel, moins explicite chez Graeber. C'est la « mise en contact » personne-objet à laquelle elle se réfère, qui crée de la valeur de manière différenciée. Cet aspect permet de compléter l'analyse de Graeber dans la relation valeur-action-objet. Car il ne s'agit pas uniquement d'une intentionnalité humaine comme l'entend ce dernier (*intentional acts*) (Graeber 2001: 134), mais d'une valeur qui se crée dans l'inter-action<sup>601</sup> et qui ne dépend donc que de cette intentionnalité. À ce propos, Turgeon (2007: 19) affirme, en parlant des « valeurs complexes » de l'objet, que celui-ci peut « posséder un pouvoir de représentation et agir sur les processus cognitifs ». Cela se rapproche d'une perspective ANT avec l'idée de l'incertitude quant à l'origine de l'action (Latour 2006), tout en ajoutant cet aspect cognitif que je n'ai pas trouvé dans l'ANT, d'après ma lecture de Latour (2006) et d'autres travaux cités dans l'introduction.

Cette posture me permet d'intégrer les souvenirs mentaux dans la catégorie analytique des valeurs qui non seulement rappellent le voyage mais aussi provoquent des émotions, ce qui rejoint les « valeurs d'attachement » dont parle Beyaert-Geslin ou la « valeur émotionnelle » ou « sentimentale » chez Manon et Pierre respectivement. En ce qui concerne l'argument de l'intentionnalité chez Graeber, celui-ci peut être mis en question selon les situations. À l'instar de l'exemple connu de la madeleine de Proust nous verrons que les souvenirs, issus des interactions avec les objets, sont involontaires et peuvent donc échapper à l'intention et au contrôle (cf. section 7.3.3.1).

Cette posture privilégie certes les valeurs des actions de Graeber (valeur que je mets au pluriel), mais évacue son discours sur l'intentionnalité des actions. Contrairement à Graeber dont la théorie de la valeur est appréhendée d'un point de vue historique et collectif (cf. notamment Graeber 2001: chap. 7), je l'appréhende plutôt comme située (contextuelle) et personnelle inscrite dans une relation humain-objet. Car « la valeur de l'objet reste subjective et variable » (Turgeon 2007: 24) bien que, comme nous le verrons, il existe des valeurs partagées collectivement.

---

<sup>601</sup> Ici le terme renvoie à la fois à la mise en contact évoquée par Beyaert-Geslin et à l'action co-partagée défendue dans ce travail, et que j'ai développée dans l'introduction.

## 7.2 Achat textile et valeurs des souvenirs matériels

### 7.2.1 Raisons de l'achat textile : utilitarisme, souvenirs et cadeaux

D'après mon expérience de terrain, les touristes effectuent les achats pour trois raisons principales, quelque soit le lieu. Celles-ci regroupent les deux types d'achats (pour soi et pour les autres) décrits par Soyoung Kim et Mary Littrell (2001) dans « Souvenirs Buying Intentions for Self versus the Others ».

La première raison peut être d'ordre utilitaire et d'usage immédiat et donc quelque chose qui s'avère utile durant le voyage. C'est notamment l'exemple de nombreuses·eux touristes qui achètent des bonnets ou pulls pour supporter le froid sur place, à l'instar de Maya. Cette suisse·s qui combinait cours d'espagnol et tourisme s'est sentie obligée d'acheter des « choses pour l'hiver » n'ayant pas prévu suffisamment d'habits chauds. De même Anna, touriste italienne voyageant en couple avec Andrea, avait acheté un pull pour effectuer un trek à Cusco (i.e. Salkantay) tout en affirmant qu'elle l'utiliserait pour faire du ski en hiver en Italie (Anna, 14.09.14).

La deuxième raison est associée à l'acquisition d'un souvenir. Ce type d'achat peut s'effectuer lors du voyage bien que la plupart tendent à y consacrer leurs derniers jours, comme j'ai pu le constater et même pratiquer. Toutefois, la valeur esthétique d'un objet tenu pour « unique » ou que l'on risque de ne pas trouver ailleurs ou plus tard, peut subitement encourager l'achat. J'ai rencontré par exemple Karolina, une amie suisse·s voyageant avec sa sœur qui m'a confié avoir acheté des textiles en Bolivie et à Cusco durant leur voyage car elle n'était pas sûre d'en retrouver après.

La troisième raison est l'achat de cadeaux, pratique fréquente chez les touristes lors de l'acquisition des souvenirs. Si les souvenirs relèvent davantage d'un achat pour soi (souvenir personnel), le couple ou la famille (souvenir collectif), les cadeaux par définition sont destinés à autrui. Les donataires peuvent être la·le conjoint·e (ou partenaire), la famille, les ami·e·s ou plus largement l'entourage comme les collègues de travail (cf. à ce propos Fourcade (2005: 259-61) qui parle des « véritables réseaux d'échange »).

Ces trois raisons ne sont pas clairement dissociables et peuvent cohabiter, voire s'enchevêtrer. En témoigne le cas des huit Français·e·s avec qui j'ai voyagé (cf. chap. 5-6). Certain·e·s avaient acheté chez Rosa par exemple des pulls car ils avaient froid. Cependant, ces pulls peuvent en même temps devenir des souvenirs comme l'avait anticipé un des Français·e·s en discutant avec sa femme : « en plus cela fera un souvenir du voyage ». Parallèlement, ces personnes avaient acquis des textiles au *Parque de la Papa* et à Chinchero pour « faire des cadeaux », comme l'ont affirmé explicitement certain·e·s.

Peu importe l'objet acheté ou la raison, comme nous le verrons, celui-ci devient ou deviendra (sans le prévoir nécessairement) un souvenir du voyage ou de la·du donataire.

### **7.2.2 Valeurs monétaire et esthétique : le cas des centres artisanaux de Cusco**

L'achat textile s'étend sur un espace commercial large et demeure important par rapport à l'ensemble des courses des touristes. Rien que la ville de Cusco offre un nombre considérable de commerces qui y sont dédiés (cf. chap. 2 sur caractère multi-situé des textiles andins), principalement des centres artisanaux qui abondent dans la ville. Loin de se limiter à l'espace commercial cusquénien, le modèle des centres artisanaux est répliqué ailleurs au Pérou, notamment à Lima qui en abrite également en nombre considérable et de grande taille. Dans la région cusquénienne, de façon permanente ou ponctuelle, des foires ou des expositions artisanales (*ferias artesanales*, *exposiciones artesanales*) se greffent à ces centres (cf. exemple du marché dominical à Chinchero cité dans le chapitre 5). Je me focalise ici sur les centres artisanaux – lieux-phares pour l'achat des souvenirs – afin de le comparer au cas de *Inkakunaq Ruwaynin* qui, comme nous le verrons, promeut fortement des valeurs non monétaires, à l'instar d'autres initiatives similaires où les touristes se soucient moins du prix.

Chaque jour de nombreux touristes fréquentent les centres artisanaux ou d'autres endroits qui proposent un format semblable. « Si je veux quelque chose à bon marché (*cheap*), je vais au *Mercado San Pedro* » m'a par exemple confié Carrie, une jeune états-unienne qui alternait recherche en biologie et tourisme. Le marché auquel elle fait référence est désormais un lieu de forte fréquentation touristique et abrite une allée principale destinée à la vente artisanale (*artesanía*). Comme Carrie d'autres touristes se rendent dans ces lieux pour faire de « bonnes affaires », en cherchant des prix intéressants. Les commerçant·e·s rectifient souvent cette quête et le verbalisent : « entrez, je vous fais un bon prix » (*le hacemos un buen precio*), « je vous fais le prix de production » (*precio de productor*), etc.

Du côté de la clientèle, la pratique de marchandage est courante et renforce cette fixation sur le prix, à quelques exceptions près, comme le cas de Heidi que je citerai plus bas. « Trop cher », « un rabais », « combien le dernier prix (*¿cuánto último?*) » ce sont des phrases que j'ai entendu à plusieurs reprises, soit en tant que vendeur ou lorsque je faisais mes achats. La quête d'un bon prix peut aussi s'expliquer par un budget assigné pour le voyage comme me l'ont explicité Albi et Eli. Ce couple italien qui a visité le Pérou avec moi m'a expliqué qu'il fixe un budget, de préférence à ne pas dépasser, même s'il en a les moyens. Le cas des trois frères chiliens, dont le but du voyage était d'aller au Machu Picchu, en est aussi exemplaire. « On a dépensé presque tout pour le Machu Picchu » m'a confié Julio l'aîné, pour justifier la quête des souvenirs et cadeaux à bas prix dans les centres artisanaux où je les ai accompagnés.

La focalisation sur le prix tend ainsi à privilégier ces centres, sans évacuer la question esthétique qui motive souvent l'acquisition d'un produit plutôt qu'un autre. Comme Carrie qui affirmait chercher de « jolies » choses lors de ses achats, d'autres font de même. Par exemple, j'ai accompagné une fois Heidi, une autre états-unienne, pour faire des cadeaux à la famille. Elle appréciait surtout l'aspect esthétique des objets textiles qu'elle cherchait (i.e. *lliqla* et bonnets), particulièrement la couleur, en

se souciant peu du prix. Son exemple montre comment dans certains cas la valeur esthétique prime sur celle monétaire<sup>602</sup>, à tel point qu'elle est déterminante pour l'achat d'un produit. Le couple prix-esthétique va ainsi souvent de pair. J'ai pu le constater non seulement à travers mes entretiens auprès des touristes mais aussi par l'intermédiaire de mes propres pratiques (cf. plus bas section 7.2.4).

Dans le cas des textiles, l'offre des prix intéressants se couple avec le facteur de production à savoir, les pièces élaborées industriellement (ou dans certains cas issus du *telar* ; cf. chap. 4.3.5). C'est ce que constatait Sonia, propriétaire d'un magasin dans le quartier de San Blas où l'on trouve des négocees suivant le modèle des centres artisanaux, à une plus petite échelle : « la majorité [des touristes] achète de l'industriel. J'ai dans mon négoce (*tienda*) ce type de textiles [manuels]. Mais pas tout le monde les apprécie. Seulement celles·ceux qui connaissent. De plus, le prix a augmenté et [les touristes] préfèrent l'industriel » (Sonia, 11.09.14).

Ayant travaillé dans deux commerces au sein de centres artisanaux, j'ai pu constater d'un côté, la fixation sur le couple prix-beauté et de l'autre, la production de nombreuses pièces textiles (parfois hybrides ; cf. chap. 2) élaborées à l'aide du tissu industriel (i.e. textiles d'imitation industriels). Les centres artisanaux regroupent ainsi ces aspects qui les caractérisent notamment : prix bas et production fortement industrielle. Ce sont deux aspects clés qui les distinguent considérablement d'autres magasins comme celui d'*Inkakunaq Ruwaynin* où les prix sont plus élevés et la fabrication est exclusivement (au moins majoritairement) manuelle.

Je distingue donc ces deux ensembles qui retracent respectivement et relativement la production manuelle et la production industrielle, ce qui se traduit par le prix. C'est une tendance puisque les centres artisanaux possèdent aussi une production manuelle, élaborée souvent par des tisserand·e·s des communautés ; bien qu'en moindre mesure, les négocees semblables à celui d'*Inkakunaq Ruwaynin* peuvent incorporer également des pièces industrielles que les membres de l'association ont acheté ailleurs. Nous verrons plus bas l'importance de la distinction manuel/industriel dans le discours des touristes et leurs possibles implications notamment sur les décisions du lieu d'achat.

Quoi qu'il en soit, la valeur monétaire demeure un élément distinctif entre ces deux ensembles. Elle configure notamment la clientèle selon le pouvoir d'achat et comme nous le verrons, selon le désir de revendiquer d'autres valeurs non monétaires, des valeurs qui passent fortement par la capacité de pouvoir se procurer ces objets, autrement dit, par le pouvoir d'achat. D'où une clientèle majoritairement étrangère, notamment nord-américaine et européenne, dont l'échange de devise leur est favorable par rapport à la monnaie locale. Pour cette raison j'ai rarement eu affaire à des touristes

---

<sup>602</sup> Tout comme Carrie, Heidi représente un cas particulier de touriste, car elle travaillait pour une ONG et alternait son activité avec le tourisme dans son temps libre (cf. catégorie « touriste » dans Filage). Son cas est significatif des pratiques commerciales comme les courses pour les cadeaux, observables chez d'autres touristes. Une différence par rapport à d'autres de ses compatriotes était son détachement pour la valeur monétaire des objets. Elle affirmait explicitement que l'argent ne témoigne pas forcément la qualité et que l'on peut aussi être arnaqué lors de l'acquisition d'un produit cher (Heidi, 08.03.14).

péruvien·ne·s et encore moins à des Cusquéniens·ne·s dans le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin*, contrairement aux centres textiles où la clientèle était plus mixte et plus nationale également.

Si la valeur monétaire couplée à une autre d'ordre esthétique, prime dans les centres artisanaux et commerces semblables, la situation est différente dans des magasins comme celui d'*Inkakunaq Ruwaynin* que j'exposerai ci-dessous ; bien que ces deux formes de valeurs ne disparaissent pas totalement.

### **7.2.3 Motivations et valeurs non monétaires : le cas d'*Inkakunaq Ruwaynin***

J'ai suggéré précédemment trois raisons d'achat : d'ordre utilitaire, achat de souvenirs et de cadeaux. Dans un but analytique, je distingue celles-ci de ce que j'appelle des motivations, bien que ces dernières s'inscrivent dans les premières. Autrement dit, peu importe la raison, les touristes mobilisent différentes motivations qui les poussent à acquérir une pièce, notamment du textile. Les propos de Manon illustrent bien cette idée : « j'apprécie beaucoup le travail à la main, les motifs et surtout les couleurs des textiles péruviens. Je sais que tout ce que j'ai acheté je continuerai à l'utiliser une fois rentrée [...] et j'ai voulu offrir pas mal de cadeaux aussi, tout en essayant d'encourager des artisans et petits producteurs ». La toute dernière phrase relève de manière assez explicite l'entremêlement des motivations et raisons d'achat.

Comme nous le verrons, ces motivations sont liées aux différentes valeurs revendiquées par les personnes au moment de leur achat. Bien que des valeurs non monétaires ne la dépassent pas totalement, la valeur monétaire (i.e. prix) tend à devenir secondaire en faveur de celles-ci (malgré le fait que cela se réalise toujours à travers une transaction commerciale). Il s'agit par exemple de la valeur accordée au travail manuel ou au travail des artisan·e·s en général, comme le soulève Manon. Je distingue en tout trois motivations principales souvent juxtaposées. L'exemple d'*Inkakunaq Ruwaynin* nous permettra de mettre chaque motivation en évidence et d'en faire le lien avec d'autres initiatives semblables telles que le CTTC, La *Ruta del Barroco Andino*, *Caritas Cusco* et *Awana wasinchis*. J'emploie exprès des verbes tel que « faire », « soutenir » et « devenir » dans les sous-titres pour souligner l'action affirmée par ces personnes à travers le commerce.

#### **7.2.3.1. Faire du commerce équitable : soutenir les tisserand·e·s**

Étant donné son étiquette de « commerce équitable », le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* devient un espace propice pour revendiquer cette forme de commerce par le biais de l'achat textile. Son exemple permet de faire le lien avec d'autres initiatives mettant en lumière ce type de motivation forte présente lors des achats.

La majorité des touristes avec qui je me suis entretenu dans le local d'*Inkakunaq Ruwaynin* m'a en effet parlé de leur désir de faire du « commerce équitable ». Bien que pas toujours verbalisés sur cette étiquette, ces personnes emploient d'autres termes pour signifier leur motivation de venir en aide aux productrices·eurs (si les bénéficiaires directes sont majoritairement des femmes, les personnes

emploient le générique masculin pluriel). Dans le récit introductif, j'ai mentionné le couple français qui s'est rendu exprès dans ce but-là, sachant grâce au guide du *Routard* qu'il s'agissait d'un magasin de commerce équitable. À l'instar du couple, d'autres touristes verbalisent cette motivation, comme Rachel, citée aussi dans le récit introductif, où elle affiche son désir de « soutenir les communautés ». Hans, un autre touriste allemand m'a aussi confié qu'il souhaitait « que l'argent aille aux gens (*people*) [...] non pas aux entreprises (*enterprise*) » (26.08.14). D'autres comme le Suédois Kris soulignait également cet aspect, même si pour lui, le prix était encore « loin d'être juste » si l'on tenait compte du temps du travail (Kris, 26.08.14).

De nombreux touristes choisissent ces formes de commerce qui court-circuitent les intermédiaires non seulement dans la vente textile mais plus largement dans le marché touristique. Cela se manifeste même chez des personnes que j'ai rencontrées en dehors du magasin. Par exemple, Carrie, qui se rend souvent au *Mercado San Pedro* pour trouver des prix bas, soutient que, dans d'autres circonstances, elle préfère acheter directement chez le·la fabricant·e (*producer*) ou l'organisation, si elle visait un bénéfice direct aux personnes. Un autre jeune états-unien, alternant études et tourisme, dit à ce propos : « quand je donne l'argent à la personne, je sais qu'elle va rester avec l'argent. Et cela me plaît beaucoup [...] je veux soutenir son business (*negocio*) ». J'ai aussi rencontré Mai, une touriste asiatique qui m'a raconté avec fierté que l'argent issu de l'achat de son écharpe allait directement à la tisserande. Elle avait acquis la pièce auprès de l'association *Awana Wasinchis* qui, dans le cadre du commerce équitable, déclare explicitement participer à l'« amélioration économique de ses membres » (i.e. plus de 250 tisserand·e·s des 12 communautés andines de Cusco)<sup>603</sup>.

Ces pratiques commerciales des touristes se traduisent plus globalement dans leur façon de voyager. À l'instar d'Albi et Eli, un couple qui choisit des voyages qui bénéficient de préférence les populations locales plus directement<sup>604</sup>, d'autres touristes cherchent également ce genre d'alternatives plus « éthiques » de manière organisée (i.e. tour) ou indépendante. Ceux-ci vont dans la mouvance d'un tourisme qualifié souvent de « soutenable » ou « durable » (cf. Mowforth et Munt 2009). Anna d'Italie m'a aussi affirmé sa préférence pour des « négoce·s solidaires » (*negozi equo e solidali*).

Au même titre qu'*Inkakunaq Ruwaynin*, d'autres commerces ou associations affichent également le caractère « juste » (*comercio justo*) ou « équitable » (*fair trade*). C'est le cas d'*Awana Wasinchis* mentionné précédemment. N'utilisant pas ce vocabulaire, l'association *La Ruta del Barroco Andino* – projet touristique géré par les Jésuites que j'ai décrit ailleurs (cf. chap. 2.3.2) – s'inscrit tout de même dans cette perspective. Par exemple l'étiquette d'un bracelet que j'ai acheté dans son magasin à la ville de Cusco, au même titre que le reste de produits vendus ou le documentaire diffusé à l'intérieur du magasin, souligne les apports socio-économiques aux communautés<sup>605</sup>:

---

<sup>603</sup> Information tirée d'un triptyque en français fournie par l'association.

<sup>604</sup> À plusieurs reprises, j'ai entendu la préoccupation du couple pour choisir ce type de tourisme quand ils voyageaient. Albi et Eli ont même pris contact avec un tour-opérateur italien pour développer ce genre de projet.

<sup>605</sup> Le documentaire souligne les apports socio-économiques du projet en particuliers pour les femmes bénéficiaires.

L'achat de ce produit permet de collaborer avec les artisans (*artesanos*) [principalement des femmes] des communautés locales et avec les œuvres sociales (*obras sociales*) de la *Compañía de Jesús* qui fournit des services (*atienden*) à plus de 1'000 enfants de 6 peuples (*pueblos*) de la zone où ils reçoivent de l'alimentation, de l'éducation et bénéficient de la protection de leurs droits.

D'autres initiatives revendiquent la même pratique par le biais commercial. Le CTTC et *Caritas Cusco* mettent en avant l'amélioration de l'économie et de l'éducation des *comuneros* à travers leurs actions. Si le premier ne parle pas explicitement de commerce équitable, *Caritas Cusco* s'y réfère. Cette institution catholique souligne dans un de ces panneaux publicitaires le fait qu'elle aide les « populations des plus vulnérables » de Cusco en cherchant une « meilleure qualité de vie » dans un cadre du « développement durable » (*desarrollo sostenible*) et de « commerce équitable » (*alineamiento de comercio justo*) offrant un « salaire décent et digne ». Elle mentionne aussi des projets pour promouvoir par exemple l'éducation, ce qui est soulevé également par le CTTC lorsqu'il parle de l'importance du revenu dans cette affaire. D'autres exemples apparaissent en filigrane dans la thèse, notamment dans le chapitre 2.3.2 où j'ai parlé de la promotion commerciale des textiles andins qui entend bénéficier aux tisserand·e·s, dans le cadre des politiques sociales ou de responsabilité sociale des entreprises (cf. cas des hôtels).

Par l'intermédiaire monétaire, ces objets endossent alors une valeur d'aide aux productrices·eurs à travers un meilleur revenu, une meilleure éducation et qualité de vie, entre autres bénéfices sociaux. Dans le cas d'*Inkakunq Ruwaynin*, le discours de Norma, la vendeuse, après l'achat d'une pièce, renforce aussi cette composante socio-économique forte appréciée par la clientèle. Tout comme ses remerciements aux deux touristes français·e·s pour « aider les communautés » que j'avais rapportés dans le récit introductif, Norma employait d'autres formules pour souligner le soutien de la part des acheteuses·eurs (*gracias por su ayuda, le agradecemos por ayudarnos, con su compra apoya a las comunidades, etc.*).

Bien qu'initialement dans un but scientifique, j'ai pu également ressentir ce sentiment de « bonne action » par l'achat de ces objets. Ce sentiment m'est aussi survenu à quelques occasions où j'ai acquis des textiles des *comuneros* en étant sûr que les bénéfices leur reviendraient. Parler de « bonne action » ne me semble pas anodin. Elle va au-delà d'un sentiment purement éthique et relève d'une dimension pratique : l'action que l'on réalise par le commerce, la « valeur des actions » (Graeber 2001) faite dans un cadre marchand. À l'instar d'autres exemples mentionnés, le magasin d'*Inkakunq Ruwaynin* offre un espace pour effectuer des actions jugées plus « justes ». D'où son slogan « achète différemment » (*compra diferente*) qui insiste sur la « participation active dans l'amélioration de la qualité de vie des tisserandes sud-andines (*tejedoras del sur andino*) »<sup>606</sup>.

---

<sup>606</sup> Tiré du catalogue « Descubriendo los Andes de la mano del campesino » (p. 43) publié par le CBC en 2012.

### **7.2.3.2. Soutenir l'artisanat : manuel, traditionnel et authentique**

Outre le commerce (plus) juste, au même titre que Manon, mes interlocutrices·eurs au magasin m'ont mentionné à plusieurs reprises l'importance du soutien à l'artisanat. Celui-ci englobe une série de valeurs ou idéaux qui sont plutôt complémentaires. L'« artisanat », terme employé par les touristes, renvoie tout d'abord à quelque chose de manuel, réalisé par un autre humain et qui s'oppose à l'industriel ou à la machine. Parmi un groupe de scouts français, le jeune Jean dit à ce propos que les objets d'*Inkakunaq Ruwaynin* ont une valeur particulière, sachant que « derrière il y a quelqu'un qui a galéré avec ses mains ».

L'aspect humain de la production revient constamment chez mes interviewé·és, souvent en comparaison avec la fabrication industrielle servant de faire-valoir. Une touriste australienne déplorait ce type de production qu'elle qualifiait de mauvaise qualité (*poor quality, fast made*) (Mae, 25.08.14) ; ce qui s'oppose à l'idée de « quelqu'un qui a galéré avec ses mains » de Jean. Il y a un parallèle avec ce que m'a dit Christ, un nord-américain que j'ai rencontré en dehors du magasin *Inkakunaq Ruwaynin*. Christ comparait la production industrielle que l'on trouve dans la majorité des magasins de Cusco avec la fabrication manuelle des communautés andines où il avait acheté une écharpe : « C'est plus authentique. Une vraie personne indigène (*a real indigenous person*) l'a faite. Ce n'est pas fait en usine (*made in factory*) ». Hormis le terme d'authentique (sur lequel je reviendrai plus bas), son discours insiste sur l'aspect humain (i.e. une vraie personne) (Christ, 26.02.14).

Dans une autre situation, Stéphane de France avait aussi mis l'accent sur cet aspect en se référant en particulier à son poncho (cf. chap. 5.3.2). Il parlait des « nœuds faits par l'être humain » qui contenaient « la chaleur de la vie » et qu'il opposait en déplorant à la « déshumanisation » par la machine. Pour lui, les nœuds ont toute une signification notamment en termes de lien entre les personnes<sup>607</sup>. Il m'a aussi dit que « toucher les textiles c'est comme caresser le lama, le chien ou l'être humain ». Son poncho représentait ainsi pour lui le « contact » avec ces êtres vivants, en particulier l'humain. Ses propos sont à mettre en lien avec le discours des ami·e·s européens m'ayant rendu visite au Pérou (cf. section 7.1) qui met en valeur le « fait main », l'« artisan·e », son caractère « unique » par rapport à ce qui est industriel.

Bien que fortement valorisé, ce caractère humain-manuel qui s'oppose à la machine-industriel n'est cependant pas bien délimité. Par exemple Philippe, un touriste français, affirme qu'au début de son voyage, « tout était égal », ne distinguant guère la différence, à l'instar de tant d'autres touristes. L'introduction du *telar* (métier à pédale) par exemple, complique davantage la tâche puisqu'elle remet en question une telle distinction, sachant que le *telar* sous-tend une production entre le manuel (par ex. *telar de cintura*) et la machine (cf. chap. 4.3.5).

---

<sup>607</sup> En regardant mon bracelet et en me demandant son origine, il cite par exemple le « nœud » comme « attachement » que j'entretiens avec la personne qui me l'a donnée, à savoir, une ancienne petite-amie.

Quoi qu'il en soit, le caractère humain-manuel associé à l'artisanat est mis en valeur non seulement dans le discours des touristes mais aussi du côté des institutions qui le promeuvent. L'imaginaire autour du travail artisanal se projette et s'actualise dans une série de situations récurrentes dans la région cusquénienne, notamment auprès des femmes qui filent ou tissent, comme Luz et son métier à tisser dans le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* ou des tisserand·e·s du CTTC. C'est aussi ce que j'ai présenté dans le cas des démonstrations textiles à Chinchero où les tisserandes insistent en particulier sur le caractère manuel de la production (100% fait main) (cf. chap. 6.1). C'est un imaginaire que l'on retrouve avant de se rendre au Pérou (cf. chap. 5.1).

Les informations mobilisées au magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* renforcent cette idée d'artisanat (*artesanía, artesanal*) comme synonyme de manuel. À ce propos, les explications de Norma (et peut-être aussi les miennes lorsque je fournissais des éléments complémentaires à ce qui était décrit sur place) contribuaient à renforcer ce caractère artisanal-manuel. Son discours mettait l'accent notamment sur le travail laborieux des femmes « artisanes » (*artisanas*) en soulignant parfois le nombre d'heures ou de jours de travail. Cet exemple n'est pas isolé puisque d'autres initiatives semblables reviennent sur le terme d'artisan·e. La *Ruta del Barroco Andino* par exemple parlait des textiles « élaborés des fibres naturelles (*natural fibers*) par des femmes artisanes (*local women artisans*) » sur un panneau informatif. Le CTTC insiste aussi constamment sur cet aspect et emploie un vocabulaire similaire.

Revenons au terme artisanat pour mieux le saisir. Il ne renvoie pas uniquement à l'objet manuel ou à la personne qui l'élabore, c'est-à-dire l'artisan·e, terme employé par des touristes comme Manon. Il se réfère également à d'autres qualificatifs, notamment « traditionnel » et « authentique » qui reviennent constamment dans le langage des touristes étranger·e·s et péruvien·ne·s (mais aussi des Cusquéniens·e·s) et tendent à se confondre, devenant parfois presque synonymes. Les propos de Manon sont à nouveau signifiants ici : « surtout en tant que touristes, nous cherchons cette authenticité dans les produits typiques et traditionnels du Pérou ».

Chez la clientèle d'*Inkakunaq Ruwaynin*, le terme authentique revient aussi à plusieurs reprises. Comme Rachel, tant d'autres touristes l'associaient à une production des *comuneros*. Cela fait écho aux propos de Christ qui assimile « le plus authentique » à une « vraie personne indigène »<sup>608</sup>. De son côté, Ludovick, un touriste français, qualifiait les textiles andins d'« ancestraux », « traditionnels », « authentiques », « exotiques ». Cette « exotisme » peut renforcer l'admiration vis-à-vis des pièces tenues pour inexistantes chez soi, comme le laissent entendre plusieurs touristes, notamment européen·ne·s et nord-américain·ne·s avec qui je me suis entretenu dans ce magasin et ailleurs. Graburn (1976 : 19) souligne justement « la quête du monde occidental pour ce qui est manuel, rare et authentique » (cf. aussi Maccannell 1976, 1973).

---

<sup>608</sup> Christ suggère encore de manière plus détaillée l'existence de degrés d'authenticité vis-à-vis du binôme naturel/synthétique. Il m'a expliqué que si l'on comparait deux objets tissés manuellement l'un avec des fibres animales et l'autre synthétiques, le premier serait « plus authentique » que le dernier.

Certes, les termes tels que tradition et authentique ont été amplement critiqués dans la littérature académique (cf. Filage). Toutefois, ils sont importants dans les appréciations des touristes (et des Cusquénien-ne-s) qui confèrent une valeur particulière aux pièces qualifiées de la sorte, comme le souligne bien Mary Littrell (1990) dans son étude sur l'achat textile par les touristes anglophones (p. 237). John Taylor (2001) parle aussi de l'importance de l'authenticité pour les touristes, terme souvent assimilé (*equated*) à celui de traditionnel (p. 9), et qui comporte une valeur tant commerciale que personnelle (cf. aussi « *existential authenticity* » chez Wang 1999). L'aspect exotique ou la rareté des textiles andins – promus par le sentiment de « perte » ou de « manque de traditions » de mes interlocutrices·eurs européens et nord-américains – peuvent les convertir en biens de luxe aux yeux étrangers, des biens qui sont « des signes incarnés » (*incarnated signs*, Appadurai 2010a : 38)<sup>609</sup>, ici une incarnation des valeurs susmentionnées.

Sur mon terrain, ces deux qualificatifs font partie du discours touristique quotidien. Le traditionnel et l'authentique sont à la fois recherchés et deviennent des critères d'évaluation de ce que les touristes observent, expérimentent et achètent, d'autant plus que le tourisme à Cusco est de caractère fortement culturel, ethnique et historique (cf. chap. 1). Cette valorisation passe parfois par une comparaison entre la « modernité chez nous » et la « tradition chez les autres » ; cette dernière appréhendée comme figée dans le temps ou ayant quelque peu changé. À ce propos Marie, une jeune française, parlait d'une production européenne focalisée sur le « décoratif » en l'opposant aux textiles à Cusco qui « font partie de la tradition et ont une signification culturelle et une continuité historique ». Sans mettre en question le caractère traditionnel, d'autres comme Kris portent un regard plus nuancé. Si pour ce Suédois, les textiles qu'il regardait dans le magasin avaient un caractère nettement « traditionnel qui n'existe guère dans les lieux touristiques », il trouvait nécessaire de mêler « traditionnel » et « moderne » pour assurer la vente des textiles.

Ce que je trouve intéressant, peut-être paradoxal aussi, est que le traditionnel ou l'authentique est opposée à ce qui est jugé comme « touristique » ou « commercial » par plusieurs touristes. Ces qualificatifs sont employés notamment pour décrire les grands centres artisanaux tel que le laisse entendre Kris. De son côté Milly, une touriste anglaise m'a expliqué qu'elle s'est rendue au magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* pour retrouver des produits « authentiques », outre son désir d'acheter équitable (*fair-trade*) et de soutenir ainsi les communautés tisserandes (Milly, 01.09.14). Le caractère paradoxal du discours demeure à mes yeux le suivant : l'achat de ces produits dits authentiques s'effectue tout de même dans un cadre commercial et touristique. C'est en quelque sorte une mise entre parenthèses pour exalter ce qui fait sens pour ces personnes : la valorisation de l'artisanat-manuel-traditionnel-et-authentique qui accompagne, comme l'exprime par exemple Milly, le côté

---

<sup>609</sup> Appadurai (2010a : 37-41) analyse les biens de luxe de manière plus approfondie en tant que « registre spécial de consommation » plutôt qu'« une classe spéciale des choses » (p. 38), tout en soulignant les processus historiques et sociaux qui transforment les choses en bien de luxe ou en bien de consommation courante (cf. cas du sucré cité par Mintz 1986). Cet auteur cite des travaux qui portent un éclairage sous un angle sémiotique (cf. Bourdieu 1979; Baudrillard 1975; Sombart 1967).

équitable et favorable aux tisserand·e·s locaux. Le qualificatif d'équitable (*fair, justo*) semble convertir l'acte commercial dénigré dans d'autres situations par les touristes elles·eux·mêmes, en un acte louable.

Cette idée louable se retrouve dans le discours que l'association adresse à la clientèle (influencé peut-être par le discours de l'ONG qui collabore avec *Inkakunaq Ruwaynin*). Je me réfère en particulier à une étiquette que j'ai lue et retranscrite d'une pièce d'*Inkakunaq Ruwaynin*. Celle-ci affirmait que l'association s'est créée « dans le but d'affronter l'avancement destructeur du marché néolibéral (*avance destructor del mercado neoliberal*) et d'éviter la perte d'identité qu'il engendre dans nos communautés andines ». Ce type de message affirme non seulement l'idée d'un acte commercial alternatif mais renforce également l'imaginaire autour du traditionnel et de l'authentique (i.e. éviter la perte d'identité), mais aussi du néolibéralisme, comme faire-valoir des premiers<sup>610</sup>. Il y a peut-être un lien avec l'image idéalisée des *comuneros* qui continuent à vivre en dehors de logiques commerciales ou touristiques. D'après les mots récurrents de plusieurs touristes et locales·aux, celles-ci « pervertissent » ou « prostituent » les traditions. Par-là, les transactions commerciales ont moins d'importance que le soutien de l'artisanat-manuel-traditionnel-et-authentique. Elles deviennent le moyen et non pas la fin. Ce qui fait écho à l'affirmation de Timo mentionnée auparavant : « acheter un produit authentique renvoie aux valeurs 'non-consuméristes' ». La situation peut sembler paradoxale : le désir de préserver ce type de valeurs passe par l'insertion des *comuneros* à l'économie du marché, renforcé ou soutenu par la consommation touristique de ces objets<sup>611</sup>.

Parallèlement, les informations et discours mobilisés au sein du magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* accompagnent la posture des touristes vis-à-vis du traditionnel. Deux éléments explicites y véhiculent notamment cet aspect. Commençons par le nom *Inkakunaq Ruwaynin* qui se traduit littéralement par « l'œuvre (ou travail) des Incas ». Le nom suggère ainsi un amalgame entre une production contemporaine et incaïque. Ensuite, la figure de la tisserande de cette époque-ci issue du chroniqueur Guaman Poma que j'avais décrite dans le récit d'introduction, y participe également. Le cas d'*Inkakunaq Ruwaynin* n'est pas isolé si l'on prend l'exemple du CTTC. Son nom contient le qualificatif traditionnel qui est utilisé maintes fois dans les informations données, les publications ou encore les étiquettes des produits. Une des étiquettes sur une porte-monnaie insiste par exemple sur le fait que « le centre assure la continuité d'une tradition textile vieille de 2'000 ans (*2000-years-old textile tradition*) qui ne sera pas perdu pour les prochaines générations ».

Dans cette configuration, il est moins question de l'acquisition de l'objet en soi que des valeurs qu'endosse celui-ci, parfois en comparaison avec la production industrielle ou avec les marchandises

---

<sup>610</sup> Voir Mowforth et Munt (2009) qui documentent ce type de discours alternatif dans le tourisme contemporain (*new tourism in the Third world* pour reprendre le titre de leur livre).

<sup>611</sup> Je ne critique pas cette posture paradoxale, j'invite juste à en être conscient·e. Ciarcia (2001) met aussi en lumière l'attitude ambivalente des Dogons face au tourisme, d'une côté critiqué pour « corrompre » ou « banaliser » les institutions sociales, de l'autre perçu comme « garant d'une conservation », permettant par exemple la réhabilitation des « danses folkloriques » ou des « habits traditionnels ».

de grands centres art-isanaux. C'est peut-être finalement ce qu'affirme Graeber (2001: 87) : la « réalisation de la valeur est toujours, nécessairement, un processus de comparaison » (*The realization of the value is always, necessarily, a process of comparison*). On retrouve ces processus de comparaison en dehors des Andes, par exemple en Inde, où Soumhya Venkatesan (2009) relève l'importance de la production textile manuelle en opposition à une production industrielle, et par là même valorisée par l'État nation et par le marché, notamment auprès de l'élite indienne.

### **7.2.3.3. Devenir *eco-friendly* : le souci écologique au cœur de l'artisanat**

Bien que moins explicite que les autres motivations, le souci écologique est relativement présent chez quelques touristes interviewé·e·s au magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin*. La qualification d'une chose d'artisanale s'y prête très bien. Fabienne, une touriste française, m'a expliqué l'importance pour elle d'acheter du « naturel » ou « écologique » en faisant un parallèle avec la France où les gens « retournent au tricot ou au potager » et privilégient ce qui est « local » (Fabienne, 25.08.14). Max, un touriste anglais, qualifiait quant à lui son acte d'achat textile comme étant « *eco-friendly* » en mettant l'accent sur son respect vis-à-vis de l'environnement.

Si Fabienne et Max constituent peut-être des rares cas où le souci écologique est si explicite dans le cadre de leurs achats au magasin, celui-ci demeure un élément nonobstant pris en compte chez les touristes. Par exemple, Thomas – touriste français que j'ai rencontré en mai 2017 dans un autre magasin de Cusco commercialisant les textiles des *comuneros* – m'a souligné le fait que son écharpe « est naturelle, faite à la main. En plus c'est écologique ». Dans le cas d'*Inkakunaq Ruwaynin*, ce souci écologique apparaît de manière plus ou moins explicite surtout sur les étiquettes des produits qui insistent sur l'utilisation des teintures naturelles pour colorer les textiles, comme la cochenille ou d'autres plantes (cf. à ce propos le chap. 6.1 sur les démonstrations textiles).

Le souci écologique des touristes s'inscrit dans un espace plus ample des pratiques qui valorisent le naturel et le local, comme Fabienne le soulève pour le cas français. Loin de se limiter à l'hexagone, j'ai constaté ces pratiques notamment en Suisse d'après ma propre expérience quotidienne d'acheteur. J'ai noté la hausse progressive d'une sensibilité écologique des personnes et le développement des labels *bio* sur différents produits : produire de l'écologique, manger de l'écologique, consommer de l'écologique, etc. Ce souci semble bien présent, au moins dans le discours des individus car il est souvent contredit dans la pratique pour des raisons économiques (acheter écologique coûte cher). La préoccupation pour être plus « *eco-friendly* », pour paraphraser Max, est donc transposée des pays du Nord au Pérou et accompagne des arguments qui motivent l'achat textile sur place.

Par ailleurs, ce souci écologique s'inscrit plus largement dans d'autres pratiques touristiques. Certain·e·s choisissent un tour-opérateur, un circuit touristique en particulier ou un objet plutôt qu'un autre pour des raisons écologiques. À ce propos, avant leur arrivée au Pérou, Andrea et Anna m'ont expressément demandé de leur conseiller un tour-opérateur « responsable » (*agenzia responsabile*)

vis-à-vis de l'environnement et de la nature (*che rispetta l'ambiente e tante meraviglie naturali*) (conversation Facebook du 04.08.14). Pour répondre à ce type de demandes, des tour-opérateurs affichent une sensibilité écologique comme argument de vente.

C'est donc dans ce sens qu'il faut appréhender le côté *eco-friendly* de l'achat textile dans un espace plus large qui dépasse le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* et les frontières péruviennes. Cette idéologie écologique n'est pas détachée des logiques capitalistes, ce qui est parfois critiqué par des auteur·e·s, comme le font Mowforth et Munt (2009), Wheeler (1993) et Munt (1994) vis-à-vis de l'écotourisme, en tant que rhétorique d'adaptation au marché<sup>612</sup>.

\*

Pour récapituler cette section, je renvoie à Anath Ariel de Vidas (1996) qui met en lumière l'attrance des touristes pour l'artisanat textile dans les Andes ; attrait tiré de son aspect « exotique », « authentique » et « écolo-tiers-mondiste » (p. 63 ; cf. aussi Terry 2009: 61). Les valeurs qu'endossent les textiles renvoient à l'importance des objets de consommation pour les individus et leur capacité à se les approprier, comme le souligne notamment Daniel Miller (2001, 1998b, 1987) (cf. aussi Morgan et Pritchard (2005) dans le cas des souvenirs touristiques). Ce type de valeur va-au-delà de la « valeur d'échange/signe » chez Jean Baudrillard (1972) qui sous-tend la distinction sociale entre les individus, but ultime de la consommation selon l'auteur, et à partir duquel il critique la société de consommation<sup>613</sup>.

#### **7.2.4. Des contraintes aux revendications de valeurs : du prix au souci de recontextualisation**

Si les touristes expriment les diverses valeurs mises en avant dans le cadre de l'achat des textiles, lors de mes entretiens avec elles-eux et d'après ma propre expérience, j'ai pu constater que d'autres considérations sont prises en compte avant d'acheter quoi que ce soit (à moins que l'objet en question vaille le coup pour la personne – notamment sur le critère esthétique – et dépasse toute contrainte). Ce que j'appelle des « contraintes » sont des éléments limitant la mise en pratique des valeurs non monétaires. Je me focalise sur quatre d'entre eux que j'ai pu distinguer sur mon terrain : le prix, l'esthétique, le poids/volume et la recontextualisation.

Mobilisées plus largement dans toute situation d'achat, celles-ci influencent à divers degrés les prises de décisions d'achat, que ce soit dans les centres artisanaux ou auprès d'*Inkakunaq Ruwaynin*. S'intéresser à ces contraintes permet de mieux appréhender les dynamiques des pratiques commerciales des touristes, y compris leurs contradictions entre le désir de revendiquer des valeurs (discours) et le fait de passer à l'acte (pratique). Ces dynamiques ont été notablement soulevées par

---

<sup>612</sup> Pour Wheeler (2005: 269) le terme « eco » renvoie à économie et non pas à écologie. Je cite ces auteurs non pas pour incriminer ce type de tourisme qui peut avoir des idéaux louables, mais plutôt pour être sensibles à leurs possibles incohérences et limites pour mettre en pratique ces idéaux.

<sup>613</sup> Beyaert-Geslin (2015: 33-34) critique l'auteur sur son analyse sur l'excès de la société de consommation. Pour une critique à l'approche sémiotique et aux travaux qui nient la capacité d'appropriation ou de personnalisation des marchandises, dans la même lignée que Miller, voir Bazin et Bensa (1994) et Turgeon (2007: 24-5).

l'étude de Littrell (1990) « Symbolic Significance of Textile Craft for Tourists » à laquelle je me référerai sur certains points proches de mes matériaux ethnographiques.

« C'est cher ». Cette expression exprime une des contraintes générales à l'acquisition des produits que j'avais déjà mentionnés précédemment, à travers l'exemple des centres artisanaux. Dans le cas spécifique d'*Inkakunaq Ruwaynin* la question d'argent est quasiment rejetée, au moins dans le discours. Cependant, certain·e·s touristes ont soulevé la question. C'est le cas d'un groupe de trois Chiliennes qui ont passé presque une heure dans le magasin sans rien acheter. Certes, elles trouvaient « beaux » (*bonito*) les objets qu'elles regardaient, en particulier un poncho (dont le prix s'élevait à presque 250 USD) et elles accordaient de l'importance à l'achat textile pour « aider les personnes en situation précaires ». Après plusieurs tentatives de marchandage, ces femmes se sont néanmoins désistées en raison du prix élevé. Autre exemple moins marqué est celui d'un Français qui m'a posé la question, discrètement dans sa langue, pour savoir s'il était permis de marchander. Lui ayant répondu par la négative, il s'est subitement résigné et a payé le prix affiché.

De manière plus générale, la valeur monétaire passe plutôt au second rang lors de considérations d'achat, surtout dans le cadre du commerce équitable. Toutefois, les prix demeurent des références puisque les personnes le calculent souvent selon leur devise, ce qui conditionnait certain·e·s à ne pas acheter d'objet (cas des Chiliennes) ou à en choisir un avec un prix abordable. Ces considérations monétaires devenaient d'autant plus négligeables que le pouvoir d'achat était fort ou que l'esthétique primait sur le prix.

« Ce n'est pas ce que je cherche ». Cette autre expression illustre justement l'esthétique que la personne recherche dans l'objet, principalement la couleur et la forme<sup>614</sup>. Cet aspect est non négligeable est passe au premier plan par rapport au prix, surtout une fois que celui-ci ne représente plus une contrainte. À ce propos le cas de Maria José me paraît parlant. Cette jeune Argentine a fini par prendre une écharpe alors que son prix dépassait le budget qu'elle avait prévu pour ses achats (*quería algo menos caro*). Elle a ainsi privilégié la « beauté » (*era divino*) de l'objet à son prix. Autrement dit, elle a privilégié sa valeur esthétique à sa valeur monétaire.

L'esthétique est aussi déterminante pour choisir un textile plutôt qu'un autre. En effet, quelques touristes n'ont pas acheté au magasin car elles·ils ne trouvaient pas *l'objet* qui leur convenaient. Les combinaisons des couleurs sont discriminantes, d'après les goûts de l'acheteuse·eur (ou celui de la·du donataire). Par exemple, j'ai entendu un Français dire à son ami à vive voix : « je ne sais pas si ça plaira à Marie ». « Prends plutôt celui-ci, le vert ça va lui plaire » a répliqué ce dernier. Ce type de discussions (pouvant rester dans la pensée de la personne) était récurrent dans le magasin et ailleurs. C'est le cas de Klaire, touriste états-unienne que j'ai accompagnée faire ses achats dans le *Centro Artesanal Cusco*. Son exemple montre à quel point l'esthétique importe, allant jusqu'au plus près des

---

<sup>614</sup> Des critères de qualité peuvent aussi se référer à la dimension esthétique de l'objet. Un des rares exemples que j'ai observé est celui d'une touriste coréenne qui n'a pas acheté un porte monnaie car l'objet était jugé imparfait (*It is not perfect*). Cette « imperfection » était liée à sa fabrication manuelle, à savoir, des fils qui sortaient de la pièce.

détails. Elle ne voulait pas seulement un sac à main tissé avec différentes couleurs, mais elle souhaitait à ce que la disposition des couleurs soit mise à la verticale et non à l'horizontale, contrairement à la plupart des pièces qu'elle voyait à son passage. N'ayant pas trouvé *l'objet juste*, Klaire n'a pas acheté de sac à main.

Plus ou moins exigeant·e, la personne ne prendra pas l'objet qui ne lui plaît pas, à moins qu'elle se sente « obligée » d'acheter quelque chose ; ce qui arrive par exemple dans le cadre des démonstrations textiles à Chinchero, étant donné la gratuité des explications (cf. chap. 6.1). En revanche, dans le magasin, si quelqu'un ne trouve pas ce qu'il cherche ou qui lui plaît, rien ne l'oblige d'acheter quoi que ce soit, à moins qu'il le fasse pour une des motivations mentionnées dans la section précédente.

« Je n'ai pas la place ». Cette phrase dénote une troisième contrainte associée au poids et/ou au volume des pièces. Ce sont deux critères que j'ai notés chez de nombreuses·eux touristes vis-à-vis des objets qu'ils achètent. Ces personnes doivent en effet tenir compte par exemple des règlements de vols, parfois très stricts, tels que le « 23 kg max. » pour la valise en soute. C'est une limitation dont m'a parlé explicitement le Néerlandais Roel : « je suis un *backpacker* [terme qu'il préfère à celui de touriste]. Je suis alors limité par l'avion (*by plane*), par les kilos que je prends. C'est ça ma grande limitation (*big limitation*) ». Toutefois, l'avantage des textiles tient surtout dans le fait qu'ils sont moins encombrants et plus légers que d'autres objets. À ceux-ci s'ajoute certainement le critère de fragilité que les textiles n'ont pas, en tout cas en comparaison avec d'autres artefacts comme la céramique qui est vendue à Cusco et plus largement au Pérou.

Des critères tels que la portabilité de l'objet ont déjà été soulignés par Nelson Graburn (1976: 15) dans son classique *Ethnic and Tourist Art*. Pour Mary Littrell (1990: 229), la portabilité dont parle Graburn reste un critère non négligeable favorisant les achats textiles, comme le souligne l'auteure dans son étude auprès des touristes anglophones. Cet aspect dépend néanmoins de l'objet, compte tenu de la diversité des textiles qui existent sur le marché (cf. chap. 2.2). Par exemple, Kenny, une touriste états-unienne que j'ai accompagnée pour acheter des souvenirs au *Centro Artesanal Cusco*, m'a confié à propos d'un tapis qui lui avait plu que celui-ci était trop grand (*too big*). Cet exemple me paraît s'appliquer notamment aux ponchos vendus dans le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin*. Si je n'ai pas entendu un discours explicite sur ces pièces, elles sont plus grandes et lourdes par rapport à d'autres marchandises. Ces considérations peuvent ainsi *peser* dans les décisions d'achats.

« Je ne l'utiliserai certainement pas ». Cette phrase illustre bien l'idée de « recontextualisation » de l'objet textile que m'ont évoqué de nombreuses·eux touristes avec d'autres mots. Par recontextualisation j'entends le fait de donner un usage à ces objets d'une manière quelconque une fois rentré chez soi, pas nécessairement celui pour lequel ils ont été conçus. C'est ce que Laurier Turgeon (2007: 25) qualifie de « recontextualisations sociales et culturelles » où les objets « prennent d'autres formes, ils acquièrent de nouveaux usages et changent de sens ». Durant son séjour à Cusco Natacha, Française qui alternait volontariat, travail et tourisme, portait de temps en temps un poncho rouge d'une communauté d'Ollantaytambo. Cet usage n'est pas rare chez d'autres touristes à Cusco

(cf. exemple de Stéphane in chap. 5.3.2), ce que remarque aussi Littrell (1990), en soulignant le cas du « poncho péruvien » valorisé (*valued*) pour son caractère local ou typique (*clothing typical*) (p. 237). De retour en Europe, au lieu de porter son poncho Natacha l'a employé pour décorer la table de sa chambre, ce qui fait référence au processus d'« appropriation » ou de « personnalisation » que décrit Marie-Blanche Fourcade (2005: 261-64) dans son étude auprès des touristes arméniens (à propos de cette appropriation personnelle des touristes cf. aussi Morgan et Pritchard 2005: 44).

D'autres touristes prévoient de ne pas utiliser ces pièces chez soi, au risque d'être catalogué de « hippie » ou « baba cool » comme me l'ont affirmé respectivement une touriste anglaise et un Français. Heidi a également soulevé cette problématique aux États-Unis : soit les personnes considèrent « folle » (*crazy*) l'individu qui porte des habits comme le poncho, soit on se demande « pourquoi tu prends quelque chose qui n'est pas de ta culture (*something that is not part of your culture*) et que tu te l'appropries (*appropriating it*) ».

Dans d'autres cas, cette décision est davantage liée à des questions pratiques (i.e. le véritable usage dans leur pays) et relativement moins aux jugements des autres. Heidi parle à ce propos des questions climatiques, par exemple chez les personnes vivant dans des lieux chauds tels que Miami. Roel fournit plus de détails sur ce sujet. Ayant déjà visité le Pérou trois fois, lors de notre rencontre en 2014 (il reviendra une autre fois en 2016) ce Néerlandais m'a expliqué qu'il n'achèterait plus d'objets, à moins d'être sûr de les utiliser chez lui. Certains textiles qu'il avait acquis lors de son premier voyage étaient restés au placard, d'où sa position restrictive. Il qualifiait ces pièces d'« inutiles » (*useless*) ou « bizarre » (*weird*) : « c'était beau (*beautiful*) de par les souvenirs (*memories*), mais peut-être un peu bizarre ici [au Pays-Bas] ». Il a affirmé par exemple que, par rapport à un poncho, son « pull avec des lamas » restait « quelque chose d'occidental (*western*) avec des influences péruviennes ». Roel accorde donc une importance à l'usage des choses tout en revenant sur le discours de « bizarrerie » évoqué autrement par Heidi (*crazy*). Son discours montre en outre une recontextualisation facilitée, qui dépend du type d'objet.

Toutefois, la possibilité de recontextualisation n'est pas toujours anticipée par les personnes. Quoiqu'il en soit, à part des pièces comme les ponchos, d'autres vendues par *Inkakunaq Ruwaynin* (par ex. le sac à main), s'adaptent mieux à l'usage urbain contemporain, ce qui rend plus facile leur recontextualisation, à l'instar du pull de Roel, avec un usage pour lequel l'objet en question avait été conçu ; faute de quoi, un remaniement comme celui qu'a opéré Natacha avec son poncho est toujours envisageable. Outre la portabilité ou la facilité de nettoyage (*cleanable*), Graburn (1976: 15) insiste aussi sur le caractère utilisable des achats touristiques une fois revenu à la maison. Ces considérations pragmatiques influencent ainsi les décisions d'achats en compagnie d'autres trois critères mentionnés précédemment.

### **7.2.5. Entre valeurs et contraintes : quelques exemples personnels et ceux de deux scouts**

« Je n'aime pas acheter un objet qui [ne] sera pas utilisé. C'est consumériste et je trouve ça triste pour l'objet qui ne reçoit pas l'attention qu'il mérite (c'est comme si c'était de l'attention, de l'affection) » affirme Timo, ami français qui m'a rendu visite au Pérou. Il poursuit ses propos en parlant des pulls d'alpaga : « les « vrais » [pull d'alpaga] étaient trop chers et les autres ne nous plaisaient pas tant que ça – et puis nos bagages étaient lourds ».

Les propos de Timo exemplifient bien les contraintes traitées précédemment tels que l'utilité, le prix, l'aspect esthétique et le volume ou poids. L'étude de Littrell (1990) sur la signification des textiles pour les touristes met aussi en lumière des considérations pratiques (utilité, espace dans les valises, etc.) et de goûts (par ex. l'esthétique associée aux couleurs peu usuelles dans le pays de la destination) dans les achats (cf. aussi Kim et Littrell 2001). Littrell montre en outre l'importance des valeurs accordées aux textiles (vis-à-vis du manuel, de l'authentique ou du traditionnel, etc.). Son étude souligne autant les valeurs que les contraintes, tout comme Timo le fait plus haut.

En guise de synthèse des deux sections précédentes – d'une part les valeurs et de l'autre les contraintes –, je souhaite maintenant les récapituler en illustrant leur articulation à travers deux exemples, l'un issu de ma propre expérience et l'autre, de celle de deux jeunes scouts français·e·s que j'ai connus au magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin*. Ces exemples me permettent en outre de souligner le caractère situationnel et personnel des dynamiques commerciales qui oscillent entre ces valeurs et ces contraintes.

En tant qu'acheteur, j'ai été confronté à la prise de décisions lors de mes achats à Cusco. Je prenais en compte surtout le prix, la beauté, le volume et poids des pièces. Je me suis souvent retrouvé à juger le prix (parfois à marchander), à observer le produit qui me convenait le plus (ou à mon donataire) ainsi qu'à réfléchir à la place que j'aurais dans mes valises et aux restrictions des pays où je me rendais avec l'objet et celles des compagnies aériennes. J'ai parfois réfléchi à la recontextualisation de l'objet, ou alors cette question se posait une fois sur place le plus souvent. C'est le cas par exemple de la *lliqlla* de Chawaytiri que j'avais achetée après mon étude de terrain au sein de cette communauté et à laquelle j'ai attribué un rôle décoratif que ce soit sur le mur ou la table (cf. récit dans la section 7.3.2). Loin de se limiter au cas péruvien, je mobilise souvent ces critères lors de mes voyages.

Au magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* où j'ai déjà acheté quelques pièces, il m'est aussi arrivé dans le cas où l'objet me plaît – sans pouvoir m'en empêcher – de me comporter comme certain·e·s touristes, c'est-à-dire, de convertir le prix en francs suisses. Tout comme les Chiliennes, je n'ai pas pris un poncho surtout en raison de son prix élevé, mais peut-être aussi pour des questions de volume dans la valise et aussi du fait que j'ai déjà un poncho en Suisse. D'autres textiles m'attiraient davantage, surtout ceux que je trouvais beaux et uniques. C'est le cas d'un cache-yeux que j'ai acheté en 2007 de par son originalité (la première fois que je voyais cette pièce fabriquée en textile andin et par des *comuneros*). De manière plus générale, j'ai ressenti le caractère particulier des pièces du magasin, moins pour leur côté authentique ou traditionnel que des touristes mettent en valeur (de par ma posture

critique sur ces termes), mais surtout pour leur travail manuel. J'apprécie souvent ces pièces pour le temps de travail qui y est consacré et la complexité des détails, couplés à l'aspect esthétique (combinaisons de couleurs, formes, motifs) qui rendent l'objet unique à mes yeux par rapport au reste.

Lorsque j'ai acheté un pull vert d'alpaga dans le magasin de *La Ruta del Barroco*, j'ai aussi ressenti, tout comme chez *Inkakunaq Ruwaynin*, la satisfaction de collaborer avec les tisserandes *comuneras* qui élaborent ces pièces. Ce pull était destiné au cadeau pour les 24 ans de ma nièce Jess, qui est Suisse-péruvienne. Je l'ai choisi surtout pour le modèle que je trouvais « original », et parce que j'estimais qu'elle allait le porter en Suisse de temps en temps. Le modèle me semblait être conforme à son âge et le prix était un argument supplémentaire qui m'a poussé à le prendre de suite. À une autre occasion, j'y ai acheté un bracelet plutôt comme une « stratégie bon marché » pour produire du matériel ethnographique à ce moment-là. Mon intention était plus précisément d'obtenir l'étiquette que j'ai transcrite et citée précédemment (cf. section 7.2.3.1).

Ce dernier exemple met en évidence la façon dont une personne peut se rendre au même endroit pour des raisons d'achat complètement différentes. Le cas des scouts français·e·s qui suit décline cette idée sous un autre angle : comment les personnes choisissent des endroits en fonction de la destination de l'objet acheté. Leur cas montre qu'il n'y a pas de règles et que les arguments peuvent s'inverser.

J'avais déjà introduit Jean, l'un des deux scouts lorsqu'il parlait de la valeur du travail manuel (« quelqu'un qui a galéré avec ses mains »). Cette conversation a d'ailleurs eu lieu en compagnie de sa collègue Jeanne. Nous avons discuté des décisions d'achat et des raisons de se rendre au magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin*. Les deux accordaient de la valeur aux pièces tissés à la main, de caractère traditionnel (par opposition à la fabrication industrielle ou « plus commerciale ») tout en soulignant l'importance d'acheter de manière équitable afin de faire bénéficier directement la personne qui les a fabriqués. Les avis de ces jeunes divergeaient toutefois sur un point : à qui étaient destinés les textiles qu'elle·il allaient acheter auprès d'*Inkakunaq Ruwaynin* que les deux appréciaient particulièrement. Les réponses oscillaient entre eux-mêmes et leur famille.

Jean affirmait être le seul à apprécier véritablement ces textiles. Le fait d'avoir été au Pérou durant trois semaines lui permettait de mieux saisir la différence manuel/industriel dont il faisait l'amalgame au début. Sa famille n'allait pas voir la différence. L'important pour lui était que les cadeaux lui plaisent tout en faisant gage d'un « souvenir du Pérou », peu importe si c'était un produit industriel. Pour lui-même, au contraire, il lui fallait un souvenir du pays, fait main, de préférence utile. Il pensait à une écharpe (qu'il pouvait facilement porter en France) bleue si possible, sa couleur préférée.

Quant à Jeanne, elle soutenait le contraire. Pour elle, il était important de partager ce qu'elle avait appris à apprécier ici, notamment la « beauté » des textiles et surtout cette « tradition » qu'elle voyait se perpétuer par le travail d'*Inkakunaq Ruwaynin*. À tel point que si elle n'avait pas assez d'argent, elle préférerait acheter les pièces du magasin au moins pour ses parents. Pour elle, peu importait de prendre « n'importe quel autre souvenir », en se référant notamment aux objets des centres artisanaux.

Elle soulignait toutefois son désir d'emporter avec elle « quelque chose qui [lui] rappelle [son] voyage ». Qu'il s'agisse de ses parents ou d'elle-même, Jeanne mettait aussi l'accent sur le fait de « trouver un truc beau quand même ».

L'exemple des scouts permet d'introduire la section suivante sur les souvenirs. Comme l'annonce en particulier Jeanne, il sera désormais question des « objets-souvenirs » (Vimont 2010) qui nous rappellent le voyage. Rappelons-nous à ce propos que, quelque soit la raison d'achat d'un objet (cf. section 7.2.1), celui-ci peut devenir un souvenir matériel du voyage ou de la du donataire.

### 7.3 Le retour chez soi et les valeurs des souvenirs

#### 7.3.1 Souvenir et mémoire : deux catégories analytiques pour remémorer le passé

Durant ma recherche, j'ai eu affaire à un discours qui se référait à une temporalité, proche ou lointaine, lorsque je discutais avec les touristes des textiles andins. Plusieurs d'entre eux, péruvien·ne·s ou étrangèr·e·s, me parlaient des événements vécus durant leur séjour touristique du type « cette pièce me rappelle une personne X (commerçant·e, tisserand·e, Péruvien·ne, etc.) que j'ai rencontrée dans un lieu Y à un moment ou événement Z ». N'apparaissant pas toujours ensemble, les termes X, Y, Z variaient selon le discours et l'importance qui leur étaient accordés. Littrell (1990: 237) parle elle-aussi d'une référence aux personnes, lieux et moments dans le temps (*periods in time*) qu'associent les touristes aux textiles achetés et que ces références peuvent aller du plus général comme « l'image d'une culture ou pays » au plus spécifique, tel qu'un village à un moment précis de l'histoire (*period in a country's history*). Je qualifie cette opération de « souvenir », qui se rapporte ici, comme chez Littrell, à une expérience de type touristique. Comme le définit Susan Stewart (1999: 135-36), le souvenir véhicule un récit personnel issu d'une expérience passée et comporte toujours un caractère partiel dans sa restitution (caractère incomplet et partiel évoqué également par Halbwachs 1997 [1950]: 30).

En revanche, d'autres personnes parlaient des civilisations précolombiennes Paracas ou encore davantage des Incas. C'était le cas plutôt des touristes péruvien·ne·s qui associent plus volontiers les pièces textiles aux tisserand·e·s de l'Ancien Pérou, même lorsqu'il s'agissait d'objets contemporains comme la tapisserie de Máximo Laura<sup>615</sup>. À ce propos, dans un magasin de vêtements d'alpaga (i.e. *Sol Alpaca*) en mettant sur sa tête un bonnet de type industriel (i.e. confection vestimentaire), j'ai entendu une fois un Liméen dire à son épouse : « regarde, je ressemble un Inca (*parezco Inca*) avec ça ». De manière encore plus générale, ces personnes opèrent plus aisément ce type d'association vis-à-vis de la production textile des *comuneros*, tenus souvent comme héritier·e·s directs des populations

---

<sup>615</sup> Lors de l'exposition *Hands of the Sun* de Laura, j'ai pu remarquer particulièrement ce phénomène auprès des visiteuses·eurs, dont plusieurs touristes péruvien·ne·s. Ces dernièr·e·s me parlaient en effet, certains avec nostalgie, du passé préhispanique, bien qu'il s'agissait des créations contemporaines. Vraisemblablement, certains motifs de pièces conduisent à opérer cette association comme l'œuvre *Ritual of the Eternal Chant of the Apus in the time III* qui s'inspire de la fameuse *Estala de Raymondi*, sculpture en pierre taillée de la civilisation précolombienne de Chavin. D'autres pièces préhispaniques que l'on peut observer dans des musées à Cusco renvoient plus directement à ce référentiel.

incaïques. Je qualifie cette opération de « mémoire » qui renvoie à un passé lointain auquel ces individus s'identifient comme une chose qui leur appartient historiquement. Elle est associée au travail de filiation inversée envers l'époque préhispanique, opérée par les Péruvien·ne·s et, en particulier, les Cusquéni·ne·s (cf. notamment chap.1).

Parler de mémoire revient à citer Maurice Halbwachs (1997 [1950]) qui a forgé la notion de « mémoire collective », amplement utilisée et remaniée en sciences sociales. Contrairement à ma distinction, ce sociologue ne distingue pas vraiment mémoire et souvenir puisque les souvenirs des individus – ou ce qu'il appelle « mémoire individuelle » – ont un caractère éminemment collectif, inscrite et reproduite dans un groupe (famille, amis, village, etc.) auquel l'individu appartient (Halbwachs 1997). De nombreux travaux soulignent cette dimension collective de la mémoire, dans différents contextes géographiques, associée au patrimoine national, par exemple en France (Nora 1992, 1987, 1984) en Jordanie (Maffi 2004) et en Palestine (Maffi 2005).

Dans ce chapitre, je limite ma réflexion à la première situation, c'est-à-dire à celle qui se rapporte à un passé plutôt proche et directement lié à l'expérience touristique, en m'appuyant sur des témoignages de touristes, pour la plupart étrangè·e·s, et sur ma propre expérience. En ce qui concerne la seconde situation faisant allusion à un passé lointain et à une mémoire collective, je l'ai traitée en filigranes notamment dans la première partie de la thèse, surtout en évoquant l'expérience des Cusquéni·ne·s vis-à-vis des textiles andins. Il faut souligner que ce sont deux catégories analytiques et que la mémoire peut entremêler des souvenirs<sup>616</sup>. Un poncho par exemple peut évoquer à la fois le passé préhispanique et des souvenirs familiaux, à l'instar de Marco Aurelio, l'un de mes cousins qui, en se référant au poncho qu'il portait pour les *Fiestas del Cusco*, m'a parlé de son père (cf. chap. 3.1.2)<sup>617</sup>.

Si je parle volontiers de souvenirs, d'autres auteur·e·s notamment anglophones parlent en termes de « mémoire » pour se référer au vécu touristique. Par exemple, Jørgen Bærenholdt et al. (2004) utilisent plutôt ce mot pour l'acte de remémoration alors qu'ils emploient « souvenir » pour se référer aux objets, bien que l'usage des termes se confonde parfois<sup>618</sup> (Bærenholdt et al. 2004: 9 parlent par exemple de « *souvenirs from earlier vacations* »). Dans « On souvenirs and metonymy: Narratives of memory, metaphor and materiality », Morgan et Pritchard (2005) emploient le terme « souvenir » exclusivement dans le sens matériel et mémoire pour l'exercice de remémoration.

---

<sup>616</sup> Si cette affirmation semble me rapprocher de la conception de mémoire collective de Halbwachs (1997), je montre plus bas mes divergences et critiques par rapport à son approche.

<sup>617</sup> Il faut appréhender la mémoire et les souvenirs dans un continuum où ils se juxtaposent parfois. Les souvenirs familiaux en sont un bon exemple. Si plusieurs Cusquéni·ne·s me parlaient notamment de leur enfance en évoquant leurs mères ou grand-mères qui tissaient, leur discours s'entremêlaient parfois avec un discours sur les « ancêtres » Incas, à l'instar des propos des tisserand·e·s cités dans le chapitre précédent. De leur côté, les étrangè·e·s peuvent faire aussi allusion à la mémoire (sans la connotation identitaire que celle-ci peut impliquer chez les Péruvien·ne·s). C'est une tendance que j'ai constatée lors de mon étude où le souvenir demeure transversal à ces deux catégories de touristes (aussi chez les Cusquéni·ne·s), beaucoup plus que la mémoire.

<sup>618</sup> Un cas plutôt rare est celui de Stewart (1999) qui emploie en anglais « souvenir » comme acte de remémoration, à la place de « mémoire » (*memory*).

Dans son expérience avec la madeleine, sur laquelle je reviendrai ci-après, Marcel Proust (1946-7: 98-99) parle de « souvenir » ou « souvenir visuel » pour faire allusion plutôt à ce que les auteur·e·s cités dans le paragraphe précédent nomment mémoire<sup>619</sup> (cf. aussi catégorie « objet mémoire » chez Turgeon 2007). De manière plus générale, le souvenir est plutôt utilisé dans son sens matériel, comme chez Jean-Claude Vimont (2010) qui parle d'« objets-souvenir » pour décrire une série d'objets de caractère religieux, politique ou touristique. Plus spécifiquement, d'autres auteur·e·s l'abordent à partir du domaine touristique, à l'instar de Fourcade (2005) qui emploie le qualificatif de « souvenirs touristiques ». Elle parle d'ailleurs de « double mémoire personnelle et collective » au sens cognitif du terme (Fourcade 2005: 272) pour regrouper ce que j'entends respectivement par souvenir et mémoire.

Sur mon terrain, les personnes employaient indistinctement ces deux termes, suivant la langue utilisée. En français, le mot souvenir est polyvalent, s'appliquant tant à un objet qu'au *memory* en anglais. « On a vu de trop belles choses et on repart avec pleins de supers souvenirs » m'a écrit par exemple Timo, suite à son voyage au Pérou. Les anglophones limitent l'usage de souvenir plutôt aux objets. Roel m'a évoqué à propos d'un pull en alpaga (qu'il avait acheté dans un de ses voyages précédents au Pérou) le double sens de souvenir en anglais : « Comme souvenir (*as a souvenir*) je voulais acheter quelque chose en tant que souvenir (*as a memory*) que je pourrais porter (*I could wear*) ». En espagnol, tout comme en anglais, *memoria* se rapporte à l'acte de remémoration. Autrement, on parle de *recuerdos* pour l'autre acception ou en italien de *ricordi* (par ex. « *avere un ricordo del paese visitato* » (Elisa) ; « *un ricordo del viaggio* (Albi)).

Aujourd'hui, le terme « souvenirs » (au pluriel) est devenu un mot international, employé notamment dans des contextes touristiques, faisant allusion par exemple aux « magasins de souvenirs », c'est-à-dire, des objets du voyage que l'on emporte chez soi pour s'en rappeler<sup>620</sup>. Des auteur·e·s, comme Ariel de Vidas (1996), parlent ainsi d'« industrie du souvenir ». Dans *Mémoire textile et industrie du souvenir dans les Andes*, elle montre comment cette industrie du souvenir (pris au sens matériel), associée au tourisme s'articule avec une « mémoire textile », c'est-à-dire une production ayant un héritage historique et culturel (dimension patrimoniale). Cela fait écho à la

---

<sup>619</sup> Chez lui, la mémoire apparaît comme cette capacité de se rappeler, et donc d'emmagasiner des souvenirs et de les déclencher (par ex. *dans sa/notre mémoire*). Il parle même de mémoire du corps, « de ses côtes, de ses genoux, de ses épaules » (Proust 1946-7: 13), ce qui fait allusion à la corporalité des souvenirs (cf. plus loin section 7.3.3.2).

<sup>620</sup> Des auteur·e·s comme Graburn (1976: 5-8) proposent un typologie distinguant les souvenirs ou « *tourist arts* », conçus pour un public externe dans le but de vendre, d'autres manifestations artistiques (« *traditional or functional arts* », « *reintegrated arts* » et « *popular arts* ») produites pour une consommation interne. J'adopte en ce qui me concerne un regard étendu sur la catégorie de souvenirs, qui peut intégrer ces différentes catégories d'art-isanat, puisque ce qui m'intéresse est le rôle mnémorique des objets et moins leur différence. Celle-ci devient d'autant moins pertinente que toutes les catégories des textiles andins que j'ai définies précédemment (cf. chap. 2.2.2) sont susceptibles de devenir des souvenirs, ce qui met en lumière le caractère perméable des objets pouvant être « multifonctionnels », comme l'admet Graburn (1976: 8). D'autre part, les souvenirs définis par cet auteur ont « peu de relation avec les arts traditionnels » (p. 6), ce qui m'éloigne de mon approche épistémologique sur la notion de « tradition », que je critique et utilise purement dans le sens employé par mes interlocutrices·eurs (cf. Filage). Cela étant dit, Graburn adopte une approche dynamique de la tradition à l'instar d'autres auteur·e·s comme Ariel de Vidas (1996).

dimension collective de mon terme « mémoire » et de la « mémoire collective » chez Halbwachs (1997).

Je distingue ainsi mémoire et souvenir comme deux catégories analytiques qui se réfèrent au passé, malgré leur possible synonymie dans la littérature ou le discours des acteur·e·s sociaux pour me focaliser sur ce dernier. L'intérêt d'utiliser la catégorie de souvenir va au-delà d'un jeu de mot emprunté au vocabulaire touristique et employé couramment par les personnes. Il permet surtout de se rapprocher de la double acception francophone pour signifier à la fois son côté matériel et mental et d'y appréhender leur articulation (souvenir-objet qui déclenche un souvenir mental ou sensoriel). D'autre part, le souvenir nous rapporte à un vécu fortement personnel<sup>621</sup>, dans le cadre d'un voyage, contrairement au caractère collectif de la mémoire. Ce caractère personnel est un des points principaux sur lequel j'insisterai dans les prochaines sections.

Remarquons que ma distinction analytique m'éloigne du travail de Halbwachs, pour qui les souvenirs personnels ont un caractère collectif. Si je ne nie pas l'influence du groupe (ami·e·s, famille, etc.) comme l'explique bien ce sociologue, tant dans la production (en amont) que dans la reproduction (en aval) des souvenirs personnels, je considère qu'il met trop l'accent sur le collectif. Si Roger Bastide (1970) montre justement la capacité de construction et de réappropriation des souvenirs personnels dans un cadre collectif, il critique le « durkheimisme » de Halbwachs, n'arrivant pas se détacher de « l'idée d'une conscience collective extérieur et supérieur aux individus » (p. 83). De son côté, Maurice Bloch (1990) accorde à Halbwachs le fait que « le souvenir est aussi un phénomène social (le mot « aussi » nuance les propos de Halbwachs), notamment dans le mode de transmission de celui-ci, tout en lui reprochant qu'« une telle transmission requiert pour être comprise de se référer à des processus psychologiques individuels ceux-là même qu'il [Halbwachs] cherche à exclure ». Par mon approche centrée sur l'expérience touristique personnelle, je m'inscris dans ce type de critiques tout en allant au-delà de l'approche structuraliste de Bastide<sup>622</sup> et en donnant un éclairage différent de l'approche cognitiviste de Bloch, qui a le mérite de rapprocher la « mémoire autobiographique » (souvenirs des événements personnels) de la « mémoire historique » (faits appris par l'intermédiaire d'autrui). Ce rapprochement justifie d'ailleurs ma catégorie analytique de mémoire où l'histoire incaïque, aussi lointaine qu'elle puisse paraître devient « quasi autobiographique », ce qui se manifeste clairement dans le cas des (néo-)Incas (cf. première partie du manuscrit).

---

<sup>621</sup> J'aborde ici les souvenirs d'un point de vue individuel, bien que ceux-ci puissent être partagés collectivement à partir d'une expérience vécue en commun. Néanmoins, je suggère que ce partage se limite non seulement à un groupe restreint, mais surtout que la manière d'appréhender et de restituer le souvenir demeure très personnelle, comme le souligne notamment Stewart (1999: 135-36).

<sup>622</sup> L'auteur se focalise sur « la structure de connexion entre diverses mémoires individuelles » (Bastide 1970 : 96). Pour lui, « c'est la structure du groupe qui fournit les cadres de la mémoire collective » (p. 94). « [A]ucune de ces mémoires individuelles n'est possible sans qu'elle retrouve sa place dans un ensemble dont chacune ne constitue qu'une partie ». Mon approche sensible à la matérialité permet de dépasser ce regard centré sur les connexions purement humaines, puisque, comme je le développe plus bas, les souvenirs peuvent émerger de la relation humain-objet, sans structure du groupe (à laquelle se réfère Bastide 1970).

Désormais, il sera question d'explorer plus en détail l'autre catégorie analytique, les « souvenirs », dans leur double acception, à travers le cas des textiles andins, et dans leur relation intime avec les personnes, relation qui leur confère une valeur particulière. En abordant la question par le biais des textiles, je ne prétends ni à l'exclusivité ni à l'universalité de la relation objets-souvenirs, puisque, comme j'insiste sur ce point à la fin du chapitre, les objets sont importants, mais pas exclusifs dans notre rapport aux souvenirs.

### **7.3.2 Les textiles andins : des souvenirs pour s'en souvenir**

Le voyage est fini. De retour à la maison. C'est à ce moment-là que les objets tels que les textiles andins acquis au Pérou prennent une valeur différente, en ce qu'ils rappellent des souvenirs du voyage. Je suggère ici l'idée que ces pièces *matérialisent* ces souvenirs<sup>623</sup>. J'illustre cet argument par la mise en récit d'une expérience personnelle vis-à-vis de mes objets ethnographiques<sup>624</sup> que j'ai transcrite intentionnellement au moment même où je l'expérimentais :

**I**n'y a personne au bureau à l'Université de Lausanne. Mes collègues sont absentes et je suis tout seul, assis sur ma chaise, devant mon ordinateur. Enfin, pas si seul. Divers objets sont disposés dans la salle et m'entourent. Je commence à noter leur présence à partir du moment où je les regarde. Je fixe mon attention sur la *lliqlla* qui se trouve en dessous de mon ordinateur et qui décore mon bureau (auparavant disposée sur le mur). Elle me rappelle mon travail de mémoire sur la communauté de Chawaytire et son créateur Alfredo, à qui j'avais demandé de reproduire la *lliqlla* qui avait obtenu le premier prix d'un concours organisé par le CTTC en 2008 (cf. Photo 21). Je me rappelle aussi des histoires sur le *lloqepaña* – technique, contenue dans cette pièce, mêlant des fils filés à droite et gauche lors du tissage – ainsi que l'anxiété et la joie de faire pour la première fois du terrain.

Je regarde désormais mon poignet droit assorti de trois bracelets. Un me renvoie à mon voyage en Colombie pour le mariage de mon ami Johnny, au bistrot de Cali où je l'ai reçu comme cadeau d'un des serveurs, au moment du match de football que je regardais en compagnie d'un ami suisse, Romain. Les deux autres me renvoient à Cusco, l'un acheté d'ailleurs à un Colombien au marché du quartier de San Blas et l'autre à Chawaytire en 2014. Ce dernier a été fabriqué par Julia, l'épouse d'Alfredo. Je lui avais demandée d'inscrire mon nom abrégé « Cris » au milieu, à côté d'autres motifs appelés en quechua *Puma sillu* ou l'« emprunt du puma »<sup>625</sup>. Je viens de me rappeler que j'en avais commandé un autre sur lequel il y avait inscrit le nom d'une ancienne petite-amie. Je l'avais oublié.

---

<sup>623</sup> Je parle dans ce chapitre particulièrement des souvenirs des voyages. Toutefois, les objets peuvent plus largement matérialiser d'autres souvenirs, liés à la vie de la personne, par exemple à son enfance (cf. Morgan et Pritchard 2005: 38), tel que je l'évoquerai à travers le cas de Marcel Proust.

<sup>624</sup> Ces objets ont été acquis dans un but premièrement ethnographique, ou alors ils sont devenus en cours de recherche. Pour en savoir plus se référer à la partie méthodologique (cf. Filage).

<sup>625</sup> J'emploie un des noms récurrents donné au motif tout en étant conscient que celui-ci peut être interprété et nommé différemment selon la personne qui l'a élaboré ou qui le regarde.



**Photo 21 : *Lliqla* et souvenirs de mon terrain**

Photographie de l'auteur.  
*Lliqla* de Chawaytire achetée en 2008.  
 Auteur : Alfredo.

**Photo 22 : *Chullo* d'Ema**

Photographie de l'auteur.  
 Bonnet caractéristique de la région d'Ocongate (Cusco), vendu et employé fréquemment par les Q'eros. Auteur inconnu.



Curieux de cette expérience, je sors du placard deux autres objets ethnographiques : une autre *lliqla* et un bonnet ou *chullo*. Ce dernier m'évoque le Pérou, les montagnes, les chamans q'eros qui parfois le portent. Les associations viennent à l'esprit sans trop y réfléchir. J'essaie de me rappeler où et quand je l'ai acquis. Sans succès. Je sais seulement que je l'avais déjà avant d'entamer mon doctorat. Ce dont je me rappelle le mieux par contre c'est qu'Ema un ami italien m'a demandé de lui ramener du Pérou un *chullo* similaire<sup>626</sup> suite à une présentation de vulgarisation scientifique où je l'avais exposé au public (cf. Photo 22). La *lliqla* quant à elle, possède une histoire que je connais

mieux comme je l'ai déjà racontée : je l'ai acquise au théâtre municipal de Cusco lors d'une présentation des Q'eros en 2014. Sans avoir besoin d'ouvrir mon cahier de terrain, je me rappelle *grosso modo* l'histoire que Rolando m'avait racontée à son propos sur la conquête des Incas au peuple Chachapollas (cf. récit « Une précieuse rencontre »). Sans être au Pérou, je le suis en quelque sorte à travers *ces souvenirs et mes souvenirs*.

\*

À force de paraître narcissique, je ne peux pas entamer cette réflexion autrement qu'à travers ma propre expérience<sup>627</sup>. Car la valeur que j'évoquerai dans ce chapitre demeure une affaire personnelle,

<sup>626</sup> Ce bonnet lui sera donné quelques jours après comme cadeau d'anniversaire.

<sup>627</sup> Comme mentionné dans la partie méthodologique, cette posture est fortement défendue par Morgan et Pritchard (2005) qui appliquent l'« auto-ethnographie » comme méthode pour rendre compte des relations intimes que nous entretenons avec les objets, notamment avec les souvenirs touristiques.

relationnelle entre humains et objets, bien qu'il y ait des similitudes et généralités par rapport aux expériences d'autres individus.

Ce récit part ainsi d'un exercice phénoménologique que j'ai voulu effectuer de plein gré pour montrer tout ce que les objets peuvent nous évoquer spontanément<sup>628</sup>. Quand je parle de *ces souvenirs* et de *mes souvenirs*, je me réfère respectivement au caractère matériel et mental des pièces que l'on acquiert lors de nos voyages (y compris lors des voyages de terrain). C'est le double sens qu'emploie par exemple Roel en parlant de « souvenir » et de « mémoire » (*memory*) à propos de son pull en alpaga acheté au Pérou.

Dans cette perspective, les textiles andins peuvent à la fois acquérir le statut de souvenir matériel (i.e. objet amené pour se rappeler du lieu visité) et provoquer un souvenir mental (i.e. images ou histoires qui défilent dans nos cerveaux), prévu ou non. L'intentionnalité de celui-ci est d'ailleurs contemplée par certain·e·s, avant le retour à la maison comme je le montre par la suite.

Le souvenir mental n'est pas inhérent à l'objet lui-même, mais à la relation que la personne entretient avec celui-ci ; c'est-à-dire à l'histoire que les deux ont vécu ensemble au moment de la rencontre et de l'achat, puis du parcours que ces deux mèneront par la suite (cf. Appadurai 2010a; Kopytoff 2010)<sup>629</sup>. C'est sur quoi j'insiste dans le récit : ce que j'ai raconté m'appartient. Ce sont des histoires personnelles qui émergent d'un vécu avec/autour des textiles andins (et plus largement d'autres pièces comme les deux bracelets du récit) ; histoires que j'ai pu ressentir chez d'autres personnes élaborant des récits à partir des objets tels qu'une cuillère, une maison, des photographies, etc. C'est la « matérialité » (*materialidad*) dont Richi m'a parlé, terme que cet ami chilien a employé pour signifier l'importance de la matière pour garder ses souvenirs (*mis recuerdos*) (Richi, 12.05.17).

Sur mon terrain, il s'agit en particulier d'une matérialité textile acquise dans un cadre touristique, auquel je me suis référé abondamment dans la deuxième section du chapitre. Plus largement dans la thèse, j'ai aussi montré que les textiles sont devenus des marchandises touristiques, ou pour reprendre les termes employés ici, des souvenirs touristiques.

Désormais, il est question de réfléchir à l'étape après l'acquisition qui renvoie au processus de singularisation ou « démarchandisation » (*decommodification* évoqué par Kopytoff (2010) (cf. aussi Tsing 2013: 26; « *ex-commodities* » chez Appadurai 2010a: 16). Dans son approche biographique des objets, Kopytoff (2010) nous rappelle pertinemment que la marchandisation est une étape de la vie de ces objets et non pas un état en soi (cf. aussi Appadurai 2010a: 16-17). À ce propos et plus spécifiquement sur les textiles, Littrell (1990: 234) affirme qu'après le retour à la maison des touristes, « la valeur de l'objet (*item's value*) et la signification (*meaning*) augmentent avec la propriété

---

<sup>628</sup> Dans mon quotidien, je me suis rendu compte de ce phénomène principalement lorsque je regardais différents objets par exemple dans ma chambre ou dans la rue, qu'ils m'appartiennent ou non. Je me suis servi ainsi de cette expérience pour produire le récit, bien que j'aie limité les associations et les souvenirs à quelques éléments pour des questions d'espace.

<sup>629</sup> Pour d'autres références, voir notamment Turgeon (2007: 25) (cf. aussi Hoskins 2007; pour les biographies des souvenirs touristiques cf. Morgan et Pritchard 2005).

(*ownership*) et l'usage ». Ce passage de l'achat à l'acquisition permet donc de faire un pont entre souvenir matériel et mental.

Dans la même veine, je suggère qu'en tant que souvenirs matériels, les textiles participent aux souvenirs mentaux des personnes en les rapportant en l'occurrence, à une expérience touristique, vécue seul·e ou en compagnie. Dans l'introduction d'*Objet & Mémoires*, Debary et Turgeon (2007a: 1) soulignent pertinemment ce qui suit : « Subrepticement, le passé se loge dans les objets de la vie quotidienne, dans les sensations qu'ils éveillent et qui lui servent de supports mnémoniques ». Plus spécifique sur les textiles achetées par les touristes, Littrell (1990: 238) rapporte que ceux-ci servent de « memento », de « rappel » (*reminder*) ou de « mémoire » (*memory*) du voyage (cf. aussi les souvenirs comme « *touchstone of memory* » in Morgan et Pritchard 2005: 41-43). Quand j'ai cité dans le récit la *lliqla* de Q'ero ou de Chawaytire ou le *chullo*, je me suis référé spécifiquement à leur rôle mnémonique, à l'instar d'autres objets de mon quotidien qui me rappellent des passages de ma vie.

Si mon récit se réfère à des objets acquis principalement dans un cadre de terrain ethnographique (et donc moins touristique), suivant Debary et Turgeon (2007a), j'extrapole mon expérience à celles d'autres personnes qui interagissent avec ces « objets de la vie quotidienne », avec lesquels on entre en interrelation constante, bien que de manière intermittente selon les situations. Parmi ces objets se trouvent désormais les textiles andins emportés des voyages comme souvenirs puis, portés sur soi ou disposés comme décoration à la maison, voire oubliés au placard. Et c'est justement quand on les retrouve que l'on peut se rappeler non seulement qu'ils existaient mais aussi des souvenirs qui émergent<sup>630</sup>. Des souvenirs qui viennent à l'esprit tel que mon expérience avec les textiles ou celle de Proust avec sa madeleine.

### **7.3.3 De la madeleine de Proust aux textiles andins**

J'ai évoqué précédemment le désir des touristes pour anticiper intentionnellement le souvenir à travers des objets achetés, dont des textiles emportés du Pérou. Que l'on veuille ou non, ces marchandises touristiques acquièrent un rôle mnémonique. L'interaction avec ceux-ci déclenche un souvenir, très souvent involontaire.

Je reviens ici à ce que Proust (1946-7: 99) décrit sur la madeleine qu'il déguste et qui le rapporte spontanément à son enfance à Combray (France) et lui rappelle sa tante Léonie qui « [le lui] offrait après l'avoir trempé dans son infusion de thé ou de tilleul ». C'est un souvenir qui suscite spontanément d'autres souvenirs de son enfance : sa maison, sa chambre, les rues où il faisait ses courses, des jardins, celui du M. Swann, etc. (Proust 1946-7: 100-101).

---

<sup>630</sup> Pour le rapport objet-souvenir-oubli, voir Turgeon (2007: 28-30). Il montre la complexité du rapport car « [l']élimination de l'objet n'entraîne pas toujours l'éradication du souvenir » et que, dans certains cas, « [l]a perte de support matériel rend l'absence encore plus présente » (Turgeon 2007: 29). J'ai pu l'expérimenter par exemple par rapport au bracelet de Colombie que j'ai cité dans le récit (cf. section 8.3.2). Malgré la perte de celui-ci, lorsque je regarde mon poignet droit, je me rappelle parfois de son existence ainsi que des souvenirs qu'il déclenchait en moi.

L'expérience proustienne – qui ressemble d'ailleurs à celle que j'ai délivrée dans le récit – est bonne à penser pour trois aspects des souvenirs que je voudrais discuter maintenant : 1) son caractère involontaire, bien ou malgré l'intentionnalité humaine de les déclencher *a posteriori* ; 2) sa dimension sensorielle, émotionnelle et personnelle ; et 3) le fait qu'ils ne dépendent pas uniquement de la matérialité, ici des textiles, mais d'un exercice d'associations de souvenirs.

### **7.3.3.1 Souvenirs involontaires et volonté de s'en souvenir**

D'après mon propre vécu au quotidien, qu'il s'agisse des artefacts acquis lors de voyage, de cadeaux ou d'autres classes d'objets, les souvenirs qu'ils déclenchent sont de type involontaires. L'expérience dans mon bureau à l'université met par exemple en évidence des images de lieux, personnes et moments qui viennent spontanément à l'esprit sans une intention quelconque de les invoquer, à l'instar des souvenirs de Proust. Qu'il s'agisse de sa madeleine ou de mes textiles, ces souvenirs « surgi[ssent] spontanément dans les contacts qui nous lient aux objets » comme le soulèvent pertinément Debary et Turgeon (2007a: 1) en reprenant Proust.

Dans une relecture de ce dernier, plusieurs auteur·e·s (Beyaert-Geslin 2015: 67-70; Kwint 1999: 2; Debary et Turgeon 2007a: 1; Deleuze 1964) insistent sur l'existence d'une « mémoire involontaire », spontanée. Elle s'oppose à celle de type volontaire ou « d'intelligence », pour reprendre Proust, nécessaires « aux besoins du raisonnements » (cité par Beyaert-Geslin 2015: 68). Beyaert-Geslin (2015: 67-68) illustre ce caractère involontaire par les souvenirs que lui évoquent une boîte de bonbons qui trônait dans la cuisine de grands-parents et qui lui rappelle la chaleur de cette cuisine.

Si j'avance l'idée que les souvenirs sont involontaires, cela ne signifie pas qu'il n'y ait pas d'intention de la part des personnes de les déclencher. J'ai constaté en effet que de nombreuses·eux touristes achètent intentionnellement des objets-souvenirs au Pérou pour se rappeler *a posteriori* du voyage : « j'achèterai un textile parce que celui-ci me rappellera le Pérou (*it will remind me of Peru*) » (Heidi) ; « Quand je retourne aux États-Unis, je serai content (*happy*) d'avoir une partie de la culture, des lieux que j'ai visités (Christ) ; « On a acheté [son épouse et lui] à la famille un tissu lors de notre trek à Lares [région de Cusco] et c'était un peu forcé pour les aider économiquement mais surtout pour concrétiser ce souvenir marquant et en garder une trace » (Timo). Justement, Fourcade (2005: 253) parle de « trace » dans son étude auprès des touristes arménien·ne·s. Car « [l']intention principale d'achat des souvenirs, mise à part une possible satisfaction esthétique, vise l'acquisition d'une trace de l'endroit visité ou d'une expérience vécue, au moindre regard, en favorisant la remémoration ».

En parlant avec d'autres touristes, je me suis rendu compte que l'intention de remémoration pouvait aller jusqu'à capturer un moment encore plus précis du voyage. « Nous avons acheté cela [une écharpe] dans une ruelle qui menait à la *Plaza de Armas*. On voulait se rappeler de la dame qui nous a vendue » m'a raconté un couple de touristes français. L'écharpe les renverra certainement à ce moment précis comme le couple l'envisageait. Mais encore, elle le renverra à d'autres images

associées : la ruelle, la place, Cusco, le Pérou, ... C'est là que réside le caractère involontaire des souvenirs, malgré la volonté de les contrôler plus ou moins.

Un exemple très parlant de l'intentionnalité visant à gérer le souvenir par l'objet textile m'a été rapporté par un guide cusquénien d'après son expérience au Machu Picchu. Étonné que ses touristes finissaient par acheter des objets comme des bonnets, malgré son conseil de les acquérir à Cusco pour un prix plus intéressant, le guide m'a affirmé qu'elles-ils voulaient enfin « quelque chose provenant du Machu Picchu ». Peu importe finalement l'origine de la pièce. Ce qui prime c'est le moment ou le lieu qui est matérialisé par l'objet acheté. Le prix quelque peu élevé ne compense certainement pas le souvenir que procure ce genre d'objet et que ces touristes garderont pour plus tard. Même dans le cas hypothétique que la raison de l'achat du bonnet ou d'un autre objet ait été de type utilitaire (cf. section 7.2.1), cette pièce deviendra un souvenir du voyage (au sens double du terme). Ces personnes pourront ainsi se rapporter à cet espace-temps précis lorsqu'ils regarderont ou utiliseront ces bonnets, indépendamment du fait que celui-ci puisse porter des inscriptions telles que « Machu Picchu », « Cusco » ou « Pérou » que l'on voit sur ce type d'objets<sup>631</sup>. Si ces inscriptions peuvent induire un certain souvenir, l'objet en soi rapporte au moment-lieu de l'achat et à d'autres associés au voyage<sup>632</sup>. C'est ainsi *le vécu touristique de la personne avec l'objet* qui vient à l'esprit et déclenche le souvenir, et non pas l'objet en soi, tout seul ou sans l'individu. C'est cette mise en contact « qui nous lie aux objets » comme l'affirment Debary et Turgeon (2007a: 1).

Le cas des photographies illustre autrement cette intentionnalité. Le remarquable travail ethnographique de Bærenholdt et al. (2004) montre, à travers l'exemple des vacances familiales, le désir des touristes de capturer les moments passés pour s'en rappeler après (cf. aussi Sivantola 2002: 182-85). C'est une manière d'« accumuler » des histoires (*memory-stories*) qui vont au-delà de ce que la photographie montre (*unseen stories*) et capables de provoquer des émotions (Bærenholdt et al. 2004: 105-23). D'autres travaux soulignent cet acte de remémoration à l'aide des photographies de manière plus générale (Benjamin 2012; Barthes 1980; Edwards 1999). La photo se rapporte au noème « Ça-a-été » ou au « référent photographique » décrits par Roland Barthes (1980: 120) lequel renvoie à « la chose *nécessairement* réelle qui a été placée devant l'objectif, sans quoi il n'y aurait pas de photographie »<sup>633</sup>.

---

<sup>631</sup> De nombreux objets vendus dans le marché touristique comportent ce type d'inscription. Les bonnets en sont un cas exemplaire. Aux inscriptions déjà mentionnées, j'ai observé d'autres qui varient selon la région ou pays : Arequipa, Puno, Chili, Bolivie, Uyuni, etc. Dans la typologie des souvenirs de Gordon (1986), ce genre d'objets fait partie des « *markers* » où l'inscription prime sur l'objet lui-même.

<sup>632</sup> Haldrup et Larsen (2010: 159) parlent de « souvenirs globaux » (*global trend souvenirs*) qui, malgré leur caractère non local, sont capables d'évoquer par exemple le lieu d'acquisition. Ils citent l'exemple des maillots de football des équipes connues d'Europe qui peuvent être acquis en Afrique (tout comme au Pérou).

<sup>633</sup> Pour Edwards (1999), la photographie est un « objets de mémoire » permettant un double lien (*double link*) entre le passé et le présent en tant qu'image et matériel (*material*). Au-delà du « référent photographique » de Barthes, l'auteure accorde en effet une importance à la matérialité de la photo et des éléments associés comme les albums-photo, tout comme à la relation visuelle, tactile et olfactive vis-à-vis de cette matérialité, ce qui fait un lien avec l'aspect sensoriel des souvenirs (cf. section 7.3.3.2). Pour revenir à la question de l'intentionnalité

Qu'il soit à travers les photographies ou les textiles andins, cette intention de capturer le temps met en évidence l'*agency* des acteur·e·s humains qui peuvent effectuer une action, à savoir, l'acte de remémoration, en l'occurrence à l'aide des textiles andins. Les deux participent à cette action qui demeure, du côté humain, jusqu'à un certain point intentionnel (jamais totalement). C'est ce qu'Alfred Gell (1998) nomme « *secondary agency* » attribué aux objets par rapport aux humains qui détiennent largement une « *primary agency* » (cf. notamment Gell 1998: 37,44), bien que pour moi cette hiérarchisation en perde pertinence du moment où les deux agissent ensemble, sans nous soucier de savoir qui devient « premier agent » ou « deuxième agent » pour reprendre ses termes. D'autre part, Gell tend à assimiler l'action à l'intentionnalité, ce qui est mis en question dans le cas de souvenirs. Ces deux arguments me font pencher plutôt pour une interprétation latourienne de l'action, en l'occurrence pour les souvenirs, où prime l'« incertitude quant aux sources de l'action » (Latour 2006: 67 ; cf. aussi Filage) et la non intentionnalité. Il est donc question d'inter-action faite conjointement avec des acteur·e·s humains et des objets, comme je l'ai défini dans mon travail.

Si, à l'instar de la madeleine de Proust, nous ne contrôlons pas les souvenirs qui nous adviennent au contact avec les objets, mon étude montre toutefois comment, à l'aide des achats textiles, les touristes cherchent volontairement à reproduire le cadre qui les compose (personnes, lieux, moments), au moins dans une certaine mesure.

### **7.3.3.2 Souvenirs *in-corporés***

La madeleine de Proust nous permet de réfléchir en outre sur la dimension sensorielle des souvenirs comme le soulève l'auteur lui-même et qui dépasse ce qu'il appelle le « souvenir visuel » (Proust 1946-7: 98). S'agissant d'un produit comestible, l'expérience proustienne souligne le fait que le caractère involontaire des souvenirs n'est pas uniquement lié au sens de la vue. Si dans ce chapitre j'apporte des exemples se focalisant presque exclusivement sur ce sens, n'oublions pas que les souvenirs s'inscrivent dans une expérience corporelle multi-sensorielle. L'exemple de Jess, ma nièce à qui j'avais offert un pull en alpaga comme cadeau d'anniversaire en est une illustration. Aussitôt qu'elle l'a reçu, elle a exclamé : « Ça sent le Pérou » (Jess, 17.10.16). Pour elle l'odeur particulière de la fibre d'alpaga lui a rappelé spontanément ce pays.

Si j'ai peu d'exemples de ce type, cette phrase illustre les rapports que nous entretenons avec les objets à travers nos sens, outre la vue, des sensations ou émotions qu'ils nous amènent à ressentir. Il s'agit d'« expériences sensorielles et affectives fortes capables de mobiliser ou démobiliser la personne » tel que l'affirme Turgeon (2007: 24). Expérience éprouvée également par Sartre lorsqu'il écrit :

---

des souvenirs, Edwards laisse entrevoir à certains passages celle-ci à travers le « désir pour la mémoire » (*desir for memory, human desir for linking objets of memory*).

Les objets, cela ne devrait pas toucher, puisque cela ne vit pas. On s'en sert, on les remet en place, on vit au milieu d'eux : ils sont utiles, rien de plus. Et moi, ils me touchent, c'est insupportable. J'ai peur d'entrer en contact avec eux tout comme s'ils étaient des bêtes vivantes (Sartre 1938: 26)<sup>634</sup>.

Si le philosophe cite la peur, Turgeon (2007: 23) revient sur l'exemple de l'odorat et du goût que l'on retrouve d'ailleurs respectivement chez Jess et Proust. Ce dernier nous explique que le « souvenir visuel » qui lui vient à l'esprit est lié à la saveur de la madeleine qu'il met dans sa bouche. Suivant l'expérience proustienne, chez Jess, l'odorat pourrait déclencher d'autres souvenirs visuels associés au Pérou. La même chose peut advenir lorsque l'on écoute une musique des Andes avec les flûtes de pan, comme j'ai pu le constater moi-même. Écouter une chanson comme le *Condor Pasa* en Suisse me provoque souvent des souvenirs de mon pays, de Cusco, de ma famille, parfois avec un certain sentiment de nostalgie que je ressens au niveau de la poitrine. C'est la « mémoire non verbale » dont nous parle Turgeon (2007: 27) « qui fait appel aux sens, surtout à la vue, au toucher et à l'odorat » mais aussi au goût comme le démontre la madeleine de Proust ou encore l'ouïe comme je viens de le citer dans l'exemple du *Condor Pasa*. Beyaert-Geslin (2015: 71) parle à ce propos de « polysensorialité » ou des « correspondances intersensorielles » grâce aux objets « qui relient la modalité visuelle à une sensation de chaud ou froid ou une sonorité, par exemple ». C'est aussi ce qu'elle nous délivre par ses souvenirs de la chaleur de la cuisine à partir d'une boîte de bonbons.

Cette dimension sensorielle des souvenirs que j'ai abordée depuis le visuel est bien documentée par d'autres travaux. J'ai cité précédemment l'exemple des photographies de vacances issues de l'étude de Bærenholdt et al. (2004) qui soulignent leur capacité à provoquer des émotions. Il me semble que parler d'émotions – comme la peur éprouvée par Sartre ou l'anxiété et la joie de faire du terrain évoqués dans mon récit – c'est se référer au sensoriel, bien qu'on ne le classe pas dans l'un des cinq sens. Michael Haldrup et Jonas Larsen (2010: 167-73) qui traitent explicitement les photographies comme des souvenirs (au sens matériel du terme) affirment aussi que celles-ci peuvent rappeler des sensations comme le goût d'un repas, l'odeur d'un lieu, la chaleur du soleil, etc. (p. 179). À cet égard, ils parlent de « mémoires incorporés » (*embodied memories*) (p.161).

Cette dimension sensorielle rejoint les définitions du tourisme comme une expérience corporelle (Bærenholdt et al. 2004; Crouch et al. 2001: 259) qu'illustrent bien Haldrup et Larsen (2010) à travers les photographies de voyage<sup>635</sup> ou Simoni (2016) à travers l'exemple des relations sexuelles à Cuba. De leur côté, Morgan et Pritchard (2005: 41-42) insistent sur la « nature multi-sensorielle des expériences » où les arômes, les parfums, les goûts, les sons (notamment la musique) sont intimement liés aux souvenirs (*memories*) auxquels les objets participent. Car « les souvenirs matériels (*material*

---

<sup>634</sup> Ce passage fait écho aux sensations inconfortables du voyage qu'un objet peut rappeler (Morgan et Pritchard 2005: 42-43).

<sup>635</sup> La photographie n'est qu'un exemple. Les auteurs évoquent d'autres activités comme marcher, nager ou faire du shopping qui mobilisent différents sens. En citant les bazars à El Cairo, Haldrup et Larsen (2010: 70-71) parlent même de « mobilité ressentie » (*sensed mobility*) dans la mesure où les touristes sentent l'odeur des épices et de gens ou écoutent les cries de commerçant·e·s; ce qui peut rejoindre le concept de « *taskcape* » d'Ingold (2000: 195-6) où les activités humaines s'inscrivent dans l'espace environnant.

*artefacts of souvenirs*) ont le pouvoir d'évoquer les mémoires de tous ces sens (*memories of all those sense*) lorsque ceux-ci agissent comme des canaux pour recueillir des expériences touristiques », de manière sélective et capables de « transport[er] l'individu à travers le temps et l'espace » (Morgan et Pritchard 2005: 42).

Cependant, loin de se limiter au tourisme, à l'instar de la madeleine de Proust, cette dimension sensorielle s'inscrit aussi dans notre rapport au monde (cf. Ingold 2011; Hoskins 2007). Les objets deviennent ainsi « le prolongement de notre corps » ou « des interfaces entre le corps et le monde » (Beyaert-Geslin 2015: 30)<sup>636</sup>. Tim Ingold (2011: 154) nous rappelle en outre, la relation intime et personnelle entre les lieux que la personne habite et les souvenirs qu'ils appellent (*the memories they call up*). Chaque lieu devient aussi un « nœud d'histoire » (*every place is [...] a knot of stories*). Cela rejoint le concept de nœud chez Stéphane par lesquels on s'attache aux personnes (cf. section 7.2.3.2). Par ce type d'expérience, on tisse alors des souvenirs avec les objets, les lieux et les personnes qui nous entourent et qui font partie de notre vécu. Du point de vue méthodologique, cette posture justifie des approches sensorielles en anthropologie (cf. Pink 2009; cf. aussi Vionnet 2018; Morgan et Pritchard 2005: 36, 45), allant au-delà de la « rhétorique du regard » (Kilani 1990) fondée sur l'observation.

Le caractère multi-sensoriel des souvenirs dénote non seulement de l'émotionnel comme le rapporte par exemple Bærenholdt et al. (2004) vis-à-vis des photographies des vacances ou Manon et Pierre en parlant de la valeur émotionnelle/sentimentale des textiles andins. Proust (1946-7: 95-96, 100) exprime d'ailleurs cela lorsqu'il décrit le « plaisir délicieux [qui l'] avait envahi », la « puissance joie », le « souvenir qui [le] rendait si heureux » au moment de déguster la madeleine.

Ce double caractère sensoriel et émotionnel s'accompagne du caractère personnel des souvenirs. Il s'agit pour moi d'une idée centrale que j'ai voulu souligner à partir de mon expérience au bureau de l'université en montrant que ces objets partagent une *histoire avec moi*. Mon récit auto-ethnographique venait du caractère personnel des souvenirs, bien que selon les cas, ils peuvent être partagés par d'autres personnes (par exemple par un groupe ayant voyagé ensemble, comme je l'ai fait avec le groupe de huit ami·e·s européens). Toujours est-il que les souvenirs, aussi collectifs qu'ils puissent être, finissent par se personnaliser, justement de par leur caractère sensoriel qui est propre à chacun·e.

Qu'il s'agisse de ma personne qui regarde ses *lliqlla*, de Jess qui sent le parfum de l'alpaga ou de Proust qui savoure sa madeleine, les souvenirs qui sont de caractère sensoriel demeurent une affaire personnelle. Vécus à travers la corporalité, les souvenirs deviennent ainsi *in-corporés*

---

<sup>636</sup> À ce propos, voir l'ouvrage collectif édité par Julien et Rosselin (2009) qui aborde amplement les processus d'incorporation/désincorporation et le couplage/découplage sujet-objet. Voir aussi les « objets corporels » chez Veyrat et al (2007). Cette littérature fait plus largement écho aux assemblages entre humains et non humains (Vinck 2007; Barbier et Trépos 2007; Latour 2006), ainsi qu'à la notion de « réseau », promue par l'ANT et développée dans l'introduction.

individuellement. Le terme « *in-corporé* » fait référence ici à la dimension corporelle des souvenirs ainsi qu'à l'incorporation en nous de ces souvenirs.

### **7.3.3.3 Au-delà de la matérialité : des souvenirs qui en appellent d'autres**

L'exemple de la madeleine de Proust permet enfin de concevoir le souvenir comme une affaire qui, bien qu'en lien intime avec la matérialité, n'en dépend pas toujours. Au moment où l'écrivain déguste le morceau de madeleine trempé dans du tilleul, il commence à évoquer, dans un des passages, une série des souvenirs qui lui adviennent dans son exercice de remémoration de son enfance en se succédant les uns aux autres (Proust 1946-7: 100-101). Il parle ailleurs d'« association des souvenirs » ou de souvenirs accumulés formant « une masse » (p. 394), ce qui me semble bien qualifier ce passage.

Du point de vue phénoménologique, j'ai pu expérimenter ce défilement de souvenirs spontanés se succédant les uns après les autres. Si l'observation d'un objet en particulier, la visualisation d'une photographie en papier ou sur un smartphone, voire l'écoute d'une chanson, illustrent diverses formes où des éléments externes peuvent induire des souvenirs plus ou moins personnels, il arrive un moment où l'on divague et un souvenir en appelle un autre, souvent par associations, sans intermédiaire matériel. C'est ce qui se produit dans les conversations où une anecdote ou une histoire rappelle quelque chose à la personne elle-même ou à son interlocutrice·eur. Si cette chose n'est pas toujours de l'ordre des souvenirs (par ex. nouvelle à la radio, épisode d'une série, etc.), cela est dans l'ordre du possible notamment lors de récits de voyages : de manière récurrente, je me suis retrouvé à parler ou écouter des histoires qui s'enchaînaient les unes aux autres en reprenant un ou des éléments laissés par le récit précédent.

Cette remarque nous permet d'inscrire les textiles andins dans un continuum de souvenirs auxquels, s'ils participent comme déclencheurs, ils le font de manière intermittente avec d'autres objets ou supports mnémoniques comme les lieux sur lesquels l'on transite, les bâtiments que l'on traverse, voire les personnes que l'on regarde ou avec qui on s'entretient<sup>637</sup>. Par intermittence je n'entends pas uniquement l'alternance avec ces autres supports, mais également l'alternance avec les souvenirs eux-mêmes ; mais encore avec les non souvenirs (lorsque l'on pense à autres chose).

Si, à l'instar de mon expérience au bureau, nous ne sommes pas seul·e·s dans ce monde, et des choses nous entourent et suscitent en nous des souvenirs, les textiles andins ne sont pas non plus

---

<sup>637</sup> Ces exemples sont tirés de ma propre expérience quotidienne où, par exemple, une rue où je me promenais auparavant avec une personne intime, un bâtiment comme l'édifice où j'habitais précédemment ou encore la présence d'un·e ami·e peut faire resurgir des souvenirs. Je me suis d'ailleurs rendu compte de la manière dont les souvenirs peuvent dépendre de la personne qui est en face de nous, en fonction de ce que l'on a vécu avec cette personne, par exemple les souvenirs d'enfance avec mes amis chiliens. De surcroît, la simple association d'un de ces éléments (lieu, bâtiment, personne) a quelque chose de familier ou de vécu qui peut déclencher des souvenirs inattendus.

isolés. Dans l'interaction avec les humains, ils participent activement à l'acte de remémoration dans nos quotidiens, auquel d'autres objets, voire d'autres souvenirs, participent également.

### **Retissage : la valeur dans l'acte marchand, la valeur d'usage au-delà des Andes**

« Lorsque tu achètes quelque chose fait à la main (*algo hecho a mano*), tu achètes plus qu'un objet. Tu achètes des heures d'expériences (*experimentos*) et d'échecs (*fracasos*). Tu achètes des jours, semaines et mois de travail. Tu n'achètes pas une chose, tu achètes un morceau de cœur (*trozo de corazón*), un moment de la vie d'une autre personne ».

Aussi littérale que métaphorique, cette phrase m'a interpellé. Disposée sur la caisse du magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* un jour de juillet 2017, je l'ai lue dans un petit panneau lorsque j'y suis allé pour acheter des souvenirs (ou plutôt des objets ethnographiques). La phrase rappelle la valeur ou les valeurs de ces objets que l'on emporte du voyage. Pour paraphraser celle-ci : on n'achète pas une chose, mais bien plus. On achète des choses auxquelles on tient, des valeurs que l'on revendique. Cela va au-delà de la valeur monétaire et se trouve lié à l'engouement pour le manuel, si je me réfère à la phrase, ou encore à l'authentique, au soutien des artisan·e·s, aux soucis écologiques, etc., si l'on se réfère aux touristes interviewé·e·s. Cela se rapporte à la valeur des actions de Graeber (2001), exprimée ici par l'acte marchand, où les motivations articulent valeurs monétaires et non monétaires (y compris la valeur esthétique, très importante), privilégiant parfois l'une plutôt que l'autre, selon la personne, le lieu ou le-la destinataire. On est face à des processus de valuations, en l'occurrence marchandes, qui « constituent les valeurs et, simultanément, mettent en place leur mesure » (Callon 2013: 268). Ces processus se réalisent vis-à-vis des souvenirs achetés, et mettent en évidence, de manière *concrète*, la relation entre valeur, action et matérialité.

À côté de cette matérialité, on rapporte aussi des souvenirs de voyage (parfois sans le prévoir); des images qui viendront à l'esprit et qui nous rappelleront l'expérience touristique, voire parfois des sensations vécues (cf. « polysensorialité » ou des « correspondances intersensorielles » évoquées par Beyaert-Geslin 2015: 71). Aussi industriels qu'ils soient ou qu'on les ait achetés pour des raisons utilitaires, les textiles andins sont ou deviennent en cours de route des souvenirs pour s'en souvenir. C'est là où réside la valeur étendue des objets en dehors de leur cadre commercial d'acquisition, que ce soit auprès de l'association *Inkakunaq Ruwaynin* ou plus largement dans les centres art-isanaux. Cette valeur s'inscrit dans une relation qu'entretient la personne avec l'objet, acquis ou reçu comme cadeaux rapporté du voyage. L'exemple des cadeaux montre d'ailleurs comment les textiles andins participent à la configuration de ces valeurs même lorsque l'on n'a pas voyagé au Pérou ou dans les Andes. Dans ce cas-là, ces pièces nous rappellent la·le donataire ou le cadre dans lequel elles ont été données (événements, anecdotes, etc.). Si je retiens ces conclusions sur les cadeaux, d'après quelques observations et mes expériences propres (perspective phénoménologique et auto-ethnographique), il faudrait néanmoins un travail plus approfondi qui étudie spécifiquement la valeur des objets reçus

auprès des donataires. Ce genre d'étude permettrait en outre de mieux percevoir la valeur liée à la reconnaissance des actes (*acts of acknowledgment*) de Lambek (2013), exposée dans l'introduction, et que je mobilise moins dans ce travail. Ce type de valeur pourrait aussi être associé à la reconnaissance du travail manuel, fortement apprécié par mes interlocutrices·eurs touristes. Bien que cet anthropologue donne la primauté aux actes sur les objets, les textiles andins et d'autres souvenirs touristiques montrent comment la matérialité joue un rôle non négligeable dans la valeur accordée aux *choses*, tant pour ce qu'ils sont matériellement comme objets que pour ce qu'ils représentent durant et après l'achat. Il ne s'agit pas uniquement d'une représentation liée au souvenir du voyage, mais il est aussi question de ce qu'ils représentent dans l'acte marchand lui-même, à travers les différentes valeurs non monétaires développées dans ce chapitre.

La valeur des souvenirs, pour reprendre le titre du chapitre, permet ainsi de retenir ce qui suit : l'achat de souvenirs (ou plus largement d'autres objets qui tôt ou tard le deviendront) s'inscrit dans des pratiques de certain·e·s touristes qui, d'une part, revendiquent des valeurs comme le commerce équitable et, d'autre part, essayent de garder « une trace » de l'expérience vécue, pour paraphraser Timo. Reconnaître les traces permet de retrouver les souvenirs (Greisch 2003: 89)<sup>638</sup>.

La valeur des souvenirs remet en question l'image véhiculée très souvent de l'idiot du voyage<sup>639</sup> (i.e. touriste) et son consumérisme. Additionnée aux autres valeurs susmentionnées qui motivent l'acte marchand des touristes, la valeur des souvenirs nourrit la critique vis-à-vis du caractère aliénant de la consommation de masse (cf. section 7.2.3). L'ensemble de ces valeurs montre en outre des aspects qui vont au-delà de la « valeur d'échange/signe » de Baudrillard (1972) dans la mesure où l'objet est réduit, dans une approche sémiotique, au signe de distinction sociale. Le souci de recontextualisation des objets, une fois chez soi, remet d'ailleurs en question cette approche sémiotique, puisqu'il rappelle en quelque sorte la valeur d'usage de Marx (1993), les marchandises subissant de valuations quant à leur usage futur, d'après leurs caractéristiques propres. La valeur résultante (ou le manque de celle-ci) réside dans la matière elle-même, et non pas dans sa valeur d'échange/signe, en tout cas pas uniquement. Cette critique se rapporte à d'autres auteur·e·s comme Douglas et Isherwood (1996 [1978]), qui analysent la consommation aussi dans une approche sémiotique de distinction sociale. Sans adopter une telle approche (ou moins explicitement), Lambek (2013) réduit lui-aussi les objets à

---

<sup>638</sup> « Reconnaître un souvenir, c'est le retrouver » dit Ricoeur (2000: 563). Dans sa relecture de ce philosophe, Jean Greisch (2003) souligne l'importance de la notion de trace et sa relation avec les souvenirs que Ricoeur classe en « trois réalités distinctes » : « trace mnésique », « trace mnémonique » (dont il est question ici) et « trace écrite » (Greisch 2003: 86). Si je n'ai abordé la notion de trace que très brièvement dans ce chapitre, notons que celle-ci est polysémantique et fait l'objet de débats philosophiques comme le montre Greisch (2003). Cet auteur propose de « donner une touche « plus charnelle » à une réflexion sur la trace » que l'approche sémiotique (p. 104), ce qui le distingue de la trace comme « effet-signe » de Ricoeur. Ce caractère charnel se retrouve peut-être dans le désir des touristes comme Timo de vouloir garder des traces inscrites sur les objets, ces derniers n'étant pas nécessairement des *signes de quelque chose*, mais *des choses qui sont plus que des signes*.

<sup>639</sup> Je prends le titre du livre *L'idiot du voyage* du sociologue Urbain (1991) qui critique cette image stéréotypée. À ce propos voir notamment l'Equipe MIT (2008), qui s'attaque aux préjugés dans le monde académique (cf. aussi Morgan et Pritchard 2005: 35). Cette critique est à relier à celle que j'adresse dans le retissage du chapitre 4 aux travaux s'attaquant à l'activité touristique.

de simples « signes de ce qui a été fait », et ceux-ci « emmagasinent (ou symbolisent) la valeur des actes » (p. 155). Toutefois, plus que des signes, ce chapitre met en avant des actions concrètes effectuées dans un quotidien, touristique ou non, dans l'usage fait dans et au-delà des Andes.

Ce point est crucial dans mon argumentation, puisqu'il met en lumière la valeur des actions quotidiennes qui se réalise *avec* les objets, en l'occurrence les textiles andins. La valeur réside dans cette inter-action qui n'est pas uniquement d'ordre physique (comme je l'ai souligné dans les chapitres précédents) mais aussi cognitif, sensoriel et émotionnel (le « pouvoir suggestif » (*power of suggestiveness*) selon Morgan et Pritchard 2005: 46). Parler des souvenirs au sens large du terme, nous permet donc d'étendre l'action au quotidien à des espaces encore plus intimes. Par intimité je n'entends pas seulement des endroits comme la maison ou le lieu de travail (par ex. le bureau d'université), où l'on entre constamment en contact avec les objets-souvenirs. J'entends plus largement l'intimité de soi, des pensées où défilent nos souvenirs. L'action dont je parle n'est donc pas toujours observable mais est aussi une action intime, une inter-action individu-objet. Si elle n'est pas verbalisée, celle-ci se cache à autrui dans une apparente « non action » alors que la personne peut se trouver en train de réaliser un acte de remémoration par ses souvenirs. Et les textiles andins y participent activement, à l'instar d'autres objets qui nous entourent. « Les objets deviennent [ainsi] des acteurs à part entière, avec leur personnalité, leur histoire, leur mémoire [ici souvenir] » (Debary et Turgeon 2007a: 3). Les textiles andins co-participent aux actes de remémoration au plus profond de notre intimité quotidienne. Mais, n'oublions pas, au risque d'exagérer, que ces actes peuvent aussi se réaliser sans les objets, en tout cas de manière intermittente, où des souvenirs peuvent en appeler d'autres. On voit là les frontières de la cartographie proposée ici reliant valeur, action et matérialité.

\*

Ce point crucial me permet, par la suite et en guise de conclusion, de revenir sur une série d'éléments de la thèse qui insistent justement sur l'action que les acteur·e·s, touristes ou non, effectuent au jour le jour *avec* les textiles andins, de manière intentionnelles ou non, action multiple, plurielle, qui donne de la valeur aux objets et aux actes réalisés *avec* ceux-ci.

Cette dernière partie sera aussi l'occasion de revenir sur la notion de valeur, de voir ce que mon travail y apporte, ses limites et les pistes qu'il laisse pour de futurs travaux.

## RETISSAGE FINAL

### **Tisser autrement l'objet d'étude**

Avec Karl Marx, le concept de valeur a fait son entrée en sciences sociales, et aujourd'hui on assiste à un intérêt renouvelé pour celui-ci, malgré les points de vue divergents concernant son utilisation. Certains auteur·e·s comme Horacio Ortiz (2013) remettent en question sa pertinence heuristique en tant que catégorie analytique. D'autres discutent la pertinence d'une théorie générale de la valeur en anthropologie, parfois avec l'argument que le rôle de la discipline serait la promotion d'une anti-théorie de la valeur pour contrer l'idéologie néolibérale dominante, comme le défend notamment Rane Willerstev (cf. Otto et Willerstev 2013b). Toujours est-il que des auteur·e·s s'y intéressent, certain·e·s avec une tentative de théorisation générale comme celle développée par David Graber (2001).

L'ambition de mon travail n'est pas de formuler une théorie générale de la valeur en anthropologie mais d'y contribuer par une étude (auto-)ethnographique sur les textiles andins. Cet objet d'étude m'a fortement interpellé de par son omniprésence dans la région de Cusco (et dans les Andes plus largement) ainsi que son importance dans le quotidien, non seulement auprès des populations urbaine et rurale de Cusco, mais aussi des touristes qui visitent la région. La cartographie réalisée sur différents espaces, événements et situations concernant les textiles andins a permis de fournir les matériaux ethnographiques nécessaires pour tisser cette thèse. En effet, suivre les textiles andins (objet, activité ou médiatisation) ainsi que les multiples actions auxquels ils participent au quotidien a permis de dessiner progressivement cette cartographie.

J'ai voulu commencer mon travail par un récit qui parlait de ma *lliqla* q'ero, de sa valeur. C'est en fait ainsi que je suis entré en matière sur la question de la valeur et que je l'ai introduite, à savoir en la questionnant depuis mon expérience personnelle. Il s'agissait de confronter et d'élargir mes propres vécus et appréciations à l'égard de cette matière textile par un travail ethnographique qui dépasse ma personne sans pour autant laisser de côté mon vécu à moi. Le travail auto-ethnographique et phénoménologique que j'ai effectué a d'ailleurs contribué à compléter mon étude ethnographique. Le fait de proposer, dans une certaine mesure, une ethnographie multi-située a permis de construire progressivement le présent travail et à développer une réflexion qui va au-delà des frontières cusquéniennes, voire des Andes. Sensible aux phénomènes urbain et touristique, j'y ai porté un regard qui dépasse les communautés andines sur lesquelles s'est concentré une grande partie des études sur les textiles andins en s'intéressant notamment aux techniques, à l'iconographie, à la culture matérielle et aux logiques culturelles des *comuneros* ainsi qu'à leur cosmovision (cf. par ex. Desrosiers 2014, 2010, 2010; Arnold et al. 2007; Silverman 2008, 1996; Dávalos et al. 1994; Franquemont et al. 1992).

Ma contribution à cette littérature est à chercher dans ce changement de perspective, qui donne à voir non seulement le point de vue de *comuneros*, et ceci sous un angle plutôt pragmatique et commercial, mais aussi celui des citoyen·e·s de Cusco et des touristes. La nouveauté vient également de l'approche méthodologique qui combine une ethnographie « classique » à d'autres méthodes comme la phénoménologie et l'auto-ethnographie, des outils peu mobilisés dans les études sur les textiles andins. Malgré les critiques, l'auto-ethnographie est désormais reconnue et utilisée par différents anthropologues (cf. Sikes 2013a). A mon sens, elle permet de revisiter les études sur les textiles andins et de leur donner une profondeur plus sensorielle, proche de la « *sensory ethnography* » de Sarah Pink (2009) ou du « *sensory field* » de Karen O'reilly (2012: 99). Cela rend possible une cartographie élargie à l'espace intime, aux expériences rappelant celle de la madeleine de Marcel Proust (1946-7), ou plus largement à celles qui nous ramènent à nos propres expériences vis-à-vis des objets faisant partie de nos quotidiens, parfois en lien avec un vécu touristique (Bærenholdt et al. 2004; Morgan et Pritchard 2005; Littrell 1990). À cela s'ajoute l'ethnographie multi-située (Marcus 1995) qui m'a permis d'étendre la cartographie à d'autres espaces en dehors de Cusco, voire du Pérou, bien que le cœur de mon travail de terrain demeure ancré dans la région cusquéenne.

Pour revenir à la notion de valeur, c'est l'intérêt pour ces objets du quotidien – en l'occurrence les textiles andins qui participent à la vie de tous les jours dans des espaces « locaux » et « touristiques » (y compris chez soi, de retour après le voyage) – qui m'a permis de la questionner depuis la matérialité textile, mais aussi depuis les différents matériaux qui la composent (Ingold 2012, 2011). L'ANT et les études en STS m'ont d'ailleurs rendu sensible à la place des objets, non pas comme des signes ou comme « un simple arrière-plan de la scène » (Latour 2006: 201), mais comme des entités qui participent aux actions quotidiennes *avec* nous, êtres humains. L'intérêt pour cette approche en termes d'action co-participative des objets m'a motivé à articuler valeur, matérialité et action. À travers la cartographie issue de mon étude (auto-)ethnographique, j'ai en effet pu répertorier l'inter-action humain-objet textile dans diverses situations et discuter, à partir de là, la notion de valeur. Par cette cartographie, celle-ci s'est vite déclinée en pluriel puisqu'il était question de multiples valeurs qu'endossent les textiles andins, comme expliqué au début de mon travail avec le récit sur ma *lliqla* q'ero, et développé plus largement au *fil* des chapitres et à travers mon étude de terrain.

Outre les outils méthodologiques employés, l'approche adoptée et la littérature mobilisée, l'intérêt pour la notion de valeur a permis de tisser *autrement* un objet d'étude déjà abordé maintes fois. Si les études sur les textiles andins (et plus largement sur les Andes) utilisent cette notion, celle-ci se rapporte plutôt à une valeur sociale qui est particulière aux *comuneros*, qu'elle soit valeur d'usage ou d'échange (cf. par ex. Ariel de Vidas 1996) pour reprendre les termes hérités de Marx (1993).

### **Les valeurs des textiles andins au *fil* des chapitres**

*Quelle est la valeur des textiles andins à l'heure actuelle ?* Cette question de départ m'a amené à discuter théoriquement cette notion et à soulever son caractère dynamique et pluriel. La valeur n'est

pas donnée en avance, mais elle se construit dans des situations spécifiques configurées par les réseaux entre entités humaines et objets textiles. Par là, il s'agit de mieux comprendre ce que *vaut* le fait de produire, promouvoir, porter ou acheter les textiles andins à l'heure actuelle.

L'apport des *Valuation Studies* est dans ce sens non négligeable car elles portent attention aux processus qui constituent les valeurs et les forgent de manière situationnelle. Il n'y a pas une valeur unique et intrinsèque, mais des valeurs qui peuvent émerger par ces processus impliquant des comparaisons et des jugements sur les choses, y compris sur les objets. Toutefois, Marx (1993) nous incite à également considérer la valeur d'usage qui se trouve « dans le corps même de la marchandise » et se rapporte à son « caractère utile » (p. 40).

La question des valeurs des textiles andins contemporains invite ainsi à explorer cet objet d'étude sur son caractère complexe, pluriel et dynamique au sein des processus de valuation possibles ou de la valeur d'usage lié au « corps textile », sa matérialité. Si leur valeur d'usage est indéniable, à voir ce que nous rapporte de nombreux travaux sur les textiles andins auprès de *comuneros*, leur valeur marchande est tout aussi importante aujourd'hui. Plusieurs études négligeant en fait cet aspect contemporain des textiles andins, soit par intérêt sur l'altérité qui présente la « culture matérielle » dans les Andes, soit par une certaine « touristophobie » (Équipe MIT 2008).

En contre-courant, suivant les pas d'autres anthropologues comme Anath Ariel de Vidas (1996), Elayne Zorn (2004) et Blenda Femenías (2005), je me suis intéressé aux questions commerciales et touristiques. Ce faisant, la valeur marchande des textiles andins est devenue un incontournable dans mon travail. Les études en tourisme et des travaux comme celui de Nelson Graburn (1976), m'ont poussé à prendre au sérieux la « matérialité touristique ». Cette matérialité fait souvent partie des « *tourismscapes* » (Van der Duim et al. 2012) des lieux visités et participent à la (re)création des imaginaires autour de l'authentique ou du traditionnel (cf. Bruner 2005; Phillips et Steiner 1999b; Wang 1999; Maccannel 1976; cf. aussi note 54 in Filage et chap. 5). En outre, mon terrain m'empêchait d'en faire abstraction puisque les textiles andins – sous leurs différentes formes, du petit au grand format, hybrides ou non (cf. catégories in chap. 2.2.2) – étaient fort présents dans les espaces commerciaux, vendus notamment en tant que souvenirs du voyage. Mon intérêt pour le tourisme, influencé certainement par mes travaux précédents (Terry 2017, 2016, 2011, 2009) a influé la manière de cartographier la valeur en relation avec les textiles andins dans l'espace cusquénien et m'a amené à insister particulièrement sur la valeur marchande.

Certes, dans le chapitre 3, mon travail a mis en lumière la valeur d'usage des textiles andins notamment chez la population urbaine de Cusco lors de *Fiestas del Cusco* ou des campagnes politiques. Cette valeur garde une forte dimension identitaire matérialisée par l'utilisation vestimentaire des pièces comme le poncho. Cette dimension est aussi visible dans les habits des (néo-)incas confectionnés des textiles andins contemporains pour rendre possible la représentation incaïque auprès du public cusquénien, voire étranger. On est face à une dimension patrimoniale mobilisée par ces acteurs à l'égard de leur passé et de leurs ancêtres. Il s'agit ici d'une filiation inversée qui est

toujours effectuée depuis le présent (Pouillon 1975). Les dimensions identitaires et patrimoniales se rencontrent ainsi dans un espace caractérisé par un *incascape* qui se manifeste de différentes manières dans la région de Cusco (cf. chap. 1.1), et plus spécifiquement à travers les textiles andins, par exemple lors de démonstrations textiles (cf. chap. 6). L'usage des textiles andins peut aussi être d'ordre décoratif ou utilitaire, ou encore servir de protection à son usagier·e. C'est le cas du *lloqepaña* permettant aux *comuneros* de se munir contre les mauvais esprits, sans que cela signifie qu'il n'y ait pas d'appréciations esthétiques vis-à-vis de cette technique. La beauté du *lloqepaña* met ainsi en évidence la possible valeur esthétique qu'endossent les textiles andins, verbalisée parfois par le terme quechua *munaycha*, valeur que j'avais déjà évoqué en parlant de ma *lliclla* q'ero. Le cas du *lloqepaña* permet en outre de prendre au sérieux la valeur des objets pour ce qu'ils (s)ont, c'est-à-dire par leur composition matérielle (fils filés à droit et à gauche) qui leur attribue une valeur particulière par rapport à d'autres textiles. Pour certain·e·s, le fait de posséder du *lloqepaña* peut être considéré comme posséder de l'or, justement par ses qualités techniques. Sa valeur (d'usage) se trouve « dans le corps même de la marchandise » (Marx 1993: 40). J'y reviendrai en abordant la question des valuations. Par ce détour sur la valeur d'usage, le troisième chapitre permet enfin de garder à l'esprit que la cartographie de valeurs issue de l'inter-action humains-textiles andins dépasse l'horizon marchand qui a été privilégié dans mon travail.

Toutefois, ce chapitre souligne déjà de quelle manière la valeur d'usage peut s'entremêler à des intérêts politiques et commerciaux, ce qui laisse entrevoir la valeur marchande des textiles andins. Comme l'affirme Marx (1993: 46) « [a]ucune chose finalement ne peut être valeur sans être objet d'usage ». Pour que cette chose acquière une valeur d'échange, sa valeur d'usage doit être destinée à un tiers (*ibidem*). L'aspect commercial des textiles andins avait déjà été anticipé dans le deuxième chapitre en abordant une série d'objets destinés à la vente dans un marché touristique, fortement développé dans la région de Cusco. La deuxième partie de cette thèse est entièrement consacrée à cette question, allant de la production à la commercialisation des textiles andins auprès des touristes. Au fil des chapitres de la deuxième partie, nous avons vu de quelle manière la valeur marchande acquiert diverses connotations, par exemple avec la transformation de la valeur d'ordre monétaire en une autre, ou la juxtaposition de différents types de valeur.

Dans la production, la valeur marchande se manifeste matériellement dans les modifications qui sont appliquées dans le but de rendre rentable la fabrication et en tirer un meilleur revenu lors de la vente. Un écart relativement grand existe entre cette production marchande et celle destinée à l'usage locale qui se manifeste à travers des stratégies diverses qui sont abordées dans le quatrième chapitre. Celles-ci contribuent à transformer la production textile et à l'inscrire dans un dynamisme qui l'a caractérisé historiquement (cf. Gisbert et al. 2010) et qui la situe aujourd'hui entre objet patrimoine et industrie du souvenir, pour paraphraser Ariel de Vidas (1996). La valeur marchande des textiles andins participe aujourd'hui à ce dynamisme, qui les transforme du point de vue matériel pour les

adapter au mieux au marché en termes de diversité (offre) ainsi que de rentabilité pour les tisserand·e·s, tout en proposant des prix intéressants aux touristes.

Lors de la rencontre avec les touristes, la valeur marchande s'exprime par exemple dans l'usage des *trajes típicos*, cas exposé dans le cinquième chapitre. Promu par le marché touristique, ces habits faites de matière textile et médiatisés dans l'imaginaire touristique sont employés pour endosser une ethnicité marchande (Ariel de Vidas 1996). Cette ethnicité joue un rôle-clé dans les affaires en assurant les ventes ou, de manière plus générale, la promotion de l'authenticité et de la tradition, recherchées par une bonne partie des touristes qui visitent la région. Cette ethnicité marchande est un phénomène récurrent, notamment dans le TRC qui concerne particulièrement les *comuneros*, tout comme dans les *sácamefotos*, à savoir des personnes qui se prennent en photo avec les touristes et où le fait de porter des *trajes típicos* joue un rôle crucial en vue de l'obtention d'un profit. L'ethnicité a par conséquent une valeur marchande mobilisée avec les textiles andins. Le port de ceux-ci dépasse donc la valeur d'usage au milieu rural ou urbain qui est décrit par une grande partie de la littérature et exposé dans le troisième chapitre.

Lors de la rencontre avec les touristes toujours, certains *comuneros* peuvent considérer les textiles andins comme une ressource, en particulier les *comuneras* comme le montre le sixième chapitre avec le cas de démonstrations textiles. Parler en termes de ressource permet d'appréhender la multiplicité de valeurs issues des affaires marchandes. Il n'est pas uniquement question d'argent ou de valeur monétaire, des aspects importants puisque la vente est le but ultime (Ypeij 2012: 28) derrière la gratuité de ces démonstrations. Mais, il s'agit également d'une valeur accordée à l'activité textile en ce qu'elle devient une ressource en termes d'éducation, soit par le biais de l'argent capitalisé, soit par le développement de savoirs et de compétences durant les démonstrations textiles. Pour ces *comuneras*, l'éducation est importante pour un meilleur avenir sinon d'elles-mêmes, de leur progéniture. La valeur socio-économique de l'activité textile réside notamment dans ces aspects économiques et éducatifs, essentiels aussi en termes d'*empowerment* féminin développé à la fin de ce chapitre. Les démonstrations textiles leur permettent par ailleurs de (re)valoriser leur patrimoine auprès de la clientèle et de se montrer fières de leur héritage ce qu'elles verbalisent lors des explications données. Cela renvoie au lien étroit entre textiles andins et patrimoine que j'ai montré dans la première partie de la thèse en illustrant la manière dont ces femmes opèrent une filiation inversée aux Incas lors de démonstrations textiles, dimension qui est également manifeste chez les Q'eros par exemple, lors d'événements comme *Un día de Qeros*. Le fait d'appréhender l'activité textile comme une ressource permet également d'aborder le caractère structurant de celle-ci (Gascón 2005). L'activité ne constitue pas qu'une opportunité socio-économique et une revalorisation identitaire. Elle s'inscrit aussi dans des dynamiques de (re)production des asymétries entre les *comuneros*, ici en particulier entre *comuneras*, par le biais du tourisme. L'intérêt pour l'argent et le profit au détriment des autres sont des aspects bien évidents, quoique cachés derrière les démonstrations textiles et ainsi à l'abri du regard des touristes. Cet esprit capitaliste a déjà été souligné par Marx (1993) à travers son concept de la

survaleur et encore plus récemment par des études en tourisme (cf. notamment la critique de Mowforth et Munn 2009), y compris dans les Andes (cf. Pérez Galán et Fuller 2015; Pérez Galán 2012). Cela remet en question, d'une part la « solidarité organique » qu'une certaine anthropologie attribue à ces populations ; et d'autre part, l'idée selon laquelle l'activité touristique, souvent qualifiée de *pro-poor tourism*, serait une panacée socio-économique pour les populations moins favorisées (cf. critiques in Asensio et Pérez Galán 2012, Ashley et al. 2001, Ashley et al. 2000). Malgré cela, l'activité textile liée au tourisme dans la région de Cusco, qui est fortement promue autant par le gouvernement que par des organisations non-gouvernementales (cf. chap. 2.3), garde une valeur pour les *comuneras* qui, je le répète, n'est pas que monétaire. Mon étude nourrit ainsi la critique vis-à-vis du tourisme de manière nuancée, montrant aussi bien les perspectives qu'il ouvre que les limites auxquelles il se heurte, notamment d'un point de vue économique, éducatif et d'*empowerment* féminin. La valeur socio-économique de l'activité textile évoquée dans le sixième chapitre est ainsi à chercher dans les effets ambivalents du tourisme mis en avant par les études en tourisme et documentés sur différents lieux de la planète.

La valeur des textiles andins se manifeste également lors des pratiques marchandes des touristes. Le dernier chapitre aborde la question à partir du regard et du vécu de ces voyageuses·eurs en mettant en évidence une série de valeurs qui émergent au moment de l'achat de souvenirs. Selon la personne et le lieu de l'achat (parfois les donataires, s'il s'agit de cadeaux amenés d'un voyage), les touristes peuvent mettre en avant une ou plusieurs valeurs. Dans certains cas, ces valeurs sont d'ordre purement monétaire et esthétique, les personnes ne cherchant qu'à faire de « bonnes affaires », à savoir à acheter des souvenirs beaux et bon-marché. Ainsi, le lieu le plus approprié à ce but-là sont les centres artisanaux ou encore des lieux comme le *Mercado San Pedro*, qui offrent des prix intéressants pour une grande variété de produits, dont une partie issue de confection (semi-)industrielle. Dans d'autres cas, ce qui est mis en avant dépasse la valeur monétaire bien qu'elle soit toujours prise en compte (sur un deuxième plan), tout comme la valeur esthétique qui est toujours considérée lors du choix du *bon* souvenir. L'exemple des magasins comme celui de l'association tisserande *Inkakunaq Ruwaynin* met en évidence la configuration d'autres types de valeurs, que l'on peut assimiler à des valeurs morales (Ortiz 2013; Fourcade 2011) ou à des valeurs éthiques, notamment avec l'émergence du *fair trade* (Gourevitch 2011; Zick-Varul 2009). Le cas d'*Inkakunaq Ruwaynin* est d'ailleurs concerné par le commerce équitable qui vise un revenu plus juste pour les productrices·eurs, en l'occurrence presque uniquement des femmes. Plusieurs touristes interviewé·e·s revendiquent en effet la valeur attribuée au fait d'acheter des produits équitables, ce qui les motive à faire leurs achats auprès de cette association. Mais par ce biais il est aussi question de soutenir l'artisanat, ce qui dénote une valeur attribuée à ce qui est fait à la main, de manière « authentique » et « traditionnelle ». Ces termes, qui sont fortement mobilisés par les touristes, donnent un sens particulier aux achats réalisés. La littérature sur le tourisme évoquée dans l'introduction souligne l'importance de ces termes dans l'expérience touristique vécue ailleurs, à savoir ici dans les Andes. Les pratiques d'achats des souvenirs

s'inscrivent alors plus largement dans cette quête d'altérité, comme l'affirme Ariel de Vidas (1996) dans son étude sur les textiles andins. Parfois, la valeur revendiquée passe par des considérations écologiques qui sont à mettre en lien avec une mouvance en faveur d'une valorisation de l'environnement que l'on constate aussi ailleurs sur la planète.

Loin de se limiter aux Andes, la valeur des textiles andins prend d'autres formes une fois de retour du voyage. Le septième chapitre montre comment ces objets acquièrent une valeur plutôt personnelle associée au vécu touristique et aux souvenirs rappelant le voyage, parfois de manière anecdotique. Si au *fil* des chapitres la valeur est appréhendée de façon plutôt collective, c'est-à-dire à travers l'appréciation des textiles andins par les citoyen·e·s, *comuneros* ou touristes, le dernier chapitre ouvre de nouvelles perspectives sur sa dimension individuelle et sensorielle. À l'image de la madeleine de Proust, les textiles andins emmagasinent des souvenirs déclenchés par l'inter-action humains-objets en lien avec un vécu très personnel, bien que le souvenir puisse être partagé jusqu'à un certain degré de manière collective (lors d'expériences communément partagées). Le fait de s'intéresser aux souvenirs de ce type permet de dessiner les frontières délimitant la relation entre la valeur et la matérialité textile, car les objets interviennent dans les pratiques remémoratives du quotidien, bien que de manière intermittente, parfois sans leur présence. Cela signifie que la valeur associée aux actes remémoratifs ne dépend pas uniquement des objets.

### **Tisser la valeur au quotidien**

La section précédente permet de revenir sur la thèse défendue ici en s'appuyant sur la relation entre valeur, matérialité et action(s), à savoir là où les valeurs sont tissées quotidiennement. Par tisser, insistons sur la signification de ce verbe, on entend l'action, l'acte de faire des choses, défini ici comme une inter-action entre humains et entités non humaines. L'italique *avec* apparaissant dans certains passages de cette conclusion, et dans la thèse plus largement, renvoie en effet à cette coparticipation humaine-non humaine dans des actions réalisées au quotidien. Il s'agit de « l'*avec* » mis en avant dans l'anthropologie écologique de Tim Ingold (2011) avec son idée de *togetherness* (p. 221). C'est la préposition qui rappelle « l'incertitude quant aux sources » de l'action promue par l'ANT (Latour 2006: 86), incitant à prendre « au sérieux la question des entités participant à l'action [entités humaines et non humaines] » (p. 103-4).

Le verbe tisser renvoie donc à cette action faite *avec* les entités (non) humaines, en l'occurrence *avec* les textiles andins. L'action de tisser renvoie certes à l'acte réalisé par plusieurs tisserand·e·s (surtout des femmes) dans le cadre de leur métier, et plus largement par différent·e·s artistes-artisan·e·s, voire l'industrie, qui fabriquent à l'heure actuelle les textiles andins sous plusieurs formes (cf. chap. 2.2.2). Ces multiples acteur·e·s « tissent » dans le sens qu'elles·ils fabriquent concrètement ces objets *avec* lesquels ensuite ils font des choses, en particulier et tout d'abord : elles·ils cherchent une alternative économique, un moyen d'acquérir de l'argent. Nous sommes ici face à la « valeur-argent » de Marx que j'ai qualifiée de valeur monétaire, qui est celle qui motive l'action, à savoir

l'acte de tisser au sens évoqué précédemment. C'est le but ultime par exemple des démonstrations textiles où l'acte gratuit de montrer le processus se compense par les ventes *a posteriori*.

Toutefois, tisser n'est pas qu'une affaire des productrices·eurs. L'acte concerne aussi d'autres acteur·e·s comme la population urbaine de Cusco (cf. chap. 3) à travers l'usage des textiles andins dans événements tels que les *Fiestas del Cusco* ou les campagnes politiques. Le port des pièces comme le poncho ou le *chullo* permet de tisser une valeur d'ordre patrimonial, une filiation (inversée) avec le passé de la région et signifier par là une identité cusquéniennne. L'acte concerne également les acteur·e·s politiques (en dehors de campagnes électorales) (cf. chap. 2.3). Du point de vue institutionnel, parfois avec l'aide des ONG et du secteur privé, les entités gouvernementales tissent la valeur des textiles andins dans un cadre de promotion patrimoniale (DRC-Cusco), de politiques sociales (Corredor Puno-Cusco, Programme *Conjuntos*) ou d'insertion socio-professionnelle (ORSO INPE Cusco), voire de responsabilité sociale des entreprise (DIRCETUR).

Or, l'acte ne concerne pas uniquement les acteur·e·s locaux et institutionnels, mais aussi les touristes. Celles·eux-ci tissent en effet de la valeur sous multiples formes, autant durant l'acte marchand qu'après, une fois arrivés chez eux. Le dernier chapitre insiste sur la capacité des touristes à tisser de la valeur en se rendant aux centres art-isanau ou dans des magasins de commerce équitable comme celui d'*Inkakunaq Ruwaynin*. Le fait d'acheter constitue une action qui mobilise différentes valeurs, plus ou moins monétaires. Il peut être question de promouvoir le travail manuel, la tradition textile, le salaire juste, le respect à l'environnement, etc. Ce sont des valeurs tissées lors des affaires marchandes qui dépendent de ce que la personne vise à mettre en avant à un moment donné. La même personne peut non seulement mobiliser plusieurs valeurs à la fois, mais selon la situation, elle peut aussi les opposer. Des valeurs peuvent être opposées à d'autres au moment de décider sur l'achat de tel ou tel souvenir, parfois pour des raisons pratiques ou des contraintes que pose le voyage (poids, volume, etc.). Les valeurs peuvent en effet entrer en conflit, se juxtaposer, se combiner ou se contredire (Helgesson et Muniesa 2013: 7), comme le mettent notamment en avant les *Valuations Studies*. Cela relève des dynamiques de valuation (cf. plus bas) qui configurent les valeurs revendiquées de façon situationnelle, et met en lumière le caractère complexe et changeant des valeurs.

À cela il faut ajouter les valeurs que peuvent acquérir les objets une fois de retour du voyage, au-delà des Andes cusquéniennes. Ainsi, le dernier chapitre insiste sur les « valeur d'attachement » (Beyaert-Geslin 2015), la valeur émotionnelle, sentimentale et personnelle que les individus tissent dans leur quotidien *avec* ces objets-souvenirs. La valeur n'est donc pas que sociale, comme le postulent souvent les études sur les textiles andins (en partant surtout le regard des *comuneros*), et Marx (1993) plus largement, ainsi que des anthropologues comme Graeber (2013, 2001) et Lambek (2013), ou encore les travaux en *Valuation Studies* (avec quelques exceptions, p. ex. Aspers et Beckert 2011). Pour mieux comprendre la complexité des valeurs issues de l'inter-action humains-objet, il faut aussi prendre en considération la relation personnelle avec les objets. L'action devient ici

(senti)mentale, sensorielle, c'est-à-dire que les objets y jouent avec nos sens, comme l'illustre bien Gell (1998) en distinguant les effets que l'art peut produire sur les individus. L'art-isanat textile rapporté chez soi participe à ces effets provoqués par l'inter-action humains-objet, une inter-action qui, dans le cas des souvenirs partagés *avec* ces objets, est souvent intime (cf. relation objets et mémoire chez Debary et Turgeon 2007b). Cette inter-action rappelle la mise au contact qui « nous lie aux objets » (Debary et Turgeon 2007a: 1), nous y rattache et avec lesquels nous tissons des nœuds<sup>640</sup>.

Le fait de tisser, dans ce travail, dépasse ainsi l'acte même du tissage de l'objet et renvoie à *l'acte de tisser des valeurs au quotidien*. Rappelons-nous que j'ai qualifié le quotidien à la fois de local et de touristique, deux catégories analytiques perméables dont la frontière peut être difficile à délimiter, tout en constituant les faces d'une même médaille, à savoir le quotidien. Dans la région de Cusco, fortement influencée par le tourisme (cf. chap. 1), il serait aventureux de vouloir séparer ce qui relève du « local » de ce qui est « touristique », bien que certains auteur·e·s placent cette dernière dimension en dehors du quotidien (Équipe MIT 2008; Graburn 1989; Maccannell 1976). L'approche en termes de quotidien local-touristique permet d'élargir la réflexion sur les valeurs tissées au sein de ce continuum, même s'il peut y avoir un risque de manipulation de la population locale (citadin·e·s et *comuneros*) par l'élite politique en considérant le tourisme comme quotidien<sup>641</sup>.

La valeur est par conséquent tissée dans ce double quotidien, au pluriel par divers actes entrepris par les humains *avec* les textiles andins. Le caractère pluriel de ce tissage renvoie aux différentes valeurs exposées au *fil* des chapitres que j'ai résumés dans la section précédente.

\*

La valeur tissée prend ainsi différentes formes à travers des actions que nous, humains, réalisons *avec* les objets, en l'occurrence les textiles andins. Ces actions ne sont non seulement d'ordre utilitaire, esthétique, (socio-)économique, patrimoniale (avec des éléments identitaires et culturels), mais également cognitif, sensoriel, voire émotionnel. Mon étude enrichit par ce biais, du point de vue ethnographique, les travaux sur la valeur et les *Valuation Studies* qui mettent en avant, dans différents contextes et domaines, le caractère pluriel et complexe de la notion de valeur.

### **Valuation : (dé)valoriser les textiles andins**

Si je parle plus de « valeur » que de « valuation » dans ma thèse, ce dernier processus n'en est pas moins important dans mon travail qui contribue à la réflexion sur celui-ci. La définition de « valuation », empruntée à Michel Callon (2013: 268), permet en effet de faire un lien entre ces deux

---

<sup>640</sup> Le terme « nœud » a été évoqué par Stéphane, un touriste français, pour signifier la relation entre les personnes par le biais de la matérialité textile (cf. chap. 7.2.3.2). Ingold (2011: 54) parle aussi de « nœud d'histoire » qui dépasse la relation entre humains, et inclut celle des individus avec l'environnement (cf. chap. 7.3.3.2). Ce terme illustre l'idée de tissage fait en l'occurrence avec les objets.

<sup>641</sup> Je remercie Jordi Gascón pour cette mise en garde dont il faut être conscient·e. Celle-ci est à mettre en lien avec l'idéologie, prônée à Cusco par l'élite politique, du tourisme comme constituant la panacée pour le développement socio-économique (cf. chap. 1.2.2). Le travail de Mowforth et Munn (2009) représente une remise en question intéressante de cette idée.

notions, en ce qu'il s'agit d'un processus qui « constitue des valeurs ». Par des travaux dans des domaines différents, les *Valuation Studies* mettent en évidence ces processus, de caractère marchand ou non, tout en prêtant attention au concept de valeur (cf. Helgesson et Muniesa 2013). Elles montrent la dimension comparative et le jugement qu'implique toute valuation vis-à-vis d'un objet, d'un événement, d'une activité, etc. Ainsi, ces processus oscillent constamment entre valuation et dévaluation (Aspers et Beckert 2011: 25).

Dans mon travail, les valuations apparaissent en filigranes au long des chapitres, parfois de façon implicite. Le cas du *lloqepaña* illustre par exemple les valuations à l'égard de textiles andins sur la base de leur composition matérielle. Les objets contenant cette technique de tissage sont appréciés pour ce qu'ils (s)ont, comme souligné plus haut. Ils sont valorisés comme de l'or en raison de leur valeur d'usage, le *lloqepaña* étant capable de protéger des esprits, sans oublier la valeur esthétique qui lui est accordée. Le chapitre 5 sur les *trajes típicos* laisse aussi percevoir les valuations à l'égard des pièces textiles. Nous avons vu de quelle manière le port des *trajes típicos* est jugé pertinent selon les situations. Si le tourisme devient une plateforme pour les mettre en valeur, y compris au sens marchand du terme, d'autres situations les dévalorisent. La discrimination et le racisme à l'égard des *comuneros*, encore forts dans la région de Cusco, encouragent ces dernière·e·s à ne pas les utiliser. La lourdeur et chaleur des *trajes típicos* peuvent également contribuer à ce qu'ils ne soient pas portés, alors que dans d'autres situations comme le carnaval, les mariages ou les fêtes religieuses, l'utilisation de ces habits est souhaitée. D'ailleurs, cela peut être mis en parallèle avec les *Fiestas del Cusco* (cf. chap. 3) où plusieurs citoyen·e·s portent avec fierté les ponchos et bonnets pour signifier leur identité régionale, leur filiation à la région et à leur passé incaïque, de la même manière que les personnes impliquées dans la politique portent ces habits.

Le chapitre 7 donne à voir des processus de valuation au sein du marché, à savoir du côté des touristes. Comme récapitulé plus haut, les valeurs que mobilisent ces touristes de manière situationnelle sont juxtaposées, voire opposées, dont une peut être privilégiée au détriment d'une autre. Les valuations passent par exemple par la comparaison entre la valeur monétaire et d'autres valeurs non monétaires, le prix des objets passant à un plan secondaire, bien que les calculs monétaires (combien cela revient en dollars, euros, ... ?) ne disparaissent pas forcément. La valeur esthétique des objets est davantage considérée dans ces processus de valuation, les personnes voulant souvent acheter ce qui leur plaît (ou ce qui plaît à leurs donateurs dans le cas de cadeaux) en termes de couleurs, formes, motifs, etc. L'achat des souvenirs s'inscrit ainsi fortement dans des processus de valuations qui sont de caractère marchand, mais qui parfois visent une action qui dépasse les simples affaires commerciales, par exemple, le soutien de l'artisanat, le maintien des traditions ou, sur le plan socio-économique, le fait de donner un revenu juste aux productrices·eurs.

De manière plus élargie, on peut associer l'engagement des tisserand·e·s, comme ceux du *CTTC Chawaytire*, de *Ñawpa Pallay* du *Parque de la Papa*, d'*Inkakunaq Ruwaynin* ou des centres textiles à Chinchero, à des processus de valuation. En effet, j'ai souligné la quête des alternatives économiques

des *comuneros*, le tourisme attirant aujourd'hui plusieurs d'entre elles-eux, qui s'y investissent à travers le TRC. Dans ce tourisme « alternatif », une des composantes est le travail textile, y compris dans le tourisme plus « classique » comme c'est le cas de Chinchero, village visité tous les jours de l'année dans le cadre du tour de la Vallée sacrée. La valuation passe par le fait de contraster l'activité textile à d'autres activités possibles mais moins rentables comme l'agriculture (ces activités peuvent d'ailleurs être combinées). Dans certains cas, la comparaison se situe au sein même de l'activité textile puisque, comme montré dans le chapitre 6, les *comuneras* peuvent trouver plus profitable le fait d'intégrer un des centres textiles du village ou d'en fonder un nouveau.

Cette quête de rentabilité fait aussi écho à la recherche de nouvelles manières de fabriquer les textiles andins. Le cas du *telar* exposé dans le chapitre 4 illustre bien cette quête, où un engin a été développé afin d'augmenter la productivité et la rentabilité par rapport au *telar de cintura*. Cet engin permet de produire plus vite tout en gardant l'aspect des textiles *away* qui sont fabriqués à l'aide du métier à ceinture. Cela rend possible l'offre de produits semblables mais moins chers, à moitié prix comme l'affirme Alfredo (cf. chap. 4.3.5). « Nous voulons être compétitifs. Nous voulons une machine qui produise plus ». Ces mots qui sont de Lucio – un des pionniers de la production de *telar* dans la communauté de Chawaytire, et qui sont rapportés par le responsable du *Museo Comunitario de Písaq* – montrent l'intérêt, comme le formule celui-ci, pour « le fait de produire industriellement la culture ». Il s'agit ainsi d'éviter l'opposition entre une mécanisation plus poussée et la « culture », et d'élaborer une approche qui les combine. Ainsi, il est question d'articuler les valeurs patrimoniales liées à l'héritage textile et les valeurs marchandes. Le premier chapitre aborde les valeurs patrimoniales promues par l'élite politique et revendiquées par la population cusquéenne. Cette revendication est souvent en lien avec l'héritage incaïque et, comme nous l'avons vu dans d'autres chapitres, mobilisée *avec* les textiles andins, à travers leur usage ou le discours à leur égard.

Ainsi, les différents processus de valuation ne s'opposent pas, mais la valuation marchande à l'égard des objets de textile passe par leur entrecroisement, comme j'ai essayé de schématiser dans la fig. 12 (cf. Retissage in chap. 4). Du point de vue de la demande, la valorisation du manuel au détriment de l'industriel ouvre une niche de marché pour ce type de textiles andins, permettant de rendre rentable leur fabrication. *A contrario*, la demande pour des souvenirs beaux et bon-marché renforce la tendance d'une production industrielle des textiles andins qui imite l'esthétique colorée des textiles faites par les *comuneros*. La valuation passe, dans ce deuxième cas, par la mobilisation des valeurs monétaires et esthétiques exposées dans le dernier chapitre. L'existence des « textiles andins chinois » illustre bien cette tendance et soulève des questions par rapport au future possible d'une production proprement locale, quoique, en raison des différents éléments qui la composent, elle est de toute manière difficilement 100% locale (ce d'autant plus considérant que les objets et leurs composantes circulent ; cf. chap. 2.2.4).

Si je me suis focalisé sur les touristes, certains passages laissent percevoir les valuations effectuées par la population de Cusco. C'est par exemple le cas du professeur d'école qui, malgré l'appréciation

pour les textiles de confection manuelle, ne peut pas se permettre de payer des bonnets faits à la main (cf. chap. 5.4.2.1.). C'est aussi le cas de nombreux *comuneros* de Chawaytire, qui utilisent des bonnets de confection industrielle à la place des bonnets qu'eux-mêmes fabriquent à l'aide de la technique de *cinco palillos*. Comme l'argumente Alfredo, pour un bonnet fait avec cette technique, on peut en acheter dix produits de manière industrielle (note 462, chap. 4.3.5). On est ici face à des valuations où les personnes pondèrent le travail, le profit à tirer et l'argent gagné en préférant un modèle sur l'autre. Il me semble que ces facteurs économiques expliquent en grande partie l'utilisation des textiles industrielles, utilisation qu'on peut constater dans l'espace urbain et rural de la région de Cusco, où des *lliqllla* d'« imitation industrielle » (pour reprendre ma catégorie), décorent les tables des restaurants ou sont utilisés par les femmes pour porter les bébés. Dans plusieurs magasins, les textiles sont vendus par mètre à la population locale, notamment comme matière de base pour fabriquer d'autres produits (certains hybrides du point de vue matériel ; cf. chap. 2).

Ces valuations marchandes, qui mettent l'accent sur la valeur monétaire et esthétique (les personnes achètent ce qui leur plaît), ne doivent pas occulter les valuations non marchandes. Quant à ces dernières, je renvoie à ce que j'ai dit sur la valeur d'usage dans le troisième chapitre. Le cas de *lloqepaña* sert une fois de plus d'exemple pour souligner que, si la valeur monétaire des choses ne doit pas être oubliée, certains textiles ont de la valeur par ce qu'ils (s)ont. Ils valent plus de ce qu'ils peuvent coûter, ils peuvent valoir de l'or dans le sens figuré du terme. Cela renvoie aux contrastes qui émergent dans les processus de valuation : entre « *praise valuation* » et « *price valuation* » (Hutter 2011), « *valuation* » et « *pricing* » (Beckert et Aspers 2011), « évaluation » et « valorisation » (Callon 2013), « *calculation* » et « *judgment* » (Dewley 1939). La valeur attribuée à ce genre d'objets motive aujourd'hui la continuation du tissage fait à la main, décrite par de nombreux travaux en anthropologie sur les Andes (Musef 2014; Desrosiers 2014, 2012, 2010, 2000; Arnold et al. 2007; Zorn 2004; Heckman 2006, 1998; Ariel de Vidas 1996; Silverman 1994; Franquemont et al. 1992; Young-Sánchez et Simpson 2006; Wilson 1996; etc.). N'oublions pas, néanmoins, comme le font certains de ces travaux, qu'à l'heure actuelle, c'est également le marché qui motive cette production manuelle, bien qu'avec des modifications afin de l'adapter à celui-ci, comme j'ai montré dans le quatrième chapitre.

Les processus de valuation, marchande ou non, permettent donc de tisser la valeur des (*avec* les) textiles andins dans le contexte d'un quotidien local-touristique. Il s'agit de processus pluriels, dépendant notamment des situations et du public auquel les textiles sont destinés. La production est adaptée à l'appréciation de ce dernier et parfois des manières pour la rendre plus rapide et moins chère sont recherchées, baissant ainsi ses coûts (temps et argent).

\*

Les textiles andins permettent de (re)penser la notion de valeur dans sa relation avec la matérialité et l'action faite *avec* celle-ci. L'étude de ces objets permet de revisiter cette notion dans sa multiplicité, complexité, et son dynamisme, qui sont configurés de manière situationnelle ; dans son

caractère collectif, mais aussi individuel ; en termes de processus de valorisation ou de dévalorisation, mais aussi en termes de la valeur des objets, qui est liée à leurs propriétés matérielles et à leur valeur d'usage.

### **Pour une ANThropologie matérielle et non anthropocentrée**

The object of study for sociology is not human beings but *being human*.  
That simple rephrasing immediately highlights the sociotechnologies  
that are apart from our brains and bodies but are a part of our humanity.  
Stark (2011: 336)

Mon travail s'est fortement appuyé sur une réflexion autour de la matérialité. Avoir comme *objet* d'étude les textiles andins m'a poussé à en tenir compte de manière presque inévitable. La discussion développée sur la valeur a ainsi été couplée à la matérialité, et par ce biais à l'action effectuée *avec* celle-ci dans une tentative de cartographier l'inter-action humains-textiles andins dans divers espaces. La définition des textiles andins sous une forme matérielle, c'est-à-dire en tant qu'objet, processus ou médiatisation (par des moyens matériels outre que la matière textile en soi, cf. Filage) a fortement contribué à mon intérêt pour le domaine.

Cet intérêt a été secondé par une littérature qui en tient compte dans l'analyse des relations sociales. Les STS permettent d'intégrer « la matérialité des choses du social », comme le souligne Dominique Vinck (2009: 52). Pour ce sociologue, l'ANT y a fortement contribué (p. 52) et pour moi, elle est devenue une source d'inspiration importante afin de tisser ma thèse *autrement* par rapport à ce qui a déjà été proposé dans la littérature sur les textiles andins.

Certes, l'anthropologie a été sensible depuis ses débuts à la matérialité, établissant des collections ethnographiques ou des théories autour des objets, comme notamment celle sur le don maussien. Elle a néanmoins privilégié le humain et leurs relations, les objets étaient perçus comme des simples témoins de la culture matérielle, voire comme des signes ou encore comme simplement accomplissant des fonctions dans la distinction sociale (pour les détails, cf. catégorisation de Turgeon 2007 in Filage ; cf. aussi Miller 2010: 40). L'humain est mis en avant et les objets « en arrière-plan de la scène » (Latour 2006: 201).

L'ANT se situe en contre-courant de cette perspective en prônant une vision plus symétrique quant à la place des objets et plus largement d'entités non humaines. Elle se soucie peu de qu(o)i agit sur qu(o)i et invite à considérer l'incertitude quant aux sources de l'action. Elle s'éloigne ainsi des travaux comme celui d'Alfred Gell (1998), qui tendent à donner une primauté aux humains détenteurs d'une « *primary agency* » et une « *secondary agency* » aux entités non humaines. L'ANT évacue d'ailleurs le discours sur l'intentionnalité présent dans l'anthropologie de l'art de Gell. C'est une critique qui lui adresse aussi Soumhya Venkatesan (2009: 85-6), pour laquelle les textiles en Inde ont une *agency* symétrique à celle des humains. C'est ce que j'ai voulu signifier par le mot inter-action ou par la préposition *avec* inspirée de l'anthropologie écologique d'Ingold. Cette dernière nous renvoie vers des horizons plus lointains de ce que j'ai proposé dans ce travail, intégrant pratiquement tout ce qui

entoure la vie quotidienne des humains. À cet égard le travail de Geremia Cometti sur les Q'eros (2018, 2015) rend compte d'un monde où les entités non humaines sont fondamentales pour mener une vie adéquate. Son travail insiste sur l'aspect de la relation entre entités humaines et non humaines, que j'aborde à partir de l'inter-action humains-objets textiles. L'ensemble de ces travaux nous invitent ainsi à adopter une « anthropologie non anthropocentrée » (Citton et Walentowitz 2012: 37), prenant en considération la matérialité et les entités non humaines, qui restent parfois inaperçues par l'anthropologue. Parmi ces entités « invisibles », j'ai mentionné, dans certains passages, les *Apu* et la *Pachamama* qui participent aux cérémonies de *pagos*, au même titre que les textiles andins qui servent de support matériel pour les réaliser (cf. chap. 3.2.1).

Si je m'inscris dans une anthropologie non anthropocentrée et je pense y apporter des éléments, je reconnais les limites de mon approche, anticipées dans l'introduction. Le récit sur ma *lliqla* q'ero au début de la thèse a justement voulu montrer, que cette pièce tissée était (presque) humaine. J'ai voulu donner par là une image d'égalité, d'intention de la traiter sur le même plan que les humains. Toutefois, il faut reconnaître, je le rappelle, que l'usage de l'ANT est venue en cours d'écriture et n'a donc pas été déployé pleinement, surtout comme méthodologie (cf. note 65 in Filage). Les premières lignes du récit sur ma *lliqla* doivent donc être comprises comme une invitation à élaborer un travail plus fin, qui considère les textiles andins comme des acteurs à part entière, suivant la proposition de Bruno Latour (2006) sur les entités non humaines, de Venkatesan (2009) sur la matière textile, et d'autres auteur·e·s (Debary et Turgeon 2007a: 3; Vinck 1992: 75; Callon 1986; Latour 1984), dont certain·e·s travaillent, comme moi, sur le tourisme (cf. Jóhannesson et al. 2012a; Ren 2011).

Par conséquent, l'ANTHropologie non anthropocentrée que je propose à travers l'étude de valeurs issues de l'inter-action humains-objets textiles reste à affiner. Une cartographie plus détaillée devrait inclure un regard qui, dès le début de l'étude, cherche à mettre sur le même plan les humains et les entités non humaines dans les multiples réseaux qui se configurent entre ces deux catégories dans l'espace. Il s'agit de les voir comme des acteur·e·s-réseaux (Latour 2006) égaux et égales. Il n'est pas uniquement question d'appréhender ce que les humains font *avec*, comme je l'ai fait dans mon travail, mais aussi de tourner le regard vers les objets pour observer et documenter ce qu'ils nous font faire. Il est question d'être attentives·if·s à la manière dont « nous ventriloquons et nous sommes ventriloqués par ... » (Cooren 2013: 240). Il s'agit de les voir pleinement comme « médiateurs », qui « transforment, traduisent, distordent, et modifient le sens ou les éléments qu'ils sont censés transporter » (Latour 2006: 58).

Dans quelle mesure les textiles andins sont-ils des acteurs ? Dans quelles situations les deviennent-ils ? Comment cela se manifeste-il concrètement ? Comment les textiles andins transforment-ils, distordent-ils ou modifient-ils l'action effectuée ? Ayant voulu prendre au sérieux la « matérialité des choses du social », il me semble que mon travail propose de façon embryonnaire des clés de réponse, ou en tout cas des pistes en matière des actes vestimentaires, identitaires et politiques, qui sont effectués *avec* les textiles andins, par exemple *avec* le port des *trajes típicos*. Sans eux, l'action est

modifiée, voire même non accomplie, si l'on pense par exemple aux *sácamefotos* ou aux tisserand·e·s qui utilisent les *trajes típicos* pour endosser une ethnicité (marchande). Leur usage devient *capital* pour des affaires commerciales : les *trajes típicos* vendent autant que la personne qui les porte pour (se) vendre. De même, l'effet du marketing politique recherché par les candidat·e·s ne seraient certainement pas le même *avec* que *sans* l'usage des textiles andins. D'ailleurs, penser au *sans* est une autre manière de voir ce que l'on fait *avec* ces objets, à savoir l'*inter*-action.

L'action du *lloqepaña* sur les esprits apporte aussi un éclairage qui tient compte de la composition matérielle des textiles. Ils font et réalisent l'action par ce qu'ils (s)ont (bien que cette action soit certainement tributaire de l'*agency* qui lui est accordée par les *comuneros*, et que je n'ai pas entendu chez d'autres interlocutrices·eurs non *comuneros*). De façon plus précise, le chapitre sur les *trajes típicos* laisse entrevoir la manière dont les textiles nous font faire des choses par leurs propriétés matérielles, parce qu'ils sont lourds, chauds, etc. (cf. chap. 5.4.2.1). La matérialité dans sa composition matérielle (la valeur d'usage chez Marx) doit donc être étudiée plus en détails pour mieux appréhender l'*agency* des textiles andins, au même titre que d'autres entités non humaines étudiées dans la littérature sur les Andes (Abercombie 2016; Allen 2016; Cometti 2015; Sillar 2012, 2009, 2000; Arnold 1992), et ailleurs (Vinck et al 2018; Cooren 2013, 2004; Ingold 2011, 2006; Vinck 2006, 1999).

\*

À l'heure des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC), des plateformes comme Facebook, des applications comme WhatsApp, ou des objets technologiques en général, la présence de la matérialité et des entités non humaines devient importante, « les socio-technologies [...] faisant partie de notre humanité » (Stark 2011: 336). Cela dit, elle l'était déjà, mais ces NTIC ont certainement renforcé l'(omni)présence de la matérialité dans nos vies quotidiennes, comme le montrent les travaux en STS et les études sociologiques et anthropologiques sur les objets, le patrimoine matériel, la mémoire, etc.

À cet égard, mon étude sur la matérialité textile contribue à rendre compte de l'importance et des valeurs des objets dans nos vies, de la manière dont ils participent aux actions quotidiennes, et, par là, de la « valeur des actions », qui est contenue dans la matérialité des objets (Graeber 2001: 105). Mon travail promeut une ANThropologie qui prend en compte non seulement les *autres* non humains, mais aussi *nous* en tant qu'êtres humains (pluri)sensoriels, comme j'ai tenté de mettre en évidence dans le dernier chapitre. J'y reviendrai pour insister sur cet élément dans une perspective de peaufiner mon travail.

## Pour une anthropologie du contemporain et pragmatique

Une des principales explications de l'augmentation [d'artisans (*artesanos*)], donnée aussi bien par des auteurs de l'aire andine que de la Méso-Amérique, est que les lacunes de l'exploitation agraire et l'appauvrissement lié aux produits agricoles encouragent de nombreux peuples (*muchos pueblos*) à chercher dans la vente de l'artisanat (*venta de artesanía*) l'augmentation de leurs revenus (García Canclini 1990: 201)<sup>642</sup>



Le premier chapitre a mentionné un « Cusco pauvre », notamment par rapport à la situation des *comuneros* (cf. chap 1.1.5). D'où la quête des alternatives économiques, par exemple dans l'artisanat, comme le souligne bien la citation de Nestor García Canclini (1990) et qui dénote la valeur (d'échange) de cette activité. Cette citation et les images ci-dessus renvoient à mon expérience de terrain à Q'ero. C'est l'un des lieux des Andes qui m'a le plus marqué, non seulement par l'activité textile ou la particularité des pièces, mais surtout par les conditions de vie. Des températures très froides la nuit, la pluie qui traverse les toits en paille, la fumée entassée de la cuisine que l'on respire à l'intérieur des maisons, le manque de lumière qui pousse un enfant à faire ses devoirs avec une lampe frontale, etc. Comparé à d'autres lieux comme Chinchero ou Chawaytiri dont les conditions matérielles et un certain confort ressemblent de plus en plus au mode de vie urbaine, la situation de Q'eros reste un cas à part que j'ai pu vivre comme une leçon de vie. Certes, il y a certainement un biais ethnocentrique ou personnel en comparant cette réalité à la mienne, dû à mon statut de Cusquénien de la ville migrant à l'étranger et issu d'une famille plutôt aisée. Toujours est-il que cette expérience m'a fait réfléchir sur les contrastes socio-économiques qui existent dans la région de Cusco, et sur le désir de certain-e-s d'améliorer leurs conditions de vie matérielles.

Ces images des Q'eros visent à montrer une réalité quotidienne qui se cache parfois derrière d'autres, plus romantiques, où les Q'eros sont vu-e-s comme les derniers Incas, comme mentionné en début de mon travail à travers le récit de ma *lliqla* q'ero. Depuis les années 1950, l'anthropologie a contribué à forger une telle vision romantique en insistant sur la tradition incaïque que ces *comuneros* ont su garder, par exemple par l'usage de l'*unku* ou par des pratiques chamaniques les connectant avec

<sup>642</sup> Énoncée d'il y a presque trente ans, elle est toujours d'actualité.

la *Pachamama* ou les *Apu*. À l'instar des Q'eros, d'autres *comuneros* ont aussi été appréhendés par la discipline sous une perspective culturaliste, comme gardiens des traditions en perte qu'il faut valoriser et garder.

Sans négliger les apports des travaux adoptant cette approche (par ex. en termes de détails ethnographiques), j'ai opté pour une anthropologie davantage pragmatique qui ne s'enferme pas dans des structures surplombantes (appelées parfois cosmovision andine) ou dans des analyses sémiotiques caractérisant l'étude des textiles andins et des sociétés rurales des Andes. Au contraire, j'ai voulu dépasser les frontières internes d'analyse et articuler le monde rural andin avec le monde urbain, dans une réalité de plus en plus cosmopolite<sup>643</sup>, comme l'usage des vestes *The North Face* ou des maillots des équipes de football par les *comuneros* le montrent. Par exemple, dans la photo, Jury – adolescent q'ero qui a migré à Cusco pour les études – porte un pull blanc, casquette et baskets, habits qui ne divergent guère des miens (cf. photo à gauche)<sup>644</sup>. Sur les photographies, personne n'est d'ailleurs habillé avec des *trajes típicos* comme on pourrait l'espérer, si l'on se tient à la description de certains travaux ou plus largement des images véhiculées dans la publicité touristique. Dans le cinquième chapitre, j'ai montré la flexibilité de l'usage vestimentaire qui tient compte des considérations pratiques, et ne relève pas forcément de logiques culturelles associées à une certaine tradition. Ces considérations permettent de questionner une approche culturaliste trop centrée sur des aspects d'altérité culturelle qui nous distinguent des « autres » et induit un certain « exotisme ». Ces considérations suivent la critique des anthropologues comme Daniel Miller (2010: 40) vis-à-vis de la culture matérielle lorsqu'elle est réduite à « une forme de représentation, un signe sémiotique ou symbole de la personne ». Si les *trajes típicos* sont un quelque sorte un DNI, une carte d'identité représentative du lieu d'origine de l'utilisateur, l'habit ne définit pas forcément l'autochtone (*l'habit ne fait pas le moine*) (cf. chap. 5.3).

Ces images contrastent aussi avec ce que j'ai pu observer lors des interactions avec des touristes, ou plus largement avec la population cusquéenne, lorsque des Q'eros se rendent en ville et revêtent leurs *trajes típicos* au moment d'exposer et de vendre leurs textiles, comme dans le cas de l'événement *Un día de Q'eros*. Cette ethnicité marchande doit être appréhendée dans cette perspective pragmatique où la culture matérielle sert au commerce et le commerce sert de plateforme pour la déployer. Cette manière de considérer l'activité textile permet de comprendre ces deux aspects en apparence contradictoires, mais qui semblent être en synergie à l'heure de produire et de présenter les textiles devant le public. C'est la dimension culturelle, patrimoniale, identitaire qui *vend*, un actif culturel en quelque sorte d'autant plus pertinent que le marché touristique à Cusco est intimement associé au patrimoine historique et culturel. C'est ce type d'association qui motive l'acquisition des pièces

---

<sup>643</sup> Je m'inscris ainsi dans un courant qui met en avant ce caractère cosmopolite. Voir à ce propos, la note 487 dans le chapitre 5.

<sup>644</sup> Voir aussi d'autres photographies dans le texte (p.ex. photo 11 et 14) ou en annexes (A.25, A.27, A.30, A.36, A.37, A.44) où l'usage des habits entièrement ou partiellement cosmopolites (par ex. port des jeans) est manifeste.

textiles, perçues non seulement comme un souvenir du voyage, mais aussi comme une trace matérielle de la culture, de la tradition, de l'authenticité du lieu visité. On revient sur les valeurs d'ordre patrimonial et d'ordre marchand souvent endossées conjointement par les textiles andins, comme évoqué dans plusieurs passages de ce travail.

Leur valeur marchande est cruciale pour mieux comprendre, d'une part, l'engagement des organisations internationales, étatiques et ONG dans la promotion et le financement de la production textile (couplé souvent à une stratégie de lutte contre la pauvreté, cf. chap. 2.3) ; d'autre part, les motivations des personnes à reprendre le *métier* de tisserand·e, surtout des femmes. Dans une perspective visant à améliorer les conditions de vie, l'activité textile est devenue une alternative intéressante au regard des tisserand·e·s, pas uniquement pour le présent, mais aussi pour l'avenir des prochaines générations. Elle se présente comme une ressource dans le sens décrit plus haut.

Ces considérations permettent de promouvoir une anthropologie du contemporain qui prend en considération, du point de vue pragmatique, cette réalité quotidienne dont le tourisme et les affaires commerciales font partie intégrante. La « touristification de la planète » (Michel 1998) concerne aujourd'hui les populations rurales des Andes et participe aux dynamiques de la production textile contemporaine et à sa marchandisation. Loin de figer ces populations dans une « solidarité organique » promue par une certaine anthropologie andine, écartées souvent des affaires marchandes ou capitalistes, cette anthropologie du contemporain doit prendre au sérieux ces aspects participant aux dynamiques sociales quotidiennes. Le concept de ressource structurante invite justement à ne pas mystifier les *comuneros* dans une solidarité sans intérêt individuel, symétrique, puisqu'il existe des asymétries qui se (re)créent par exemple par le biais du tourisme. Les démystifier revient à les considérer ouvert·e·s et perméables envers le monde externe, comme le montre leur engagement dans le tourisme ou l'usage des habits cosmopolites. Si les *comuneros* gardent des particularités comme les pratiques agricoles ou textiles, ou encore une certaine spiritualité, elles·ils aspirent aussi à une vie qui leur semble adéquate. Si l'activité textile devient une ressource importante pour y parvenir, comme je l'ai souligné précédemment, on peut se demander si elle le restera. J'y reviendrai à la fin de cette conclusion.

\*

Par ces questions pratiques en lien avec le quotidien des personnes et la prise en compte de la valeur marchande des textiles andins (pas seulement de la valeur d'usage sur laquelle se focalisent de nombreuses études), je m'inscris dans l'anthropologie pragmatique défendue par différents auteur·e·s (cf. Voirol 2016, 2013; Das 2012; 2007; Bazin 2008; Bazin et Bensa 1994), une anthropologie moins symbolique, sémiotique et structuraliste que celle caractérisant largement les études sur les textiles andins. Celle-ci va de pair avec « une anthropologie de la contemporanéité » (Voirol 2016: 441-3) et promeut la posture de rester « les pieds sur terre ». La notion de « réseau » que j'ai empruntée à l'ANT va d'ailleurs dans ce sens, car elle invite à s'intéresser aux réassemblages entre entité humaines et non

humaines observables sur place, et à se désintéresser des structures qui semblent souvent tomber du ciel.

### **De retour sur le terrain : nouveaux horizons pour élargir et affiner la cartographie**

Les questions posées plus haut sur le statut des acteurs en lien avec les textiles andins soulignent le fait que le travail tissé ici – le travail thèstile comme je l’ai qualifié vers la fin de l’introduction – ouvre de nouvelles pistes de réflexion. Le fait de parler en termes de travail thèstile permet en effet de rappeler que ce dernier a été fabriqué à l’aide de *mon* étude de terrain, à savoir de matériaux ethnographiques produits par *mes* observations et *mes* entretiens, qui ont été complétés par *mon* approche phénoménologique et auto-ethnographique ainsi que par des matériaux théoriques tirés de *mes* lectures et le retour des collègues et, en particulier, des membres du jury. Le fait de considérer la thèse comme un textile que j’ai élaboré au *fil* des chapitres nous rend attentives·ifs au fait qu’il s’agit d’un travail personnel influé par des éléments empiriques, méthodologiques et théoriques, qui composent le tissage de celui-ci et qui ont modelé en quelque sorte le travail thèstile final. Si je le qualifie de personnel – signifié par les possessifs mis en italique (*mon* étude de terrain, *mes* observations, *mes* entretiens, etc.) –, c’est pour souligner qu’une personne a effectué le tissage, dans ce cas, moi, sans pour autant oublier que le résultat final intègre une contribution externe, non seulement à travers d’autres travaux, mais, comme je l’ai souligné, également grâce au retour des tiers. C’est dans ce sens qu’il est question d’un travail tissé *autrement* par rapport à ce qui a été proposé auparavant, comme souligné au début de cette partie conclusive. Le fait de mobiliser la métaphore textile permet d’adopter une posture réflexive sur la pratique de terrain et les conditions de recherche qui ont rendu possible et donné forme au travail proposé ici.

Dans ce sens il s’agit certes d’un travail fini, mais non achevé. Car, je le répète, il pose des nouvelles questions ou pointe vers des aspects à creuser. Il laisse des filons à tisser ou des parties à retisser pour des études à venir. Il dessine ainsi des nouveaux horizons pour la recherche, dont j’essaierai d’évoquer quelques éléments dans les lignes suivantes. Ceux-ci montrent la manière dont la cartographie exposée ici peut être élargie ou affinée.

Un des apports de ce travail, me semble-t-il, est la tentative de catégorisation des textiles andins contemporains dans le deuxième chapitre. Les travaux sur cet objet d’étude se sont concentrés, comme je l’ai dit, sur les textiles fabriqués par les *comuneros*. Si ma thèse ne laisse pas de côté cette production (bien au contraire, à voir notamment la deuxième partie de mon travail), la catégorisation proposée est une invitation à affiner celle-ci par d’autres études s’intéressant de près à un ou plusieurs des objets décrits (cf. chap. 2.2.2) ou à d’autres que je n’ai pas pu observer sur le terrain, sachant que certains objets apparaissent tandis que d’autres disparaissent. Cette catégorisation est aussi une invitation à ne pas reproduire l’image des textiles andins associés à l’époque préhispanique ou aux communautés andines uniquement (cf. premier et deuxième courants théoriques décrits dans le Filage). Les textiles andins contemporains adoptent des formes parfois (semi)industrielles ou hybrides,

produites non seulement dans la région de Cusco, mais ailleurs dans les Andes, voire en Chine. Ces types d'objets sont d'ailleurs plus présents dans l'espace cusquéen que les formes « classiques » fabriquées par les *comuneros*, comme j'ai pu le constater. Le fait qu'une partie de la production se fait en Chine comporte un intérêt pour des études à venir, notamment en termes d'industrialisation et de circulation textile. Cet aspect est également discuté dans le deuxième chapitre, en particulier dans le contexte commercial, où des objets circulent à l'intérieur de la région de Cusco ou du Pérou ainsi qu'entre les pays andins. Les textiles andins chinois semblent être une réalité aujourd'hui, mise en avant par certains commerçant·e·s, et ils participent aux processus d'industrialisation et de circulation. De retour sur mon terrain en 2019, des objets que j'ai vus dans les rues ou en vente dans quelques magasins, semblaient, de par leur aspect matériel, avoir été produits en Chine. Un dimanche en février 2019, au Chili, une vendeuse péruvienne qui commercialisait certains de mes objets d'études (notamment de confection hybride) m'a aussi confirmé l'existence de textiles andins chinois, reconnaissables grâce à leur prix plus bas par rapport aux produits du Pérou ou de la Bolivie. Jusqu'où donc « industrialiser la culture » pour revenir sur la citation plus haut ? Les textiles andins vont-ils suivre la tendance mondiale, selon laquelle différents souvenirs d'un pays ou d'une région sont *made in China* ? La production de *telar*, qui vise à augmenter et accélérer la production afin de baisser les prix, pourra-t-elle contrer, dans une certaine mesure, cette tendance, au moins pour une clientèle préférant les textiles faits à la main ? De quelle manière, cela affectera les textiles andins produits à l'aide du métier à ceinture ou à quatre pieux ? De quelle manière ces dynamiques vont-elles influencer la valeur monétaire et non monétaire des textiles andins et les processus de valuation qui les constituent ? Vont-elles exacerber la focalisation sur le prix et les produits bon marché ou alors plutôt celle sur l'appréciation des objets qui endossent d'autres valeurs comme le soutien de l'artisanat, du travail manuel, du respect de l'environnement, etc., abordés dans le dernier chapitre ? La valeur d'usage accordée à des pièces « précieuses » comme celle ayant du *lloqepaña*, produite uniquement à la main, pourra-t-elle assurer une certaine continuité, ne serait-elle réduite qu'à la production *away* ?

Mon travail met surtout l'accent sur le marché touristique, un intérêt qui a d'ailleurs motivé la catégorisation différenciée des objets commercialisés. Toutefois, comme avoué dans l'introduction, ma thèse tend à surreprésenter les touristes, et à sous-représenter la population cusquéenne. Bien que j'aie exposé la difficulté de séparer ces deux catégories de population (cf. par ex. figure de la du touriste-local·e in Filage), il me paraît pertinent d'effectuer une étude se focalisant plus sur la population cusquéenne, qui participe, elle aussi, de différentes manières aux affaires commerciales en lien avec les textiles andins. Depuis 2018, et durant mon retour en 2019 pendant lequel j'ai collectionné des pièces ethnographiques pour une exposition muséale en Suisse<sup>645</sup>, j'ai pu observer l'achat par des touristes péruvien·ne·s et étrangèr·e·s de nombreux objets surtout (semi)industriels et

---

<sup>645</sup> Il s'agit d'un mandat donné par le Musée d'ethnographie de Neuchâtel dans le cadre de son exposition sur le tourisme prévue pour novembre 2019. Si j'ai fréquenté des lieux hautement touristiques, je me suis aussi rendu dans des lieux ayant une clientèle locale importante.

hybrides, qui sont utilisés aussi par les citoyen·e·s de Cusco. Ce type d'objets sont vendus dans des foires art-isanales fortement fréquentées par ces dernier·e·s, comme celle de la *Plaza Tupac Amaru*, où l'on trouve des produits semblables à celles des centres art-isanaux (en moindre nombre et variété), certains fabriqués à la prison de *Qenqoro* ou d'autres par la·le commerçant·e lui-même. La prise en compte de cette population est pertinente, dans le but de compléter la cartographie proposée dans mon travail. Cela permettrait d'explorer notamment des espaces urbains dans lesquels la valeur d'échange des textiles andins est déployée à côté, ou imbriquée aux espaces touristiques. L'événement *Un día de Q'eros* décrit dans le troisième chapitre illustre par exemple ce genre d'espaces, principalement destinés à la population cusquénienne, ou le *Makiykuwan Ruwasqa*, un autre événement, que j'ai mentionné dans le deuxième chapitre et qui concerne également les Q'eros.

Ces événements mettent en avant la dimension patrimoniale de l'activité textile, les savoir-faire que celle-ci sous-tend, et plus largement l'héritage incaïque (présenté de manière romantisée). Il reste à savoir si cette valorisation patrimoniale se traduit en une valorisation marchande effective auprès de la population urbaine de Cusco. Peut-elle apprécier ces éléments sans nécessairement passer à l'acte marchande ? De quelle manière la valorisation patrimoniale et marchande sont-elles articulées entre elles ? Du côté des (tisserand·e·s-)commerçant·e·s, y a-t-il un (en)jeu d'ethnicité marchande qui serait mobilisée auprès de cette clientèle ? Le cas des événements cités plus haut laisserait répondre plutôt de façon affirmative. Pourtant, en quoi se distingue-t-elle de la mise en acte identitaire<sup>646</sup> dans le contexte du marché touristique ? Considérant ces événements et sur la base de mes observations des danses et d'autres mises en acte, où les *trajes típicos* sont employés, la distinction, s'il y en a, semble plutôt subtile. Elle est en tout cas à investiguer davantage, tout comme les interprétations faites par les acteur·e·s concernés, y compris le public cusquénien.

Les aspects évoqués dans le paragraphe précédent montrent que des dimensions patrimoniales et commerciales peuvent être associées, comme je l'ai développé plus largement tout au long de la thèse. Toutefois, les possibles zones de conflits restent à être creusées. Je pense en particulier à la transgression citée par Rolando dans le troisième chapitre. Ce *paqo q'ero* évoque la transgression au sujet de la marchandisation d'éléments considérés comme sacrés que lui et d'autres Q'eros vendaient malgré cela lors d'*Un día de Q'eros* (chap. 3.2). Son discours pousse à poser la question sur la séparation entre la valeur d'usage et la valeur d'échange des textiles andins, dont certains ne peuvent pas être vendus et dont la valeur réside dans l'utilisation interne. Dans le chapitre 3, je porte une réflexion autour de cette apparente transgression, insistant sur le développement d'un intérêt économique auprès des Q'eros à l'égard des textiles andins. Cela est à mettre en lien avec la deuxième partie de mon travail où la valeur marchande qu'endossent ces objets est bien présente. Il ne s'agit pas uniquement de la valeur marchande du port des *trajes típicos* ou de la valeur socio-économique de l'activité textile, mais il est aussi question, plus largement, de la commercialisation des textiles andins

---

<sup>646</sup> Ce terme est employé dans le sens anglais d'*enactment* que j'ai privilégié plutôt que le terme « mise en scène » ou « performance » (cf. chap. 5.5.2).

auprès des citoyen·e·s de Cusco ainsi que des prestations auxquels participent ces objets, comme par exemple le *pago a la Pachamama* qui s'effectue auprès de ce public et non seulement au sein du tourisme mystique (cf. Cometti 2015; Molinié 2012; Galinier et Molinié 2006). Une étude au sein des communautés elles-mêmes, en dehors des interactions avec les touristes, pourrait donner à voir la manière dont des valeurs patrimoniales, avec leurs connotations identitaires et culturelles, s'entremêlent ou s'opposent avec des valeurs marchandes. Les *comuneros* cherchent des alternatives économiques certes, comme je l'ai soutenu d'un point de vue pragmatique, mais à quel prix ? Dans quelle mesure cela engendre-t-il un conflit de valeurs ? De quelle manière, la valuation se réalise-t-elle ? L'étude de Cometti (2015) sur les Q'eros montre de quelle manière la préférence pour l'argent a des effets sur la localité, manifestes notamment par le changement climatique et l'incapacité de contrôler celui-ci, ce qui a des conséquences sévères pour les Q'eros. Son travail pointe en effet dans la direction de ce type de questions qu'il faudrait étudier à partir d'activités économiques comme le travail textile, qui sont aujourd'hui fortement associées au marché.

En outre, mon travail ouvre d'autres pistes de recherche sur des valeurs peu abordées. C'est notamment le cas des valeurs politiques (si on peut les appeler ainsi) que j'ai brièvement citées, sans développer davantage, dans le chapitre 3 à travers l'exemple de l'usage des textiles andins dans les campagnes électorales. J'ai aussi évoqué le lien à faire avec les politiques de promotion de l'artisanat (cf. note 416 in chap. 3) sans pour autant m'y attarder. Cette remarque renvoie au fait que les catégories de valeurs traitées dans mon travail représentent des catégories analytiques perméables, construites à partir de mes observations de terrain et qui peuvent faire l'objet d'études postérieures pour les affiner, voire élargir leur éventail ainsi que la cartographie présentée ici.

Du point de vue méthodologique, outre l'application de l'ANT de manière plus poussée que celle effectuée dans mon travail, il s'agit de mobiliser davantage une « ethnographie sensorielle » (Pink 2009). Par là, il serait question de « suivre »<sup>647</sup> les textiles de façon plus sensorielle de ce que j'ai proposé ici, où le sens de la vision a été privilégié, bien que mon approche phénoménologique va dans ce *sens* et le chapitre dernier en évoque quelques éléments. Cela permettrait de cartographier de manière plus approfondie l'intimité et la « polysensorialité » (Beyaert-Geslin 2015: 71) induites par l'inter-action humains-objets et que j'ai montrées à travers la thématiques des souvenirs. Enfin, il serait certainement intéressant de suivre les *comuneras* de plus près et d'intégrer davantage leur discours, surtout celui de celles ne parlant que le quechua.

---

<sup>647</sup> Par suivre les textiles, j'ai fait écho à la devise méthodologique de « suivre les objets » (Marcus 1996), « suivre les acteurs » (Latour 2006) et « suivre l'action » (Vinck et al. 2018) (cf. Filage).

## Quel avenir et quelle valeur au futur pour l'activité textile ?

Dans la prolongation de la question sur les alternatives économiques offertes par le travail textile en lien avec le tourisme, dans le sixième chapitre, je me suis interrogé sur le futur de l'activité textile. Si celle-ci demeure aujourd'hui très importante comme ressource économique, l'exemple des tisserandes de Chinchero montre que les futures générations ne vont pas nécessairement poursuivre l'activité textile, malgré l'importance que lui est accordée du point de vue économique et éducatif ainsi que par ses effets socio-économiques. C'est précisément l'éducation, qu'elle rend possible (au moins en partie), qui ouvre de nouvelles alternatives pour les jeunes, par exemple dans le tourisme. Comme défendu dans le cadre de cette thèse, les textiles andins endossent des multiples valeurs qui les rendent précieux aux yeux des différents acteur·e·s, dont les tisserand·e·s *comuneros*. Néanmoins, comme le met en avant la littérature, les valeurs sont dynamiques et changeantes. Elles changent aussi historiquement, comme le souligne par exemple Marx (1993). L'activité textile, continuera-t-elle à être considérée comme ressource économique ?

La valeur des textiles andins, en particulier de l'activité textile comme possibilité de travail salarié et donc comme alternative économique, peut être réévaluée et faire l'objet de valuations dans un futur plus ou moins proche, notamment sur la base de ce qui a été observé à Chinchero et des discours des *comuneros* de Chawaytire ou de Q'ero concernant leur investissement dans l'éducation de leurs enfants, à savoir le financement d'études universitaires ou dans des instituts de formation professionnelle. Le tourisme se profile comme une des branches privilégiées, comme l'affirment notamment des jeunes tisserandes de Chinchero. Cela pourrait permettre d'articuler l'activité touristique et textile, qui existe déjà dans la région de Cusco et sur laquelle mon travail a insisté. Les anciennes générations pourraient ainsi continuer à assurer le travail textile et les nouvelles, en tant que guides ou tour-opérateurs, pourraient amener des touristes. Une des tisserandes de Chinchero interviewées mentionne le cas de sa fille qui a une agence de tourisme dans la ville de Cusco. J'ai aussi pu apprendre qu'un ancien membre du programme d'agro-écotourisme du *Parque de la Papa* est devenu guide. En suivant les images qu'il met sur Facebook ainsi que ses commentaires, on se rend compte qu'il amène des touristes dans son village d'origine, Paru Paru. Il reste pourtant à savoir : dans quelle mesure cela reconfigurerait-il les asymétries et promouvoir-t-il le tourisme comme ressource structurante entre *comuneros* (Gascón 2005), compte tenu, par exemple, des asymétries et des relations de pouvoir entre les guides et les tisserand·e·s (cf. chap. 6.2.1) ?

Si l'activité textile est valorisée aujourd'hui et a pu garder une certaine continuité historique, avec des changements diachroniques, le travail, au moins sous sa forme manuelle (totale ou partielle), est et sera mise à l'épreuve : qui reprendra le métier ? Cela ne passe non seulement par l'introduction de textiles d'imitation industrielle et de textiles andins chinois, mais également par la « fuite des mains » et par là du savoir-faire des nouvelles générations, qui migrent en ville poursuivant d'autres buts socio-professionnelles. Cela n'est pas totalement nouveau si l'on pense au cas de Wilfredo, cité brièvement, un ancien tisserand migrant qui vit à Lima et qui ne travaille plus dans son *telar de*

*cintura* (note 461, chap. 4.3.5). Autrefois revalorisée par les *comuneros* en comparaison avec d'autres activités moins rentables et plus précaires, notamment en termes de conditions de travail (Terry 2016, 2009 ; cf. aussi « renaissance textile » in chap. 4.1), l'activité textile fera certainement l'objet d'une réévaluation auprès des nouvelles générations. Cette hypothèse ouvre des questions à explorer par d'autres études concernant l'avenir de l'activité textile et la valeur qu'elle prendra si cette « fuite de mains » l'empêche d'exister.

Le mot *awayo*, hispanisme d'*away* en quechua, se réfère autant à la production manuelle qu'industrielle, comme indiqué dans le deuxième chapitre. Cette assimilation industrielle-manuelle dans le vocabulaire – non seulement à Cusco, mais au Pérou et plus largement dans les Andes (Bolivie et Chili, selon mes notes de terrain) – dénote une esthétique semblable, bien que constitués de matériaux travaillés différemment. Elle est peut-être symptomatique du processus d'industrialisation qui s'est prolongé jusqu'à nos jours, où le travail manuel est assuré de manière plus poussée par les machines, secondé parfois par des engins comme le *telar* qui proposent une alternative « à mi-chemin » entre les deux.

Sans vouloir porter un jugement de valeur qui opposerait l'industriel vs le manuel, ou un regard nostalgique prégnant dans de nombreux travaux anthropologiques, il s'agira de voir la manière dont ces deux s'articuleront, s'entremêleront, voire s'opposeront. Il s'agira de comprendre la manière dont les valeurs sont tissées dans un quotidien où, si la tendance actuelle continue, les textiles andins deviendront encore plus industriels et peut-être encore plus chinois.

## BIBLIOGRAPHIE

- Abbou, Julie. 2011. « L'Antisexisme linguistique dans les brochures libertaires: Pratiques d'écriture et métadiscours ». Thèse de Doctorat, Aix-Marseille I: Université de Provence.  
<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00643802/document>.
- . 2013. « Pratiques graphiques du genre ». *Langues et cité*, Féminin, Masculin : la langue et le genre, 24: 4-5.
- Abélès, Marc. 2002. « Le terrain et le sous-terrain ». In *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive: nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*, 35-43. U. A. Colin. Anthropologie. Paris: Armand Colin.
- Abercrombie, Thomas A. 2016. « The Iterated Mountain: Things as Signs in Potosí ». *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology* 21 (1): 83-108.
- Abya Yala, éd. 1999. « El virus del turismo », n° 7: 1.
- Abram, Simone, Jackie D. Waldren, et Don Macleod, éd. 1997. *Tourists and Tourism: Identifying with People and Places*. Oxford ; New York: Berg.
- Abu-Lughod, Lila. 2010. « Écrire contre la culture. Réflexions à partir d'une anthropologie de l'entre-deux ». In *L'engagement ethnographique*, 417-46. Recherches. La découverte. Paris: Éditions de l'EHESS.
- Ackerman, Raquel. 1996. « Clothes and Identity in the Central Andes : Province of Abancay, Peru ». In *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*, édité par Margot Blum Schevill, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, 231-60. Austin: University of Texas Press.
- Adam, Barbara. 1996. « Detraditionalization and the Certainty of Uncertain Futures ». In *Detraditionalization: Critical Reflections on Authority and Identity*, édité par Paul Heelas, Scott Lash, et Paul M. Morris, 134-48. Cambridge Mass. ; Oxford UK: Blackwell Publishers.
- AFA. 1990. *Anthropologues, anthropologie et musées*. Montrouge: Association française des anthropologues.
- Aguirre, Rosario. 2006. « La perspectiva de género en el análisis de los procesos de empobrecimiento. La medición del uso del tiempo y del trabajo no remunerado ». In *La persistencia de la desigualdad: género, trabajo y pobreza en América Latina*, édité par Gioconda Herrera, 91-137. Quito: CONAMU; FLACSO.  
<http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/103550-opac>.
- Aikhenvald, Alexandra Y. 2013. « The Value of Language and the Language of Value: A View from Amazonia ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 53-77.  
<https://doi.org/10.14318/hau3.2.005>.
- Aisner, Pierre. 1988. « Economic, social and political effects of international tourism. A regional case study: Cusco city (Peru) ». *Loisir et Société / Society and Leisure* 11 (1): 81-98.  
<https://doi.org/10.1080/07053436.1988.10715291>.
- Aisner, Pierre, et Christine Plüss. 1983. *La ruée vers le soleil: le tourisme à destination du tiers monde*. Paris: L'Harmattan.
- Akrich, Madeleine. 1987. « Comment décrire les objets techniques? » *Techniques et culture*, n° 9: 49-64.
- Allen, Catherine. 1982. « Body and soul in Quechua thought ». *Journal of Latin American Lore* 8 (2): 179-96.
- . 1997. « When Pebbles Move Mountains: Iconicity and Symbolism in Quechua Ritual. » In *Creating Context in Andean Cultures*, édité par Rosaleen Howard-Malverde, 73-84. Oxford University Press.
- . 2002 [1988]. *La Coca Sabe. Coca e Identidad Cultural en una Comunidad Andina*. Cusco: CBC.
- . 2016. « The Living Ones: Miniatures and Animation in the Andes ». *Journal of Anthropological Research* 72 (4): 416-41. <https://doi.org/10.1086/689293>.
- Allon, Fiona, Kay Anderson, et Robyn Bushell. 2008. « Mutant Mobilities: Backpacker Tourism in 'Global' Sydney ». *Mobilities* 3 (1): 73-94. <https://doi.org/10.1080/17450100701797323>.

- Almeida, Alexandra. 2012. « Postextractivismo y transiciones a otros desarrollos. Perspectivas y desafíos para la región andina ». In *Anales Seminario Internacional Desarrollo Territorial y Extractivismo : luchas y alternativas en la región andina*, édité par Nicoletta Velardi et Marco Zeisser Polatsik, 167-74. Cuzco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Anderson, Benedict R. O'G. 1991. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Rev. ed. London ; New York: Verso.
- . 1996. *L'imaginaire national: réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*. Paris: La Découverte.
- Anderson, Leon. 2013 [2006]. « Analytic Autoethnography ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. II:69-89. Sage Benchmarks in Research Methods. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Angé, Olivia. 2016. « Materializing Virtues: Crafted Miniatures as Moral Examples in the Argentinean Andes ». *Journal of Anthropological Research* 72 (4): 483-503.  
<https://doi.org/10.1086/689296>.
- Angé, Olivia, et Perig Pitrou. 2016. « Miniatures in Mesoamerica and the Andes: Theories of Life, Values, and Relatedness ». *Journal of Anthropological Research* 72 (4): 408-15.  
<https://doi.org/10.1086/689259>.
- Appadurai, Arjun. 1990. « Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy ». *Theory, Culture and Society* 7 (2-3): 295–310. <https://doi.org/DOI: 10.1177/026327690007002017>.
- . 1991. « Global Ethnoscapes. Notes and Queries for a Transnational Anthropology ». In *Recapturing Anthropology: Working in the Present*, par Richard G. Fox, 191-210. School of American Research Advanced Seminar Series. Santa Fe: School of American Research Press.
- . 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- . 2010a. [1986] « Introduction: Commodities and the Politics of Value ». In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, édité par Arjun Appadurai, 3-63. Cambridge [etc.]: Cambridge University Press.
- . éd. 2010b. [1986] *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press.
- Ariel de Vidas, Anath. 1996. *Mémoire textile et industrie du souvenir dans les Andes*. Paris: L'Harmattan.
- Arista Zerga, Adriana. 2012. « De vaquerías y museos : Usos del patrimonio cultural en una comunidad nororiental del Perú (1996-2006) ». In *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*, édité par Raúl H. Asensio et Beatriz Pérez Galán, 61-72. Lima: Instituto de Estudio Peruanos (IEP).  
<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSEedita8.pdf>.
- Arnold, Denise, et Elvira Espejo Ayca. 2007. « De Qeros y constelaciones: algunas relaciones entre las prácticas astronómicas y textuales aymarás ». In *Hilos sueltos: los Andes desde el textil*, par Denise Arnold, Juan de Dios Yapita, et Elvira Espejo Ayca, 301-52. Plural editores.
- Arnold, Denise Y. 1992. « La casa de adobes y piedras del Inka: Género, memoria y cosmos en Qaqachaka ». In *Hacia un orden andino de las cosas*, par Denise Y. Arnold, Domingo Jiménez Aruquipa, et Juan de Dios Yapita, 31-108. La Paz: Hisbol.
- . 2006. *The Metamorphosis of Heads: Textual Struggles, Education, and Land in the Andes*. University of Pittsburgh Press.
- Arnold, Denise Y., Juan de Dios Yapita, et Elvira Espejo Ayca. 2007. *Hilos sueltos: los Andes desde el textil*. La Paz: ILCA.
- Ascher, Marcia, et Robert Ascher. 1981. *Code of the Quipu: A Study in Media, Mathematics, and Culture*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Aschner, François. 1984. *Tourisme - Sociétés transnationales et identités culturelles*. Paris: Unesco.  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001896/189647fo.pdf>.
- Asensio, Raúl H. 2012. « Nosotros los muchik. Turismo, Arqueología, antropología y discursos de identidad colectiva en la costa norte del Perú (1987-2009) ». In *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*, édité par Raúl H. Asensio et Beatriz Pérez Galán, 35-60. Lima: Instituto de Estudio Peruanos (IEP).  
<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSEedita8.pdf>.

- . 2014. « Entre lo regional y lo étnico: el redescubrimiento de la cultura mochica y los nuevos discursos de identidad colectiva en la costa norte (1987-2010) ». In *Etnicidades en construcción. Identidad y acción social en contextos de desigualdad*, édité par Ricardo Cuenca, 85-123. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- . 2016. *Los nuevos incas : la economía política del desarrollo rural andino en Quispicanchi (2000-2010)*. Lima: IEP.
- Asensio, Raúl H., et Beatriz Pérez Galán. 2012. « Introducción ». In *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*, édité par Raúl H. Asensio et Beatriz Pérez Galán, 1-14. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP). <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSEedita8.pdf>.
- Asensio, Raúl H., et Carolina Trivelli. 2011. « Puesta en valor de activos culturales y dinámicas territoriales en el sur de Cuzco ». Santiago de Chile: Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Ashley, Caroline, Charlotte Boyd, et Harold Goodwin. 2000. *Pro-Poor Tourism: Putting Poverty at the Heart of the Tourism Agenda*. Overseas Development Institute.
- Ashley, Caroline, Dilys Roe, et Harold Goodwin. 2001. *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor : A Review of Experience*. IIED.
- Aspers, Patrik, et Jens Beckert. 2011. « Value in Markets ». In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 3-38. Oxford: Oxford University Press. <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-9780199594641-chapter-1>.
- Atkinson, Paul. 1997. « Narrative Turn or Blind Alley? » *Qualitative Health Research* 7 (3): 325–344. <https://doi.org/10.1177/104973239700700302>.
- Augé, Marc. 1997. *L'impossible voyage: le tourisme et ses images*. Rivages poche 214. Paris: Payot & Rivages.
- Avanza, Martina. 2005. « ¿Qué significa ser Cusqueño? La Construcción de un discurso identitario en un diario de Cuzco entre 1919 y 1930 ». In *Etnografías de Cuzco*, édité par Antoinette Molinié, 96-113. Cusco: CBC; IFEA; Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative.
- Awana Wasi Cusco. 1991. *Chincheru Pallay*. Lima: EDITEC del Perú.
- Babb, Florence. 2010. *The Tourism Encounter: Fashioning Latin American Nations and Histories*. Stanford University Press.
- . 2012. « Theorizing Gender, Race, and Cultural Tourism in Latin America: A View from Peru and Mexico ». *Latin American Perspectives* 39 (6): 36-50. <https://doi.org/10.1177/0094582X12454560>.
- Bacqué, Marie-Hélène, et Carole Biewener. 2013. *L'empowerment, une pratique émancipatrice*. Paris: La Découverte.
- Bærenholdt, Jørgen Ole, Michael Haldrup, Jonas Larsen, et John Urry, éd. 2004. *Performing tourist places*. New directions in tourism analysis. Aldershot [etc.]: Ashgate.
- Ballengee-Morris, Christine. 2002. « Tourist Souvenirs ». *Visual Arts Research* 28 (2): 102-8.
- Barasc, Katy, et Michèle Causse. 2014. *Requiem pour il et elle*. Racine de IXe. Donnemarie-Dontilly: Editions IXe.
- Barbier, Rémi, et Jean-Yves Trépos. 2007. « Humains et non-humains : un bilan d'étape de la sociologie des collectifs ». *Revue d'anthropologie des connaissances* 1, n° 1 (1): 35-58. <https://doi.org/10.3917/rac.001.0035>.
- Barraud de Langerie, Pauline, Alexandra Bidet, et Étienne Noguez. 2013. « Ce que mesure veut dire: disputes autour de la qualification et de la valuation en sociologie ». In *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, édité par François Vatin, Michel Callon, et Alain Desrosières, [Nouvelle éd. rev. et augm.], 305-26. Socio-logiques. Toulouse: Presses universitaires du Mirail.
- Barthélémy, Françoise. 2004. « Stérilisations forcées des Indiennes du Pérou ». *Le Monde Diplomatique*, mai 2004. <https://www.monde-diplomatique.fr/2004/05/BARTHELEMY/11190>.
- Barthes, Roland. 1980. *La Chambre claire : Note sur la photographie*. Paris: Gallimard. [https://monoskop.org/images/f/f3/Barthes\\_Roland\\_La\\_chambre\\_claire\\_Note\\_sur\\_la\\_photographie.pdf](https://monoskop.org/images/f/f3/Barthes_Roland_La_chambre_claire_Note_sur_la_photographie.pdf).

- Bastian, Jean-Pierre. 1991. *Amérique latine : 1492-1992, conquête, résistance et émancipation*. Genève: Labor et Fides.
- Bastide, Roger. 1970. « Mémoire collective et sociologie du bricolage ». *L'Année sociologique (1940/1948)* 21: 65-108.
- Batliwala, Srilatha. 1993. *Empowerment of Women in South Asia: Concepts and Practices*. FFHC/AD Programme Officer.
- Baud, Michiel, Annelou Ypeij, et Annelies Zoomers. 2006. « Introducción: el turismo como una estrategia para el desarrollo sostenible ». In *La ruta andina: turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia*, édité par Annelou Ypeij et Annelies Zoomers, 9-36. Quito: Abya-Yala.
- Baudrillard, Jean. 1972. *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris: Gallimard.
- . 1975. *The mirror of production*. St. Louis: Telos Press.
- Bauer, Brian S. 2008 [2004]. « El Coricancha ». In *Cuzco antiguo: tierra natal de los Incas*, traduit par Javier Flores Espinoza, 267-305. Cuzco: Centro Bartolomé de la Casas.
- Bazin, Jean. 2008.  
 « Interpréter ou décrire. Notes critiques sur la connaissance anthropologique ». In *Des clous dans la Joconde: l'anthropologie autrement*, 407-33. Toulouse: Anacharsis.
- Bazin, Jean, et Alban Bensa. 1994. « Les objets et les choses: Des objets à « la chose » ». *Genèses. Sciences sociales et histoire* 17 (1): 4-7.
- Beckert, Jens. 2011. « The Transcending Power of Goods. Imaginative Value in the Economy ». In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 106-28. Oxford: Oxford University Press.  
<http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-9780199594641-chapter-5>.
- Beckert, Jens, et Patrik Aspers, éd. 2011. *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*. Oxford: Oxford University Press.
- Behrman, Carolyn. 1995. « Why Do They Call It Kalabari? Cultural Authentification and the Demarcation of Ethnic Identity ». In *Dress and Ethnicity: Change across Space and Time*, 139-64. Ethnic Identities. Oxford ; Washington D.C.: Berg.
- Bellier, Irène. 2002. « Du lointain au proche. Réflexions sur le passage d'un terrain exotique au terrain des institutions politiques ». In *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive: nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*, 45-62. U. A. Colin. Anthropologie. Paris: Armand Colin.
- Benavides, Martín, Magrith Mena, et Carmen Ponce. 2010. « Estado de la niñez indígena en el Perú ». Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) et Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). [http://www.unicef.org/peru/spanish/ENI\\_2010.pdf](http://www.unicef.org/peru/spanish/ENI_2010.pdf).
- Benjamin, Walter. 2012. *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Traduit par Lionel Duvoy. Paris: EdAllia.
- Benkirane, Réda, Erica Deuber, et Musée d'ethnographie (MEG). 2007. *Culture & cultures: les chantiers de l'ethno*. Genève : Gollion: MEG ; Infolio.
- Bensa, Alban. 2010. *Après Lévi-Strauss: pour une anthropologie à taille humaine*. Conversations pour demain. Paris: Ed. Textuel.
- Berliner, David. 2013. « Le désir de participation ou Comment jouer à être un autre ». *L'Homme*, n° 2: 151-70.
- Berlo, Janet Catherine. 1992. « Beyond Bricolage: Women and Aesthetic Strategies in Latin American Textiles ». *RES: Anthropology and Aesthetics*, n° 22: 115-34.
- . 1999. « Drawing (upon) the Past. Negotiating Identities in Inuit Graphic Arts Production ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 178-93. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Besençon, Sylvain. 2016. « Du tourisme sans touristes ? La mise en tourisme d'une communauté paysanne des Andes péruviennes entre discours, stratégies et interventions de développement ». Mémoire de Master, Neuchâtel: Université de Neuchâtel.
- Bey, Marguerite. 2003. « Pérou : quelles politiques de lutte contre la pauvreté ? » *Autrepart*, n° 27: 5-23. <https://doi.org/10.3917/autr.027.0005>.
- Beyaert-Geslin, Anne. 2015. *Sémiotique des objets: la matière du temps*. Sigilla 4. Liège: Presses Universitaires de Liège.

- Billeter, Erika. 1993. *Canto a la realidad: fotografía latinoamericana 1860-1993*. Madrid: Lunwerg.
- Bischof, Marco, Rene Burri, et Guido Magnaguagno. 1990. *Werner Bischof: 1916-1954. His Life and Work*. Londres: Thames and Hudson.
- Bischof, Werner, Robert Frank, et Pierre Verger. 1956. *From Incas to Indios*. Paris: Delpire.
- Bittner, Christelle, et Echoway. 2012. *Natural Guide Pérou*. Paris: VIATAO.
- Blanco, Eugenia Rodríguez, et Francisco Alberto Herrera. 2015. « “Trabajar en casa de familia”. Mujeres indígenas migrantes en el empleo doméstico en Panamá ». *Quaderns de l’Institut Català d’Antropologia*, n° 31: 141-60.
- Bloc-Duraffour, Pierre, et Alain Mesplier. 1992. *Le tourisme dans le monde. Histoire et géographie économiques*. Rosny Cedex: Bréal.
- Bloch, Maurice. 1995. « Mémoire autobiographique et mémoire historique du passé éloigné ». *Enquête. Archives de la revue Enquête*, n° 2 : 59-76. <https://doi.org/10.4000/enquete.309>.
- . 2010. « Une nouvelle théorie de l’art ». In *L’art et ses agents: une théorie anthropologique*, par Alfred Gell, . Fabula. Dijon: Les presses du réel.
- Boas, Franz. 1888. « The Indians of British Columbia ». *The Popular Science Monthly*.
- . 2003 [1927]. *L’art primitif*. Anthropologie, arts et esthétiques. Paris: ABiro.
- Bochner, Arthur P. 2013 [2001]. « Narrative’s Virtues ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, I:215-41.. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Bonavia, Duccio. 2008. *The South American Camelids*. Los Angeles: Cotsen Institute of Archaeology, University of California.
- Bonilla, Angel. 2012. « Del extractivismo al Sumak Qawsay ». In *Anales Seminario Internacional Desarrollo Territorial y Extractivismo : luchas y alternativas en la región andina*, édité par Nicoletta Velardi et Marco-Otra Zeisser Polatsik, 53-64. Cuzco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Boorstin, Daniel Joseph. 1964. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. Harper Colophon Books 37. New York ; Evanston: Harper and Row.
- Bosman, Karin. 2006. « Ofreciendo un mundo imaginario: los guías de turismo en el Cuzco ». In *La ruta andina: turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia*, édité par Annelou Ypeij et Annelies Zoomers, 199-218. Quito: Abya-Yala.
- Bouquet, Mary. 2011. *Museums: A Visual Anthropology*. Key Texts in the Anthropology of Visual and Material Culture. London: A& CBlack.
- Bourdieu, Pierre. 1978. « Sur l’objectivation participante. Réponse à quelques objections ». *Actes de la recherche en sciences sociales* 23 (1): 67-69.
- . 1979. *La distinction: critique sociale du jugement*. Le sens commun. Paris: Editions de minuit.
- . 1993. « Comprendre ». In *La misère du monde*, 903-38. Libre examen. Paris: Editions du Seuil.
- Bourdieu, Pierre, et Jean-Claude Passeron. 1964. *Les héritiers : Les étudiants et la culture*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Boursiquot, Fabienne. 2014. « Musées et anthropologie : chronique d’une séparation / De L’Estoile B., 2007, Le goût des Autres. De l’exposition coloniale aux arts premiers. Paris, Éditions Flammarion. / Mazé C., F. Poulard et C. Ventura (dir.), 2013, Les musées d’ethnologie. Culture, politique et changement institutionnel. Paris, Éditions du CTHS. » *Anthropologie et Sociétés* 38 (3): 309-23. <https://doi.org/10.7202/1029030ar>.
- Boyer, Marc. 1999. *Histoire du tourisme de masse*. Que sais-je?. Paris: Presses universitaires de France.
- Boyer, Marc, et Philippe Viallon. 1994. *La communication touristique*. Que sais-je?. Paris: Presses universitaires de France.
- Brogère, Gilles. 2014. « Soi-même comme touriste apprenant – Essai d’autoethnographie ». In *Apprentissages en situation touristique*, édité par Giulia Fabbiano, 155-80. Éducation et didactiques. Villeneuve d’Ascq: Presses universitaires du Septentrion.
- Brun, Noëlle. 1965. *Micias, l’enfant des Andes : . Photos Gérard Beauvais. Texte Noëlle Brun*. Paris: Fernand Nathan.
- Bruner, Edward M. 2005. *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. Chicago: The University of Chicago Press. <http://www.loc.gov/catdir/description/uchi052/2004007653.html>.

- Burns, Peter. 2000. *An Introduction to Tourism and Anthropology*. Routledge. London ; New York.
- Burrai, Elisa, Mary Mostafanezhad, et Kevin Hannam. 2016. « Moral assemblages of volunteer tourism development in Cusco, Peru ». *Tourism Geographies*.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1236145>.
- Buzard, James. 2013 [2003]. « Andrew Sparkes and Brett Smith. On Auto-Ethnographic Authority ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. I:275-304. Sage Benchmarks in Research Methods. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Caballero, José-María. 1980. *Agricultura, reforma agraria y pobreza campesina*. Lima: Instituto de Estudio Peruanos (IEP).
- Cáceres Macedo, Justo. 2005. *Tejidos del Perú prehispánico*. Lima: Justo Macedo Cáceres.
- Callañaupa, Nilda. 2007. *Weaving in the Peruvian Highlands: Dreaming Patterns, Weaving Memories*. Thrums, LLC.
- Callon, Michel. 1986. « La domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc ». *L'Année sociologique*, n° 36: 169-208.
- . 2002. « Pour en Finir avec les Incertitudes? » *Sociologie du travail*. 44: 261–267.
- . 2013. « La formulation marchande des biens ». In *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, édité par François Vatin, Michel Callon, et Alain Desrosières, 263-86. Toulouse: Presses universitaires du Mirail.
- Calvès, Anne-Emmanuèle. 2009. « “Empowerment” : généalogie d’un concept clé du discours contemporain sur le développement ». *Revue Tiers Monde* 200 (4): 735-49.  
<https://doi.org/10.3917/rtm.200.0735>.
- Calvo Calvo, Rossano. 1999. *La tradición: representación de la urbe andina cusqueña en el siglo XX*. 1<sup>re</sup> éd. Cusco: Municipalidad de Santiago.
- Campbell, Colin. 1987. *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Candea, Matei. 2007. « Arbitrary Locations: In Defence of the Bounded Field-Site ». *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 13 (1): 167-84.
- Canessa, Andrew. 2004. « Reproducing Racism: Schooling and Race in Highland Bolivia ». *Race, Ethnicity and Education* 7 (2): 185-204.
- . 2005a. « Introduction: Making the Nation on the Margins ». In *Natives Making Nation*, 3-31. Gender, Indigeneity, and the State in the Andes. University of Arizona Press.
- . 2005b. « The indian within, the indian without. Citizenship, race, and sex in a Bolivian hamlet ». In *Natives Making Nation*, 130-55. Gender, Indigeneity, and the State in the Andes. University of Arizona Press.
- . 2012a. « Gender, Indigeneity, and the Performance of Authenticity in Latin American Tourism ». *Latin American Perspectives* 39 (6): 109-15.  
<https://doi.org/10.1177/0094582X12456681>.
- . 2012b. *Intimate Indigeneities: Race, Sex, and History in the Small Spaces of Andean Life*. Durham, NC: Duke University Press Books.
- Cant, Alanna. 2012. « Practising Aesthetics: Artisanal Production and Politics in a Woodcarving Village in Oaxaca, Mexico ». Thèse de doctorat, The London School of Economics and Political Science (LSE). <http://etheses.lse.ac.uk/493/>.
- Capriles, José M. 2014. « Explorando los orígenes del pastoreo en el Altiplano Andino de Bolivia ». In *La rebelón de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 55-81. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Capriles, José M., et Nicholas Tripcevich, éd. 2016. *The Archaeology of Andean Pastoralism*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Cárdenas, Hugo., Norma Velásquez, Maribel Rotondo, et Edwin Alarcon. 1988. *Artesanía textil andina: tecnología, empleo e ingresos*. Lima: Tecnología Intermedia.
- Carrillo, Hugo. 2005. « La dimension étnica de la desigualdad en el Perú ». In *La desigualdad en el Perú : situación y perspectivas*, édité par Alberto Adriaén et Eduardo Toche. Perú Hoy. Lima: Desco.
- Cazes, George. 1992. *Tourisme et tiers-monde, un bilan controversé*. Les nouvelles colonies de vacances? Paris: L’Harmattan.

- CBC, Asociación Kallpa, et Save the Children, éd. 2014. *Verdades no resueltas, protección infantil y derechos humanos : resultados del concurso de investigación y estudio de casos sobre derechos humanos, ciudadanía subalternas y protección infantil en las regiones de Cusco y Apurímac - 2013 (resumen amigable)*. Cusco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Céfaï, Daniel. 2003. « Postface. L'enquête de terrain en sciences sociales ». In *L'enquête de terrain*, par Daniel Céfaï et John Arundel Barnes, 499-515. Paris: La Découverte/M.A.U.S.S.
- . , éd. 2010. *L'engagement ethnographique*. Paris: Editions de l'EHESS.
- Cereceda, Verónica. 1978. « Sémiologie des tissus andins: les talegas d'Isluca ». *Annales. Histoire, Sciences Sociales* 33 (5/6): 1017-35.
- Chauvier, Eric. 2011. *Anthropologie de l'ordinaire: une conversion du regard*. Essais. Série Anthropologie. Toulouse: Anacharsis.
- Chávez Huamán, Erika. 2012. « Chinchero for sale ». Mémoire de Master, Lima: PUCP. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5703>.
- Chonchol, Jacques. 1995. *Systèmes agraires en Amérique latine : Des agriculteurs préhispaniques à la modernisation conservatrice*. Paris: Institut des Hautes Etudes de l'Amérique Latine (IHEAL).
- Ciarcia, Gaetano. 2001. « Exotiquement vôtres ». *Terrain [en ligne]*, n° 37: 105-22. <https://doi.org/10.4000/terrain.1332>.
- . 2011. *Ethnologues et passeurs de mémoires*. Hommes et sociétés. Paris: Karthala.
- Citton, Ives, et Saskia Walentowitz. 2012. « Pour une écologie des lignes et des tissages ». *Revue des Livres*, n° 4 (mars): 28-39. <http://www.yvescitton.net/wp-content/uploads/2013/10/Citton-Walentowitz-Ingold-EcologieLignes-RdL-4-2012.pdf>
- Clifford, James. 1996 [1988]. *Malaise dans la culture: l'ethnographie, la littérature et l'art au XXe siècle*. Espaces de l'art. Paris: Ecole nationale supérieure des Beaux-Arts.
- Clifford, James, et George E. Marcus. 1986. *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. School of American Research Advanced Seminar Series. Berkeley [etc.]: University of California press.
- Clifton, James A. 1997. « Avocation Medicine Men: Inventive "Tradition" and New Age Religiosity in a Western Great Lakes Algonquian Population ». In *Present Is Past: Some Uses of Tradition in Native Societies*, édité par Marie Mauzé, 145-58. Lanham, Md: University Press Of America.
- Cochoy, Franck. 2002. *Sociologie du packaging ou l'âne de Buridan face au marché*. Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.cocho.2002.01>.
- Coffey, Amanda. 1999. *The Ethnographic Self : Fieldwork and the Representation of Identity*. London ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Cohen, Erik. 1979. « A Phenomenology of Tourist Experiences ». *Sociology* 13 (2): 179-201. <https://doi.org/10.1177/003803857901300203>.
- . 1984. « The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings ». *Annual Review of Sociology* 10: 373-92.
- . 1989. « The Commercialization of Ethnic Crafts ». *Journal of Design History* 2 (2/3): 161-68.
- . 1992. « Pilgrimage and Tourism: Convergence and Divergence ». In *Sacred Journeys: The Anthropology of Pilgrimage*, par Alan Morinis, 47-60. Westport: Greenwood Press.
- . 2004. « Backpacking : Diversity and Change ». In *Tourists and Tourism: A Reader*, par Sharon Gmelch, 389-405. Long Grove: Waveland Press.
- Cohen, John. 2005. « La música de la sierra del Perú ». In *Q'ero, el último ayllu inka: homenaje a Óscar Núñez del Prado y a la expedición científica de la UNSAAC a la nación Q'ero en 1955*, édité par Jorge A. Flores Flores Ochoa et Juan Victor Nuñez del Prado, 363-74. Lima: Instituto Nacional de Cultura ; Universidad Mayor de San Marcos.
- Colloredo-Mansfeld, Rudi. 1999. *The Native Leisure Class: Consumption and Cultural Creativity in the Andes*. Chicago: The University Of Chicago Press.
- Comaroff, John L., et Jean Comaroff. 2009. *Ethnicity, Inc*. Chicago Studies in Practices of Meaning. Chicago: The University of Chicago Press.
- Cometti, Geremia. 2014. « « Lorsque le brouillard a arrêté de nous écouter ». Changement climatique et migration dans les Andes péruviennes : Le cas des Q'ero ». Thèse de Doctorat, Genève: Graduate Institute of International and Development Studies.

- . 2015. *Lorsque le Brouillard a cessé de nous écouter. Changement climatique et migration chez les Q'eros des Andes Péruviennes*. Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien: Peter Lang.
- . 2018. « Chapitre 14. Changement climatique et crise des relations de réciprocité dans les Andes péruviennes ». In *Penser l'Anthropocène*, édité par Rémi Beau et Catherine Larrère, 235-47. Paris: Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.). <https://www.cairn.info/penser-l-anthropocene--9782724622102-page-235.htm>.
- Condo, Vladimir. 2018. « Politiques publiques minières : stratégies pour la mise en oeuvre de grands projets miniers, entre le succès et l'échec. Quatre études de cas de mise en oeuvre des grands projets miniers au Pérou. » Thèse de Doctorat, Lausanne: Institut de hautes études en administration publique (IDHEAP).
- Condori, Bernabé, et Rosalind Grow. 1982. *Kay Pacha*. Cusco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Contreras, Carlos, et Marcos Cueto. 2013. *Historia del Perú contemporáneo: desde las luchas por la independencia hasta el presente*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Contreras, Jesús. 1983. « La producción artesanal en los Andes peruanos: del valor de uso al valor de cambio ». *Boletín Americanista*, n° 32: 101-14.
- Cooren, Francois. 2004. « Textual Agency: How Texts Do Things in Organizational Settings ». *Organization* 11 (3): 373–393. <https://doi.org/10.1177/1350508404041998>.
- . 2013. *Manières de faire parler : Interaction et ventriloque*. Latresne: Editions Le Bord de l'eau.
- Corcuera, Ruth. 2010 [1987]. *Herencia Textil Andina [Andean Textile Heritage]*. Buenos Aires: Fundación CEPPEA.
- Cornwall, Andrea. 2016. « Women's Empowerment: What Works? » *Journal of International Development* 28 (3): 342-59. <https://doi.org/10.1002/jid.3210>.
- Cornwall, Andrea, et Karen Brock. 2005. *Beyond Buzzwords: "Poverty Reduction", "Participation" and "Empowerment" in Development Policy*. Genève: United Nations Research Institute for Social Development.
- Costa, Killi Ann. 2004. « Conflating Past and Present : Marketing Archaeological Heritage Sites in Ireland ». In *Marketing Heritage: Archaeology and the Consumption of the Past*, par Yorke M. Rowan et Uzi Baram, 69-92. California: Rowman Altamira.
- Crain, Mary. 1990. « The Social Construction of National Identity in Highland Ecuador ». *Anthropological Quarterly* 63 (1): 43-59. <https://doi.org/10.2307/3317959>.
- Crick, Malcolm. 1985. « "Tracing" the Anthropological Self: Quizzical Reflections on Field Work, Tourism, and the Ludic ». *Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, n° 17: 71-92.
- D'Harcourt, Raoul. 2002 [1934]. *Textiles of Ancient Peru and Their Techniques*. Mineola, NY: Dover Publications.
- Das, Veena. 2007. « The Event and the Everyday ». In *Life and Words: Violence and the Descent into the Ordinary*, 1-17. Berkeley: University of California Press.
- . 2012. « Ordinary Ethics ». In *A Companion to Moral Anthropology*, édité par Didier Fassin, 133-49. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Davallon, Jean. 2000. « Le patrimoine : "une filiation inversée" ? » *Espaces Temps* 74 (1): 6-16. <https://doi.org/10.3406/espat.2000.4083>.
- Dávalos, Johnny, Verónica Cereceda, et Gabriel Martínez. 1994. *Textiles Tarabuco*. Sucre: Antropólogos del Surandino (ASUR).
- Dawson, Jackie, Raynald Harvey Lemelin, et Emma J. Stewart, éd. 2012. *Last chance tourism: adapting tourism opportunities in a changing world*. Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility. London ; New York: Routledge.
- De la Cadena, Marisol. 1995. « Women Are More Indian: Ethnicity and Gender in a Community Near Cuzco ». In *Ethnicity, Markets, and Migration in the Andes: At the Crossroads of History and Anthropology*, édité par Brooke Larson, Olivia Harris, et Enrique Tandeter, 329-43. Durham ; London: Duke University Press.
- . 2004. *Indígenas mestizos: raza y cultura en el Cusco*. Lima: IEP Ediciones.

- . 2015. *Earth Beings: Ecologies of Practice across Andean Worlds*. Durham: Duke University Press Books.
- De Laval, José Antonio, et Rosario De Laval de Cardenas, éd. 1990. *Tejidos milenarios del Perú. Ancient Peruvian Textiles*. Lima: AFP Integra.
- Debary, Octave, et Laurier Turgeon. 2007a. « Introduction : entre objets et mémoires ». In *Objets & mémoires*, édité par Octave Debary et Laurier Turgeon, 1-12. Paris : Sainte-Foy: Editions de la maison des sciences de l'homme ; Presses de l'Université Laval.
- . , éd. 2007b. *Objets & mémoires*. Paris : Sainte-Foy: Editions de la maison des sciences de l'homme ; Presses de l'Université Laval.
- Delamont, Sara. 2013 [2007]. « Arguments Against Auto-Ethnography ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. II:95-100. Sage Benchmarks in Research Methods. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Delaporte, Yves. 1993. « D'un terrain à l'autre. Réflexions sur l'observation participante ». In *Ferveurs contemporaines: textes d'anthropologie urbaine offerts à Jacques Gutwirth*. Paris: L'Harmattan.
- Deleuze, Gilles. 1964. *Marcel Proust et les signes*. Paris: Presses universitaires de France.
- Delisle, Marie-Andrée, et Louis Jolin. 2007. *Un autre tourisme est-il possible ? Ethiques, acteurs, concepts, contraintes, bonnes pratiques, ressources*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Descola, Philippe. 2005. *Par-delà nature et culture*. Bibliothèque des sciences humaines. Paris: Gallimard.
- Desrosiers, Sophie. 2000. « Le tissu comme un être vivant? A propos du tissage à quatre lisières dans les Andes ». In *Lisières & bordures. Actes des premières journées d'études de l'Association Française pour l'Étude du Textile (Paris, 13-14 juin 1996)*, par l'Association française pour l'étude du textile, 117-25. Paris: Les Gorgones, Bonnes.
- . 2010. « Les techniques de tissage ont-elles un sens ? Un mode de lecture des tissus andins ». *Techniques & Culture*, n° 54-55: 263-85. <https://doi.org/10.4000/tc.5002>.
- . 2012. « Le textile structurel. Exemples andins dans la très longue durée ». *Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques*, n° 58 (juin): 82-103. <https://doi.org/10.4000/tc.6268>.
- . 2014. « Lógicas textiles y lógicas culturales en los Andes ». In *Saberes y memorias en los Andes : In memoriam Thierry Saignes*, édité par Thérèse Bouysse Cassagne, 325-49. Travaux et mémoires. Paris: Éditions de l'IHEAL. <http://books.openedition.org/iheal/825>.
- Desvallées, André. 2011. *Quai Branly: un miroir aux alouettes ? : à propos d'ethnographie et d'arts premiers*. Paris: L'Harmattan.
- Dewey, John. 1915. « The Logic of Judgments of Practise ». *The Journal of Philosophy, Psychology and Scientific Methods* 12 (19): 505-23. <https://doi.org/10.2307/2012995>.
- . 1939. *Theory of Valuation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Dieterich, Mary G., Jon T. Erickson, et Erin Younger. 1979. *Guatemalan Costumes: the Heard Museum Collection*. Phoenix: The Heard Museum.
- DIRCETUR-Cusco. 2014. « Boletín Estadístico de Turismo 2013 ». Cusco: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Cusco.
- Dominguez Rubio, Fernando. 2016. « On the Discrepancy between Objects and Things: An Ecological Approach ». *Journal of Material Culture* 21 (1): 59-86. <https://doi.org/10.1177/1359183515624128>.
- Douglas, Mary, et Baron C. Isherwood. 1996 [1978]. *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. [Rev. ed.]. London ; New York: Routledge.
- DRC-Cusco. 2008. « Plan Integral de Etnodesarrollo De las Comunidades de la Nación Q'ero 2008-2018 ». Ministerio de Cultura; DRC-CUSCO.
- Duby, Georges. 1986. « Les hommes et l'héritage ». In *La Méditerranée*, par Fernand Braudel, 193-217. Paris: Arts et Métiers Graphiques.
- Dulón, Roxana. 2006. « Globalización y localización en la ruta andina de turismo. Mezclas diferentes – efectos similares ». In *La ruta andina: turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia*, édité par Annelou Ypeij et Annelies Zoomers, 235-58. Quito: Abya-Yala.

- Dumont, Louis. 2013 [1980]. « On Value: The Radcliffe-Brown Lecture in Social Anthropology, 1980 ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (1): 287-315.  
<https://doi.org/10.14318/hau3.1.028>.
- Durkheim, Emile. 1912. *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: Alcan.
- Edensor, Tim. 2009. « Tourism and performance ». In , édité par Tanzim Jamal et Mike Robinson, 544-58. London: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9780857021076>.
- Edwards, Elizabeth. 1999. « Photographs as Objects of Memory ». In *Material Memories: [Design and Evocation]*, édité par Marius Kwint, Christopher Breward, et Jeremy Aynsley, 221-36. Materializing Culture. Oxford: Berg.
- Edwards, Elizabeth, Chris Gosden, et Ruth B Phillips, éd. 2006. *Sensible Objects Colonialism, Museums and Material Culture*. Wenner-Gren International Symposium Series. Oxford ; New York: Berg.
- Ehlers, Tracy Bachrach. 1987. « A Guatemalan Town 10 Years Later ». *Cultural Survival Quarterly* 3: 25-30.
- Eicher, Joanne B., éd. 1995a. *Dress and Ethnicity: Change across Space and Time*. Oxford ; Washington D.C.: Berg.
- . 1995b. « Introduction: Dress as Expression of Ethnic Identity ». In *Dress and Ethnicity: Change across Space and Time*, édité par Joanne B. Eicher, 1-5. Oxford ; Washington D.C.: Berg.
- Eicher, Joanne B., et Tonye V. Erekosima. 1995. « Why Do They Call It Kalabari? Cultural Authentication and the Demarcation of Ethnic Identity ». In *Dress and Ethnicity: Change across Space and Time*, édité par Joanne B. Eicher, 139-64. Oxford ; Washington D.C.: Berg.
- Eicher, Joanne B., et Barbara Sumberg. 1995. « World Fashion, Ethnic, and National Dress ». In *Dress and Ethnicity: Change across Space and Time*, édité par Joanne B. Eicher, 295-306. Oxford ; Washington D.C.: Berg.
- Ellingson, Laura L., et Carolyn Ellis. 2008. « Autoethnography as Constructionist Project ». In *Handbook of Constructionist Research*, édité par James A. Holstein et Jaber F. Gubrium, 445-65. New York: Guilford Press.
- Ellis, Carolyn, Tony E. Adam, et Arthur P. Bochner. 2013 [2010]. « Autoethnography: An Overview ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, II:247-64. Sage Benchmarks in Research Methods. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Ellis, Carolyn, et Arthur P. Bochner. 2013 [2000]. « Autoethnography, Personal Narrative, Reflexivity: Researcher as Subject ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, I:125-73. Sage Benchmarks in Research Methods. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Elmiger, Daniel. 2011. « Féminisation de la langue française : une brève histoire des positions politiques et du positionnement linguistique ». In *Langage, Genre et Sexualité*, 71-89. Québec: Nota Bene.
- . 2015. « Masculin, féminin : et le neutre ? Implications philosophiques ».
- EMUFEC. 2014. *Fiestas del Cusco 2014*. Cusco: Municipalidad del Cusco.
- Equipe MIT. 2008. *Tourismes : Tome 1, Lieux communs*. Paris: Belin.
- Erland Gardellii, Karl, et Isabelle Hylén. 2013. « Un pronom neutre : hen en suédois ». *Langues et cité, Féminin, Masculin : la langue et le genre*, 24: 6-7.
- Errington, Frederick, et Deborah Gewertz. 2004. « Tourism and anthropology in a postmodern world ». In *Tourists and tourism: a reader*, par Sharon Gmelch, 195-217. Long Grove: Waveland Press.
- Escandell-Tur, Neus. 1997. *Producción y comercio de tejidos coloniales: Cusco, 1570-1820*. Cusco: CBC.
- Escobar, Javier, Jaime Saavedra, et Máximo Torero. 2000. « The assets of the poor in Peru ». Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE).  
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.4846&rep=rep1&type=pdf>.
- Escobar López, Daniel. 2012. « The Shifting Phases of a Commodity: Textiles and Ethnic Tourism on a Lake Titicaca Island ». *Totem: The University of Western Ontario Journal of Anthropology* 20 (1).  
<https://ir.lib.uwo.ca/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1251&context=totem>.

- Essén, Anna, et Sara Winterstorm Värlander. 2012. « The Mutual Constitution of Sensuous and Discursive Understanding in Scientific Practice: An Autoethnographic Lens on Academic Writing »: *Management Learning*, mars. <https://doi.org/10.1177/1350507611431529>.
- Estienne, Pierre. 1998. *Les régions françaises*. Paris: A. Colin.
- Ettawageshik, Frank. 1999. « My Father's Bussiness ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 20-29. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Eyzaguirre Morales, Milton. 2014. « Ritos de paso entre los Inkas. Las wayras (guaras) o vecaras (bragas) como marcadores de poder ». In *La rebelón de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 149-70. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Fabian, Johannes. 1983. *Time and the Other: How Anthropology Makes Its Object*. New York: Columbia UnivPress.
- Fajardo, Raquel Yrigoyen. 2002. « Peru: Pluralist Constitution, Monist Judiciary — A Post-Reform Assessment ». In *Multiculturalism in Latin America: Indigenous Rights, Diversity and Democracy*, édité par Rachel Sieder, 157-83. London: Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9781403937827\\_7](https://doi.org/10.1057/9781403937827_7).
- Feifer, Maxine. 1985. *Going Places: The Ways of the Tourist from Imperial Rome to the Present Day*. First Edition edition. London: Macmillan.
- Femenías, Blenda. 2005. *Gender and the Boundaries of Dress in Contemporary Peru*. Austin: University of Texas Press.
- . 2010. « In Cloth We Trust ». *Reviews in Anthropology* 39 (4): 258-87. <https://doi.org/10.1080/00938157.2010.524867>.
- Ferguson, Ann. 2008. « Empowerment, Development and Women's Liberation ». In *The Political Interests of Gender Revisited: Redoing Theory and Research With a Feminist Face*, édité par Anna G. Jónasdóttir et Kathleen B. Jones, 85-103. New York: United Nations University.
- Fernández, Gimena. 2015. « Una nueva relación entre escritura, historia y memoria en los Andes revelada por un cronista andino ». *Revista Andina*, n° 53: 113-36.
- Figueroa, Adolfo, Teófilo Altamirano, et Denis Sulmont. 1996. *Exclusión social y desigualdad en el Perú*. Lima: OIT (Oficina Regional para América Latina y el Caribe).
- Flores Ochoa, Jorge A. 1977. « Pastores de alpacas de los Andes ». In *Pastores de puna = Uywamichiq punarunakuna*, 15-52. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- . 1988. « Mitos y canciones ceremoniales en comunidades de puna ». In *Llamichos y paqocheros, pastores de llamas y alpacas*, édité par Jorge A. Flores Ochoa, 237-51. Cusco: Centro de Estudios Andinos Cuzco (CEAC).
- . 1996. « Buscando los espíritus de los Andes : Turismo Místico en el Qosqo ». In *La tradición andina en tiempos modernos*, édité par Tomoeda Hiroyasu et Luis Millones, 9-29. 5. Osaka: National Museum of Ethnology.
- . 2005. « “En el principio fue el Inka.” El ciclo del Inti Raymi cuzqueño ». In *Nueva antología del Cusco*, édité par Municipalidad del Cusco, 278-99. Cusco: Municipalidad del Cusco.
- . 2013. « Santurantikuy ». In *Cusco: herencia y creación*, par Roberto Samanez Argumedo, Claudia Balarín, et Jorge A. Flores Ochoa, 199-209. Lima: ICPNA; Universidad Ricardo Palma.
- Flores Ochoa, Jorge A. Flores, et Juan Victor Núñez del Prado, éd. 2005. *Q'ero, el último ayllu inka: homenaje a Óscar Núñez del Prado y a la expedición científica de la UNSAAC a la nación Q'ero en 1955*. Lima: Instituto Nacional de Cultura ; Universidad Mayor de San Marcos.
- Flores Ruiz, David, et María O. Barroso González. 2011. « La mujer en el turismo rural : un análisis comparativo de género en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (comarca Noroccidental andaluza) ». *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, n° 10: 39-69.
- Foale, Simon, Michelle Dyer, et Jeff Kinch. 2016. « The Value of Tropical Biodiversity in Rural Melanesia ». *Valuation Studies* 4 (1): 11-39. <https://doi.org/10.3384/VS.2001-5992.164111>.
- F-ODM. 2012. « Guía metodológica y estándar mínimo para formular planes de negocios inclusivos con Industrias Creativas Inclusivas ».
- . 2013. « Informe Final Narrativo: Perú ». <http://www.mdgfund.org/sites/default/files/Peru%20-%20Private%20-%20Final%20Narrative%20Report.pdf>.

- Forero Avendano, Ursula. 2007. « Droit à l'alimentation et sécurité alimentaire au Pérou ». Tesis de Master, Fribourg: Université de Fribourg.
- Forte, Maximilian Christian. 2010a. « Indigeneity in Tourism: Transnational Spaces, Pan-Indian Identity, and Cosmopolitanism ». In *Indigenous Cosmopolitans: Transnational and Transcultural Indigeneity in the Twenty-First Century*, édité par Maximilian Christian Forte, 163-88. New York ; Bern [etc.]: PLang.
- . , éd. 2010b. *Indigenous Cosmopolitans: Transnational and Transcultural Indigeneity in the Twenty-First Century*. New York ; Bern [etc.]: PLang.
- . 2010c. « Introduction: Indigeneities and Cosmopolitanisms ». In *Indigenous Cosmopolitans: Transnational and Transcultural Indigeneity in the Twenty-First Century*, édité par Maximilian Christian Forte, 1-16. New York ; Bern [etc.]: PLang.
- Foucault, Michel. 1976. *La volonté de savoir*. Paris: Gallimard.
- Fourcade, Marie-Blanche. 2005. « De l'Arménie au Québec : Itinéraires de souvenirs touristiques ». *Ethnologies* 27 (1): 245-76. <https://doi.org/10.7202/014029ar>.
- Fourcade, Marion. 2011. « Price and Prejudice. On Economics and the Enchantment (and Disenchantment) of Nature ». In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 41-62. Oxford: Oxford University Press. <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-9780199594641-chapter-2>.
- Frame, Mary. 1997. *Textiles Chuquibamba: 1000-1475*. Lima: Museo de Arte de Lima.
- Franco, Susana. 2007. « Poverty in Perú : a comparison of different approaches ». In *Defining poverty in the developing world*, édité par Frances Stewart, Ruhi saith, Barbara Harriss-White, 160-97. New York: Palgrave Macmillan.
- Franklin, Adrian. 2012. « The choreography of a mobile world.Tourism orderings ». In *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*, édité par Gunnar Thór Jóhannesson, Carina Ren, et René Van der Duim, 43-58. Abingdon, Oxon ; New York N.Y: Routledge.
- Franquemont, Edward M. 1996. « Dual-Lease Weaving : An Andean Loom Technology ». In *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*, édité par Margot Blum Schevill, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, 145-77. Austin: University of Texas Press.
- . 2004. « Jazz: An Andean Sense of Symmetry ». In *Embedded Symmetries, Natural and Cultural*, édité par Dorothy Koster Washburn, 81-94. UNM Press.
- Franquemont, Edward M., Christine Franquemont, et Billie Jean Isbell. 1992. « Awaq ñawin : el ojo del tejedor. La práctica de la cultura en el tejido ». *Revista Andina* 10 (1): 47-80.
- Fredriksen, Aurora. 2017. « Valuing Species: The Continuities between Non-Market and Market Valuations in Biodiversity Conservation ». *Valuation Studies* 5 (1): 39-59. <https://doi.org/10.3384/VS.2001-5992.175139>.
- Fuller, Norma. 2004. « Contrastes regionales en las identidades de género en el Perú Urbano. El caso de las mujeres de la baja Amazonía ». *Anthropologica* 22 (22): 119-36.
- . 2008. *Turismo y cultura. Entre entusiasmo y recelo*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://blog.pucp.edu.pe/blog/wp-content/uploads/sites/119/2010/11/01-Turismo-y-cultura-CS2.pdf>.
- . 2011. « Reflexiones sobre el turismo rural como vía de desarrollo: El caso de la comunidad de Antioquía, Perú ». *Estudios y perspectivas en turismo* 20 (4): 929-42.
- . 2015. « El debate sobre la autenticidad en la antropología del turismo ». *Revista de antropología experimental*, n° 15: 101-8.
- Fusco, Alessio. 2007. *La pauvreté : Un concept multidimensionnel*. Paris: L'Harmattan.
- Gajardo, Anahy, Giovanna Carrarini, José Marin, et Pierre Dasen. 2008. « Enjeux et défis de l'éducation interculturelle bilingue (EIB) en Amérique latine ». In *De la comparaison en éducation: hommage à Soledad Perez*, édité par Siegfried Hanhart, Adriana Gorga, Marie-Anne Broyon, et Tania Ogay Barka, 281-314. Paris: L'Harmattan.
- Galinier, Jacques. 2009. « La ancestralización del new age. De la ciudad de México hasta el Cuzco ». In *El regreso de lo indígena retos, problemas y perspectivas*, édité par Valérie Robin Azevedo et Carmen Salazar-Soler, 219-36. Actes & Mémoires de l'Institut Français d'Études Andines. Lima: IFEA.

- Galinier, Jacques, et Antoinette Molinié. 2006. *Les néo-Indiens: une religion du IIIe millénaire*. Paris: OJacob.
- Galipaud, Jean-Christophe, et Charles-Edouard de De Suremain, éd. 2015. *Fabric-acteurs de patrimoine: implication, participation et postures du chercheur dans la patrimonialisation*. Igé: Ed. de l'Etrave.
- García, Alain. 2015. « Utiliser les théories de Bourdieu sur l'École ». *Éducation et socialisation. Les Cahiers du CERFEE*, n° 37 (mars). <https://doi.org/10.4000/edso.1191>.
- García Canclini, Néstor. 1990. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, D.F.: Editorial Grijalbo.
- García, Maria Elena. 2005. *Making Indigenous Citizens: Identities, Education, and Multicultural Development in Peru*. 1 edition. Stanford, Calif: Stanford University Press.
- García, Pablo. 2015. « In the name of the tourist: Landscape, heritage, and social change in Chinchero, Peru ». St. Andrews: University of St. Andrews.
- . 2018. « Indigeneity in the Air: The Case of Chinchero Airport in Cusco, Peru ». *Bulletin of Latin American Research*. <https://doi.org/10.1111/blar.12743>.
- García-Parpet, Marie-France. 2011. « Symbolic Value and the Establishment of Prices. Globalization of the Wine Market ». In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 131-54. Oxford: Oxford University Press. <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-9780199594641-chapter-6>.
- Gascón, Jordi. 2005. *Gringos como en sueños: diferenciación y conflicto campesinos en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- . 2011. « Turismo rural comunitario y diferenciación campesina: Consideraciones a partir de un caso andino ». *Mundo Agrario* 11 (22). <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/v11n22a01>.
- . 2013. « The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept ». *Journal of Sustainable Tourism* 21 (5): 716-31. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.721786>.
- Gascón, Jordi, et Ernest Cañada. 2005. *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.
- Gascón, Jordi, et Claudio Milano, Coord. 2017a. « El turismo en el mundo rural: ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas? » *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, n° 18.
- . 2017b. « Introducción. Turismo y sociedad rural, o el extraño caso del doctor Jekyll y ». *El turismo en el mundo rural: ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas? PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, n° 18: 5-22.
- Gayton, Ann. 1961. « The cultural significance of peruvian textiles: production, function, aesthetics ». In , 25:111-28. Kroeber Anthropological Society. <http://digitalassets.lib.berkeley.edu/anthpubs/ucb/text/kas025-008.pdf>.
- Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Gell, Alfred. 1998. *Art and Agency. An Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon Press.
- . 2010. *L'art et ses agents: une théorie anthropologique*. Fabula. Dijon: Les presses du réel.
- George, Antoine. 2005. « Ecoturismo y etnodesarrollo en los pueblos autóctonos ». *Allpanchis*, n° 65: 167-98.
- . 2007. « Hôtes et visiteurs au Pérou. Représentations croisées ». In *L'identité au cœur du voyage*, 101-17. Paris: L'Harmattan.
- Gerritsen, Anne. 2015. *Writing Material Culture History*. Writing History. London: Bloomsbury Academic, an imprint of Bloomsbury Publishing Plc.
- Ghasarian, Christian, éd. 2002a. *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive: nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*. Paris: Armand Colin.
- . 2002b. « Sur les chemins de l'ethnographie réflexive ». In *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive: nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*, édité par Christian Ghasarian, 5-33. U. A. Colin. Anthropologie. Paris: Armand Colin.
- Gill, Lesley. 1993. « "Proper Women" and City Pleasures: Gender, Class, and Contested Meanings in La Paz ». *American Ethnologist* 20 (1): 72-88.

- Gill-Robinson, Heather. 2007. « Culture, Heritage and Commodification ». In *Cultural Heritages as Reflexive Traditions*, édité par Ullrich Kockel et Máiréad Nic Craith, 183-94. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Gillot, Laurence, Irène Maffi, et Anne-Christine Trémon. 2013. « “Heritage-Scape” or “Heritage-Scapes”? » *Ethnologies* 35 (2): 3–29. <https://doi.org/10.7202/1026546ar>.
- Gisbert, Teresa. 2014. « Explorando los orígenes del pastoreo en el Altiplano Andino de Bolivia ». In *La rebelón de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 95-111. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Gisbert, Teresa, Silvia Arze, et Martha Cajías. 2010 [1987]. *Arte textil y mundo andino*. La Paz, Bolivia: Plural Editores.
- Gmelch, Sharon. 2004. « Why Tourism Matters ». In *Tourists and Tourism: A Reader*, par Sharon Gmelch, 3-21. Long Grove: Waveland Press.
- Godelier, Maurice. 1996. *L'énigme du don*. Paris: Fayard.
- Golte, Jürgen, et Doris León Gabriel. 2014. *Alasitas: discursos, prácticas y símbolos de un « liberalismo aymara altiplánico » entre la población de origen migrante en Lima*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Gonzales Salazar, Luis Gustavo. 2017. « Tejiendo el Turismo: Análisis del Mercado Textil para el Turismo en el Centro Poblado de Chinchero ». Mémoire de Master. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gordon, Beverly. 1986. « The Souvenir: Messenger of the Extraordinary ». *The Journal of Popular Culture* 20 (3): 135-46. [https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1986.2003\\_135.x](https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1986.2003_135.x).
- Gosden, Chris. 2005. « What Do Objects Want? » *Journal of Archaeological Method and Theory* 12 (3): 193-211.
- Gose, Peter. 1994. *Deathly Waters and Hungry Mountains: Agrarian Ritual and Class Formation in an Andean Town*. Anthropological Horizons 4. Toronto ; Buffalo [etc.]: University of Toronto Press.
- Gottlieb, Alma. 1982. « Americans' vacations ». *Annals of Tourism Research* 9 (2): 165-87. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90045-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90045-7).
- Gourevitch, Peter. 2011. « The Value of Ethics. Monitoring Normative Compliance in Ethical Consumption Markets ». In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 86-104. Oxford: Oxford University Press. <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-9780199594641-chapter-4>.
- Gow, David. 1974. « Taytacha Qoyllur Rit'i ». *Allpanchis Phuturinga* 7: 49-100.
- Graburn, Nelson H. H., éd. 1976. *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*. Berkeley: University of California Press.
- . 1983. « The Anthropology of Tourism ». *Annals of Tourism Research* 10 (1): 9-33. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90113-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90113-5).
- . 1989. « Tourism: The Sacred Journey ». In *Hosts and Guests*, édité par Valene L. Smith, 21-36. The Anthropology of Tourism. University of Pennsylvania Press.
- . 1999. « Ethnic and Tourist Arts Revisited ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 335-53. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Graeber, David. 2001. *Toward an Anthropological Theory of Value: The False Coin of Our Own Dreams*. New York [etc.]: Palgrave.
- . 2013. « It Is Value That Brings Universes into Being ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 219-43. <https://doi.org/10.14318/hau3.2.012>.
- Greco, Luca. 2013. « Langage et pratique “transgenres” ». *Langues et cité*, 24: 5.
- . 2015. « Présentation : la fabrique des genres et des sexualités ». *Langage et société* 152 (2): 7-16. <https://doi.org/10.3917/ls.152.0007>.
- Greenwood, Davydd J. 1989 [1978]. « Culture by the Pound : An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization ». In *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, édité par Valene L. Smith, 171-85. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Gregory, Christopher A. 1998. *Savage Money: The Anthropology and Politics of Commodity Exchange*. Amsterdam: Harwood Academic Publisher.

- Greisch, Jean. 2003. « Trace et oubli : entre la menace de l'effacement et l'insistance de l'ineffaçable ». *Diogenes* 201 (1): 82-106. <https://doi.org/10.3917/dio.201.0082>.
- Grijp, Paul van der. 2009. *Art and Exoticism: An Anthropology of the Yearning for Authenticity*. Berlin: LIT.
- Guay, Pierre-Yves, et Sylvain Lefebvre. 1998. « Les impact sociaux du tourisme international : univocité ou invariabilité? » In *Tourismes, touristes, sociétés*, 159-86. Paris: L'Harmattan.
- Gudynas, Eduardo, et Alejandra Alayza. 2012. « Postextractivismo: transiciones hacia las alternativas al desarrollo ». In *Anales Seminario Internacional Desarrollo Territorial y Extractivismo : luchas y alternativas en la región andina*, édité par Nicoletta Velardi et Marco Zeisser Polatsik, 207-12. Cuzco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Guevara, Daniel. 2014. « Espacios de comercio de artesanía en el Centro Histórico del Cuzco: dinámicas de circulación y estructura social ». Mémoire de Master, Cusco: Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC).
- . 2017. « ¿El Turismo en el Cuzco como canto y bandera triunfal? » *Pulso Regional*, septembre 2017.
- Guigon, Cédric. 2009. « Tourisme, décentralisation et mouvements sociaux à Cuzco (Pérou): l'enjeu des retombées financières du tourisme ». Mémoire de Master, Geneva: Institut de Hautes Etudes Internationales et du Développement.
- Guzmán Porrez, Amparo Verónica. 2014. « Textilería y cognición: la práctica textil andina como un instrumento de desarrollo cognitivo ». In *La rebelión de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 215-23. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Hägerstrand, Torsten. 1976. « Geography and the study of interaction between nature and society ». *Geoforum* 7 (5–6): 329-34. [https://doi.org/10.1016/0016-7185\(76\)90063-4](https://doi.org/10.1016/0016-7185(76)90063-4).
- Halbwachs, Maurice. 1997 [1950]. *La mémoire collective*. Paris: A. Michel.
- Haldrup, Michael, et Jonas Larsen. 2010. *Tourism, performance and the everyday: consuming the Orient*. London ; New York: Routledge.
- Halfon, Saul E. 2007. *The Cairo Consensus : Demographic Surveys, Women's Empowerment, and Regime Change in Population Policy*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Hall, Stuart. 1992. « New Ethnicities ». In *Race, Culture and Difference*, édité par James Donald et Ali Rattansi, 252-59. New York: SAGE.
- Halter, Marilyn. 2007. *Shopping for Identity: The Marketing of Ethnicity*. New York: Schocken Books.
- Hamy, Ernest-Théodore. 1988. *Les origines du Musée d'ethnographie*. Paris: Jean-Michel Place.
- Hansen, Karen Tranberg. 2004. « The World in Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion, and Culture ». *Annual Review of Anthropology* 33: 369-92.
- Hatoum, Rainer. 2013. « La collection Boas au musée d'ethnologie de Berlin ». In *Franz Boas: le travail du regard*, édité par Michel Espagne et Isabelle Kalinowski, 135-44. Paris: A. Colin.
- Haug, Bente. 2012. « Enacting risk at Bessengen ». In *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*, édité par Gunnar Thór Jóhannesson, Carina Ren, et René Van der Duim, 80-93. Abingdon, Oxon ; New York N.Y: Routledge.
- Hayano, David M. 2013 [1979]. « Auto-Ethnography: Paradigms, Problems and Prospects ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, 1:29-39. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Haye, Lisa. 2014. « Cheminer dans les réseaux. Sur les traces des engins motorisés tout terrain ». In *L'effet Latour: ses modes d'existence dans les travaux doctoraux*, édité par Claire Tollis, Laurence Créton-Cazanave, et Benoît Aublet, 269-302. Paris: Glyphe.
- Haynes, Nell. 2013. « Global Cholas: Reworking Tradition and Modernity in Bolivian Lucha Libre ». *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology* 18 (3): 432-46. <https://doi.org/10.1111/jlca.12040>.
- . 2015. « UnBolivable Bouts: Gender and Essentialisation of Bolivia's Cholitas Luchadoras ». In *Global Perspectives on Women in Combat*, édité par Christopher R. Matthews et Alex Channon, 267-83. Londres: Palgrave Macmillan.
- Heckman, Andrea. 1998. « Textile Traditions of Ausangate. Peru and Indigenous Strategies for Dealing With Tourism and the Cuzco Market ». *Textile Society of America Symposium Proceedings*: 184-93.

- . 2006. « Contemporary Andean Textiles as Cultural Communication ». In *Andean Textile Traditions: Papers from the 2001 Mayer Center Symposium at the Denver Art Museum*, édité par Margaret Young-Sánchez et Fronia W. Simpson, 171-92. Denver, Colorado: Denver Art Museum.
- Heelas, Paul. 1996. « Introduction : Detraditionalization and Its Rivals ». In *Detraditionalization: Critical Reflections on Authority and Identity*, édité par Paul Heelas, Scott Lash, et Paul M. Morris, 1-20. Cambridge Mass. ; Oxford UK: Blackwell Publishers.
- Heelas, Paul, Scott Lash, et Paul M. Morris, éd. 1996. *Detraditionalization: Critical Reflections on Authority and Identity*. Cambridge Mass. ; Oxford UK: Blackwell Publishers.
- Heider, Karl G. 2013 [1975]. « What Do People Do?: Dani Auto-Ethnography ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. I:13-28. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Helgesson, Claes-Fredrik, et Fabian Muniesa. 2013. « For What It's Worth: An Introduction to Valuation Studies ». *Valuation Studies* 1 (1): 1-10. <https://doi.org/10.3384/vs.2001-5992.13111>.
- Hendrickson, Hildi. 1996. *Clothing and Difference: Embodied Identities in Colonial and Post-Colonial Africa*. Duke University Press.
- Henrici, Jane. 2002. « "Calling to the Money": Gender and Tourism in Peru ». In *Gender/Tourism/Fun(?)*, édité par Margaret Byrne Swain et Janet Henshall Momsen, 118-133. New York: Cognizant Communication Corporation.
- . 2007. « Free Trade, Alternative Trade and Women in Peru: A First Look ». *Journal of Developing Societies* 23 (1-2): 145-57. <https://doi.org/10.1177/0169796X0602300209>.
- Henry, Rosita, Ton Otto, et Michael Wood. 2013. « Ethnographic Artifacts and Value Transformations ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 33-51. <https://doi.org/10.14318/hau3.2.004>.
- Herrera, Gioconda. 2006. *La persistencia de la desigualdad: género, trabajo y pobreza en América Latina*. Quito: CONAMU; FLACSO. <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49270.pdf>.
- Herrera, Javier. 2002. *La pobreza en el Perú 2001 : una vision departamental*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) et Institut de Recherche pour le Développement (IRD). [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0500/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0500/Libro.pdf)
- Hill, Michael D. 2005. « New age in the Andes: mystical tourism and cultural politics in Cusco, Peru ». Tesis de Doctorado, Ann Arbor, Mich: UMI Dissertation Services.
- . 2008. « Inca of the Blood, Inca of the Soul: Embodiment, Emotion, and Racialization in the Peruvian Mystical Tourist Industry ». *Journal of the American Academy of Religion. American Academy of Religion* 76 (2): 251-79.
- Hobsbawm, Eric John, et Terence Osborn Ranger. 1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge ; London [etc.]: Cambridge University Press.
- Hoerner, Jean-Michel. 2008. *Géopolitique du tourisme*. Paris: A. Colin.
- Holt, Nicholas L. 2003. « Representation, Legitimation, and Autoethnography: An Autoethnographic Writing Story ». *International Journal of Qualitative Methods* 2 (1): 18-28. <https://doi.org/10.1177/160940690300200102>.
- Hoskins, Janet. 2007. « La biographie visuelle des objets : photographie et tombes en Indonésie orientale ». In *Objets & mémoires*, édité par Octave Debary et Laurier Turgeon, 139-51. Paris; Sainte-Foy: Editions de la maison des sciences de l'homme ; Presses de l'Université Laval.
- Howes, David. 2003. *Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Huayhuaca Villasante, Luis A. 2014. « Corpus Christi o Cuerpo de Cristo ». In *Fiestas del Cusco 2014*, édité par EMUFEC, 59-59. Cusco: Municipalidad del Cusco.
- Huijbens, Edward H., et Martin Gren. 2012. « Tourism, ANT and the Earth ». In *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*, édité par Gunnar Thór Jóhannesson, Carina Ren, et René van der Duim, 146-63. Abingdon, Oxon ; New York N.Y: Routledge.
- Hurley, William. 1978. *Highland Peasants and Rural Development in Southern Peru: The Colca Valley and the Majes Project*. Londres: British Library
- Hutter, Michael. 2011. « Infinite Surprises. On the Stabilization of Value in the Creative Industries ». In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 201-20. Oxford: Oxford University Press.

- <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-9780199594641-chapter-14>.
- Inca Garcilaso de la Vega. 1609 [version digitale]. *Comentarios reales que tratan del origen de los Incas. Primera parte*. Lisbonne: Princeps.  
<http://shemer.mslib.huji.ac.il/lib/W/ebooks/001531300.pdf>.
- INEI. 2011. « Perú: perfil de la pobreza por departamentos, 2005-2009 ». Lima: INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.  
[http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0981/Libro.pdf](http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0981/Libro.pdf).
- . 2015. « Perú Síntesis estadística 2015 ». Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1292/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1292/libro.pdf).
- . 2016a. « Cuenta satélite del trabajo doméstico no remunerado ». Lima: INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.  
<http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/CUENTA%20SATELITE%20DEL%20TRABAJO%20NO%20REMUNERADO.pdf>.
- . 2016b. « Perú Síntesis estadística 2016 ». Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).  
[http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1391/libro.pdf](http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1391/libro.pdf).
- . 2017a. « Perú : brechas de género 2017. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres. » Lima: INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf).
- . 2017b. « Perú: Producto Bruto Interno por Departamentos 2007-2016 ». Lima: INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1439/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1439/libro.pdf).
- Ingold, Tim. 2000. *The Perception of the Environment: Essays on Livelihood, Dwelling and Skill*. London: Routledge.
- . 2011. *Being Alive: Essays on Movement, Knowledge and Description*. Londres; New York: Routledge.
- . 2012. « Toward an Ecology of Materials ». *Annual Review of Anthropology* 41 (1): 427-42.  
<https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-081309-145920>.
- Iteanu, André. 2013. « The Two Conceptions of Value ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (1): 155-71. <https://doi.org/10.14318/hau3.1.010>.
- Itier, César. 1997. *Parlons quechua la langue du cuzco*. Paris: Editions L'Harmattan.
- . 2009. « Una percepción folclorizada y arcaizante del quechua : el diccionario quechua-español-quechua de la Academia Mayor de la Lengua Quechua ». In *El regreso de lo indígena retos, problemas y perspectivas*, édité par Valérie Robin Azevedo et Carmen Salazar-Soler, 265-85. Lima: IFEA.
- Ivory, Carol. 1999. « Art, Tourism and Cultural Revival in the Marquesas Islands ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 317-33. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Jackson, Michæl. 2012. *Between One and One Another*. Berkeley: University of California Press.
- Jenkins, Elizabeth B. 2009a. *Journey to Q'eros: Golden Cradle of the Inka*. Naalehu, Hawaii: Pu`umaka`a Press.
- . 2009b. *The RETURN of the INKA: A Journey of Initiation & Inka Prophecies for 2012*. Naalehu, Hawaii: Pu`umaka`a Press.
- Jiménez Corsín, Alberto, et Adolfo Estalella. 2013. « The Atmospheric Person: Value, Experiment, and "Making Neighbors" in Madrid's Popular Assemblies ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 119-39. <https://doi.org/10.14318/hau3.2.008>.
- Jóhannesson, Gunnar Thór, Carina Ren, et René Van der Duim, éd. 2012a. *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*. Abingdon, Oxon ; New York N.Y: Routledge.
- . 2012b. « Gatherings ». In *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*, édité par Gunnar Thór Jóhannesson, Carina Ren, et René van der Duim, 164-73. Abingdon, Oxon ; New York N.Y: Routledge.

- Jurado, Amalia Cristina Casas, Amparo Soler Domingo, et Vicente Jaime Pastor. 2012. « El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú) ». *Cuadernos de turismo*, n° 30: 91-108.
- Kabeer, Naila. 1994. *Reversed Realities: Gender Hierarchies in Development Thought*. New York ; Londres: Verso.
- Kasfir, Sidney. 1999. « Samburu Souvenirs. Representations of the Land in Amber ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Christopher B. Steiner, 67-83. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Kellogg, Susan. 2005. *Weaving the Past: A History of Latin America's Indigenous Women from the Prehispanic Period to the Present*. Oxford ; New York: Oxford University Press.
- Kilani, Mondher. 1990. « Les anthropologues et leur savoir : du terrain au texte ». In *Le discours anthropologique. Description, narration, savoir*, par Jean-Michel Adam, Marie-Jeanne Borel, Claude Calame, et Kilani Mondher, 71-109. Lausanne: Payot.
- . 1994. *L'invention de l'autre: essais sur le discours anthropologique*. Sciences humaines. Payot. Lausanne: Ed. Payot.
- . 1996 [1989]. *Introduction à l'anthropologie*. Sciences humaines. Payot. Lausanne: Ed. Payot.
- Kim, Soyung, et Mary A. Littrell. 2001. « Souvenir buying intentions for self versus others ». *Annals of Tourism Research* 28 (3): 638-57. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00064-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00064-5).
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 1991. « Objects of Ethnology ». In *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, édité par Ivan Karp et Steven D. Lavine, 386-443. Washington ; London: Smithsonian Institution Press.
- Kluckhohn, Clyde. 1951. « Values and Value-orientation in the Theory of Action. An exploration in definition and classification ». In *Toward a General Theory of Action*, édité par Talcott Parsons et Edward A. Shils, 388-433. Cambridge: Mass.
- Kobayashi, Yoshiki. 2000. « Origen de los pastores altoandinos : un caso de Pasto Grande, una comunidad puramente pecuaria, Puno-Moquegua, Perú ». In *Pastoreo altoandino: realidad, sacralidad y posibilidades*, édité par Jorge A. Flores Ochoa et Yoshiki Kobayashi, 15-55. La Paz: Plural Museo Nacional de Etnografía y Folklore.
- Kockel, Ullrich. 2007. « Reflexive traditions and heritage production ». In *Cultural Heritages as Reflexive Traditions*, édité par Ullrich Kockel et Máiréad Nic Craith, 19-33. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Kohl, Philip L. 2004. « Making the Past Profitable in the Age of Globalization and National Ownership : Contradictions and Considerations ». In *Marketing Heritage: Archaeology and the Consumption of the Past*, édité par Yorke M. Rowan et Uzi Baram, 295-301. California: Rowman Altamira.
- Kopytoff, Igor. 2010 [1986]. « The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process ». In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, édité par Arjun Appadurai, 64-91. Cambridge [etc.]: Cambridge University Press.
- Kotsi, Filareti. 2007. « Les souvenirs religieux du mont Athos. La frontière entre symboles sacrés et objets économiques ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 170: 48-57. <https://doi.org/10.3917/arss.170.0048>.
- Küchler, Susanne, et Daniel Miller, éd. 2005. *Clothing as Material Culture*. Oxford [etc.]: Berg. Kunsthau Zürich. 1981. *Fotografie Lateinamerika: von 1860 bis heute*. Zürich: Kunsthau Zürich.
- Kwint, Marius. 1999. « Introduction : The Physical Past ». In *Material Memories: [Design and Evocation]*, édité par Marius Kwint, Christopher Breward, et Jeremy Aynsley, 1-16. Oxford: Berg.
- Labrosse, Céline. 1996. *Pour une grammaire non sexiste*. Montréal: Eddu remue-ménage.
- Labrousse, Alain. 1985. *Le Réveil indien en Amérique andine*. Lausanne: P.-M. Favre.
- Laclau, Ernesto, et Chantal Mouffe. 1985. *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. Londres: Verso.
- Lafargue, Bernard, éd. 2004. *Artiste - artisan*. Figures de l'art : revue d'études esthétiques 7. Pau: PUP.
- Lambek, Michael. 2013. « The Value of (Performative) Acts ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 141-60. <https://doi.org/10.14318/hau3.2.009>.

- Lamont, Michèle. 2012. « Toward a Comparative Sociology of Valuation and Evaluation ». *Annual Review of Sociology* 38 (1): 201-21. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-070308-120022>.
- Lancaster, Roger N. 2011. « Autoethnography. When I Was a Girl (Notes on Contrivance) ». In *A Companion to the Anthropology of the Body and Embodiment*, édité par Frances E. Mascia-Lees, 46-71. Oxford, UK: Wiley- Blackwell.
- Laplantine, François. 2002. « L'anthropologie genre métis ». In *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive: nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*, 143-52. U. A. Colin. Anthropologie. Paris: Armand Colin.
- Laredo, Philippe, et Michel Callon. 1990. *L'impact des programmes communautaires sur le tissu scientifique et technique français*. Paris: Documentation française.
- Latour, Bruno. 1984. *Les microbes: guerre et paix, suivi de Irréductions*. Paris: A.M. Métailié.
- . 1991. *Nous n'avons jamais été modernes: essai d'anthropologie symétrique*. Paris: La Découverte.
- . 2006. *Changer de société: refaire de la sociologie*. Traduit par Nicolas Guilhot. Paris: La Découverte.
- . 2007. « Une sociologie sans objet? Remarques sur l'interobjectivité ». In *Objets & mémoires*, par Octave Debary et Laurier Turgeon, 37-57. Paris; Sainte-Foy: Editions de la maison des sciences de l'homme ; Presses de l'Université Laval.
- . 2012. *Enquête sur les modes d'existence: une anthropologie des Modernes*. Paris: La Découverte.
- . 2014. « Postface. L'influence est un risque ». In *L'effet Latour: ses modes d'existence dans les travaux doctoraux*, édité par Claire Tollis, Laurence Créton-Cazanave, et Benoît Aublet, 305-12. Paris: Glyphé.
- Latour, Bruno, et Steve Woolgar. 1979. *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*. Beverly Hills Calif. ; London: Sage Publications.
- Laurencich Minelli, Laura. 2014. « Textiles atacameños en la colección de Monseñor Campagner ». In *La rebelón de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 171-78. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Lavallée, Danièle, et Luis Guillermo Lumbreras. 1985. *Les Andes de la préhistoire aux Incas*. Paris: Gallimard.
- Law, John. 2007. « Actor Network Theory and Material Semiotics ». *The New Blackwell Companion to Social Theory*, 1-21.
- Le Borgne, Yann. 2005. « Evolución del indigenismo en la sociedad peruana. El tratamiento al grupo étnico q'ero ». In *Etnografías de Cuzco*, édité par Antoinette Molinié, 114-28. Cusco: CBC; IFEA; Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative.
- Le Goff, Jacques, éd. 1998. *Actes des entretiens du Patrimoine : Patrimoine et passions identitaires*. Paris: Fayard.
- Lecoq, Patrice, et Sergio Fidel. 2000. « Algunos aspectos de la vida y los ritos ganaderos en Ventanilla, una comunidad pastoral del Sud de Potosí, Bolivia ». In *Pastoreo altoandino: realidad, sacralidad y posibilidades*, édité par Jorge A. Flores Ochoa et Yoshiki Kobayashi, 149-87. La Paz: Plural Museo Nacional de Etnografía y Folklore.
- Lee, Molly. 1999. « Tourism and Taste Cultures. Collecting Native Art in Alaska at the Turn of the Twentieth Century ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 267-81. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Lefebvre, Jean-Pierre. 1993a. « Avant-propos ». In *Le capital. Critique de l'économie politique. Livre premier. Le procès de la production du capital*, III-VI. Paris: PUF.
- . 1993b. « Introduction ». In *Le capital. Critique de l'économie politique. Livre premier. Le procès de la production du capital*, VII-LI. Paris: PUF.
- Leite, Naomi, et Nelson Graburn. 2010. « L'anthropologie pour étudier le tourisme ». *Mondes du Tourisme*, n° 1: 17-28. <https://doi.org/10.4000/tourisme.316>.
- Lenclud, Gérard. 1987. « La tradition n'est plus ce qu'elle était... » *Terrain. Revue d'ethnologie de l'Europe*, n° 9: 110-23. <https://doi.org/10.4000/terrain.3195>.
- . 1995. « Quand voir, c'est reconnaître ». *Enquête [En ligne]*, n° 1. <https://doi.org/10.4000/enquete.266>.

- . 2007. « Être un artefact ». In *Objets & mémoires*, édité par Octave Debary et Laurier Turgeon, 59-90. Paris : Sainte-Foy: Editions de la maison des sciences de l'homme ; Presses de l'Université Laval.
- Lira, Jorge A. 1982. *Diccionario kkechuwa-español*. Secretaría Ejecutiva del Convenio Andrés Bello.
- Little, Walter E. 2004. *Mayas in the marketplace: tourism, globalization, and cultural identity*. Austin: University of Texas Press.
- Littrell, Mary Ann. 1990. « Symbolic significance of textile crafts for tourists ». *Annals of Tourism Research* 17 (2): 228-45. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90085-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90085-6).
- Llamazares, Ana María. 2006. « Metáforas de la dualidad en los Andes: cosmovisión, arte, brillo y chamanismo ». Édité par Victoria Solanilla et Carmen Valverde. *Metáforas de la dualidad en los Andes: cosmovisión, arte, brillo y chamanismo*, 455-82.
- Loaiza, Hector. 1976. *Wañu-Pura: le chemin des sorciers des Andes*. Les portes de l'étrange. Paris: R. Laffont.
- Loaiza, Jorge. 2006. « Chullo soy ». *LaRepublica.pe*, 2 juillet 2006. <http://www.larepublica.pe/archivo/278976-chullo-soy>.
- Losonczy, Anne-Marie. 2002. « De l'énigme réciproque au co-savoir et au silence. Figures de la relation ethnographique ». In *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive: nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*, 91-102. Paris: Armand Colin.
- Lucero, Helen R., et Suzanne Baizerman. 1999. *Chimayó weaving: the transformation of a tradition*. Albuquerque: Univ. of New Mexico Press.
- Luke, Timothy W. 1996. « Identity, Meaning and Globalisation : Detraditionalization in Postmodern Space-Time Compression ». In *Detraditionalization: Critical Reflections on Authority and Identity*, édité par Paul Heelas, Scott Lash, et Paul M. Morris, 109-33. Cambridge Mass. ; Oxford UK: Blackwell Publishers.
- Lyon, Sarah. 2013. « Textiles, tourism, and the weaving of indigenous identity in an andean town ». Mémoire de Bachelor, Williamstown: Williams College.
- MacCannell, Dean. 1973. « Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings ». *American Journal of Sociology* 79 (3): 589-603.
- . 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- . 1986. « Tourisme et identité culturelle ». *Communications* 43 (1): 169-86. <https://doi.org/10.3406/comm.1986.1646>.
- MacClancy, Jeremy. 1997. « Anthropology, Art and Contest ». In *Contesting Art: Art, Politics and Identity in the Modern World*, édité par Jeremy MacClancy, 1-26. Ethnic Identities. Oxford ; New York: Berg.
- Maffi, Irene. 2004. *Pratiques du patrimoine et politiques de la mémoire en Jordanie: entre histoire dynastique et récits communautaires*. Lausanne: Payot.
- . 2005. « Collecting Palestine ». In *Images aux frontières: représentations et constructions sociales et politiques : Palestine, Jordanie 1948-2000*, 271-96. Beyrouth: Institut français du Proche-Orient.
- . 2006. « Introduzione ». *Antropologia* 6 (7): 5-17. <https://doi.org/10.14672/ada2006137%p>.
- . 2009. « La Madafa en Jordanie: un lieu de mémoire ». *Etudes rurales*, n° 184: 203-16.
- Mager, Daan. 2006. « El comportamiento del gasto de mochileros y turistas organizados en Cuzco ». In *La ruta andina: turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia*, édité par Annelou Ypeij et Annelies Zoomers, 219-34. Quito: Abya-Yala.
- Malinowski, Bronislaw. 2002 [1922]. *Les Argonautes du Pacifique occidental*. Paris: Gallimard.
- Marcus, George E. 1995. « Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography ». *Annual Review of Anthropology* 24: 95-117.
- Marcus, George E., et Michael M. J. Fischer. 1986. *Anthropology as Cultural Critique: An Experimental Moment in the Human Sciences*. Chicago; Londres: University of Chicago Press.
- Mariátegui, José Carlos. 2007 [1928]. *Siete ensayos de la interpretación de la realidad peruana*. Caracas: Fundación Biblioteca Ayacucho. [http://resistir.info/livros/mariategui\\_7\\_ensayos.pdf](http://resistir.info/livros/mariategui_7_ensayos.pdf).
- Marx, Karl. 1993 [1988] [1867]. *Le capital. Critique de l'économie politique. Livre premier. Le procès de la production du capital*. Paris: PUF.
- Matos Mar, José. 1990. *Las migraciones campesinas y el proceso de urbanización en el Perú*. Lima: Unesco. <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000881/088100SB.pdf>.

- Maurer, Mechthild. 1992. *Tourisme, prostitution, Sida*. Paris: L'Harmattan.
- Mauss, Marcel. 1950 [1923-1924]. « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques ». In *Sociologie et anthropologie*. Paris: PUF.
- Mayer, Enrique. 2018 [2002]. *The Articulated Peasant: Household Economies In The Andes*. Routledge.
- Mazé, Camille, Wayne Modest, Frédéric Poulard, et Christelle Ventura. 2013. *Les musées d'ethnologie: culture, politique et changement institutionnel*. Paris: CTHS.
- Mears, Ashley. 2011. « Pricing Looks. Circuits of Value in Fashion Modeling Markets ». In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 155-77. Oxford: Oxford University Press.  
<http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-9780199594641-chapter-7>.
- McCabe, Scott. 2005. « 'Who Is a Tourist?': A Critical Review ». *Tourist Studies* 5 (1): 85-106.  
<https://doi.org/10.1177/1468797605062716>.
- Medina Castro, María Isabel, et Roberto Gheller Doig. 2013. *Textiles of Ancient Peru=Tejidos del Perú Antiguo*. Lima: Roberto Gheller Doig.
- Medlin, Mary Ann. 1996. « Ethnic Dress and Clacha Festivals, Bolivia ». In *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*, édité par Margot Blum Schevill, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, 261-79. Austin: University of Texas Press.
- Meentzen, Angela. 2007. *Relaciones de género, poder e identidad femenina en cambio: el orden social de los aymaras rurales peruanos desde la perspectiva femenina*. Cusco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Meisch, Lynn A. 1987. *Otavalo: Weaving, Costume, and the Market*. Quito: Ediciones Libri Mundi.
- . 1995. « Gringas and otavaleños: Changing tourist relations ». *Annals of Tourism Research, Gender in Tourism*, 22 (2): 441-62. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00085-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00085-9).
- . 1996. « We Are Son of Atahualpa and We Will Win : Traditional Dress in Otavalo and Saraguro, Ecuador ». In *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*, édité par Margot Blum Schevill, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, 145-77. Austin: University of Texas Press.
- . 2002. *Andean Entrepreneurs Otavalo Merchants and Musicians in the Global Arena*. Austin: University of Texas Press.
- . 2009. « Tourism, the State and the Marketing of Traditional Andean Artesanías: Problematic Encounters, Pitfalls, and Competing Interests ». In *Cultural Tourism in Latin America: The Politics of Space and Imagery*, par Jan M. Baud et Johanna Louisa Ypeij, 117-40. Leiden; Boston: BRILL.
- Melliti, Imed. 2006. « Une anthropologie " indigène " est-elle possible? Réflexions sur le statut de l'anthropologie en Tunisie ». *Arabica* 53 (2): 163-76.
- Melliti, Imed, et Hénia Abdelhamid. 2016. « Anthropologie indigène ». *Anthropen.org*.  
<https://doi.org/10.17184/eac.anthropen.003>.
- Méndez Gastelumendi, Cecilia. 2000 [1993]. « Incas sí, indios no : apuntes para el estudio del nacionalismo criollo en el Perú ». *Instituto de Estudios Peruanos*.  
<http://repositorio.iep.org.pe/bitstream/IEP/427/1/documentodetrabajo56.pdf>.
- Méndez, Mariza. 2013. « Autoethnography as a research method: Advantages, limitations and criticisms ». *Colombian Applied Linguistics Journal* 15 (2): 279-87.
- Mendoza, Zoila. 2006. *Crear y sentir lo nuestro. Folclor, identidad regional y nacional en el Cuzco, siglo XX*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- . 2009. « Tourism, Folklore and the Emergence of Regional and National Identities ». In *Cultural Tourism in Latin America: The Politics of Space and Imagery*, édité par Jan M. Baud et Johanna Louisa Ypeij, 23-44. Leiden; Boston: BRILL.
- Merleau-Ponty, Maurice. 1945. *Phénoménologie de la perception*. Paris: Gallimard.
- Merton, Robert. 1988. « Some thoughts on the concept of sociological autobiography ». In *Sociological Lives*, édité par Martha W. Riley. Newbury Park: Sage Publications.
- Michel, Franck. 1998. « Vers une touristification de la planète? » In *Tourismes, touristes, sociétés*, édité par Franck Michel, 7-16. Paris: L'Harmattan.
- Miller, Daniel. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford ; New York: B. Blackwell.

- . 1998a. *Shopping, Place and Identity*. London ; New York: Routledge.
- . , éd. 1998b. « Why some things matter ». In *Material Cultures*, 3-21. Chicago: University of Chicago Press. <http://www.press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/M/bo3631823.html>.
- . 2001. « Behind Closed Doors ». In *Home Possessions: Material Culture behind Closed Doors*, édité par Daniel Miller. Oxford [etc.]: Berg.
- . 2005. « Introduction ». In *Clothing as Material Culture*, édité par Susanne Küchler et Daniel Miller, 1-20. Oxford [etc.]: Berg.
- . 2010. « Why Clothing Is Not Superficial ». In *Stuff*, 12-41. Oxford: Polity.
- Milrod, Linda J. 1980. « Introduction ». In *Woven Images: Bolivian Weaving from the 19th and 20th Centuries*. Halifax, Nova Scotia : Dalhousie University.
- MINCETUR. 2008. « PENTUR 2008-2018. Síntesis para la puesta en operación ». Lima: Ministerio de Exportación y Turismo (MINCETUR).
- . 2009. « Cusco Investment Guide for Export ». Lima: Ministerio de Exportación y Turismo (MINCETUR).
- Ministerio de Cultura. 2014. *Textiles tradicionales de Taquile*. Lima: Ministerio de Cultura.
- Mintz, Lawrence. 2004. « In a sense abroad: Theme parks and simulated tourism ». In *Tourists and tourism: a reader*, édité par Sharon Gmelch, 183-92. Long Grove: Waveland Press.
- Mintz, Sidney W. 1986. *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. New York: Penguin Books.
- Mireille, Vautier, et Decool Hélène. 1973. *Calia la petite péruvienne*. Paris: Nathan Fernand.
- Mitchell, Jonathan, et Caroline Ashley. 2009. *Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity*. London ; Sterling, VA: Earthscan Publishers.
- Mitchell, W. J. T. 1996. « What Do Pictures “Really” Want? » *October* 77: 71-82. <https://doi.org/10.2307/778960>.
- Mohanty, Chandra Talpade. 1988. « Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses ». *Feminist Review*, n° 30: 61-88. <https://doi.org/10.2307/1395054>.
- Mol, Annemarie. 2002. *The Body Multiple: Ontology in Medical Practice*. Durham ; London: Duke University Press.
- Molinié, Antoinette, 2005. « La Transfiguration Eucarística de Un Glaciar: Una Construcción Andina Del Corpus Christi ». In *Etnografías de Cuzco*, édité par Antoinette Molinié, 47-59. Cusco: CBC; IFEA; Laboratoire d’ethnologie et de sociologie comparative.
- . 2012. « Ethnogenèse du New Age andin : à la recherche de l’Inca global ». *Journal de la société des américanistes* 98 (98-1): 171-99. <https://doi.org/10.4000/jsa.12192>.
- . 2013. « Le retour des vaincus : la ville impériale des néo-incas ». In *Au miroir de l’anthropologie historique. Mélanges offert à Nathan Watchel*, 347-65. Rennes-Cedex: Presses Universitaires de Rennes. <http://books.openedition.org/pur/43835>.
- Monge, Carlos. 2012. « Extractivismo y postextractivismo en el Perú ». In *Anales Seminario Internacional Desarrollo Territorial y Extractivismo : luchas y alternativas en la región andina*, édité par Nicoletta Velardi et Marco Zeisser Polatsik, 207-12. Cuzco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Montellano Loreda, Violeta. 2014. « El tejido ayoreo como práctica encarnada de la vida con los Edopasade a través del territorio ». In *La rebelón de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 137-45. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Moore, Khaterine M. 2016. « Early Domesticated Camelids in the Andes ». In *The Archaeology of Andean Pastoralism*, édité par José M. Capriles et Nicholas Tripcevich, 17-38. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Moors, Annelies. 2000. « Embodying the nation: Maha Saca’s post-intifada postcards ». *Ethnic and Racial Studies* 23 (5): 871–887. <https://doi.org/10.1080/01419870050110940>.
- Morgan, Nigel, et Annette Pritchard. 2005. « On Souvenirs and Metonymy: Narratives of Memory, Metaphor and Materiality ». *Tourist Studies* 5 (1): 29-53. <https://doi.org/10.1177/1468797605062714>.
- Morlon, Pierre. 1992. *Comprendre l’agriculture paysanne dans les Andes centrales: Pérou-Bolivie*. Paris: Institut National de la Recherche Agronomique.

- Mounet, Coralie. 2014. « Le social et le spatial ». In *L'effet Latour: ses modes d'existence dans les travaux doctoraux*, édité par Claire Tollis, Laurence Créton-Cazanave, et Benoît Aublet, 269-302. Paris: Glyphe.
- Mowforth, Martin, et Ian Munt. 2009 [1998]. *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Mujica, Soledad, et Fedora Martínez. 2013. « Tras la autoctonía ». In *Alta Moda*, par Mario Testino. Lima: MATE.
- Müller, Thomas, et Helga Müller. 1984. « Cosmovisión y celebración del mundo andino a través del ejemplo de la comunidad de Q'ero ». *Allpanchis*, n° 23: 161-76.
- Muniesa, Fabian. 2011. « A Flank Movement in the Understanding of Valuation ». *The Sociological Review* 59 (2\_suppl): 24-38. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2012.02056.x>.
- Munn, Nancy D. 1977. « The Spatiotemporal Transformations of Gawa Canoes ». *Journal de la Société des océanistes* 33 (54): 39-53. <https://doi.org/10.3406/jso.1977.2942>.
- . 1983. « Gawan Kula : Spatiotemporal Control and the Symbolism of Influence ». In *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, édité par Jerry W. Leach et Edmund Leach, 277-308. Cambridge: Cambridge University Press.
- . 1986. *The Fame of Gawa: A Symbolic Study of Value Transformation in a Massim (Papua New Guinea) Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Munt, Ian. 1994. « Eco-Tourism or Ego-Tourism? » *Race & Class* 36 (1): 49-60. <https://doi.org/10.1177/030639689403600104>.
- Murra, John V. 1962. « Cloth and Its Functions in the Inca State ». *American Anthropologist* 64 (4): 710-28.
- . 1978. *La organización económica del Estado inca*. Mexico: Siglo XXI.
- MUSEF, éd. 2014. *La rebelión de los objetos. Enfoque textil*. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Mykhalovskiy, Eric. 2013 [1996]. « Reconsidering Table Talk : Critical Thoughts on the Relationship Between Sociology, Autobiography and Self-Indulgence ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. I:195-214. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Nash, Dennison. 1989 [1978]. « Tourism as a Form of Imperialism ». In *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, édité par Valene L. Smith, 37-52. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Nash, June C. 1993. *Crafts in the World Market: The Impact of Global Exchange on Middle American Artisans*. SUNY Press.
- Nielsen, Morten. 2013. « Analogic Asphalt: Suspended Value Conversions among Young Road Workers in Southern Mozambique ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 79-96. <https://doi.org/10.14318/hau3.2.006>.
- Niessen, Sandra. 1999. « Threads of Tradition, Threads of Invention. Unrevealing Toba Batak Women's Expressions of Social Change ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 162-77. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Nora, Pierre. 1984. *Les lieux de mémoire*. Vol. 1. 7 vol. La République. Paris: Gallimard.
- . 1987. *Les lieux de mémoire*. Vol. 2-4. 7 vol. La Nation. Paris: Gallimard.
- . 1992. *Les lieux de mémoire*. Vol. 5-7. 7 vol. Les France. Paris: Gallimard.
- O'connor, Francis A. 1996. « Transnational Factors and Artisan Diversity ». *Anthropological Quarterly* 69 (1): 27-36.
- O'Connor, Kaori. 2005. « The Other Half: The Material Culture of New Fibres ». In *Clothing as Material Culture*, édité par Susanne Küchler et Daniel Miller, 41-60. Oxford [etc.]: Berg.
- . 2015. « Anthropology, Archaeology, History and the Material Culture of Lycra ». In *Writing Material Culture History*, édité par Anne Gerritsen et Giorgio Riello, 73-82. London: Bloomsbury Academic, an imprint of Bloomsbury Publishing Plc.
- O'neale, Lila, et A.L. Kroeber. 1930. « Textile periods of ancient Peru ». *American archaeology and ethnologie* 28 (2): 23-56.
- O'Reilly, Karen. 2012. « Participating and Observing ». In *Ethnographic Methods*, 86-115. New York: Routledge.

- Oakland Rodman, Amy, et Vicki Cassman. 1995. « Andean Tapestry ». *Art Journal* 54 (2): 33-39. <https://doi.org/10.1080/00043249.1995.10791690>.
- OGD-Cusco. 2013. « Percepciones de las Fiestas del Cusco 2013 ». Cusco: Organización de Gestión de Destino Cusco (OGD-Cusco).
- . 2014. « Percepciones y expectativas del sector turismo – cusco 2014 ». Cusco: Organización de Gestión de Destino Cusco (OGD-Cusco).
- Olivier de Sardan, Jean-Pierre. 1995. « La politique du terrain ». *Enquête [En ligne]*. <http://enquete.revues.org/263>.
- . 1998. « Emique ». *L'Homme*, n° 147: 151-66.
- . 2008. « Les entretiens ». In *La rigueur du qualitatif: les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, 54-65. Louvain-la-Neuve: Academia-Bruylant.
- OMT. 2015. « Faits saillants du Tourisme. OMT, édition 2015 ». Madrid: Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416882>.
- Otto, Ton, et Rane Willerslev. 2013a. « Prologue. Value as Theory: Value, Action, and Critique ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 1-10. <https://doi.org/10.14318/hau3.2.002>.
- . 2013b. « Introduction. Value as Theory: Comparison, Cultural Critique, and Guerilla Ethnographic Theory ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (1): 1-20. <https://doi.org/10.14318/hau3.1.002>.
- Pachas Cuya, Víctor Hugo. 2012. *El sueño del corredor minero cómo aprender a vivir contigo y sin ti*. Cusco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Pacheco Medrano, Karina. 2007. *Incas, indios y fiestas: reivindicaciones y representaciones en la configuración de la identidad cusqueña*. Cusco: Instituto Nacional de Cultura; Dirección Regional de Cultura de Cusco.
- Page, Stephen John, et Ross K. Dowling. 2002. *Ecotourism*. Harlow [etc.]: Pearson Education Limited.
- Palacio Rios, Felix. 2000. « El simbolismo de las alpacas : Ritual y cosmovisión andina ». In *Pastoreo altoandino: realidad, sacralidad y posibilidades*, édité par Jorge A. Flores Ochoa et Yoshiki Kobayashi, 189-99. La Paz: Plural Museo Nacional de Etnografía y Folklore.
- Palmer, Catherine. 2005. « An ethnography of Englishness: experiencing identity through tourism ». *Annals of Tourism Research* 32 (1): 7-27.
- Pancake, Cherri M. 1996. « Communicative Imaginary in Guatemalan Indian Dress ». In *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*, édité par Margot Blum Schevill, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, 45-62. Austin: University of Texas Press.
- Paucar Calcina, Nicolás. 2015. *Así habla un Q'ero*. Mexico: Bani Nameh palabra sagrada.
- Pautáis, Laura C., Eleonor Faur, et Natalia Gherardi. 2006. « El trabajo como derecho: un análisis de género ». In *La persistencia de la desigualdad: género, trabajo y pobreza en América Latina*, édité par Gioconda Herrera, 49-90. Quito: CONAMU; FLACSO. <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/103550-opac>.
- Penn, Irving. 1974. *Worlds in a Small Room*. New York: Grossman Publ.
- Perche, Guillaume. 2012. « Cuando el cuy tuvo que salir de la cocina. Turismo e Intimidade na Ilha de Amantaní, Lago Titicaca, Peru ». In *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*, édité par Raúl H. Asensio et Beatriz Pérez Galán, 201-24. Lima: Instituto de Estudio Peruanos (IEP). <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSEedita8.pdf>.
- Pereira, Charmaine. 2008. « Appropriating 'Gender' and 'Empowerment': The Resignification of Feminist Ideas in Nigeria's Neoliberal Reform Programme1 ». *IDS Bulletin* 39 (6): 42-50. <https://doi.org/10.1111/j.1759-5436.2008.tb00510.x>.
- Pérez Galán, Beatriz. 2003. « Escenificando tradiciones incas : turistas, indígenas y antropólogos en el Cuzco contemporáneo ». In *Globalización, resistencia y negociación en América Latina*, édité par Gunther Dietz et Beatriz Pérez Galán, 143-66. Madrid: Los Libros de la Catarata. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=3491>.
- . 2012. « Retóricas de turismo y desarrollo en los Andes. La red de Turismo Rural Comunitario Pacha Paqareq, Perú ». In *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*, édité par Raúl H. Asensio et

- Beatriz Pérez Galán, 171-200. Lima: Instituto de Estudio Peruanos (IEP).  
<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSEedita8.pdf>.
- Pérez Galán, Beatriz, et Norma Fuller. 2015. « Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú ». *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia: Etnografies contemporànies de l'Amèrica Indígena ICA*, n° 31: 95-120.
- Perlès, Valérie. 2007. « L'artisan face au tourisme : un passeur d'espaces et de temps ». *Espaces et sociétés*, n° 128-9: 201-14. <https://doi.org/10.3917/esp.128.0201>.
- Pétonnet, Colette. 1982. « L'Observation flottante. L'exemple d'un cimetière parisien ». *L'Homme* 22 (4): 37-47. <https://doi.org/10.3406/hom.1982.368323>.
- Phillips, Ruth B., et Christopher B. Steiner. 1999a. « Art, Authenticity and the Baggage of Cultural Encounter ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 3-19. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- . 1999b. *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Pink, Sarah. 2009. *Doing Sensory Ethnography*. Los Angeles: Sage Publ.
- Pirinoli, Christine. 2009. *Jeux et enjeux de mémoire à Gaza*. Regards anthropologiques. Lausanne: Antipodes.
- Pitrou, Perig. 2016. « Co-activity in Mesoamerica and in the Andes ». *Journal of Anthropological Research* 72 (4): 465-82. <https://doi.org/10.1086/689295>.
- Platt, Tristan. 1986. « Mirrors and Maize: The Concept of Yanatin among the Macha of Bolivia ». In *Anthropological history of Andean politics*, édité par John Murra, Nathan Watchel, et Jacques Revel, 228–259. Cambridge; New York; Paris: Editions de la Maison des sciences de l'homme.
- PNUD. 2013. « Anexo : indices para el informe de informe de desarrollo humano Perú 2013 ». Lima: PNUD.
- PNUD, et PMA. 2010. « Mapa de Vulnerabilidad a la Desnutrición Crónica Infantil desde la Perspectiva de la Pobreza, 2010 ». Lima: PNUD and PMA.  
[http://es.wfp.org/sites/default/files/parte\\_1.pdf](http://es.wfp.org/sites/default/files/parte_1.pdf).
- Poole, Deborah. 1997. *Vision, Race, and Modernity: A Visual Economy of the Andean Image World*. Princeton N.J. ; Chichester: Princeton UnivPress.
- Popkewitz, Thomas S. 2013 [1988]. « What's in a Research Project: Some Thoughts on the Intersection of History, Social Structure and Biography ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. I:87-107. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Pouillon, Jean. 1975. « Tradition : transmission ou reconstruction ». In *Fétiches sans fétichisme*, par Jean Pouillon, 155-73. Bibliothèque d'anthropologie. Paris: F. Maspero.
- Pratt, Mary Louise. 1992. *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. New York ; Londres Routledge.
- Price, Sally. 2007. *Paris Primitive: Jacques Chirac's Museum on the Quai Branly*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Prochaska, Rita. 1990. *Taquile: taquile y sus tejidos*. Lima: Arius.
- PromPerú. 2007. *Turismo rural comunitario Perú: experiencias exitosas*. Lima: PromPerú.  
[http://media.peru.info/issuu/turismo\\_rural\\_comunitario.pdf](http://media.peru.info/issuu/turismo_rural_comunitario.pdf).
- . 2013. « Perú : Moda y Textiles. Peru : Fashion and Textiles ». Lima: PromPerú.  
<http://www.peru.info/mensajeshtm/clip/libroperumoda.pdf>.
- . 2015. « Perfil del turista extrajenro 2014 ». Lima: PromPerú.  
<http://media.peru.info/IMPP/2014/Perfil-Turista-Extranjero/Perfil-del-Turista-Extranjero-2014.pdf>.
- Proust, Marcel. 1946. *A la recherche du temps perdu. Du côté de chez Swann*. Paris: Gallimard.  
<https://beq.ebooksgratuits.com/auteurs/Proust/Proust-01.pdf>.
- Proyecto Corredor Puno-Cusco. 2004a. *Rescate e interpretación de la iconografía textil de la comunidad de Karhui: distrito de Pitumarka, provincia de Canchis*. Cusco: Proyecto Corredor Puno-Cusco.
- . 2004b. *Rescate e interpretación de la iconografía textil de la comunidad de Racchi, distrito de San Pedro de Kacha, provincia de Canchis*. Cusco: Proecto Corredor Puno-Cusco.

- . 2005. *Rescate e interpretación de la iconografía textil de las comunidades de Ccachin, Ccollana, Choquecancha, Quishuarani, Rosaspata: distrito de Lares, provincia de Calca*. Perú: FIDA, Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola.
- Puelles Escalante, Jesús. 2005. *Qorikancha: construcción inka*. Cusco. Cusco: s.n.
- Pumallica, Zenón. 2016. « Inter-aprendizaje campesino ». In *Dilemas de la gobernabilidad en el sur andino al 2021*, édité par CBC, 181-82. Cusco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Quéré, Louis. 2015. « Retour sur l'agentivité des objets ». In *Exposé à la Journée d'étude du groupe Sciences et Technologies de l'IMM (9 mars 2015)*. Institut Marcel Mauss - CEMS, Paris. [http://cems.ehess.fr/docannexe/file/3537/objets\\_04\\_2015.pdf](http://cems.ehess.fr/docannexe/file/3537/objets_04_2015.pdf).
- Quispe, E., T. Rodríguez, L. Iñiguez, et J. Mueller. 2009. « Producción de fibra de alpaca, llama, vicuña y guanaco en Sudamérica ». *Animal Genetic Resources / Ressources génétiques animales / Recursos genéticos animales* 45 : 1-14. <https://doi.org/10.1017/S1014233909990277>.
- Rabardel, Pierre. 1995. *Les hommes et les technologies; approche cognitive des instruments contemporains*. Paris: Armand Colin. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01017462>.
- Raffestin, Claude. 1986. « L'artisanat ou les profils de Janus ». In *Demain l'artisanat ?*, 155-61. Cahiers de l'IUED. Genève: Graduate Institute Publications. <http://books.openedition.org/iheid/3333>.
- Randall, Robert. 1982. « Qoyllur Rit'i, an Inca fiesta of the Pleiades: reflections on time and space in the Andean world ». *Bulletin de l'Institut français d'études andines* 11 (1-2): 37-81.
- Ranney, Edward, éd. 1993. *Martin Chambi Photographs, 1920-1950*. Washington: Smithsonian Institution Press.
- Ravasi, David, Violina Rindova, et Ileana Stigliani. 2011. « Valuing Products as Cultural Symbols. A Conceptual Framework and Empirical Illustration ». In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 297-316. Oxford: Oxford University Press. <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-9780199594641-chapter-13#acprof-9780199594641-chapter-13-bibItem-737>.
- Ravasi, Davide, et Violina Rindova. 2011. « Symbolic Value Creation ». In *New Approaches in Management and Organization*, édité par Daved Barry et Hans Hansen, 270-84. London: SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781849200394>.
- Raymond, Nathalie. 2001a. « Cuzco : du "nombril du monde" au coeur touristique du Pérou ». *Cahiers des Ameriques Latines*, n° 37: 121-39.
- . 2001b. *Le tourisme au Pérou: de Machu Picchu à Fujimori : aléas et paradoxes*. Paris: L'Harmattan.
- Rech, Yohann. 2014. « La sociologie de l'acteur-réseau est un sport de combat ». In *L'effet Latour: ses modes d'existence dans les travaux doctoraux*, édité par Claire Tollis, Laurence Créton-Cazanave, et Benoît Aublet, 84-104. Paris: Glyphe.
- Reed-Danahay, Deborah E. 2013 [1997]. « Introduction to Auto/Ethnography: Rewriting the Self and the Social ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. I:3-12. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Régnier-Loilier, Arnaud. 2009. « L'arrivée d'un enfant modifie-t-elle la répartition des tâches domestiques au sein du couple? » *Population et sociétés*, n° 461. [https://www.ined.fr/fichier/s\\_rubrique/19129/popetsoc\\_461.fr.pdf](https://www.ined.fr/fichier/s_rubrique/19129/popetsoc_461.fr.pdf).
- Reid, James W. 2008. *Pre-Columbian Peruvian textiles: the first modern art*. Lima: Industria Textil Piura S.A.
- Ren, Carina. 2011. « Non-human agency, radical ontology and tourism realities ». *Annals of Tourism Research* 38 (3): 858-81. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.12.007>.
- Renard-Casevitz, France-Marie, Thierry Saignes, et Anne-Christine Taylor-Descola. 1986. *L'inca, l'Espagnol et les sauvages : Rapports entre les sociétés amazonniennes et andines du XVe au XVIIe siècle*. Paris: Etudes et Recherche sur les Civilisations.
- Rendón Puertas, María Luisa. 2017. « Debates sobre la patrimonialización del Qhapaq Ñan, el Sistema Vial Andino ». *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, El turismo en el mundo rural: ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?, n° 18: 177-95.
- Reparaz Ruiz, Gonzalo. 1965. *Mini-guía del Perú: una síntesis de lo que hay que saber para viajar por el Perú ; itinerarios, ciudades, paisajes, costumbres*. Lima: FOPTUR.

- . 1969. *Guide to Peru: handbook for travelers ; with compact tourist atlas of Peru*. Lima: Ed. de Arte Rep.
- Revolon, Sandra, Pierre Lemonnier, et Maxence Bailly. 2012. « Objets irremplaçables : Une introduction ». *Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques*, n° 58: 14-27. <https://doi.org/10.4000/tc.6220>.
- Ribotta, Bruno. 2010. « Diagnóstico Sociodemográfico de los Pueblos Indígenas de Perú ». Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). [http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/6/40386/peru\\_julio2010.pdf](http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/6/40386/peru_julio2010.pdf).
- Ricard Lanatax, Xavier. 2004. « Les voleurs d'ombre. Chamanisme dans le Massif de l'Ausangate (Andes Sud-péruviennes) ». Thèse de Doctorat, Paris: Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.
- . 2007. *Ladrones de sombra : El universo religioso de los pastores del Ausangate*. Cusco: Centro Bartolomé de las Casas.
- Richardson, Laurel. 2000. « Evaluating Ethnography ». *Qualitative Inquiry* 6 (2): 253-55. <https://doi.org/10.1177/107780040000600207>.
- Richins, Marsha L. 1994. « Valuing Things: The Public and Private Meanings of Possessions ». *Journal of Consumer Research* 21 (3): 504-21.
- Ricoeur, Paul. 2000. *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Paris: Eddu Seuil.
- Rivera Casanovas, Claudia, Elvira Espejo Ayca, et Carola Condarco Castellón. 2014. « Evidencia sobre la producción textil durante la ocupación Inka en el altiplano de Oruro: El Tambo Real de Paria ». In *La rebelión de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 37-52. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Rivera Casanovas, Claudia, et Nina Vargas. 2014. « Producción textil en contextos regionales y domésticos en el valle de San Lucas, Chuquisaca: entre la tradición y la modernidad ». In *La rebelión de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 15-36. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Rivera Casanovas, Claudia, et Juan Villanueva. 2014. « Prácticas textiles en contextos domésticos y funerarios entre los períodos Intermedio Tardío y Horizonte Tardío: el caso de Cóndor Amaya ». In *La rebelión de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 115-35. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Robin Azevedo, Valérie. 2008. *Miroirs de l'autre vie: pratiques rituelles et discours sur les morts dans les Andes de Cuzco (Pérou)*. Nanterre: Société d'Éthnologie.
- Robin Azevedo, Valérie, et Carmen Salazar-Soler, éd. 2009a. *El regreso de lo indígena retos, problemas y perspectivas*. Actes & Mémoires de l'Institut Français d'Études Andines. Lima: IFEA.
- . 2009b. « Introduction ». In *El regreso de lo indígena retos, problemas y perspectivas*, édité par Valérie Robin Azevedo et Carmen Salazar-Soler, 11-25. Lima: IFEA.
- Robin, Régine. 2003. *La mémoire saturée*. Paris: Stock.
- Romero, Emilio. 1949. *Historia económica del Perú*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Root, Regina A., éd. 2005. *Latin American Fashion Reader*. Oxford, UK ; New York: Bloomsbury Academic.
- Rossel, Pierre. 1984. *Tourisme et Tiers monde: un mariage blanc*. Lausanne: P.-M. Favre.
- . 1986. « Introduction à "Artisanat et développement enjeux et débats" ». In *Demain l'artisanat ?*, 23-27. Cahiers de l'IUED. Genève: Graduate Institute Publications. <http://books.openedition.org/iheid/3333>.
- . 1988. « El turismo y las minorías culturales : Doble marginalización y estrategia de supervivencia ». In *Turismo : La Producción de lo Exótico*, édité par Pierre Rossel, 1-23. Copenhagen: IWGIA.
- Rowan, Yorke M., et Uzi Baram. 2004. *Marketing Heritage: Archaeology and the Consumption of the Past*. California: Rowman Altamira.
- Rowlands, Jo. 1995. « Empowerment Examined ». *Development in Practice* 5 (2): 101-7.
- Rozas Álvarez, Jesús Washington, et Carmen Escalante Gutiérrez, éd. 2012. *Cultura andina: cosmovisión, arqueología*. Cuzco: UNSAAC; ATOQ Editores.
- Rozas Aragón, Abel. 2014. « El día del Cusco i el Inti Raymi, setenta años después ». In *Fiestas del Cusco 2014*, par EMUFEC, 73-75. Cusco: Municipalidad del Cusco.

- Saavadra, José Luis. 2012. « “Se nos trata de minimizar a los pueblos indígenas”. El TIPNIS y la crítica indígena de las políticas desarrollistas ». In *Anales Seminario Internacional Desarrollo Territorial y Extractivismo : luchas y alternativas en la región andina*, édité par Nicoletta Velardi et Marco Zeisser Polatsik, 127-66. Cuzco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Sahlins, Marshall David. 2013. « On the Culture of Material Value and the Cosmography of Riches ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 161–95.  
<https://doi.org/10.14318/hau3.2.009>.
- Salas, Guillermo. 2012. « Negotiating Evangelicalism and New Age Tourism through Quechua Ontologies in Cuzco ». Thesis de Doctorat, Michigan: Université de Michigan.
- Salomon, Frank. 1979. « Weavers of Otavalo ». In *Peoples and Cultures of Native South America: An Anthropological Reader.*, édité par Daniel R. Gross, 463–492. Garden City, N.Y: Doubleday.
- Sánchez Mira, Nuria. 2016. « La división social y sexual del trabajo en transformación. Un análisis de clase en un contexto de crisis ». Thèse de Doctorat, Barcelone: Universitat Autònoma de Barcelona.
- . 2018. *Trabajo y hogar. Un análisis de género y clase en un contexto de crisis*. Barcelone: El viejo topo.
- Sánchez Monteñés, Emma. 1992. « Procesos de cambio y aculturación en la costa noroeste a través de su arte ». In *Conquista y resistencia en la historia de América*, édité par Pilar García Jordán et Miquel Izard, 215-36. Barcelone: Edicions Universitat Barcelona.
- Santisteban, Nathalie, et Geremia Cometti. 2011. « La “energía vital” y el retorno a la comunidad ». *Allpanchis* 42 (77): 305-39.
- Sardenberg, Cecília M. B. 2008. « Liberal vs. Liberating Empowerment: A Latin American Feminist Perspective on Conceptualising Women’s Empowerment1 ». *IDS Bulletin* 39 (6): 18-27.  
<https://doi.org/10.1111/j.1759-5436.2008.tb00507.x>.
- Sartre, Jean-Paul. 1938. *La nausée*. Paris: Gallimard.
- Sawyer, Alan R. 1967. « The Cultural Significance of Peruvian Textiles : Production, Function, Aesthetics ». In *Peruvian Archaeology: Selected Readings*, édité par John Howland Rowe et Dorothy Menzel, 275-92. Peek Publications.
- Schechner, Richard. 2006. *Performance Studies: An Introduction*. 2nd ed. New York: Routledge.  
<http://www.loc.gov/catdir/enhancements/fy0654/2005030245-d.html>.
- Scheinman, Pamela. 1996. « A Line at a Time: Innovative Patterning in the Isthmus (Isthmian) Mexico ». In *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*, édité par Margot Blum, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, 63-89. Austin: University of Texas Press.
- Schevill, Margot Blum. 1996. « The Communitive Power of Cloth and Its Creation ». In *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*, édité par Margot Blum Schevill, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, 3-15. Austin: University of Texas Press.
- Schevill, Margot Blum, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, éd. 1996. *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*. Austin: University of Texas Press.
- Seligmann, Linda J. 2004. *Peruvian Street Lives: Culture, Power, and Economy among Market Women of Cuzco*. Chicago: University of Illinois Press.
- Sen, Amartya. 2007. *Identity and Violence: The Illusion of Destiny*. Taschenbuch-Ausgabe. New York: W.W. Norton.
- Sen, Gita, et Caren Grown. 1988. *Development, Crises and Alternative Visions: Third World Women’s Perspectives*. Londres; Washington DC: Earthscan.
- Seng, Yvonne J., et Betty Wass. 1995. « Traditional Palestian Wedding Dress as a Symbol of Nationalism ». In *Dress and Ethnicity: Change across Space and Time*, 227-54. Oxford ; Washington DC: Berg.
- Sikes, Pat, éd. 2013a. *Autoethnography*. Vol. I-IV. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- . 2013b. « Editor’s Introduction: An Autoethnographic Preamble ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. I:xxi-lii. Sage Benchmarks in Research Methods. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Siles Crespo, Ligia. 2014. « Bordados en Salasaca: espacio, color y tiempo ». In *La rebelón de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 179-204. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).

- Sillar, Bill. 2000. *Shaping Culture: Making Pots and Constructing Households. An Ethnoarchaeological Study of Pottery Production, Trade and Use in the Andes*. Oxford: British Archaeological Reports International Series. <http://discovery.ucl.ac.uk/25562/>.
- . « The Social Agency of Things? Animism and Materiality in the Andes ». *Cambridge Archaeological Journal* 19 (3): 367-77. <https://doi.org/10.1017/S0959774309000559>.
- . 2012. « Patrimoine vivant. Les illas et conopas des foyers andins ». *Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques*, n° 58 (juin): 66-81. <https://doi.org/10.4000/tc.6247>.
- . 2016. « Miniatures and Animism: The Communicative Role of Inka Carved Stone Conopa ». *Journal of Anthropological Research* 72 (4): 442-64. <https://doi.org/10.1086/689294>.
- Silva Santisteban, Fernando. 1964. *Los obrajes en el Virreinato del Perú*. Lima: Museo Nacional de Historia.
- Silver, Ira. 1993. « Marketing authenticity in third world countries ». *Annals of Tourism Research* 20 (2): 302-18. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90057-A](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90057-A).
- Silverman, Eric Kline. 1999. « Tourist Art as the Crafting of Identity in the Spik River (Papua New Guinea) ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 51-66. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Silverman, Gail P. 1994. *El tejido andino: un libro de sabiduría*. México ; Lima, Perú: Fondo de Cultura Económica.
- . 2005. « Motivos textiles en Q'ero ». In *Q'ero, el último ayllu inka: homenaje a Óscar Núñez del Prado y a la expedición científica de la UNSAAC a la nación Q'ero en 1955*, édité par Jorge A. Flores Flores Ochoa et Juan Victor Núñez del Prado, 349-62. Lima: Instituto Nacional de Cultura ; Universidad Mayor de San Marcos.
- . 2008. « Simbolismo textil/ La tradición textil del Cusco y su relación con los tocapu Inca ». *Tupac yawri : revista andina de estudios tradicionales.*, n° 1: 97-107.
- Silverman, Helaine. 2002. « Touring Ancient Times: The Present and Presented Past in Contemporary Peru ». *American Anthropologist* 104 (3): 881-902.
- Simmel, Georg. 1971 [1904]. « Fashion ». In *Georg Simmel on Individuality and Social Form. Selected Writings*, édité par Donald Levine, 294–323. Chicago: Chicago University Press.
- . 1978 [1907]. *The Philosophy of Money*. London: Routledge.
- Simon, Barbara L. 1994. *The Empowerment Tradition in American Social Work: a History*. New York: Columbia University Press.
- Simon, Beatrice. 2009. « Sacamefotos and Tejedoras: Frontstage Performance and Backstage Meaning in a Peruvian Context ». In *Cultural Tourism in Latin America: The Politics of Space and Imagery*, édité par Jan M. Baud et Johanna Louisa Ypeij, 117-40. Leiden; Boston: BRILL.
- Simoni, Valerio. 2012. « Tourism Materialities. Enacting Cigars in Touristic Cuba ». In *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*, édité par Gunnar Thór Jóhannesson, Carina Ren, et René Van der Duim, 59-79. Abingdon, Oxon ; New York N.Y: Routledge.
- . 2016. *Tourism and Informal Encounters in Cuba*. New Directions in Anthropology 38. New York: Berghahn Books.
- Simoni, Valerio, et Scott McCabe. 2008. « From ethnographers to tourists and back again ». *Civilisations* 57: 173-89.
- Simpson, Moira G. 1996. *Making Representations: Museums in the Post-Colonial Era*. London ; New York: Routledge.
- Smith, Valene L. 1989 [1978]. « Introduction ». In *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, édité par Valene L. Smith, 1-17. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Snyder, John M., éd. 2007. *Prospects for polar tourism*. Wallingford: CABI.
- Sombart, Werner. 1967. *Luxury and Capitalism*. Ann Arbor: University of Michigan.
- Sotomayor Calderón, César. 2008. « Avances del proceso de institucionalización del Mecanismo CLAR en los Gobiernos Locales. Estudio de sistematización ». Lima: Ministerio del Medio ambiente. <http://bibliotecavirtual.minam.gob.pe/biam/handle/minam/549>.
- Sparkes, Andrew C. 2013 [2002]. « Autoethnography: Self-Indugence or Something More? » In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. 1:175-94. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.

- Spelucín, Juan, et Víctor Hugo Giraldo. 2007. *Minería y salud ambiental en Camisea*. Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES); CBC.
- Stanley, Liz. 2013 [1993]. « On Auto/Biography in Sociology ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. I:67-78. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Stark, David. 2009. *The Sense of Dissonance: Accounts of Worth in Economic Life*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- . 2011. « What's Valuable? » In *The Worth of Goods Valuation and Pricing in the Economy*, édité par Jens Beckert et Patrik Aspers, 319-38. Oxford: Oxford University Press.  
<http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199594641.001.0001/acprof-f-9780199594641-chapter-14>.
- Steckbauer, Sonja M. 2000. *Perú, ¿ educación bilingüe en un país plurilingüe ?*. Frankfurt am Main; Madrid: Vervuert ; Iberoamericana.
- Steel, Griet. 2009. « Dishing up the City: Tourism and Street Vendors in Cuzco ». In *Cultural Tourism in Latin America: The Politics of Space and Imagery*, édité par Jan M. Baud et Johanna Louisa Ypeij, 161-76. Leiden; Boston: BRILL.
- Steiner, Christopher B. 1994. *African art in transit*. Cambridge ; New York [etc.]: Cambridge Univ. Press.
- . 1999. « Authenticity, Repetition and the Aesthetics of Seriality. The Wirk of Tourist Art in the Age of Mechanical Reproduction ». In *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, édité par Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner, 87-103. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Stensrud, Astrid Bredholt. 2010. « Los peregrinos urbanos en Qoyllurit'i y el juego mimético de miniaturas ». *Anthropologica* 28 (28): 39-65.
- Stewart, Susan. 1999. *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. Durham [etc.]: Duke University Press.
- Stobart, Henry. 2006. *Music and the Poetics of Production in the Bolivian Andes*. Ashgate: SOAS Musicology Series Aldershot.
- Stocking, George W. 1985. *Objects and Others: Essays on Museums and Material Culture*. History of Anthropology 3. Madison: University of Wisconsin Press.
- Stone-Miller, Rebecca R, et Florence Lévy-Paoloni. 1996. *L'art des Andes: de Chavín aux Incas*. Paris: Thames & Hudson.
- Stronza, Amanda. 2001. « Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives ». *Annual Review of Anthropology* 30 (1): 261-83.  
<https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.30.1.261>.
- Strub, Silvia. 2002. *Répartition du travail entre les sexes - état des lieux: étude comparative de la répartition du travail non rémunéré et rémunéré dans les familles en Suisse et au niveau international*. Berne: Bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes.
- Suvantola, Jaakko. 2002. *Tourist's experience of place*. Aldershot [etc.]: Ashgate.
- Sykes, Karen. 2013. « Mortgaging the Bridewealth: Problems with Brothers and Problems with Value ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 97-117.  
<https://doi.org/10.14318/hau3.2.007>.
- Szarkowski, John. 1984. *Irving Penn*. New York: The Museum of modern art.
- Taipe Campos, Néstor Godofredo. 1998. « La educación en castellano a poblaciones quechuas en los Andes peruanos ». *Revista Iberoamericana de educación*, n° 16: 153-64.
- Taylor, John P. 2001. « Authenticity and sincerity in tourism ». *Annals of Tourism Research* 28 (1): 7-26. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00004-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00004-9).
- Tedlock, Barbara. 1991. « From Participant Observation to the Observation of Participation: The Emergence of Narrative Ethnography ». *Journal of Anthropological Research* 47 (1): 69-94.  
<https://doi.org/10.1086/jar.47.1.3630581>.
- Terry, Cristian. 2009. « Le textile andin à l'heure du tourisme : continuité, renouvellement et enjeux économiques et culturels ». Mémoire de Licence, Lausanne: Université de Lausanne.
- . 2011. « Tourisme et réduction de la pauvreté: études des impacts socio- économiques de l'agro-écotourisme du Parque de la Papa (Cusco-Pérou) ». Mémoire de Master, Genève: Graduate Institute of International and Development Studies.

- . 2014. « Turismo y fiestas en la ciudad del Cusco : aproximación etnográfica de un fenómeno festivo y relacional ». Universidad Fernando Gavidia (El Salvador), juillet 20.
- . 2016. « Por una antropología del turismo en el Cusco : perspectivas y pertinencia Estudio de cambios e impactos del turismo ». Édité par Jorge Flores Ochoa, Martin H. Romero Pacheco, Dante Pozo Ceballos, et Carlos Rado Yañez. *Tinkuy. Centro de Estudios Andinos Cusco*, n° 37-38: 265-97.
- . 2017. « Turismo Rural Comunitario: ¿una alternativa para las comunidades andinas ? El caso del agro-ecoturismo del Parque de la Papa (Cusco, Perú). » *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, El turismo en el mundo rural: ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?, n° 18: 139-59.
- Tessier, Chloé. 2015. « L'art textile préhispanique, témoin des schémas migratoires (l'exemple de la côte sud du Pérou, Intermédiaire Tardif) ». *Amerika. Mémoires, identités, territoires*, n° 13 (décembre). <https://doi.org/10.4000/amerika.6858>.
- Testino, Mario. 2013. *Alta Moda*. Lima: MATE.
- Thénard, Cathérine. 2006. « L'éducation bilingue interculturelle au Pérou : un rendez-vous manqué ? Le cas de l'EBI dans la zone andine quechua ». Mémoire de Diplôme d'Etudes Approfondies en Etudes du Développement, Genève: Université de Genève.
- Thompson, John B. 1996. « Traditions and Self in Mediated World ». In *Detraditionalization: Critical Reflections on Authority and Identity*, édité par Paul Heelas, Scott Lash, et Paul M. Morris, 89-108. Cambridge Mass. ; Oxford UK: Blackwell Publishers.
- Thorp, Rossemary, et Maritza Paredes. 2010. *Ethnicity and the Persistence of Inequality - The Case of Peru*. New York: Palgrave Macmillan.
- Tiffany, Sharon W. 2004. « "Frame That Rug!": Narratives of Zapotec Textiles as Art and Ethnic Commodity in the Global Marketplace ». *Visual Anthropology* 17 (3-4): 293-318. <https://doi.org/10.1080/08949460490468054>.
- Tollis, Claire, éd. 2014. *L'effet Latour: ses modes d'existence dans les travaux doctoraux*. Paris: Glyphe.
- Tomoeda, Hiroyasu. 1992. « Mestizos y curanderos. Salud y ritual en el Cusco contemporáneo ». In *500 años de mestizaje en los Andes*, édité par Hiroyasu Tomoeda et Luis Millones, 221-31. Osaka: Museo Etnológico Nacional de Japón.
- Torrico, Cassandra. 1989. *Living Weaving : The Symbolism of Bolivian Herders Sacks*. Sucre: HISBOL/Archivo Nacional de Bolivia.
- Tsing, Anna. 2013. « Sorting out Commodities: How Capitalist Value Is Made through Gifts ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (1): 21-43. <https://doi.org/10.14318/hau3.1.003>.
- Turgeon, Laurier. 2007. « La mémoire de la culture matérielle et la culture matérielle de la mémoire ». In *Objets & mémoires*, édité par Octave Debary et Laurier Turgeon, 13-36. Paris; Sainte-Foy: Editions de la maison des sciences de l'homme ; Presses de l'Université Laval.
- Turner, Louis, et John Ash. 1975. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. Londres: Constable.
- Turner, Victor Witter. 1992. *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ Publications.
- Ugarte Vega, David Centeno. 2013. « Qhapaq ñan ». In *Tinkuy*, édité par Jorge Flores Ochoa, 23-28. Cusco: Centro de Estudios Andinos Cuzco (CEAC).
- Urbain, Jean-Didier. 1991. *L'idiot du voyage: histoires de touristes*. Paris: Plon.
- . 1998. « Entretien avec Jean-Didier Urbain ». In *Tourismes, touristes, sociétés*, édité par Franck Michel, 359-68. Paris: L'Harmattan.
- Urry, John. 1990. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Newbury Park [etc.]: Sage.
- . 2002. *The Tourist Gaze. Theory, Culture & [and] Society*. London ; Thousand Oaks [etc.]: Sage.
- Urry, John, et Jonas Larsen. 2012. *The tourist gaze 3.0*. Los Angeles: Sage.
- Urton, Gary. 2004. *Mythes Inca*. Paris: Editions du Seuil.
- Vaca Prudencio, Alejandra. 2014. « Rescatando nuestro pasado, tejiendo nuestro futuro ». In *La rebelión de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 85-94. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).

- Valayer, Dora C. 1993. *Le respect des hôtes: tourisme, ravages et promesses*. Genève: Labor et Fides.
- . 1998. « Le tourisme sous le regard de l'autochtone : Au bout du voyage : celui qui (vous) accueille est-il la victime ou gagnant du tourisme? » In *Tourismes, touristes, sociétés*, édité par Franck Michel, 107-26. Paris: L'Harmattan.
- Valderde, José. 2011. « Gringos sí, indios no. Tu entrates porque estabas con tu gringa. Una aproximación a la exclusión social causada por el turismo en la ciudad del Cusco ». Mémoire de Master, Cusco: Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC).
- Van den Berghe, Pierre L. 1980. « Tourism as ethnic relations: A case study of Cuzco, Peru ». *Ethnic and Racial Studies* 3 (4): 375-92. <https://doi.org/10.1080/01419870.1980.9993312>.
- . 1992. « Tourism and the ethnic division of labor ». *Annals of Tourism Research* 19 (2): 234-49.
- Van den Berghe, Pierre L., et Jorge A. Flores Ochoa. 2000. « Tourism and nativistic ideology in Cuzco, Peru ». *Annals of Tourism Research* 27 (1): 7-26. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00043-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00043-2).
- Van der Duim, René, Carina Ren, et Gunnar Thór Jóhannesson. 2012. « Tourismscapes, entrepreneurs and sustainability. Enacting ANT in tourism studies ». In *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*, édité par Gunnar Thór Jóhannesson, Carina Ren, et René Van der Duim, 26-42. Abingdon, Oxon ; New York N.Y: Routledge.
- Vatin, François, Michel Callon, et Alain Desrosières, éd. 2013 [2009]. *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*. Toulouse: Presses universitaires du Mirail.
- Velarde Oliart, Miguel. 2013. « Industria textil: reto en los Andes. Fábrica de hilos y tejidos de la lana Lucre ». In *Tinkuy*, édité par Jorge Flores Ochoa, 223-30. Cusco: Centro de Estudios Andinos Cuzco (CEAC).
- Velardi, Nicoletta, et Marco Zeisser Polatsik, éd. 2012. *Anales Seminario Internacional Desarrollo Territorial y Extractivismo : luchas y alternativas en la región andina*. Cuzco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Velásquez, Norma. 1988. « Alternativas Tecnológicas frente a la Producción Textil Rural: La artesanía de la economía de las familias campesinas del distrito de Juliaca- Puno ». In *Artesanía textil andina: tecnología, empleo e ingresos*, par Hugo Cárdenas, Norma Velásquez, Maribel Rotondo, et Edwin Alarcon, 125-97. Lima: Tecnología Intermedia.
- Venkatesan, Soumhya. 2009. « Rethinking Agency: Persons and Things in the Heterotopia of "Traditional Indian Craft" ». *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 15 (1): 78-95.
- Veyrat, Nicolas, Éric Blanco, et Pascale Trompette. 2007. « L'objet incorporé et la logique des situations ». *Revue d'anthropologie des connaissances* 1, n° 1 (1): 59-83. <https://doi.org/10.3917/rac.001.0059>.
- Vich, Cynthia. 2006. « La nación en venta: bricheros, turismo y mercado en el Perú contemporáneo ». In *La ruta andina: turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia*, édité par Annelou Ypeij et Annelies Zoomers, 199-218. Quito: Abya-Yala.
- Vidal González, Miguel. 2008. « Intangible heritage tourism and identity ». *Tourism Management* 29 (4): 807-10. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.003>.
- Villacorta Ostolaza, Luis Felipe. 2012. *Las culturas del Perú antiguo*. Lima: Roberto Gheller Doig. <http://www.libreroonline.com/peru/libros/35176/villacorta-ostolaza-luis-felipe/las-culturas-del-peru-antiguo.html>.
- Vimont, Jean-Claude. 2010. « Objets-souvenirs, objets d'histoire ? » *Sociétés & Représentations*, n° 30: 211-28. <https://doi.org/10.3917/sr.030.0211>.
- Vinck, Dominique. 1992. *Du laboratoire aux réseaux: Le travail scientifique en mutation*. Luxembourg: OPOCE. <http://bookshop.europa.eu/uri?target=EUB:NOTICE:CGNA14487:FR:HTML>.
- . 1999. « Les objets intermédiaires dans les réseaux de coopération scientifique Contribution à la prise en compte des objets dans les dynamiques sociales ». *Revue Française de Sociologie* 40 (2): 385-414.
- . 2006. « L'équipement du chercheur : comme si la technique était déterminante », n° 9: [en ligne]. <https://doi.org/10.3917/rac.006.0051>.

- . 2007. « Présentation. Cet obscur objet de connaissances ». *Revue d'anthropologie des connaissances* 1 (1): 5-10. <https://doi.org/10.3917/rac.001.0005>.
- . 2009. « De l'objet intermédiaire à l'objet-frontière. Vers la prise en compte du travail d'équipement ». *Revue d'anthropologie des connaissances* 3 (1): 51-72. <https://doi.org/10.3917/rac.006.0051>.
- Vinck, Dominique, Alexandre Camus, Florian Jatton, et Pierre-Nicolas Oberhauser. 2018. « Localités distribuées, globalités localisées: actions, actants et médiations au service de l'ethnographie du numérique ». *Symposium* 22 (1): 41-60.
- Vionnet, Claire. 2018. « L'ombre du geste : le(s) sens de l'expérience en danse contemporaine ». Lausanne: Université de Lausanne.
- Voirol, Jérémie. 2013a. « ¿Cómo practicar la etnografía? Hacia una teoría pragmática y política de la descripción ». *Universitas Humanística* 75: 81-104.
- . 2013b. « Récit ethnographique d'une expérience partagée de la fête de San Juan/Inti Raymi à Otavalo (Andes équatoriennes) ». *Ethnologies* 35 (1): 51-74. <https://doi.org/10.7202/1026451ar>.
- . 2016. « Faire la fête à Otavalo. Des pratiques ludiques et d'échange à la mise en scène de la culture dans les Andes équatoriennes ». Thèse de Doctorat, Lausanne: Université de Lausanne.
- . 2018. « El fútbol como desafío étnico-racial y nacional: tensiones alrededor de su práctica en Otavalo (Andes ecuatorianos) ». *Revista de Antropología Social* 27 (1): 73-94. <https://doi.org/10.5209/RASO.59433>.
- Wagner, Lauren B. 2015. « 'Tourist Price' and Diasporic Visitors: Negotiating the Value of Descent ». *Valuation Studies* 3 (2): 119-48. <https://doi.org/10.3384/VS.2001-5992.1532119>.
- Waisbard, Simone. 1976. *Machu Picchu: fabuleuse cité perdue des Incas*. Lausanne: La Guilde du livre.
- Walford, Geoffrey. 2013 [2004]. « Finding the Limits: Autoethnography and Being an Oxford University Proctor ». In *Autoethnography*, édité par Pat Sikes, Vol. II:3-17. Los Angeles, etc.: SAGE Publications.
- Wang, Ning. 1999. « Rethinking authenticity in tourism experience ». *Annals of Tourism Research* 26 (2): 349-70. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0).
- Weismantel, Mary. 2001. *Cholas and Pishtacos. Stories of Race and Sex in the Andes*. Chicago: University of Chicago Press.
- . 2005. « Afterword:: Andean Identities: Multiplicities, Socialities, Materialities ». In *Natives Making Nation*, 181-94. Gender, Indigeneity, and the State in the Andes. University of Arizona Press.
- Wheeler, Brian. 1993. « Sustaining the Ego ». *Journal of Sustainable Tourism* 1 (2): 121-29. <https://doi.org/10.1080/09669589309450710>.
- . 2005. « Ecotourism/Egotourism and Development ». In *Nature-Based Tourism in Peripheral Areas: Development or Disaster?*, édité par Colin Michael Hall et Stephen W. Boyd, 263-72. Buffalo: Channel View Publications.
- Wheeler, Jane C. 2012. « South American camelids -past, present and future ». *Journal of Camelid Science* 5: 1-24. <http://www.isocard.net/images/journal/FILE486198178b052d8.pdf>.
- Whittle, Jane, et Elizabeth Griffiths. 2012. « Material culture ». In *Consumption and Gender in the Early Seventeenth-Century Household: The World of Alice Le Strange*, 117-55. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Widlok, Thomas. 2013. « Sharing: Allowing Others to Take What Is Valued ». *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2): 11-31. <https://doi.org/10.14318/hau3.2.003>.
- Wilcox, Joan Parisi. 2004. *Masters of the Living Energy: The Mystical World of the Q'ero of Peru*. Rochester: Inner Traditions.
- Wilson, Lee Anne. 1996. « Nature versus Culture: The Image of the Uncivilized Wild-Ma in Textiles from the Department of Cuzco, Peru ». In *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*, édité par Margot Blum Schevill, Janet Catherine Berlo, et Edward B. Dwyer, 205-30. Austin: University of Texas Press.
- Wong, Kwok-Fu. 2003. « Empowerment as a panacea for poverty - old wine in new bottles? Reflections on the World Bank's conception of power ». *Progress in Development Studies* 3 (4): 307-322. <https://doi.org/10.1191/1464993403ps067oa>.

- Yamin, Alicia Ely, Jessica Cole, Tiffany A. Moore Simas, et Marion Brown. 2007. *Deadly Delays: Maternal Mortality in Peru: A Rights-Based Approach to Safe Motherhood*. Washington DC: Physicians for Human Rights. [https://s3.amazonaws.com/PHR\\_Reports/maternal-mortality-in-peru2007.pdf](https://s3.amazonaws.com/PHR_Reports/maternal-mortality-in-peru2007.pdf).
- Yampara, Simón. 2012. « Suma Qamaña, lo que se maneja como buen vivir ». In *Anales Seminario Internacional Desarrollo Territorial y Extractivismo : luchas y alternativas en la región andina*, édité par Nicoletta Velardi et Marco Zeisser Polatsik, 65-88. Cuzco: Centro Bartolomé de las Casas (CBC).
- Yancaya Calvo, Victor Hugo. 2008. *Chincheru: entretejiendo cultura*. Cusco: Instituto Nacional de Cultura, Dirección Regional de Cultura de Cusco, Municipalidad Distrital de Chincheru.
- Youkhana, Eva. 2012. « From exploitation to participation ? Tourism and handicraft production in rural Yucatán/Mexico ». In *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*, édité par Raúl H. Asensio et Beatriz Pérez Galán, 225-46. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP). <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSEedita8.pdf>.
- Young-Sánchez, Margaret, et Fronia W. Simpson, éd. 2006. « Contemporary Andean Textiles as Cultural Communication ». In *Andean Textile Traditions: Papers from the 2001 Mayer Center Symposium at the Denver Art Museum*, 171-92. Denver, Colorado: Denver Art Museum.
- Ypeij, Annelou. 2012. « The Intersection of Gender and Ethnic Identities in the Cuzco–Machu Picchu Tourism Industry: Sácamefotos, Tour Guides, and Women Weavers ». *Latin American Perspectives* 39 (6): 17-35. <https://doi.org/10.1177/0094582X12454591>.
- . 2013. « Cholos, incas y fusionistas: El nuevo Perú y la globalización de lo andino ». *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe / European Review of Latin American and Caribbean Studies*, n° 94: 67-82.
- Ypeij, Annelou, et Elayne Zorn. 2007. « Taquile: A Peruvian Tourist Island Struggling for Control ». *European Review of Latin American and Caribbean Studies (ERLACS)*, n° 82: 119-28. <https://doi.org/10.18352/erlacs.9643>.
- Yujira Saïre, Efraïn. 2014. « El manejo lingüístico de la ontología textil. Las equivalencias ». In *La rebelión de los objetos. Enfoque textil*, édité par MUSEF, 205-14. La Paz: Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF).
- Zaferson Aranzaens, Olga. 2013. *El hilo conductor: tradición y moda en el Perú*. Lima: Ediciones del Hipocampo.
- Zick-Varul, Matthias. 2009. « Ethical Consumption: The Case of Fair Trade ». In *Wirtschaftssoziologie. Sonderheft 49 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, édité par Jens Beckert et Christoph Deutschmann, 366-85. Wiesbaden: Vs Verlag.
- Zorn, Elayne. 1987. « Un análisis de los tejidos en los atados rituales de los pastores ». *Revista Andina* 5 (2): 489-526.
- . 2004. *Weaving a future: tourism, cloth & culture on an Andean island*. Iowa City: University of Iowa Press.
- . 2005. « From Political Prison to Tourist Village: Tourism, Gender, Indigeneity, and the State on Taquile Island, Peru ». In *Natives Making Nation*, 156-80. Gender, Indigeneity, and the State in the Andes. University of Arizona Press.
- Zuidema, Tom. 1990. « Gisbert, Teresa, Silvia Arze & Martha Caría. — Arte textil y mundo andino ». *Journal de la Société des Américanistes* 76 (1): 274-76.

## Documentaires

- Cometti Geremia, Fabio Emanuele, Terry Cristian et Mathieu Ulysse, *Il Signore di Quyllurit'i*. Paru dans l'émission "Sottosopra" de la Radiotelevisione delle Svizzera Italiana (RSI), saison 7, épisode 9 sorti le 12 août 2018. Disponible aussi sur Internet: <https://www.rsi.ch/la1/programmi/cultura/sottosopra/Sottosopra-7.9-10725515.html>
- Huamán Turpo, José. 2013. *Inkarri 500 años de resistencia inca en el Perú*. Documentaire. Pérou: Andes Imagen Comunicaciones S.A.C.

## Sites Internet

<http://www.konig-tapis.ch/SOV/FR/Torba/Fabrication/299f4.pdf>. Consulté le 8 novembre 2015.

[http://www.apus-peru.com/tours/andean\\_cultural\\_immersion.html](http://www.apus-peru.com/tours/andean_cultural_immersion.html). Consulté le 3 octobre 2014.

<http://www.apus-peru.com/>. Consulté le 3 octobre 2014.

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Peru\\_-\\_Cuzco\\_Department\\_%28locator\\_map%29.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Peru_-_Cuzco_Department_%28locator_map%29.svg). Consulté le 24 novembre 2017.

[http://www.cuscoperu.com.pe/espanol/qosqo/imagenes/mp1g\\_cusco.gif](http://www.cuscoperu.com.pe/espanol/qosqo/imagenes/mp1g_cusco.gif). Consulté le 24 novembre 2017.

<http://www.cnrtl.fr/etymologie/autorit%C3%A9>. Consulté le 12 juin 2018.

<http://www.casasanblas.com/cuscohotel-about-us.html>. Consulté le 22 décembre 2015.

<http://www.cbc.org.pe/>. Consulté le 13 avril 2017.

<http://www.ccatcca.org/historia.htm>. Consulté le 24 décembre 2015.

<http://www.ccatcca.org/index.htm#popup>. Consulté le 24 décembre 2015.

<http://www.textilescusco.org/eng/index.html>. Consulté le 24 décembre 2015.

<https://nilavigil.com/2008/04/09/%c2%bfcuantas-lenguas-indigenas-existen-en-el-peru/>. Consulté le 10 avril 2008.

<http://larepublica.pe/impres/politica/712595-derogan-dl-1198-sobre-privatizacion-de-bienes-arqueologicos>. Consulté le 23 octobre 2015.

<http://www.drc-cusco.gob.pe/index.php/a-f-de-derecho-de-los-pueblos-indigenas/etno-desarrollo-q-ero>. Consulté le 7 janvier 2016.

<http://www.echoway.org/page12.php?ct=8&py=471&li=315>. Consulté le 03 mai 2014.

<http://textilescusco.org/tinkuy2017/esp/>. Consulté le 4 octobre 2017.

<http://etn-net.org/>. Consulté le 9 mai 2016.

<http://www.paris-bibliotheques.org/indigo/>. Consulté le 18 mars 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=FjKHqG8JaQU>. Consulté le 17 octobre 2014.

[https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Gringo\\_Trail&oldid=713600736](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Gringo_Trail&oldid=713600736). Consulté le 6 mai 2016.

<http://www.incajungletrail.com/fr/>. Consulté le 6 mai 2016.

<https://www.inei.gob.pe/>. Consulté le 10 mai 2016.

<https://inkkas.com/>. Consulté le 4 avril 2014.

<http://www.indepa.gob.pe/mapa2.html>. Consulté le 11 mai 2016.

<http://kuna.com.pe/en/collections/milenium/milenium>. Consulté le 2 mai 2015.

<http://rutadelbarrocoandino.com/obra-social-rba/?lang=en>. Consulté le 2 octobre 2015.

<http://maximolaura.com/shop/fraternity-song/>. Consulté le 29 août 2017.

<https://www.museomaximolaura.com/miniature-collection/>. Consulté le 29 août 2017.

<http://museomaximolaura.com/ingles/store>. Consulté le 30 septembre 2015.

<https://www.museomaximolaura.com/tapestry-collection/>. Consulté le 29 août 2017.

<http://maximolauratapestries.com/tapestry-shop/>. Consulté le 3 juillet 2015.

<http://www.lefigaro.fr/voyages/2013/11/04/30003-20131104ARTFIG00334-le-perou-a-paris.php>. Consulté le 4 novembre 2011.

<http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2015/03/05/breve-histoire-du-tourisme/>. Consulté le 29 avril 2016.

<http://www.etourisme.info/>. Consulté le 28 avril 2016.

<http://www.perurail.com/>. Consulté le 6 mai 2016.

<http://martinchambi.org/en/>. Consulté le 23 février 2017.

<https://www.youtube.com/watch?v=36LGchuHhPI>. Consulté le 6 janvier 2016.

[http://www2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/PENTUR\\_Final.pdf](http://www2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/PENTUR_Final.pdf). Consulté le 10 mai 2016.

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=4979>. Consulté le 6 janvier 2016.

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/workshop-trc/pdfs/valle.pdf>. Consulté le 6 janvier 2016.

<http://www.machupicchu.gob.pe/>. Consulté le 6 mai 2016.

[https://www.youtube.com/watch?v=x8eW1ekND\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=x8eW1ekND_M). Consulté le 28 avril 2014.

<https://www.mipacha.com/fr>. Consulté le 20 novembre 2017.

<http://world.new7wonders.com/?n7w-page=new7wonders-of-the-world>. Consulté le 11 mai 2016.

<http://rpp.pe/peru/actualidad/ollanta-humala-realizo-visita-a-localidad-de-cabalococha-en-loreto-noticia-443226>. Consulté le 22 juin 2015.

[https://www.opinion-internationale.com/2016/01/15/perou-la-gestion-du-patrimoine-culturel-en-question\\_39661.html](https://www.opinion-internationale.com/2016/01/15/perou-la-gestion-du-patrimoine-culturel-en-question_39661.html). Consulté le 12 mai 2016.

<http://hdr.undp.org/fr/composite/HDI>. Consulté le 11 juin 2016.

[http://www.undp.org/content/peru/es/home/operations/projects/poverty\\_reduction/programa-conjunto-industrias-creativas-inclusivas-.html](http://www.undp.org/content/peru/es/home/operations/projects/poverty_reduction/programa-conjunto-industrias-creativas-inclusivas-.html). Consulté le 28 décembre 2015.

<http://www.puchkaperu.com/>. Consulté le 30 décembre 2015.

<http://www.puchkaperu.com/index.php/tours/studio-visits-villages-and-sites-12-days-ayacuchohuamanga/>. Consulté le 30 décembre 2015.

<http://www.responsibletravelperu.com/en/experiences/49-2d-1n-unique-cultural-experience-in-amaru>. Consulté le 27 mars 2014.

<http://www.responsibletravelperu.com/en/experiences/118-fd-responsible-sacred-valley-tour>. Consulté le 27 mars 2014.

<http://www.responsibletravelperu.com/fr/pages/our-local-impacts>. Consulté le 27 mars 2014.

<http://www.responsibletravelperu.com/en/experiences/115-visit-to-an-andean-weaving-community>. Consulté le 27 mars 2014.

[http://www.solalpaca.com.pe/catalogue/cat/c/id/83/path/78\\_83/line/eco](http://www.solalpaca.com.pe/catalogue/cat/c/id/83/path/78_83/line/eco). Consulté le 2 mai 2015.

<http://sulcatextiles.com/index.php/galerias>. Consulté le 2 mai 2015.

<https://www.cusquena.com/telar>. Consulté le 10 novembre 2015.

<https://sites.google.com/site/marareq/textiles-andinos-peru-bibliografia-general>. Consulté le 25 octobre 2017.

<http://howtoperu.com/2010/07/22/classic-peru-itinerary-the-gringo-trail/>. Consulté le 6 mai 2016.

<http://lorenzoexpeditions.com/fr/inca-jungle-trail-4d3n.html>. Consulté le 6 mai 2016.

<https://threadsofperu.com/missionandmodel/>. Consulté le 3 octobre 2014.

<https://threadsofperu.com/>. Consulté le 3 octobre 2014.

<http://media.peru.info/impp/2014/Perfil-Turista-Extranjero/Lugar-Visitado/Tips-PTE-2014-Turista-que-visita-Cusco.pdf>. Consulté le 9 mai 2016.

<http://www.turismoruralcomunitario.com.pe/>. Consulté le 13 octobre 2017.

<https://mapcarta.com/Urubamba>. Consulté le 23 novembre 2017.

[http://www.unesco.org/culture/intangible-heritage/311ac\\_fr.htm](http://www.unesco.org/culture/intangible-heritage/311ac_fr.htm). Consulté le 22 décembre 2015.

<http://www.voixlibres.org/shop1/>. Consulté le 25 septembre 2014.

<http://valuationstudies.liu.se/default.asp>. Consulté le 4 novembre 2018.

<https://news.unil.ch/display?id=1520933042912>. Consulté le 4 novembre 2018.

<https://www.unige.ch/lettres/meslo/projets/other-modernities/home/>. Consulté le 19 mars 2019.

<http://www.cnrtl.fr/definition/précieux>. Consulté le 19 mars 2019.

# ANNEXES

## Lexique et acteur·e·s

En guise de glossaire et de récapitulatif, je propose ci-dessous une définition des termes employés dans le manuscrit, y compris des lieux et des événements traités dans les chapitres. Les termes sont cités en espagnol (esp.) ainsi qu'en quechua (q.), et ils sont parfois issus de l'anglais (ang.), ou élaborés en français (fr.).

Je cite ici également, dans une autre section, les principaux objets textiles mobilisés dans mon travail, ainsi qu'une description de mes principaux interlocutrices·eurs. Je ne mentionnerai donc que celles et ceux qui me paraissent important·e·s et apparaissent plus d'une fois. J'en ai ajouté également d'autres susceptibles d'être oublié·e·s au cours de la lecture. L'âge de certain·e·s est approximatif et correspond à celui qu'avaient mes interlocutrices·eurs au moment de ma recherche. Les informations données au présent sont celles que j'ai notées lors de mon étude entre 2014 et 2017. Les catégories de personnes (*comuneros*, *paqo*, etc.) sont classées dans une section à part (cf. termes génériques).

### Termes généraux, lieux et événements

**Apu** (q.) : divinité andine qui représente les esprits des montagnes.

**Animu** (q.) : « l'énergie vitale qui insuffle la vie » (Sillar 2012: 70). En espagnol, l'*animu* peut être associé à un « esprit » (*espíritu*), utilisé parfois comme synonyme (Cometti 2015: 176).

**Art-isanat** (fr.) : néologisme que j'ai créé, qui consiste à réunir dans une seule catégorie des objets ou des créations qualifiés d'« art » et/ou d'« artisanat »

**Boleto turístico** (esp.) : ticket donnant accès à plusieurs lieux d'intérêt touristique dans la région de Cusco, principalement des sites archéologiques et des musées. Pour plus d'information, cf. chap. 1.2.3.

**Centro artesanal** (esp.) : centre artisanal où l'on vend différents objets qualifiés d'artisansaux.

**Despacho** (esp.) : se traduit littéralement par « envoi ». Ce terme se réfère au « sachet cérémoniel contenant un ensemble d'objets qui composent l'offre aux divinités » (Cometti 2015: 25), par exemple aux *Apu* ou à la Pachamama (cf. *infra*). Voir aussi *pago a la Pachamama*.

**Fiestas del Cusco** : « Fêtes de Cusco », qui ont lieu tout au long du mois de juin, en hommage à la ville, et donnant quotidiennement lieu à toute une série d'activités tous les jours (elles débutent parfois dès la fin du mois de mai), dont l'une des principales est l'*Inti raymi* (cf. *infra*).

**Feria artesanal** (esp.) : « Foire artisanale » temporaire, qui se tient en semaine ou les weekends (surtout les dimanches), ou sur une période de temps limitée en lien avec un événement.

**Gringo** (esp.) : désigne l'étranger·e, dont l'archétype est l'états·unien·ne blanc, blond aux yeux clairs. Toutefois, cette appellation inclut tout·e étranger·r·e, qui répond à ces caractéristiques, à tel point que l'on peut même qualifier de *gringo* un·e Péruvien·ne. Le terme est parfois utilisé comme synonyme de « touriste » (cf. Voirol 2016: 42).

**Haciendas** : « [g]randes exploitation[s] rurale[s] [qui] reposent sur le travail servile » (Ariel de Vidas, 1996: 46).

**Inti Raymi** (q.) : peut être traduit par « Fête du soleil » (*Inti* = soleil ; *Raymi* = fête ou festivité). Ce terme se réfère plus spécifiquement à la célébration du solstice d'hiver (dans l'hémisphère sud),

représenté par une mise en scène théâtrale où l'on voit l'empereur Inca et d'autres personnages de l'époque incaïque.

**Montera** (esp.) : chapeaux circulaires et plats employés souvent par les *comuneras*. Les *comuneros* peuvent l'utiliser à l'occasion de certaines fêtes (par ex. carnivals), lors de danses.

**Museo Histórico regional** (esp.) : appelé aussi « *Casa Inka Garcilaso* » et situé dans le centre historique de la ville de Cusco, ce musée est consacré à l'archéologie et à l'histoire de la région de Cusco. Il possède aussi une collection de peintures de l'« école de Cusco » (*escuela del Cusco*) de caractère religieux.

**Museo Inka** (esp.) : musée consacré à l'histoire de Cusco, depuis l'époque préinca jusqu'aux Incas (l'accent est mis sur l'époque incaïque, bien que des éléments coloniaux soient aussi évoqués).

**Museo Machu Picchu** (esp.) : appelé aussi « Casa Concha », ce musée a été fondé au début du XXI<sup>ème</sup> siècle, suite au rapatriement des objets archéologiques depuis Yale (objets recueillis lors de la « découverte scientifique » de Hiram Bingam en 1911).

**Museo Máximo Laura** (esp.) : musée-galerie de l'artiste textile Máximo Laura, situé dans un premier temps à San Blas (cf. *infra*), puis dans la rue Santa Catalina, près de la *Plaza de Armas* (cf. *infra*).

**(Néo-)inca** (fr.) : terme emprunté à Molinié (2013 ; cf. aussi Galinié et Molinié 2006), que j'utilise entre parenthèses pour faire allusion aux personnes contemporaines qui, habillées comme à l'époque incaïque, s'auto-proclament Incas. La parenthèse rend crédit à cette auto-identification sans aucun préjugé sur la véracité (contrairement à Molinié (2013) et Galinié et Molinié 2006). Le terme englobe également la matérialité de confection contemporaine, notamment l'architecture, qui s'y réfère et s'entremêle aux murs et autres constructions de l'époque incaïque. Pour plus de détails, cf. l'introduction et le chap. 1.

**(Non-)touristes** (fr.) : néologisme que j'emploie pour me référer aux touristes (défini·e·s par la pratique touristique effectué sur place et à des moments précis, intermittent) qui réfutent leur statut de « touristes », utilisant parfois d'autres termes comme « voyageuses·eurs » ou « visiteuses·eurs ».

**Ojotas** (esp.) : sandales en caoutchouc employés très souvent par les *comuneros*.

**Pachamama** (q.) : divinité andine qui représente la mère-terre. Pour plus de détails, voir chap. 3.2.2.

**Pago a la Pachamama** (esp.) : synonyme de *despacho*. Le mot *pago*, ou « paiement », renvoie à l'idée d'offrande à la *Pachamama*, un contre-don en retour de ce qui est donné (par ex. une bonne récolte), une façon de payer une dette. Si le terme se réfère explicitement à la *Pachamama*, l'offrande concerne plus globalement des divinités comme les *Apu* (cf. *supra*), Jésus ou la Vierge.

**Parque de la Papa** (esp.) : se traduit littéralement par « Parc de la pomme de terre ». Il s'agit d'une aire de conservation du « patrimoine bio-culturel », notamment de la *papa nativa* (pomme de terre autochtone), regroupant cinq communautés andines du district de Písaq. Le Parc propose aussi un type de tourisme rural, l'agro-écotourisme, à travers lequel les touristes s'informent sur l'importance de ce tubercule dans les Andes.

**Plaza de Armas** (esp.) : se traduit littéralement par « Place d'armes ». Il s'agit de la place principale de la ville de Cusco, située au cœur de son centre historique.

**Plaza San Francisco** (esp.) : place de la ville de Cusco, entre le *mercado San Pedro* et la *Plaza de Armas*.

**Qoriqancha** (q.) : appelé aussi « temple du soleil » (référence au « *qori* » qui veut dire en quechua « or »). Il est devenu après la colonisation espagnole un couvent dominicain. Après le tremblement de terre de 1950, le lieu a bénéficié d'une revalorisation de son patrimoine incaïque.

**Qosqo** (q.) : se traduit par « nombril du monde », il s'agirait du nom donné à Cusco durant l'Empire inca, mais son origine fait l'objet de controverses (cf. Galinier et Molinié 2006: 195). Dans son emploi contemporain, il est réutilisé massivement depuis le gouvernement de Daniel Estrada, promu par un accord municipal datant du 23 juin 1990 (Galinier et Molinié 2006: 195).

**San Blas** (esp.) : quartier de la ville de Cusco possédant une place où se déroulent régulièrement des foires art-isanales.

**Santurantikuy** (q.) : foire de Noël qui a lieu tous les 24 décembre à la *Plaza de Armas*. Le nom fait référence aux saints. Elle est notamment représentée par l'image de l'enfant Jésus, ou *niño Manuelito* (vendue sous diverses formes et habits à cette occasion).

**Saqsaywaman** (q.) : forteresse d'origine inca située au-dessus de la ville de Cusco. Il s'agit désormais d'un lieu fortement fréquenté par les touristes (faisant partie du *boleto turístico*, cf. *supra*) et où se tient la célébration de l'*Inti Raymi* (cf. *supra*).

**Tawantinsuyo** (q.) : nom donné à l'Empire inca. Le terme peut être décomposé de la manière suivante : *-tawa* (quatre), *-ntin* (ensemble) et *-suyo* (parties). Ces quatre-parties-ensemble étaient circonscrites autour de Cusco – centre et capitale de l'Empire –, chacune comportant un nom spécifique : *Chinchansuyo* (nord), *Collasuyo* (sud), *Continsuyo* (ouest) et *Antisuyo* (est).

\*Pour les termes liés à l'activité textile, voir plus bas « objets textiles et éléments associés ».

### **Objets textiles et éléments associés**

**Alpacas** (esp.) : alpaga en français, camélidé sud-américain caractéristique des Andes.

**Aully** (q.) : ourdissage.

**Away** (q.) : terme qui signifie « tisser ». Les textiles *away* sont fabriqués à l'aide d'un métier à tisser manuel, soit le *telar de cintura* ou de *cuatro estacas* (cf. *infra*).

**Awayo** (esp.) : hispanisme du terme quechua *away*. Le terme fait référence à la production manuelle et industrielle (cf. *infra*, « textiles d'imitation industriels »)

**Baby alpaca** (ang.) : terme couramment employé par les vendeuses·eurs pour insister sur la finesse de la pièce commercialisée. Traduction en français : « bébé alapaga ».

**Bayeta** (esp.) : tissu rugueux uniforme issu d'un entrecroisement 1/1 entre la chaîne et la trame disposés sur le *telar* à pédales. Fabriqué à l'aide des fibres de mouton, il est en général filé manuellement.

**Cono** (esp.) : fait référence à des fils filés de manière industrielle, embobinés sur des cônes (d'où son nom).

**Chullo** (q.) : bonnets avec des oreillettes de chaque côté. Ils peuvent avoir des boutons ou des perles qui servent à les décorer.

**Ch'uspa** (q.) : petit sac utilisé fréquemment par les *comuneros* pour porter des feuilles de coca, de

l'argent, etc. (Callañaupa, 2007: 36). Aujourd'hui, il est aussi utilisé par la population urbaine.

**Chumpi** (q.) : ceinture utilisée notamment par les *comuneros* et les *comuneras* pour attacher respectivement les pantalons et les *polleras*. D'après Callañaupa (2007: 24), le *chumpi* peut également être utilisé pour emmailloter les enfants.

**Centro de textiles tradicionales del Cusco** (esp.) : association faitière qui se dit à but non lucratif. Fondée par Nilda Callañaupa, originaire de Chinchero, cette association rassemble dix communautés tisserandes de la région de Cusco (cf. note 18 in Filage) et se trouve majoritairement composée des *comuneras*.

**Démonstration textile** : se traduit par « démonstration textile », ce terme fait allusion à l'explication du processus textile à l'aide du métier à tisser (i.e. *telar de cintura*), de l'obtention de la fibre jusqu'au tissage. Cette démonstration est réalisée, auprès des touristes principalement, dans une logique pédagogique (expliquer en montrant) et commerciale (vendre la marchandise).

**Inkakunaq Ruwaynin** (q.) : association regroupant des tisserandes de quatre communautés andines. L'ONG CBC collabore avec cette association et lui offre un espace de vente dans un des hôtels que gère l'ONG.

**Kantiy** (q) : torsage effectué dans le sens inverse de celui du *puskay* (cf. *infra*).

**Kuna** : nom vraisemblablement tiré du suffixe *-kuna* en quechua. Ce nom se réfère à la marque de vêtements en fibre d'alpaga, élaborés par Incalpaca, industrie textile dont le siège se trouve dans la ville d'Arequipa au Pérou. Cette marque est commercialisée au Pérou et au Chili.

**Lana** (esp.) : « laine » en français. Elle fait référence à des fils synthétiques, souvent teints chimiquement.

**Lista** (esp.) : franges verticales entre la *pampa* et le *pallay* (cf. *infra*).

**Lliqlla** (q.) : habits féminins de forme rectangulaire utilisés par les femmes « paysannes » [*comuneras*] et *mestizas* (Ackerman 1996: 238-9). Ils sont souvent employés pour porter des enfants ou des choses. Occasionnellement, les hommes peuvent aussi l'utiliser pour transporter des objets. Selon les circonstances, les *lliqlla* peuvent servir à réaliser des cérémonies comme le *pago a la Pachamama* ou *despacho* (cf. *supra*).

**Lloqepaña** (q.): technique combinant des fils filés à gauche (*lloqe*) et à droite (*pañā*). Au tissage, cette combinaison donne l'impression d'être face à des écailles de poisson de par sa forme. Des *comuneros* affirment que le port d'une pièce tissée en *lloqepaña* permet de protéger la-porteuse-ur des esprits, d'autres évoquent encore des raisons pratiques et esthétiques. Pour en savoir plus cf. chap. 3.2.4.

**Ñawpa pallay** (q.) : motif ancien.

**Pampa** (esp./q.): littéralement « plaine ». Elle fait référence à la partie n'ayant pas de motifs.

**Pallay** (q.) : parties du tissu qui ont des motifs. Ce mot est aussi un verbe qui veut dire « recueillir », souvent utilisé dans l'agriculture.

**Puskay** (q.) : filer manuellement. *Puska* (quenouille en français) est l'outil employé à cet effet.

**Polleras** (esp.) : jupes fabriquées généralement de *bayeta* (cf. *supra*) et comportant parfois des broderies qui sont variables d'une communauté andine à une autre.

**Ponchos** (esp.) : de forme rectangulaire avec un trou au milieu pour introduire la tête, ces habits masculins se portent par dessus d'autres vêtements. Classiquement, il est élaboré à l'aide d'un métier à tisser en deux parties qui sont par la suite mises ensemble (Meisch 1996: 160), à l'image des *lliqllla* (cf. *supra*).

**Sol Alpaca** (esp.) : marque de vêtements en fibre d'alpaga, élaborés par le *Grupo Michell*, industrie textile dont le siège se trouve à la ville d'Arequipa, Pérou. Cette marque est vendue au Pérou, au Chili et en Australie.

**Textiles comuneros** (ma catégorie) : terme qui désigne différents textiles fabriqués à l'aide du métier à tisser, majoritairement élaborés par les tisserand·e·s *comuneros* (d'où le nom). Ces textiles peuvent être de type *away*, *telar* ou tricot (par ex. *de cinco palillos*).

**Textiles de confection vestimentaire** (ma catégorie) : pièces fabriquées de manière (semi-) industrielle telles que les gants, les bonnets, les pullovers, etc.

**Textiles d'imitation industriels** (ma catégorie) : pièces qui imitent esthétiquement les textiles *comuneros*, notamment de type *away*. La disposition des couleurs et l'iconographie ressemblent en effet à ceux que l'on retrouve chez les textiles *comuneros*. Aujourd'hui, il est possible de trouver des *lliqllla* ou ponchos fabriqués à l'aide de ces textiles.

**Textiles historiques** (ma catégorie) : tissus majoritairement d'origine préhispanique ou coloniale. Cette catégorie peut néanmoins inclure une production contemporaine qui reproduit ces tissus anciens.

**Trajes típicos** (esp.) : traduction littéraire pour « habits typiques », ce terme utilisé dans la région de Cusco se réfère à un ensemble d'habits employés par les *comuneros* principalement (ponchos, *lliqllla*, *polleras*, etc.).

**Tricot à cinco pallillos** (esp.) : technique qui consiste à utiliser cinq baguettes pour tricoter les *chullo* (cf. *supra*).

**Telar** (esp.) : abréviation employée pour se référer aux métiers à pédale qui permettent la reproduction des textiles élaborés avec le *telar de cintura*.

**Telar de cintura** (esp.) : métier à tisser manuel déployé sous forme diagonale. Le terme ceinture (*cintura*) fait allusion à la partie du corps utilisée pour donner la tension au métier.

**Telar de cuatro estacas** (esp.) : dit également (*tawa*)*takarupu* en quechua. Ce métier à quatre pieux (*cuatro estacas*) permet un tissage exécuté de forme horizontale, la tension étant assurée par les pieux.

**Topacu** (q.) : fabriquées à l'aide d'une technique de tapisserie, ces « figures géométriques, encadrées et alignées verticalement ou horizontalement » (Ariel de Vidas 1996: 25) caractérisent un style vestimentaire réservé à l'élite incaïque.

**Unkhuña** (q.) : pièce de textile rectangulaire qui peut être utilisée pour porter des éléments tels que des pommes de terres ou des feuilles de coca (Salas 2012: 222).

**Unku** (q.) : pièce masculine de couleur noire, rectangulaire et sans manche, tissée en *lloqepaña* (cf. *supra*).

**Q'aytu** (q.) : fils fabriqués manuellement à l'aide du *puskay* ou quenouille en utilisant des fibres naturelles (mouton et/ou alpaga principalement).

**Qenqoro** (q.) : nom de la prison masculine de Cusco, située dans le district de San Sebastián.

**Wachalla** (q.) : textile carré utilisé par les *comuneras* pour porter les feuilles de coca.

**Wallaqa** (q.) : sorte de *chuspa* (cf. *supra*) utilisé par les *comuneros* pour porter les feuilles de coca.

## Acteur·e·s humains

### Termes génériques

**Alpaqueros** (*alpaqueras* au féminin) (esp.) : éleveuses·eurs d'alpagas, très souvent des *comuneros*.

**Comuneros** (*comuneras* au féminin) (esp.) : personnes originaires des communautés andines.

**Paqo** (q.) : terme désignant les chamanes, qui englobe les catégories hiérarchiques d'*altomisayoq* et de *pampamisayoq*, les premier·e·s ayant un rang et un pouvoir plus important que les second·e·s. Ces *paqo* sont très souvent des hommes, bien qu'il soit possible de trouver des femmes.

**Ñusta** (q.) : image féminine associée à une princesse inca. Cependant, elle véhicule aujourd'hui un stéréotype de la femme cusquéenne avec un gilet rouge et une *pollera* noire, que l'on voit souvent lors de spectacles sur le « folklore » régional.

### Acteur·e·s spécifiques

**Adolfo** : jeune tisserand d'une vingtaine d'années, originaire de Chinchero et travaillant dans un des centres textiles de ce village. Il était également engagé en 2014 par la DRC-Cusco pour animer des ateliers (*capacitaciones*) auprès des tisserandes de Q'ero. Il se rendait sur place pour expliquer l'utilisation des teintures naturelles et la manière d'adapter la production textile à la demande du marché touristique. Je l'ai rencontré pour la première fois dans une clinique de la ville de Cusco où il m'a laissé son contact. Depuis mon départ, nous restons en contact via WhatsApp.

**Albi** : cf. *infra* Eli & Albi.

**Alfredo** : tisserand trentenaire de Chawaytire, que j'ai connu lors de mon travail de mémoire en 2008. Ancien membre et secrétaire du CTTC Chawaytire. Il occupe désormais diverses activités salariales, mais continue parfois à aider sa femme dans le tissage des pièces qui sont vendues, notamment lors de visites touristiques au centre textile du CTTC Chawaytire.

**Alipio** : *comunero* d'une soixantaine d'années qui habite à Hatun Q'ero. Je l'ai rencontré chez lui en 2015 la première fois, et nous sommes désormais compères suite au rite de passage (*premier corte de pelo*, « première coupe de cheveux ») de sa petite-fille, dont je suis devenu le parrain.

**Anna & Andrea** : couple italien ayant voyagé au Pérou en 2014. Je les ai rencontré·e·s car je connaissais Andrea lorsqu'il travaillait à Berne en 2008. C'est lui qui a pris contact avec moi pour que je leur donne des conseils sur le Pérou.

**André** : un des huit touristes français·e·s (d'une soixantaine d'années) avec qui je me suis rendu au *Parque de la Papa* et à Chinchero en octobre 2014.

**Antonio** : ami italien, ingénieur docteur à l'École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) (30 ans) m'ayant rendu visite au Pérou en 2014 (avec d'autres ami·e·s d'Europe). Je le connais depuis 2007, lorsque nous étions étudiants et habitions dans la même maison d'étudiant·e·s.

**Carmen** : tisserande d'une quarantaine d'années, originaire de Chinchero, qui travaille dans un des centres textiles de Chinchero. Je l'ai connue en 2014 lorsque je visitais les centres textiles de la zone.

**Clara** : amie suisse (30 ans), pasteur d'église m'ayant rendu visite au Pérou en 2014 (avec d'autres ami·e·s d'Europe). Je l'ai d'abord connue à l'Université de Lausanne (UNIL) lorsqu'elle étudiait la théologie en 2007.

**Delmy** : coordinatrice d'un des centres textiles de Chinchero, d'une quarantaine d'années, originaire du village, mariée et ayant des enfants. Je l'ai connue en 2017 lors de la visite du centre textile où elle m'a vendu un étui pour mon appareil photo (elle était seule dans le centre textile, les tisserandes étaient occupées dans une récolte communale où elle devait également se rendre plus tard).

**Edwin** : jeune commerçant d'une vingtaine d'années travaillant au *Centro artesanal San Francisco*. Je l'ai connu en octobre 2014 lors d'un meeting politique du parti *Kausachun Cusco* à la *Plaza Tupac Amaru*, parti qu'il soutenait (en particulier l'un des candidats).

**Elda** : jeune tisserande de Chinchero d'une vingtaine d'années travaillant dans un des centres textiles. C'est d'ailleurs là-bas que je l'ai rencontrée en 2014.

**Eli & Albi** : couple italien (respectivement institutrice de 31 ans et ingénieur de 29 ans) m'ayant rendu visite au Pérou en 2014 (avec d'autres ami·e·s d'Europe). Couple assez sensible aux questions de tourisme responsable et de commerce équitable. Je connais Albi depuis 2007 lorsque nous étions étudiants (et habitons dans la même maison d'étudiant·e·s), et Eli à travers lui.

**Fernando** : producteur et commerçant cusquéen qui, jusqu'en 2015, avait un magasin dans le *Centro Artesanal Cusco*, le plus grand de la ville. D'après les observations que j'ai pu mener sur son compte Facebook, il continue à fabriquer des objets variés qui sont pour la plupart des confections hybrides (cuir et textile), principalement des sacs à main, des chaussures et des baskets. Frère cadet d'Irene, il fournissait ses produits à sa sœur, à ses frères ainsi qu'à d'autres commerçant·e·s. J'ai été vendeur dans son magasin pendant trois semaines (avril 2014).

**Fredy** : d'une quarantaine d'années, originaire de Chinchero, il administre avec sa femme (ils figurent sur une carte de visite comme « coordinateurs ») l'un des centres textiles du village, où j'ai d'ailleurs fait sa connaissance en 2014.

**Gloria** : vendeuse de nourriture originaire de Chinchero, ne portant pas de *trajes típicos* le jour où je l'ai retrouvée en train de vendre du *nabo hawch'a* (plat typique de la région de Cusco), à l'intérieur d'un centre textile de Chinchero. Comme elle n'avait pas de *traje típico*, elle a été qualifiée, de manière péjorative, de *mestiza* (métisse) par Pio (cf. *infra*), un Cusquéen qui était ce jour-là dans le centre textile.

**Gloria Follana** : artiste-artisane de presque quatre-vingt ans, spécialisée dans la production du *Niño Manuelito*, savoir-faire hérité de son grand-père. Je l'ai connue en 2015 lors de la *Feria artesanal* (« foire artisanale ») qui a lieu à la *Plaza de San Blas* certains jours de la semaine et les week-ends.

**Guillermo** : Q'ero d'une vingtaine d'années que j'ai rencontré au théâtre municipal lors de l'événement « *Un día de Q'eros* » en septembre 2014.

**Hecton** : adolescent tisserand q'ero (16 ans), que j'ai connu à Hatun Q'ero en 2015, lors d'une excursion scolaire dans les montagnes. Depuis ce moment, nous échangeons des messages et nous nous sommes rencontrés à plusieurs reprises en ville. La dernière fois que nous nous sommes vus en 2017, il avait commencé un apprentissage pour devenir fabricant luthier (spécialisé dans la production des *charangos*, petite guitare).

**Heidi** : États-Unienne d'une trentaine d'années ayant travaillé dans l'ONG ANDES à Cusco en 2014. Je l'ai connue grâce à mes liens avec cette ONG.

**Irene** : commerçante cusquénienne d'une quarantaine d'années qui possède un magasin au *Centro Artisanal Inti Killa* à Cusco. Je l'ai connue par l'intermédiaire de Fernando, son petit frère. J'ai collaboré (deux semaines en mai 2014) avec elle, dans la vente de marchandises auprès de touristes, en particulier des étrangers, en leur parlant en anglais ou en français.

**José Luis Huillcaman** : vendeur d'une trentaine d'années, expert en textiles, ayant été sensibilisé à cette activité grâce à son père. Je l'ai connu au *Santirantikuy*, le 24 décembre 2014, où il vendait des textiles plus ou moins anciens. Il est un ami de longue date de la collectionneuse nord-américaine Rosie Barnes (cf. *infra*).

**Juliette** : cf. *infra* Timo & Juliette.

**July Godoy** : fonctionnaire de la municipalité de Písaq durant la période 2011-2014 (je n'ai pas pu la rencontrer personnellement, seulement via téléphone).

**Jury** : adolescent q'ero (15 ans) ayant migré à Cusco pour poursuivre sa scolarité secondaire. Je l'ai connu lorsqu'il nous (un ami anthropologue et moi) a accompagnés à Hatun Q'ero en 2015, en tant que guide local.

**Julia** : tisserande d'un des centres textiles de Chinchero, d'une quarantaine d'années, mariée et ayant des enfants. Je l'ai connue dans le centre textile lors d'une visite en 2014.

**Klaudia** : originaire de Chumbivilcas, d'une cinquantaine d'années. Elle habite désormais à Cusco et travaille pour le CBC, en tant que responsable des *martes campesinos* (« mardis paysans ») où l'on discute des problèmes qui touchent les *comuneros*. Je l'ai connue grâce à mon travail dans le magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* (août-septembre 2014), qui était à quelques pas de son bureau.

**Kris** : États-Unien que j'ai connu en 2014 en tant que volontaire à l'ONG ANDES. Il était de passage et allait continuer son voyage en Amérique latine, après son séjour au Pérou. Il se définissait comme non-touriste, voyageur, à l'instar d'autres collègues états-unien·ne·s qui travaillaient cette année-là pour ANDES.

**Lina** : collègue et amie anthropologue de l'Université de Lausanne, d'une trentaine d'années que j'ai connue au début de mon doctorat en 2013.

**Lorenzo** : *Paqo* q'ero d'une vingtaine d'années, que j'ai rencontré au théâtre municipal lors de l'événement « *Un día de Q'eros* » en septembre 2014. Il m'a fait une lecture médiumnique avec des feuilles de coca pour prédire mon futur.

**Lucio** : tisserand trentenaire de Chawaytire que j'ai connu lors de mon travail de mémoire en 2008. Ancien membre de l'association CTTC Chawaytire, il a commencé à produire des textiles *telar* pour son compte, à l'aide des métiers à pédales qu'il possède dans son jardin. Il commercialise ses textiles principalement dans la région de Cusco.

**Lurdes** : tisserande qui exposait et vendait ses textiles à l'intérieur d'un hôtel étoilé (Libertador). J'ai pu m'entretenir avec elle un jour d'octobre 2014 dans un bus qu'elle prenait pour s'y rendre (Chinchero-Cusco).

**Manon** : Française (30 ans) qui deviendra une amie, suite au voyage avec mes ami·e·s européens au Pérou en 2014. Elle est venue depuis le Canada avec Clara (cf. *supra*), grâce à qui j'ai fait sa connaissance.

**Margarita** : tisserande d'une vingtaine d'années, originaire de Chinchero, travaillant dans un des centres textiles de ce village. Je l'ai connue en 2014 dans celui-ci, au moment où elle faisait une

« démonstration textile » (cf. *supra*). Elle est d'ailleurs trilingue maîtrisant parfaitement l'anglais, l'espagnol et le quechua.

**Marco Aurelio** : cousin de 32 ans, originaire de Mollepata (Cusco). En tant qu'architecte, il travaille pour la municipalité d'Oropesa en 2014.

**Maria** : ancienne tisserande du CTTC à Chinchero de presque quarante ans, mariée, avec des enfants. Elle travaille désormais dans un autre centre textile, à Chinchero, où j'ai fait sa connaissance en 2014.

**Mario** : tisserand trentenaire de Chawaytire, que j'ai connu lors de mon travail de mémoire en 2008. J'ai habité chez lui et sa famille cette année-là quand il était membre et trésorier du CTTC Chawaytire. Il a aussi occupé la présidence de *T'ikarity*, association qui n'a pas pu concrétiser son ambition de développer un TRC dans la communauté.

**Máximo Laura** : artiste textile, né en 1959 et originaire d'Ayacucho, région connue pour le travail en tapisserie. Il qualifie son oeuvre d'« art textile contemporain », plusieurs tapisseries ayant obtenus des prix internationaux. Je l'ai connu dans son musée à San Blas (ville de Cusco) et collaboré avec lui lors d'expositions dans des musées de la ville de Cusco, et comme informateur et vendeur dans son musée (*Museo Máximo Laura*). Celui-ci se trouve désormais près de la *Plaza de Armas* (cf. *supra*).

**Naty** : gérante d'un des centres textiles de Chinchero, d'une quarantaine d'années. Je l'ai connue en 2014 et, chaque fois que je me rendais au centre, c'était elle qui prenait la parole et parlait au nom des toutes les tisserandes.

**Nicolas** : Q'ero (33 ans) travaillant dans le tourisme mystique. Je l'ai connu par l'intermédiaire d'un collègue anthropologue. Ce Q'ero nous a servi de guide, lors de la visite du *Parque de la Papa* avec mes ami·e·s européens.

**Nilda Callañaupa** : directrice du CTTC d'une cinquantaine d'années, elle a réalisé des études universitaires aux États-Unis et a reçu de l'aide externe pour la fondation du CTTC. Je la mentionne même si je n'ai pas pu m'entretenir directement avec elle, mais elle est citée par d'autres interlocutrices·eurs et auteur·e·s.

**Norma** : vendeuse d'une trentaine d'années du magasin de l'association tisserande *Inkakunaq Ruwaynin* dans la ville de Cusco. J'ai secondé son travail, en livrant des explications sur l'association et la production textile (processus, matériaux, iconographie, etc.), dans le cadre de mon étude et d'une collaboration avec le CBC, ONG qui travaille avec *Inkakunaq Ruwaynin*.

**Pavel** : ami proche de mon cousin Marco Aurelio, avec qui il a travaillé dans la municipalité d'Oropesa, située à une demi-heure de la ville de Cusco. Je l'ai connu en 2014, par l'intermédiaire de mon cousin.

**Pierre** : jeune touriste français (d'une vingtaine d'années), que j'ai rencontré dans un bar en 2014, voyageant avec sa sœur au Pérou.

**Pio** : Cusquénien d'une cinquantaine d'années, que j'ai rencontré dans un des centres textiles à Chinchero, en compagnie de son épouse. En tant que citoyen, il critique la manière de s'habiller de Gloria (cf. *supra*), une femme de Chinchero ne portant pas de *trajes típicos*.

**Rachel** : touriste anglaise d'une trentaine d'années, que j'ai rencontrée au magasin d'*Inkakunaq Ruwaynin* en 2014, au moment où elle achetait des textiles.

**Roel** : ami hollandais (33 ans), que j'ai connu tout au début de ma recherche dans un restaurant géré par deux amis suisses. Il s'était rendu trois fois au Pérou pour diverses raisons (bénévolat, travail

comme journaliste, et visite à son filleul à Cusco). Depuis 2014, nous gardons contact et j'ai pu apprendre par exemple qu'il effectuait un quatrième voyage au Pérou en 2017 dans un cadre spirituel (qualifié parfois de « tourisme mystique »).

**Rolando** : jeune q'ero (25 ans) mormon travaillant comme chamane avec les touristes, de même que son frère aîné Nicolas. J'ai fait sa connaissance lors de l'événement « *Un día de Q'eros* » au théâtre en septembre 2014. Tout comme Nicolas, il donne des conférences et réalise des ateliers sur la thématique du mysticisme andin, parfois en réalisant des *pagos* à la *Pachamama*.

**Rosa** : tisserande de Chinchero d'une quarantaine d'années qui nous a hébergé (le groupe des touristes français·e·s et moi) lors d'une nuitée à Chinchero en octobre 2014. Elle nous a fait une « démonstration textile » (cf. *supra*) chez elle avec sa mère.

**Rosa Chihuantito** : Cusquénienne responsable des ventes des articles de la prison de Cusco produits par les prisonniers. Je l'ai rencontrée à plusieurs reprises lors des foires organisées à la *Plaza San Francisco* en 2014 pour la commercialisation des produits de la prison ainsi que lors de visites au magasin de l'ORSO-INPE Cusco où l'on peut acheter directement la marchandise.

**Rosie Barnes** : collectionneuse états-unienne passionnée des textiles des Andes. Elle a monté l'exposition sur le bonnet « *Chullo identidad que se está perdiendo* », où j'ai fait sa connaissance en décembre 2014. Je l'ai retrouvée en 2017 dans un magasin (propriétaire) où elle vend des textiles andins, notamment fabriqués dans les communautés andines de Cusco et de Puno, ainsi que d'autres originaires de la Bolivie.

**Roy** : un des conducteurs de taxi avec qui j'ai parlé, motivé notamment par le fait qu'il avait quelque chose en lien avec mon objet d'étude (dans son cas un *chullo* miniature). Cet acteur est représentatif de beaucoup d'autres conducteurs de taxi qui décoraient leur voiture avec des textiles andins, souvent avec ce type de miniatures.

**Santos** : *Paqo* q'ero d'une trentaine d'années, que j'ai connu à Hatun Q'ero en 2015 lors d'un voyage de terrain avec un ami anthropologue. Il nous a fait une cérémonie de *despacho* (cf. *supra*) chez lui.

**Stéphane** : « (non-)touriste » (cf. *supra*) français, agronome de profession et soucieux de l'environnement. Il faisait un tour du monde, particulièrement en Amérique latine en 2014. Je l'ai repéré dans un bar-discothèque lorsqu'il portait un poncho, ce qui m'a poussé à l'interviewer.

**Thania** : jeune tisserande de Chinchero d'une vingtaine d'années, travaillant dans un des centres textiles du village de Chinchero, où j'ai fait sa connaissance en 2014. Elle finance ses études grâce à son travail dans le centre textile.

**Timo & Juliette** : couple français d'ingénieurs m'ayant rendu visite au Pérou en 2014 (avec d'autres ami·e·s d'Europe). Je connais le couple depuis 2007 par l'intermédiaire d'Albi (un très bon ami du couple, cf. *supra*), lorsque nous habitons dans la même maison d'étudiant·e·s. Juliette est la seule du groupe d'ami·e·s qui était déjà venue au Pérou. Timo représente bien le type de « (non-)touriste » (cf. *supra*), cherchant des alternatives en dehors des sentiers battus.

**Wilfredo** : tisserand de Chawaytire, que j'ai connu en 2008 lorsqu'il était adolescent (16 ans). C'est grâce à lui que j'ai pu accéder à la communauté en 2008 et effectuer mon investigation à Chawaytire. Selon lui, il était le premier enfant de l'école textile du CTTC Chawaytire. J'ai pu le rencontrer à Lima en 2015, lorsqu'il travaillait dans un restaurant de la capitale.

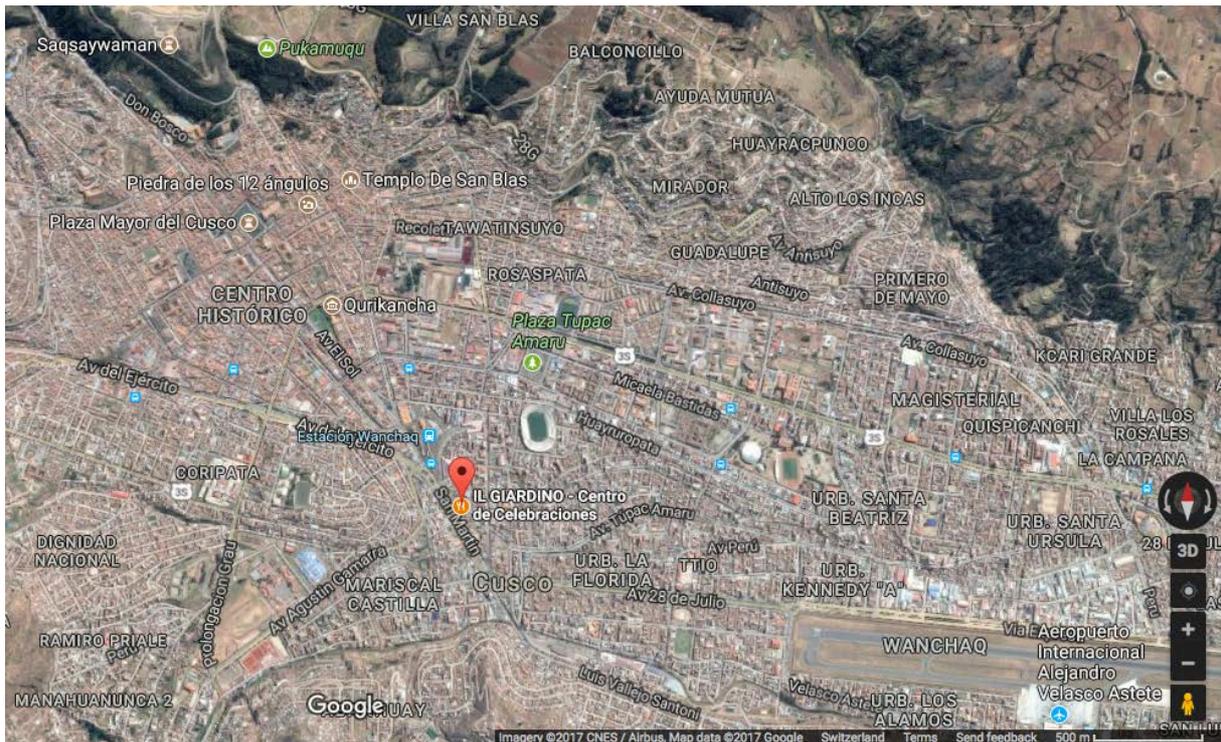
**Xexu** : ami espagnol (28 ans). Il est ingénieur et m'a rendu visite au Pérou en 2014 (avec d'autres ami·e·s d'Europe). Je l'ai connu dans la maison d'étudiant·e·s en 2007, notamment par intermédiaire d'Albi (cf. *supra*).

## Photographies et illustrations

Les annexes comportent des figures, des tableaux, des graphiques et des photographies cités dans la thèse. Elles incluent, parfois comme compléments, d'autres éléments non cités faisant toutefois référence au manuscrit. Cités ou non, tous ces éléments apparaissent dans l'ordre des chapitres.

## FILAGE

Figure A. 1 : Carte de la ville de Cusco (complément au fig. 2)



Source : Image prise sur Google. Le point rouge indique ma maison en ville. À noter que la *Plaza Mayor Mayor del Cusco* est aussi le nom donné à la *Plaza de Armas* (appellation utilisée plus couramment).

Photo A. 1 : Centres artisanaux



Photographie de l'auteur (10.03.14) prise de l'extérieur. Il s'agit du plus grand centre artisanal de la ville (cité dans les cartes, Internet et guides de voyage). À l'intérieur se trouvent de nombreux magasins et marchandises.

## CHAPITRE 1

### Données socio-démographiques (chap. 1.1.2)

Tableau A.1: Données démographiques par province et par district de la région cusquéenne

	Population totale*	Population urbaine*	Population rurale*	Km <sup>2</sup> (% de la région)*	Hab/Km <sup>2</sup> *
<b>Région de Cusco</b>	<b>1'171'403***</b> H 584,868 F 586,535	<b>644'684</b> H 315,677 F 329,007	<b>526'719</b> H 269,191 F 257,528	71'986.5 (100%)	16.27
<b>Province de Cusco</b>	<b>367,791***</b> H 177,553 F 190,238	<b>351,780</b> H 169,496 F 182,284	<b>16,011</b> H 8,057 F 7,954	617 (0.9%)	22.97
District de Cusco	<b>108'798</b> H 52,411 F 56,387	<b>106'400</b> H 51,183 F 55,217	<b>2'398</b> H 1,228 F 1,170		
<b>Province de Calca</b>	<b>65,407</b> H 32,940 F 32,467	<b>23,117</b> H 11,446 F 11,671	<b>42,290</b> H 21,494 F 20,796	4'414.5 (6.1%)	14.82
District de Písaq	<b>9,440</b> H 4,718 F 4,722	<b>3,422</b> H 1,730 F 1,692	<b>6,018</b> H 2,988 F 3,030		
<b>Province d'Urubamba</b>	<b>56,685</b> H 28,869 F 27,816	<b>27,731</b> H 14,071 F 13,660	<b>28,954</b> H 14,798 F 14,156	1'439.4 (2.0%)	42.01
District de	<b>9,422</b>	<b>2,664</b>	<b>6,758</b>		

Chincheró	H 4,628 F 4,794	H 1,290 F 1,374	H 3,338 F 3,420		
<b>Province de Paucartambo</b>	<b>45,877</b> H 23,105 F 22,772	<b>8,511</b> H 4,235 F 4,276	<b>37,366</b> H 18,870 F 18,496	6'295 (8.7%)	7.29
Nation Q'ero**	2'197	-	-		
Hatun Q'ero**	882	-	-	714.37	7.814

Sources : \*INEI (tiré du site <http://censos.inei.gob.pe/cpv2007/tabulados/#>)

\*\*Données délivrées par Cometti (2014: 110) (cf. détails dans le tableau des annexes).

\*\*\* Selon les estimations, la population de la région cusquéenne et celle de la province de Cusco atteignent respectivement 1'331'758 et 450'095 personnes (<https://www.inei.gob.pe/>; consulté le 20.11.14).

H = Hommes | F = Femmes

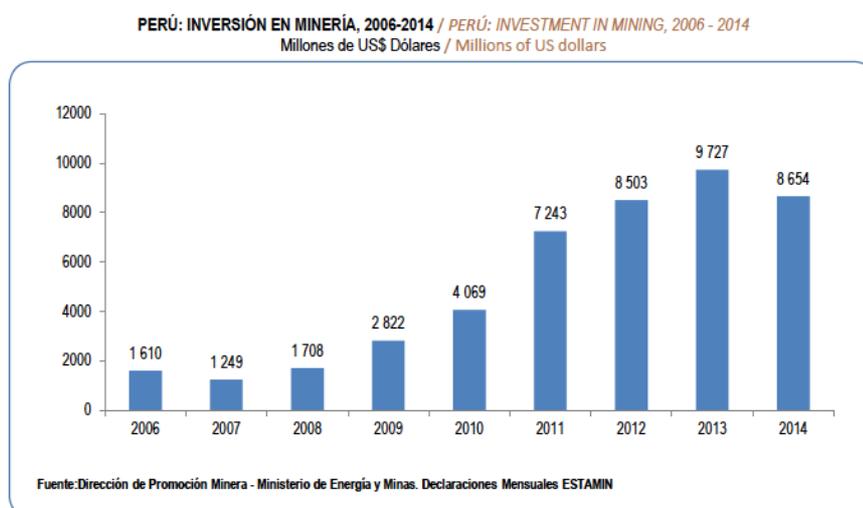
**Tableau A.2: Données démographiques de la Nation Q'ero**

Communauté	N <sup>o</sup> de familles	Km <sup>2</sup>	Population	Hab/ Km <sup>2</sup>	Pourcentage
Hatun Q'ero	147	171	882	5.16	40%
Q'ero Totorani	48	15.77	288	18.26	13%
Japu	65	342.5	325	1	15%
Quico	58	155	324	2.09	15%
Marcachea	57	30.10	378	12.56	17%
<b>TOTAL:</b>	<b>375</b>	<b>714.37</b>	<b>2197</b>	<b>7.814</b>	<b>100%</b>

Source : élaboré par Cometti (2014 : 110) d'après les données de l'INC (2005 : 25-27). L'INC (*Instituto Nacional de Cultura*) est l'ancienne appellation du DRC-Cusco.

### Activité minière au Pérou (chap. 1.1.4)

**Graphique A.1 : Inversion minière 2006-2014 (en USD)**



Source : INEI (2015: 71)

**Tableau A.3 : Production minière 2006-2014 (en FMT ou en oz f)**

**PERÚ: PRODUCCIÓN MINERA, 2012 - 2016 /**  
**PERU: MINING PRODUCTION, 2012 - 2016**  
 Contenido fino (en miles) / *Fine content (in thousands)*

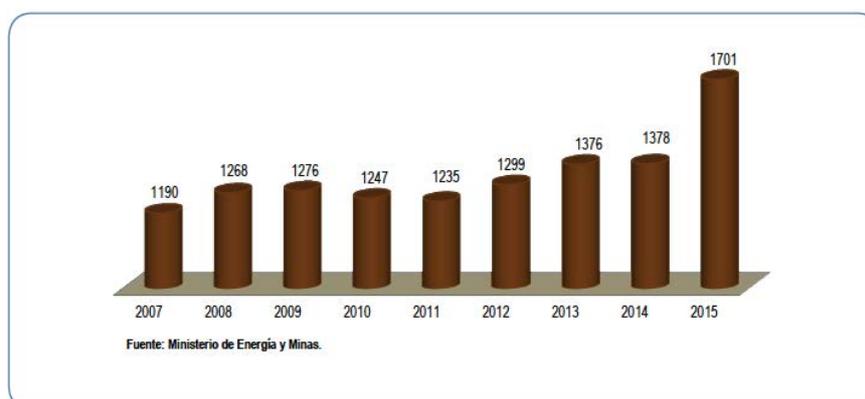
Mineral / Mineral	2012	2013	2014	2015 P/	2016 P*	Variación %/ Change % 2016/2015*
Cobre (t f) / Copper (FMT)	1 299	1 376	1 378	1 701	1 324	47,7
Zinc (t f) / Zinc (FMT)	1 281	1 351	1 315	1 421	737	-9,2
Oro (oz f) / Gold (f oz)	5 194	5 024	4 504	4 720	2 875	6,2
Plata (oz f) / Silver (f oz)	111 912	118 214	121 148	131 868	81 178	12,8
Plomo (t f) / Lead (FMT)	249	266	277	316	183	2,6
Hierro (t f) / Iron (FMT)	6 685	6 681	7 193	7 321	4 836	-0,3
Estaño (t f) / Tin (FMT)	26	24	23	20	11	-4,7
Molibdeno (t f) / Molybdenum (FMT)	17	18	17	20	15	26,4

t f = Tonelada métrica fina. / FMT = Fine Metric Tonne  
 oz f = Onza fina. / f oz = Fine Ounce.  
 \* Acumulado enero-julio / Accumulated January - July.  
 Fuente: Ministerio de Energía y Minas.

Source : INEI (2016b: 73)

**Graphique A.2 : Production de 2006-2014 (en FMT)**

**PERÚ: PRODUCCIÓN DE COBRE, 2007 - 2015 /**  
**PERU: COPPER PRODUCTION, 2007 - 2015**  
 Miles de toneladas métricas finas / *Thousands of fine metric tonnes*

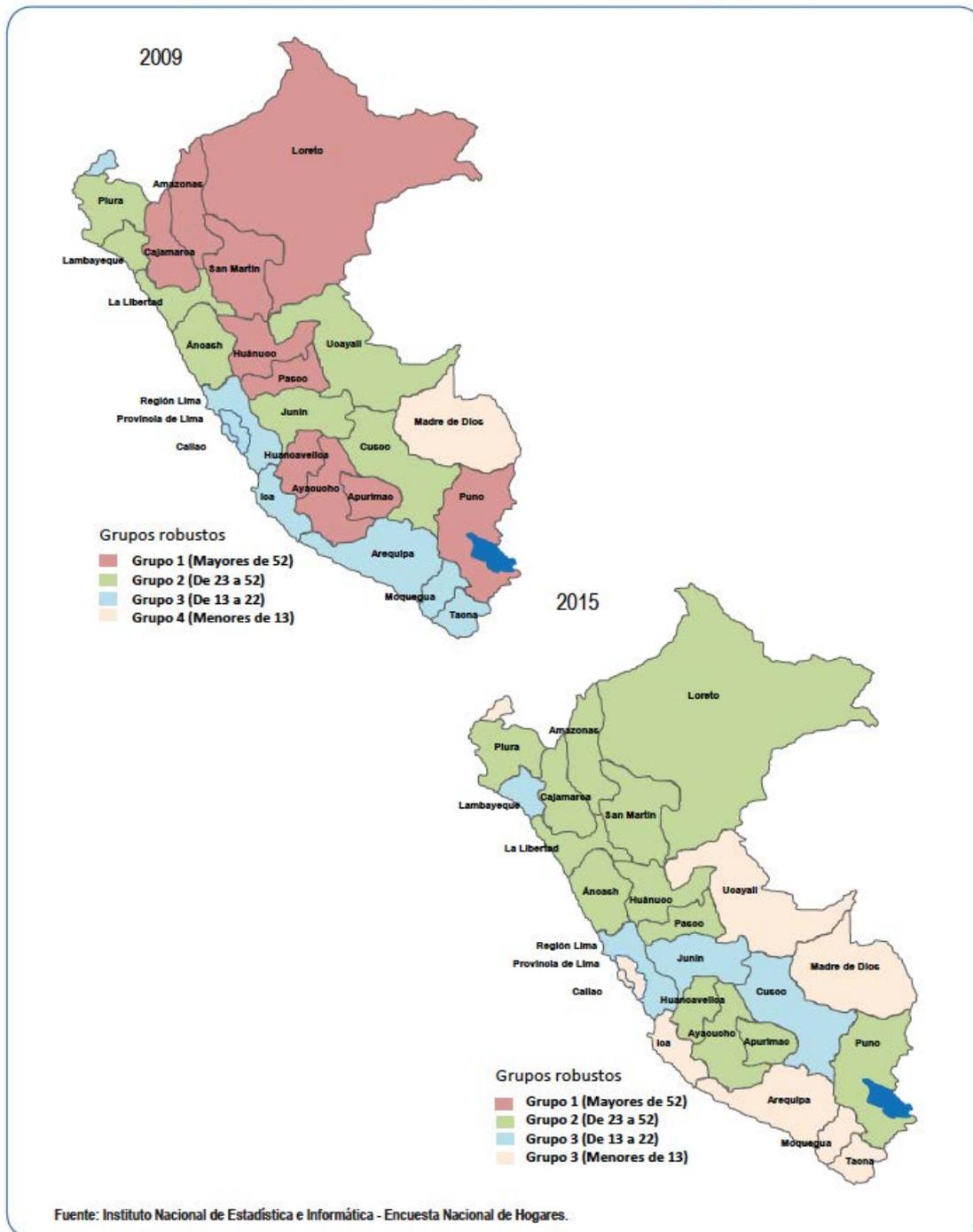


Source : INEI (2016b : 73).

## Evolution de la pauvreté au Pérou (chap. 1.1.5)

Figure A.2 : Carte de la pauvreté au Pérou (2009 et 2015)

PERÚ: GRUPOS DE DEPARTAMENTOS CON TASA DE POBREZA MONETARIA ESTADISTICAMENTE SEMEJANTES, 2009 Y 2015 /  
 PERU: REGION GROUPS WITH SIMILAR MONETARY POVERTY RATE, 2009 Y 2015



Source : INEI (2016b : 18). Selon le critère de pauvreté monétaire.

### Graphique A.3 : Besoins fondamentaux non satisfaits (2004-2015)

PERÚ: POBLACIÓN CON AL MENOS UNA NECESIDAD BÁSICA INSATISFECHA, 2004 - 2015 /  
 PERU: POPULATION WITH AT LEAST ONE UNSATISFIED BASIC NEED, 2004 - 2015  
 (Porcentaje) / (Percentage)



Source : INEI (2016b : 19).

### Tableau A.4 : Besoins fondamentaux non satisfaits selon le lieu de résidence et la région géographique (2007-2015)

PERÚ: POBLACIÓN CON AL MENOS UNA NECESIDAD BÁSICA INSATISFECHA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2007 - 2015 /  
 PERU: POPULATION WITH AT LEAST ONE UNSATISFIED BASIC NEED BY GEOGRAPHICAL AREA, 2007 - 2015  
 (Porcentaje) / (Percentage)

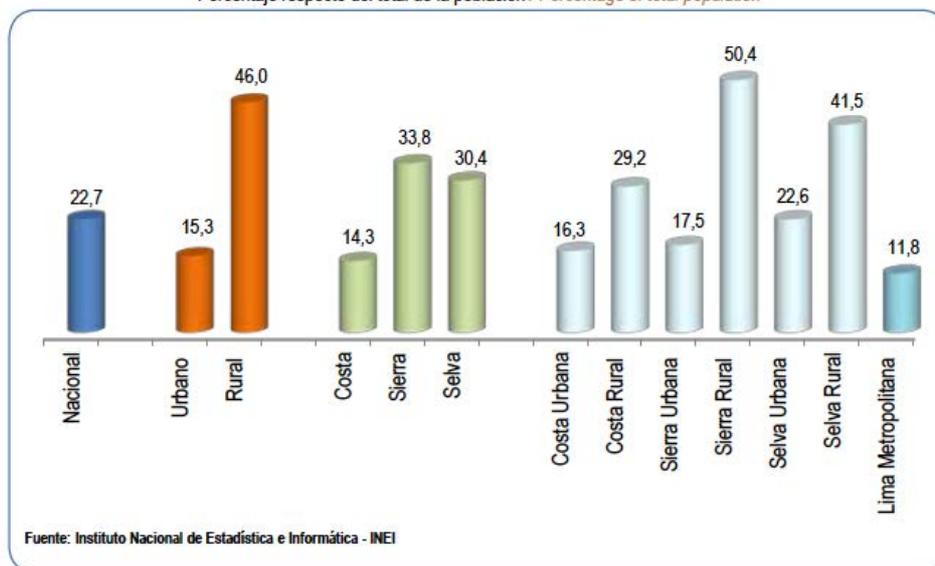
Ámbito Geográfico / Geographical area	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total / Total</b>	<b>30,3</b>	<b>28,9</b>	<b>26,8</b>	<b>23,9</b>	<b>23,3</b>	<b>21,6</b>	<b>20,3</b>	<b>19,7</b>	<b>19,4</b>
<b>Área de residencia / Area of residence</b>									
Urbana / Urban	19,1	19,5	18,5	15,8	15,8	14,4	14,0	13,9	13,7
Rural / Rural	59,1	53,5	49,6	46,5	44,9	43,0	39,7	37,9	37,7
<b>Región natural / Natural region</b>									
Costa / Coast	16,4	17,5	16,5	14,0	14,5	12,9	12,1	12,0	11,3
Sierra / Mountain	41,9	36,5	32,5	28,8	27,4	26,0	23,6	22,4	22,6
Selva / Jungle	57,3	56,0	55,0	52,5	49,6	46,9	46,2	45,7	45,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Source : INEI (2016b: 19).

## Graphique A.4 : Pauvreté selon les régions géographiques

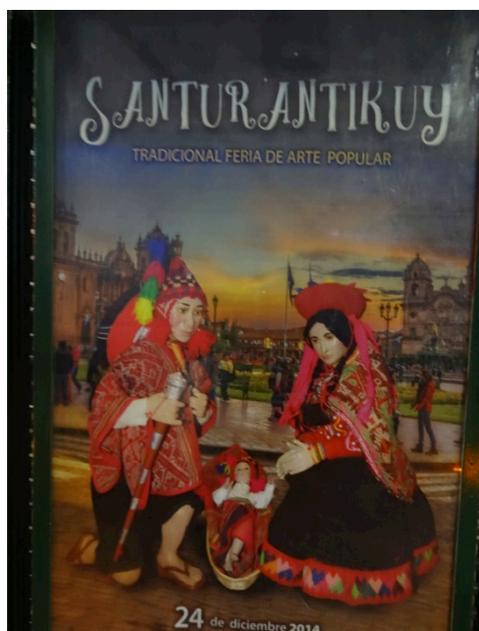
PERÚ: INCIDENCIA DE LA POBREZA TOTAL, SEGÚN ÁMBITOS GEOGRÁFICOS, 2014 /  
 PERU: TOTAL POVERTY RATE BY GEOGRAPHIC AREAS, 2014  
 Porcentaje respecto del total de la población / Percentage of total population



Source : INEI (2015: 17). À noter que les communautés andines de Cusco se trouvent dans la catégorie géographique « *Sierra Rural* ». Le terme « *sierra* » est employé couramment au Pérou pour désigner la région andine.

### Santurantikuy (cité in chap. 1.1.7 ; cf. aussi chap. 2 et chap. 4.3.6)

#### Photo A.2 : « Foire traditionnelle d'art populaire »



Photographie de l'auteur (décembre 2014).

L'affiche publicitaire de 2014 montre une crèche de Noël. Joseph apparaît comme un *varayoq* vêtu d'un poncho et coiffé d'un *chullo*. Marie, elle, est coiffée d'une *montera* et porte une *lliqlla* sur le dos, un gilet et une *pollera*. L'enfant Jésus est coiffé d'un *chullo* et enveloppé dans une *lliqlla*. L'image évoque l'usage de *trajes típicos* par les *comuneros*.

La scène se situe à la *Plaza de Armas*, endroit où chaque 24 décembre a lieu ce marché de Noël. Ces personnages sont vraisemblablement des pièces artisanales (poupées miniatures) que l'on peut acheter dans ce marché. À noter l'appellation d'« art populaire » (*arte popular*), employée pour qualifier les productions commercialisées au *Santurantikuy*.

**Photo A.3 : « Crèche de Noël andine » (*pesebre andino*)**



Photographie de l'auteur (24.12.14).

Cette représentation de la naissance de Jésus met en scène la venue des trois Rois mages. Joseph et Marie portent des *trajes típicos*, en particulier un poncho, un *chullo* et une *lliqlla* (travail en céramique et plâtre). Ces personnages sont de taille moyenne (un mètre de hauteur environ). À noter les textiles d'imitation industriels qui ornent ces pièces.

**Photo A.4 : Le *Niño Manuelito***



Photographie de l'auteur (24.12.14).

L'enfant Jésus (plus connu localement comme *Niño Manuelito*) est l'un des personnages emblématiques de la foire de Noël. Il est représenté sous diverses formes, dont celle-ci où il porte des *trajes típicos*, comprenant un *chullo* avec des fausses perles et pompons (bonnet miniature). À noter les autres enfants, à côté de différentes tailles et vêtus de diverses manières.

**Photo A.5 : Représentation des *comuneras* avec leurs *trajes típicos***

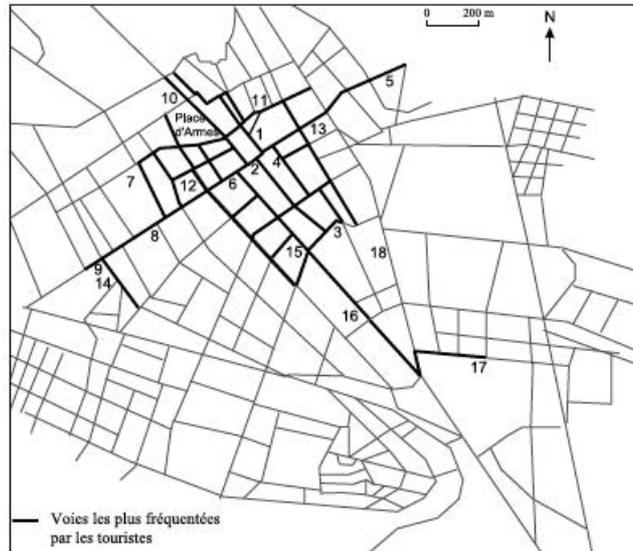


Photographie de l'auteur (24.12.14).

De la taille d'une feuille de papier A4, ces créations représentent des *comuneras* avec des *trajes típicos*. Ces dernières sont fabriquées avec des bouts de tissus coupés de sorte à représenter la silhouette des femmes et les parties de leurs vêtements (chapeau, *lliqla* et *pollera*).

## Tourisme à Cusco (chap. 1.2)

**Figure A.3 : Carte des espaces les plus susceptibles d'être fréquentés par les touristes dans la ville de Cusco**



### Sites

1. Cathédrale
2. Église de la Compania
3. Couvent Santo Domingo et Coricancha
4. Couvent de Santa Catalina
5. Église de San Blas
6. Église et couvent de la Merced.
7. Église et couvent de San Francisco
8. Église de Santa Clara
9. Église de San Pedro
10. Église de Santa Teresa
11. Musée archéologique
12. Musée régional
13. Musée d'Art religieux
14. Gare de Machu Picchu
15. Téléphone
16. Poste
17. Gare de Puno
18. Bus pour la vallée Sacrée des Incas

### Principales caractéristiques

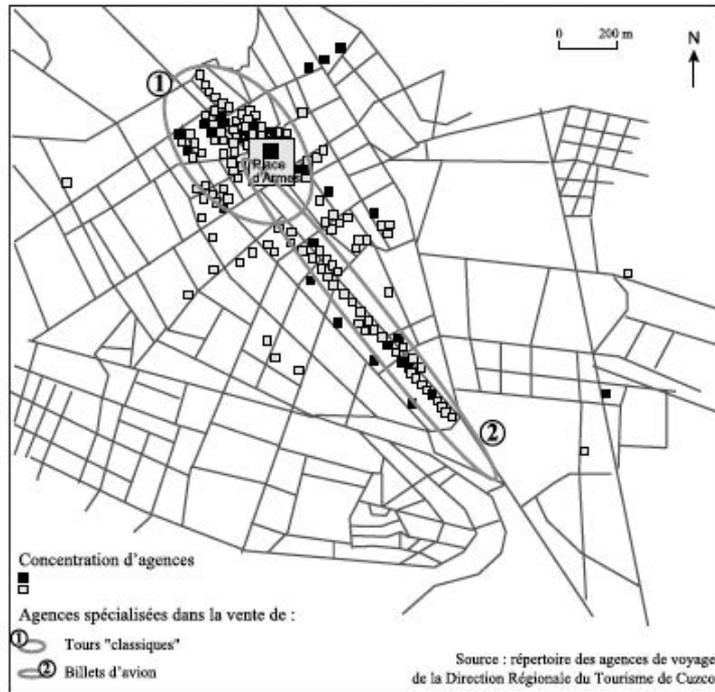
Édifice religieux, période coloniale. Terminée au XVII<sup>e</sup> siècle.  
Édifiée sur le site d'un palais inca. Reconstituée au XVII<sup>e</sup> siècle.  
Couvent de dominicains édifié sur le temple du Soleil.  
Reconstitué au XVII<sup>e</sup> siècle et restauré après 1950.  
Reconstitué au XVII<sup>e</sup> siècle. Aujourd'hui musée d'Art religieux.  
Fondée en 1562. Renferme une chaire en bois sculpté du XVII<sup>e</sup> siècle.  
Reconstitué au XVII<sup>e</sup> siècle. Son cloître serait l'un des plus beaux du Pérou.  
Du XVI<sup>e</sup> siècle. Abrite de nombreux tableaux.  
Faisait partie d'un couvent. Renferme un retable doré.  
Fin XVI<sup>e</sup> siècle. Façade baroque.  
Érigée à la fin du XVII<sup>e</sup> siècle. Elle fait partie d'un couvent.  
Situé dans un ancien palais du XVII<sup>e</sup> siècle, présente des collections pré-incas et incas.  
Présente des peintures de l'école Cuzquénienne et des vestiges précolombiens.  
Édifié sur le site d'un palais inca, renferme surtout des peintures de l'école Cuzquénienne.

Source : Figure 2 in Raymond (2001: 134).

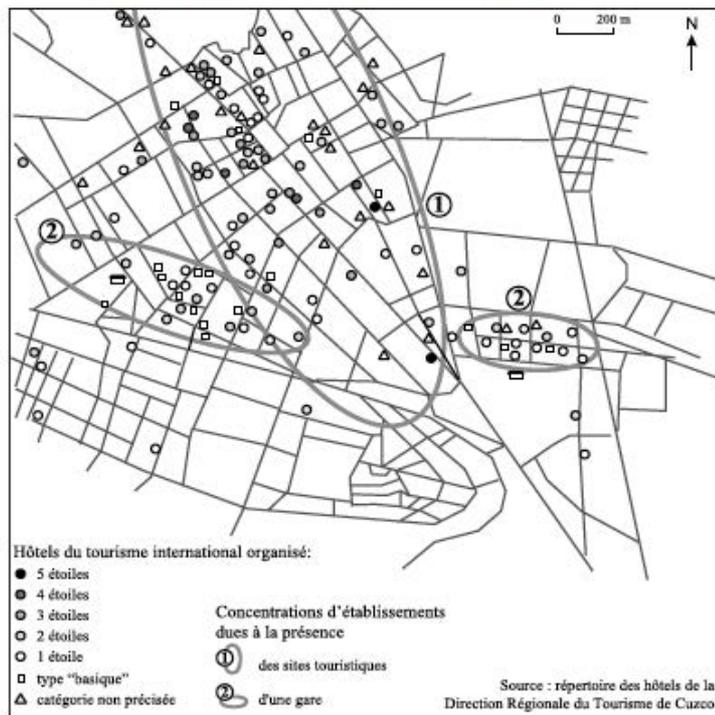
À noter que la gare de Machu Picchu ne se situe plus en ville. Cependant, en face de l'ancienne gare se trouve le *Mercado San Pedro* qui, lui, est désormais un lieu fortement fréquenté par les touristes.

Dans cette carte, il faut ajouter les centres artisanaux (*centros artesanales*) et les divers magasins qui se trouvent dans le centre historique.

**Figure A.4 : Carte des agences de voyage et des établissements d'hébergement de la ville de Cusco**



**FIGURE 4 : LES ÉTABLISSEMENTS D'HÉBERGEMENTS DE CUZCO**



Source : DIRCETUR-Cusco. Figures 3 et 4 apparues in Raymond (2001: 135).

**Tableau A.5 : Arrivée des visiteuses·eurs selon l'aire géographique et le pays d'origine 2007-2011 (en millier de personnes)**

**INGRESO DE VISITANTES EXTRANJEROS, SEGÚN ZONA GEOGRÁFICA Y PAÍS DE PROCEDENCIA, 2007 - 2011**  
**NUMBER OF FOREIGN VISITORS BY COUNTRY OF AREA OF ORIGIN, 2007 - 2011**  
 Miles de Personas / Thousands of people

Pais de Procedencia	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 P/	2014 P/
<b>Total</b>	<b>2 221 725</b>	<b>2 451 436</b>	<b>2 547 496</b>	<b>2 787 577</b>	<b>3 222 927</b>	<b>3 487 346</b>	<b>3 890 298</b>	<b>3 893 175</b>
<b>Norteamérica</b>	<b>364 586</b>	<b>429 089</b>	<b>409 731</b>	<b>414 378</b>	<b>418 984</b>	<b>459 413</b>	<b>525 969</b>	<b>565 486</b>
Estados Unidos de América	321 705	380 905	357 119	355 599	344 763	379 785	435 829	464 949
México	24 666	26 685	29 601	36 930	51 333	58 357	67 740	77 410
Canadá	18 215	21 499	23 011	21 849	22 888	21 271	22 400	23 127
<b>Centroamérica</b>	<b>67 671</b>	<b>86 095</b>	<b>100 401</b>	<b>113 558</b>	<b>130 712</b>	<b>138 654</b>	<b>162 817</b>	<b>155 751</b>
Panamá	34 225	45 381	57 008	68 415	75 979	78 111	109 541	100 916
El Salvador	21 024	22 428	21 090	20 939	25 449	28 326	30 789	34 090
Costa Rica	11 328	16 146	18 698	19 791	20 691	23 062	13 944	11 087
Cuba	352	271	1 370	1 890	3 044	4 540	4 699	5 120
República Dominicana	178	360	1 203	2 039	4 727	4 028	3 312	4 253
Otros	564	1 509	1 032	484	822	587	532	285
<b>Sudamérica</b>	<b>1 611 929</b>	<b>1 719 727</b>	<b>1 815 092</b>	<b>2 026 546</b>	<b>2 403 948</b>	<b>2 590 766</b>	<b>2 907 913</b>	<b>2 866 049</b>
Chile	1 047 857	1 039 982	1 064 833	1 234 973	1 519 746	1 621 479	1 782 227	1 777 170
Ecuador	171 853	204 257	200 599	229 096	249 184	273 131	320 052	355 303
Bolivia	162 085	182 997	187 234	188 147	192 113	225 054	241 452	253 123
Brasil	50 398	69 679	97 093	102 582	139 016	153 521	178 239	176 550
Colombia	65 105	91 401	114 898	120 297	131 741	145 007	165 165	158 985
Argentina	74 654	84 773	103 833	105 367	119 211	108 898	113 968	106 838
Otros	39 977	46 638	46 602	46 074	52 937	63 676	106 810	38 080
<b>Europa</b>	<b>169 254</b>	<b>209 762</b>	<b>218 191</b>	<b>228 955</b>	<b>267 302</b>	<b>294 440</b>	<b>287 880</b>	<b>299 293</b>
España	100 791	126 384	142 248	158 738	162 337	169 343	162 461	167 369
Holanda	61 559	79 141	73 012	65 796	74 177	75 397	82 503	88 313
Francia	1 465	864	743	1 057	27 626	46 727	40 920	41 904
Alemania	1 325	626	513	758	566	594	506	360
Italia	769	655	550	821	752	656	372	342
Otros	3 345	2 092	1 125	1 785	1 844	1 723	1 118	1 005
<b>Asia</b>	<b>1 554</b>	<b>1 032</b>	<b>524</b>	<b>635</b>	<b>723</b>	<b>797</b>	<b>573</b>	<b>453</b>
Otros	465	620	360	473	524	590	384	303
Japón	1 089	412	164	162	199	207	189	150
<b>África</b>	<b>81</b>	<b>19</b>	<b>27</b>	<b>88</b>	<b>95</b>	<b>79</b>	<b>40</b>	<b>63</b>
Sudáfrica	34	5	6	27	27	6	14	6
Egipto	5	1	2	3	3	4	-	2
Otros	42	13	19	58	65	69	26	55
<b>Oceania</b>	<b>425</b>	<b>167</b>	<b>154</b>	<b>136</b>	<b>133</b>	<b>184</b>	<b>222</b>	<b>132</b>
Australia	381	153	143	113	123	159	185	113
Nueva Zelanda	32	13	10	23	10	24	16	19
Otros	12	1	1	-	-	1	21	-
<b>Otros 1/</b>	<b>6 225</b>	<b>5 545</b>	<b>3 376</b>	<b>3 281</b>	<b>1 030</b>	<b>3 013</b>	<b>4 884</b>	<b>5 948</b>

En el 2010, las cifras han sido revisadas con información de los partes diarios de Control Migratorio de Lima y Provincias.

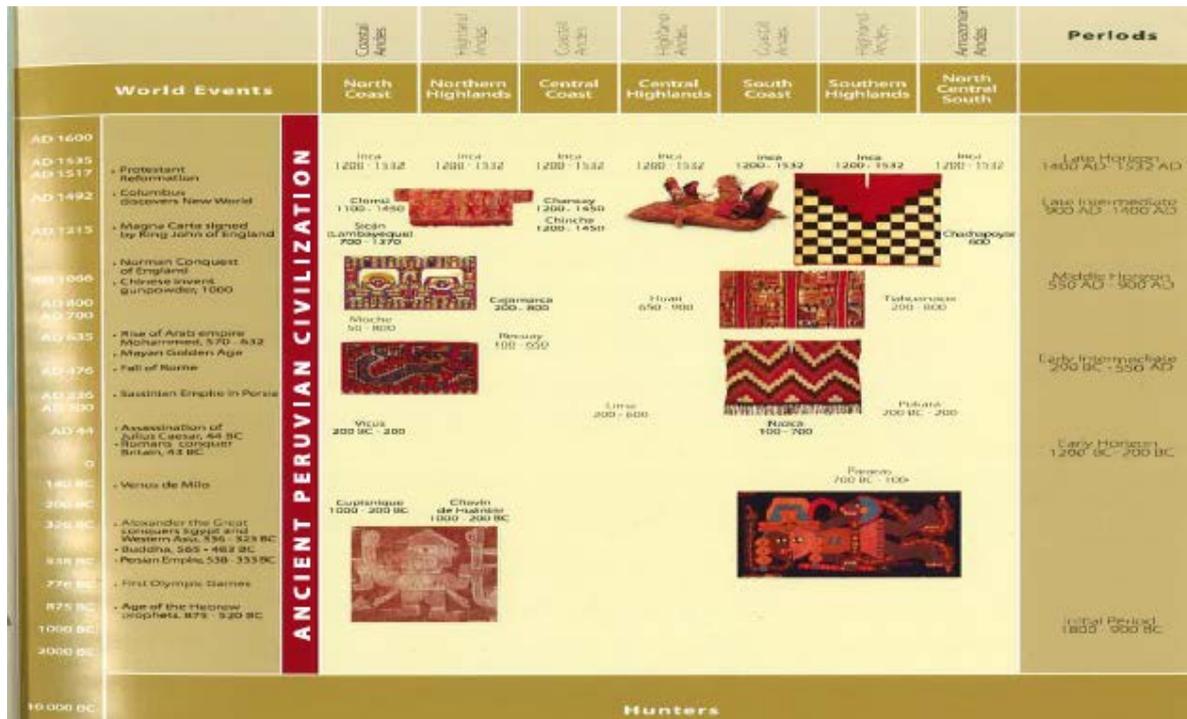
1/ Comprende: Aguas Internacionales apátridas y datos de países de procedencia no especificada.

Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones.

Source : Surintendance nationale de la migration. Cité in INEI (2015: 83).

## CHAPITRE 2

Figure A.5 : Développement textile préhispanique de Chavin aux Incas



Source : Medina Castro et Gheller Doig (2013: 9).

### Catégories des textiles andins (chap. 2.2.2)

#### Textiles historiques

Photo A.6 : Reproduction du *tocapu* incaïque



Source : Einar Jimenez, photographe professionnel. Image tirée de sa page Facebook

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10155389132100199&set=a.10151682949130199.1073741829.677490198&type=3&theater> (photographie publiée le 18.08.17). La photographie montre un (néo-)Inca vêtu avec des *tocapu*. Les textiles ont été créés par l'artiste Sulca d' Ayacucho.

## Textiles d'imitation industriels

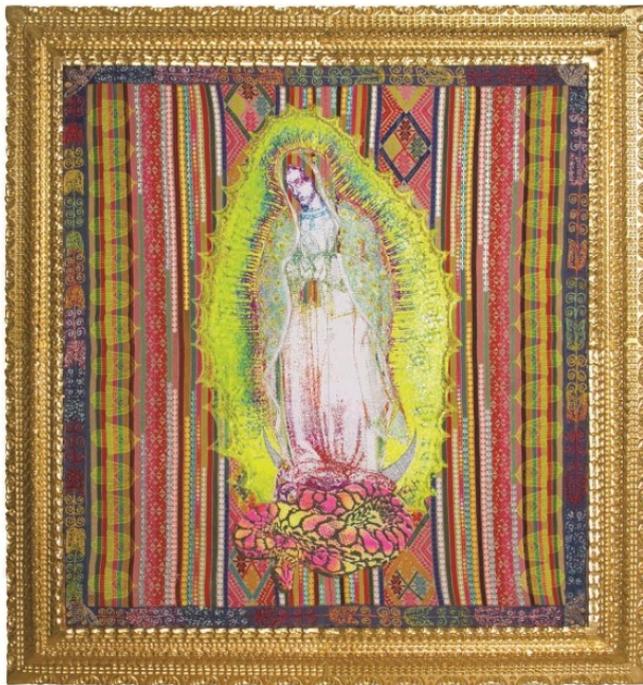
**Photo A.7 : Rouleaux de tissus d'imitation industriels**



Photographie de l'auteur (08.01.15) prise à 200 mètres du *Mercado San Pedro*. Le magasin commercialise des rouleaux de textiles d'imitation industriels (au milieu de la photo) qu'il vend par mètre (entre PEN 12 et 18 selon le type) . À noter les différentes couleurs et combinaisons. Certains des motifs de ces textiles imitent ceux que l'on trouve dans les *textiles comuneros* (par ex. le *loraypo*), tandis que d'autres sont plutôt des créations industrielles.

## Œuvres artistiques

**Photo A.8 : « Bendiciones en el Kay Pacha »**



Auteur : Killa Mónica Piqueras Bertie, artiste liméenne. Photo prise du catalogue de l'exposition

Œuvre fabriquée sur la base d'une *lliqla* de la région cusquéenne. Elle fait partie d'une exposition artistique *En el nombre de la Madre* montée et présentée à l'intérieur du *Qoriqancha* (mars et avril 2014).

**Photo A.9 : « Apu Puella Pantilliclla »**



Source : catalogue Arte Michell 2010.  
Auteurs tisserands : Tomás Suta Yucra & Alfredo Tunqui Illa (Chawaytire)  
Ce textile *comunero* obtient le premier prix dans la catégorie « créativité » au concours d'Arte Michell en 2010.

**Photo A.10 : « Manta mesa » (lliqlla q'ero)**



Source : catalogue Arte Michell 2015 (page 9).  
Auteure tisserande : Victoria Ordoñez Jerillo (vraisemblablement de Q'eros au vu du style)  
Cette *lliqlla* obtient le premier prix dans la catégorie « tradition » au concours d'Arte Michell en 2015. À noter les différences avec la *lliqlla q'ero* présentée au début du manuscrit (cf. « Une précieuse rencontre »), bien que les deux partagent un style commun (iconographie et couleurs).

## Confection utilitaire textile ou hybride

**Photo A.11 : Sac à main de confection hybride**



Photographie de l'auteur.  
Objet acheté lors d'une foire organisée en avril 2014 par l'organisme pénitentiaire INPE ORSO-Cusco. Le sac à main est composé de textiles d'imitation industriels et de cuir teint de couleur verte.  
Ce type d'objet est fabriqué par les prisonniers de *Qenqoro*.

**Photo A.12 : Baskets style andin**



Photographie de l'auteur. Baskets achetées à La Paz (Bolivie) en juillet 2016 dans un magasin spécialisé dans la fabrication de ces chaussures. Il existe de nombreux magasins à Cusco qui produisent et commercialisent ces objets.

## Confection vestimentaire

**Photo A.13 : Collection *Milenium* de Kuna**



Source : catalogue Kuna en ligne.

Publicité sur la collection de la marque de vêtements en alpaça *Kuna*. Pour d'autres photographies et le spot publicitaire, cf. <https://kunastores.com/kuna/es/content/11-kuna-milenium> (consulté le 29.12.17).

À noter les formes géométriques et l'iconographie inspirées des textiles précolombiens.

**Photo A.14 : *Chullo* de confection semi-industrielle**



Photographie de l'auteur prise lors d'un voyage au Salar d'Uyuni en août 2016.

À noter que ces bonnets diffèrent plutôt par la couleur.

**Photo A.15 : Chullo acheté au Machu Picchu**



Photographie de l'auteur d'un bonnet acheté en mai 2014.

Le *chullo* a été acquis dans le marché artisanal d'Agua Calientes, village appelé aussi *Machu Picchu pueblo*. C'est un objet qui me rappelle d'ailleurs le voyage avec huit ami·e·s européens qui m'ont rendu visite au Pérou.

À noter la couture d'une doublure polaire à l'intérieur présente également dans les bonnets de la photo précédente.

#### Circulation Textile (chap. 2.2.4)

**Photo A.16 : Textiles andins chinois?**



Photographie de l'auteur (02.08.16) prise au marché de Colchani (village près du Salar d'Uyuni, Bolivie).

D'après la description de mes interlocutrices·eurs péruviens et boliviens, les textiles andins provenant de Chine pourraient ressembler à ces objets.

### CHAPITRE 3

**Photo A.17 : Textiles andins et danses à l'occasion des *Fiestas del Cusco***



Photographie de l'auteur (11.06.14).

« Défilé des danses typiques de Cusco en hommage à la ville impériale à charge des institutions éducatives du niveau secondaire » (selon le titre donné au catalogue des *Fiestas del Cusco*). Cette image est représentative des activités des *Fiestas del Cusco*, où plusieurs groupes issus des écoles ainsi que des instituts académiques et universitaires défilent en dansant au cœur de la *Plaza de Armas* et autour de celle-ci. Ici, il s'agit de la danse *Wallata* durant laquelle les participant·e·s utilisent des *trajes típicos*. À noter l'architecture coloniale de fond avec les balcons où se trouvent des bars, des restaurants et plus récemment l'enseigne *Starbucks*. Ce sont des lieux fortement fréquentés par les touristes.

**Photo A.18 : Le port des textiles andins chez les autorités et les fonctionnaires publics durant les Fêtes de Cusco**



Photographie de l'auteur (11.06.14)

L'image montre ces personnages publics qui, pour la plupart, portent un poncho de couleur rouge (deux exceptions aux extrémités) ; couleur associée à Cusco, comme l'affirment différents interlocutrices·eurs. Certain·e·s s'y réfèrent comme « le poncho de Cusco », bien qu'ici il soit question de ponchos de diverses zones de la région, par exemple de Patabamba et de Pitumarca.

Photo A.19 : Les textiles andins dans la publicité : le cas de *Cusqueña* et *Scotiabank*



À gauche : nouvelle campagne publicitaire de la bière *Cusqueña* (entreprise *Backus*), qui lance un concours auprès des consommateurs (accumuler des points et gagner des prix). À noter que les prix sont des articles de marques connues. Leur particularité est que ces articles contiennent des applications textiles (i.e. « confection utilitaire textile hybride »). L’affiche est aussi décorée d’images de textiles de type *away* (tout comme l’étiquette de la bière)

À droite : panneau publicitaire géant de la banque *Scotiabank*, destiné à promouvoir leur service d’échange d’argent. Ce panneau était visible depuis ma maison à Cusco, et l’a été durant mon travail de terrain de 2014 et 2015. Photographies prises respectivement en octobre 2015 et en mars 2014.

Photo A.20 : Les textiles andins dans la publicité : le cas d’*Inca Kola* et de la *Picanteria Don Cocho*



À gauche : *Inca Kola*, boisson gazéifiée fameuse au Pérou, désormais vendue dans d’autres pays d’Amérique du Sud, voire dans des magasins en Europe (par ex. en Suisse). Une femme porte des *trajes típicos*, plus précisément un poncho et une *montera*. D’après l’image et le logo, l’on peut déduire que cette imagerie date d’une trentaine d’années. Ces types d’images ont la particularité d’être mobiles, et donc visibles dans divers endroits de la ville. Photographie de l’auteur, représentant camion de l’entreprise (*Coca Cola*, désormais propriétaire de la marque) à la *Plaza San Bas* (ville de Cusco).

À droite : *Picanteria Don Cocho*, nom d’un restaurant typique à côté de ma maison (100 mètres environ). Ce restaurant est destiné avant tout à une clientèle locale, bien que ces endroits deviennent

de plus en plus prisés par les touristes également. À noter que la femme est vraisemblablement la même, à ceci près qu'elle est positionnée en sens inverse et tient un plat de cochon d'Inde (typique de Cusco) à la place d'une bouteille d'*Inca Kola*. Photographie de l'auteur dans le quartier de *Confraternidad*, en 2014.

**Photo A.21 : Les textiles andins chez les (néo-)Incas aux Fêtes de Cusco**



Photographie de l'auteur prise durant un défilé universitaire (17.06.14)  
Couple incaïque (à gauche) vêtu des habits qui simulent ceux de l'époque incaïque, comportant notamment des *tocapu* (voir par ex. carrés à l'intérieur desquels il y a différents symboles comme chez la femme à côté du (néo-)Inca. Au milieu se trouve quelqu'un portant un poncho et un bonnet de la région de Chinchero (bonnet appelé localement *chullo calendario*). Les deux autres femmes (à droite) représentent les *qolla*, personnages féminins du *Tawantinsuyo* ou Empire inca. À noter qu'un autre (néo-)Inca figure derrière.

Photo A.22 : Les textiles andins à l'Inti Raymi



Source : <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-mincetur-todo-se-encuentra-listo-para-celebraciones-del-int-506078.aspx> (consulté le 16.05.16)  
Célébration de la Fête du soleil, chaque 24 juin sur l'esplanade du site archéologique *Saqsaywaman*.

Photo A.23 : Affiche publicitaire du drame *Ollantay*



Photographie de l'auteur (20.10.14)  
À noter l'appui institutionnel de la DIRCETUR et la DRC-Cusco.

**Photo A.24 : L'usage des textiles andins au théâtre : drame *Ollantay***



Photographie de l'auteur prise le jour de la mise en scène au théâtre municipal de la ville de Cusco (23.10.14)

Les actrices et acteurs jouent leur rôle sur scène vêtus de textiles andins qui représentent l'habillement de l'époque incaïque. Certaines de ces pièces simulent la technique de *tocapu* (cas du personnage à droite). Plusieurs costumes des personnages sont fabriqués à l'aide de « textiles d'imitation industriels » bien que cela puisse paraître anachronique.

**Photo A.25 : Le port des textiles andins par des images religieuses : l'exemple de la Vierge Asunta de Chawaytire**

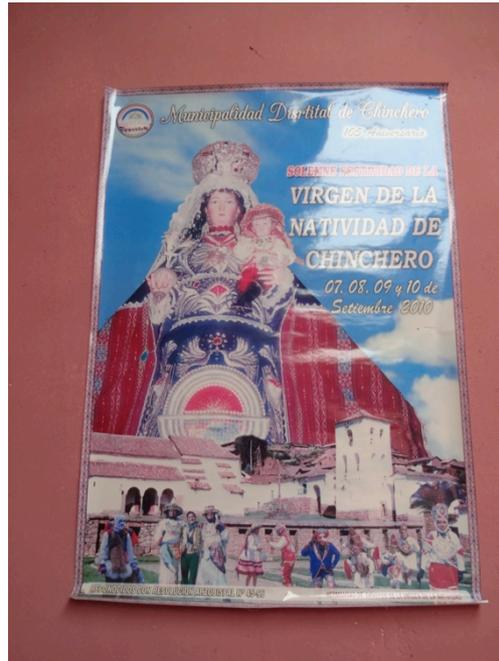


Photographie de l'auteur, près de la chapelle de Chawaytire (09.08.14)

La *Vierge Asunta* de Chawaytire se promène dans le village, portée par des *comuneros*. Elle porte une *lliqlla* caractéristique de la communauté (fabriquée en

fibres synthétiques), comme celle de la femme qui la regarde (à gauche). A noter : 1) parmi les trois hommes qui portent la Vierge, seulement un utilise des *trajes típicos* (i.e. poncho et bonnet) ; 2) la jeune fille à l'arrière-plan possède une *lliqlla* d'« imitation industrielle », sans aucune autre pièce typique de la zone ; 3) plusieurs des *comuneros* de la photographie, à l'exception de quelques cas mentionnés, utilisent des ponchos et *lliqlla* pour l'occasion, comme le documentent d'autres photographies prises (certains musiciens portent des ponchos d'autres zones).

**Photo A.26 : Le port des textiles andins par des images religieuses :  
l'exemple de la Vierge Natividad de Chinchero**



Photographie de l'auteur prise dans la chambre d'une maison de Chinchero (21.10.14).

Cette publicité de 2010 montre l'image de la Vierge patronne de Chinchero vêtue d'une *lliqlla* où l'on aperçoit quelques iconographies de la zone, notamment le *Loraypo*. A noter les images en bas de la photographie qui mettent en évidence l'Eglise du village de Chinchero, ainsi que divers personnages pratiquant des danses typiques de la région de Cusco.

**Photo A.27 : Le port des textiles andins lors de mariages**



Photographie de l'auteur prise à la sortie de l'église de Písaq (17.08.14) Ricardo et son épouse (originaires de la communauté de Paru Paru) sortent de l'église de Písaq avec les *trajes típicos* utilisés à l'occasion de leur mariage. Le couple reçoit les félicitations des invité·e·s *comuneros*. Mis à part les marié·e·s, la plupart ne porte pas de *trajes típicos*, à quelques exceptions près (par ex. femme à droite). Par exemple, l'homme qui salue le marié (frère de l'époux) est habillé avec un pantalon et une chemise. À noter que, selon les commentaires d'une des invité·e·s, les *trajes típicos* pour le mariage sont relativement plus longs que d'habitude.

**Photo A.28 : L'usage des textiles andins au carnaval : Chiuchillani**



Photographie de l'auteur prise en février 2011, dans les hauteurs de la communauté de Chawaytire.

Il est question d'un événement annuel qui a lieu chaque année, le jour de *comadres* (référence aux femmes de la communauté, littéralement « commères »). Ce jour-là, les *comuneros* réalisent le *lideraje*, une sorte de danse rituelle imitant les *wallata*, types d'oiseaux caractéristiques de la région de Cusco. Les danseurs dessinent les frontières des communautés avec leur corps. En effet, à l'occasion de cet événement se

rencontrent des membres de différentes communautés (une bonne majorité, en tous cas les participants à la danse). A noter : 1) les longues manches blanches et les plumes sur la tête des danseurs qui, avec leurs cris, imitent les *wallata* ; 2) le drapeau péruvien au fond (rouge et blanc) qui, d'après d'autres photographies, est accompagné de celui de Cusco qui se réfère au *Tawantinsuyo* ; 3) la présence des *Varayoc* pour un tel événement qui laissent leur bâton inséré sur le sol.

**Photo A.29 : Textiles andins et fêtes de carnaval**



Photographie de l'auteur, prise en février 2014, sur la place principale de Písaq. Il s'agit ici d'une mise en scène développée par la communauté de Chawaytire, à l'occasion d'un concours de danse organisé par la Municipalité du district de Písaq. Dans cette représentation, *comuneras et comuneros* dansent avec leur *trajes típicos* (*lliqlla* et ponchos fabriqués avec des fibres teintées naturellement) suivant une chorégraphie que ces *comuneros* ont préalablement préparée. À un moment, une personne lève un verre de *chicha* (bière de maïs) vers le ciel, comme une sorte d'offrande et les participant·e·s boivent ensuite ce breuvage. À noter : 1) l'utilisation d'habits hérités du passé colonial, comme le gilet et les pantalons (habit de confection, cf. homme du côté droit, en bas de la photo) ; 2) la présence d'un public majoritairement local (du district), voire des visiteuses·eurs de Písaq (le cas de ma famille et moi) ; 3) la différence vestimentaire entre les participant·e·s et les gens du public, certains d'origine autochtone comme la femme qui regarde le spectacle utilisant une *montera* (sorte de chapeau) et une *lliqlla* très colorée (« textile d'imitation industriel » ; 3) le sponsoring de la bière *Cusqueña*.

**Photo A.30 : Un día de Q'eros : trajés típicos et vente des textiles**



Photographie de l'auteur prise dans le hall du théâtre municipal *Daniel Estrada Pérez* de la ville de Cusco (10.09.14).

Une famille q'ero de la communauté de Marcachea présente un événement, organisé par la DRC-Cusco : *Un jour chez les Q'eros*. Au théâtre municipal, cette famille commercialise des textiles q'ero auprès d'un public majoritairement cusquénien. Ces Q'eros sont tous vêtus avec leur *trajes típicos*, principalement des *chullo*, ponchos et *lliclla*. Ces derniers sont même mis en vente, malgré leur valeur « sacrée » (selon le *paqo* Ricardo présente ce jour-là), qui s'opposerait en principe à leur marchandisation. À noter : 1) les chapeaux utilisés par les femmes autour desquels s'incrustent des bandeaux décorés avec des *piñi* (perles en verre) ; 2) les jeans portés par le jeune Q'ero.

**Photo A. 31 : Un día de Q'eros : chants et musique**



Photographie de l'auteur prise à l'intérieur du théâtre municipal *Daniel Estrada Pérez* de la ville de Cusco (10.09.14)

Le soir, la famille q'ero de Marcachea chante et joue de la musique sur scène devant un public majoritairement originaire de Cusco. Tous portent des *trajes típicos*, que certains enlèveront à la fin de l'événement. Rolando (tout à droite) possède quant à lui un gilet de conception propre (mais tissé par une femme), avec des motifs *ch'uncho*, unique en son genre d'après mes observations de terrain.

À noter l'emblème au milieu de la scène (*Estrella echenique*) qui représenterait l'époque du *Tawantinsuyo* (cf. controverses in Entrée en matière, note 19).

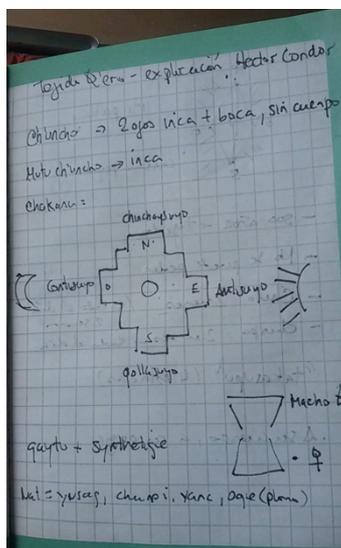
**Photo A.32 : Trajes típicos chez les Q'eros**



Photographie prise par l'anthropologue Geremia Cometti le jour du départ du village de Qolpaqocho (19.09.15).

Mon nouveau *compadre* (compère) porte un poncho q'ero typique, ainsi qu'un bonnet plein de *piñi* (perles en verre). Ce type de bonnet est caractéristique de la zone, bien que les modèles diffèrent. Par exemple, certains ne comportent pas nécessairement autant de *piñi*, et parfois même aucun.

**Photo A.33 : Chakana et Tawantinsuyo**



Dessin d'Hecton d'une *chakana* (appelé parfois croix andine), composée de quatre parties renvoyant chacune aux quatre quartiers du *Tawantinsuyo*, l'Empire inca. La *chakana* est associée aux quatre points cardinaux : *chinchasuyo* (nord), *qollasuyo* (sud), *contisuyo* (ouest) et *antisuyo* (est). La figure indique que le soleil s'élève à l'*antisuyo* et se couche au *contisuyo*. La *chakana* renvoie, pour une grande majorité de Cusquéniens, à la « trilogie inca » (*trilogía inca*), représentée aussi par le Condor, le Puma et le Serpent. Ces éléments sont souvent associés à la « cosmovision andine » (*cosmovisión andina*), évoquant un monde divisé en trois parties.

Dessiné dans l'un de mes cahiers de terrain à Hatun Q'ero (16.09.15)

**Photo A.34 : Lamas et alpagas à Hatun Q'ero**



Photographie de l'auteur prise au village de Charkapata en septembre 2015. Deux lamas (devant la photographie) et plusieurs alpagas encerclés afin de se faire vacciner. Dans les communautés de Hatun Q'ero, croiser ces camélidés est monnaie courante.

**Photo A.35 : Vigogne à Hatun Q'ero**



Photographie prise sur le chemin du retour à Cusco, à près de 5'000 mètres d'altitude (19.09.15)  
Ce camélidé sauvage (non domestiqué) habite les zones hautes de Hatun Q'ero. Je l'ai trouvé en compagnie de trois autres spécimens. Les poils de ces camélidés sont prisés par l'industrie textile (produit de luxe) et peuvent aussi être utilisés par les populations locales.

**Photo A.36 : *K'antiy* en marchant**



Photographie de l'auteur (16.09.15).

Un Q'eros qui fait du *k'antiy* ou torsade pendant qu'il marche. À noter les habits et les bottes de marche qu'il porte, et le fait qu'il soit coiffé d'un *chullo* un peu particulier par rapport à ce qui est majoritairement utilisé à Q'ero.

**Photo A.37 : Tissage sur la falaise**



Photographie de l'auteur prise dans le chemin à Hatun Q'ero.

Une femme Q'eros qui tisse au bord de la falaise avec un métier à quatre pieux. D'après la longueur et couleur, elle tisse vraisemblablement un poncho marron.

**Photo A.38 : Tissage à l'aide de (*tawa*) *takarupu***



Photographie de l'auteur prise à Charkapata (18.09.15).

Le matin très tôt je retrouve l'épouse de Santos qui monte le (*tawa*) *takarupu* (métier à quatre pieux) et commence à tisser. Elle sélectionne minutieusement, fil par fil, afin de créer progressivement les motifs. Elle passe ensuite la trame et poursuit le processus de sélection jusqu'à la fin du tissage. D'après les couleurs des fibres disposées sur le métier, elles seraient synthétiques. À noter 1) les habits de la femme qui, mise à part sa jupe en *bayeta* (entrecroisement 1/1 entre trame et chaîne), sont d'origine industrielle ; 2) la radio qui accompagne la tisserande diffusant une émission en quechua pendant son activité.

**Photo A.39 : Décoration textile dans les restaurants**



Photographie de l'auteur prise à l'intérieur du restaurant (17.08.14).

Le restaurant *El Paisa* (cuisine péruvienne de la côte nord) décore ses tables à l'aide des « textiles d'imitation industriels », de fond noir. À noter : 1) si la clientèle est majoritairement cusquéenne, la publicité des plateformes virtuelles telles que *TripAdvisor* est susceptible d'attirer aussi des touristes ; 2) la décoration comporte également des cadres représentant les « danses typiques » (*danses típicas*) de Cusco – où les textiles andins sont importants en tant qu'habits – et des « textiles historiques » d'origine préhispanique (à vérifier s'il s'agit d'authentiques ou de copies), qui décorent les murs ; 3) le restaurant possède une scène où se produisent des chanteur·euse·s et danseur·euse·s (danses et habits typiques).

**Photo A.40 : Musique et textiles andins dans les bars-discothèques**



Photographie prise par l'auteur à *Ukukus Bar* de la ville de Cusco (09.06.14)  
Concert d'*Amaru Puma Kuntur*, groupe de musiciens qui jouent un style qualifié d'« andin tribal » (*andino-tribal*). Ce jour-là, deux de ses membres, qui jouent des instruments des Andes (*quena* et *charango*, à droite de la photo), portent un poncho, et l'un d'eux est aussi coiffé d'un bonnet.

À noter : 1) le nom du groupe fait allusion directe à la trilogie andine associée à une conception incaïque ; 2) le chanteur porte un gilet et des jeans qui font référence aux textiles amazoniens, en particulier shipibo ; 3) ce dernier cas montre que l'application textile (cf. chap. 2) ne se limite pas aux textiles andins

**Photo A.41 : Danses et textiles andins dans les restaurants**



Photographie de l'auteur prise lors d'une visite avec un couple d'amis italiens (29.08.15).

Danse carnavalesque *Wallata* qui s'exécute également dans plusieurs communautés et qui fait désormais partie du répertoire des danses régionales. Cette représentation a lieu à l'intérieur de *La Cusqueñita*, restaurant spécialisé en cuisine cusquéenne (qui propose également quelques plats nationaux). Tous les soirs, ce restaurant présente de la musique et de la danse de la région, pendant que les clients dégustent la nourriture. *La Cusqueñita* bénéficie d'une publicité dans le secteur touristique, mais accueille également une clientèle cusquéenne.

À noter : 1) les ponchos de type *away* caractéristiques des communautés de la zone d'Ollantaytambo ; 2) des images représentatives de la région comme l'Eglise coloniale de Chinchero bâtie sur des murs incaïques ou les pommes de terres dont Cusco possède une variété fort importante.

**Photo A.42 : Les (néo-)Incas des centres artisanaux**



Photographie de l'auteur (08.01.15)

Devant l'entrée d'un des *centros artesanales*, une femme et un homme représentent un couple inca, et attirent la clientèle. La femme utilise, entre autres, une *lliqla* d'« imitation industrielle », et l'habit de l'Inca se compose de divers types de matériaux textiles (*bayeta* et vraisemblablement *telar*).

**Photo A.43 : Les textiles andins chez les maires et les fonctionnaires**



Photographie de l'auteur prise sur la place principale de San Sebastián (15.08.14)

Le maire du district de San Sebastián porte un poncho marron provenant de sa zone d'origine. Lors de cet événement organisé par la mairie, plusieurs fonctionnaires publics utilisent des ponchos, parfois loués pour l'occasion. À noter que le maire est aussi coiffé d'un bonnet utilisé souvent par les Q'eros. Celui-ci comporte des pompons de couleurs de l'arc-en-ciel que certain-e-s associent au *Tawantinsuyo*. Dans cet événement, il y a eu la présence d'un (néo-)inca et un *despacho* a vraisemblablement été effectué par un Q'eros (d'après son poncho).

**Photo A.44 : Varayoc et Pututero à Písaq**



Photographie de l'auteur prise au marché de Písaq (02.03.14).

Le *Varayoc* (à gauche) portant un bâton (*vara*) et son *pututero* (à droite) marchent dans une ruelle du *Mercado artesanal* de Písaq durant les fêtes carnavalesques. Ces personnages politiques sont vêtus de *trajes típicos*. Ceux-ci comportent une connotation identitaire associée à la communauté d'origine (d'après les combinaisons de couleurs et de motifs).

À noter : 1) les jeans que porte le jeune *pututero* ; 2) la quantité des divers types de textiles andins derrière ces personnages ; 3) la circulation des touristes faisant des courses au marché (cette ruelle donne sur l'une des entrées à pied du site archéologique *Intiwatana*).

**Photo A.45 : Jeunes pututeros portant les *trajes típicos* des communautés de Písaq**



Photographie de l'auteur prise en 2008 à la sortie de l'Eglise du village de Písaq où se rendent les *Varayoq* avec leurs *pututeros*. Jeunes *pututero* qui avec leurs *pututo* (cf. le deuxième enfant de droite à gauche) annonce la présence des *Varayoq*. À noter la diversité des ponchos (combinaisons de couleurs et de motifs) qui permettent de reconnaître leur origine communautaire.

**Photo A.46 : Rôle politique des textiles andins chez les candidats**



Photographie prise par l'auteur dans l'un des locaux du parti *Somos Perú*, dans la ville de Cusco (11.09.14).

Panneaux publicitaires de deux candidats du parti. Tous deux y apparaissent avec des écharpes rouges qui représentent la couleur du parti (logo cœur rouge).

Photo A.47 : Campagne et marketing politiques de *Kausachun Cusco*



Photographie prise par l'auteur dans un des locaux du parti *Kausachun Cusco* à la ville de Cusco (30.08.14).

Le parti politique *Kausachun Cusco* utilise comme logo le *chullo*, ou bonnet rouge, couleur du parti avec une connotation de gauche. À noter : 1) le bonnet rouge géant qui danse avec le public dans l'un des locaux du parti ; 2) la femme qui danse a reçu comme cadeau un bonnet du parti ; 3) si certains candidat·e·s apparaissent coiffé·e·s avec un tel bonnet sur le panneau publicitaire principal, d'autres ne le portent aucunement (seul demeure le logo du parti, cf. à gauche de la photo) ; 4) la femme à la robe orange (au milieu de la photographie) est une chanteuse de *Huayno*, musique que l'on écoute fréquemment à Cusco, invitée pour promouvoir la campagne électorale ce jour-là.