

TOURISME RELIGIEUX AU BRÉSIL ÉTYMOLOGIE ET POST-MODERNITÉ DANS UNE PERSPECTIVE LOCALE ET GLOBALE

Emerson J. Sena da Silveira

Sociologue, doctorant en Science de la Religion à l'université fédérale de Juiz de Fora (UFJF), Minas Gerais, Brésil. Professeur de sociologie / méthodologie – FACTUR/SD – Faculté de Tourisme de Santos Dumont, Minas Gerais, Brésil. Contacts: emsena@terra.com.br ou emerson.jsena@terra.com.br.

Résumé :

L'article discute la pertinence conceptuelle du terme tourisme religieux dans le contexte de la post-modernité. Il existe une capacité, en expansion, de générer des affaires, et par conséquent de produire un développement social et économique, par des activités présentant un attrait de caractère religieux, en particulier dans des pays de tradition ibérique et des pays en voie de développement. Si, pour une part, ce concept révèle une certaine ambiguïté, d'autre part, les occasions de faire des affaires révèlent l'existence d'un champ ethnographique qui s'ouvre à l'investigation anthropologique.

Mots clés : Tourisme religieux, affaires, concept, critique et champ ethnographique

TOURISME RELIGIEUX AU BRÉSIL ÉTYMOLOGIE ET POST-MODERNITÉ DANS UNE PERSPECTIVE LOCALE ET GLOBALE

À partir du titre, cet article se propose de formuler quelques réflexions au sujet du statut théorique de la pratique sociale que divers chercheurs désignent par le terme de « tourisme religieux » (Amirou, 1995).

Il s'agit d'ironie au sujet des transformations actuelles que traverse le domaine religieux au Brésil et dans le monde, en interface avec des sphères non religieuses, telles que le tourisme, les loisirs et la politique. Il semble qu'il existe une ambiguïté conceptuelle et théorique interne relative au terme tourisme religieux.

Amirou (1995) et Graburn (1995) abordent la possibilité d'une intersection entre deux dimensions qu'ils considèrent fondamentales de l'expérience humaine : la religion, sous la forme de pèlerinage, et le voyage, en tant que déplacement temporaire, sous la forme du tourisme. Pour Amirou (1995), le pèlerinage ainsi que le tourisme seraient, plutôt qu'une expérience historique, une forme de déplacement spatial. Ce seraient des catégories de compréhension, au sens que leur attribue Max Weber, qui expriment deux formes humaines de sociabilité : le pèlerinage, qui nous renvoie au modèle de Victor Turner de *communitas*, et le tourisme, selon le modèle d'une société de cour, au sens proposé par Norbert Elias (Amirou, 1955).

Toutefois, selon la proposition de Graburn (1995), le tourisme serait un succédané de l'expérience antique / médiévale, exprimée dans le pèlerinage, en tant que poursuite du sacré (qui réside dans des temples, des statues, des reliques, des lieux sacrés) par les pèlerins qui sortent d'une structure du quotidien et forment, provisoirement, une *communita*.

Cependant, suivant ces approches, les concepts demeurent séparés, concernant deux réalités différentes mais qui dans la pratique, lorsqu'on analyse les visites à des sanctuaires, peuvent se trouver imbriquées, ou, pour employer un terme post-moderne, seraient syncrétiques, hybrides (Canclini, 2000).

Ainsi, en articulant des éléments de sources variées (média électronique, sites, journaux, enquêtes, monographies, livres et articles, fêtes religieuses, jubilées et autres manifestations populaires), outre l'enquête menée sur le terrain sur ce thème, le présent article s'interroge sur la possibilité de constituer une catégorie qui rende compte des déplacements culturels qui font de la culture populaire « un espace d'hybridation » (Canclini, 2000).

Simultanément, à partir de statistiques de voyages et de la motivation de ceux-ci, parmi d'autres aspects du tourisme, consultées auprès d'organismes tels que la FIPE (2002), l'article présente ce segment comme une opportunité de réaliser des affaires, et un secteur de travail encore peu valorisé par les spécialistes du tourisme, par les chercheurs de l'université de São Paulo et par les entreprises. Un recensement fait par l'Institut de recherches de l'université de São Paulo, Brésil(FIPE), montre qu'il y a environ 15 millions de

brésiliens intéressés par des destinations religieuses (Melo, 2000). Dans le monde, ce nombre s'élève à 60 millions si on ne considère que les religions chrétiennes (Melo, 2000). Sans mentionner le bouddhisme, l'islamisme et l'hindouisme, qui motivent autant de millions de personnes à se déplacer en direction de lieux sacrés. La majorité des thèmes religieux de ces destinations est populaire : processions, fêtes, catholiques ou non.

En somme, est-il correct d'affirmer que tous ceux qui vont à un temple, qui visitent un sanctuaire, font du « tourisme religieux » ? Et que fait le pèlerin qui s'écorche les genoux en accomplissant un vœu, en priant avec contrition dans le temple ? Est-ce du tourisme religieux ? Ou pèlerinage, foi ? Ces éléments sont en relation avec le sérieux, l'intime, la vie intérieure. Par contre le tourisme est lié à certaines postures, à certaines conceptions de la vie, à un style d'expérience plus ludique, au divertissement, à la légèreté, à l'extériorité, au voir.

Le tourisme nous renvoie à la production d'un spectacle dans lequel les touristes s'extériorisent. Dans cette relation, le principal n'est pas de connaître l'autre, mais d'établir une meilleure définition de soi-même. Cette distanciation se produit aussi dans la relation avec le temps (le passé du touriste). Toutefois, la religion aussi peut être comprise comme un spectacle, un divertissement, vision et extériorité (couleurs, symboles).

Selon Ardoino (1983), la polysémie de cette implication finit par construire des termes, dans le cas du tourisme religieux, qui expriment une certaine pratique sociale où les frontières entre la consommation, le sacré, l'art et le ludique deviennent poreuses, s'effacent. Il se fait une synthèse produite par la circulation des corps, des émotions, et des sentiments (Reddy, 1990), par l'intermédiaire de la consommation et du marché (Appadurai, 1996).

GLISSEMENTS ETYMOLOGIQUES : LA NOMENCLATURE DES PHENOMENES RELIGIEUX

Apparu récemment, autour des années 1960 (Monteiro, 2003), le terme « tourisme religieux » est maintenant largement utilisé par les secteurs liés à la réflexion académique sur le tourisme, par les chefs d'entreprises de ce secteur et par l'église catholique elle-même. Mais ce terme est utilisé de manière acritique (Silveira, 2003), se confondant avec d'autres termes tels que procession, pèlerinage, etc.

Sur les pratiques anciennes de pèlerinage, on projette la catégorie « tourisme religieux ». Ceci constitue un anachronisme, un artifice de rhétorique. Alors, à l'époque contemporaine, est-il possible d'appliquer la catégorie « tourisme religieux » au déplacement de visiteurs vers des lieux sacrés, des temples, des cérémonies religieuses ou des fêtes ?

Pour Steil (1998), le sens est très précis : on peut parler de tourisme religieux quand le sacré migre, en tant que structure de perception, vers le quotidien, vers les activités festives, la consommation, le loisir. Ainsi les touristes qui participent maintenant à des événements tels que Noël, ne le rattachent plus à la tradition chrétienne ou à une autre religion et à ce qu'elles prescrivent, mais à une expérience inusitée, spirituelle et consumériste à la fois, dans laquelle se pose à nouveau la question de l'authenticité. L'expérience touristique se transforme alors en style, en une posture réflexive qui produit un niveau déterminé de réflexion (Giddens, 1990).

À Gramado et à Canela (villes de l'État du Rio Grande du Sud, Brésil), qui attirent des touristes à leurs festivals du chocolat et du cinéma, le Noël de Lumière ne fait presque plus aucune référence au noyau religieux traditionnel de cette fête chrétienne – la naissance du Christ – (Steil, 1998) mais un événement unique est préparé : dans ces villes brésiliennes, le Père Noël descend une rampe et fait des acrobaties, à côté de petits lutins et de sorcières. Ce qui devient sacré c'est la consommation et l'expérience de participer à cette extériorisation, en opposition aux auteurs qui voient dans le tourisme religieux une perte d'authenticité et une simple mise en scène théâtrale (Boorstin, 1992).

Dans cette synthèse qui se forme à partir du tourisme religieux, des éléments tels que la culture populaire (artisanat), la culture urbaine (médias), et la culture religieuse s'agglomèrent pour former un amalgame hybride.

Certaines notions, comme celle que Canclini (2000) définit en tant que « culture populaire », sont recoupées par des distinctions entre couches sociales, mais en même temps reçoivent des influences culturelles provenant des médias, des classes érudites, etc. Ainsi, il analyse l'artisanat traditionnel de la ville d'Ocumicho, au Mexique, transformé dans la façon dont il est produit et quant aux formes qu'il stylise (Canclini, 2000). Les diables, figures traditionnelles de cet artisanat régional, réapparaissent dans des situations de la vie quotidienne (répondre au téléphone) ou caricaturant des tableaux célèbres, comme ceux de Picasso (Canclini, 2000).

Alors, en quoi consisterait donc exactement le tourisme religieux ? En quoi se différencie-t-il des pèlerinages, processions, voyages réalisés pour accomplir un vœu, et ceux réalisés dans le but de visiter une église, le

lieu d'apparition de la vierge ou d'un saint ? Par exemple, les mêmes sentiments n'animent pas touristes et pèlerins.

C'est un fait que les lieux de culte et les manifestations religieuses, les événements de caractère mystique attirent des touristes, mais aussi des fidèles, des pèlerins qui se rendent aux mêmes lieux et aux mêmes fêtes. Ainsi, tout voyage n'est pas du tourisme et n'importe quel tourisme n'est pas seulement un voyage. Par contre, selon Maffesoli (2001, p.23), le tourisme pourrait représenter une pratique d'insoumission :

« La fermeture pratiquée pendant toute la modernité présente de toutes parts des signes de faiblesse. Peu importe [...] ceux qui en constituent les vecteurs: hippies, vagabonds, poètes, jeunes sans points de référence ou même touristes surpris dans les circuits de vacances programmées ».

Pour de nombreux chercheurs, le tourisme est une expression sociale, une circulation, un déplacement particulier qui est apparu au XIX^e siècle, quoique on puisse en identifier déjà les racines au XVIII^e siècle (Boyer, 1996). On ne peut pas le réduire, en tant que phénomène, à d'autres aspects sociaux tels que le voyage, mais il faut l'analyser dans ses interfaces et ses croisements avec bien d'autres aspects de la vie sociale tels que la religiosité.

De quelle réalité les mots et les concepts veulent-ils rendre compte ? Ou, qu'est-ce que le nom a à voir avec l'existence ? (Sapir, 1994). La production conceptuelle est étroitement liée à la production ethnographique, parallèlement au déplacement touristique en tant qu'expérience anthropologique.

On peut penser avec raison qu'il existe un certain niveau d'arbitraire entre le signe (signal, symbole) et la signification (ce à quoi se réfère le signal, le symbole). Pour cette raison, lorsqu'on prononce l'expression « tourisme religieux », on met en contact deux dimensions apparemment opposées (Silveira, 2003) : l'une serait une attitude de loisir, sans engagement, sans lien territorial ; l'autre, l'attitude de la foi, liée à l'identité, à des rites, à des valeurs. Toutefois, face à l'actuelle configuration du domaine religieux au Brésil, on ne peut pas considérer la religion comme dotée d'une substance immuable, réfractaire aux attitudes de loisir et de divertissement.

On doit également se demander qui prononce ces termes, car, comme l'a signalé Michel Foucault (2001), le discours, le pouvoir de nommer et de prendre pour soi et pour les autres la « vérité », est aussi le pouvoir d'influencer, c'est un pouvoir politique car il n'existe pas d'influence neutre. Nous avons comme exemples sous les yeux de nouveaux arrangements tels que l'aérobic de Jésus¹, les messes shows du Père Marcelo², la présence et l'action médiatique du Pape Jean Paul II, la religiosité *New Age*, le Carnaval avec le Christ de la Rénovation charismatique catholique et d'autres dénominations chrétiennes (Dias et Silveira, 2003). Tout ceci a été interprété dans un ensemble de transformations socioculturelles, appelées « post-modernisme » par certains chercheurs et « post-modernité » par d'autres (Harvey, 1989). L'anthropologue José Jorge de Carvalho (1999, p.2), se réfère à la société brésilienne comme à un grand espace où se font entendre plusieurs voix, et d'une extrême diversité en termes religieux, qui va :

« Du catholicisme et du protestantismes les plus traditionnels aux styles de certains cultes chrétiens calqués sur l'industrie culturelle et sur le simulacre télévisé ; des traditions religieuses afro-brésiliennes les plus orthodoxes telles que le candomblé, le *Xangô*, le *batuque* [...] aux variantes les plus syncrétiques, hybrides ou imaginatives, telles que l'*umbanda*, le *jurema*, etc.; des groupes religieux fortement liés à des groupes ethniques, ou au contraire cosmopolites comme ceux du *New Age* ; de discours extrêmement innovants et radicaux, comme ceux de la Théologie de la Libération jusqu'à diverses formes conservatrices et même fondamentalistes des valeurs chrétiennes, aussi bien catholiques que protestantes ; en plus de tout cela, de riches traditions orales et mythiques comme les fréquentes poussées de messianisme et les pratiques chamaniques qui se répandent au-delà de leur contexte indigène d'origine ».

Le pluralisme religieux s'intensifie dans la société brésilienne à partir des années 1980 et 1990. Ce sont les décennies au cours desquelles la modernisation industrielle et l'urbanisation se sont accélérées autour des capitales et des villes moyennes. Professé par 91 % de la population en 1970, le catholicisme est tombé à 73 % en 2004, et dans quelques villes comme Rio de Janeiro, à 57 %. Le protestantisme, courants historique et pentecôtiste compris, sont aujourd'hui professés par 17 % de la population brésilienne.

On constate donc un accroissement de la diversité religieuse, parallèle à des transformations du domaine religieux lui-même : on se met à valoriser le corps, la consommation et les médias sont assumés et valorisés, etc.

Ce sont également les décennies qui ont vu la construction d'un « marché touristique national ». Le

¹ Qui au Brésil s'exprime par l'union entre un type de gymnastique, l'aérobic, et la musique religieuse.

² Le Père Marcelo Rossi, né à Sao Paulo, la plus grande métropole brésilienne, s'est signalé par l'usage des moyens de communication (radio, télévision et Internet), par les musiques dansantes et joyeuses, par la pratique d'une intense gesticulation dans la célébration des messes, des prières pour demander une cure, etc.

gouvernement brésilien crée, en 1996, l'Entreprise brésilienne de tourisme (EMBRATUR)³, investit dans des programmes destinés à stimuler le tourisme et accorde des prêts pour la construction de grands réseaux hôteliers.

C'est dans ce contexte que la « post-modernité » – ainsi que la désigne Maffesoli (2001) – va se référer à la construction d'expériences qui implorent les frontières établies de façon cartésienne entre religion, tourisme et culture populaire, établissant, par l'absorption de la catégorie marchandisation, un flux d'où émerge une partie des agents religieux, surtout à partir des moyens de communication de masse.

Cependant, des auteurs comme Anthony Giddens (1990) mettent en question l'usage de l'expression « post-modernité », et en proposent d'autres telles que « haute modernité » ou « hyper modernité ». Bauman (1998) préfère parler de « modernité liquide ».

Dans ce sens, le post-modernisme en anthropologie aurait pour caractéristique principale de formuler une critique du texte ethnographique classique, en tenant compte de questions telles que les conditions de production de ce dernier, le rôle de l'auteur, les recours rhétoriques utilisés et l'absence, dans ce texte, d'une perspective critique intermédiaire entre la culture décrite (celle de l'informateur) en fonction de celle pour laquelle on décrit (celle de l'auteur). Y aurait-il, par conséquent, une perte de l'objet et du lien conceptuel ? (Sahlins, 1972 ; Boon, 1982).

Pour les auteurs post-modernes (Appadurai, 1996 ; Clifford, 1983), aussi bien la critique des descriptions culturelles fermées, présentes dans l'ethnographie classique, ainsi que celle des descriptions culturelles denses de l'école interprétative, doivent être comprises comme une aide à l'évaluation de la propre nature du faire ethnographique, de la division entre observateur / observé et de l'absence d'une perspective critique entre les cultures qui entrent en contact dans une situation d'enquête.

Selon l'argumentation de Clifford (1983), il s'agit d'apporter dans le corpus descriptif du texte ethnographique les diverses voix qui le modèlent, les conditions sociales, politiques et de domination qui marquent les circonstances du dialogue établi dans la rencontre ethnographique, ainsi que d'identifier les interlocuteurs concrets auxquels le texte s'adresse et pour lesquels il acquiert l'intelligibilité.

C'est peut-être cela qu'exprime la catégorie « tourisme religieux » : la pluralité des voix dans le concret du faire politique hégémonique de la religion dans des sociétés périphériques comme la société brésilienne. C'est dans ce contexte que cette catégorie est apparue, traçant une sorte de « biais », c'est-à-dire en parcourant à partir des sphères des agents économiques du tourisme (agences de voyage, spécialistes en tourisme, etc.), la nomenclature de certains agents ecclésiastiques (Assunção, 2002).

Par conséquent, en naturalisant le terme « tourisme religieux », on a effectué un déplacement étymologique, c'est-à-dire un déplacement dans le signifié des mots/termes, à partir duquel il est possible d'inférer les transformations réalisées dans l'axe religion / politique / tourisme / culture. Mais quelle est l'origine de cette catégorie ? Au Brésil, le lieu d'origine c'est le marché, c'est-à-dire le flux de visiteurs d'églises, de monuments et d'événements religieux passant par l'intermédiaire d'agents de tourisme, avec la consommation qui en résulte.

Ce serait alors, à partir de cette catégorie de marchandisation, qu'ont commencé la capture et la création de nouvelles structures, au point que l'église catholique a créé à cet effet une pastorale spécifique, qui existe en Europe depuis 1960 : la pastorale du tourisme, qui au Brésil est seulement en voie de structuration (voir le Pontificio, 2003).

Selon la définition officielle, par la Conférence mondiale de Rome, réalisée en 1960, le tourisme religieux est compris comme une activité qui déplace des pèlerins en voyages dans une quête des mystères de la foi ou par dévotion à un saint.

Dans la pratique, il s'agit de voyages organisés vers des lieux sacrés, des congrès ou séminaires liés à l'évangélisation, vers des fêtes religieuses célébrées périodiquement, des spectacles et des représentations théâtrales de caractère religieux. Les réunions pour établir les définitions officielles sont comme des assemblées d'évêques définissant des dogmes : quoi croire et comment croire.

Une définition officielle n'est qu'une dispute pour légitimer cette catégorie, en tant que discours dominant qui cherche à stopper le flux de circulation du sens et à le cristalliser dans un terme, concept ou catégorie. Toutefois, le déplacement étymologique (changement de signifié) observé dans les termes religion et tourisme, ainsi que leur interrelation, allait construire une nouvelle expression, ambiguë, celle de « tourisme religieux », mais utile pour réfléchir sur les relations actuelles entre les champs cités ci-dessus, afin de localiser, tant pour les chefs d'entreprises que pour les communautés locales, des occasions de faire des affaires.

L'expression « tourisme religieux », qui émane de ce qu'on appelle le « marché touristique », a acquis le statut de concept (Dias et Silveira, 2003 ; Silveira, 2003). Au cours des débats théoriques sur le sujet, l'expression est reconnue et naturalisée (Silveira, 2003). Il y a des chercheurs qui utilisent le terme sans y

³ L'entreprise brésilienne de tourisme Embratur a été fondée par la Dictature militaire (1964-1985) en 1966 pour encourager les activités économiques et sociales liées au tourisme.

voir de problème, d'autres qui le remettent en question. Il y a des chercheurs qui vont jusqu'à élaborer un long historique académique de l'évolution du tourisme religieux (Seccal, 2002). Qui sait si certains théoriciens ne sont pas en train de répéter l'équivoque méthodologique faite par Tylor, un des « pères fondateurs » de l'anthropologie, lorsqu'il écrivait sur l'origine et le développement de la magie et de la religion. Mais il ne s'agit pas seulement d'auteurs académiques. Certains auteurs appartenant au monde religieux considèrent cette expression comme un concept / catégorie.

Arjun Appadurai (1996) analyse la relation entre pratiques spatiales et flux subjectifs, en forgeant le concept de « sphères publiques diasporiques », dans lesquelles les images en mouvement rencontrent des spectateurs déterritorialisés, qui sont à nouveau re-territorialisés dans la création d'une catégorie discursive transversale.

Ainsi, dans une petite note (Basset, 2001) du gouvernement municipal d'une ville (Ponta Grossa) de l'État du Parana, Brésil, on pouvait lire :

« Une rencontre [...] aura lieu [...] à l'église Baptiste indépendante, entre le secrétaire municipal du tourisme et de l'environnement, Jorge Rosas Demiate, et les membres de l'Association des ministres évangélistes de Ponta Grossa. À cette occasion le secrétaire exposera les objectifs du projet de tourisme religieux, une excellente alternative pour le développement de la ville. Selon le vice-président de l'Institut brésilien de marketing chrétien et consultant de la chaîne de télévision *Rede Vida*, Antonio M. Kater Filho, "le tourisme religieux une des plus anciennes activités de l'histoire, ainsi qu'un générateur mondial de richesses" [...] ».

Dans les dernières phrases de la citation ci-dessus, on fait coïncider religion et tourisme comme des activités mythologiquement fondues dans une espèce de nomadisme primordial, « une pulsion d'errance » comme dirait Maffesoli (2001).

Mais il ne s'agit là que d'une opération mythique, d'une pièce de rhétorique, d'un discours de caractère évolutionniste. Les données économiques demeurent vraies en ce qui concerne les richesses produites par les activités religieuses.

Cependant sous cette expression de tourisme religieux, des agents religieux, publics, académiques, des entrepreneurs, articulent une action amenant à extraire de pratiques de foi séculaires, que sont les pèlerinages, les chemins parcourus par des saints, l'accomplissement des vœux, etc. l'occasion de réaliser des affaires et, dans les discours les plus optimistes, le développement socio-économique d'une région.

Sur certains sites Internet officiels de mairies, comme celui de Potirendaba, État de São Paulo – Brésil, (Gonçalves, 2003), le texte et le discours affirment que les organismes publics investissent dans ce « tourisme religieux », nouveau nom d'une pratique séculaire remontant au Moyen-Age, la procession de la Fête-Dieu.

Dans un autre passage d'un document électronique, on rencontre l'expression de ce qui a été dit plus haut. Ce document décrit un « parcours sacré » et « touristique » dans une ville de l'intérieur de l'État de Minas Gerais – Brésil (Baependi) :

« Sur les pas de Nha Chica : un parcours de 33 km jusqu'à la ville de Baependi célèbre la foi en la béate Nha Chica qui s'était fait connaître par ses œuvres de charité [...] Les élèves du Cours de Tourisme de la Faculté Sainte Marthe, le mouvement communautaire Viva São Laurenço Viva et le Cycle de Formation Chrétienne de São Laurenço, avec l'appui de l'Embratur, organisent le 1^{er} mai prochain le troisième pèlerinage sur les pas de Nha Chica. La Voie Sainte de Nha Chica figure depuis 2000 dans le livre : *Itinéraires de Foi Catholique au Brésil*, de l'Embratur ». (Corréio bresiliense, 2003).

Le tourisme religieux reprend sous un nouveau nom, en ces temps de mondialisation et de déterritorialisation, une pratique sociale ancienne : visiter des lieux tenus pour sacrés, se loger pour la nuit en utilisant la structure hôtelière. Le tourisme religieux finit aussi par se voir adjectiver. Il peut être tourisme ésotérique ou mystique (São Thomé das Letras, Matutu – deux villes de Minas Gerais, Brésil), évangélique, etc.

À l'autre extrémité, des personnes liées à l'institution de l'Église ont déjà créé, en Italie, une organisation, au sein du Secrétariat national pour la pastorale du loisir, du tourisme et des sports (Cristofoli, 2003), quelque chose que certaines voix ecclésiastiques tentent d'organiser au Brésil (Cristofoli, 2003). Selon les documents ecclésiastiques (voir le Pontificio, 2003), en expliquant le tourisme l'accent est mis sur « une disposition innée de l'homme à se déplacer impulsée par le développement accéléré des moyens de communication, ainsi que par une plus grande liberté de déplacement entre les pays et une plus grande homogénéisation légale et sociale ».

Cependant, le déplacement étymologique des mots, de telle façon que les signifiés deviennent poreux et ancrés à une « origine » supposée (impulsion innée, désirs primordiaux) est réalisé au moyen de la création de mythes d'origine, entretenus par la rhétorique discursive utilisée jusqu'à l'exhaustion par les agents, acteurs et communautés liés au tourisme, à l'institution ecclésiastique (Église catholique) et à la politique (agents de l'État, secrétariats d'État, mairies, etc.).

Des agents politiques répandent aussi l'expression « tourisme religieux ». Dans un passage du site officiel du Gouvernement de l'État de Paraíba, Brésil (2003), on lit que :

« Le Gouvernement de l'État veut d'abord consolider la venue des touristes à la capitale [...] L'écotourisme et le tourisme religieux font partie de ce projet qui commencera par la capitale et s'étendra ensuite aux villes des zones du Brejo et du Sertão. Le tracé du parcours sur les pas du Père Ibiapina fait actuellement l'objet d'un débat avec l'Église : ce parcours devrait commencer à Guarabira où il existe une grande statue de frère Damião, et arriver jusqu'au sanctuaire du Père Ibiapina, à Santa Fé de Arara ».

Cette imbrication des agents et des sphères auxquelles ils appartiennent peut se teinter de conflits, comme on le constate dans un reportage du *Jornal do Brasil* (09/06/2002) :

« Le Gouvernement de l'État de Santa Catarina, Brésil, veut que les restes mortels de la mère Paulina, canonisée en mai par le Vatican, soient transportés dans l'État, afin de stimuler le tourisme religieux dans cette région [...]. Les restes mortels de la sainte se trouvent au siège mondial de la Congrégation des Petites Sœurs de l'Immaculée Conception à São Paulo [...] ».

Comme si ne suffisait pas l'ambiguïté du concept de tourisme religieux, cet extrait montre une identification erronée et empreinte de préjugés de ce « type » de tourisme avec la foi chrétienne.

Cependant, ce flux qui introduit un biais dans le discours de ces agents est significatif, selon le journal *A Notícia*, de Santa Catarina (Assunção, 2000), lorsqu'il signale l'existence de religieux et religieuses spécialisés dans l'encadrement d'excursions à des lieux sacrés, comme Nova Trento de Mère Paulina. Dans le cas considéré, le journal *A Notícia* signale que le père responsable de cet encadrement est membre du Conseil du Tourisme de l'État de Santa Catarina et coordinateur de la Pastorale du tourisme religieux du diocèse de Florianópolis, État de Santa Catarina (Assunção, 2002). Et en effet le nombre de visiteurs dans la petite ville de Nova Trento a atteint des pics mensuels de 30 000, touristes et pèlerins confondus (Assunção, 2002).

On peut imaginer l'impact multiplicateur que cela représente sur les affaires : hôtels, restaurants, artisanat, commerce en général, sans parler de l'exploitation du potentiel touristique de la ville en elle-même.

Cependant, l'ambiguïté du concept augmente, car si d'un côté des conditions favorables aux affaires sont créées – ouverture d'hôtels et pensions, nouveaux emplois – de l'autre ces activités peuvent entraîner une inflation, congestionner la vie quotidienne de la communauté locale : élévation des prix, spéculation immobilière, etc. Selon les journalistes Roldão Arruda et Bras Henrique, d'un important journal brésilien, *l'Estado de São Paulo* (1999, p.10) :

« La dévotion populaire contribue à dynamiser l'économie d'un certain nombre de petites localités de l'intérieur de l'État de São Paulo. C'est le cas de Tambau, ville de 25 000 habitants [...] qui va recevoir une statue du Père Donizetti Tavares de Lima, curé de la ville décédé en 1961, renommé pour les cures miraculeuses qui lui sont attribuées. Le renom du père active déjà l'économie locale, en attirant près de 6 000 pèlerins chaque fin de semaine ».

Parmi des personnalités oubliées et d'autres potentiellement attractives non seulement dans ces villes, figurent le béat frère Galvão de Guaratingueta (État de São Paulo), le père Antonio Vieira de Urucania (État de Minas Gerais), Lola de Rio Pomba (État de Minas Gerais), Izildinha de Monte Alto (État de São Paulo), frère Bruno à Jaçoba (Santa Catarina), dont la procession (trajet Cathédrale-tombeau au cimetière) attire environ 30 000 personnes. Tous ces personnages auxquels sont attribués des qualités et des pouvoirs divins, attirent des flux de visiteurs sur les lieux où ils ont vécu, où ils ont réalisé des miracles et des cures divines et sont enterrés, canalisant des ressources économiques vers ces localités. Ils n'ont même pas été canonisés : il s'agit de manifestations profondément populaires.

Finalement, s'il est nécessaire d'élargir une nouvelle tessiture de conceptualisations, ce qui a augmenté aussi, c'est l'ambiguïté et l'imprécision épistémologique de bien des catégories, académiques et descriptives de la statistique, comme celles qui ont été largement utilisées sur le marché touristique, parmi lesquelles le propre terme de tourisme religieux.

TOURISME RELIGIEUX : RACINES « POST-MODERNES »?

Jusqu'ici la discussion a porté sur l'imbrication entre deux terrains (tourisme et religion). Toutefois, comment peut-on considérer les manifestations de foi populaire, telles que les fêtes religieuses (Fête de la Pentecôte dans les États de Goiás, de Rio de Janeiro et autres), les processions, le jubilé (Tocantins et Senador Firmino, État de Minas Gerais) comme du tourisme religieux ?

Raison pour laquelle il faut revenir à l'étymologie, comme annoncé dans le sous-titre de cet article, aux racines post-modernes. Mais il s'agit de racines d'un format différent. Peut-être, faisant de la sociologie dans le style de Simmel, que la réponse serait dans la forme : non d'une racine de forme axiale, mais d'un

rhizome, quelque chose que Deleuze (cité par Barbeiro, 2001) a utilisé dans son argumentation sur les transformations contemporaines de l'identité et de la société.

Le rhizome n'a ni commencement ni fin bien définis, ni axe principal, ni frontière nette. Le rhizome s'étend comme un réseau dans le sol. Peut-être l'expression tourisme religieux, bien que questionnable, se réfère-t-elle en réalité à un « rhizome » qui entrelace sous une forme randomisée, l'expression populaire de la culture, le déplacement touristique et la religion.

On ne peut comprendre ce processus qu'à partir de l'expansion de la consommation en tant que forme de sociabilité de la culture « post-moderne ». Je consomme, donc j'existe, dans une parodie de la phrase du philosophe français René Descartes.

Néanmoins, à partir de l'expansion de ce marché, et parce que la religion perd les coordonnées qui la fixaient dans un certain agencement social, surgit ce que quelques auteurs appellent tourisme religieux (Steil, 1998).

Des centres de la religiosité populaire comme Aparecida (Brésil), Lourdes (France), Fatima (Portugal), qui attirent la circulation de milliers de personnes et le passage de flux de communication, de désirs, de commerces, de rites, etc., deviennent quelque chose de plus que des éléments de foi, de croyance, de pèlerinage et de procession. Ils se transforment en un espace à l'intérieur duquel se déroulent des pratiques de déplacement et de consommation qui, accouplées à la manière dont se présente la religion, fabriquent un nouveau type de configuration sociale.

La sociologue Danielle Hervieu-Léger (1997) a identifié un profond processus de dé-symbolisation, c'est-à-dire une perte de l'efficacité du symbole dans la sphère religieuse qui, paradoxalement, a apporté à la société laïque l'émotion, l'expérience religieuse en tant que cerne des religiosités émergentes, en une nouvelle configuration avec d'autres types d'expérience : le voyage, le plaisir, le flux touristique. Parallèlement, le tourisme est devenu une pratique de consommation intensément divulguée et, selon Bauman (1998), un symptôme exemplaire des nouveaux arrangements sociaux de la « post-modernité ». Le style de vie des touristes et leurs déplacements s'imbriquent pour produire leur « inverse symétrique », les vagabonds (Bauman, 1998) ou les nomades « forcés », en opposition aux nomades par option, pour utiliser une expression de Maffesoli (2001). Il y a donc une émancipation du fidèle, du touriste par rapport à l'espace et à d'autres formes de contraintes qui créaient des liens plus solides. Il existe une relation entre la religion (forme) et le voyage / déplacement / consommation (contenu), dans laquelle la tradition du pèlerinage, par exemple, est mise au pas du tourisme, forme séculaire de sociabilité, selon des réarrangements démontrés avec une clarté conceptuelle dans les études de Steil (1998).

Cependant une nouvelle donnée est apparue sur cette scène. Entre la politique – entendue comme une sphère qui agrège partis, dirigeants et actions – la religion et le tourisme, une relation insoupçonnée s'est établie, une relation simultanée et syncrétique, d'instrumentalisation, d'identification, d'affinité sémantique, qu'il est possible de visualiser à travers certains faits.

Parmi les faits qui expriment cette instrumentalisation, il y a, par exemple, la déclaration, par l'État, de jours fériés et de festivités religieuses en tant que « fêtes et événements » d'intérêt touristique dans des États brésiliens (Pernambouc, avec Nova Jerusalem ; Bahia, avec la fête de Yémanjá ; le Para, avec la fête des Cierges de Nazaré).

Dans certains cas, comme celui des Cierges de Nazaré, on est allé jusqu'à construire des espaces destinés aux touristes, pour que ceux-ci contemplent le « spectacle exotique » offert par une foule qui se flagelle en accomplissement d'un vœu ou pour obtenir des bénédictions divines. De nombreuses autres données indiquent une certaine instrumentalisation politique de la religion dans la production d'attractions touristiques.

Toutefois, l'enquête qui nous intéresse dans cet article ne porte pas sur cette relation en tant que faisant partie d'une stratégie délibérée, mais sur une nouvelle région dans laquelle le sacré va se mêler, ce qui nous fait penser au concept d'hybridation de l'anthropologue Canclini (2000), avec d'autres régions de la réalité. C'est pourquoi surgit la question : jusqu'à quel point le « tourisme religieux » peut-il être compris comme un arrangement de sociabilité et comme un terrain pour les affaires ? Conceptuellement, le terme est imprécis, mais il peut servir pour penser un entrelacement de phénomènes en action.

Historiquement, selon Boyer (1996), la massification du tourisme se produit entre le XVIII^e siècle et le début du XX^e, fruit de nouveaux problèmes et de nouveaux discours. Le discours thérapeutico-hygiéniste, au XIX^e siècle (Boyer, 1996), par exemple, a entraîné la diffusion de la pratique touristique parmi d'amples segments sociaux en Europe. Il y avait un contrôle et une dispute politique de telle forme que :

« La foi en la vertu des eaux et en la valeur thérapeutique de la cure estivale dans les stations thermales a été consacrée dans les écrits des médecins auteurs de guides. Ils s'efforçaient de reprendre en main des pratiques populaires : l'Académie de médecine s'engagea dans la lutte et amena l'État à créer des lois et une réglementation [...] pour que les eaux soient toujours administrées sous le contrôle de médecins inspecteurs, nommés par l'État ».

Dans ce sens, le déplacement touristique finit par incorporer le discours hygiéniste. Ainsi, dans ce texte nous

extrayons quelques nodules de ce rhizome, décrits brièvement en raison des limitations d'espace et de temps :

FETES RELIGIEUSES POPULAIRES

Liées ou non à la tradition catholique, elles sont courantes dans la plupart des municipalités brésiliennes. Selon Lea Perez (2000), ce sont les activités urbaines les plus anciennes du Brésil, avec les processions. On peut citer les fêtes des saints protecteurs, les fêtes en l'honneur de Marie, sous des titres divers (Notre Dame du Rosaire, Immaculée Conception, Notre Dame Aparecida, Notre Dame de Nazareth, etc.) ; les Fêtes du Saint Esprit, entre autres. Ces fêtes, qui ont des siècles d'histoire, s'éparpillent sur de vastes étendues territoriales, en passant par des villes des États de Goiás (Pirenópolis), de São Paulo (Paraitinga) et de Rio de Janeiro (Parati). Dans le cas de la fête de la Pentecôte, dont le potentiel touristique a été exploité dans des municipalités comme Penha (Schauffert, 2001), des milliers de personnes viennent assister à la procession, voir les cierges, les étendards, l'empereur et l'impératrice de la fête, entendre les cantiques. Des centaines de fêtes religieuses, au sens général, ont lieu dans l'État de Minas Gerais, où sont situées les célèbres églises baroques construites au XVII^e et au XVIII^e siècles.

Certaines de ces fêtes sont réalisées depuis près de 80, 100 ou 200 ans dans ces villes où elles peuvent réunir environ 10 000 personnes. Des baraques colorées disputent l'espace avec les tribunes des prêcheurs. Fidèles et visiteurs se coudoient au milieu de ce commerce mouvementé. D'ailleurs, il serait intéressant d'analyser comment se produit cette hybridation en ce qui concerne la consommation des objets : son histoire, les métaphores que ces derniers évoquent, les métonymies qu'ils produisent sans cesse.

Les médias et la politique de l'État transforment, en partie, le rituel en spectacle religieux qu'il importe de commercialiser. Des trajets sont modifiés en fonction des touristes. Des photos, des reportages font de l'événement un « tourisme religieux ». Toutefois on se demande : quelle est la signification des fêtes pour celui qui les vit ?

Il y a ici un paradoxe entre le regard qui observe de l'extérieur, métaphoriquement élaboré, celui du touriste ; et le regard qui voit de l'intérieur des traditions, celui du pèlerin, du fidèle.

L'EMBRATUR (2000) a déjà publié un guide de « tourisme religieux ». Mais il semble qu'il se restreint aux fêtes catholiques. Près de 90 % de son contenu décrit des fêtes centenaires surgies avant le tourisme. Mais on n'y dit presque rien des religiosités afro-brésiliennes telle que le Candomblé ou le Tambour de Mina ; des religiosités orientales, originaires principalement de l'immigration japonaise, comme le bouddhisme et le Sei sho no Ié qui construisent au Brésil d'énormes temples ; les religiosités protestantes et pentecôtistes, avec leurs festivals de Gospel, de Chorales, etc. Enfin il n'est pas tenu compte de la diversité religieuse brésilienne. Si celle-ci existe, il existe aussi la possibilité d'en tirer profit dans une planification touristique.

LIEUX ET EVENEMENTS QUI ATTIRENT LES FLUX TOURISTIQUES

O Vale do Amanhecer (la Vallée du Lever du Jour), lieu créé par la voyante Tia Neiva, à Brasilia, capitale du Brésil, est une combinaison inédite, une hybridation d'éléments ésotériques, chrétiens et autres, articulés dans une architecture particulière et des rites / costumes / chants, etc., singuliers par la forme, les couleurs, l'arrangement (Carvalho, 1999) ; le Temple de l'Ecuménisme Irrestrito (Brasilia) appartenant à la *Legião da Boa Vontade* (Légion de la Bonne Volonté, mouvement religieux brésilien de caractère ésotérique) reçoit chaque année près de 40 000 personnes ; les fêtes de Yemanjá, à Salvador, Bahia, reçoivent près de 100 000 visiteurs... outre d'autres endroits, possédant des églises baroques renommées. Il y a des exemples de lieux auxquels les touristes accourent, comme les temples des religions orientales (bouddhisme), en plus des célèbres exemples du catholicisme comme la ville d'Aparecida (État de São Paulo) et le Cierge de Nazareth, dans la ville de Belem (capitale de l'État du Pará), qui attirent respectivement 6 et 3 millions de personnes, entre visiteurs, pèlerins et touristes.

PROCESSIONS DE LA FETE-DIEU

Les processions traditionnelles de la Fête-Dieu (*Corpus Christi*), qui remontent au Moyen-âge, constituent un autre exemple de zone d'hybridation du tourisme et de la religion. Introduites au Brésil par les portugais, elles se perpétuent dans de nombreuses villes des États de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, et Goiás. Les parterres colorés, les images, l'encens, l'ostensoir, les confréries défilent sous les regards curieux des touristes.

LES VOIES « SACREES »

Elles consistent en des portions d'espace déterminées qu'un certain nombre de fidèles et de touristes parcourent pour se rendre en des lieux considérés comme sacrés tels qu'une église, un ermitage, des chapelles, etc. Le plus connu dans le monde est le chemin de Saint Jacques de Compostelle, en Espagne. Le chemin du Père Anchieta (État d'Espírito Santo, Brésil) (Gazoni, 2003), et d'autres, soit ont été créés, soit existaient déjà et ont été canalisés par des entrepreneurs, par les autorités locales et par l'Église.

LE TOURISME RELIGIEUX ENTRE LES AFFAIRES ET LES DICTIONNAIRES

Dès lors que l'on confronte les attentes divergentes des visiteurs et des fidèles, il faudra caractériser la diversité des déplacements, en se demandant ce qui différencie le déplacement-voyage du déplacement-tourisme et le déplacement-pèlerinage du déplacement-excursion. Mais où se situe « l'adjectif » populaire dans l'expression tourisme religieux ? Dans la masse de visiteurs qui accourent vers ces lieux ? Les classes marginalisées et celles de faible pouvoir acquisitif ? Malgré tout, le nombre de pèlerins et de touristes croît de façon exponentielle (Salgado, 2003),

« Et parmi les sanctuaires chrétiens, les sanctuaires mariaux jouent un rôle important. [...] La plupart des lieux de pèlerinage du christianisme sont liés au culte de la Vierge (autour de 80%) ».

Ainsi, le sanctuaire, la place publique, la croix et l'image sont déterritorialisés par la force du flux sémiotique au croisement des signifiés produits par les différents groupes sociaux (touristes, adeptes, ecclésiastiques, spécialistes du tourisme, etc.). Devant une cathédrale, le fidèle s'agenouille et prie. Le touriste photographie, observe. Pourrait-on affirmer que l'un et l'autre ont un comportement que l'on pourrait décrire d'une façon homogène comme appartenant à la catégorie « tourisme religieux » ?

Pour avoir une idée de l'abîme qui sépare l'adepte et le touriste, voyons la description de l'anthropologue Carlos Rodrigues Brandão (2001, p.59) de la Semaine Sainte à Ouro Preto (Minas Gerais, Brésil) :

« Bien que catholiques dans leur majorité, les touristes qui arrivent à Ouro Preto en caravanes organisées par les entreprises de tourisme, ne viennent pas tous dans le même état d'esprit religieux. Au fond, il est recommandé que chaque catholique vive la Semaine Sainte dans sa paroisse. Participer aux cérémonies [...] à Ouro Preto signifie les vivre comme une rare expérience culturelle. Il est peu probable qu'ils éprouvent profondément les sentiments de douleur et de deuil que l'Église prescrit et codifie [...]. Si pour les fidèles de l'endroit la fête constitue un culte, et que celui-ci est sous le signe de la douleur ; pour les touristes le culte représente une fête, dont le symbole est la joie de la nouveauté et de la rareté. Est-ce qu'ils éviteront de manger de la viande, est-ce qu'ils jeûneront [...], est-ce qu'ils s'abstiendront des plaisirs du sexe le Vendredi Saint ? [...] ».

Cependant les touristes consomment, ils mangent dans des restaurants, achètent de l'artisanat et d'autres produits, ils font circuler un revenu dans l'économie locale, nationale et internationale. Les touristes dorment dans des auberges, des pensions, des hôtels. Pour avoir une idée du volume d'argent en jeu dans ces activités, il suffit d'additionner le « produit » de trois sanctuaires catholiques : Lourdes (France), Fatima (Portugal) et Guadalupe (Mexique). Ces sanctuaires à eux trois sont visités chaque année par 23 millions de personnes qui dépensent 11,5 milliards de Reais. Cela crée d'énormes impacts sur le tourisme : Lourdes, par exemple, est le second centre hôtelier de France. Un relevé plus précis des sanctuaires (catholiques en majorité), événements, fêtes, parmi d'autres aspects liés aux religions (catholique, pentecôtiste, *new age*, ésotérique, etc.) donnerait une idée plus précise de ce que possède le Brésil.

CRITIQUE DE LA « MARCHANDISATION »

Le critère du déplacement n'est pas suffisant à lui seul pour construire une typologie touristique, ce que Moesch a critiqué et signalé dans l'insuffisance des théories fonctionnalistes et phénoménologiques en leurs tentatives de construire un savoir touristique propre. La métamorphose de la religiosité et du fait touristique annonce un temps de séparation de l'identité de leurs racines locales / territoriales.

L'un des philosophes critiques de la dynamique « vidéologique » de la société capitaliste, c'est-à-dire de la substitution au réel de la production artificielle, Jean Baudrillard (1983), souligne que dans la « post-modernité », l'image a acquis l'indépendance et une prépondérance sur la réalité, une magie singulière, qui constitue la sacralité dans le sens de révérence / adoration, termes liés à la religion.

Le marché, au sens général, des biens matériels et symboliques gérés par des agents institutionnalisés (chaînes hôtelières et agences de voyages, opérateurs de tourisme, etc.) et avec la propre participation de l'État et des agents religieux, serait indissociablement lié à l'image. Ainsi, le tourisme devient une occasion de faire des affaires : il crée des emplois pour des guides, il donne une impulsion à l'artisanat en général et à celui lié aux articles religieux en particulier, il accroît l'utilisation des structures d'accueil aux touristes tels qu'hôtels, agences de voyage, etc. Selon la journaliste Juliana de Melo (2000), de la presse de Pernambouc, Brésil :

« Bientôt le Brésil doit commencer à parier sur ce filon [tourisme religieux]. Tout au moins c'est ce qu'espère l'Entreprise brésilienne de Tourisme (Embratur), avec le lancement du premier Calendrier officiel du Tourisme religieux, prévu pour la fin du mois [06/2000]. Encore en phase d'élaboration, le projet a pour objectif de cataloguer et d'organiser au moins 20 parcours de foi, parmi les fêtes populaires les plus attractives du pays. Jusqu'à présent, cinq événements du Pernambouc ont été sélectionnés, dont certains sont déjà renommés, comme la représentation de la Passion du Christ, à Nova Jérusalem, et la Saint Jean à Caruaru ; ainsi que d'autres qui n'ont pas la même renommée nationale, comme la fête de Notre Dame du Carmel, commémorée à Recife du 16 au 26 juillet, le jour du saint protecteur, Saint Sauveur du Monde, à Olinda (6 août), et les festivités à l'église des saints Côme et Damien, du 19 au 27 septembre à Igarassu. [...] La sélection des circuits est faite avec la collaboration de Dom Eugenio Salles [...] ».

La dynamique du tourisme serait attelée à l'image, au regard (Urry, 1990) qui, en interaction avec d'autres facteurs économiques et sociaux, oriente le flux de personnes par la (re)création des désirs et des besoins. Ainsi, aux yeux de certains agents du marché et d'une partie de l'institution, le « tourisme religieux » s'incarne dans le fidèle catholique qui dépose les offrandes promises aux pieds de l'image objet de sa vénération.

Il semble que le terme « tourisme religieux » ait encore besoin d'une analyse critique plus consistante et articulée à d'autres termes plus appropriés aux phénomènes religieux, comme « pèlerinage ». Néanmoins, soit sous ce terme, soit sous quelque autre nom qu'on donne à la pratique de visiter des lieux, d'aller assister à des événements, à des fêtes de caractère religieux populaire, catholique ou d'une autre religion (évangélique, orientale, ésotérique, etc.), la communauté locale peut participer à l'organisation du « tourisme » ou en souffrir les impacts d'une façon passive (Fête du saint Daime, 2003) :

« La colonie Cinq Mille, dans l'État de l'Acre, est un centre religieux provenant de la doctrine Santo Daime. Le Santo Daime est un breuvage utilisé dans les cultes, sous la dénomination de *Ayauhasca*. Ce n'est que récemment et dans l'Acre que s'est produit le phénomène de formation d'églises et la mise au point d'une doctrine, introduite par le maître Raimundo Irineu Serra. Le Santo Daime est un culte qui attire des visiteurs dans les forêts de l'Acre, en Amazonie brésilienne, où il représente le symbole d'une tradition séculaire. Le rituel et les vêtements varient d'un centre à un autre. Dans tous prédominent la musique, les chants, et les danses. Les adeptes vivent en régime communautaire. C'est une colonie qui est visitée fréquemment par les membres de la communauté locale, ainsi que par des touristes nationaux et étrangers. D'autres mouvements mystiques liés à la religiosité *New Age* sont également installés dans cette région. Aiuruoca abrite un temple du Santo Daime et à Lambari le Parc d'État Nova Baden reçoit un nombre considérable de touristes à la recherche d'un développement intérieur. Propice à l'écotourisme, la région doit affronter le problème de l'invasion par des agences de cette modalité touristique [...] ».

Ainsi, si sur le plan biologique il existe un certain nombre de besoins, l'interaction inévitable avec la société engendre des désirs, au moyen de la multiplication « agonique » d'images, qui se métamorphosent sous

mille formes, et se fragmentent continuellement. La condition de la « marchandisation », ou soit, le fait de les rendre désirables parce que commercialisables, des lieux et de la religion, avec leur appareil de fêtes et traditions populaires, réside dans la confection des images. Et c'est là, dans l'imaginaire véhiculé par les médias, et en interaction avec le flux de visiteurs / touristes, que tourisme et religion vont rencontrer leur point de convergence et le tissu dans lequel ils vont se retrouver cousus ensemble par la consommation.

La religion devient spectacle et performance, non seulement à travers le regard externe provenant du touriste, mais également à travers le regard interne de l'adepte, à mesure que les transformations culturelles modernes exercent un impact sur la manière des fidèles de manifester et de vivre leur religion, même si leur choix est de vivre selon les coutumes et la tradition.

Ces cycles de transformation créent des affaires : les transports se multiplient, des entreprises d'autobus et d'aviation s'ouvrent et redonnent de l'élan à d'anciennes routes, de nouveaux emplois surgissent ; le commerce de l'artisanat et d'autres articles est dynamisé ; enfin, une série de changements se produisent et peuvent signifier la revitalisation de l'économie locale de nombreuses petites municipalités du Brésil.

Ici entre en jeu une pratique des agences de voyage consistant à organiser des forfaits où tout est inclus, pour des lieux, des événements, des fêtes sacrées : Lourdes, Fatima, Rome, Medjugorje (ancienne Yougoslavie), les Lieux saints en Israël (Jérusalem en particulier), qui attirent des millions de visiteurs annuellement. Ceci sans mentionner les principaux points de l'Amérique latine comme Notre Dame de Guadalupe au Mexique et Lujan, en Argentine, entre autres. Mais des opportunités d'affaires se confirment dans beaucoup de villes. Rien que pour en donner une idée, on a dressé un tableau, avec quelques villes du Minas Gerais et leurs événements religieux, qui n'ont pas été extraits de pages ecclésiastiques, mais du Secrétariat au Tourisme de l'État de Minas Gerais. Actuellement, le Minas Gerais est le troisième État brésilien en population, avec environ 24 millions d'habitants. Il présente d'énormes inégalités socio-économiques, avec des régions hautement industrialisées et d'autres extrêmement pauvres. Cependant il est plus connu pour ses églises construites aux XVII^e et XVIII^e siècles.

La religion catholique y a encore une forte présence, bien que la diversité religieuse soit croissante. Cette diversité comporte le Candomblé, l'Umbanda, les églises évangéliques et les religions indigènes, entre autres. Toutefois cet article s'est focalisé sur la religion catholique, pratiquée par 89 % de la population de cet État.

Tableau 1 – Quelques villes et événements religieux - Juillet/Août - Minas Gerais, Brésil, 2003

Ville	Événement	Date	Nombre de visiteurs (estimation)
Serro	Fête de Notre-Dame du Rosaire	du 2 au 22/07	3 000
Baependi	Rencontre des Pèlerins de Nha Chica	08/07	1 000
Leandro Ferreira	Marche de la Foi	09/07	2 000
Senador Firmino	Jubilée de N.D. de la Conception	du 1 au 15/08	1 000
Prata	Fête de N.D. du Carmel	du 10 au 16/08	3 000
Minas Novas	Fête de Saint Benoît	du 14 au 15/07	2 000
Pedralva	Festival de Musique chrétienne	du 20 au 22/07	12 000
Sapucai Mirim	Fête de Sainte Anne	du 20 au 29/07	1 000
Estrela do Sul	Fêtes de N.D. du Rosaire et de Saint Benoît	du 20 au 29/07	2 000
Bueno Brandão	Fête du Seigneur Bon Jésus	28/08	2 000
Belo Horizonte	Fête de Saint Christophe	25/07	10 000
Total			39 000

Données : Setur, Minas Gerais, 2003.

Il est intéressant de remarquer qu'une bonne partie de ces informations, exposées dans le Tableau 1, représentant 89 % des cas, étaient disponibles sur le site du gouvernement de Minas, fournies par le Secrétariat du Tourisme. Ce tableau démontre seulement ce que pourrait être le potentiel touristique de la religion et reste circonscrit à la foi chrétienne, puisque on pourrait l'étendre aux fêtes religieuses de l'Umbanda, à la fête de Yemanjá du Candomblé de Salvador; du Santo Daimé, dans l'État de l'Acre (Brésil) et dans les grandes métropoles (Rio de Janeiro) etc.

EN GUISE DE CONCLUSION

Ce texte soulève une question : jusqu'à quel point est-il encore pertinent de s'interroger sur l'authenticité ou l'artificialité, sur la vérité ou le mensonge, en posant ces questions sous la forme dont elles sont généralement posées, comme si ces notions étaient des « tiroirs » bien séparés. Il est peut-être nécessaire de reformuler la manière de faire l'interrogation au sujet de l'authenticité ou de l'inauthenticité des biens, du patrimoine, de la religion et du tourisme. Il est nécessaire de détecter la naturalisation de certaines relations culturelles qui se produit dans l'analyse du terme « tourisme religieux ». Il y a une imbrication entre authenticité et artificialité dans cette naturalisation, qui, dévoilée, permettrait une plus grande clarté dans l'usage de ce terme. Cette phénoménologie analytique établirait une « zone de contact » complexe, car elle concerne toute la structure du marché touristique (agences, structures d'accueil, transports, services, etc.) dans bien des localités et régions du Brésil. Contact ne signifie pas nécessairement acceptation, harmonie, car la crise, le conflit ou la guerre, constituent aussi des relations de contact.

Peut-être l'« artificialisation » multiplie-t-elle les points de contact entre ces univers, créant un pôle plus interne, où les acteurs vivent de façon ontologique la réalité à laquelle ils sont liés, et un pôle externe, pour lequel le vécu est pris métaphoriquement. L'ontologie concerne l'être (essence) des choses, des phénomènes et des événements, une « intériorité », et la métaphore nous oriente vers la représentation performante de la réalité, une « externalité » (Steil, 1998).

Le pèlerin qui visite un sanctuaire en acte de foi, accomplit des vœux et prie, vit près du premier pôle. Par contre, le touriste qui « participe », observe et consomme des souvenirs, appartiendrait au second pôle. Si nous prenons pour exemple des localités / événements, Juazeiro (État de Ceara) et la fête du Père Cicéro, seraient situés dans la polarité ontologique, et Gramado / Canela et la fête Noël de Lumière, dans la polarité métaphorique.

Il existe réellement des conflits entre les sentiments des touristes et ceux des habitants, même si les visiteurs se déclarent catholiques. Néanmoins, pour être « fidèle » à « l'esprit post-moderne », il convient sans doute de ne pas adopter ces schémas interprétatifs de façon absolue, car il y a des biais.

Le marché / consommation en serait un, puisque le pèlerin aussi bien que le touriste consomment des objets artisanaux ou industrialisés, de fabrication nationale ou importés, donnant des significations à leur situation sociale et à leur conduite, liée pour sa part aux différences culturelles et économiques. Chez l'un comme chez l'autre, les croyances et les rites passent par l'intermédiaire du marché.

La globalisation a entraîné aussi bien le contact interculturel entre les divers systèmes religieux qu'elle a créé les conditions de la marchandisation du champ religieux (Steil, 2001), permettant l'effondrement des frontières entre le tourisme et la religion, facteurs essentiels à la constitution d'un nouveau terme, celui de « tourisme religieux ». Toujours selon Steil (2001, p.120) :

« Si dans le contexte populaire traditionnel le syncrétisme s'effectuait à partir de la croyance que le champ religieux étant une œuvre divine, toutes les religions étaient sacrées et ne pouvaient être exclues, dans le contexte de la modernité, les choix et les bricolages religieux semblent se produire selon une vision séculaire du champ religieux où les idées de consommation et de marché sont prédominantes. C'est l'individu qui fait son choix devant l'immense variété des options religieuses qui se présentent ».

La porosité entre les frontières entraîne également une crise des concepts traditionnels qui ne captent ni ne traduisent plus les phénomènes qu'ils essaient de comprendre. Il y a un flux nomade de pratiques sociales mêlant religiosité, plaisir, consommation et commerce, qui échappe encore à la théorisation académique.

Quant aux frontières de la religion, lorsqu'on entend des musiques rap, comme celles du MC's Racionais et/ou des musiques du Père Marcelo Rossi, ou bien au Carnaval, on se demande si la religion est devenue un spectacle et une performance, offerts à des consommateurs errants, à des gens venus expérimenter des sensations, et qui ne sont liées ni à un dogme, ni à un système théologique, ni à une église. Alors, on peut sans doute parler de « tourisme religieux ».

Ceci nous renvoie à la façon actuelle de vivre la religiosité. À l'époque contemporaine, la filiation religieuse peut être vécue comme une tradition ou comme un choix. Cependant il y a une extrême visibilité de ces choix, corrélative à une nouvelle forme de marchandisation des symboles religieux : son exploitation touristique.

Néanmoins, le terme tourisme religieux est de plus en plus utilisé et possède une base empirique : les rituels / événements / fêtes, primordialement manifestations de foi et de religiosité, deviennent dans la société de consommation actuelle spectacles artistiques, culturels et touristiques. Par conséquent, si la conception du religieux et du profane a changé (Amaral, 2001), l'existence et l'usage de termes comme tourisme religieux deviennent possibles.

Un daltonisme théorique fait confondre la séparation entre religion, loisir et tourisme, ou est-ce, comme l'affirme Geertz (1997), que ce qui a changé ce n'est pas tellement la réalité, mais la manière de l'appréhender, de la cartographier, les structures de production cognitive de signification s'étant profondément modifiées ?

Cet article s'est limité à analyser principalement cette imbrication entre tourisme et religion du point de vue du catholicisme. Il manque encore une étude plus ample de la contribution d'autres religiosités, comme l'Umbanda, qui a généré des événements et des fêtes très fréquentées et en affinité avec le tourisme, comme par exemple les rites en l'honneur de Yemanjá à l'occasion du nouvel an.

Le Candomblé, en particulier à Bahia, est une religiosité qui entretient une forte relation avec l'activité artistique, depuis les acarajés⁴ jusqu'aux rites traditionnels, tel que le lavage des escaliers de l'église de Bonfim.

D'autre part, les méga événements de Gospel (style musical d'origine évangéliste) des églises protestantes (baptiste, méthodiste) et pentecôtistes (assemblée de Dieu) attirent des adeptes et des touristes dans les localités où ils se réalisent.

Dans ces déplacements contemporains, « post-modernes », ces catégories sont peut-être indissociables dans la pratique. En théorie, les frontières sont beaucoup plus nettes que dans la réalité.

Mais une question reste posée, conceptuelle certes, mais non moins importante que les possibilités économiques qui s'offrent : tourisme religieux, où simple mise à profit touristique de fêtes, événements et lieux liés à la religion ? Le terme « tourisme religieux » devient une arène, un lieu où se réalisent la circulation et la négociation entre plusieurs contextes d'interlocuteurs : l'église catholique, les pasteurs évangéliques, les gouvernements, les communautés locales, les pèlerins et touristes.

Les significations circulent et sont consommées, et le lieu de la parole actionne un dispositif de production de signifiés. Ce contexte situationnel (qui parle où il parle ?) se confond avec le texte existentiel (qui est celui qui parle ?) pour actionner l'intertexte qui, dans ce cas, serait la catégorie « tourisme religieux ». De la sorte, « tourisme religieux » serait un intertexte produit sur un marché simultanément symbolique / politique / économique, où fonctionne la logique du pouvoir « faire voir, faire croire ».

Dans ce sens, on ne peut séparer la catégorie « tourisme religieux » des discussions et conflits à propos de la légitimité de son emploi, de l'authenticité et/ou de la scientificité du terme en question. Toutefois, cet affrontement a lieu dans une arène où les interlocuteurs se trouvent dans des conditions d'inégalité : niveaux différents de capital social, culturel, économique et symbolique.

Cependant, c'est dans cette circulation communicative que la catégorie émerge, s'affirme, devient légitime. On pourrait peut-être, ici, établir un parallèle entre le processus de construction de la catégorie et la catégorie elle-même : circulation, circulation de personnes, de flux symboliques et financiers, réunissant à l'intérieur des mêmes frontières la consommation (Veblen, 1953).

Finalement, on pourrait même – sans doute – affirmer que le tourisme religieux est une des expressions (métaphoriques et pratiques) qui émerge de la transition du fordisme vers le modèle d'accumulation flexible du capital, comme le suggère David Harvey (1989). Mais c'est là une autre histoire, un autre intertexte. De nouveau la circulation des significations reprend, le flux sémantique continue, solennel et indomptable.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Amaral L., "Deus é pop. Sobre a radicalidade do trânsito religioso na cultura popular de consumo", Communication au III^e Simpósio nacional da Associação Brasileira de história das religiões, Recife, 20-22 juin 2001.
- Amirou R., *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, Paris, PUF, 1995.
- Appadurai A., *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Minneapolis/Lenders, University of Minnesota Press, 1996.
- Ardoino J., « Polysémie de l'implication », *Pour*, n°88, 1983, p.19-23.
- Arruda R., Henrique B., "Crença popular estimula turismo religioso em São Paulo", *Estado de São Paulo, Caderno Cidades*, 16 juin 1999.

⁴ Sorte de beignet typique de la cuisine bahianaise, d'origine africaine.

- Assunção L. F., "Canonização evidencia turismo religioso em Santa Catarina: padres, feiras e até uma agência são especializados em roteiros santos", *A Notícia*, Santa Catarina, domingo, 10/03/2002.
- Barreto M., "As ciências sociais aplicadas ao turismo" dans Serrano C., Bruhns H. T., Luchiari M.T. (orgs.) *Olhares contemporâneos sobre o turismo*, São Paulo, Papirus, 2^e éd., 2001.
- Basseti L.C., *Secretário de turismo e meio ambiente reúne-se com evangélicos*, (document en ligne), disponible sur: <http://www.pontagrossa.pr.gov.br/ccs/20010705/secretario.html>, référence du 15/09/2003.
- Bauman Z., *O mal-estar da pós-modernidade*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1998.
- Boon J., *Other tribes, other scribes*, Cambridge, Cambridge University Press, 1982.
- Boorstin D., *The image: a guide to pseudo-events in America*, New York, Vintagebooks éd., 1992.
- Boyer M., *L'invention du tourisme*, Paris, Découvertes/Gallimard, 1996.
- Brandão C. R., "Ouro Preto: arte, antiguidade e artesanato" dans *A cultura na rua*, Campinas, Papirus, 2^e éd., 2001.
- Canclini N. G., *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*, São Paulo, EDUSP, 2000.
- Carvalho J.J. de, *Um espaço público encantado: pluralidade religiosa e modernidade no Brasil*, Texte UnB, 1999.
- Clifford J., "On ethnographic authority", *Representations* 1:2, Spring, 1983.
- Correio Bresiliense, « Caminho Santo da Nhá Chica », disponible sur http://www2.correioweb.com.br/cw/EDICAO_20020417/sup_lug_170402_5.htm, référence du 13/09/2003.
- Cristofoli Â. R., *Humanismo latino e turismo religioso no Brasil*, document en ligne disponible sur http://www.brasillatino.pro.br/colunas/ANGELO_R_CRISTOFOLI.htm, référence du 07/09/2003.
- Dias R., Silveira E. S. da, *Turismo religioso: ensaios e reflexões*, Campinas, Alínea, 2003.
- FESTA DO SANTO DAIME, document en ligne disponible sur <http://www.citybrazil.com.br/ac/riobranco/agenda.htm>, référence du 10/06/2003.
- FIPE, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, *Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil*, São Paulo, FIPE, 2002.
- Foucault M., *A ordem do discurso*, São Paulo, Loyola, 2001.
- Gazoni J., "Aproveitamento turístico de recursos mítico-religiosos: os passos de Anchieta" dans Dias R., Silveira E. S. Da, . *Turismo religioso: ensaios e reflexões*, Campinas, Alínea, 2003.
- Geertz C., *O saber local*, Petrópolis, Vozes, 1997.
- Giddens A., *The consequences of modernity*, Cambridge, Polity Press, 1990.
- Gonçalves C., *Potirendaba investe no turismo religioso*, POTIRENDABA EMACÃO: site oficial da Prefeitura de Potirendaba, SP, disponible sur <http://www.pmpotirendaba.com.Br/noticias2.asp?cód=29>, référence du 15/09/2003.
- Graburn N. H., "Tourism: the sacred journey" dans Smith V. (ed.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2^e éd., 1995, p.26-36.
- Harvey D., *The condition pos-modern*, New York, Basic Books, 1989.

- Hervieu-Léger D., "Representam os surtos emocionais contemporâneos o fim da secularização ou o fim da religião?", *Religião e Sociedade*, vol.18, nº1, Rio de Janeiro, CER/ISER, 1997.
- Maffesoli M., *No fundo das aparências*, Petrópolis, Vozes, 2000.
- Maffesoli M., *Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas*, Rio de Janeiro, Record, 2001.
- Mauss M., *Manual de etnografia*, Porto, Editorial Pórtico, 1972.
- Melo J. de, "Um mapa do turismo religioso no Brasil", *Jornal do Comércio*, Pernambuco, 08/06/2000, p.13.
- Monteiro M., *Turismo religioso: roteiros de fé*, document en ligne disponible sur <http://www.noolhar.com/opovo/turismo/301668.html>, référence du 10/06/2003.
- Perez L. F., "Breves notas e reflexões sobre a religiosidade brasileira", *Brasil 500 anos*, Junho de 2000, Belo Horizonte, Imprensa Oficial dos Poderes do Estado, p.40-58.
- PONTIFICIO – Consejo para la pastoral de los emigrantes e itinerantes, *Orientaciones para la pastoral del turismo*, document en ligne disponible sur http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/migrants/documents/rc_pc_migrants_doc_20010711_pastorale-turismo_sp.html, référence du 10/09/2003.
- Reddy W. M., "Against constructionism: the historical ethnography of emotions" *Current Anthropology*, 1990, 38 (3), p.327-352.
- Salgado J. R., *Turismo Religioso: apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo*, document en ligne disponible sur <http://www.aguaforte.com/ antropologia/ JavierSalgado.html>, référence du 13/09/2003.
- Sapir E., *The psychology of culture: a course of lectures*, Berlin/New York, Mouton/Gruyter, 1994.
- Schauffert O. T.F., "Festa do Divino Espírito Santo: ritual religioso e atração turística em Penha – Santa Catarina", Communication au IV^e RAM (Reunião de Antropólogos do Mercosul), Curitiba, nov. 2001.
- Secall R. E., *Turismo e religión: aproximación a la história del turismo religioso*, Universidad de Málaga, Servicio de Publicaciones/Intercambio Científico, 2002.
- Silveira E. S. da, "Turismo e consumo: a religião como lazer em Aparecida" dans Abumanssur E. S. (org.), *Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*, Campinas, Papirus, 2003, p.69-106.
- Steil C.A., "Peregrinação e turismo: o Natal Luz em Gramado e Canela", Communication à la XXII^e Reunião da ANPOCS, Caxambu, 1998.
- Veblen T., *The theory of the leisure class*, New York, Mentor/Viking/Macmillan, 1953.