

« Dogonité » et Internet
Une lecture critique de l'essentialisation des identités
« Dogonity » and Internet
A Critical Review of Essentializing Identities
« Dogonidad » y Internet
Una lectura crítica de la esencialización de las identidades

Denise D. Barros, Aghi A. Bahi et Paula Morgado

Volume 35, numéro 1-2, 2011

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1006369ar>
DOI : <https://doi.org/10.7202/1006369ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département d'anthropologie de l'Université Laval

ISSN

0702-8997 (imprimé)
1703-7921 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Barros, D. D., Bahi, A. A. & Morgado, P. (2011). « Dogonité » et Internet : une lecture critique de l'essentialisation des identités. *Anthropologie et Sociétés*, 35(1-2), 69–86. <https://doi.org/10.7202/1006369ar>

Résumé de l'article

Dans cet article, nous discutons de l'affirmation de l'identité substantivée diffusée dans le web et attribuée à la société dogon. À partir d'un corpus de pages web, nous examinons les stéréotypes ainsi que les formes de langage visuel utilisées dans le discours sur le tourisme en Pays Dogon pour promouvoir le tourisme de la région. Internet jouant un rôle très important pour alimenter l'enchantement des touristes, nous voulons étudier comment les stéréotypes ethniques et culturels coloniaux sont renouvelés. Nous réexaminons les images produites sur le Pays Dogon dans le web, afin de comprendre les implications théoriques et méthodologiques de leurs significations.

«DOGONITÉ» ET INTERNET

Une lecture critique de l'essentialisation des identités

Denise D. Barros

Aghi A. Bahi

Paula Morgado



Introduction

Cet article¹ pose le problème du contenu du web dans le secteur spécifique du tourisme en Afrique. Le tourisme, forme de contact culturel singulièrement importante pour les sociétés non industrielles de petite échelle (Lane 1988 : 66), produit une construction (ou une représentation) symbolique de l'Autre tout comme celle qu'offraient les voyageurs, explorateurs, administrateurs coloniaux et ethnologues d'antan. Il s'agit donc ici de comprendre si les pages web en français (langue officielle du Mali) sur le tourisme offrent une nouvelle perspective sur la société dogon, ou si elles ne sont au contraire que le prolongement et la reproduction des stéréotypes coloniaux. Participent-elles ainsi à la construction d'une nouvelle «dogonité» dans le cyberspace ou mettent-elles plutôt en œuvre une reproduction renouvelée de l'idéologie africaniste coloniale ?

Nous cherchons à appréhender les clichés, les stéréotypes et les discours (webdiscours) utilisés pour diffuser le tourisme dans la région aujourd'hui. Il s'agit de saisir le langage utilisé, qui est aussi générateur de significations culturelles. Le web offrant un accès privilégié et facile au cyberspace, il impose «un processus de négociation, de distorsion, d'appropriation à partir de

-
1. Une première version de ce texte intitulée «Dogonicidade no ciberespaço : para uma leitura crítica da produção, interpretação e substantivação de identidades na rede mundial de computadores» a fait l'objet d'une communication au séminaire ANPOCS (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais) qui s'est tenu entre les 27 et 31 octobre 2008 à Caxambu, Mina Gerais (Brésil). Nous remercions Talita Vecchia pour sa collaboration pendant la recherche et pour sa classification des sites web ainsi que l'Université de São Paulo (Brésil) et l'Université d'Abidjan-Cocody (Côte d'Ivoire) pour leur support institutionnel. Nous sommes également très reconnaissants à la Casa das Africas (Brésil) pour son soutien décisif. Enfin, nous tenons à exprimer notre gratitude à l'Institut d'Études Avancées de Nantes pour les subventions et l'aide à la logistique pendant la période d'écriture ; et finalement au CIÉRA (Centre interuniversitaire d'études et de recherches autochtones) de l'Université Laval (Québec, Canada) qui a permis à Paula Morgado de prendre contact avec les peuples amérindiens du Québec et d'entamer une recherche sur le cyberspace autochtone.

cette nouvelle dimension spatiotemporelle de communication et d'information planétaire»² (Lemos 2002 : 136). Le web propose un langage nouveau renvoyant à la cyberculture (Castells 2002 ; Downing 2002 ; Lemos 2002) qui redéfinit les localités et la globalité, et où s'opèrent des négociations entre les constructions imaginaires et le monde « déterritorialisé » (Appadurai 2001 ; Giddens 1994). Espace imaginaire où se repense la signification sensorielle d'une civilisation occidentale, le cyberspace est « le lieu où se rencontrent rationalité technologique, vitalisme social et pensée magique³ » (Lemos 2002 : 138).

Comme toute communication, celle médiatisée par les nouvelles technologies n'est pas affranchie des rapports de force entre identités collectives. Il est alors concevable de soulever l'hypothèse du web comme lieu de construction d'identité culturelle, voire d'ethnicité. Il est important de repenser la production de stéréotypes dans les relations d'altérités distanciées au travers des contextes postcoloniaux qui se renouvellent. Le web réduit les distances et augmente de manière exponentielle les possibilités de contact et les relations d'échange personnel. Mais il est également relié aux intérêts économiques et politiques qui créent un lien entre ces relations, et participent à rénover les formes antérieures de qualification de l'autre. La présente étude a donc été menée pour identifier et comprendre comment le discours touristique du web contribue à l'interprétation et à la substantivation de la société dogon comme groupe ethnique figé. De façon plus spécifique, il s'agissait, en premier lieu, d'examiner la performance du discours touristique du web en langue française sur le Pays Dogon ; en deuxième lieu, d'identifier l'éventail des adjectifs qualificatifs sur les Dogon dans le corpus de pages web sélectionné ; et enfin de discuter les formes de l'affirmation d'identité substantivée qui est attribuée à cette société.

Le Pays Dogon se situe dans l'ouest de la République du Mali, qui a été une colonie française de 1903 à 1960, année de l'indépendance du pays. L'isolement supposé des Habés⁴, peuples des montagnes, « ancêtres » des Dogon, « réfractaires à l'islamisation, a renforcé la fascination qu'ils exercent, depuis les années 1930, sur les voyageurs, les administrateurs et, plus tard, sur les chercheurs, les médias, les touristes et les aventuriers d'aujourd'hui » (Barros 2004 : 21-29). Un certain discours du tourisme puise dans l'anthropologie officielle pour fonder sa légitimité en usant de l'autorité de cette discipline des sciences humaines. Dans le même temps, il se tient à distance de la rigueur méthodologique et des critiques importantes sur l'ethnisation des sociétés en Afrique comme un produit du colonialisme (voir Bhabha 2001 ; Amselle et Mbokolo 1985).

2. Notre traduction.

3. Notre traduction.

4. Nom qui signifie en fulfulde « païen » et était utilisé par les Peul pour désigner la population qui habitait sur le plateau et sur les falaises escarpées.

Plusieurs auteurs⁵ remettent en cause les méthodes de Marcel Griaule⁶, notamment à partir de *Dieu d'eau...* (Griaule 1976), considéré comme un montage romancé et spéculatif. Les publications de Griaule et de Dieterlen ont beaucoup intéressé et inspiré artistes et intellectuels du monde entier (Barros 2004), et ont été depuis 1935 complétées par de nombreux autres travaux réalisés dans la région et dans différents domaines (Barros 2004).

Le terme «dogonité», se réfère au «cadre idéologique commun de populations que l'histoire, la langue et la culture ont agrégées et distinguées les unes des autres» (Martinelli 1995 : 374). Il forme un faisceau de caractères exprimant et définissant à la fois l'ethnonyme et le toponyme connu comme *Dogon*. Pour notre part, il n'y a là ni substantivation, ni réification de l'ethnie. La construction de la «dogonité» peut d'ailleurs s'inscrire dans un processus de réappropriation de cette notion par les sujets eux-mêmes et pour leur propre compte⁷ : «soit par effet dialectique, soit parce qu'elles ne pouvaient exprimer autrement leurs revendications économiques et politiques – du discours ethniciste (ou indigéniste, ou tribaliste) employé à leur endroit par les dominants» (Taylor 1992 : 243).

La problématique de la construction de la dogonité requiert de saisir comment et par quels mécanismes les agents sociaux locaux orientent ou redynamisent ces classifications, comment ils les transforment, en font des références identitaires reconnaissables, et constituent un capital symbolique (Bourdieu 2000 : 355) dans l'économie des relations translocales.

Corpus et méthode

Le web est ici considéré comme «terrain» de recherche présentant dès lors une multiplicité de lieux, formant un monde composite fait de territoires, de langages et d'espaces visuels variés (Morgado et Barros 2008). Sélectionner un corpus nécessitait d'abord de choisir parmi les moteurs de recherche les plus pertinents indexant les pages web en langue française, comprenant dès lors (*a priori*) des pages maliennes dont on peut conjecturer la faible représentativité⁸.

-
5. Voir le débat dans les articles de Balandier (1960), Lettens (1971), Lebœuf (1975) et Van Beek (1991, 2004, 2005), qui a été suivi de différents commentaires et répliques par Van Beek, de Heusch (1991) et Ciarcia (1998, 2001, 2003). Rappelons aussi le travail de James Clifford (1983), dans lequel il consacre un chapitre à ce qu'on appelle l'École Griaule – *Power and Dialogue en Ethnography: Marcel Griaule's Initiation* (Stocking 1983 ; Griaule et Dieterlen 1965). L'édition brésilienne réunit une partie de l'œuvre publiée originellement par Clifford en 1988 – *The Predicament of Culture Twentieth-Century Ethnography: Literature and Art*.
 6. Notamment le choix et la définition des informateurs, l'induction d'informations.
 7. Nous pensons aux Dogon eux-mêmes... Il est souvent difficile de distinguer l'ethnicité «imposée» et l'ethnicité «revendiquée».
 8. Cela illustre une fois de plus les inégalités nord-sud dans l'accès aux technologies d'information et de communication. En outre, les pages maliennes créées sont surtout francophones.

Il s'en est suivi une phase quantitative d'inventaire des pages web, effectué au moyen du programme *Copernic Agent Professional*⁹. Enfin, une étape qualitative s'est focalisée sur le choix d'un petit échantillon, tiré de la pléthore des pages web de type « *information service* » (Wolton 2000: 95). L'échantillon respecte donc les différents types de tourisme (selon les mots-clés des pages web) repérés dans l'ensemble des pages considérées : « tradition », « aventure », « sport », « savoirs », « éthique », « équitable », etc.

L'utilisation du programme Copernic, avec ses 293 moteurs de recherche et ses 700 résultats trouvés pour chacun, nous a permis de repérer dans les 5 457 pages valides (répétitions exclues et liens ignorés) comprenant le mot « Dogon » pas moins de 2 217 sites web sur les Dogon. Nous avons visité l'ensemble des pages et en avons sélectionné 769 après en avoir opéré un classement en fonction des différents sujets présentés : politique, rituels, tourisme, société et développement, cinéma et radio/TV, culture et spectacle, art et objets, religion, astrologie et cosmogonie, livres, articles de presse, environnement. Dans les pages sélectionnées, les Dogon constituent le véritable centre d'intérêt et ne sont pas simplement cités ni ne constituent des exemples fortuits. Si cette étude prend appui sur une recherche antérieure (Barros et Morgado 2008), le présent article insiste résolument sur l'aspect qualitatif du corpus, en privilégiant le caractère exemplaire des éléments analysés.

L'examen des diverses articulations possibles entre les éléments composant le langage du web produit une lecture mettant en évidence les stéréotypes sur les Dogon issus des catégories utilisées par les narrations des différentes pages web, catégories qui sont en quelque sorte émiques. Les stéréotypes, appliqués tant à des individus qu'à des catégories entières d'individus, constituent la base des préjugés utilisés pour justifier les discriminations négatives autant que positives qui fonctionnent comme éléments de « typification » (Schütz 1987). Ces éléments peu flexibles, à l'œuvre dans les différents « types » de discours touristiques (tourisme « commercial », « écotourisme », tourisme « anthropologique », etc.), composent notre corpus.

L'esthétique et la nature au Pays Dogon

L'esthétique ou l'esthétisation est essentielle dans la construction de la dogonité. Une même ambiance prévaut : nuances latéritique, rouille, terre rouge, avec des couleurs chaudes récurrentes, dans de vastes paysages avec une verdure

9. Ce métamoteur rassemblant plus de 1 000 moteurs de recherche sur le réseau mondial, regroupés en 120 catégories, peut être programmé pour enregistrer jusqu'à 700 résultats et peut se connecter avec le dit « réseau invisible » (qui n'apparaît pas sur les résultats de recherche, mais qui se trouve dans les notices des bibliothèques, les informations académiques et l'INFOMINE – *Scholarly Internet Ressources Collections*). Selon les spécialistes des technologies d'information et de communication, ce réseau invisible serait environ dix fois plus étendu que le réseau visible. Voir le site Internet (www.infomine.ucr.edu), consulté le 20 mars 2007.

plutôt rare, où la foule constitue une mosaïque bigarrée sur fond d'imposants massifs pierreux. Le temps est comme suspendu dans cette nature imposante et figée. En effet,

Au sud de Tombouctou, dans la boucle du fleuve Niger, plusieurs massifs sont disposés à régaler nos appétits de grimpeur. Durant ce voyage nous nous concentrerons sur le massif du Hombori, zone qui présente à elle seule une cinquantaine d'itinéraires parmi les plus beaux du pays. C'est ici que l'on trouve la plus connue des montagnes du Pays Dogon : la Main de Fatma (Aiguilles de Garmi) dont les plus hautes faces avoisinent les 600m. Mais au-delà de l'escalade c'est aussi un voyage à la rencontre du peuple dogon qui habite depuis toujours ces falaises dans des constructions défiant notre imagination. Bien avant l'ère de l'alpinisme les habitants de cette région avaient pour des besoins de survie gravi la plupart des sommets.

MontagnesDuMonde.fr¹⁰

De même, le « Trial du Pays Dogon », l'escalade au Pays Dogon ou « la course à pied » se présentent comme de véritables outils de découverte¹¹. Pour ce qui est de l'escalade, le mont Hombori, point culminant du Mali (1 155m), « avec des parois abruptes pouvant atteindre jusqu'à 400 mètres ! », est un lieu de prédilection pour les grimpeurs de haut niveau, et donc une « excellente » destination illustrant encore :

[...] à la fois l'ancestralité et l'intelligence stratégique des Dogon : si les premiers sommets ont été atteints par des Européens dans les années 1920, d'autres, d'envergure, avaient été escaladés par les Dogon dès le XV^e siècle pour construire, au sommet des falaises, des greniers inaccessibles afin d'y stocker leurs récoltes ou leurs objets de culte.

Visit Algeria¹²

En raison de ces paysages pittoresques, magnifiques, typiques d'une Afrique longtemps isolée du monde (Iron Organisation Centerall), le Pays Dogon est considéré comme le joyau du tourisme malien et accueille chaque année de nombreux touristes venus de l'étranger. « Du haut de la falaise, c'est un panorama magnifique qui s'ouvre à vous. La randonnée en Pays Dogon est l'expérience d'une beauté incomparable et d'une culture fascinante, où le sacré règne » (Clin d'œil Évasion)¹³. Le Pays Dogon est aussi un joyau en raison de l'architecture de ses villages et de ses maisons :

10. Site Internet (http://www.montagnesdumonde.fr/stages/voyage_escalade_au_mali), consulté le 10 octobre 2008.

11. Iron Organisation Centerall, site Internet (<http://www.ironorganisation.centerall.com>), consulté le 23 mars 2007.

12. Visit Algeria, site Internet (<http://www.visit-algeria.com/mali.html>), consulté le 23 mars 2007.

13. Clin d'œil Évasion, site Internet (<http://www.clindoeilevasion.com/voyage-dogon-niger-mali.html>), consulté le 23 mars 2007.

Les villages dogon apparaissent mieux dans la splendeur de leur architecture remarquable : maisons de famille aux terrasses carrées, greniers à mil surmontés de toits de paille aigus, vestiges en forme de niche, le tout accroché aux flancs des rochers. Peut-on imaginer constructions plus pittoresques ?

OMATHO¹⁴

L'exemple du site de la renommée athlète Catherine Destivelle est typique de la recherche de dépaysement où l'Occidentale va se montrer plus audacieuse que les Dogon pourtant habitués à cet environnement difficile¹⁵. Tout se passe comme si le discours du tourisme lui-même niait le tourisme, ou à tout le moins décriait le faux ou le mauvais tourisme. Ainsi, le tourisme « vrai » renverrait à la générosité : « Ici pas de clubs, de complexes hôteliers ou de grands tour-opérateurs : des agences spécialisées travaillent en partenariat étroit avec les guides locaux organisés collectivement » (Novethic)¹⁶. L'exotisme vient d'abord de la nature qui, en elle-même, n'existe pas dans l'univers des Européens ciblés par les messages. Il s'inscrit ensuite dans les peintures rupestres des grottes de circoncision (par exemple), l'artisanat (sculpture, tissage, vannerie, poterie, masques, portes de greniers, serrures en bois, piliers de *togu-na*, autels sacrificiels, etc.), la danse et la musique. La sobriété et l'élégance de cet art dogon, si riche qu'il n'a cessé d'être pillé par le marché d'art du tourisme, renfermeraient l'immutabilité des valeurs humaines et des traditions immémoriales... L'architecture dogon traduit à sa manière la sagesse de ce peuple, cette technologie millénaire des Dogon qui enchantait de nombreux ethnographes européens et qui fascine encore le touriste d'aujourd'hui. Bref, si l'on en croit les pages web, le Pays Dogon constitue un lieu authentique d'équipées et d'aventures saisissantes et inoubliables que chacun doit vivre ou avoir vécu.

L'authenticité

Un des lieux communs du « webdiscours » sur les Dogon reste leur authenticité : « Peuple d'Afrique qui a su conserver son identité et une authenticité parfaite. Son histoire s'explique grâce à la volonté des habitants » (Clin d'œil Évasion)¹⁷. Ce discours est repris par la voix officielle du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme du Mali qui décrit les Dogon comme un des peuples d'Afrique qui « a échappé à toute influence étrangère ». En effet, « leur histoire est marquée

14. OMATHO (Office Malien du Tourisme et de l'Hôtellerie), site Internet (<http://www.le-mali.com/omatho/sites2.htm>), consulté le 23 mars 2007. Les citations suivantes sont issues de la même consultation.

15. Destivelle, site Internet (<http://www.destivelle.com/PROD/PRodFrameF.htm>), consulté le 23 mars 2007.

16. Novethic, site Internet (<http://www.novethic.fr/novethic/v3/article.jsp?id=73233>), consulté le 10 juillet 2007.

17. Clin d'œil Évasion, site Internet (<http://www.clinoeilevasion.com/voyage-dogon-niger-mali.html>), consulté le 10 juillet 2007.

par la volonté et l'obstination de demeurer authentiques, de préserver leur âme» (OMATHO). Cette authenticité s'inscrit aussi dans le refus de l'islam ou la résistance à l'islamisation attribuée aux Dogon pendant une large période.

C'est entre le XI^e et le XII^e siècle que les Dogon se sont installés dans les falaises de Bandiagara. En raison de leur isolement et du caractère ésotérique et ancestral de leur organisation sociale et religieuse, ils ont pu résister à la domination des différents empires, préserver leur identité culturelle et résister à l'influence islamique.

Tafouk¹⁸

Là encore, même si les dates ne concordent pas, le discours officiel semble être repris *in extenso* : «Les Dogon auraient quitté le Mandé (empire du Mali) au XIII^e siècle selon la tradition orale, quand cet empire décida de faire de l'islam sa religion» (OMATHO). Le discours de l'État malien, qui fait un appel au tourisme articulant intérêt commercial et perspective extérieure, reste très proche du discours des agences étrangères de tourisme.

On retrouve cités dans le discours touristique sur les Dogon la sensibilité, les «valeurs humaines authentiques», ainsi que les paysans, considérés comme à redécouvrir (des gens simples, naturels, instinctifs, irrationnels, n'ayant aucun sens de l'individualité). De façon secondaire apparaît aussi dans la propagande du tourisme sportif en Pays Dogon la construction d'un certain état de nature, d'une certaine primitivité qui pourrait enrichir l'expérience du touriste à l'occasion d'une randonnée ou d'une escalade entre villages aux paysages splendides où il croiserait des gens vivant d'une manière primitive ou authentique.

La problématique de l'authenticité est au centre de l'interaction entre les divers acteurs du tourisme. Le tourisme, illustration de la mondialisation économique, et son discours racoleur sont toujours en quête d'une authenticité «plus authentique». Cela explique au moins en partie le développement d'alternatives du genre «tourisme anthropologique», «tourisme écologique», «écotourisme», «tourisme militant», «tourisme solidaire», ou encore «tourisme éthique» que nous désignons sous le terme d'«alter-tourisme».

La sagesse et le symbolisme lié aux mystères et son scénario

Les Dogon sont aussi réputés pour leur «mystère», leur «ésotérisme» et leur «cosmogonie». Leur symbolisme réputé au-delà de leurs localités ou de leurs territoires renforce l'image du Pays Dogon dans l'imaginaire touristique.

Véritable abbatale avec une cosmogonie complexe, la civilisation dogon, dont l'origine reste mystérieuse et qui vit retranchée dans les anfractuosités de la falaise du Bandiagara, a survécu à tous les assauts venant de l'extérieur et fascine d'emblée. Le symbolisme est visible partout; l'artisanat – avec

18. Tafouk, site Internet (<http://www.tafouk.com/tourisme.html>), consulté le 23 mars 2007.

la confection des masques et la sculpture des portes –, l'architecture, la musique et le folklore sont empreints d'une valeur sacrée. Chaque village, accroché au flanc de la falaise et défiant la gravitation universelle, est une merveille d'architecture, avec ses habitations en « banco » et paille de mil, ses greniers surmontés de « chapeaux » de paille coniques du plus bel effet, ses autels et sa fameuse « *toгу'na* » ou « case à palabres », où se réunissent les anciens pour discuter des affaires du village. Le toit de cette habitation carrée surélevée par des piliers sculptés étant volontairement bas, s'il arrive que l'un d'eux s'emporte jusqu'à vouloir se relever, il se cognerait inévitablement au plafond ; belle leçon d'humilité qui devrait inspirer nos dirigeants actuels ! Banané est assurément le plus typique des villages avec ses maisons biscornues, ses chemins abrupts menant à un tunnel et à l'autre bout, un spectacle saisissant : des champs d'oignons à perte de vue sur le plateau de la falaise !

Visit Algeria¹⁹

Il transparait un étonnement qui nous semble typique du webdiscours touristique : « Lorsque les ethnologues [européens] ont découvert l'étendue du savoir astronomique des Dogon, ils ont été littéralement époustoufflés. Les farouches habitants des falaises de Bandiagara étaient-ils les héritiers d'une science antique oubliée ? »²⁰. Ainsi s'est construit un « peuple fantastique », « imaginaire », « métaphysique », « ultime possesseur de la plus ancienne sagesse africaine » pour l'État malien, « les qualificatifs et les superlatifs pour décrire les Dogon sont légion et ne sont pas ici une exagération » (OMATHO).

Établi et légitimé par l'autorité scientifique des ethnologues français, le statut spécifique de l'étoile Sirius dans le symbolisme et l'ésotérisme des Dogon installe ceux-ci dans un paradoxe d'ombrageux détenteurs d'une civilisation perdue, dépositaires d'une science antique dont ils auraient oublié l'origine rationnelle.

Pour les Dogon, la naissance de l'Univers, des étoiles, des planètes et de la Terre, c'est d'abord l'histoire d'une faute, du sacrifice expiatoire et de la résurrection d'un poisson-chat. C'est surtout l'histoire d'un amour impossible, celui d'un renard des sables et d'une étoile, le Soleil...

OMATHO

En somme, le sacré, dans ces farouches villages de la falaise,

[...] est mêlé de façon inextricable à la réalité. Les mythes dogon, très complexes, constituent le fondement même de l'existence, et la religion a fortement marqué de son empreinte jusqu'à l'architecture du village.

OMATHO

19. Visit Algeria, site Internet (<http://www.visit-algeria.com/mali.html>), consulté le 23 mars 2007.

20. Forum Vol Creole, site Internet (<http://www.volcreole.com/forum/sujet-8696.html>), consulté le 9 octobre 2008.

En dépit de son inscription dans la république moderne d'aujourd'hui, le Pays Dogon, en raison de la persistance de ses croyances anciennes, demeure essentiellement mystérieux :

Rituel funéraire rare et intense, un Grand Dama se fête dans le strict respect des traditions dogon. Mystère, esthétique et surnaturel sont l'essence de cette cérémonie animiste, riche de croyances ancestrales.

Afrik.com²¹

Ainsi, les Dogon, un des peuples les plus anciens de l'Afrique noire, «[sont] aussi une des civilisations les plus riches et les plus mystérieuses qui, depuis une cinquantaine d'années fascinent les ethnologues»²², et sont censés conserver leurs traditions, et par là préserver leur authenticité africaine.

Le discours web-touristique renvoie à la société des illusions qui tendent à convertir la réalité sociale en un scénario (Freire Filho 2003 ; Burke 1989). Et Lane a raison de rappeler :

Dans une certaine mesure, les principaux composants de ce modèle proviennent d'études anthropologiques menées par Marcel Griaule et ses étudiants, mettant en particulier l'accent sur l'exégèse de la société dogon à travers une compréhension pointue de leur mythologie. Quand ces éléments sont mélangés dans les brochures de voyage avec des descriptions colorées des falaises de Bandiagara, l'image d'une société mystérieuse, exotique et lointaine est habilement restituée.

Lane 1988 : 66²³

Un tel scénario est toujours plus ou moins attribué à un exotisme entremêlé avec la production anthropologique qui lui sert de légitimation. Le champ touristique est traversé par des divisions entre les « purs » et les « commerciaux », ces derniers produisant le discours dominant. De façon générale, le discours web-touristique étudié ne s'écarte pas du modèle touristique discursif dominant et est même tourné vers la reproduction de ce modèle international et populaire dans lequel la plupart des activités touristiques sont gérées. Mais, « comme toute activité enchantée, le tourisme repose sur la dénégation de sa réalité économique. Tout doit se passer comme si les rapports étaient directs, personnels et transparents » (Winkin 2001 : 222-223). Il y aurait même un effort pour « protéger l'aimable innocence indigène que violentent conquistadores, créoles, colons et autres fauteurs d'urbanisation » (Bayart 1996 : 85). En réalité, ces pratiques désintéressées ne cessent d'obéir à l'intérêt économique, « alors même

21. Afrik.com, site Internet (<http://www.afrik.com/article7864.html>), consulté le 10 juillet 2007.

22. Membres Lycos, site Internet (<http://www.membres.lycos.fr/tl02afraurisa>), consulté le 10 juillet 2007.

23. Notre traduction.

qu'elles donnent toutes les apparences du désintéressement» (Bourdieu 2000 : 362). Ainsi, quoi qu'il fasse, l'alter-tourisme reste un spectacle piégé par la domination du modèle même du tourisme qu'il combat.

Les pages web qui font l'objet de ce travail donnent force à l'exotique, à l'exotisme ou même à l'«exotisation» et à la préservation, voire à la primitivité du Pays Dogon. Ces leviers fondent la substantivation de l'identité dogon, renouvelant ainsi les stéréotypes et le discours colonial, qui, en retour, viennent renforcer l'identité ethnique dogon.

Substantivation de l'identité

Le discours web-touristique n'échappe pas à cette logique où l'autochtone est en quelque sorte et en définitive évacué. Les Dogon eux-mêmes ne proposent que très peu de contenus qui leur sont propres, sinon de façon très marginale. Lorsqu'il est présent, l'individu dogon apparaît stéréotypé – artisan, paysan, bouvier, danseur, guide – et localisé, parce qu'il est attaché à un lieu et à une activité précise.

Or, le discours web-touristique reste majoritairement le discours des dominants, qui tend à renforcer les stéréotypes susmentionnés, considérablement simplifiés, appliqués tant aux individus qu'à des catégories entières d'individus, et qui constitue la base des préjugés utilisés pour justifier les discriminations, négatives aussi bien que positives. Les guides touristiques locaux, basés dans les villages, ainsi que ceux appartenant aux espaces socioculturels urbains de Bamako, la capitale économique et politique, forment en effet des «entreprises» opérant sur le marché du tourisme dogon. À l'instar du discours étatique, et pour des raisons liées au caractère artisanal et récent de leurs entreprises, ils tendent à reprendre la rhétorique et la phraséologie des discours touristiques. Dès lors, ils se trouvent «engagés dans des stratégies de légitimation de leurs pratiques politiques ou économiques quotidiennes» et «sont activement engagés dans la mise en valeur touristique et artisanale du patrimoine dogon, dont ils voudraient bien tirer un profit économique» (Bouju 2002 : 13). Ici, le rôle des guides dans l'effort d'une autoreprésentation est incontournable.

Par ailleurs, «se dire Dogon» s'articule avec «se montrer», «se donner à voir» comme Dogon ; d'où l'importance de la présentation des masques et de leurs usages par les Dogon eux-mêmes, ainsi que par les agents du tourisme et sur les pages web. Le webdiscours touristique constitue un de ces lieux où sont principalement produits et diffusés des formes et contenus dans lesquels des catégories coloniales sont réappropriées et pérennisées. Pour ce qui est des implications théoriques résultant de l'examen du corpus, il est logique que ces pages produites sur le Pays Dogon en tant qu'actes de discours explicatifs attribuent sens et signification (somme toute peu équivoques) à l'identité dogon, constituant une interprétation de cette identité et participant *ipso facto* à une sorte

d'ethnification. En effet, l'identité dogon y apparaît percluse de stéréotypes sur l'authenticité de la culture, le symbolisme spécifique, l'ésotérisme, la splendeur des paysages, etc. Mais la caractérisation même de l'authentique est toujours problématique : l'authenticité conventionnelle, socialement ou culturellement construite par ses promoteurs (professionnels ou amateurs), est le produit d'un regard (affectivement chargé et idéologiquement orienté) «qui nous parle du présent en fabriquant le passé» (Bayart 1996 : 85-90). L'authenticité dogon, d'après ces pages, ne se situe pas dans l'immanence de la société dogon. Ces stéréotypes, parce qu'ils procèdent d'une construction de l'authentique, fondent la substantivation de l'identité attribuée. Leur manipulation est au cœur d'une mise en spectacle du Pays Dogon et celui-ci est un parangon du tourisme d'Afrique de l'Ouest en même temps qu'un véritable paradigme de la prétendue authenticité et de l'art et de la culture africains.

Que les choses apparaissent comme étant authentiques pour l'Autre s'explique non pas parce que leur «authenticité» est une vertu inhérente, mais parce qu'elle est construite sur les croyances ou pouvoirs d'une collectivité (Wong 1999, cité par Iankova 2009 : 98). De la même façon, si le tourisme exotique cherche une authenticité fabriquée, les pages Internet n'en représentent-elles pas un miroir ? Mais il ne s'agit pas uniquement de cela : tous les espaces médiatiques (fêtes nationales, rassemblements politiques, discours des leaders dans la télévision ou dans la presse, etc.) donnent lieu à un mouvement d'affirmation et de patrimonialisation de la culture, et le monde non-autochtone n'est pas à l'abri de ce processus. Par quels moyens chaque peuple affirme-t-il son autochtonie ? Ces outils peuvent-ils, dans un même groupe, se modifier en fonction du contexte et des possibilités techniques ? Si l'on prend le cas des jeunes Amérindiens du Brésil, on observe que, depuis le milieu des années 1990, grâce à un mouvement étendu de la société civile – ONG, intellectuels, militants, etc. – des ateliers de vidéo réalisés dans plusieurs communautés ont rendu possible la maîtrise de ce langage par beaucoup de jeunes. Ces nouveaux moyens ont permis de faire rapidement naître une nouvelle production de films autochtones, dont quelques-uns ont été primés dans des festivals de documentaires nationaux et internationaux. Il en est de même au Québec :

Au Québec, et tout particulièrement parmi les Innus, la conscience identitaire des jeunes voit notamment le jour à travers la musique populaire qui, peu à peu, façonne un mouvement d'affirmation culturelle et favorise un processus social de guérison. Nous assistons dans la même dynamique à une naissance de l'art littéraire qui occupe une place de plus en plus importante.

Morgado 2010 : 87

Pour les Dogon et beaucoup d'autres groupes, les sites web et blogs commencent à occuper un espace privilégié de communication. Comprendre les messages qui y sont relayés ne peut cependant se faire qu'en regard avec le rapport qu'entretient chacun de ces groupes avec la société qui l'entoure.

Conclusion : renouvellement de la construction identitaire coloniale ?

Le web offre théoriquement un espace pour d'autres formes d'interactions susceptibles de parcourir les mêmes domaines virtuels avec des messages multidirectionnels. Pourtant, les subjectivités créées dans ces échanges signalent des inégalités sociales et s'inscrivent dans un domaine de constructions de vérités, de fictions considérables et de conflits entre intérêts concurrents. Mais les inégalités d'accès aux moyens de communication ainsi que le peu d'initiatives volontaires pour le transfert des technologies (fondées entre autres, sur la défense de la neutralité dans le champ principal de l'académie) tendent à favoriser considérablement cette position d'objet de la société et de la population dogon.

De plus en plus, des pages d'ONG locales comme *Ginna Dogon*²⁴, des pages personnelles (de touristes) ou des blogs de guides locaux se développent, notamment dans le domaine du tourisme et de l'art. Limitées et souvent méconnues, de telles initiatives, qui s'ajoutent à la voix officielle de l'État malien, constituent pour l'heure l'essentiel de la réponse « autochtone » aux flux d'images venues du Nord.

La mondialisation apporterait alors des « changements dans les mentalités, dans l'imaginaire comme dans les pratiques sociales, ainsi que dans les formes d'expression et dans la manière de s'exposer à l'autre » (Morgado et Barros 2008). L'autodésignation du « se dire Dogon » renvoie à

[...] [U]n jeu complexe qui articule, de manière dialectique, des conceptions personnelles de l'ethnicité (assignées à la naissance ou recherchées dans les espaces d'identification contemporains) à des représentations de l'ethnicité pour autrui (qu'on revendique et qui sont reconnues, ou non, par les autres).

Bouju 2002: 14

Outre le fait qu'elle lui permet d'intégrer un réseau de solidarité et de protection sociale dans le difficile milieu urbain, cette autoreprésentation comporte pour l'individu un enjeu éminemment stratégique qui est de « garantir pour lui-même un accès aux différentes ressources réservées aux membres du collectif d'appartenance ethnique » (Bouju 2002: 14).

Dans sa configuration actuelle, le web laisse peu de chances aux choix et aux stratégies des Dogon impliqués dans la dynamique touristique afin qu'ils puissent s'écrire eux-mêmes. Bien que les guides touristiques, « acteurs des relations interculturelles et intersubjectives » écrivent des pages personnelles, les membres de la société dogon sont encore loin d'être des producteurs de l'interprétation d'eux-mêmes. Ainsi, cette « dogonité » web-touristique est construite par et pour des personnes vivant dans les sociétés contemporaines qui souhaitent voir les traditions « authentiques » d'un monde « pur et naturel » qui

24. Association malienne pour la promotion et la protection de la culture dogon, site Internet (<http://www.ginnadogon.org>), consulté le 23 mars 2007.

a disparu chez elles. La dogonité touristique fait donc appel à la fois au monde que ces personnes ont perdu (en tant qu'individus) et, par projection, au monde qu'elles ont symboliquement (chèrement) gagné par le biais de leur voyage (Amselle 2005 : 89).

Le webdiscours touristique sur les Dogon, en reprenant « les missions scientifiques coloniales, les collectes d'objets, l'apparition de la notion d'art africain avec la création de musées ethnologiques et un goût croissant pour les voyages » (Morgado et Barros 2008) ravive bel et bien des stéréotypes au cœur de la production de l'exotique ou de l'« exotisation », et se fonde sur la permanence de la construction d'une « dogonité ». L'information touristique reproduit un discours construit sur une certaine conception spontanée de l'ethnicité objectiviste, composée de traits et de caractères (ancêtre, généalogie, origine commune, lien à un territoire, langue, religion) induisant *de facto* et *ipso facto* une forme d'identification régressive. Là encore, « l'Afrique est cette médiation grâce à laquelle l'Occident accède à son propre inconscient et rend publiquement compte de sa subjectivité » (Mbembe 2000 : 11).

Il est clair que les sites web manipulent plus ou moins consciemment une certaine conception de l'ethnicité – une conception essentialiste objectiviste, composée de plusieurs éléments : histoire du pays et des hommes, mystère des ancêtres, divination comme essence de la religion, paysages comme territoire unique, artisanat et danses des masques comme culture originale. Cette image sera tôt ou tard confrontée à ce que les gens du pays eux-mêmes exhibent réellement. Certes, le monde virtuel produit un univers imaginaire, voire fictionnel, mais ce monde virtuel n'en reste pas moins connecté à la réalité *off line*, celle de tous les jours, où se nouent les enjeux politiques.

Les Dogon – avec leur territoire, leurs paysages, leur architecture et leur culture – sont fortement présents dans l'Internet, aussi bien dans les pages dédiées aux peuples africains que sur celles pour les touristes en mal d'objets et de livres, ou encore des associations et organisations non gouvernementales (Morgado et Barros 2008). Le tourisme est bien au cœur de changements sociaux dans le Pays Dogon (Barros 2004, Van Beek 2005) notamment dans la structure des pouvoirs (vieux/jeunes, hommes/femmes) et des partages des rentes liées à cette économie. Mais la notoriété du Pays Dogon repose plus sur le charme d'un jeu de traits spécifiques que sur un quelconque désir du visiteur d'expérimenter la société dogon telle qu'elle est (Lane 1988). Dans le contexte actuel de la mondialisation, de nouvelles dynamiques surgissent du scénario des relations entre la société dogon et les autres sociétés à distance. Il en émane des attentes locales de bien-être ou de mieux-être, et de développement local, bien que celles-ci semblent condamnées ou vouées à l'insatisfaction. Par ailleurs, les possibilités d'autoreprésentation des Dogon semblent phagocytées par la mondialisation :

Tandis que beaucoup de gens en Occident voient l'autoroute de l'information comme un processus accélérateur de mondialisation, leurs homologues

dans les pays en développement la perçoivent plutôt comme le promoteur de l'impérialisme médiatique et culturel, et par-dessus tout comme un généralisateur de pauvreté.

Nyamnjoh 2005: 7²⁵

Les résultats de cette étude qualitative peuvent dans une certaine mesure être extrapolés à d'autres régions. Déjà une autre problématique émerge cependant : dans la mesure où l'ethnicité, singulièrement labile, est aussi un mode d'autodéfinition utilisé par les groupes pour faciliter les divers échanges entre eux, il serait alors fructueux d'investiguer les blogs de ces touristes de retour chez eux qui font le récit de leurs aventures et qui, en un certain sens, constituent un prolongement de la séance de diapositive (Augé 1997). Cette enquête dans l'univers des blogs permettrait, en outre, par l'écoute des voix des Dogon (guides et autres), d'appréhender davantage ce que les Dogon font du discours web-touristique et de comparer ces deux types de discours (ordinaires ou testimoniaux) du tourisme. Il serait également intéressant de contrebalancer la production pléonastique des pages web sur le Pays Dogon réalisée majoritairement par des personnes et organismes de sociétés occidentales.

Si Internet peut faciliter l'insertion réussie d'une Afrique encore à la marge dans le processus de mondialisation, cet accès au cyberspace ne constitue pas une preuve d'appartenance à un « village planétaire » prétendument égalitaire (Bahı 2004: 75). Avec l'accroissement des flux médiatiques, l'enjeu véritable de la communication via Internet et le cyberspace dépasse celui de la connexion des individus ou des collectivités sur la base de leurs ressemblances, et réside dans « la gestion de leurs différences [et] [...] celles, beaucoup plus complexes, de leurs altérités » (Wolton 2000: 11). L'innovation technique n'entraîne pas fatalement la nouveauté du contenu de l'information et de la communication sur le pays et les hommes dogons, mais plutôt la pérennisation des stéréotypes. Se pose alors à nouveau le problème de la « cohabitation culturelle » (Wolton 2000). Les sites touristiques du Pays Dogon n'en disent-ils alors pas autant sur l'imaginaire occidental que sur le Pays Dogon lui-même ?

Références

Ouvrages

- AMSELLE J.-L., 2005, *L'art de la friche. Essai sur l'art africain contemporain*. Paris, Flammarion.
- AMSELLE J.-L. et E. M'BOKOLO, 1985, *Au cœur de l'ethnie. Ethnie, tribalisme et État en Afrique*. Paris, La Découverte, nouvelle édition.
- APPADURAI A., 2001, *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris, Payot.

25. Notre traduction.

- AUGÉ M., 1997, *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images*. Paris, Rivages Poche, Petite bibliothèque.
- BAHI A., 2004, « Usages d'Internet et logiques d'adaptation sociale des jeunes. Une étude dans des cybercafés abidjanais », *Bulletin du Codesria*, 1-2: 71-75.
- BALANDIER G., 1960, « Tendances d'ethnologie française I », *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 27: 11-22.
- BARROS D.D., 2004, *Itinerários da loucura em territórios Dogon*. Rio de Janeiro, Fiocruz Editora.
- BAYART J.-F., 1996, *L'illusion identitaire*. Paris, Fayard.
- BHABHA H., 2001, *O local da cultura*. Belo Horizonte, Universidade Federal de Minas Gerais.
- BOUJU J., 2002, « Se dire Dogon. Usages et enjeux politiques de l'identité ethnique », *Ethnologies comparées*, 5, consulté sur Internet (<http://recherche.univ-montp3.fr/cerce/r5/j.b.doc>), le 7 décembre 2008.
- BOURDIEU P., 2000, *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Paris, Éditions du Seuil.
- BURKE P., 1989, *Cultura popular na Idade Moderna*. São Paulo, Companhia das Letras.
- CIARCIA G., 1998, « Ethnologues et "Dogon": la fabrication d'un patronyme ethnographique », *Gradhiva*, 24: 103-115.
- , 2001, « Dogon et dogons: retour au "pays du réel" ». *L'Homme, Revue Française d'Anthropologie*, 157: 217-230.
- , 2003, *De la mémoire ethnographique. L'exotisme du Pays Dogon*. Paris, EHESS, Cahiers de l'Homme, Sciences Humaines.
- CLIFFORD J., 1983, « Power and Dialogue in Ethnography: Marcel Griaule's Initiation »: 55-91, in G. Stocking (dir.), *History of Anthropology, vol. 1: Observers Observed*. Madison, University of Wisconsin Press.
- , 1988, *The Predicament of Culture Twentieth-Century Ethnography: Literature and Art*. Cambridge, Harvard University Press.
- , 1998, *A Experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX*. Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- DE HEUSCH L., 1991, « On Griaule Trial », *Current Anthropology*, 32, 4: 434-437.
- DOWNING J.D.H., 2002, *Mídia radical. Rebelião nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo, Editora SENAC.
- FREIRE FILHO J., 2003, « A sociedade do espetáculo revisitada », *Revista FAMECOS*, 22: 33-46.
- GIDDENS A., 1994, *Les conséquences de la modernité*. Paris, L'Harmattan.
- GRIAULE M., 1976, *Dieu d'eau. Entretiens avec Ogotemméli*. Paris, Fayard.
- GRIAULE M. et G. DIETERLEN, 1965, *Le Renard Pâle*. Paris, Institut d'ethnologie.
- IANKOVA K. (dir.), 2008, *Le tourisme indigène en Amérique du Nord*. Paris, L'Harmattan.
- LANE P.J., 1988, « Tourism and Social Change among the Dogon », *African Arts*, 21: 66-92.

- LEBŒUF J.-P., 1975, «Compte rendu de: *Mystagogie et mystification* de D.A. Lettens», *Journal de la Société des Africanistes*, 45, 1-2: 230-232.
- LEMOIS A., 2002, *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre, Editora Sulina.
- LETTENS D., 1971, *Mystagogie et Mystification: évaluation de l'œuvre de Marcel Griaule*. Bujumbura, Presses Lavigerie.
- MARTINELLI B., 1995, «Trames d'appartenances et chaînes d'identité. Entre Dogon et Moose dans le Yatenga et la plaine du Séno (Burkina Faso et Mali)», *Cahiers des Sciences Humaines*, 31, 2: 365-405.
- MBEMBE A., 2000, *De la postcolonie. Essai sur l'imagination politique dans l'Afrique contemporaine*. Paris, Karthala.
- MORGADO P., 2010, «Les Innus sur l'Internet: représentation, identité et enjeux politiques», in F. Dupré et M. Lachapelle (dir.), *Réseaux virtuels autochtones: Cyberespaces et médiatisation des cultures*, *Les Cahiers du CIERA*, printemps 2010, 5: 73-98.
- MORGADO P. et D.D. BARROS, 2008, «La representación Dogon en la web francesa: subsidios para una crítica cultural»: 337-350, in J.-P. Ramirez, M.G. Jiménez et J.-L. Anta (dir.), *Epistemologías y metodologías: Perspectivas antropológicas*. Murcia, Quaderna Editorial, Universidad Católica San Antonio.
- NYAMNJOH F.B., 2005, *Africa's Media, Democracy and the Politics of Belongings*. Londres, New York, Pretoria, Zed Books/UNISA Press.
- PIAULT M.-H., 2000, *Anthropologie et cinéma*. Paris, Nathan.
- SCHÜTZ A., 1987, *Le chercheur et le quotidien*. Paris, Klincksieck.
- STOCKING G. (dir.), 1983, *History of Anthropology: Observers Observed*, vol. 1. Madison, University of Wisconsin Press.
- TAYLOR A.C., 1992, «Ethnie»: 242-244, in P. Bonte et M. Izard (dir.), *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*. Paris, Presses universitaires de France.
- VAN BEEK W.E.A., 1991, «Dogon Restudied: A Field Evaluation of the Work of Marcel Griaule», *Current Anthropology*, 32, 2: 139-167.
- , 2004, «What is a Territory? "Le Pays Dogon" as a Network»: 201-215, in D. Kruijt, P. van Lindert et O. Verkoren, *State and Development. Essays in Honour of Menno Vellinga*. Amsterdam, Rozenberg.
- , 2005, «Walking Wallets: Tourists at the Dogon Falaise»: 191-216, in J. Jansen, M.S. N'Daou, D. Schultz et S. Wooten (dir.), *Mande Worlds*. Münster, LIT Verlag.
- WOLTON D., 2000, *Internet, et après? Une théorie critique des nouveaux médias*. Paris, Flammarion, coll. Champs.

Sites Internet

- CLIN D'ŒIL ÉVASION (<http://www.clindoeilevasion.com/voyage-dogon-niger-mali.html>), consulté le 23 mars 2007.

- DESTIVELLE (<http://www.destivelle.com/PROD/PRodFrameF.htm>), consulté le 23 mars 2007.
- GINNA DOGON – ASSOCIATION MALIENNE POUR LA PROMOTION ET LA PROTECTION DE LA CULTURE DOGON (<http://www.ginnadogon.org>), consulté le 23 mars 2007.
- INFOMINE – SCHOLARLY INTERNET RESSOURCES COLLECTIONS (www.infomine.ucr.edu), consulté le 20 mars 2007.
- IRON ORGANISATION CENTERALL (<http://www.ironorganisation.centerall.com>), consulté le 23 mars 2007.
- MONTAGNESDUMONDE.FR (http://www.montagnesdumonde.fr/stages/voyage_escalade_au_mali), consulté le 10 octobre 2008.
- NOVETHIC (<http://www.novethic.fr/novethic/v3/article.jsp?id=73233>), consulté le 10 juillet 2007.
- OMATHO – OFFICE MALIEN DU TOURISME ET DE L'HÔTELLERIE (<http://www.le-mali.com/omatho/sites2.htm>), consulté le 23 mars 2007.
- TAFOUK (<http://www.tafouk.com/tourisme.html>), consulté le 23 mars 2007.

RÉSUMÉ – ABSTRACT – RESUMEN

«Dogonité» et Internet : une lecture critique de l'essentialisation des identités

Dans cet article, nous discutons de l'affirmation de l'identité substantivée diffusée dans le web et attribuée à la société dogon. À partir d'un corpus de pages web, nous examinons les stéréotypes ainsi que les formes de langage visuel utilisées dans le discours sur le tourisme en Pays Dogon pour promouvoir le tourisme de la région. Internet jouant un rôle très important pour alimenter l'enchantement des touristes, nous voulons étudier comment les stéréotypes ethniques et culturels coloniaux sont renouvelés. Nous réexaminons les images produites sur le Pays Dogon dans le web, afin de comprendre les implications théoriques et méthodologiques de leurs significations.

Mots clés : Barros, Bahi, Morgado, authenticité, dogonité, enchantement, ethnicité, Internet, spectacularisation, tourisme

«Dogonity» and Internet: A Critical Review of Essentializing Identities

In this article, we discuss the assertion of the substantivised identity diffused in the web and assigned to the Dogon society. From a corpus of web pages, we examine the stereotypes as well as forms of visual language used to promote tourism in the region and which compose the tourism discourse on the Dogon country. Internet being very important to feed the tourists' delight, we want to understand how the colonial ethnic and cultural stereotypes are renewed. We re-examine images produced on the Dogon country on the web, in order to understand theoretical and methodological implications of meanings.

Keywords : Barros, Bahi, Morgado, Authenticity, Dogonity, Delight, Ethnicity, Internet, Spectacularisation, Tourism

«Dogonidad» y Internet: una lectura crítica de la esencialización de las identidades

Con base en un corpus de páginas en la red, discutimos las estereotipias y las formas de lenguaje utilizadas para promover el turismo en la región de los Dogon, las cuales constituyen el discurso sobre este mismo turismo. Conscientes de que la Internet alimenta de manera importante el interés de los turistas, procuramos comprender cómo los estereotipos de la etnicidad y de la cultura son movilizadas. Examinamos el imaginario construido sobre la sociedad dogon en la red para comprender las implicaciones teóricas y metodológicas de sus significados.

Palabras clave: Barros, Bahí, Morgado, autenticidad, dogonidad, encanto, etnicidad, Internet, espectacularización, turismo

Denise Dias Barros
 Projeto Metuia – NIME
 Departamento de Fisioterapia
 Fonoaudiologia e Terapia Ocupacional
 Universidade de São Paulo
 Rua Cipunatea 51
 Cidade Universtária
 São Paulo
 SP 05360-000
 Brasil
 ddbarros@usp.br

Aghi Bahi
 Centre d'Études et de Recherche
 en Communication
 UFR Information Communication et Arts
 Université de Cocody-Abidjan
 BP V 34 Abidjan
 Côte d'Ivoire
 aghi.bahi@gmail.com

Paula Morgado
 Laboratório de Imagem e Som em Antropologia
 Departamento de Antropologia
 Universidade de São Paulo
 Rua do Anfiteatro 181
 Cj. Colméia favo 10
 Cidade Universtária
 São Paulo
 SP 05360-000
 Brasil
 lopes@usp.br