

Ce que l'on va lire n'a pas la prétention d'un article de sémiologie. Il s'agit tout au plus d'un ensemble de réflexions qu'un géographe ayant travaillé sur les questions touristiques (Poncet 2002) peut livrer aux sémiologues, et plus particulièrement sur la question des modes de production d'espaces dotés de significations, ce qui est au cœur du processus de mise en tourisme.

La hypothèse que nous voudrions développer ici est que les guides touristiques ne décrivent pas des espaces géographiques (lieu, territoire, région, pays...): pour l'essentiel, ils les fabriquent. S'il est évident que les guides servent au touriste dans son appréhension des lieux qu'il visite, s'il ne fait pas de doute que leur contenu vise une description des espaces touristiques dans leurs différentes composantes, si le souci des auteurs peut être de porter à la connaissance du touriste les clés d'interprétation des cultures locales, de leur architecture, de leur coutumes et croyances, là n'est pourtant pas l'enjeu de la discussion sur le guide touristique. Il n'est pas véritablement utile de s'interroger sur la conformité du guide à la réalité qu'il prétend décrire, car cette réalité n'existe pas en dehors du discours qui l'institue en vérité; elle n'est au mieux qu'un ensemble de faits et de pratiques qui peuvent être présentées de manières variées, la présentation touristique en étant une parmi d'autres. Mais plus encore, ce mode de présentation tend, depuis son origine, à entrer en concurrence avec les autres approches possibles de la réalité sociale, ceci au point de devenir dans bien des cas le mode d'appréhension dominant du monde.

Par quel moyen, avec quels effets, et suivant quelles évolutions les guident produisent-il de l'espace plus qu'ils ne décrivent des espaces? Telle est la question à laquelle nous nous proposons d'apporter quelques éléments de réponses dans les lignes qui suivent.

1. Le guide, un alliage sémiologique faite de textes et de cartes

Avant d'aller plus loin dans l'analyse, peut-être faut-il commencer par cerner les contours de son objet. Il faut d'abord préciser que la notion de tourisme ne peut être utilisée avant la toute fin du 18^e siècle, et que le tourisme devient très rapidement un phénomène de masse dès la deuxième moitié du 19^e siècle (Deprest 1997; Knafo 1997; Équipe Mit 2005). C'est à partir de cette date que naît véritablement le genre des guides touristiques, dans une forme qui s'est maintenue depuis, enregistrant néanmoins des évolutions significatives (cf. infra).

Les guides touristiques constituent toutefois une catégorie d'objets que l'on ne peut délimiter extensivement tant elle est diverse dans les formes éditoriales, les modes de productions, les usages, les publics. On est obligé de s'en tenir à une approche en compréhension, sur une base fonctionnelle et ciblant une population et une pratique: guider le touriste. Notre réflexion s'appuie sur cette diversité fonctionnellement unifiée, des grands guides mondiaux (ex: Lonely Planet) au brochures produites par les acteurs locaux du tourisme.



L'intelligence des Aliens

Patrick Poncet

Les objets dont il est question ont une composition modulaire plus ou moins complète. Pour les plus complexes, ils contiennent textes, photos, cartes, peu de tableaux (réservés aux séries de chiffres), peu de graphiques, peu de dessin et croquis. Les textes sont de plusieurs types: cadrages généraux, contextuels, palmarès, techniques (de voyage), répertoires/listes, encadrés. L'équilibre entre ces composants est lui-même variable, et les variations peuvent être d'origine culturelle, comme en témoigne par exemple l'abondance des illustrations photographiques dans les guides japonais, ce qui n'est sans doute pas sans rapport avec le fait que la photographie est un hobby très populaire au Japon, et plus généralement avec le statut de la photographie dans les cultures asiatiques contemporaines.

Mais si l'on cherchait à déterminer la différence spécifique du guide touristique, nous pourrions sans doute en faire l'épuration à partir d'une combinaison fonctionnelle du texte et de la carte. Si la textualité demeure l'épine dorsale cognitive du guide, la cartographie y occupe une place essentielle car c'est elle qui donne son caractère fonctionnel au guide. Ceci tant en "amont" de l'information textuelle, en proposant une image du territoire et des découpages qu'en propose le guide, qu'en aval, dans la valorisation par les pratiques touristiques de cette information, par l'orientation et la localisation.

La carte des guides touristique ne propose pas de schématisation générale, sa thématisation n'est pas territoriale mais plutôt fonctionnelle: accès, mobilité, hébergement, restauration, attractions.

C'est enfin elle qui propose une territorialisation par découpages (tableau d'assemblage des cartes), selon une approche dominée par l'impératif pragmatique de la lisibilité. Un guide touristique sans carte n'est ainsi pas vraiment un guide mais tout au plus un ensemble d'articles sur les différents "contenus" d'un espace touristique. C'est la cartographie qui donne au guide sa

consistance réelle, permettant d'inscrire sa textualité à la fois dans une théorie — l'ordre textuel renvoie à un ordre territorial — et dans une pragmatique — le texte est utilisable *in situ* — de l'espace touristique.

2. Des guides touristiques comme dispositif performatif

La notion de performativité semble utile pour résumer conceptuellement le rapport du guide touristique à l'espace touristique. Pour le dire simplement: "la performativité, c'est quand *dire* c'est *faire*". Les guides touristiques peuvent être vus sous cet angle spécifique, qui consiste à les considérer comme des objets au sens de "concentrés de sociétalité", enregistrant des pratiques socialement construites. Selon cette perspective, leur pouvoir programmeur est grand quant aux pratiques des touristes, mais aussi quant à leur appréhension globale de l'espace géographique dans lequel elles s'inscrivent. Un touriste, pour autant qu'il en soit véritablement un au sens idéal-typique du terme, n'est par définition pas familier de l'espace qu'il visite, si bien que son appréhension de l'espace et ses pratiques touristiques sont en grande partie conditionnées par les schémas interprétatifs et les indications pragmatiques qui lui sont données par les guides, qui n'ont d'autre fonction que celle-ci, et qu'il reconnaît comme tels. Inversement, l'absence d'information touristique sur les espaces visités conduit à une appréhension totalement différente de ceux-ci. Les touristes qui rendent visite à des amis autochtones sont ainsi souvent placés dans une position intermédiaire: si ils s'en remettent à leurs amis pour visiter les lieux, ils est peu probable qu'ils soient conduits à les voir tels que les autres touristes "indépendants" les verraient. Dans le "meilleur" des cas, leur hôte les conduira dans les lieux "touristiques", pas toujours de bonne grâce du reste, mais quoiqu'il en soit en référence à un système de significations et de pratiques qui sont le produit quasi exclusif des guides touristiques. En suivant les guides, les touristes produisent leur espace, doté d'une grande autonomie et ne partageant avec l'espace local des autochtones qu'un petit nombre de lieux et de pratiques, sans pour autant que l'on soit autorisé à établir une quelconque hiérarchie entre ces espace quant à leur valeur, leur conformité à une réalité (qui n'existe pas "par ailleurs"), leur "authenticité". Dans la fabrication des lieux, touristes et autochtones sont à égalité de légitimité, si ce n'est de pouvoir.

Ce conditionnement des pratiques par les discours sur les lieux est au fondement même de l'analyse géographique contemporaine, dont la problématique est celle de l'analyse des distances qui structurent la société (Lévy 1999). Si, jusqu'ici, nous avons employé les termes d'espace, de territoire, et de lieu sans confusion, c'est qu'avec la notion de réseau nous avons là — outre la "distance" — les quatre concepts fondamentaux de la géographie. Cette armature théorique, éclairant le processus fonctionnel des guides touristiques, peut être résumée comme suit: D'un point de vu géographique,

les sociétés organisent et gèrent les distances qui séparent les objets sociaux qui les décrivent au regard d'une problématique donnée; les touristes, leur lieu de résidence, les attractions touristiques, les infrastructures de mobilité, d'hébergement et de restauration dans la problématique du tourisme par exemple. L'ensemble des distances ainsi mises en jeu compose un espace; l'espace touristique dans notre exemple. La compréhension de cet espace suppose d'en saisir les lieux, c'est-à-dire les structures dont se dote la société pour annuler — durablement ou non — les distances qui séparent les composants du système touristique. Dans l'espace touristique, les lieux touristiques peuvent être vus comme des événements, produits et souvent reproduits continûment à un endroit précis, où sont mis en (co)présence les touristes et l'objet de leur visite, et plus généralement de leur pratiques, en particulier quand cet objet n'est autre que les autres touristes eux-mêmes. Ce schéma interprétatif des situations touristiques permet de mettre à jour deux grands types d'objets dans l'espace touristique: des territoires d'une part, qui s'appuient sur une gestion des distances introduisant des ruptures, des discontinuités, des frontières, des aires déclarée "homogènes", une régionalisation; des réseaux, donnant une consistance fonctionnelle à certaines distance particulières que l'on souhaite voir systématiquement réduites dans l'optique de la pratique du tourisme.

Sur cette base théorique qu'offre la géographie, un parallèle formel et fonctionnel peut être souligné: la linéarité du discours textuel du guide fait écho à la réticularité des pratiques de l'espace; la non-linéarité de la carte rend la territorialité de l'espace touristique quand elle en dessine les "territoires" en amont du texte, lui servant de cadres, et permet la pratique du tourisme en ses lieux, quand elle valorise *in situ* le texte. On retrouve dans ce parallèle la fonction performative de la carte, à la fois outil cognitif et outil pragmatique, jouant à plein de l'effet de vérité.

Vu sous l'angle théorique que propose ainsi la géographie, les guides touristiques peuvent être analysés comme des machines à fabriquer des lieux touristiques, c'est-à-dire à réduire la distance qui sépare *a priori* le touriste en puissance de l'objet de sa pratique touristique (qu'il soit matériel, immatériel, objectal, individuel, sociétal, communautaire). Ceci momentanément du point de vue du touriste, mais durablement du point de vue de l'espace touristique local qui, pour se développer et perdurer, doit exister dans les guides touristiques.

La prescription des comportements touristiques ne doit ainsi pas seulement faire l'objet d'une lecture sémiologique, cherchant le sens caché de phénomènes, mais doit aussi s'interroger sur la manière dont les objets signifiants tels que les guides touristiques produisent des faits, comportementaux, historiques, donnant corps à des vérités. Approche sémiologique et approche médiologique doivent ainsi se compléter.

3. Une pédagogie de l'espace

Si l'on admet l'hypothèse, ou du moins le point de vue selon lesquels les guides touristiques sont facteurs de vérités plutôt qu'ils ne cherchent à présenter une vérité extérieure à la démarche touristique, c'est que l'on considère que la ressource touristique est une production sociale qui s'inscrit dans un processus plus général de gestion de l'altérité. Le tourisme n'est pas une pratique prédatrice, qui se limiterait à tirer partie d'une ressource qui lui serait intégralement extérieure, produite par un système avec lequel il n'entreprendrait aucun rapport. Corrélativement, il faut admettre que le mythe du tourisme sans effets a vécu, et que ses effets majeurs sont de l'ordre du développement local, un développement relativement plus durable que ceux fondés sur l'exploitation d'autres types de ressources (hydrocarbures par exemple), du simple fait que la ressource touristique peut être redéfinie en permanence et s'adapter aux évolutions des sociétés concernées par le tourisme.

Les vérités que le tourisme produit pour en faire ses ressources sont donc essentielles dans le fonctionnement du tourisme. Le régime de vérité des guides touristiques doit alors être interrogé. Il relève de ce qu'on pourrait appeler une didactique de l'espace, mise en œuvre dans le cadre d'une pédagogie par ses lieux. La rhétorique comme le contenu et la visée du discours des guides ne sont en ce sens pas éloignés de ceux des discours scientifiques sur les sociétés visitées. Le paradigme le plus souvent retenu est culturaliste, plutôt que sociétal, valorisant les "cultures locales" plutôt que les rapports des autochtones à l'urbanité par exemple. Ceci quoiqu'on sache qu'aujourd'hui les différentiels d'urbanité des individus tendent à les distinguer plus nettement que les différentiels dits "culturels", qui pour beaucoup ne sont que les reproductions de vieilles grilles de lectures.

Face à la prétention "scientifique" des guides et des vérités qu'ils construisent, il est alors tentant d'examiner certains discours de la discipline géographique afin de voir si les "traditions locales" des guides ne sont pas une simple traduction pragmatique des "genres de vies" de la géographie culturelle vidalienne (pour la France par exemple). Rappelons que pour Paul Vidal de la Blache, fondateur de l'école de géographie française au début du 20^e siècle, la géographie était "la science naturelle des genres de vie". Une telle approche déjà anachronique à son époque, a installé la géographie dans le champ des sciences de la nature (Lévy 1996), au lieu de la constituer en sciences sociales, stérilisant pendant un siècle sa capacité à produire un discours pertinent tant sur la société et ses mouvements que sur les constructions culturelles.

Notons alors comme il est frappant de constater la proximité avec le genre des textes de guides touristiques d'un texte emblématique de la géographie vidalienne (Vidal de la Blache 1903), décrivant la "vie provençale":

"Ainsi une vie originale, très étroitement et très anciennement adaptée au sol, participant de la montagne, de la mer, de la steppe, de la plaine irriguée, se combine en Provence. En tout elle est étroitement liée à la nature des lieux. La roche calcaire imprime au pays l'aspect monumental si frappant surtout entre Avignon et Arles. Les tours carillonnantes d'Avignon se pressent autour du rocher où naquit la ville. Tout un peuple d'édifices ruinés ou debout est sorti des carrières des Alpines ou des chaîmons voisins: amphithéâtres, arcs de triomphe, aqueducs. Pas de rocher, au bord du Rhône, qui n'ait sa tour massive et rectangulaire, jaunie par le soleil. Les grandes traditions romaines de l'art de bâtir, si visible à Saint-Trophime d'Arles ou sur la façade de Saint-Gilles, se sont naturellement entretenues dans cette contrée. La nudité de la roche s'harmonise à merveille avec l'architecture. Au théâtre d'Orange, la roche et l'édifice ne font qu'un; à Roquefavour, comme au Pont du Gard, les arches des aqueducs semblent faire partie des escarpements qui les encadrent; on dirait que la roche elle-même, à peine tachetée de quelques pins, a été ciselée en arcades, taillée en piliers.

Il est difficile d'apprécier ce que la clarté du ciel, la sécheresse de l'air ont pu mettre dans le tempérament et l'âme des habitants; la science de ces relations n'est point faite. Mais on peut noter un mode particulier de groupement et de vie en rapport avec le climat et le sol: des lisières de population très dense bordent des plateaux arides, de grandes villes sont serrées de près par des régions presque désertes. Peu de cohésion entre ces parties disparates, mais une variété d'occupations qui répond à celle de la contrée: pâtres, pêcheurs, vanniers, marins, agriculteurs de plaines irriguées, sont à titre divers des personnages du sol provençal; personnages que rapproche la facilité des habitudes sous un ciel qui permet la vie au dehors. On chercherait vainement dans la maison rurale ce mobilier et ces traces d'opulence ménagère que l'habitude de travailler le bois, de cultiver et de tisser le lin, ont introduites dans la plupart des campagnes de France. Mais le roseau, les cornes d'animaux font les frais de beaucoup d'instruments usuels. L'attraction des villes est d'autant plus sensible qu'est rudimentaire l'installation rurale. La vie urbaine est profondément ancrée dans les traditions de ce pays; elle continue, comme jadis, à régner par l'attrait des divertissements, des jeux, souvent dans le cadre d'édifices antiques; et l'on est tenté de croire que l'esprit des foules a moins varié encore dans ce cadre. Les superstitions n'ont fait que changer de nom, et les passions d'étiquettes. On se sent en face d'un type de civilisation fixé de trop ancienne date, et d'ailleurs trop cimenté par sa conformité avec le milieu, pour être susceptible de changement. La répugnance du Provençal à s'adapter à d'autres genres de vie, la difficulté pour les Français d'une autre contrée à s'acclimater en Provence, montrent tout ce qu'il y a encore de réel dans cette autonomie régionale. Il est vrai qu'aujourd'hui l'attraction des grandes cités, l'industrie, le dépeuplement des parties montagneuses, conspirent pour modifier ces caractères séculaires; mais ils ne s'effaceront pourtant pas de sitôt, car c'est d'éléments voisins, tirés aussi des bords de la Méditerranée ou des montagnes, que se recrutent les contingents nouveaux."

A partir de ce constat, on ne peut blâmer les rédacteurs des guides, qui font avec le matériau cognitif que met à leur disposition les savants. Il n'est en effet pas du tout

exclu qu'une approche plus pertinente des lieux aurait conduit ces rédacteurs à tenir des discours moins empreints des travers les plus nuisibles de la connaissance des cultures de la planète.

Un autre aspect de la didactique de l'espace dans laquelle s'inscrit le discours des guides tient à la hiérarchie des lieux, qui constitue l'armature d'une pédagogie qui s'incarne dans leur visite. À ce sujet, si l'on peut analyser comment chaque guide invente des lieux touristiques, ou au contraire en condamne d'autres, il est sans doute plus pertinent d'appréhender la question sous un angle plus global, prenant en compte tous les guides couvrant un espace donné. On peut alors lister tous les lieux cités dans l'ensemble du corpus, et noter pour chacun le nombre de guide qui y font référence (Poncet 2000). Ainsi, par exemple, sur un corpus de dix guides sur une ville, les lieux cités dans les dix guides constituent la trame des hauts-lieux touristiques; les incontournables. À l'autre bout de la hiérarchie, certains lieux ne sont cités que dans un seul guide; ils sont le marqueur de son originalité, de la "personnalité" du guide, résultant de la rencontre d'un auteur et d'un lectorat. Les cas intermédiaires indiquent le degré d'importance des lieux touristiques. Réciproquement, cette analyse peut être exploitée pour qualifier les guides quand à leur capacité à inventer de nouveaux lieux, ou à cibler certains types de lieux; ainsi se dessinent aussi des profils de guides, et donc de touristes.

Du point de vue des lieux touristiques, le fait d'être peu cité, et donc en bas de la hiérarchie, ne signifie pas automatiquement une faible importance du tourisme: faire l'objet d'une exclusivité est une manière de développer un tourisme réservé à une cible précise. En un sens, on peut parler à propos de ces lieux "discrets" d'une performativité paradoxale, ou d'une "performativité négative" des guides. Dans son effort de présenter les spécificités de l'espace local, la didactique mise en œuvre par certains guides procède par un masquage de l'espace, visant à exclure autant que possible du champ de la spécificité locale le tourisme lui-même. Quand cela est impossible, le guide n'hésite pas à déconseiller tel ou tel lieu, car "trop" touristique. En quelque sorte, pour nombre de guides, un bon touriste est un touriste invisible. Cette touristophobie, très bien analysée par l'équipe MIT (Équipe Mit 2002), si elle permet à une élite de se réserver des lieux d'exception, n'abuse toutefois pas les touristes, globalement plus intelligents que leurs guides: ils persistent à aller en masse dans les mêmes lieux, du simple fait qu'ils n'y vont pas pour rien et qu'ils sont dans leur majorité prêts à accepter la touristicité des lieux si la contrepartie "vaut le voyage", comme dit si bien le guide Michelin.

Se pose alors la question de l'origine de l'autorité du discours tenu par les guides, et donc de sa légitimité. Qui écrit les guides? Auteurs, experts, autochtones, promoteurs du tourisme? Pour qui sont-ils écrits? Qui les croit ainsi "sur parole"? Quel est l'origine de ce pouvoir

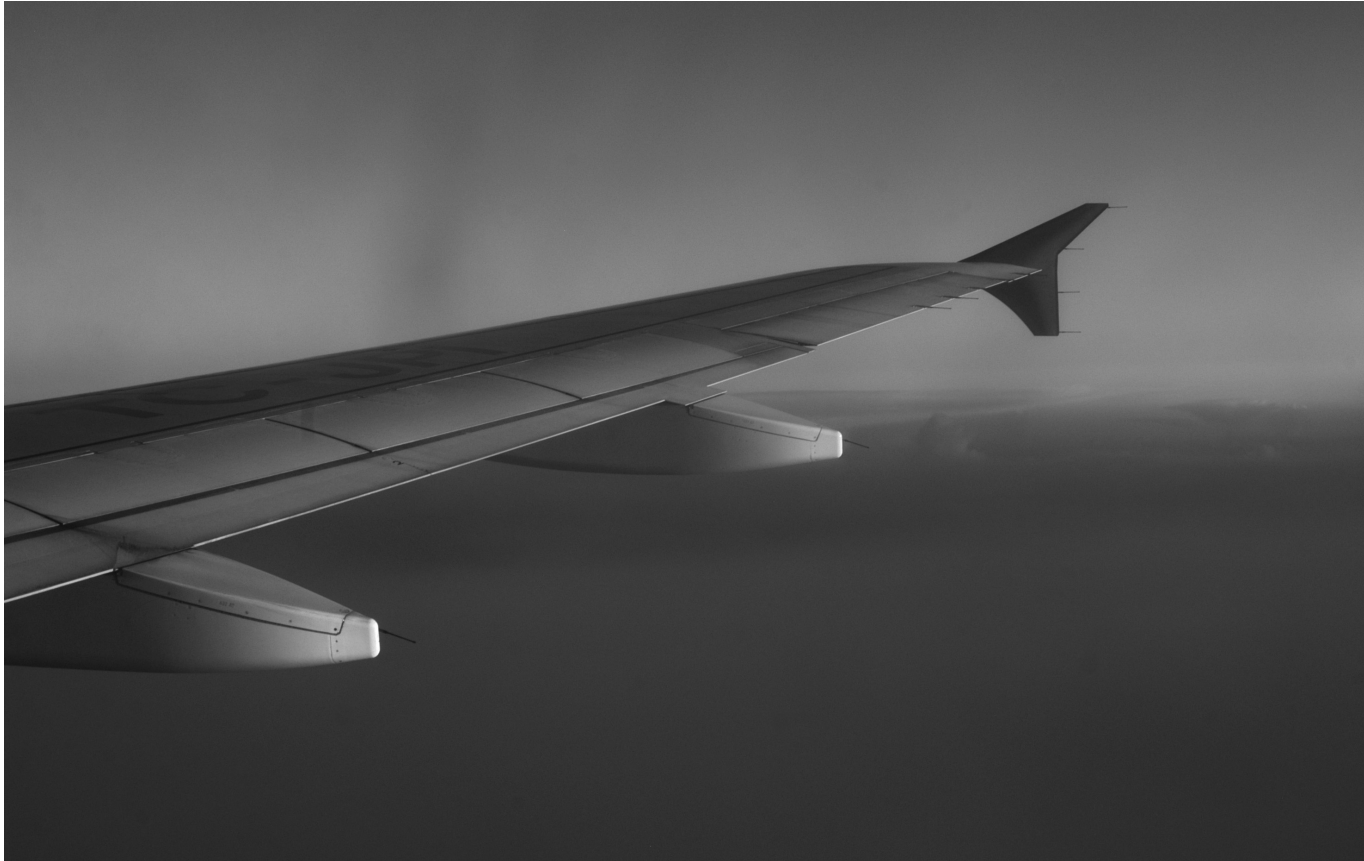
exorbitant qui consiste à faire et défaire la réputation de tel lieu, de tel établissement, d'orienter les pratiques touristiques dans tel ou tel sens? Et in fine, qui s'arroge le droit de dresser la liste des lieux qu'il faut avoir vu quand on visite telle région, et qu'il n'est pas concevable d'avoir laissé de côté, sous peine de pâtir d'un contrôle social exercé par les touristes eux-mêmes à leur propre rencontre?

Le cas des hauts lieux du tourisme dans le Territoire du Nord, en Australie, et en particulier du parc national d'Uluru-Kata-Tjuta illustre bien comment se fabrique et se négocie l'authenticité, motivation première du tourisme "culturel". Ce qu'on désigne aujourd'hui comme Uluru n'est autre que le monolithe rouge dominant le désert central australien, mieux connu sous le nom d'Ayers Rock.

Le changement de nom est intervenu en 1985 avec la rétrocession aux Aborigènes du cru des terres autour du monolithe, ces derniers ayant fait valoir un droit de propriété originel sur les environs. Même si les communautés aborigènes ne connaissent pas culturellement la notion de propriété en titres, ils ont habilement compris que cette valeur cardinale de la société occidentale devait être utilisée, en imposant pour cela l'équivalence entre connaissance des techniques de survie dans le milieu local et propriété des territoires correspondants. Le combat aborigène pour obtenir la propriété des terres s'est soldé, dans le cas du parc national, par la participation majoritaire à sa gestion. Le changement de nom fut une première étape, mais vint ensuite le développement d'une politique d'interprétation des lieux dans le "sens" aborigène. Pour les touristes, Ayers rock n'était qu'une curiosité géologique; Uluru est aujourd'hui un lieu de mystère, utilisé pour l'initiation des jeunes d'une société dans laquelle le pouvoir découle non de la propriété mais du savoir.

Cependant, les touristes n'étant pas par nature des Aborigènes et n'ayant pas vocation à le devenir, ils ne peuvent pas opérer une confusion totale entre initiation et explication (ou interprétation) touristique. Sont donc proposées aux touristes quelques marches autour du monolithe, occasion d'expliquer ce que telle ou telle fissure veut dire pour les Aborigènes et leurs mythes. À quarante kilomètres de là, un autre massif rocheux, les monts Kata-Tjuta, dont le secret est sans doute trop important pour être ne serait-ce que partiellement éventé, demeure l'objet de randonnées et de visites "géo(morpho)logique" par les touristes.

Mais ce conditionnement des pratiques par les énoncés interprétatifs est bien entendu l'objet d'une négociation informelle entre touristes et Aborigènes. L'ascension d'Uluru n'est pas proscrite, mais les Aborigènes demandent simplement aux visiteurs de respecter leur croyance et de ne pas escalader le monolithe. La réception de la demande est du reste fort différente en fonction des récepteurs: les touristes japonais n'hésitent en général pas à faire l'ascension; les jeunes routards anglais, que



le jeune âge et la démarche portent naturellement à endosser le fardeau des crimes de leurs génocidaires d'aïeuls à l'endroit des Aborigènes, en général s'abstiennent religieusement de commettre un tel sacrilège. Si les deux attitudes bornent le spectre des pratiques négociées, cela montre que les touristes sont actifs dans la construction des pratiques élaborées à partir des prescriptions qui leur sont faites par leurs guides. Cela étant, il faut aussi noter que les discours interprétatifs qui fondent ces prescriptions n'ont aucunement besoin d'être vrais pour fonctionner; tout au plus doivent-ils être vraisemblables, crédibles, jugés comme authentiques.

Au-delà, c'est la construction d'un patrimoine culturel qui est à l'œuvre dans ce type de processus. Les Aborigènes l'ont bien compris, qui démultiplient les moyens de prendre contact avec le Monde pour sortir du huis-clos australien, dont ils sont sûr de sortir perdants, comme l'a montré l'histoire de la colonisation du pays et comme en témoigne encore l'esprit de la virilité pionnière australienne, portée sur la mise à valeur d'un territoire hostile peuplé de "sauvages" qui ne savent rien en faire. Le tourisme, mais aussi l'art contemporain sont parmi ces moyens d'une mondialisation libératrice, fusse au prix de quelques "négociations" avec le Monde aux termes de l'échange fondé sur une authenticité vraisemblable, mais jamais certaine.

Les limites de l'exercice sont bien sûr celles qui conduisent certains guides, et les touristes avec, souvent sans

s'en rendre compte, à apprécier une culture locale qui n'est plus définie autrement que par "l'authenticité de la misère".

4. Nouveaux guides, nouveaux espaces touristiques.

Pour conclure notre propos, il nous reste à étudier la dynamique à long terme des guides. Une brève géohistoire peut nous y aider; mais aussi une approche par les techniques du guide et leur évolution.

Les guides du 19^e et début 20^e sont surtout des collections d'itinéraires. Le monde de l'époque n'est alors pas encore très nettement construit en termes de territoires, tant au plan identitaire qu'au plan des pratiques et des techniques de mobilité. La territorialité tient avant tout à des constructions régionales, dont l'abstraction ne s'est pas encore incarnée dans la concrétude des guerres du 20^e siècle. Les principautés et les empires subordonnent la pensée de la territorialité à celle des jeux de réseaux diplomatiques, des alliances géopolitiques construites sur le canevas de l'archipel des capitales européennes.

L'après deuxième guerre mondiale consacre l'organisation de la publication des guides par pays. La démocratisation du tourisme dans les années 70 induit, voire fossilise, cette approche géopolitique de l'espace mondial.

Les guides actuels épousent leur époque et font la promotion de régions concurrentes des États: on observe

une territorialisation rénovée des guides. Mais ce sont aussi les pratiques qui changent, avec la démultiplication des voyages, qui permettent de voir en plusieurs fois un pays, ce qui autorise le développement de guides spécifiques à telle ou telle régions d'un même pays. De nouvelles cohérences porteuses de sens se créent au-dessus et en-dessous du niveau étatique: le Sichuan, ou l'Amérique centrale par exemple. Ce mouvement construit des alter-espaces concurrents ce ceux des États géopolitiquement forts, alors qu'ils existaient dans les grands ensembles fédéraux, pour des raisons certes de taille, mais aussi sans doute de place des identités régionales: Rajasthan en Inde, côtes est et ouest aux États-Unis... Les "repeters" et le retour à plusieurs reprises dans un même pays obligent à construire de nouveaux territoires, et les itinéraires qui vont avec.

Mais aussi, de plus en plus de guides couvrent les villes en tant que telles. Il y a là une adaptation aux pratiques touristiques, avec un retour du réticulaire, des pratiques à plus grande fréquence (plus de séjours, mais plus courts et plus fréquents). C'est aussi le marqueur du brouillage croissant entre les pratiques touristiques au sens strict, alliant exotisme et déroutinisation, et des pratiques que permettent les révolutions de la mobilité, de l'individuation, de l'urbanité généralisée, et aux individus de faire entrer dans la construction de leur espace l'ailleurs et le hors-quotidien.

L'avenir du guide devra sans doute suivre l'évolution qu'indique l'urbanisation croissante du monde, de ses sociétés, et donc des touristes comme des lieux touristiques. Mais il est aussi fort probable que les guides évoluent également sous l'impulsion des changements majeurs qui sont en train de s'opérer dans les technologies de l'information et de la communication. Le guide a toujours été un petit livre: une théorie d'espace dépassant les expériences singulières, et un objet portable. Quid de ces caractéristiques à l'ère des PDA, des iPhones et autres iPods? Quid des jugements portés par tel ou tel auteur de guide à propos d'un lieu ou d'un établissement quand il existe des sites web à profusion dont la fonction et justement d'échanger entre touristes des avis sur ces mêmes lieux? Quid, enfin, des hiérarchies entre les lieux touristiques, si l'on pense qu'elles sont dues pour une part à la contrainte que représentent la matérialité des guides, qui ne peuvent être trop lourds et volumineux. Il faut s'attendre à la démultiplication des modes de guidage du touristes et donc de ses pratiques, les guides "papiers" devant réinventer leur place dans un spectre des guides ainsi élargi. Peut être comme objet de distinction touristique.

Ainsi, l'amélioration récente des moyens de l'intelligence collective (Lévy 1994) concerne de près les guides touristiques. Mais au-delà, notre appréhension du monde n'est-elle pas principalement façonnée par la construction sur la longue durée d'un rapport touristique au monde, d'une dominance touristique des rapports avec l'altérité. Loin d'y voir un problème, émergeant à des

logiques de simplification abusive et de solidification de réalités mouvantes, ne faut-il pas y voir plutôt un mode de construction plus général des identités, construction malléable et globalement positive, concurrente des modalités de construction antérieures par lesquelles l'autre était avant tout construit dans une logique d'opposition, comme une menace, une radicale différence, indépassable. Alien par définition, le touriste est en quelque sorte une nouvelle forme d'intelligence.

Bibliographie

- Deprest, F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse*, Paris, Belin.
- Équipe MIT, 2002, *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris, Belin.
- Équipe MIT, 2005, *Tourismes 2. Moments de lieux*, Paris, Belin.
- Lévy, J., 1996, "Une géographie vient au Monde", in *Le débat*, n° 92, nov.déc. 1996, pp. 43-57.
- Lévy, J., 1999, *Le tournant géographique. Penser l'espace pour lire le monde*, Paris, Belin.
- Lévy, P., 1994, *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte.
- Poncet, P., 2000, "L'espace guidé' de Rio de Janeiro. Etudes géographiques en miroir d'un espace touristique et de ses guides", in Chabaud, G. et al., *Les guides imprimés du XV au XX siècle. Villes, paysages, voyages* Paris, Belin, in *Mappemonde*, pp. 543-556.
- Poncet, P., 2002, *L'Australie du tourisme ou la société de conservation*, Thèse de doctorat sous la direction de Rémy Knafou, Université Paris 7 - Denis Diderot (www.patrick-poncet.net).
- Knafou, R., a cura, 1997, *L'institut de Saint-Gervais. Recherche-action dans la montagne touristique*, Paris, Belin.
- Vidal de la Blache, P., 1903, "Vie provençale", in *Tableau de la géographie de la France*, pp. 348 et 349.