

CARLOS FORTUNA

**LES CENTRES DES VILLES HISTORIQUES:
TOURISME URBAIN ET PATRIMOINE**

nº 82
Novembro 1996

Oficina do CES
Centro de Estudos Sociais
Coimbra

OFICINA DO CES

Publicação seriada do

Centro de Estudos Sociais

Praça D. Dinis

Colégio de S. Jerónimo, Coimbra

Correspondência:

Apartado 3087, 3000 Coimbra

Les Centres des Villes Historiques: Tourisme Urbain et Patrimoine¹

CARLOS FORTUNA

Introduction

Ce qui rend les villes du passé différentes des autres, c'est tout un patrimoine historique et monumental construit qui en fait de précieux vestiges de la civilisation. Reposant sur des dynamismes locaux du passé —politiques, religieux, artistiques ou architecturaux—, ce patrimoine historique et monumental confère à la ville un effet scénographique particulier. De même que son profond enracinement culturel local lui donne un contenu global et civilisationnel, l'unité de ce même patrimoine et, par conséquent, l'identité de la ville historique dérivent également de sa variété. C'est pour ces deux raisons —un espace qui se globalise et une unité faite de variété—, que la ville historique et monumentale a toujours fait l'objet du désir et des fantaisies des individus, et tout porte à croire que c'est là que réside une grande partie de l'avenir des villes du passé (Fortuna, 1995a).

Néanmoins, jamais l'attraction exercée par ces villes n'a été aussi intense que de nos jours. La massification du tourisme et l'intensification des flux internationaux de communication sont les principaux responsables de cette recrudescence de l'attraction pour les villes historiques et monumentales, au point qu'elles sont devenues chaque fois davantage des choix touristiques alternatifs aux destinations conventionnelles. Toutefois, parallèlement à la massification du tourisme et à l'intensification de la communication, l'importance croissante de la ville historico-monumentale dans l'imaginaire des individus résulte d'une préoccupation renouvelée de ces derniers pour l'histoire et le passé: ils sont persuadés de pouvoir y trouver une explication

à un présent ambigu et à un avenir incertain. La ville du passé fonctionne donc comme une sorte de racine identitaire des individus qu'il est nécessaire de redécouvrir afin de s'y ressourcer et de donner un sens à un quotidien qui, à chaque instant, devient banal et superficiel.

Ceux qui me liront ne manqueront pas de se poser la question suivante: quel rapport existe-t-il entre ces considérations préalables et une étude sur le tourisme dans des villes historiques et monumentales? Ils concluront que le touriste, produit de la massification du tourisme et incapable de réfléchir sur sa propre condition, est quelque peu idiot; que ce même touriste est dans l'impossibilité d'appréhender la "réalité" locale de la communauté qu'il visite, empêché ainsi d'en saisir le sens le plus profond des manifestations historiques et culturelles et d'en tirer un quelconque enseignement; ils pourront penser à la thèse de la perte de l'aura de l'objet artistique et, par extension, historico-monumental, qui semble précisément être le fruit du même développement technologique qui a conduit à l'intensification de la communication, se reflétant négativement sur son degré d'attraction; il pourrait même aller jusqu'à s'interroger sur la célèbre question de l'authenticité de l'histoire, du passé et de la tradition et sur la manière dont, à chaque pas, ils ont été réinventés et rendus artificiels, faisant ainsi de la ville historique un produit commercial à tant d'autres semblable. La légitimité de ces questions est la même qui est à la base de la curiosité qui nous a poussés à réaliser cette étude. Au fond, il s'agit de rendre compte d'un phénomène et de chercher à fournir quelques interprétations dans le respect de la tradition théorique du domaine analysé, en évitant cependant que cette tradition ne se transforme en un principe orientateur déterministe ou en un préjugé.

Notre point de départ sera la présence touristique dans deux villes portugaises, Coimbra et Évora, deux villes dont le patrimoine historico-culturel est diversifié. Le principal objectif de notre travail ne sera pas de procéder à une analyse comparative des deux villes, comme nous l'avons déjà fait précédemment (Fortuna, 1995b). Au contraire, nous chercherons à définir quelques-unes des coordonnées du tourisme urbain de nos jours, en particulier du profil et des attitudes des touristes qui visitent des villes de nature historique et monumentale, telles que celles étudiées. Quoiqu'il s'agisse d'une étude de cas de nature empirique, nous trouverons tout au long du texte certaines considérations théoriques indispensables à toute interprétation de données fournies, sans que l'on puisse, pour des impératifs épistémologiques, prétendre généraliser ces résultats à d'autres situations particulières. En premier lieu, nous chercherons à identifier les principaux

traits sociographiques de ces touristes et, ensuite, à faire l'inventaire des conditions dans lesquelles ils parcourent les centres historiques de ces mêmes villes. Ce parcours est avant tout un parcours visuel et c'est pour cette raison que nous ne manquerons pas d'examiner ce que *voient* les touristes lorsqu'ils *regardent* la ville, le "regard touristique" devenant un mécanisme sous-jacent à toute l'analyse interprétative qui s'offre à nous². Cette démarche nous permettra de corroborer l'idée que les éléments historiques et monumentaux de ces villes sont soumis à une évaluation esthétique de la part d'un touriste qui s'autoproclame juge souverain du paysage historico-urbain. Son désengagement vis-à-vis de la ville qu'il visite ne trouve d'équivalent que dans la pause qu'il a décidé de faire dans sa vie quotidienne, que ce soit sur le plan résidentiel ou de travail. Cette "parenthèse" dans sa vie se traduit par un état de bien-être temporaire qui, sans aucun doute, aura des conséquences sur l'évaluation qu'il fera de sa visite, et il se croira obligé, sur le plan symbolique, de transgresser les récits socio-historiques qui accompagnent les villes visitées. Enfin, nous nous interrogerons sur une éventuelle concertation entre les usages que les touristes font de la ville du passé et les intérêts des résidents et des élus responsables de la gestion de l'espace urbain. En conclusion, nous considérerons qu'il ne s'agit pas, dans l'absolu, d'intérêts antagoniques. C'est à partir de la manière dont une ville historique sera perçue touristiquement que les responsables politiques pourront trouver quelques pistes, qu'ils pourront mettre à l'essai en faveur de l'avenir de la ville du passé, de ses habitants et de son patrimoine et, par conséquent, de son avenir touristique également.

Caractérisation Sociographique des Touristes à Coimbra et à Évora

Le choix des villes de Coimbra et Évora en tant que terrain privilégié de l'analyse du tourisme urbain a été dicté par le fait qu'il s'agit des deux villes portugaises de dimension moyenne les plus recherchées en tant que destination touristique³. Il s'agit de villes qui ont occupé une place privilégiée dans le panorama politique portugais de l'époque médiévale, ce qui leur donne un statut de villes historiques dont le patrimoine historico-monumental est diversifié. Malgré la multiplication récente des établissements d'enseignement supérieur dans tout le pays, Coimbra représente depuis fort longtemps l'archétype de la "ville universitaire" portugaise par excellence. De son côté, Évora est la capitale de la région

Sud du pays (Alentejo), dont l'ambiance sociale et politique est, depuis les deux dernières décennies, marquée par une crise notoire de la principale activité économique traditionnelle de la région —l'agriculture extensive en régime latifundiaire— après l'échec de nombreuses tentatives de reconversion mises en oeuvre au cours des décennies de 1970 et 1980.

Etant donné qu'il s'agit de villes où les activités prédominantes sont liées au secteur tertiaire et de services (81% du total des emplois dans ce dernier secteur pour Coimbra contre 74% pour Évora), ce qui les distingue avant tout, sur le plan touristique, c'est le fait qu'en 1986 la ville d'Évora ait été considérée comme Patrimoine de l'Humanité par l'UNESCO. Ceci a eu pour conséquence d'accroître l'attraction touristique de la ville de l'Alentejo, et l'on a même pu assister à la reconversion progressive de son identité: elle est de moins en moins une ville capitale d'une région agricole en crise et de plus en plus une ville touristique.

La succincte caractérisation sociographique des touristes de Coimbra et Évora présentée ci-dessous met en relief quatre variables conventionnelles: le classement des touristes selon le sexe, l'âge, la nationalité et leur catégorie professionnelle respective⁴.

TABLEAU I
CARACTÉRISATION DES RÉPONDANTS SELON LE SEXE

Sexe	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
Masculin	206	49,8	192	57,8	398	53,4
Féminin	206	49,8	137	41,3	343	46,0
Sans Réponse	2	0,4	3	0,9	5	0,6
Σ	414	100,0	332	100,0	746	100,0

TABLEAU II
RÉPARTITION DES RÉPONDANTS SELON L'ÂGE

Âge	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
< 20	44	10,6	22	6,6	66	8,9
20 - 39	283	68,3	198	59,6	481	64,5
≥ 40	81	19,6	99	29,8	180	24,1
Sans Réponse	6	1,5	13	4,0	19	2,5
Σ	414	100,0	332	100,0	746	100,0

A partir des données des Tableaux I et II, on peut conclure que les touristes visitant les villes de Coimbra et Évora se répartissent équitablement selon le sexe (53,4% appartiennent au sexe masculin et 46% au sexe féminin). En

ce qui concerne les tranches d'âge, il convient de remarquer la prédominance des adultes-jeunes (20-39 ans) qui représentent 64,5% de l'ensemble des personnes interrogées. Cette prédominance se constate aussi bien en termes relatifs, c'est-à-dire quand on compare entre elles les différentes tranches d'âge, qu'en termes absolus, c'est-à-dire lorsque ces mêmes tranches d'âge sont observées dans chacune des situations considérées. Toutefois, le fait que la tranche d'âge de ceux qui visitent Coimbra soit plus jeune (prédominance des touristes les plus jeunes et un poids relatif moindre des plus âgés) pourrait être dû au fait que Coimbra ait une tradition plus accentuée en tant que ville universitaire, ce qui se trouve d'ailleurs confirmé par les données du Tableau IV.

Malgré les disparités relatives que présente la répartition des touristes par nationalité (Tableau III), ce que cette information met en relief c'est l'existence d'une énorme variété en ce qui concerne les pays d'origine. La suprématie des touristes français dans les deux villes étant manifeste (près de 1/3 du total)⁵, il est clair que l'origine des touristes est à dominante européenne⁶, ce qui corrobore la tendance générale du marché touristique portugais.

TABLEAU III
NATIONALITÉ DES TOURISTES

Nationalité	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
France	148	35,8	112	33,7	260	33,9
Portugal	46	11,1	70	21,1	116	15,8
Hollande	59	14,3	13	3,9	72	9,9
Espagne	37	8,9	19	5,7	56	7,5
Italie	33	8,0	21	6,3	54	7,2
Allemagne	29	7,0	23	6,9	52	7,0
Belgique	13	3,1	18	5,4	31	4,3
USA	7	1,7	17	5,1	24	3,2
Angleterre	12	2,9	11	3,3	23	3,1
Autres	30	7,3	28	8,4	58	8,0
Σ	414	100,0	332	100,0	746	100,0

Il est intéressant de remarquer que, bien que l'Angleterre occupe la deuxième position au niveau des pays intéressés par le marché touristique portugais, immédiatement après l'Espagne, lorsqu'il s'agit de tourisme urbain dans des villes historico-monumentales sa présence a tendance à diminuer sensiblement, elle se trouve même mise à l'écart, en valeurs moyennes, par des pays comme les USA, partenaire marginal au niveau du marché national. Il conviendrait d'admettre que cette constatation résulte du

fait que l'information ait été recueillie en plein milieu de l'été, lorsque la préférence des touristes anglais pour la plage s'accroît davantage. Ce même effet pourrait être encore à l'origine de la présence enregistrée de touristes portugais dans les villes analysées, présence qui se situe en deuxième position à Évora et en troisième à Coimbra.

Si nous tentons de caractériser les catégories socioprofessionnelles de ces mêmes touristes (voir Tableau IV), l'échantillon indique une nette domination des professions intellectuelles, scientifiques et techniques, avec un poids relatif global de 42,1%. Ce groupe de professionnels parmi les plus intellectualisés et dont le niveau d'instruction est le plus élevé a un poids relatif supérieur à Évora, où il représente presque la moitié (49,4%) de l'ensemble des personnes interrogées. Le second groupe socioprofessionnel le plus représenté —les étudiants avec un total de 23,3%— inverse ce classement par villes: en effet, son poids relatif est plus élevé à Coimbra (27,5%) que dans la ville de l'Alentejo (18,1%) ce qui pourrait s'expliquer, comme nous l'avons déjà dit, par le profil "universitaire" de la première ville. Le troisième groupe le plus représenté est celui des employés de commerce et de services (12,3% de l'ensemble) qui se répartissent équitablement dans les deux villes en question.

TABLEAU IV

RÉPARTITION DES TOURISTES D'APRÈS LES PRINCIPALES CATÉGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES

Catégories Professionnelles	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
Entrepreneurs, Directeurs et Cadres Supérieurs	10	2,4	5	1,5	15	2,0
Profess. Intellectuelles, Scientif. et Techniques	150	36,2	164	49,4	314	42,1
Commerçants et Travailleurs Indépendants	7	1,7	9	2,7	16	2,1
Employés de Commerce et des Services	51	12,3	41	12,4	92	12,3
Salariés de l'Industrie et de l'Agriculture	24	5,8	15	4,5	39	5,2
Etudiants	114	27,5	60	18,1	174	23,3
Retraités	6	1,5	10	3,0	16	2,1
Autres	26	6,3	16	4,8	42	5,6
Sans Réponse	26	6,3	12	3,6	38	5,2
Σ	414	100	332	100	746	100

Du point de vue socioprofessionnel, il convient de remarquer que nous nous trouvons face à un univers de touristes dominé par trois groupes socioprofessionnels spécifiques (professions intellectuelles, scientifiques et techniques, étudiants et employés de commerce et de services), représentant 77,7% de l'ensemble de l'échantillon.

Aux fins de l'argumentation que nous chercherons à développer ci-après, nous pouvons donc ébaucher le profil dominant du touriste type des villes historico-monumentales analysées: il s'agit d'un adulte-jeune, appartenant indifféremment à l'un ou l'autre sexe, d'origine européenne, issu des classes moyennes et dont le capital culturel et éducatif est relativement élevé.

Le système d'intérêts et de motivations de ces mêmes touristes, dans la mesure où il est guidé préférentiellement par des capitaux et des compétences culturels supérieurs, tend à se démarquer, au niveau de ses choix, des autres groupes sociaux, qu'ils soient économiquement les plus puissants, tels que les chefs d'entreprise et les administrateurs, ou économiquement les plus faibles, tels que les salariés de l'industrie et de l'agriculture ou les retraités. Ce principe, que nous ne discuterons pas pour l'instant, justifierait que l'on interrogeât ce groupe spécifique de touristes quant à ses motivations et ses préférences. Néanmoins, pour des raisons méthodologiques et dans la mesure où les données globales ne subissent pas de modifications importantes du fait de l'inclusion des 22,3% touristes restants, nous avons choisi d'analyser l'ensemble des personnes interrogées et pas seulement ce groupe spécifique.

Un de nos points d'interrogation provient du fait que c'est parmi les individus de ces classes moyennes que la tendance au développement de ce l'on peut appeler un *habitus décentré* est plus sensible. Il s'agit d'une norme de vie, dont fait partie le tourisme moderne, qui se laisse guider aussi bien par des motivations et des valeurs matérialistes (celles qui sont les plus liées à la sécurité professionnelle, au niveau des revenus ou aux réseaux d'identité primaire), que par des motivations et des valeurs postmatérialistes (celles qui privilégient la satisfaction personnelle et le bien-être, l'autonomie et le succès professionnel). Cet *habitus décentré* met en valeur une situation particulière dans laquelle les individus, en conséquence de la diversité de leurs engagements socioprofessionnels, politiques et culturels se trouvent dans une condition d'extrême ambivalence de valeurs. Une telle situation peut configurer la condition moderne ambiguë des individus qui vivent dans un environnement sociopolitique légitimant l'aventure, le succès et le pouvoir personnels et, en même temps, menaçant de déstructurer leur matrice identitaire⁷. Mais cette même situation peut également traduire une nouvelle relation sociétale⁸, dans laquelle se revalorisent ou s'inventent de nouveaux signes culturels, tels que la consommation, les loisirs, le corps ou l'esthétique, qui s'équivalent dans leur capacité d'enracinement de l'identité des individus (Cohen, Nachman et Aviad, 1987).

Ce double défi —déstructuration et recréation des univers identitaires des individus— est un effet de la modernisation de la société et comprend la mobilisation croissante de l'(auto)réflexivité des individus qui cherchent ainsi à évaluer le sens de la transformation sociale et leur propre place dans le monde⁹. Il s'agit d'un défi qui implique une réappréciation des dimensions géo-spatiales et historico-temporelles de la vie et qui, pour cette raison, permet d'interpréter la visite touristique de villes historiques et monumentales comme une expérience, entre autres, de clarification des coordonnées spatio-temporelles des identités des individus. Le principal recours de vérification des identités est de nature esthétique et subjective, dans la mesure où la réflexivité que les touristes imposent à leurs propres conditions d'existence découle des modulations de sens qu'ils attribuent à l'espace-temps vécu durant leur visite. Toutefois, le paysage historico-monumental d'une ville distante qui encadre et stimule cette autoévaluation, bien qu'il lui accorde le statut particulier d'un fragment de vie, ne lui retire en rien sa pertinence analytique. En effet, l'un des traits socioculturels les plus pertinents de notre époque semble être la manière dont les individus privatisent et évaluent subjectivement leur condition d'existence et la manière dont ils structurent leurs identités au cours des temps (Giddens, 1991). D'où une valorisation sans précédent *du temps instantané* et de la recherche correspondante de *gratification immédiate*, comme recours compensatoire d'un sentiment généralisé d'insécurité ontologique des individus (Urry, 1995). Face à de telles tendances, nous souhaiterions avancer l'hypothèse suivante: nos touristes, dans leur condition de membres des classes moyennes, cherchent dans *l'instant* de leur visite à travers les villes du passé la *gratification* qu'ils ne découvrent ni dans un avenir dont ils se méfient chaque fois davantage ni dans un présent qui les déçoit de plus en plus. Le recours à l'esthétique du lieu et aux impératifs utilitaires de leur regard ont pour conséquence que les touristes convertissent le passé qu'ils cherchent (et visitent) à une condition symbolique de bien de consommation. Dans cette transfiguration de son essence, le passé historique est domestiqué, rendu stérile et incapable d'engendrer instabilité et insécurité, aussi bien personnelles que sociales. Opposé au présent et à l'avenir, et seulement à cette condition, le passé peut être alors approprié individuellement, réinterprété et manipulé dans ses sens et ses significations: il deviendra un dispositif médiateur utile à la définition autocentrée de la condition existentielle des touristes. Celle-ci semble alors se revêtir d'une épaisseur temporelle propre, dans la mesure où la domestication et la manipulation de sens et de significations que les

touristes se chargent d'attribuer librement au passé reposent sur des attributs de leur propre identité. Par analogie avec les traits que Lowenthal (1975: 52-67) attribue au passé, nous pouvons affirmer que le touriste, lorsqu'il transfigure ce même passé, semble vouloir fonder sa condition d'existence sur un sens multiple *d'antiquité et de tradition* (rapprochement à une communauté harmonieuse de culture et de nature), de *continuité* (création et héritage civilisationnels), de *finalisme* (signe de stabilité) et de *séquence* (un trait d'union vers l'avenir).

Variables Situationnelles des Touristes à Coimbra et à Évora

Le fait de soutenir, comme nous venons de le faire, l'hypothèse que la visite des villes historiques a des implications sur la manière de percevoir la condition personnelle et le monde, nous oblige à une brève interprétation de certaines variables situationnelles qui prévoient les conditions dans lesquelles les touristes effectuent leur visite dans les villes. Aussi présentons-nous une brève synthèse de certains aspects des plus remarquables, en particulier le caractère individuel ou collectif du voyage, la durée du séjour dans les villes, l'information dont ils disposent sur ces dernières, de façon à configurer l'éventail de motivations et de traits personnels des touristes.

TABLEAU V
TOURISTES EN VOYAGE ORGANISÉ

Voyage Organisé	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
Oui	30	7,3	15	4,5	45	5,9
Non	381	92,0	314	94,6	695	93,3
Sans Réponse	3	0,7	3	0,9	6	0,8
Σ	414	100,0	332	100,0	746	100,0

La première série d'informations recueillies sur le caractère situationnel du voyage dans des villes historiques (voir Tableaux V, VI, VII, VIII et IX) met en valeur la manière dont ces touristes privilégient leur individualisme et leur autonomie. Faute d'autres éléments informatifs, il est évident que cette affirmation d'autonomie et d'individualisme apparaît définie par la négative, c'est-à-dire par le refus des situations qui caractérisent le tourisme de masses, où l'espace de manœuvre personnel est restreint et le contrôle

direct de la situation est retiré aux voyageurs. Le refus généralisé de participer à un voyage organisé, plus que le simple rejet du voyage en groupe, est un symptôme du refus de céder à autrui (en général l'agence de voyages ou le guide touristique) le contrôle sur le rythme de la visite et, en même temps, sur la manière dont la ville et ses lieux sont perçus.

TABLEAU VI
PRINCIPAUX MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS

Moyen de Transport	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
Voiture particulière	216	52,2	186	56,1	402	53,9
Véhicule de location	41	9,9	62	18,7	103	13,8
Train	54	13,1	22	6,6	76	10,3
Autocar	22	5,3	32	9,6	54	7,2
Motocycle	12	2,9	6	1,8	18	2,4
Bicyclette	3	0,7	1	0,3	4	0,5
Divers / Autres	63	15,2	22	6,6	85	11,4
Sans Réponse	3	0,7	1	0,3	4	0,5
Σ	414	100,0	332	100,0	746	100,0

Le recours à l'excursion étant le plus souvent exclu, les touristes utilisent, selon les données, des moyens de transport individuels, notamment la voiture particulière ou le véhicule de location. Dans une civilisation où l'automobile est devenue le moyen de transport (individuel) par excellence, le touriste de ces mêmes villes n'échappe pas à la règle. Dans le contexte présent, nous pourrions affirmer que pour le touriste, peu disposé à abdiquer de son individualisme et de son autonomie, le recours à l'automobile (davantage que l'usage du motocycle ou de la bicyclette, qui peuvent avoir d'autres connotations symboliques) laisse deviner un plus grand contrôle personnel sur les itinéraires du voyage et sur la durée du séjour à l'endroit visité. Décidemment, le touriste qui rend visite à ces villes historiques, et ne perdons pas de vue qu'il s'agit en général d'un adulte-jeune issu des classes moyennes, semble peu disposé à dépendre de quiconque.

TABLEAU VII
NOMBRE DE COMPAGNONS DE VOYAGE

Nombre de Compagnons	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
Seul / e	40	9,7	32	9,7	72	9,7
1 Personne	181	43,7	179	53,9	360	48,3
2 Personnes	36	8,7	40	12,1	76	10,2
3 Personnes	45	10,9	29	8,7	74	9,8
4 Personnes ou plus	51	12,3	29	8,7	80	10,7
Sans Réponse	61	14,7	23	6,9	84	11,3
Σ	414	100,0	332	100,0	746	100,0

A l'extrême limite, il admettra de négocier son entière autonomie et son individualisme avec un seul compagnon, situation qui ne modifie en rien notre argumentation principale. Voyager seul ou en compagnie d'une seule personne renforce par conséquent l'idée d'un tourisme où il n'existe aucune perte du contrôle personnel de la situation, auquel ne s'ajoute qu'un brin de romantisme¹⁰. Lorsque c'est le cas, le partage de l'expérience du voyage se fait avec quelqu'un avec qui l'on partage également d'autres sentiments et goûts, dans une relation d'intimité sociale construite antérieurement.

Un quatrième trait caractéristique de la visite touristique de villes historico-monumentales semble pouvoir se traduire par l'idée que la durée du séjour est relativement courte. En effet, plus des 2/3 des personnes interrogées déclarent qu'elles n'ont pas l'intention de séjourner dans la ville visitée plus de deux jours et le nombre de ceux qui ne souhaitent pas séjourner plus d'un jour est encore très élevé (Tableau VIII).

TABLEAU VIII
DURÉE DU SÉJOUR DANS LES VILLES VISITÉES

Nombre de Jours	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
1 Jour	138	33,3	142	42,8	280	38,1
2 Jours	136	32,9	108	32,5	244	32,7
3 Jours	55	13,3	29	8,7	84	11,0
4 Jours ou plus	55	13,3	26	7,9	81	10,6
Sans Réponse	30	7,2	27	8,1	57	7,6
Σ	414	100,0	332	100,0	746	100,0

Etant donné qu'il s'agit de villes de dimension moyenne à l'échelle portugaise, le séjour d'un ou deux jours dans la ville se traduit surtout par l'insatisfaction des pouvoirs publics, des agents et des industriels locaux du secteur touristique. Leur pari sur la promotion de l'image touristique de la ville et leur expectative en termes de résultats économiques flatteurs ont pour conséquence de produire un discours négatif en ce qui concerne les séjours de courte durée des touristes. Ce même discours ne tient pas toujours compte des objectifs et des motivations des touristes, ni même de l'offre touristique-culturelle qui pourrait justifier la prolongation du séjour. Coimbra et Évora sont des villes dont le centre historico-monumental se trouve extrêmement concentré géographiquement, facteur auquel il convient d'ajouter la facilité d'accès des piétons et un parcours de courte durée. Certaines plaintes émises par les élus et les chefs d'entreprise du tourisme local ne trouvent d'écho que dans certaines des opinions libres que notre enquête sollicitait auprès des touristes. On trouve plus fréquemment une critique sur l'absence d'information concernant les activités ludiques et culturelles, notamment nocturnes, sur l'horaire de fermeture de nombreux endroits tels que musées, monuments, églises et parcs ainsi que l'allusion à de nombreuses difficultés liées aux services de restauration (horaires, prix, etc.). Sans que nous prenions parti pour l'une ou l'autre de ces critiques, nous nous contentons de remarquer que le "relativement" court séjour des touristes dans ces villes, susceptible d'être prolongé, exige une action locale de conjugaison d'intérêts, qu'ils soient d'ordre politique, économique ou culturel, capable d'élargir et de diversifier l'offre touristique-culturelle locale, en accord avec les demandes, les exigences et les motivations des touristes dont nous cherchons à caractériser le profil.

La "courte" durée du séjour ne saurait uniquement se justifier par la superficie géographique réduite des centres historiques et monumentaux des villes. La maîtrise aisée (et rapide) des géographies des villes historiques se trouve facilitée par le recours à l'information touristique spécialisée utilisée par la majeure partie des visiteurs. En vérité, la plupart des touristes ont recours à ce type d'information (Tableau IX)¹¹ et, en procédant de cette manière, ils ont tendance à la suivre de manière disciplinée, écourtant ainsi la durée d'un parcours historique qui serait, d'une autre manière, plus désordonné et plus long.

TABLEAU IX
UTILISATION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE SUR LES VILLES VISITÉES

	COIMBRA		ÉVORA		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%
Oui	341	82,8	292	88,2	633	85,2
Non	69	16,8	39	11,7	108	14,6
Sans Réponse	4	0,4	1	0,1	5	0,2
Σ	414	100,0	332	100,0	746	100,0

Cette économie indirecte de temps permise par l'information touristique locale, et qui est peut-être un effet indirect non désiré de la part des agents et des responsables touristiques de la ville, sous-entend un effet de discipline sur l'acte touristique dans des espaces urbains, effet sur lequel nous nous pencherons ci-après. Pour l'instant, nous ne mettrons en valeur que le fait qu'il s'agisse d'un objectif instrumental des touristes dont les effets pratiques ne sont pas négligeables dans la gestion de leur visite, notamment dans la gestion de leurs dépenses.

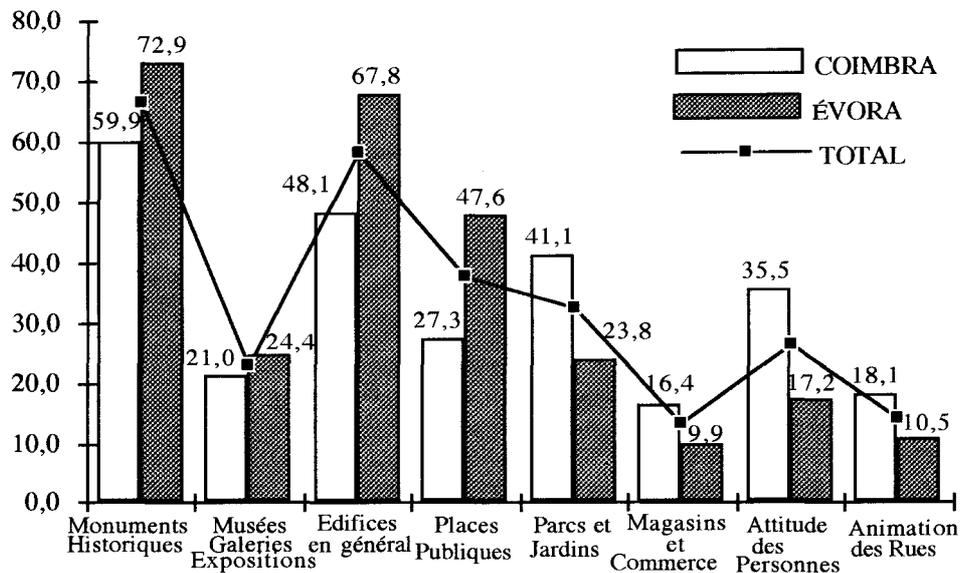
Evaluation des Centres Historiques et des Motivations des Touristes

En possession des caractéristiques sociographiques dominantes et de certaines des principales variables situationnelles des touristes dans les villes historiques de Coimbra et d'Évora, nous allons à présent tenter d'interpréter leurs préférences, leurs motivations et leurs évaluations *in situ*. A cet effet, dans un premier temps, nous sélectionnerons et essayerons d'interpréter l'information recueillie quant aux endroits de la ville qui attirent davantage les visiteurs. Dans un deuxième temps, nous nous pencherons sur l'évaluation faite à propos de ces mêmes endroits.

La Figure I synthétise l'information concernant le degré de l'importance attribuée aux différents endroits et environnements sociaux des villes. Dans l'ensemble, il est clair que la préférence va aux monuments historiques en tant que lieux de visite des touristes, et ce, dans chacune des villes. Tout de suite après, est mise en évidence l'architecture locale, notamment le regard sur les édifices et les places publiques et il convient de souligner, en passant, l'avantage relatif que présente dans ce domaine la ville d'Évora. L'environnement social de la ville (l'attitude publique des habitants et l'animation de rues), ainsi que les musées, les galeries, les expositions et l'activité commerciale sont, par comparaison avec les premiers éléments, des aspects marginaux de l'attention des touristes.

FIGURE I

LIEUX ET ASPECTS DE LA VIE DES VILLES LES PLUS APPRÉCIÉS



Cette échelle de priorités peut être entendue comme résultat de plusieurs facteurs. La première hypothèse explicative du privilège attribué au "parc" historico-monumental des villes peut trouver sa raison d'être dans la géographie locale elle-même qui, comme nous l'avons déjà mentionné, se caractérise par une concentration spatiale élevée du centre historique. Bien que ces centres historiques comportent une importante fonction résidentielle, qui s'accompagne normalement du flux social quotidien de la ville (ci-inclus les fonctions de commerce et de services), c'est surtout l'ensemble architectural et monumental, en raison de son état de conservation précaire, notamment à Coimbra, qui se glisse insidieusement dans le regard du touriste. Cependant, outre la géographie de la ville, la concentration du regard du touriste sur les monuments est due également au fait, déjà signalé, que la plupart des touristes interrogés se laissent influencer par l'information fournie par les plans, par les dépliants et autres publications "officielles" diverses. Une brève lecture de ce type d'information apporte la preuve qu'elle est structurée selon des critères géographico-spatiaux. Ce sont les "marqueurs" physiques et non les marqueurs sociaux qui président à la description de la ville: c'est ainsi que nombre des aspects historiques, sociaux, culturels et fonctionnels de ses lieux se trouvent marginalisés. Dans cette information sont mis en valeur les lieux jugés nobles et dignes d'être vus ou visités, les itinéraires du touriste à l'intérieur de la ville se trouvant ainsi conditionnés ou même conseillés¹².

De ce point de vue, la ville historique et monumentale est, plus que toute

autre, une ville disciplinée et conditionnée. Toutefois, étant donné que l'élément géographique et spatial interfère et conditionne le regard du touriste sur la ville historique, cette dernière est également une ville qui discipline et conditionne. On peut même aller jusqu'à affirmer que le touriste individualiste et égoïste qui refuse l'agent ou le guide touristique ainsi que le voyage organisé, à la recherche de son autonomie, est le même qui se laisse conduire par la "main invisible" de l'information produite sur la ville et la géographie de ses lieux. Nous nous trouvons donc face à une sorte d' "autonomie secondaire" du touriste qui accepte ou souhaite même que sa visite à travers la ville soit "orientée", à condition que cela se fasse de manière indirecte et impersonnelle.

Cela justifie dans une large mesure les raisons pour lesquelles les touristes sont considérés comme "difficilement indisciplinés ou incapables de manquer de respect ... de bons collaborateurs, ou ... un bon public" et se montrent incapables de contrarier "le processus inéluctable de la décaractérisation des espaces urbains" (Chaney, 1994: 145; 197). Cette critique, qui n'est pas sans rappeler le libelle romantique dirigé contre le touriste qui "tue le voyageur" doit être relativisée. En effet, si nous établissons un parallèle entre la préférence pour les monuments historiques et les catégories socioprofessionnelles ainsi que l'âge des touristes, il ressort que les couches les plus jeunes, notamment les étudiants, offrent une grande résistance aux suggestions officielles. En vérité, seuls 58% des étudiants déclarent suivre à la lettre l'information touristique dont ils disposent et préfèrent, au contraire, déambuler au gré des itinéraires de circonstance¹³. En outre, il nous semble que la validité de l'argumentation sur la passivité des touristes ne peut être soutenue que face à la relation que le touriste établit avec l'environnement physique et les dispositions architecturales de la ville historique et non face aux dimensions symboliques, représentationnelles, esthétiques et culturelles que comporte cette relation.

Si les touristes des villes historiques privilégient la visite des monuments, nous ne pourrions pas passer sous silence la signification symbolique et culturelle de ce choix, en d'autres termes, ce qu'est et ce que représente un monument. Outre sa dimension physique et architecturale, qui en fait un élément particulier du paysage urbain, le monument est, par-dessus tout, un élément de mémorialisation du passé. La particularité de cette mémorialisation résulte du fait que le monument a une relation d'indétermination avec l'histoire locale ou nationale (Rojek, 1993:194). En effet, alors que la visite d'un jardin ancien ou l'entrée dans la vieille maison

d'une célébrité politique ou littéraire ou dans un vieux château sont des invitations à l'histoire vécue où ont lieu certains événements, les monuments ne sont que des représentations ou des constructions sociales de ce même passé. En même temps qu'il les rend atemporels, ceci ne diminue en rien le dramatisme symbolique des monuments des centres historiques des villes et, de même que pour les ruines millénaires, ils invitent également à l'imagination du passé collectif et individuel.

C'est ici que réside le principe fondateur de la capacité de séduction des monuments sur les touristes. Cette capacité de séduction découle de l'articulation de trois éléments particuliers: premièrement, la dimension esthétique et architecturale des monuments sur le paysage urbain qui en fait des motifs d'attraction en tous points semblables aux "objets d'art"; deuxièmement, la concentration spatiale des monuments dans les centres historiques des villes donne à ces derniers, malgré et à cause de leur diversité, un sens d'harmonie singulier; troisièmement, la superposition de différentes expressions temporelles que mettent en évidence les centres historico-monumentaux en fondant entre eux un passé ancien, une histoire prochaine et un quotidien vécu.

Il résulte de la jonction de ces éléments que les monuments contribuent à faire de ces centres historiques un espace de confluence de divers styles architecturaux, de dispositions spatiales, et de temps historiques. Si nous y ajoutons la diversité de fonctions sociales que supporte le centre historique des villes, nous nous rendons compte que l'équilibre et l'harmonie de ce dernier, pour paradoxal que cela puisse paraître, résultent précisément de la diversité de ses éléments. Les nombreux stimuli que ressent le touriste dans le centre historique d'une ville peuvent se comparer au mode de vie urbaine qui, d'après ce fin analyste de la ville moderne qu'est Georg Simmel, agissent sur les sens des individus jusqu'à ce qu'ils n'aient plus aucune réaction (Simmel, 1971). Or, l'interprétation que nous pouvons faire de cette lecture de Simmel c'est que, appliquée au contexte touristique urbain, la variété de stimuli auxquels est soumis le touriste élargit sa condition de désengagement face à l'histoire et à la culture locales et renforce donc son anonymat. Ainsi, la ville historique peut se révéler paradoxalement comme libératrice et engendrer un sentiment d'hybridisme, où les individus se trouvent "au milieu et parmi les choses" sans s'identifier nécessairement à aucune d'entre elles. L'équilibre et l'harmonie du centre historique résultent, comme nous l'avons déjà vu, de la diversité de ses éléments, ont tendance à être transformés en condition individuelle des touristes et à donner lieu à un état d'esprit d'extrême plaisir et d'harmonie personnelle. C'est pour cette

raison que nous osons interpréter le plaisir “très positif” que les touristes de Coimbra et d’Évora déclarent avoir ressenti au cours de leur promenade dans les centres historiques de ces mêmes villes (Tableau X).

TABLEAU X

EVALUATION DES PERSONNES INTERROGÉES SUR CERTAINS ASPECTS DE LA VISITE DANS LES CENTRES HISTORIQUES

Type de Situation	Type d’Evaluation							
	Très positive		Positive		Négative		Très Négative	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Part de Plaisir (n=639)	370	57,9	202	31,6	49	7,7	18	2,8
Caractère Instructif (n=607)	165	27,2	315	51,9	105	17,3	22	3,6
Caractère Fatigant (n=591)	143	24,2	186	31,5	164	27,7	98	16,6
Authenticité Historique (n=607)	243	40,0	275	45,3	69	11,4	20	3,3
Qualité de la Signalisation (n=598)	90	15,1	206	34,4	182	30,4	120	20,1
Goût pour ce type de Promenade (n=571)	182	31,9	262	45,9	98	17,2	29	5,1

Sans accorder une importance démesurée à l’analyse détaillée de ces données nous allons à nouveau avoir recours à la perspective de Simmel pour tenter d’expliquer la satisfaction que les touristes affirment ressentir lors de leur promenade dans les centres historiques des villes: “Si le trait le plus profond de l’âme humaine est sans doute de parvenir à l’harmonie malgré la diversité des choses et des représentations, peut-être l’art tout entier n’est-il qu’une voie parmi d’autres, une façon singulière de passer de la multiplicité des possibles, qu’ils soient internes ou externes, à l’unité intérieure” (Simmel, 1989: 52). Or, si c’est l’harmonie intérieure qui est en jeu, par conséquent, l’état de “très positif” plaisir que procure la promenade à l’intérieur des centres historiques constitue également un terrain propice à l’évaluation de l’identité même des touristes. En d’autres termes et, à l’instar de ce que Simmel attribue en exclusivité à la ville de Rome, dans ces centres historiques et monumentaux également “l’individu ... perd la position que son milieu socio-historique, clos et étroit, lui avait octroyée. Il se voit soudain inséré et engagé dans un système de valeurs prodigieusement variées auquel il doit en même temps se mesurer dans les faits” (Simmel, 1989: 52).

Cette autoévaluation à laquelle invite le centre historico-monumental des villes est, évidemment, conditionnée par les trajectoires, les représentations et les capitaux socio-culturels des touristes. Il en résulte qu’il serait vain de s’efforcer d’attribuer une signification unique aux monuments de la ville.

Outre l'indétermination qu'ils conservent avec le passé et l'histoire, les monuments font l'objet de la construction libre de récits et de modes d'interprétation de la part d'individus en situation de double déracinement: d'une part, ils n'éprouvent aucune complicité avec l'histoire et la communauté locales¹⁴ et, d'autre part, ils se sont coupés temporairement des liens socio-historiques de leur communauté d'origine. Ainsi, l'évaluation des monuments et des centres historiques qui est, en même temps, une autoévaluation des individus, dans la mesure où elle s'effectue dans un état de bien-être et de plaisir indéniables, se fait toujours de manière imaginative, décontextualisée, voire chaotique.

Conclusion

Les réflexions que nous venons de faire n'ayant pour objet d'argumenter en faveur d'un touriste transgresseur, nous souhaiterions seulement signaler ce qui me paraît être la principale fragilité de la thèse de la passivité et de l'accommodation du touriste dans les villes historiques et monumentales, thèse mentionnée ci-dessus. L'environnement historico-culturel dans lequel se plonge le touriste dans les centres historico-monumentaux des villes, environnement dont l'articulation harmonieuse de différences esthétiques, spatiales et temporelles, fournit les conditions nécessaires à une autoévaluation des individus allant à l'encontre des critères conventionnels sur lesquels reposent les principes de l'ordre et de la discipline. Sans vouloir faire du touriste un visiteur révolté, ces circonstances toutefois ne manquent pas de révéler un sens de résistance et de libération personnelle que ce soit face à des contraintes routinières d'ordre moral, éthique et psychologique ou face à des récits disciplinateurs que semble contenir la géographie de la ville touristique et son centre historico-monumental.

Dans ces conditions, le touriste qui, auparavant, présentait déjà des traits d'individualisme et d'autonomie à fleur de peau, lorsqu'il s'élève à présent à la condition d'interprète souverain d'une histoire locale imaginée, représentée par les monuments du centre historique, transporte cette même souveraineté pour l'évaluation de lui-même et de son identité. Sa divagation interprétative tend à être excessive et le plus grand risque réside dans la tentation qu'il imagine sa condition de citoyen à partir de sa condition de touriste. Le monde d'excès que le touriste peut tenter d'imaginer à partir de l'instrumentalisation de la ville historique et monumentale apparaît, ainsi, comme un "monde à l'envers", semblable à ce qui se produit dans les rituels

carnavalesques que Bakhtin avait découverts dans les marchés et foires de l'Europe médiévale.

Cette modification symbolique de l'ordre des choses intervient également dans d'autres contextes touristiques et n'accorde aucune spécificité au tourisme urbain à caractère historico-monumental. Ce qui caractérise ce dernier, c'est l'instrumentalisation du passé et de l'histoire locaux à laquelle s'adonne le touriste: à travers son regard et son appréciation esthétique il les subordonne à son désir de gratification personnelle immédiate. Or, la manipulation du passé requiert sa spatialisation sociale en tant que manière d'assurer la forte relation d'intimité pouvant exister entre les éléments physiques, les classements symboliques et les modes de vie.

C'est là que semblent converger et se rejoindre les intérêts des touristes et ceux des élus locaux des villes historiques et monumentales. Les premiers, les touristes, cherchent dans le centre historique des villes un refuge à leur vécu quotidien et un moyen de recréer leur présent imaginé. Les seconds, les élus locaux, souhaitent conserver les vestiges de modes de vie locaux ancestraux. Les uns et les autres *agissent* par conséquent sur le passé, en en faisant un élément réconfortant de l'identité présente. La spatialisation sociale dont nous parlons se traduit par la conversion du passé en traits visibles de la vie des centres historiques. C'est à cette seule condition que les touristes peuvent soumettre à leur appréciation esthétique les monuments ainsi que le patrimoine historique construit des villes. Néanmoins, les élus locaux ne pourront pas non plus échapper à leur responsabilité politique et morale imposée par cette spatialisation. Il ne s'agit pas de convertir les centres historiques en mausolées figés de l'histoire et de la culture locales. Tout au contraire, il s'agit d'inverser la tendance à la décaractérisation des centres historiques des villes, qui est née lors de l'installation effrénée de services et qui s'est accompagnée de la dégradation progressive de leur fonction résidentielle et sociale. Dans un court mais pas moins étonnant écrit du début du siècle, Simmel soutient que le passé se laisse saisir surtout par sa dimension esthétique. Aussi pour l'analyste perspicace de la modernité, faut-il choyer sans cesse les ruines millénaires de nos villes et les revêtir de "l'enchantement extrême" (Simmel, 1959: 265). Quand nous parlons de ruines, il s'agit en fait du patrimoine historico-monumental des centres des villes du passé et le conseil de Simmel doit être interprété comme une mise en garde: l'incurie des individus qui laissent la ville peu soignée, les édifices, les rues et les quartiers dégradés, les monuments et tout le patrimoine laissé à l'abandon témoignent non d'une ville en ruines mais plutôt d'une culture locale ruinée.

Si, comme nous l'avons mentionné ci-dessus, l'harmonie et l'unité du centre historique découlent de sa diversité, la responsabilité politique et morale des pouvoirs locaux est celle d'associer à l'élément physique construit du centre historique la vie sociale quotidienne des habitants de la ville. La désertification qui mine de nos jours les centres historiques de bon nombre de nos villes, et les villes analysées n'échappent pas à cette règle, peut constituer une perte irrécupérable du sens de la diversité socioculturelle et par conséquent de l'unité et de l'harmonie que ces centres peuvent renfermer. Pour qu'elles soient de précieux patrimoine, les villes historico-monumentales ainsi que leurs centres, doivent savoir préserver et renforcer la fonction résidentielle et la vie sociale qui ont caractérisé leur passé. Le cas échéant, c'est leur présent que l'on hypothéquera. C'est à cette seule condition que l'on pourra assurer, comme le souhaitait Simmel, que le patrimoine historico-monumental de la ville se revêtisse, sans cesse, de "l'enchantement extrême". Il nous semble qu'il s'agit de la meilleure politique de préservation des centres historiques des villes et de la plus solide garantie que touristes et habitants pourront retirer du confort du passé et de l'histoire de la ville. Certes, il se pourrait que ce soit un confort esthétisé et sujet à des manipulations de sens mais c'est l'unique manière d'alimenter l'enchantement et l'avenir des villes du passé. Il va sans dire que leur avenir touristique en dépendra également.

Notes

¹ Ce texte est le résultat d'une enquête réalisée auprès des touristes dans les villes de Coimbra et Évora, faisant partie d'une étude sociologique parrainée par la JNICT (Centre National de Recherche Scientifique et Technologique) et réalisée au Centre d'Études Sociales (Group d'Études sur la Culture, le Tourisme et la Société) (Fortuna, 1995b). C'est délibérément que nous gardons le registre verbal inhérent à sa présentation lors du troisième Congrès International de l'Association Méditerranéenne de Sociologie du Tourisme, qui s'est tenu à Estoril du 20 au 22 Avril 1995.

² Je reprends pour cette perspective d'analyse la ligne d'orientation du travail de Jonh Urry dont la valeur heuristique me semble contenir d'énormes potentialités pour les études socio-anthropologiques du tourisme (Urry, 1990).

³ Comme on peut le sous-entendre, de par leur dimension, nous avons exclu Lisbonne et Porto de ce panorama de villes touristiques portugaises. Coimbra a environ 90 mille habitants et Évora quelque 50 mille.

⁴ Les données présentées sont le résultat d'une enquête faite simultanément dans les deux villes. L'enquête a été effectuée en trois langues (le portugais, l'anglais et le français) pendant la semaine du 4 au 12 août. Ont été obtenues 746 réponses (414 à Coimbra et 332 à Évora) auprès de touristes hébergés dans 27 établissements hôteliers et campings (15 à Coimbra et 12 à Évora).

⁵ Etant donné que nous n'avons adopté aucun critère de quotas et de représentativité des nationalités des touristes, cette suprématie des touristes français pourrait être due à des raisons méthodologiques. En effet, nous ne pouvons pas écarter l'hypothèse que les citoyens français seraient plus familiarisés (que les Portugais par exemple) à la procédure technique de recherche utilisée et donc qu'ils acceptent plus rapidement de répondre à l'enquête. Par ailleurs, on peut supposer que pendant les mois de juillet et d'août, parmi les destinations touristiques favorites des Portugais se trouvent la plage et les séjours à l'étranger par opposition aux visites des villes historiques et monumentales nationales, telles que celles décrites dans cette étude.

⁶ Dans l'ensemble des touristes interrogés prédominent les ressortissants de la Région Méditerranéenne (le Portugal, l'Espagne, la France et l'Italie), qui représentent 64% du total des présences.

⁷ C'est là le sens attribué par Marshall Berman à la condition moderne qui, selon l'auteur, "is to find ourselves in an environment that promises us adventure, power, joy, growth, transformation of ourselves and the world and, at the same time, that threatens to destroy everything we have, everything we know, everything we are" (Berman, 1983: 15).

⁸ Dans le sens que lui donne Maffesoli de "caractéristique essentielle de l'être-ensemble... qui dépasse la simple association rationnelle" (Maffesoli, 1985: 16).

⁹ Une telle situation correspond à ce qui est habituellement qualifié de "reflexive modernisation" dans une littérature sociologique récente et fait partie d'un processus que dans une autre étude j'ai désigné par *destruction créatrice des identités*, pour mentionner la re-élaboration temporaire et délibérée et le réajustement des critères d'autovalidation publique des individus, et ce sur la base de dispositifs symboliques, représentationnels, esthétiques et performatifs (Fortuna, 1995c).

¹⁰ Une information additionnelle recueillie nous montre que, lorsqu'ils se font accompagner d'une seule personne, les touristes choisissent leur conjoint (23,7% à Coimbra et 42,4% à Évora) ou leur fiancé/e (47,1% à Coimbra et 46,2% à Évora). Voyager en compagnie d'un/e ami/e est une option moins fréquente (20,9% à Coimbra et 7,1% à Évora), tandis que la compagnie d'un membre de la famille n'est qu'un choix résiduel qui ne dépasse pas les 3,2%

et les 1,1% des cas, respectivement à Coimbra et à Évora.

¹¹ Parmi les touristes qui ont recours à ce type d'information, 15,2% la considèrent de "très bonne qualité" informative et 64,3% de "bonne qualité". Elle est de "faible qualité" informative pour 17,5% et de "très faible qualité" pour 3,0% des touristes. Il convient de tenir compte du fait que 41,6% des touristes ont obtenu l'information sur la ville avant de s'y rendre, et que seuls 32,1% déclarent l'avoir obtenue auprès des offices de tourisme locaux.

¹² Il s'agit d'une situation en tout point semblable à celle dénoncée par R. Barthes pour qui "... la sélection des monuments supprime à la fois la réalité de la terre et celle des hommes, elle rend compte de rien de présent... en réduisant la géographie à la description d'un monde monumental et inhabité" (Barthes, 1957).

¹³ Parallèlement, les étudiants manifestent un goût prononcé pour les parcs et les jardins des villes (42%), l'animation sociale des rues (37%), les comportements des habitants (33%) et les activités culturelles telles que visite de musées, de galeries et d'expositions (17%). Après les étudiants, les membres des professions intellectuelles, scientifiques et techniques (69,4%) et les employés du commerce et de services (73,6%) sont les touristes qui suivent le moins l'information fournie (Fortuna, 1995b).

¹⁴ Il s'agit d'un effet de l'environnement de "staged authenticity" dans lequel le touriste évolue selon MacCannell (1989).

Bibliographie

- Barthes, Roland, 1957, "Le Guide Bleu" in *Mythologies*. Paris, Éd. du Seuil.
- Berman, Marshall, 1983, *All that is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity*. Londres, Verso.
- Chaney, David, 1994, *The Cultural Turn: Scene-Setting Essays on Contemporary Cultural History*. Londres et New York, Routledge.
- Cohen, Erik, Nachman, Ben-Yehuda et Aviad, Janet, 1987, "Recentring the World: The Quest for 'Elective' Centers in a Secularized Universe". *The Sociological Review*, 35: 2, 320-346.
- Fortuna, Carlos, 1995a, "The show must go on: why are old cities becoming fashionable?". Conférence Internationale sur "*Fashion, Cultures and Metropolitan Lifestyles*". Milan, Université Catholique, Décembre de 1995.
- Fortuna, Carlos, 1995b, "Évora e Coimbra: Turismo, Cultura e Centros Históricos" in *idem* (Coord.) *Turismo e Cultura em Portugal: Quatro Estudos sobre Mentalidades, Práticas e Impactos Sociais*. Coimbra, Faculdade de Economia et Centro de Estudos Sociais.
- Fortuna, Carlos, 1995c, "As Cidades e as Identidades: Patrimónios, Memórias e Narrativas Sociais" in Maria de Lourdes Lima dos Santos (Coord.), *Cultura e Economia*. Lisboa, ICS, 209-230.
- Giddens, Anthony, 1991, *Modernity and Self-Identity*. Cambridge, Polity.
- Lowenthal, David, 1975, *The Past is a Foreign Country*. Cambridge, Cambridge Univ. Press.
- MacCannell, Dean, 1989 [1976], *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York, Schocken Books
- Maffesoli, Michel, 1985, *L'Ombre de Dionysos*. Paris, Librairie des Méridiens.
- Rojek, Chris, 1993, *Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel*. Houndmills, The Macmillan Press.
- Simmel, Georg, 1959 [1911], "The Ruin", in Kurt Wolff, *Georg Simmel: 1858-1918*. Columbus (Ohio), 259-266.
- Simmel, Georg, 1971, *On Individuality and Social Forms*. Chicago. Chicago University Press.
- Simmel, Georg, 1989 [1898], "Rome: une analyse esthétique". *Faces - Journal d'Architectures*, 11, 51-55.
- Urry, John, 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londres, Sage.
- Urry, John, 1995, *Consuming Places*. Londres et New York, Routledge.