

### Proposition de communication

IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul / Turismo: Responsabilidade Social e Ambiental  
III Seminário da ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
Caxias do Sul / 7 e 8 de julho de 2006

Le paysage, interface entre culture et nature, objet de veille sociétale  
Max Lebreton<sup>1</sup>, Kenia Pozenato<sup>2</sup>, Ana Alvarez<sup>3</sup>

Mots Clés : paysage, veille sociétale, intelligence économique

#### RESUME :

Cette communication se propose de présenter de quelle manière il est possible d'intégrer la veille sociétale, technique et outil issus des sciences de l'information, dans le champ des activités touristiques en prenant le paysage comme objet de travail.

#### RESUMO :

Esta comunicação propõe-se a apresentar de que maneira é possível integrar a vigilância social, técnica e instrumento nascido das ciências da informação, no campo das atividades turísticas, tendo a paisagem como objeto de trabalho.

Palavras-chaves: paisagem, vigilância social, inteligência econômica.

Le tourisme est devenu une activité économique incontournable de nos sociétés et constitue aujourd'hui la première industrie du monde. Des millions de personnes se déplacent chaque année dans le monde avec des motivations touristiques. Par exemple, l'Afrique a vu les flux financiers et humains affectés aux activités touristiques doubler.

Le temps de ces migrations, des individus quittent un espace, un cadre de vie et un environnement à la rencontre d'autres territoires, d'autres gens et d'autres cultures délaissant quelque temps un référentiel social pour un autre. Lors d'un séjour, des nouvelles relations identitaires apparaissent avec le territoire d'accueil, des représentations se transforment, il en va de même de la sociabilité de l'accueillant comme de l'accueilli.

En matière touristique, le rêve et l'illusion cohabitent avec le voyage souvent synonyme d'une volonté de changement de « *pays* », de paysage associant l'acte de tourisme à « *une demande de dépaysement* » à laquelle lui correspond « *une offre de dépaysement* ».

Il convient de répondre de plus en plus à une demande de réinterprétation de la vision moderne et réductrice des rapports que l'Homme d'aujourd'hui entretient avec la nature et la culture.

<sup>1</sup> Laboratoire I3M, Université du Sud-Toulon-Var (France), [max.lebreton@univ.u-3mrs.fr](mailto:max.lebreton@univ.u-3mrs.fr)

<sup>2</sup> Facultad de comunicación social, Université de Caxias do Sul (Brésil), [KMMPozen@ucs.br](mailto:KMMPozen@ucs.br)

<sup>3</sup> Facultad de filosofía y letras, UNCU (Argentine), [alvarezana@ciudad.com.ar](mailto:alvarezana@ciudad.com.ar)

La rencontre de l'offre et de la demande est à l'origine de nouveaux produits touristiques dits de « *dépaysement* » qui intègrent patrimoine, culture et nature.

L'offrant [accueillant(i)] met à la disposition d'un demandeur [l'accueilli(j)] sa perception, sa vision et son vécu de « *sa culture de la nature* » avec pour base le triptyque patrimoine, territoire et paysage : le patrimoine vu tel un héritage transmis et une mémoire signifiée et partagée, le territoire comme un espace matériel produit par une société à des fins socio-économiques et enfin le paysage, la forme visible de la représentation entre l'Homme et son milieu, à la fois support et trace des échanges entre les Hommes, vecteurs d'identités, d'imaginaires, de doutes et de techniques.

Pour que ces échanges puissent s'inscrire dans la durée, ils doivent respecter des équilibres qu'il est possible de décrire de la manière suivante :

Par exemple, en matière d'offres, un acteur i [dénommé accueillant (i)] propose un ensemble d'offres (p) formant le couple [accueillant(i), offre(i,p)] à un autre acteur j [dénommé accueilli (j)] disposant des potentialités d'offres(m) formant le couple [accueilli(j), offre(j,m)].

Les offres(i,p ; j,m) pourront être des biens, des services, des produits, des prestations, etc...

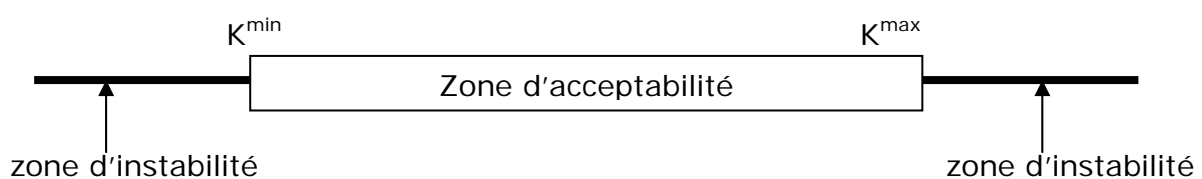
L'équilibre est décrit selon le schéma suivant :

$$\begin{array}{ccc}
 & \rightleftarrows & \\
 [\text{accueillant}(i), \text{offre}(i,p)] & \mathbf{K(i,j)} & [\text{accueilli}(j), \text{offre}(j,m)] \\
 & \leftleftarrows & \\
 \text{avec} & & [\text{accueilli}(j), \text{offre}(j,m)] \\
 \mathbf{K(i,j)} = & \frac{\text{-----}}{[\text{accueillant}(i), \text{offre}(i,p)]} & 
 \end{array}$$

La constante  $K(i,j)$  appelée constante d'équilibre décrit l'échange entre les acteurs (i) et (j) à un instant donné pour des conditions spécifiques.

Pour que  $K(i,j)$  soit validée, elle doit être reconnue et admise par les partenaires de l'échange. Elle est signifiante entre deux bornes délimitant son domaine de domaine de définition  $\{K^{\min}, K^{\max}\}$  appelé espace d'acceptabilité issu de normes de sociabilité.

En dehors de ces limites, des zones d'instabilité apparaissent et peuvent être sources de dérégulation, de conflits et de désordre.



Cette notion de constante d'équilibre nous vient des sciences dures.

Lorsqu'elle est appliquée aux sciences de l'information et mise en œuvre à des fins sociétales, elle permet l'observation des activités humaines et des environnements à la fois de manière qualitative et quantitative.

Ce champ disciplinaire dénommé « *veille sociétale* » nécessite de disposer comme matière première de l'information qu'elle provienne d'un processus (succession d'actions par lesquelles on s'informe) ou qu'elle soit le résultat de processus (volume, variété des informations obtenues), l'information est « l'élément atomique » du processus de veille.

Chaque information a des propriétés qui lui sont propres qu'elles soient endogènes, liées à sa nature ou exogènes relatives au domaine dans lequel elle a ses effets.

Durant son cycle de vie, l'information est intégrée dans un processus de rétroaction basé sur l'apprentissage, la métabolisation et de transformation pour être convertie en élément de prise de décision puis d'action. Ce mécanisme repose sur des principes cumulatifs et agrégatifs de savoirs, de connaissances. Il est source d'intelligence.

L'activité touristique n'échappe pas à ces modèles en tant qu'elle est productrice et consommatrice d'informations. La même information peut être utile à un ou plusieurs domaine(s) d'activités, à un (ou des) groupe(s) de personnes ou à un (ou des) individus. La question se complexifie lorsque ces informations appartiennent à un corpus obtenu en utilisant des techniques d'interrogation, d'extraction, de classification et de catégorisation de données souvent issues de sources hétérogènes et disparates sous forme dématérialisée.

On passe encore à un autre niveau de complexité lorsque l'on intègre les problèmes afférents à sa délocalisation en matière de fiabilité, de sécurité et de propriété.

La veille définie comme l'ensemble « *des actions coordonnées de recherche, de traitement, de distribution de l'information aux acteurs économiques en vue de son exploitation* » est en mesure d'apporter aux disciplines afférentes au tourisme sa contribution.

La veille est à la base du concept d' « *intelligence économique* » perçue telle « *une intention stratégique et tactique* ». Elle utilise tous types d'informations: « *fermées* », non publiées généralement appelées "*informations informelles*" ou « *ouvertes* », publiés dénommées « *informations formelles* ».

Selon Lucille Grasset, responsable de la Veille à l'INIST<sup>4</sup>, l'intelligence économique permet de recouvrir les champs suivants :

- au service de l'intérêt général et de la cohésion sociale : l'instauration de relations entre l'Etat et les acteurs économiques et sociaux adaptés aux enjeux mondiaux au service du développement économique et du maintien du tissu social,
- au service de l'Etat, la définition de politiques, de stratégies, la mise en cohérence, le développement d'outils, de modes d'organisation et de travail par

---

<sup>4</sup> Institut pour l'information scientifique et technique du CNRS (France), <http://www.inist.fr/index.php>

les acteurs publics permettent d'améliorer la circulation ainsi que l'efficacité de l'information « *productive* ». En ce sens, l'intelligence économique peut être un levier de progrès social.

- au service des acteurs économiques, la mise à disposition de l'information « *utile* » et notamment économique et financière, commerciale, juridique et réglementaire, scientifique et technique, la sensibilisation/formation des entreprises à l'utilisation de l'information, le soutien des entreprises dans la conquête de marchés extérieurs, à l'acquisition de nouveaux savoir-faire...

La veille sociétale est une technique issue du domaine de la veille scientifique et technique qui dispose comme matière première l'information scientifique et technique. L'utilisation de méthodes d'analyses spécifiques opérant à partir de grandeurs de type numérique, caractère, logique ou symbolique permet d'avoir un ensemble d'indicateurs spécifiques.

Ainsi, dans des conditions déterminées, il est possible, d'une part, d'observer l'évolution de processus, de suivre et de déterminer leur position d'équilibre ou de déséquilibre et d'autre part de surveiller des effets de seuillages : à partir de quel seuil, passe-t-on d'une zone à une autre ? ou bien se situe-t-on dans un espace de conditions qui font que se forment, se développent ou se propagent des processus générateurs d'instabilité précurseurs de disfonctionnement ? Il en est de même ainsi pour le météorologue qui, à partir d'indicateurs spécifiques, est capable de préciser les conditions de formation de tempêtes ou des orages.

La conception de ces indicateurs pose problème. De leur fiabilité découlera la sécurité de décisions qui seront prises. Des indicateurs inadaptés (champ d'observation instable) ou inappropriés seront générateurs de biais qui altéreront la représentation et finiront par constituer des sources de « *pollution informationnelle* », d'ambiguïté et d'incohérence. La stabilité d'un modèle impose de prendre en compte aussi bien des informations « *indirectes* », non apparentes que les « *informations* » normalisées et apparentes.

Il en est ainsi de tout **paysage** qui peut être vu tel un ensemble d'objets porteurs d'informations indirectes de type symbolique.

Ce mot est, apr ailleurs, vaste, vague et polysémique. Il permet de traduire la fertilité de la pensée humaine ainsi que les émotions qu'il suscite.

Travailler sur le paysage revient à aller à la rencontre de la difficulté de décloisonnement des disciplines académiques avec d'une part les sciences molles ou sciences des lieux et des êtres (géographie, architecture, urbanisme, sociologie, psychologie...) et d'autre part les sciences dures ou sciences des milieux (agriculture, environnement, mathématiques, physique, ...).

Si le paysage est le produit de la rencontre de ces mondes il est aussi le produit de la rencontre des arts et des sciences.

L'Art comme recherche d'une vision du monde de l'intérieur est synthèse et force d'expressions. A la fois, incontrôlable, subjectif, flou, il est également indifférent à la logique et à la rigueur, à la précision, à l'objectivité et à la puissance de l'analyse du monde des sciences.

Le paysage est l'homologie entre de ces deux mondes ; la rencontre entre ces deux domaines de la pensée permet de relier culture, nature et paysage.

Enfin, le paysage est choix, cadre, limite et reflet en se déplaçant de l'extérieur (ce que l'on voit) vers l'intérieur (ce que l'on ressent).

Au moment où la « demande » en paysage ne cesse de croître, il est à craindre que sous le poids de contraintes économiques liées à des politiques de mondialisation, le paysage « *ne soit plus qu'une image manipulable à souhait indépendamment des relations naturelles et sociales qui détermine ses formes* »<sup>5</sup>.

Il est urgent de se pencher sur les processus de compréhension, d'interprétation liés au paysage. Plus que jamais, il est nécessaire de relier « *les mots et la chose* » surtout dans le domaine du tourisme.

Avec une approche orientée « *veille sociétale* », la présentation qui suit sera composée de deux sections : la première consistera à présenter une classification sur les différents types de paysage en tant que produit visible de faits humains en interaction avec un milieu physique en un lieu donné à un instant donné de son histoire, la deuxième débattera de l'apport des sciences de l'information à la compréhension de notre cadre de vie dans le respect de l'intérêt général.

### Bibliographie

Collective choice and social welfare, A. Sen, 1970

Berque A., Les raisons du paysage, Hazan, 1995

Bertrand G., « le paysage entre nature et société », RGPSO, T49, fasc.2, p. 255, Toulouse, 1972

Lacoste Y., « A quoi sert le paysage ? », Hérodote n°7, p. 3-41, Maspéro, Paris, 1977

Clés pour le paysage, P. Donnadiou, M. Perigord, Geophrys, 2005

Bibliothèque virtuelle ISDM, Université du Sud Toulon-Var, <http://isdsm.univ-tln.fr>

---

<sup>5</sup> Actes du séminaire « Etapes de recherches en paysages », n°5, Ecole nationale supérieure du paysage, Versailles, 2003, p.29