

DANIÈLE LAPLACE TREYTURE

Département de Géographie et Laboratoire SET-CNRS (UMR 5603). Université de Pau et des Pays de l'Adour

Le paysage en pratiques. Exemples à travers deux guides touristiques: L'itinéraire des Pyrénées d'Adolphe Joanne (1862) et le Guide Régional Michelin Pyrénées Côte d'Argent (1934-1935)

RÉSUMÉ

Le texte qui suit s'intéresse à la manière dont le guide accompagne le touriste dans sa découverte du paysage, anticipant sur ce temps à venir du corps en mouvement placé dans un environnement nouveau (ici les Pyrénées) et confronté à des pratiques encore assez inhabituelles pour l'époque: la marche et la conduite automobile en montagne. Se déplacer à pied (Guide Joanne) ou en automobile (Guide Michelin) ouvre alors vers une appropriation mentale et corporelle différente du paysage.

RESUMEN

Prácticas del paisaje. Ejemplos a través de dos guías turísticas: el Itinéraire des Pyrénées d'Adolphe Joanne (1862) y la Guide Régional Michelin Pyrénées Côte d'Argent (1934-1935).- El texto que sigue trata de la manera como la guía acompaña al turista en su descubrimiento del paisaje. Lo hace porque anticipa el momento venidero del cuerpo moviéndose en un lugar nuevo (aquí los Pirineos) y confrontado a unas experiencias todavía poco habituales en esta época: andar y conducir por las montañas. Viajar andando (Guía Joanne) o

en coche (Guía Michelin) sugiere una adaptación mental y corporal distinta al paisaje.

ABSTRACT

Experiences of the landscape. Examples through two tourist guides: Itinéraire des Pyrénées d'Adolphe Joanne (1862) and Guide Régional Michelin Pyrénées Côte d'Argent (1934-1935).- The following text focuses on the way the guide can accompany the tourist in his/her discovery of the landscape. It does it as it anticipates this coming time when the moving body is located in a new place and has to face experiences still unusual at this period: to walk and drive in the mountains. Walking (Guide Joanne) or driving (Guide Michelin) leads to a very different mental and physical suitability of the landscape.

Mots clé / Palabras clave / Key words

Expérience du paysage, guides touristiques, Pyrénées.

Experiencia del paisaje, guías turísticas, Pirineos.

Experiencing the landscape, tourist guides, Pyrenees.

I

LE GUIDE TOURISTIQUE: UNE
REPRÉSENTATION DES LIEUX ET UN
MANUEL PRATIQUE

SE RÉFÉRANT sans cesse aux lieux, les guides touristiques en proposent une représentation qui invite à la

découverte de l'autre et de l'ailleurs. Ils illustrent en cela une forme de littérature de voyage. Mais se donnant pour objet «de conduire ou de rendre possible la conduite dans un espace inconnu ou insuffisamment connu» (CHABAUD; 2000, p. 9), le guide est aussi (et peut-être surtout) un manuel pratique; de bout en bout, il propose un voyage réel qui engage un effort intellectuel aussi

bien que physique. L'espace du déplacement et de la découverte qu'il recompose pour le lecteur associe donc toujours la description des paysages à l'expérience que pourra en faire le touriste, d'où un ensemble de conseils pratiques multiples et variés permettant à ce dernier d'aller à la rencontre des lieux dans les conditions les meilleures qui soient.

Notre propos s'articule en trois temps. Nous dirons en quoi le guide propose une aventure conseillée qui suppose une adhésion à des normes, modèles et codes variés, puis nous montrerons que les paysages de montagne, et plus largement le dépaysement, ne sont accessibles qu'au prix d'une certaine discipline du corps. Enfin, le Guide Joanne de 1862 proposant une découverte des Pyrénées à pied¹ et le Guide régional Michelin de 1934-35 étant tourné vers un tourisme presque exclusivement routier, nous verrons comment ces deux guides engagent leurs lecteurs vers une expérience différente du paysage, une expérience mobilisant au-delà du seul regard le corps dans son ensemble.

II L'AVENTURE CONSEILLÉE

Le lecteur du guide Joanne et celui du guide Michelin se rejoignent sur un point essentiel, à savoir qu'ils acceptent, en tant que touristes, et selon l'expression de Daniel Nordman, cette «économie multiple de l'argent, du temps, des moyens et du savoir» (NORDMAN; 1986, p. 540). «Économie» au sens étroit du terme: ne pas perdre de temps, s'épargner des fatigues inutiles, aller à l'essentiel de ce qu'il faut voir et savoir d'une région. D'où l'aspect prescriptif des guides qui se mesure à la variété et au nombre des rubriques donnant conseils et avis au touriste. C'est d'abord par là que les guides contribuent à codifier une nouvelle pratique du voyage: le voyage touristique. Cependant, selon l'époque et selon son propre style, chaque guide propose une économie du déplacement et de la découverte originale: les trois préoccupations fondamentales (Que voir? Pourquoi? Comment?) s'articulent autour de valeurs, de principes et de méthodes formant un cadre précis et particulier à chaque collection.

¹ Bien que le titre mentionne *Les Pyrénées et le réseau des chemins de fer du Midi et des Pyrénées*, ce guide s'adresse à des touristes piétons. Pour un commentaire sur cette part quasi exclusive prise par le voyage à pied dans cet *Itinéraire des Pyrénées*, voir NORDMAN (1986) qui propose ici une étude détaillée des Guides Joanne.

1. «UNE MORALE DU LOISIR CULTIVÉ»

Les Guides Joanne (qui deviendront les Guides Bleus en 1910) apparaissent dès le milieu du XIX^e siècle. *L'Itinéraire des Pyrénées* (1862) est l'un des tout premiers volumes qui inaugurent la série des itinéraires conçus «dans un projet global»². La particularité des premières éditions est que la présentation pratique des lieux rend compte de l'expérience qu'en a eu l'auteur lui-même, Adolphe Joanne. Souvent rédigé à la première personne du singulier, ce guide reste proche du récit de voyage et, surtout, témoigne d'un «ressenti» (sensations physiques, émotions, plaisirs et déplaisirs) qui est avant tout celui d'un homme. A. Joanne aime la montagne et la parcourt en voyageur cultivé. Son *Itinéraire des Pyrénées* traduit bien cette orientation de la collection vers un tourisme que l'on qualifierait aujourd'hui de «culturel», sinon même d'érudit. Le Guide Joanne a également pour

«objet de diffuser, à travers tout le corps social indépendamment de groupes sociaux déterminés, des valeurs réputées communes, et très bourgeoises» (NORDMAN; 1986, p. 540).

L'approche du voyage touristique s'en ressent et cette «morale du loisir cultivé» comme l'écrit André Rauch à son propos, imprègne le discours dans son ensemble (RAUCH; 2000, p. 99)³. Parmi ces valeurs, on trouve celle de la prévoyance. Le Joanne est par excellence le guide de la méthode:

«un voyage, écrit A. Joanne, pour être décidément une partie de plaisir, doit ressembler plutôt à un laborieux exercice qu'à une facile et récréative promenade» (cité par RAUCH, *ibid.*).

Tout voyage doit être en outre instructif. Ainsi, Adolphe Joanne confie la rédaction de l'introduction de son guide à Elisée Reclus, alors jeune géographe; lui-même puise abondamment dans toute la littérature pyrénéiste disponible à l'époque. Ramond de Carbonnières⁴, De Chausenque⁵, Taine⁶ et d'autres auteurs moins con-

² La première édition d'un *Itinéraire des Pyrénées* date de 1858, A. Joanne y fait allusion dans la préface à cette seconde édition de 1862. Les deux éditions présentent certaines différences quant au regroupement des itinéraires; des modifications concernent aussi la description des lieux: nous en donnons un exemple plus loin dans notre texte.

³ A. Rauch écrit: «le tourisme devient une ascèse et remplit une fonction culturelle. Il ne se confond ni à une récréation ni à un divertissement. Il génère une morale du loisir cultivé dont la tradition pèsera sur les habitudes et les comportements (...)».

⁴ RAMOND DE CARBONNIÈRES, Louis (1801): *Voyage au Mont-Perdu et dans la partie adjacente des Hautes-Pyrénées*, Belin, Paris.

⁵ DE CHAUSENQUE, Vincent (1854): *Les Pyrénées ou voyages pédestres dans toutes les régions de ces montagnes*, Prosper Noubel, Agen.

⁶ TAINE, Hyppolite (1858): *Voyage aux eaux des Pyrénées*, Librairie Hachette et C^{ie}, Paris.

nus sont tour à tour cités pour éclairer le lecteur non seulement sur la formation des montagnes ou sur la nature des roches mais aussi, et même plus souvent encore, pour décrire tel ou tel paysage et les impressions qu'il procurera au voyageur. Aussi le paysage n'est-il pas seulement livré à la curiosité du lecteur comme un simple spectacle mais acquiert-il une profondeur, une densité qui en fait une clé de lecture des lieux dans toute leur épaisseur. Par là, ce devoir de visite apparaît aussi comme un devoir de mémoire. À ce propos, dans la première édition de son guide en 1858, lorsqu'il relate son ascension du Pic du midi d'Ossau en 1857, Joanne a cette remarque intéressante:

«Bientôt on arrive en haut du Pic (...) Ici je me tais, et ne dis rien de ce qu'on voit, de ce qu'on entend, de ce qu'on pense; de savants écrivains nous l'ont déjà dit» (JOANNE; 1858, p. 233).

Ce passage a en effet disparu de l'édition de 1862. On peut dire, à la suite de Serge Briffaud (1994), que les premiers grands guides touristiques (et ceci est déjà vrai du guide aux Pyrénées de Richard (un guide plus proche encore du récit de voyage que ne l'est le Guide Joanne) publié pour la première fois en 1834) reproduisent, diffusent, voire vulgarisent une perception du paysage plus qu'ils ne la révèlent (lire en particulier les pages 338 à 354).

2. UNE «FACILE ET RÉCRÉATIVE PROMENADE»

Les Guides régionaux Michelin (Guides verts à partir de 1938) arrivent plus tard, dans les années 1920. Le premier guide sur les Pyrénées date de 1928. L'apparition et le succès de la collection sur le marché sont très liés à l'avènement et au développement de l'automobile. Ce n'est plus un individu singulier qui s'adresse au lecteur mais un automobiliste idéal qui est mis en scène dans la découverte des lieux. Le Guide Michelin propose en effet une approche du voyage bien différente:

«Bibendum a choisi (les lieux à visiter) avec le plus grand soin, en recourant surtout aux anecdotes, aux faits typiques qui parlent à l'imagination sans fatiguer l'esprit» (cité par FRANCON; 2000, p. 117).

Le Guide propose néanmoins une bibliographie (complétée par rapport à celle de l'édition de 1928) dans laquelle figurent notamment quelques monographies régionales de géographes vidaliens, tels que Max. Sorre et Henri Cavailhès. Les valeurs de prévoyance et de prudence s'incarnent dans des conseils de «bon sens» selon une vision pragmatique du voyage, plutôt qu'elles ne renvoient à des normes. Le créneau d'em-

blée choisi par les éditions Michelin a été le suivant: associer «tourisme routier» et «approche culturelle accessible à tous» (FRANCON; 2000, p. 115). Nulle ascèse n'est ici nécessaire pour goûter les paysages; il s'agit plutôt d'en retirer une jouissance immédiate. La description du paysage n'intègre pas l'histoire de sa connaissance et de sa perception par les élites savantes, littéraires ou encore artistiques. Le «touriste michelin», qui se déplace en automobile, se contente de voir (ou d'apercevoir) et n'a nul besoin de saisir l'enracinement des lieux dans leur histoire; le paysage est sans mémoire et n'ouvre vers rien si ce n'est qu'il est un objet de consommation immédiate, rapide; image instantanée liée au seul plaisir visuel.

3. UN ATTRAIT COMMUN POUR LE PITTORESQUE

Si le paysage est affaire d'appréciation par les sens, il est aussi une construction en référence à des modèles de voyage et à des codes esthétiques empruntés notamment à la littérature et à la peinture. Les guides illustrent les grands modèles de voyage élaborés au cours des siècles précédents (CORBIN, 2001). Joanne, et dans une moindre mesure le «touriste michelin», voyagent à la manière classique lorsqu'ils admirent un édifice ancien, en voyageurs pittoresques lorsqu'ils collectionnent les plus belles vues ou encore en voyageurs romantiques lorsqu'ils s'abandonnent à leur moi intérieur. C'est particulièrement vrai du Guide Joanne où l'appréciation du paysage relève de plusieurs codes. S'agissant des paysages de montagnes, le sublime y conserve une certaine place. Citant Taine, Joanne parlant d'une montagne écrit qu'elle «dresse sa masse formidable comme pour écraser le passant» (JOANNE; 1862, p. 214), ailleurs il précise:

«si l'on regarde en haut, on dirait que la cataracte va se précipiter sur vous et vous entraîner dans l'abîme; en bas (...) une masse d'écume plongeant dans de sombres profondeurs; c'est un des plus beaux spectacles des Pyrénées» (*ibid.*, p. 315).

Mais si la «fascination du gouffre ou l'horreur du vide» ne sont pas étrangers à Joanne ils ne sont plus selon l'expression consacrée «de délicieuses horreurs» (CORBIN; 2001, p. 88). Ainsi telle gorge peut-elle être tout à la fois «sauvage et pittoresque» (JOANNE; 1862, p. 215). Et chez Michelin, seul le cirque de Gavarnie «par temps couvert», peut encore évoquer «une indicible impression d'écrasement et de vertige» (GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 210).

Aux paysages grandioses mais dénudés de haute montagne, Joanne comme Michelin préfèrent de beau-

coup ceux moins minéraux de moyenne montagne ou de vallée où la végétation domine presque partout. Ainsi, du haut du Vignemale, Joanne commente:

«la vue est très vaste, mais elle ne s'étend que sur des montagnes et les plaines lointaines du Béarn sont à peine indiquées par des couches de vapeurs bleuâtres (...) du côté de l'Espagne, le paysage est presque effrayant à contempler: ce n'est qu'une étendue bouleversée, aride, d'une teinte généralement jaunâtre et brûlée (...) une confusion de pics ruinés, sans verdure et reposants par leur nudité» (JOANNE; 1862, p. 317).

En somme pour reprendre les mots de Chausenque, un paysage est plus attractif «s'il réunit l'aménité des basses vallées aux formes grandioses de la montagne» (cité par JOANNE; 1862, p. 310). La démesure attire mais doit trouver une forme de compensation, d'adoucissement dans des paysages à échelle humaine ou mille détails, animant le paysage, vont tout à la fois reposer l'œil et le distraire.

Les deux guides partagent en fait un même goût pour les «contrastes charmants» et les «oppositions pittoresques» (*ibid.*, p. 317). Michelin apprécie

«la pittoresque vallée du Valentin où se manifeste le contraste entre le versant ensoleillé; semé d'habitations, couverts de cultures et de prairies, et le versant à l'ombre, vêtu de forêts» (GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 182)

ou mentionne: «les environs des Eaux Bonnes, très boisés et pittoresques, offrent de multiples et superbes buts de promenade» (*ibid.*, p. 184). Chez Joanne, le qualificatif de pittoresque peut s'appliquer à un paysage dans son ensemble: «les paysages, toujours grands et pittoresques varient pour ainsi dire à chaque pas» (JOANNE; 1862, p. 220) ou à une vallée «sauvage et pittoresque» (*ibid.*, p. 226), ou encore à une route de voitures (*i.e.* de diligences) qui offre une «promenade pittoresque recommandée» (*ibid.*, p. 219). Mais le terme est aussi employé en relation avec des éléments du paysage: «de pittoresques ombrages» (*ibid.*, p. 210), «un pittoresque amphithéâtre de forêts et de sommets granitiques» (*ibid.*, p. 219), une gorge (*ibid.*, p. 223) ou l'arche d'un pont (*ibid.*, p. 321). Chez Michelin, le pittoresque est une catégorie d'appréciation du paysage dans son ensemble et les «indications de pittoresque» (GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 60) renvoient à de «très jolies vues sur les Pyrénées» qui font justement, et par exemple, de l'itinéraire Oloron-Sainte-Marie-Gan-Pau «une des plus pittoresques voies d'accès à la capitale du Béarn» (*ibid.*, p. 157). Nous verrons d'ailleurs plus loin que, bien souvent, ce n'est pas seulement le paysage qui est pittoresque mais la route elle-même ou certaines de ses portions.

Ainsi les valeurs du pittoresque (les contrastes, les variations de couleurs, les changements plus ou moins rapides d'ambiance, les paysages animés par la présence des hommes) correspondent aux exigences du voyage touristique. En effet, qu'il marche ou qu'il conduise, le touriste est en quête de diversité, il cherche le renouvellement perpétuel de ses sensations; l'esthétique du pittoresque semble même s'accorder d'avantage encore au voyage en automobile (dans les années 30) dans la mesure où ce dernier autorise un enchaînement distrayant de tableaux successifs.

III

DES TOURISTES À L'ÉPREUVE DU TERRAIN

Notre façon de percevoir l'espace est fortement liée à notre manière de le parcourir (CORBIN; 2001, p. 104); les lieux ne seront pas incorporés de la même façon et la saisie sensorielle des paysages, on s'en doute, sera différente si on se déplace à pied ou en automobile. Par ailleurs, découvrir les Pyrénées à pied au milieu du XIX^e siècle, comme les visiter en automobile au début des années 1930, cela n'a rien d'évident ou de banal. Aussi cette appréhension des paysages suppose-t-elle, au préalable, certains apprentissages et par là même une nouvelle discipline du corps.

1. TEMPS DU VOYAGE ET MODALITÉS DU DÉPLACEMENT

S'agissant des rythmes du voyage et des modalités du déplacement, Joanne et Michelin s'opposent en tout. Joanne propose deux modèles d'itinéraires: une découverte des Pyrénées en un mois (à cheval et en diligence) ou «un voyage d'environ deux mois pour les touristes piétons» (JOANNE; 1862, p. LXX). Dans les deux cas, les promenades et les excursions à pied sont toujours nombreuses car, écrit-il, «c'est la manière la plus agréable et la moins fatigante de découvrir les Pyrénées» (*ibid.*, p. LXIV).

Comme on l'a dit précédemment, le Guide Michelin est conçu pour un tourisme routier. Il propose donc de «faire les Pyrénées» en 20 ou 10 jours à travers 116 itinéraires exclusivement routiers «décrits dans les deux sens (permettant) de se déplacer sans hésitation et de voir tout ce qui est intéressant» (GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 22). Le sommaire annonce d'ailleurs: «8500 kms de routes décrites, 14 cartes, 173 schémas de direction; 6 schémas de route; 13 profils de route». Le touriste michelin, c'est «l'*homo automobilis*»; il fait corps

avec son véhicule et en descend très peu. L'économie du voyage et du corps s'organise tout entière à partir de l'automobile et de la route avec ce qu'elle réserve comme pièges et autorise comme plaisirs: en dehors de la satisfaction de maîtriser son véhicule, des panoramas, des perspectives et autres points de vue. Tous les itinéraires débutent par «quelques lignes de «généralités», fixant aussitôt les idées sur les difficultés de la route et sur son intérêt» (GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 59).

2. UNE ÉCONOMIE DU CORPS HORS DU QUOTIDIEN

Dans son ouvrage *Anthropologie du corps et modernité*, David Le Breton rappelle que pour l'individu la vie quotidienne est le lieu des «repères sécurisants», d'une «trame solide d'habitudes», de routines («parcours connus et visages familiers») et que ce sentiment de sécurité provient beaucoup du fait que le corps a intériorisé des gestes, des attitudes, des «mises en jeu ordonnées du corps» qui lui permettent de ne pas être sans cesse en alerte: le corps devient alors «présent absent», «il peut glisser avec fluidité (...) se faire perméable aux données de l'environnement» (LE BRETON; 2000, p. 97). Mais lorsque ce corps sort du quotidien, le sentiment d'une coïncidence entre le sujet et son corps s'émousse: celui-ci se rappelle au sujet, une tension s'instaure, pas nécessairement source de déplaisir mais facteur d'incertitudes. Or, pour le Guide Joanne comme pour le Guide Michelin, l'incertitude génère un inconfort jugé aussi déplaisant qu'inutile. D'ailleurs leurs lecteurs n'ont pas l'ambition de défricher un espace, mais plutôt de pouvoir mettre leur pas dans les pas d'un plus averti qu'eux et de voyager en personnes qui ne se laisseront pas prendre au dépourvu. Ils sont en fait porteurs d'une attente contradictoire: ils désirent cette sortie du quotidien et la redoutent en même temps. Le bon guide est alors celui qui va permettre au touriste, bien que confronté à la nouveauté, de demeurer dans un équilibre mental et corporel rassurant, et ce d'autant que la découverte des paysages de montagne suppose l'apprentissage de la marche ou de la conduite automobile.

3. LA MARCHÉ ET LA CONDUITE AUTOMOBILE EN MONTAGNE: DEUX EXPÉRIENCES NOUVELLES

Les deux guides dressent une liste de consignes aussi diverses que précises qui nous renseignent sur le degré d'insolite assez élevé que présentent ces pratiques en relation avec le tourisme en montagne. Ainsi Joanne:

«Les conseils suivants pourront être médités avec fruit par les piétons.

- Emporter de l'insecticide.
- Ne pas faire de trop longues courses les premiers jours.
- Suivre toujours les avis des guides, des chasseurs ou des gens du pays
- (...)
- Se confier à sa monture, cheval ou mulet, sans essayer de la conduire.
- (...)
- Monter lentement; on arrive plus vite au sommet.
- Ne pas boire d'eau fraîche ou de lait lorsqu'on a chaud et qu'on s'arrête».

(JOANNE; 1862, p. LXVI-LXVII).

Le Guide Michelin prodigue lui aussi des conseils aux touristes désireux de pratiquer la randonnée en montagne: «prendre un léger repas sans alcool avant le départ et s'alimenter pendant la marche (...) Emporter toujours une boussole (...) Ne pas entreprendre de course dure, si l'on est inexpérimenté; dans tous les cas, s'en remettre aveuglément aux conseils des guides (...)» (GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 56). Mais il consacre surtout plusieurs pages au maniement d'une automobile en montagne. Ces différentes recommandations sont classées dans les rubriques suivantes: après un «Rappel des principes de prudence», le guide envisage la conduite dans les «Montées» et dans les «Descentes» (avec schémas décrivant la manière de négocier un virage «serré»), puis aborde l'«Arrêt de la voiture sur une forte pente» (*ibid.*, pp. 51-52). Trois tableaux indiquant la praticabilité des routes tout au long de l'année achèvent ce guidage de l'automobiliste en montagne. Par ailleurs, certains itinéraires en montagne s'accompagnent d'un «profil de route».

IV

LE PAYSAGE EN PRATIQUES

Le guide ne propose pas seulement un catalogue d'images; le lecteur n'est pas censé rester au seuil d'une expérience: il est invité à se mettre en marche pour rencontrer les paysages et les éprouver de toutes les manières possibles.

1. LA POSTURE PANORAMIQUE

Il est classique de considérer qu'avec la Renaissance l'œil devient le mode de saisie privilégié de son envi-

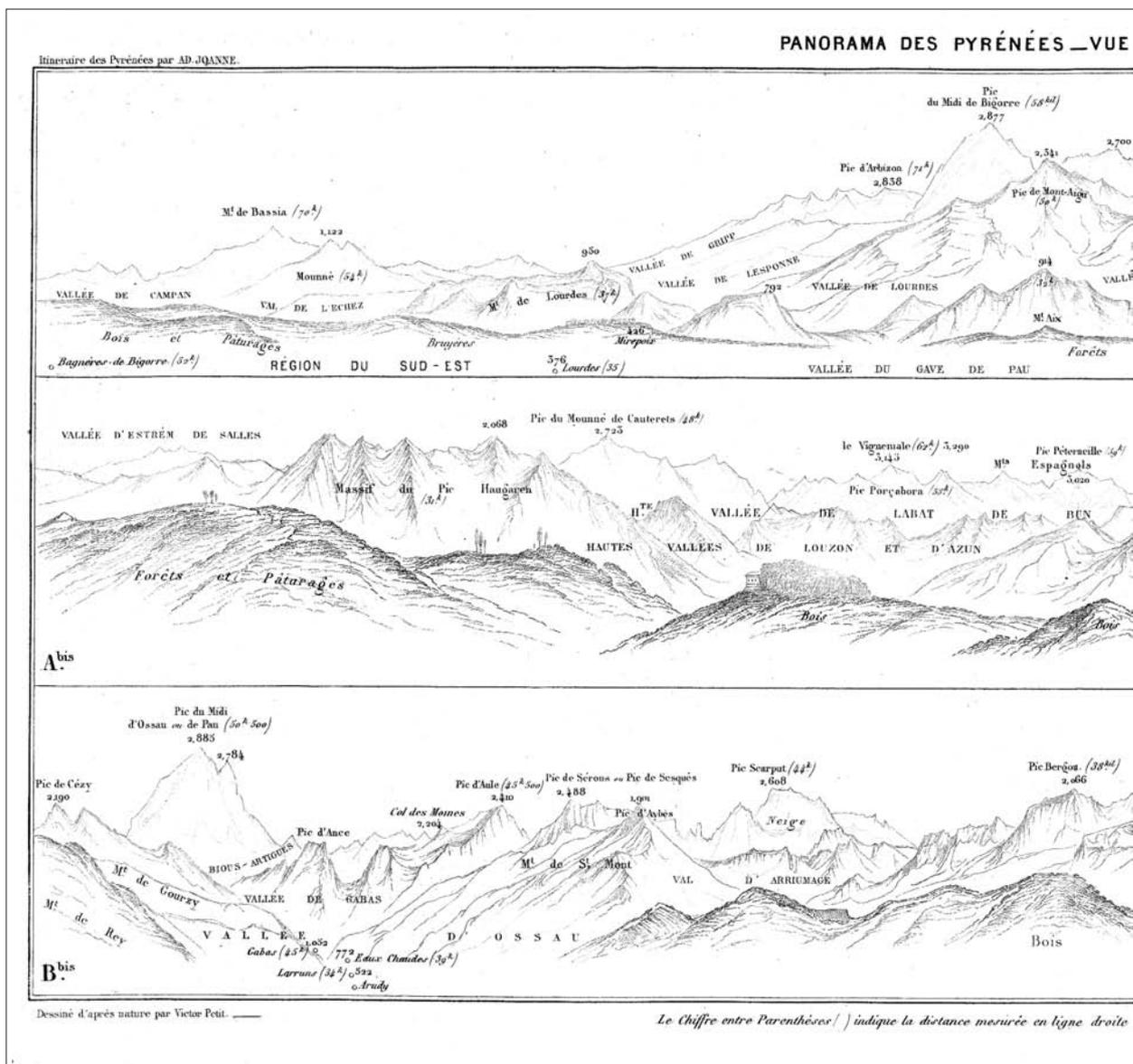
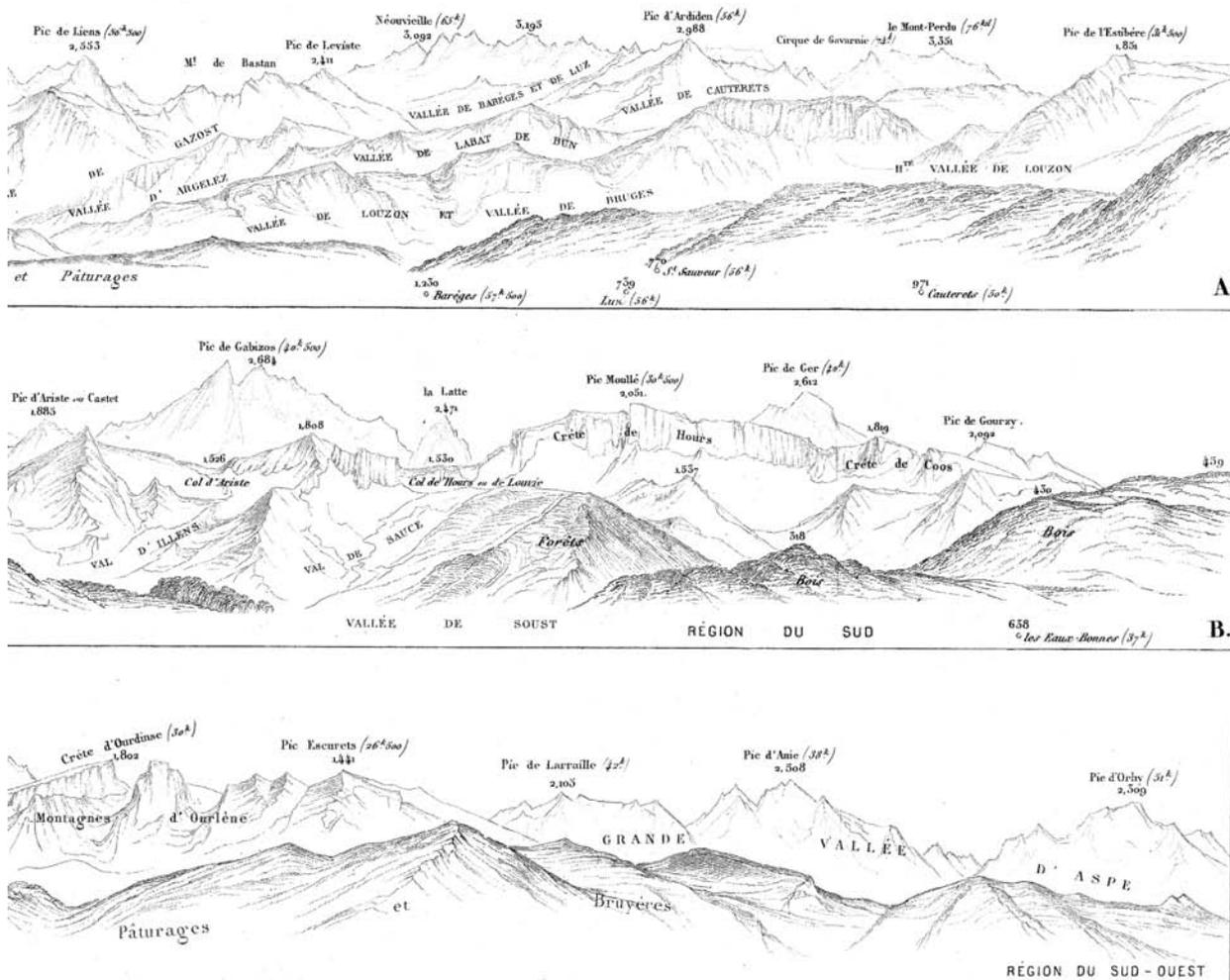


FIG. 1. Panorama des Pyrénées. Vue prise de la place Royal à

ronnement par le sujet (SAUVAGEOT, 1994). La vue tient en effet une place importante dans les deux guides, peut-être d'avantage encore dans le Guide Michelin où le paysage est «réduit» au seul spectacle des choses. À la rubrique «promenades et excursions autour des Eaux-Bonnes» (soit sur une seule et même page, la page 184) ce guide note de façon laconique et répétitive «jolies vues», «très belles vues», «jolies échappées», «vues plaisantes et variées», les panoramas sont «beaux», «très beaux» ou «splendides» sans autre précision. Si Joanne ne s'enthousiasme pas à tout bout de

champ, il n'est pas non plus insensible à la beauté de certains points vue. En revanche, la «beauté» de ces vues n'est pas le sésame qui dispense de tout commentaire. Une vue mérite d'être mentionnée parce qu'elle est vaste, étendue et pour tout un ensemble de raisons qu'il détaille minutieusement. Ceci est particulièrement vrai des panoramas comme à propos du «vaste et beau panorama» que l'on découvre au sommet du Pic de Ger qui permet à Joanne de citer longuement M. de Chausenque (JOANNE; 1862, p. 211). Les deux guides proposent, chacun, neuf panoramas.

PRISE DE LA PLACE ROYALE A PAU.

L. HACHETTE, et C^{ie} - Paris.

de la Pl. Royale, à Pau... L'autre chiffre indique la hauteur au dessus du niveau de la Mer.

Gravé: les Montagnes par Génin. la Lettre par P. Roussel.

Pau (tomado de JOANNE; 1862, p. 177). Original 349 × 151 mm.

La vision panoramique est une modalité particulière du regard; elle renvoie à une posture contemplative caractéristique de la culture visuelle du XIX^e siècle (LAPLACE, 2001 et 2004). De toutes les façons que nous avons aujourd'hui d'embrasser du regard une vaste portion de territoire (de voir d'en haut) la vue panoramique reste sans doute l'une des manières de voir les plus fascinantes. Au sein de la culture occidentale, des textes anciens attestent du fait qu'elle a été l'objet d'une grande curiosité, suscitant selon les époques la crainte et le rejet ou procurant un sentiment de puissance, de domi-

nation. Serge Briffaud estime que depuis le milieu du XVIII^e siècle, l'on est entré dans une «époque qui consacre le triomphe de la vue panoramique, de la science romantique aux pratiques touristiques contemporaines» (BRIFFAUD; 1995, p. 22). La vision panoramique doit son statut original au fait qu'elle engage une relation privilégiée entre le sujet regardant et la chose vue, l'objet regardé n'étant pas nécessairement déterminant dans le plaisir pris à ce regard: «contemplé depuis une hauteur, un vaste espace de banlieue n'est-il pas tout aussi captivant pour le regard que la plus bucolique des va-

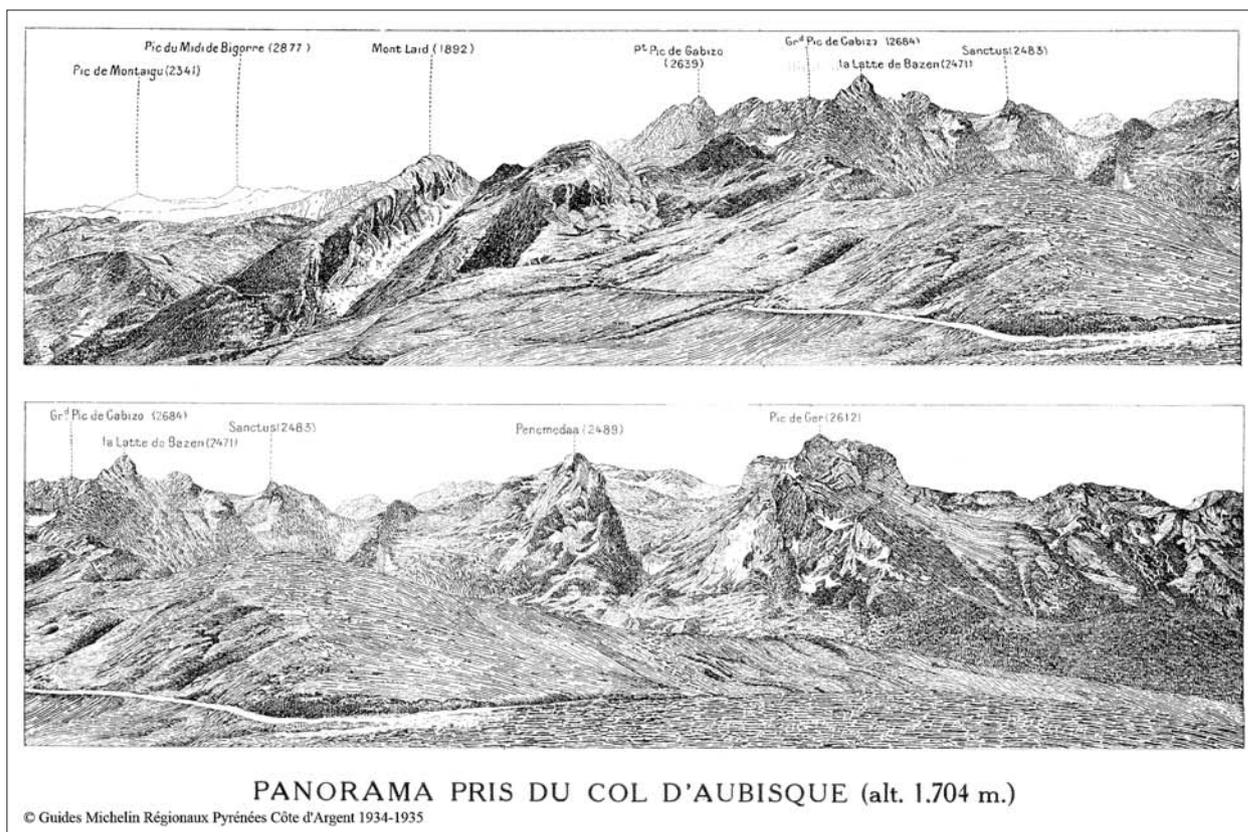


FIG. 2. Panorama pris du col d'Aubisque, alt. 1.704 m. (tomado de la GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 187). Original 171 × 101 mm.

Ilées alpestres?» (*ibid.*). Dans la «culture touristique» pyrénéenne, l'un des panoramas les plus incontournables est celui qu'offre le boulevard des Pyrénées à Pau. À ce propos, Joanne écrit:

«c'est en effet de ses maisons (il s'agit de la vieille ville de Pau) ... que l'on découvre le magnifique panorama (qui) a inspiré à M. Taine le dithyrambe que l'on va lire: (suit une longue citation dont nous rapportons les lignes les plus significatives à nos yeux): *Le cœur se dilate dans cet espace immense; l'air est une fête, les yeux éblouis se ferment sous la clarté qui les inonde et qui ruisselle (...), rien d'imposant ni de sévère; l'idée qu'on emporte est celle d'une beauté sereine l'impression qu'on éprouve est celle d'un plaisir pur*» (JOANNE; 1862, p. 177).

Le Guide Michelin le distingue comme étant «l'un des plus beaux panoramas de France» (GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 160). On pourrait penser que la vision panoramique induit un spectateur passif et impose une attitude statique pour le corps où seul le regard est mobile. Pourtant le panorama n'est pas sans relation avec le mouvement si l'on en juge par ce qu'il rend possible: «embrasser du regard», «s'emparer de la vue...», ces deux expressions suggérant en effet le mouvement, la

prise à distance; «la découverte visuelle d'un lieu réali-serait alors une forme de sublimation de la pulsion de préhension (...) en la pulsion de voir (...)» (Lire *Voir et mouvoir* in DESPORTES, 2005. La citation est à la page 175).

2. LE PAYSAGE DU PIÉTON (GUIDE JOANNE) ET LE PAYSAGE DE L'AUTOMOBILISTE (GUIDE MICHELIN)

Chez Joanne, le paysage est une succession de petites scènes qui s'enchaînent dans une unité de temps et de lieu qui est celle imposée par le rythme de la marche à pied; chaque pas est une découverte qui se prête à de multiples explications qui viennent comme interrompre, par des temps d'arrêts plus ou moins longs, le fil de la marche. À la différence du «touriste michelin», le marcheur est à l'écoute de ses sensations, il n'est coupé ni des sons (Joanne indique souvent au lecteur qu'il va d'abord entendre telle ou telle cascade avant même de la voir) ni des odeurs, ni des sensations kinesthésiques par quoi le paysage n'est pas seulement une expérience

visuelle. Il peut à tout moment choisir de s'arrêter ou de s'écarter du chemin. Joanne l'y invite d'ailleurs souvent pour mieux contempler une facette ou une autre du paysage; il a ainsi la liberté de revenir en arrière. La marche n'est pas une fuite en avant: tous ces allers et retours sont une manière de prendre et reprendre sans cesse le paysage dans le mouvement. Mais tout cela ne se fait pas sans peine ou courage: c'est pourquoi chez Joanne le paysage est très souvent une récompense de l'effort, voire le justifie. L'ascension du Pic du Midi d'Ossau le déçoit particulièrement: «Je l'ai faite en 1857 dans des conditions excellentes... mais je ne la conseillerai à personne; on n'est pas suffisamment récompensé de ses fatigues» (JOANNE; 1862, p. 220). Le panorama est en effet «plus étendu que beau» (*ibid.*, p. 222). L'on ne s'étonnera donc pas que le récit de cette ascension («l'une des plus difficiles des Pyrénées», *ibid.*, p. 220) ne soit pas l'occasion pour A. Joanne de discuter sur le goût de l'effort ou la portée morale et physique de l'ascension, certes au cœur d'une pratique de la montagne à l'époque de Joanne, mais à l'évidence pas celle du voyage touristique selon Joanne. En effet, l'auteur a beau introduire son guide par de longues citations de Ramond, Rousseau ou Topffer sur les bienfaits, du voyage, de la marche et des montagnes, c'est très souvent qu'il se plaint des fatigues liées à la marche (Sur les valeurs de l'ascension, voir par exemple RAUCH, 1995).

L'automobile va permettre une démultiplication des vues, un enchaînement plus ou moins rapide et divertissant de points de vue, de tableaux car le «touriste michelin» parcourt en moyenne 40 kms par jour:

«tour à tour agreste, sylvestre ou bucolique, le paysage est toujours séduisant et il serait difficile de trouver, sur une autre route de montagne de longueur égale, une telle diversité d'aspects dans les sites offerts à la vue» (GUIDE MICHELIN; 1934-35, p. 229).

Le plaisir visuel est donc fortement lié au choix de l'itinéraire mais aussi aux caractéristiques de la route elle-même: en montagne, les vues se succèdent selon des angles variés, le tracé de la route ménage des effets de surprise, lié à un horizon qui s'ouvre, à un relief que l'on contourne par exemple. La route des Pyrénées appelée aussi «route des cols» ou «corniche des Pyrénées» constitue un des temps forts de la découverte des paysages pyrénéens: la quintessence de l'expérience du paysage en automobile car elle permet de conjuguer le

plaisir de maîtriser son véhicule et celui lié au spectacle de nombreux et vastes panoramas: «admirablement tracée en pleine montagne, la route du col d'Aubisque est une des plus belles routes des Pyrénées» (*ibid.*, p. 182).

L'intérêt de cette route réside dans le fait qu'elle épouse les particularités du relief et, en quelque sorte, permet une reconnaissance des formes par le corps lui-même. Souvent, la route devient sujet à part entière de la description: inflexion du tracé, montées, descentes, pourcentage des pentes, nombres de virages: la route donne une nouvelle visibilité au paysage, voire porte en soi un paysage. Le paysage de l'automobile n'est pas un paysage déformé par la vitesse: c'est un paysage autre. L'appréhension de ce dernier est ici d'ordre métonymique (la partie pour le tout): s'appropriant la route, le touriste s'empare aussi du paysage.

V

LE PAYSAGE, MODES D'EMPLOI

Les guides, tels le Joanne et le Michelin, contribuent à forger de nouveaux rituels du voyage, à diffuser des modes d'appréhension et d'appréciation du paysage qui relèvent comme cela a souvent été dit d'une «esthétique impérative»: ils fixent ce qu'il *faut* voir et ce qu'il *faut* penser. Mais ils indiquent aussi «comment s'y prendre», comment accéder aux sites et comment, concrètement, disposer son corps et orienter son regard pour voir *du paysage*. Le dépaysement semble être accessible au prix d'apprentissages multiples: au fil des pages, le touriste apprend les bons gestes, les attitudes adéquates, les émotions attendues. En outre, la jouissance du paysage ne tient pas qu'à un plaisir visuel: le pittoresque se regarde autant qu'il s'éprouve, dans la confrontation directe avec les éléments pour le marcheur, à travers la médiation de l'automobile et de la route pour le conducteur. Jean Didier Urbain (1993) a intitulé l'un de ses ouvrages *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, «idiot» au sens de quelqu'un qui est inexpérimenté, novice. Si l'aventure conseillée par le guide transforme le voyageur en «idiot averti», le voyage n'en demeure pas moins une rupture avec le quotidien, le dépaysement suppose un effort intellectuel et physique obligeant d'abord l'individu à redécouvrir son corps, lieu premier et toujours problématique de la rencontre avec l'autre.

B I B L I O G R A P H I E

- BRIFFAUD, Serge (1994): *Naissance d'un paysage. La montagne Pyrénéenne à la croisée des regards XVI^e - XIX^e siècle*, Association Guillaume Mauran, Tarbes et C.I.M.A. - C.N.R.S. Université de Toulouse II, Toulouse, 622 pp.
- BRIFFAUD, Serge (1995): «Le monde vu d'en haut. Une histoire de la vision panoramique», *P+A Paysage et aménagement*, 1995, n° 31, pp. 21-25.
- CHABAUD, G., COHEN, E., COQUERY, N. et PENEZ, J. (2000): *Les Guides imprimés du XVI^e au XX^e siècle. Villes, paysages, voyages*, Belin, Paris, 703 pp.
- CORBIN, Alain (2001): *L'homme dans les paysages*, Les éditions Textuel, Paris, 190 pp.
- DESPORTES, Marc (2005): *Paysages en mouvement. Transports et perception de l'espace XVIII^e-XX^e siècle*, Gallimard, Paris, 413 pp.
- FRANCON, Marc (2000): «L'univers touristique Michelin», in CHABAUD, G., COHEN, E., COQUERY, N. et PENEZ, J.: *Les Guides imprimés du XVI^e au XX^e siècle. Villes, paysages, voyages*, Belin, Paris, pp. 113-120.
- Guide régional Michelin Les Pyrénées La Côte d'Argent 1928-1929* (1929), Michelin & Cie, Clermont-Ferrand, 438 pp.
- Guide régional du pneu Michelin Pyrénées Côte d'Argent 1934-1935* (1934), Michelin & Cie., Clermont-Ferrand, 520 pp.
- JOANNE, Adolphe (1858): *Itinéraire descriptif et historique des Pyrénées. De l'océan à la Méditerranée*, Hachette, Paris, XLVII, 683 pp.
- JOANNE, Adolphe (1862): *Itinéraire général de la France. III Les Pyrénées et le réseau de chemins de fer du Midi et des Pyrénées*, Hachette, Collection des Guides-Joanne, Paris, LXXII, 767 pp.
- LAPLACE, Danièle (2004): «De quelques médiations géographiques dans la construction de l'identité», in Berdoulay, V., DA COSTA GÓMEZ, P. et LOLIVE, J., dirs.: *L'espace public à l'épreuve. Régressions et émergences*, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Bordeaux, pp. 201-210.
- LAPLACE, Danièle (2001): «Points de vue sur les Pyrénées: paroles tenues à distance», in AURIOL, Guy, dir.: *Entre chaîne et ciel, les Pyrénées*, Pin à Crochets, Pau, pp. 3-11.
- LE BRETON, David (2000): *Anthropologie du corps et modernité*, PUF, Paris, 263 pp.
- NORDMAN, Daniel (1986): «Les Guides-Joanne. Ancêtres des Guides Bleus», in NORA, Pierre, dir.: *Les lieux de mémoire*, tome II, *La Nation*, vol. 1, pp. 529-567.
- RAUCH, André (2000): «Du Joanne au Routard: le style des guides touristiques», in CHABAUD, G., COHEN, E., COQUERY, N. et PENEZ, J.: *Les guides imprimés du XVI^e au XX^e siècle. Villes, paysages, voyages*, Belin, Paris, pp. 95-112.
- RAUCH, André (1995): «Les vacances et la nature revisitée (1830-1939)», in CORBIN, A.: *L'avènement des loisirs. 1850-1960*, Aubier, Paris et Laterza, Rome, pp. 83-117.
- SAUVAGEOT, Anne (1994): *Voirs et savoirs. Esquisse d'une sociologie du regard*, PAU, France, 249 pp.
- URBAIN, Jean-Didier (1993): *L'idiot du voyage: histoire de touristes*, Payot, Paris, 270 pp.