

**Tourisme et paysages culturels : comparaison de la
Valeur universelle exceptionnelle et de la mise en récit
institutionnelle (UNESCO) de trois sites
latino-américains**

Elodie Salin

► **To cite this version:**

Elodie Salin. Tourisme et paysages culturels : comparaison de la Valeur universelle exceptionnelle et de la mise en récit institutionnelle (UNESCO) de trois sites latino-américains. IdeAs : idées d'Amérique, Institut des Amériques (France), 2018, Le tourisme dans les Amériques, 10.4000/ideas.3655 . halshs-02073803

HAL Id: halshs-02073803

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02073803>

Submitted on 20 Mar 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



IdeAs

Idées d'Amérique

12 | Automne / Hiver 2018

Le tourisme dans les Amériques

Tourisme et paysages culturels : comparaison de la Valeur universelle exceptionnelle et de la mise en récit institutionnelle (UNESCO) de trois sites latino-américains

Tourism and Cultural Landscapes : comparison of the Outstanding Universal Value and the narrative story (UNESCO) of three Latin American sites

Turismo y paisajes culturales : comparación del Valor universal excepcional y la narrativa institucional (UNESCO) de tres sitios latinoamericanos

Elodie Salin



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ideas/3655>

DOI : 10.4000/ideas.3655

ISSN : 1950-5701

Éditeur

Institut des Amériques

Référence électronique

Elodie Salin, « Tourisme et paysages culturels : comparaison de la Valeur universelle exceptionnelle et de la mise en récit institutionnelle (UNESCO) de trois sites latino-américains », *IdeAs* [En ligne], 12 | Automne / Hiver 2018, mis en ligne le 30 octobre 2018, consulté le 06 mars 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ideas/3655> ; DOI : 10.4000/ideas.3655

Ce document a été généré automatiquement le 6 mars 2019.



IdeAs – Idées d'Amérique est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Tourisme et paysages culturels : comparaison de la Valeur universelle exceptionnelle et de la mise en récit institutionnelle (UNESCO) de trois sites latino- américains

*Tourism and Cultural Landscapes : comparison of the Outstanding Universal
Value and the narrative story (UNESCO) of three Latin American sites*

*Turismo y paisajes culturales : comparación del Valor universal excepcional y la
narrativa institucional (UNESCO) de tres sitios latinoamericanos*

Elodie Salin

Introduction

- 1 La notion de paysage est une notion ancienne, hybride, malléable et complexe. Dans une dimension culturaliste, elle représente le regard porté au monde et à un territoire. Si le paysage n'existe que perçu, A. Berque ajoutera que « notre regard (...) est le paysage » (Berque, 2000). L'engouement général pour les descriptions de paysage s'accompagne de la naissance et de l'affirmation de la pratique touristique où une élite se doit d'aller vérifier *in situ* les beautés paysagères décrites dans des récits de voyage. Il s'agit d'une lecture esthétique et sensible des paysages (Corbin, 1988). L'intérêt naissant pour ces espaces jusqu'alors peu séduisants s'accompagne de leur patrimonialisation longue et progressive. L'histoire de la patrimonialisation des paysages remonte au XIX^e siècle dans le sillage de la protection du patrimoine culturel. Elle repose sur une conception renouvelée du rapport des hommes à la nature née du romantisme. À la fois symbolique

et philosophique, la protection de la nature et des paysages est également scientifique, idéologique et politique (Depraz, 2008, Blouin-Gourbilière, 2013). La patrimonialisation des paysages oppose de manière simplifiée deux conceptions de la protection de la nature : l'une prône une logique d'isolement et de sanctuarisation, quand l'autre consiste en une démarche intégratrice prenant en compte les sociétés présentes sur ces territoires (Depraz, 2008). Les logiques de sanctuarisation de la nature sauvage donneront naissance aux parcs nationaux alors que l'intérêt pour une nature plus ordinaire apparaît, mettant en valeur des types de paysages perçus comme moins sauvages. Les espaces ruraux traditionnels, héritiers des savoir-faire et respectueux des lieux, parfois en passe de disparaître, deviennent dignes d'intérêt pour les scientifiques, les gestionnaires et les visiteurs. Le paysage, quel que soit le type de patrimonialisation, est défini comme une construction sociale qui intègre une dimension à la fois matérielle et immatérielle de la nature (Luginbühl, 2007). La conception de l'UNESCO à travers la catégorie des paysages culturels de 1992 affirme leur caractère extraordinaire et exceptionnel. La nécessaire démonstration, dans les dossiers de candidature, de l'exceptionnalité à travers la VUE (Valeur universelle exceptionnelle) et de l'authenticité des paysages culturels du Patrimoine mondial se corrèle également avec une volonté de faire territoire (Salin, 2006) et avec une valorisation identitaire et touristique des lieux. Les études des paysages culturels, inscrits à l'UNESCO à travers le monde, montrent la co-construction des paysages entre mise en tourisme et patrimonialisation, révélant une esthétisation des lieux particulière. Peut-on alors trouver une spécificité latino-américaine à ces paysages culturels, des récurrences et des points communs dans leurs candidatures puis dans leurs mises en récit des lieux ? Ces narrations patrimoniales validées par l'UNESCO, dans des contextes géographiques et politiques différents, permettent-elles d'accompagner ou d'infléchir la co-construction patrimoniale et touristique de ces sites ruraux, souvent vastes, traversés par des jeux d'acteurs puissants et oscillant entre une économie de l'enrichissement touristique et une quête identitaire ? Pour répondre à ces questions, nous interrogerons la puissance des imaginaires, touristiques et patrimoniaux en jeu dans la transformation des lieux et des paysages.

- 2 Parmi les multiples appréhensions du paysage, nous choisirons de construire une étude comparative montrant les spécificités de chaque territoire et le rôle de la narration au service de la mise en tourisme, à partir de trois dossiers de candidature de paysage culturel d'Amérique latine. Cette étude s'articule autour d'une revue de littérature, d'entretiens avec certains acteurs¹ afin de montrer les spécificités et les convergences des trois paysages culturels (de l'agave au Mexique, du café en Colombie et de la Quebrada de Humahuaca en Argentine). Ces trois sites, emprunts de ruralité, aux traditions ancestrales, valorisant pour deux d'entre eux un produit du terroir devenu une boisson (la tequila et le café), présentent des paysages plus ou moins iconiques et reconnaissables. S'ils ont en commun la recherche d'une reconnaissance internationale de l'UNESCO depuis les années 2000 jusqu'à aujourd'hui, grâce à l'implication d'acteurs locaux et nationaux très différents, ils n'ont néanmoins pas les mêmes narrations et ne mettent pas en exergue les mêmes acteurs. Enfin, plus largement, nous nous interrogerons sur la place des paysages culturels dans les pratiques et les stratégies touristiques de ces pays latino-américains et sur les spécificités de ces espaces dans les regards touristiques.

1. Patrimonialisation paysagère et tourisme

1.1 De la notion de paysage... aux paysages culturels de l'UNESCO

- 3 La littérature scientifique s'est penchée amplement sur la notion de paysage, tant dans sa dimension géographique que philosophique et sociale ou encore aménagiste (Berque, 1998, 2000, Donadieu, 1994, Luginbühl, 2012, Cauquelin, 2000, Roger, 1997, Gauché, 2016). Ces auteurs, parmi d'autres, se sont intéressés à la complexité du paysage, appréhendé dans sa dimension matérielle, idéale et ses interrelations avec l'action paysagère. Selon Yves Luginbühl, « l'accord est unanime, la question du paysage connaît un extraordinaire développement sur la scène publique, dans tous les domaines et à toutes les échelles » (Luginbühl, 2007 : 2).
- 4 Le paysage culturel est défini par l'UNESCO comme « œuvre combinée de l'homme et de la nature », réconciliant ainsi les caractères naturels et culturels dans une même catégorie (UNESCO, 2018). L'UNESCO commence ainsi dans les années 1990 sa diversification typologique des catégories (itinéraires culturels, biens sériels, patrimoine immatériel) d'une part pour s'adapter aux transformations de la notion de patrimoine, devenue multiple et polymorphe et, d'autre part pour répondre aux attentes des États et de la société civile soucieuse de classer des territoires jusque-là peu « patrimonialisables ». Les paysages culturels sont au nombre de 106 en 2018 et on peut en dénombrer onze dans les Amériques.
- 5 La définition des patrimoines est à la fois politique et sociétale. Il s'agit d'une construction faite de manière à la fois émotionnelle et intellectuelle, dynamique, s'adaptant toujours aux sensibilités, aux désirs, aux interrogations mais aussi aux intérêts de la société concernée. Elle s'inscrit dans le contexte actuel de globalisation faisant dialoguer l'exceptionnel avec le quotidien et l'universel avec le local. Les attentes des acteurs locaux et nationaux, lors de l'inscription d'un bien sur la liste du patrimoine mondial et durant les années suivantes, sont importantes non seulement en termes économiques, mais aussi et surtout touristiques. L'attractivité des territoires, plébiscitée par ce véritable certificat d'authenticité, d'exceptionnalité et de reconnaissance à l'échelle mondiale, joue en faveur des territoires dans un contexte de concurrence croissante des destinations touristiques. Les retombées symboliques, en termes d'images et en termes de consolidation des identités territoriales, sont essentielles dans la compréhension des motivations d'une candidature.
- 6 La singularité des paysages culturels comme catégorie de l'UNESCO mise en place en 1992, vingt années après la Convention internationale sur le patrimoine mondial, consiste en une hybridation des patrimoines naturels, culturels et souvent immatériels des sites. Beaucoup de sites inscrits avant 1992 comportent les caractéristiques des paysages culturels même s'ils n'en portent pas le nom. Ainsi le Machu Picchu au Pérou, inscrit en 1983 comme bien culturel et haut lieu du tourisme et du patrimoine, rassemble-t-il bien avant l'heure tous les critères pour devenir un site paysage culturel. Cet exemple montre la nécessité de revenir à l'émergence de la notion au sein de l'institution afin de distinguer les types de paysages représentés dans les différentes catégories (biens naturels, biens culturels, biens mixtes et paysages culturels).
- 7 La liste du patrimoine mondial est née du rapprochement de deux conceptions jusqu'alors fort éloignées ; d'une part celle issue du courant de pensée en faveur de la protection de

la nature, apparue en Amérique du Nord avec les premiers parcs nationaux à la fin du XIX^e siècle et d'autre part, celle européenne, classique en faveur du patrimoine monumental et de la protection des monuments historiques dès le XVIII^e siècle. L'UNESCO, à travers sa Convention du Patrimoine mondial de 1972 se fait l'écho de principes de protection à l'échelle internationale, validés dès le début du XX^e siècle par des Conférences internationales. Mais alors que les instances pour la protection de la nature (UICN², 1948) et pour la protection des monuments et des sites (ICCROM³ et ICOMOS⁴ 1956 et 1965) font perdurer cette dichotomie entre nature et culture, l'UNESCO tend à réconcilier les deux. Pour autant, comme le soulignent Briffaud et Brochot dans leur étude sur les paysages culturels viticoles, la notion de site, bien qu'elle semble faire le lien entre les deux types de patrimoine, n'en demeure pas moins fortement chargée de significations d'ordre esthétique et renvoie à « la vieille culture du pittoresque » (Briffaud, Brochot, 2010). L'émergence de la catégorie de paysages culturels, en 1992, se présente comme une tentative d'appréhender le site comme une hybridation entre nature et culture. L'engouement pour cette catégorie au cours des années 1990-2000 permet également l'affirmation d'un quotidien patrimonialisé dans le champ lexical du patrimoine officiel. Les modes de vie, les coutumes, les représentations d'un espace vécu sont pris en compte dans la définition d'un bien en perpétuelle évolution, qui se détermine par son caractère « vivant ». L'émergence de cette catégorie pourrait résulter de l'élargissement du spectre des possibilités de classement pour des territoires, souvent situés dans des régions sous-représentées sur la liste, qui entreraient difficilement dans les premières catégories. Le tourisme constitue alors à la fois un ressort économique pour les paysages culturels et un moteur de la mise en patrimoine.

1.2 Les paysages et le tourisme, entre « machines à rêver » et paysages du quotidien

- 8 L'engouement touristique pour les paysages exceptionnels est intrinsèquement lié à la beauté de ces derniers, aux panoramas sublimes et grandioses qui ont séduit les artistes, les scientifiques ou les premiers visiteurs dès le XIX^e siècle. La médiation des premiers guides de voyage a joué un rôle dans cette popularisation et institutionnalisation des paysages. La géohistoire du tourisme montre que cette quête de sublime a amené les visiteurs à s'intéresser à des paysages autrefois délaissés ou redoutés tels les paysages de montagnes ou les déserts. Cette requalification, ce changement de regard sur les paysages sont accompagnés par les peintres romantiques européens (Turner) ou les luministes américains (peintres de l'Hudson River School comme Thomas Cole) (Blouin-Gourbilière, 2013). On retrouve aujourd'hui dans les écrits des visiteurs sur les forums de voyage, sur Tripadvisor ou dans des blogs, dans les photographies publiées sur Instagram, cette filiation, cette quête du sublime et du grand paysage. La Quebrada de Humahuaca étudiée ici renvoie une image de paysage grandiose et remarquable, de paysage « à couper le souffle », « où l'on se sent tout petit », exceptionnel, « magique », « inoubliable » grâce à « l'extraordinaire jeu des couleurs naturelles, à ces spectaculaires formations géologiques »⁵.
- 9 La culture, le contexte, l'éducation, l'expérience orientent les regards portés sur un paysage. Les guides de voyage tout comme les commentaires qui foisonnent aujourd'hui sur le net se présentent comme prescripteurs de pratiques et d'émotions ressenties. Les paysages, hauts lieux ou panoramas, deviennent alors des incontournables qu'il faut avoir

vu dans sa vie. Dans ce contexte, les sites du patrimoine mondial forment des paysages iconiques ou tendent à le devenir. Pour certains chercheurs, les paysages de l'UNESCO, esthétiquement beaux, se présentent comme des « machines à rêver » (Donadiou, Périgord, 2005). Grâce à ces paysages sur-interprétés, les acteurs locaux construisent une image cohérente inspirée par l'obtention du label UNESCO.

- 10 Entre l'historicité sociale et artistique des paysages européens et asiatiques et les grands phénomènes de la nature américaine (Luginbühl, 2007), les paysages pris dans leur dimension esthétique et touristique se présentent dans une relation ambivalente entre l'exceptionnel et le quotidien. La question de la spécificité des paysages culturels de l'UNESCO dans les destinations touristiques naît à la fois de la fascination ancienne des visiteurs pour les lieux exceptionnels et du déplacement du regard vers une nature plus ordinaire. Les paysages grandioses sont, dans la tradition nord-américaine de la *wilderness*, des paysages où l'homme n'a pas vocation à rester et où les aménagements sont limités à la fréquentation des hot-spots. Les paysages culturels de l'UNESCO se distinguent de cette approche car ils sont habités et vivants comme le rappelle l'UNESCO. Les études sur les usages et perceptions dans ces espaces de *wilderness* en Amérique du Nord (Arnould, Glon, 2006) ainsi que sur les pratiques touristiques et récréatives (Héritier, 2002) se font l'écho d'une nature où les vastes étendues dominent et impressionnent. Un pas de côté semble se faire dans les motivations de l'attraction pour des paysages culturels de type agricole. L'authenticité d'une culture, d'un savoir-faire, d'une tradition ancestrale et spécifique se trouve mise en avant afin de susciter l'envie et la motivation du voyage souvent magnifié par la beauté des paysages mais aussi par la rencontre avec les habitants. Avec l'évolution de la notion de patrimoine, le regard des visiteurs s'est transformé et les paysages du quotidien, ceux qui ne sont pas jugés esthétiquement beaux, entrent également dans le concert des sites reconnus à l'échelle mondiale. Les sites industriels par exemple font dorénavant partie de la liste des territoires patrimonialisés, à l'image du Bassin minier uni dans le Nord Pas de Calais en France. A. Berque souligne à ce sujet que le paysage est une médiation entre le monde des choses et celui de la subjectivité humaine (Berque, 1998).
- 11 Les paysages culturels de l'UNESCO sont mis en scène, mis en paysage grâce à la labellisation UNESCO qui les qualifie et les nomme comme tels aux yeux du monde. Cette patrimonialisation se fait également en co-construction avec la mise en tourisme des lieux. Les paysages culturels sont alors montrés à travers des images codifiées, sur le modèle des cartes postales au point d'en faire des lieux iconiques. Que cette image labellisée soit préexistante et concordante avec l'image de l'UNESCO ou qu'elle soit postérieure à la labellisation, elle reste, sauf cas exceptionnel, largement positive dans l'imaginaire collectif. Un paysage culturel se doit d'être émotionnel, sensible et sensitif puisqu'interprété visuellement, intellectuellement, esthétiquement. L'expérience vécue entre alors pleinement dans la satisfaction des visiteurs. La partie suivante se focalisera sur l'étude et la place des enjeux touristiques des paysages culturels en Amérique latine à travers une démarche comparative entre plusieurs paysages culturels ruraux que sont la Quebrada de Humahuaca dans le nord-ouest argentin, le paysage culturel du café colombien (PCCC) et le paysage culturel de l'agave et anciennes installations industrielles de Tequila au Mexique. Cette pratique touristique dite culturelle, portée par l'UNESCO et analysée par Saskia Cousin (Cousin, 2008), renvoie à l'image du « bon touriste » et à ses pratiques écotouristiques et durables. L'étude des dossiers de candidature permettra de saisir les réalisations puis les attendus en termes de mise en tourisme dans les trois sites.

2. Les paysages culturels de l'UNESCO en Amérique latine, un enjeu touristique ?

2.1 Trois paysages culturels

- 12 Les paysages patrimonialisés, s'ils sont très différents les uns des autres, accompagnent l'avènement de la société des loisirs et du tourisme et se donnent à voir à travers des valeurs symboliques, identitaires et esthétiques. Comme le soulignent plusieurs chercheurs (Lazzarotti, 2000, 2011, Bourdeau *et al*, 2012) le tourisme et le patrimoine interagissent et co-construisent ces lieux. Sur la prestigieuse liste du patrimoine mondial, l'Amérique latine compte neuf paysages culturels sur 140 biens inscrits, et 39 sont situés en Amérique du Nord. L'UNESCO a en effet fait le choix de séparer les États-Unis et le Canada du groupe régional Amérique pour le positionner dans celui de l'Europe et Amérique du Nord.
- 13 L'Amérique latine est donc représentée par 9 paysages culturels répartis entre le Mexique (2) Cuba (2) le Brésil (2), l'Uruguay (1) l'Argentine (1) et la Colombie (1). Les États-Unis ont beaucoup plus de parcs nationaux inscrits (13) comme biens naturels et, seul un site dans l'archipel d'Hawaï, reconnu pour la cosmologie native hawaïenne, correspond à la catégorie des paysages culturels. Le paysage culturel de Grand Pré en Nouvelle Écosse est aussi l'unique de sa catégorie au Canada.
- 14 Les biens latino-américains inscrits comme paysages culturels sont extrêmement diversifiés. Parmi eux on compte deux paysages culturels urbains, tous deux brésiliens (Rio de Janeiro, paysages cariocas entre la montagne et la mer, inscrit en 2012 et l'Ensemble moderne de Pampulha, à Belo Horizonte, modèle de la cité jardin conçue par Oscar Niemeyer en 1940, inscrit en 2016), un paysage industriel en Uruguay (Paysage industriel de Fray Bentos, 2015), un paysage archéologique au Mexique (Grottes préhistoriques de Yagul et Mitla au centre de la vallée de Oaxaca, 2010). Les paysages ruraux ayant une agriculture spécifique constituent la majeure partie des paysages culturels. La culture du café est représentée à la fois à Cuba et en Colombie (Paysage archéologique des premières plantations de café du sud-est de Cuba, 2000 et le paysage culturel du café de Colombie, 2011). La culture du tabac (Vallée de Viñales, Cuba, 1999) et la culture de l'agave (Paysage d'agaves et anciennes installations industrielles de Tequila, Mexique, 2006) sont également représentées ainsi que la Quebrada de Humahuaca en Argentine, inscrite comme itinéraire culturel (2003).

Figure 1 : Les paysages culturels en Amérique latine

*les critères de sélection des sites permettent de caractériser la VUE, ils sont au nombre de dix : <https://whc.unesco.org/fr/criteres/>

Source : UNESCO

Pays	Nom du bien	Année d'inscription	Critères*
Argentine	Quebrada de Humahuaca	2003	(ii)(iv)(v)
Brésil	Ensemble moderne de Pampulha	2016	(i)(ii)(iv)
Brésil	Rio de Janeiro, paysages cariocas entre la montagne et la mer	2012	(v)(vi)
Colombie	Paysage culturel du café de Colombie (PCCC)	2011	(v)(vi)
Cuba	Paysage archéologique des premières plantations de café du sud-est de Cuba	2000	(iii)(iv)
Cuba	Vallée de Viñales (plantation de tabac)	1999	(iv)
Mexique	Paysage d'agaves et anciennes installations industrielles de Tequila	2006	(ii)(iv)(v)(vi)
Mexique	Grottes préhistoriques de Yagul et Mitla au centre de la vallée de Oaxaca	2010	(iii)
Uruguay	Paysage industriel de Fray Bentos	2015	(ii)(iv)

- 15 Le choix de la comparaison de sites latino-américains inscrits comme paysages culturels à des dates distinctes⁶, permet de comprendre les différentes démarches de candidature et de mise en récit des lieux. À travers les dossiers de candidature, en ligne sur le site de l'UNESCO, toujours plus étoffés d'années en années, il est possible de saisir la stratégie touristique des territoires et la place donnée aux communautés locales. Ces deux caractéristiques importantes sont liées au thème principal de l'axe narratif patrimonial qui s'ancre dans une mise en récit historique parfois en partie réinventée ou réécrite. On notera la critique de José Hernandez dans sa thèse de doctorat qui qualifie d'invention pure et simple l'inclusion des Guachimontones dans la narration des origines du Paysage de l'agave (Hernandez, 2013). Le dossier de candidature du Paysage d'agave et des anciennes installations industrielles de Tequila date de 2006. Il comporte 856 pages sans compter les traductions dans les trois langues officielles de l'UNESCO (3 978 p. au total). Le document inclut ensuite diverses annexes comme des textes de lois, décrets et règlements concernant la protection des patrimoines naturels, culturels et immatériel (appelée culture populaire) aux niveaux fédéral, (État de Jalisco) et municipal. Les annexes présentent également les plans stratégiques de développement dans plusieurs secteurs, à une échelle plus locale (plan directeur de Tequila, plan de rénovation urbaine de Tequila dans le cadre du programme de mise en valeur touristique *Pueblos mágicos* développé à l'échelle nationale, etc...) ainsi que les rapports de l'ICOMOS et de l'UICN et les documents parus au journal officiel... Le développement touristique est géré, toujours d'après le dossier de candidature, par le Bureau fédéral du tourisme, chargé de la mise en place dans tout le pays du programme des *Pueblos mágicos* dont Tequila, la plus importante des quatre municipalités de la zone classée, fait partie. Comme pour la Quebrada de Humahuaca, présentée en 2003, le plan de gestion n'est pas prêt (il le sera en 2008). Il semble néanmoins plus abouti que celui de la Quebrada qui mettra plus de 10 ans à voir le jour. La fréquentation touristique n'est pas chiffrée et seul un recensement rapide des infrastructures culturelles (4 musées dont 3 privés) et des activités proposées

est effectué. On dénombre notamment les classiques visites guidées des *haciendas* et des industries de Tequila et des villages voisins ainsi que plusieurs projets d'itinéraires de découverte dans une logique de sentier interprétatif à l'initiative de l'Université de Guadalajara ou sur des modes de déplacements doux (Tequila express, train promenade à travers le Paysage de l'agave).

- 16 Le paysage culturel du café de Colombie constitue le classement le plus récent (2011) alors que le dossier de candidature a été travaillé par les différents acteurs bien en amont (10 ans auparavant). Le plan de gestion est paru en septembre 2009, cosigné par le ministère de la culture et la Fédération des producteurs de café colombien. Le tourisme est appréhendé à travers le prisme de l'écotourisme, supposé être un complément de revenu pour les petits agriculteurs et impulser un développement local durable pour le territoire. L'estimation non officielle de la fréquentation de l'axe caféier est de 500 000 visiteurs par an, sur la base des entrées dans le parc de loisir le plus visité de la région. Ce dernier, nommé *Parque nacional del café*, inauguré en 1995, inaugure le renouveau de l'activité touristique de la zone caféière dans les années 1990.
- 17 Cet essor touristique a également accompagné la reconversion des *fincas* caféières et un tourisme rural naissant. Le parc national de Los Nevados quant à lui a vu également sa fréquentation s'élever dans les années 1990-2000. Le plan de gestion du paysage culturel du café de Colombie (PCCC) de 2009 place la zone caféière comme la troisième destination touristique du pays et insiste sur l'identité des lieux et la qualité et la durabilité des services touristiques. D'un volume de 2009 pages, le dossier de candidature comprend de nombreuses annexes dont le plan de gestion. Le bien en série est composé de six territoires, non reliés entre eux, soit six sites de plus ou moins grande superficie maillés par 18 villes (Fig.6, carte issue du dossier de candidature). Le volet sur la stratégie touristique est assez minime par rapport à la narration de l'identité caféière de la région et des hommes qui la font vivre, mais aussi par rapport aux enjeux environnementaux et de développement durable du territoire dominés par la puissante Fédération des producteurs de café.
- 18 La Quebrada de Humahuaca, inscrite en 2003 a, quant à elle, un dossier de candidature assez mince comparativement aux deux autres puisqu'il ne fait que 335 pages. En anglais et en français pour quelques documents, le dossier met en avant la participation des populations locales, à travers les Commissions de site, au processus de réflexion sur la patrimonialisation du territoire (Salin, 2006). Le tourisme est peu abordé mis à part dans sa promotion rurale et communautaire. La formation touristique et patrimoniale des guides et personnels de l'hôtellerie et la participation de certains acteurs du tourisme aux commissions de site est également rappelée. Le site est géré par le Ministère provincial du Tourisme et de la Culture de Jujuy qui a par ailleurs développé des approches sectorielles, dont celle du tourisme (*Plan de Desarrollo Turístico Sustentable* de 2006), sans pour autant aboutir à la mise en place d'un plan de gestion.

Figure 2 Critères pour la comparaison des trois paysages culturels

<https://whc.unesco.org/fr> // *les critères de sélection des sites permettent de caractériser la VUE, ils sont au nombre de dix : <https://whc.unesco.org/fr/criteres/>

Nom du bien	Quebrada de Humahuaca	Paysage d'agaves et anciennes installations industrielles de Tequila	Paysage culturel du café de Colombie
--------------------	------------------------------	---	---

Date de classement	2003	2006	2011
critères	(ii)(iv)(v)	(ii)(iv)(v)(vi)	(v)(vi)
Superficie du bien	172 116 ha	35 018 ha	141 120 ha
Superficie zone tampon	369 648 ha	51 000 ha	207 000 ha
Plan de gestion	En cours (non disponible) autres plans stratégiques sectoriels	2008	2011
Participation des habitants	oui (commissions de sites)	non	oui
Stratégies touristiques	oui	oui	oui
Sites archéologiques	oui	oui	Oui
Patrimoine immatériel	oui	Oui	oui

2.2 Mise en récit au prisme de la VUE (Valeur exceptionnelle universelle)

- 19 Les narrations provenant des trois sites classés dans la VUE peuvent influencer les perceptions qu'ont les visiteurs de ces territoires. Ces paysages ruraux et agricoles, fortement identitaires au niveau national et reconnus à l'échelle internationale, parfois portés par un produit (café, téquila), un esprit des lieux ou la réputation de leurs festivités, marquent l'imaginaire des visiteurs, touristes ou excursionnistes. On se demandera donc quelle est la portée du récit des origines véhiculé par la VUE et on s'interrogera sur l'importance de la narration dans la construction d'un imaginaire touristique.
- 20 Le récit mis en avant par la VUE est doublement fondateur. D'une part, il marque la naissance du paysage culturel en tant que tel, le singularisant par rapport aux autres territoires et permettant à des localités parfois peu enclines à travailler ensemble de « faire territoire ». D'autre part, il donne un sens à l'histoire des lieux, raconte le temps des origines et, grâce aux connaissances d'historiens et d'archéologues bien documentés, permet une avancée dans les inventaires souvent encore en cours des patrimoines culturels et naturels. Cette histoire localisée peut aussi être réinterprétée et les rédacteurs doivent faire des choix dans la narration pour mettre en exergue et sélectionner les moments les plus à même de servir le territoire, ses habitants ou une

élite éclairée. Les distorsions de cette même histoire ne sont pas rares et servent toujours les intérêts du présent.

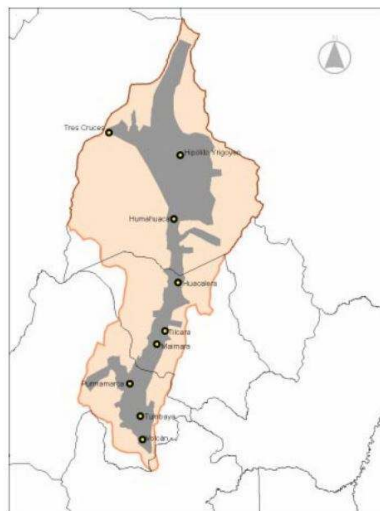
La Quebrada de Humahuaca : le paysage-lien

- 21 La Quebrada de Humahuaca (Nord-ouest argentin), est présentée dans le dossier de candidature comme une « vallée parcourue depuis des millénaires par les peuples précolombiens ». Il s'agit donc d'un itinéraire avant d'être un paysage culturel. Les routes traditionnelles, comme celles du *Qhapac Nan* (Chemin de l'Inca) à l'époque précolombienne ou celles du *Camino real* des Espagnols à l'époque coloniale, configurent ce territoire d'orientation Nord-Sud. Le train permettant le transport du minerai, aujourd'hui, détruit suivait également cette orientation, tout comme la Route 9 d'époque contemporaine. Aujourd'hui, l'énoncé descriptif des paysages, dans le dossier de candidature mais aussi dans les guides touristiques, s'énumère par tronçons, entre les différents villages de la Quebrada. Ces espaces parcourus d'un village à l'autre concourent également à instaurer la vision d'un paysage-lien enrichi au cours des siècles par les différentes civilisations. Les populations résidentes et autochtones sont mises en avant : non pas comme les artisans d'un paysage géométrique et entretenu, mais comme la somme d'un syncrétisme culturel et religieux. Le patrimoine immatériel, les danses, les chants, les traditions et les divinités comme la Pachamama, côtoient les rituels catholiques à travers une tradition orale transmise de génération en génération. Les traditions deviennent ici narratives et permettent la mise en récit des lieux. La Quebrada est donc un paysage de contact, visuellement et symboliquement interconnecté avec le reste des territoires, un paysage syncrétique des Andes, parsemé de géosymboles (*pucaros*, *cardones*) comme autant de marqueurs qui en constituent la ponctuation. Plutôt que l'isolement et contrairement à ce que laisse supposer la cartographie du dossier de candidature qui présente la Quebrada comme un îlot coupé de son environnement extérieur (cf. Fig. 1), c'est donc l'interpénétration des cultures et des héritages qui fonde ici l'authenticité. Le travail de pré-postulation a permis d'associer les habitants à la définition des patrimoines et à la prise de conscience d'un territoire partagé (Salin, 2006). La participation des populations locales a été présentée en 2003, lors de l'inscription de la Quebrada, troisième paysage culturel d'Amérique latine, comme un modèle de bonne gouvernance par l'UNESCO. On peut également souligner ici le rôle majeur des leaders politiques dans le portage du projet. L'image de la Quebrada de Humahuaca qui est aujourd'hui véhiculée vers l'extérieur dans l'imaginaire des touristes, est celle d'un paysage qui s'appréhende effectivement par la route, comme un road-trip, d'une journée ou de plusieurs jours, où les couleurs et la beauté des sites sont autant mises en avant que la culture immatérielle et l'ambiance des villages parcourus. Les commentaires laissés sur les blogs de voyageurs⁷ reprennent ces caractéristiques et vantent les « décors magiques » et la beauté naturelle des couches géologiques aux multiples couleurs, la « symphonie de couleurs », les paysages spectaculaires... Les toponymes des hauts lieux comme la *paleta del pintor* et le *cerro de las siete colores* reprennent l'imaginaire pictural pour faire des lieux un panorama classique. Le phénomène a été observé également dans d'autres paysages culturels où le paysage est devenu une véritable « marque » qui incorpore les images d'un passé idéalisé lu au présent et « mis en spectacle » par sa reconnaissance internationale.

Figure 3 : Cartographie de la Quebrada de Humahuaca dans le dossier de candidature

On remarquera l'absence d'échelle et le caractère très élémentaire des informations.
2003, <https://whc.unesco.org/fr/list/1116/> consulté le 03/09/18).

1.e. Maps and/or plans indicating the limits of the area proposed for the inscription and that corresponding to the Buffer Zone.



■ Surface of the property proposed
■ Surface of the buffer zone

1.f. Surface of the proposed property and of the area of proposed subduing

Surface of the property proposed : 172.116,44 Hectares
Surface of the buffer zone: 369.648,79 Hectares

Le Paysage d'agaves et anciennes installations industrielles de Tequila (2006) : paysage agro-industriel et touristique

- 22 Le dossier de candidature met en avant le récit de la culture et de l'industrie de la tequila insistant sur le passé millénaire de la culture l'agave, « plante domestiquée depuis 3500 ans ». Appelé mescal chez les peuples précolombiens, la boisson alcoolisée devient véritable symbole de la mexicanité sous le nom de tequila. L'ancrage territorial plus large de la culture de l'agave (zone AOC) est ici limité à la zone classée grâce à l'agave bleu (type spécifique d'agave) et grâce à la revendication, par les représentants du village de Tequila, des origines de la transformation par fermentation de cette plante sous l'influence des *process* proto-industriels espagnols. « Tequila est l'exemple vivant le plus important et le mieux préservé de l' ancestrale tradition méso-américaine de la culture de l'agave » (dossier de candidature, 2006). Les communautés villageoises et les *campesinos* sont sous-représentés dans la mise en récit, à l'inverse des grands entrepreneurs propriétaires des distilleries les plus connues comme la famille Cuervo. À l'Indépendance, José Maria Guadalupe Cuervo, reçoit la première licence autorisant l'établissement légal d'une distillerie de mescal à Tequila. Commence alors une histoire plus urbaine de la production de tequila avec le déclin des distilleries rurales. Les champs d'agave cultivés (alors que la production de mescal se fait à partir d'agaves sauvages), monochromatiques et esthétiquement surprenants dans leurs cadencements linéaires, transforment ce paysage de monoculture.

- 23 La filiation avec les peuples précolombiens (*Teuchitlans*) est revendiquée alors que, comme l'explique Hernandez, la prise en compte de vestiges archéologiques pour expliquer la continuité de la culture de l'agave est abusive, et que ces vestiges ne sont absolument pas pris en compte dans l'offre touristique du territoire (Hernandez, 2013). Le récit du métissage et du syncrétisme est à l'honneur dans le dossier de candidature, tout comme la popularité de la tequila érigée en véritable symbole national au rayonnement mondial. Les images et les traditions associées (comme la *charrería*, classée comme PCI – patrimoine culturel immatériel – et le *mariachi*) font de la boisson emblématique du Mexique un émissaire festif de la culture mexicaine.
- 24 Le Bureau fédéral du tourisme est responsable du programme des *Pueblos mágicos*, dont Tequila fait partie. Cette distinction est importante car le programme des *Pueblos mágicos* n'opérait que pour une requalification des zones dites « urbaines », en vue d'augmenter l'attractivité touristique des territoires, laissant la visite des distilleries et les circuits à travers le paysage de l'agave aux entrepreneurs de Tequila. L'association entre le village de Tequila et le paysage culturel est incontestable comme le montre la carte réalisée pour le dossier de candidature. La demande d'appartenance officielle au programme des *Pueblos mágicos* a d'ailleurs été faite à l'initiative des grands propriétaires de distilleries (Hernandez, 2013). Le rapprochement avec l'étude de la Quebrada de Humahuaca s'impose puisque la destination touristique devient une destination « urbaine » au milieu d'un paysage rural. La démonstration de Troncoso dans son étude de la Quebrada montre bien l'orientation urbaine de l'offre touristique de la Quebrada (architectures néo-quebradénienne dans les villages emblématiques de Purmamarca et Humahuaca, musiques, gastronomie adaptée aux touristes urbains de passage dans la vallée) (Troncoso, 2013). L'enjeu de la participation des communautés locales dans le dossier de candidature de Tequila a été souligné par les rapports, plutôt conciliants, de l'ICOMOS et de l'UICN. Ce n'est pas le cas des rapports ICOMOS et UICN concernant le paysages culturel du café en Colombie, qui, comme nous allons l'aborder à présent, se révèlent sévères et cassants sur nombre de points.

Le paysage culturel du café de Colombie (2011) : un paysage paysan

- 25 La narration de la VUE dans le dossier de candidature présentée par l'État colombien à l'UNESCO montre un paysage qui s'appuie sur les anciennes valeurs paysannes du territoire. Contrairement aux deux autres paysages culturels étudiés précédemment, les populations paysannes sont mises à l'honneur dans le dossier de candidature. Comme il se doit, et même si l'histoire du café dans la région apparaît récente, la filiation avec les anciennes populations autochtones et le potentiel des sites archéologiques sont présentés, sans lien réel avec le paysage actuel (ICOMOS, UNESCO, 2010). La culture du café est définie comme durable, ne nécessitant pas de gros moyens de production et se mêlant bien aux cultures de subsistance. Le dossier insiste non seulement sur la beauté « spectaculaire du paysage » mais aussi et surtout sur l'effort humain, le travail familial, générationnel et le sens de l'action collective « fruit de plusieurs générations de *campesinos* ». Paysage complexe avec ses six zones inscrites (Fig. 6), il est composé de petites exploitations qui rendent compte d'une véritable culture du café au sens des traditions et du folklore. L'évolution de ce paysage vivant est montrée par l'alliance de la tradition (travail manuel) et de la technologie productiviste, avant le très récent tournant vers une plus grande prise en compte de la durabilité dans les cultures de café. Le portrait du paysage peint à travers le dossier de candidature met en exergue un milieu difficile («

conditions géographiques difficiles », « rude et isolé », « pentes abruptes des Andes » « pentes vertigineuses » ...). Le travail des *cafeteros* y est méritoire et il participe de la contrée en donnant naissance à une identité culturelle typique (gastronomie, fêtes, musiques, architectures, mythes ...). La Fédération des cultivateurs de café, déjà ancienne (1927), donne à voir les valeurs de collaboration, participation et innovation des exploitants dans l'organisation du territoire, montrant ainsi le capital social stratégique autour de ces institutions. Tout comme pour la tequila, le café est érigé au rang de boisson nationale et de symbole de la Colombie à l'étranger. D'après le dossier de candidature, la reconnaissance mondiale du café colombien s'incarne même à travers l'image du *cafetero* typique muni de son *sombrero aguadeño* et de sa besace en cuir, accompagné de sa machette, de sa mule ou de sa jeep Willys. Cette image est d'ailleurs incarnée par le personnage de Juan Valdez, icône publicitaire de la Fédération devenue un logotype du label de qualité « Café de Colombia » depuis 1960 (Fig.5).

Figure 5 : Le personnage de Juan Valdez, marque et stratégie commerciale des producteurs de café colombiens

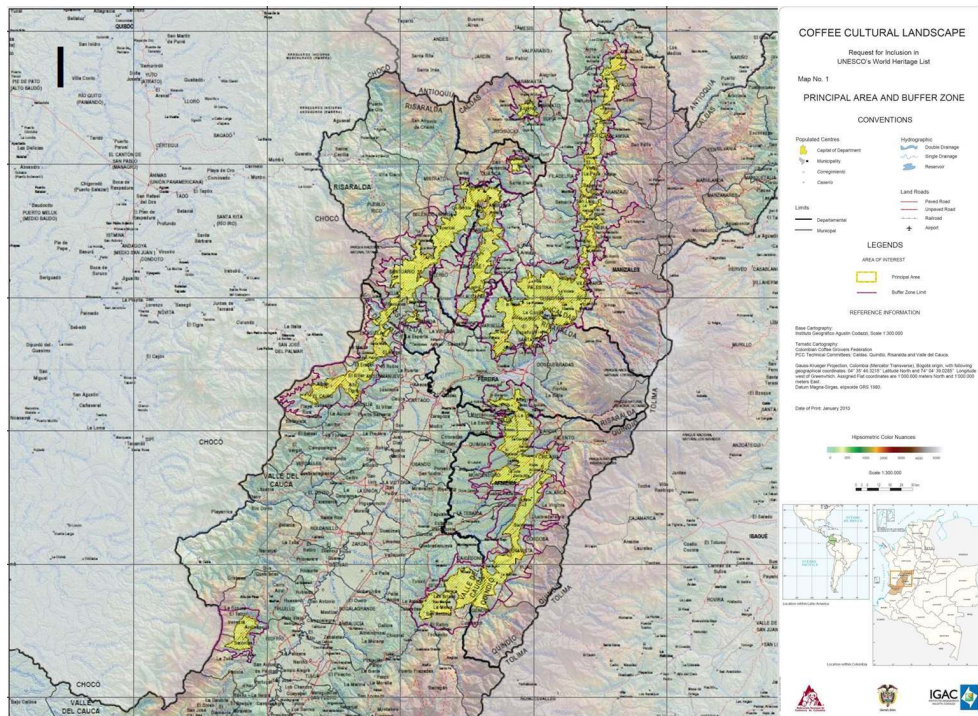
Source : www.colombie-passion.com



- 26 Le tourisme est présenté comme un atout, plus particulièrement le tourisme rural et familial, même si l'évaluation de l'ICOMOS⁸ critique l'absence de plan stratégique de valorisation touristique. Les études réalisées par les universités de la région partenaire du projet, durant de longues années avant le dépôt du dossier, soulignent qu'au-delà de l'expérience paysage, il s'agit de construire autour du café une « expérience produit mémorable » pour les visiteurs : « *Nous devons faire en sorte que nos visiteurs tombent amoureux de notre café, en faire des consommateurs fidèles et faire tout notre possible pour que ceux qui nous rendent visite rapportent non seulement du café de la région, mais aussi y restent fidèles à jamais* ». Un travail de terrain permettrait de mieux évaluer la mise en tourisme notamment à travers les centres d'interprétation du patrimoine encore en projet dans les documents étudiés.

Figure 6 : Paysage culturel du café de Colombie présenté dans le dossier de candidature

UNESCO, <https://whc.unesco.org/fr/list/1121>, consulté le 03/09/18, 2011



3. Vers une esthétisation des paysages culturels

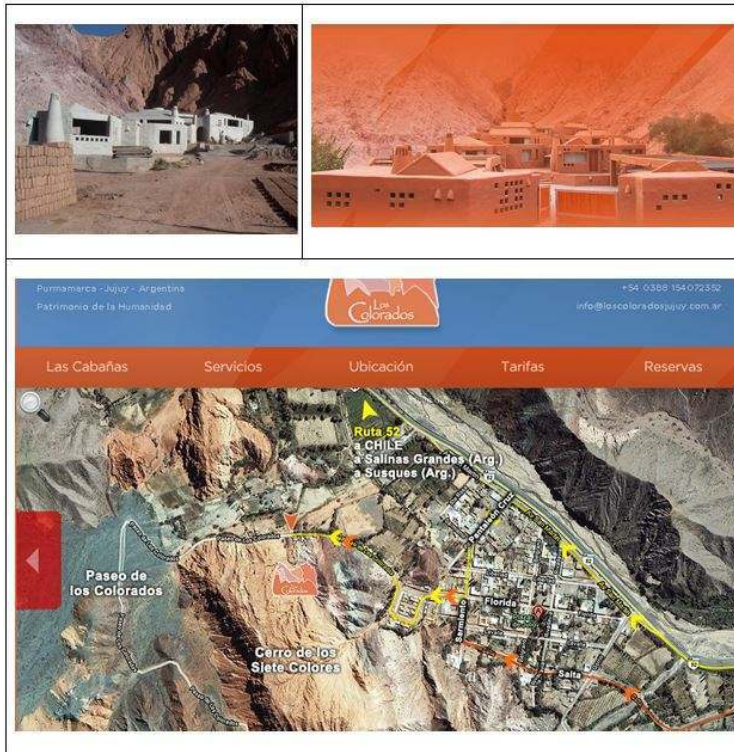
- 27 Le regard des autres, au premier plan desquels nous retrouvons les touristes (Urry, 1990, 2011) participe de la construction de ces paysages culturels et contribue à leur « fabrique patrimoniale » (Andreu-Boussut, *et al.*, 2017). L'exemple d'un site inscrit sur la liste indicative du Venezuela comme paysage culturel « Ciudad Bolivar et les rives de l'Orénoque » offre un exemple comparable intéressant de la relation étroite entre mise en tourisme et patrimonialisation. Dans le contexte vénézuélien où la mise en tourisme a été longtemps reléguée au second plan par la culture du pétrole et où l'activité touristique est devenue inexistante depuis la crise, les vellétés de patrimonialisation sont restées à l'état de projet. L'hypothèse d'une corrélation entre les deux phénomènes peut ainsi être validée (Ramousse, Salin, 2014).
- 28 Les paysages culturels sont souvent appréhendés par l'entremise du concept clé d'esthétisation des paysages. Celui-ci s'appuie en premier lieu sur une patrimonialisation relativement classique des espaces et des traditions engagée à l'intersection de plusieurs échelles. Les regards distancés des touristes et des visiteurs aident à la définition matérielle du paysage et en modifient également l'esthétique. Ainsi pour le paysage de l'agave, la dénomination d'origine contrôlée de Tequila (1977), « *Tequila, Pueblo mágico, pueblo tradicional* » (2004), le paysage culturel de l'humanité (2006), sont autant de jalons dans la transformation du territoire en un paysage *successful* pour le tourisme national et international. Même si la narration des lieux et des traditions s'effectue sans que ne soient jamais mises en avant les populations locales, invisibilisées par le récit, elle a en même temps transformé le paysage de Tequila et, par là même, la boisson alcoolisée du même nom, comme un des symboles les plus prégnants de l'identité mexicaine. La démonstration de José Hernandez (2013) montre comment cette esthétisation chargée de symboles se convertit en une machine à générer des richesses ou, si l'on reprend les

termes d'Esquerre et Boltanski, comment le territoire de Tequila s'inscrit alors dans une économie de l'enrichissement (Boltanski, Esquerre, 2017). Le paysage devient signifiant pour la création de richesses et les lieux sont associés à des présentations narratives, des récits historiques destinés à orienter l'interprétation et à en rehausser la valeur (*ibid.*). L'esthétisation des lieux passe par une transformation des habitats afin de leur donner un cachet ancestral, une couleur et une ambiance urbaine de type colonial dans les trois cas étudiés ici, ainsi que par une mutation des activités et des usages des lieux.

- 29 La Quebrada de Humahuaca, depuis le début du processus de candidature à l'UNESCO, s'est dotée d'un ensemble de lois de protection du patrimoine dont la *Ley Paisaje protegido* de 2000 du gouvernement de la Province de Jujuy, censée contrôler l'urbanisation et l'usage des sols. La plupart ne sont en réalité que peu efficaces⁹. Le paysage apparaît reconstruit, et non « conservé », respectueux d'un certain nombre de normes permettant une adéquation avec l'environnement paysager (Troncoso 2013). Les nouveaux établissements touristiques (hôtels, pensions restaurants, boutiques) respectent une esthétique locale mais sophistiquée, au goût des visiteurs actuels tant dans les architectures que dans les décorations intérieures (adobe, toits de tuiles rouges, bois). Le « luxe rustique » et l'architecture basse prédominent, respectant peu ou prou l'image et les couleurs de la Quebrada en dénaturant le moins possible le paysage. Claudia Troncoso parle de style « *neoquebradeño* » qui reprend les formes usuelles de la ruralité comme le corral pour les lamas, les petites structures hôtelières sur le modèle de l'hôtel boutique, intime et luxueux, les couleurs orange, ocre et marron, les matériaux naturels comme la terre, la pierre et le bois.

Figure 7 : Hotel Boutique Los Colorados Cabañas à Purmamarca.

À gauche, hôtel en construction avec des matériaux modernes (béton) (Salin, 2006) et à droite tel qu'il est présenté sur le site web www.loscoloradosjujuy.com.ar (2018) avec un jeu de couleurs orangées accentué afin de fondre les bâtiments dans l'environnement et donnant l'illusion de l'adobe (terre crue). La localisation de l'établissement au pied d'une des principales attractions de la Quebrada, la Colline des sept couleurs, est illégale car trop proche du cerro. On notera le rappel au classement UNESCO en haut de page.



- 30 Les rituels, dont le plus connu reste celui de la Pachamama (offrandes à la déesse terre lors du mois d'août réalisé dans l'intimité des familles), deviennent plus visibles et sont érigés en symbole de la valeur immatérielle de la Quebrada et des zones alentour (Puna, Yungas). La gastronomie se transforme également en réponse à la demande des visiteurs. Elle devient plus raffinée et incorpore les aliments traditionnels tels que la viande de lama, les *papas andinas* ou le quinoa qui opère un retour dans les pratiques alimentaires à l'échelle mondiale depuis les années 2000. Si les paysages sont les plus commentés et admirés par les visiteurs, les touristes résident dans les villages tout en bénéficiant d'une ambiance urbaine. Le regard touristique, occidental et urbain, oriente donc la mise en valeur de la Quebrada et son identité actuelle sous forme d'une réinterprétation de l'authenticité et du vernaculaire.
- 31 L'évaluation de l'esthétisation s'apprécie par une étude diachronique des changements réalisés en vue de satisfaire les touristes et de rendre les lieux visités attractifs, agréables, conformes à l'image que les touristes se font d'un lieu, quitte à construire une architecture pastiche, ou à recréer des images altérées et factices. Le paysage culturel du café de Colombie (PCCC), de par son vaste territoire (4 départements, 47 municipalités), se révèle comme un espace mosaïque difficile à analyser. L'ambition de créer une « marque » PCCC via la puissante *Federación Nacional de los Cafeteros* a eu un impact fort tant au niveau médiatique, grâce à une campagne de communication bien orchestrée, que sur l'effervescence des projets et des constructions à vocation touristique. Un processus de gentrification rurale, comme dans le cas de la Quebrada de Humahuaca, est à l'œuvre avec une hausse de 30 à 40 % de la valeur des sols dans les zones les plus touristiques (Perez, 2017). Le manque de contrôle sur les aménagements du territoire engendre des pertes d'authenticité de certaines localités comme on peut l'observer à Salento « où la capacité de charge du village est dépassée chaque week-end et où le caractère résidentiel et rural du lieu s'est perdu » (*ibid.*). Le même phénomène de rachat de lots et bâtisses

transformés en hôtels ou en *fincas* de style colonial (à colonnades) a lieu, à l'image de la Quebrada, engendrant un sentiment de désappropriation des habitants. On peut néanmoins distinguer deux tendances fortes, l'une accentuant le caractère ludique de la zone grâce à des attractions majeures à l'image du Parc de loisirs du café et l'autre tentant de mettre en place un réseau écotouristique de qualité, tournée vers la formation et le bien-être des populations locales. Pour illustrer la première tendance, le parc de loisirs *Parque nacional del Café* est un exemple pertinent, alliant parc aquatique et d'attractions à une muséographie du café largement réinterprétée. On y propose un musée du café, un sentier écologique dans un paysage de ruralité reconstitué parcouru par un « petit train du café avec une locomotive suisse de 1916 » et un « *show del café* » afin de sensibiliser les visiteurs à la culture et aux traditions caféières. Le show propose une mise en scène des origines et de l'histoire du café avec une scénographie de 22 artistes. À cela s'ajoute une panoplie marketing entre *coffee shop*, souvenirs et produits dérivés pour une stratégie marketing du café à destination d'un public essentiellement national (97 %) (Barrara, 2003). Ces stratégies touristiques du milieu des années 1990, bien avant la patrimonialisation de la zone, montrent certaines orientations ludiques et mercantiles éloignées des préoccupations patrimoniales liées à l'authenticité des lieux et à la promotion de l'écotourisme. La reconversion de *fincas* caféières en haciendas touristiques constitue une autre tendance, dans laquelle les *fincas* labélisées par la marque certifiée « café colombien » du PCCC se doivent d'être conformes aux normes esthétiques dictées par une vision touristique du territoire. En ce sens, les processus d'esthétisation ont été promus comme une condition pour être dans les circuits touristiques de l'axe du café. Le projet d'une route du café, financée par la BID, met l'accent sur l'amélioration de la qualité des aménagements et de l'accueil touristique. D'une manière générale, on note une forte orientation vers un tourisme rural et vers l'écotourisme, sur le modèle à la fois du Mexique et du Costa Rica, notamment pour l'orientation écotouristique de luxe (type *fincas* et eco-lodges). Le paysage culturel de l'agave y est notamment considéré comme exemplaire grâce à sa Route de la tequila et ses performances lucratives dans le domaine touristique (Cardenas, Buitrago, 2016).

Conclusion

- 32 L'étude comparative des trois paysages culturels fait apparaître plusieurs points de confluence qui permettent de mettre en exergue le rôle de l'inscription fondée sur la reconnaissance d'une valeur exceptionnelle universelle (VUE) dans l'essor touristique et l'importance de la narration dans la mise en valeur et l'esthétisation des territoires. Dans les trois cas, les regards extérieurs, des visiteurs, touristes ou excursionnistes, jouent un rôle prépondérant. L'objet de cette comparaison n'est pas de décortiquer les systèmes de gouvernance patrimoniale mais de faire un parallèle, après un rappel des caractéristiques des paysages culturels de l'UNESCO, des formes des candidatures et des retombées sur des territoires qui ont ainsi trouvé une certaine cohérence, tant dans l'image qu'ils renvoient que dans les modalités de leur gestion. Le temps long des candidatures (10 ans dans le cas le plus récent, le PCCC) permet une mobilisation forte des acteurs, l'émergence d'une identité de territoire et des objectifs communs. La marque territoire est un des objectifs avoués pour renforcer l'attractivité de la destination. Les cas de la tequila et du café dépassent même l'échelle locale pour générer un sentiment d'appartenance qui inclut la Nation toute entière. L'esthétisation des lieux tend, quant à elle, à renforcer une image

enchantée qui paradoxalement se déploie dans des ambiances urbaines plus que rurales, au point de faire de certains villages emblématiques (Purmamarca dans la Quebrada, Salento en Colombie et Tequila au Mexique) des enclaves touristiques conformes aux goûts des visiteurs. Une image légitimée par l'inscription sur la liste du patrimoine mondial, même si les visiteurs méconnaissent parfois la labélisation du lieu, qui dans tous les cas, sert les intérêts du présent et parfois ceux d'une élite au capital social, économique et culturel et à l'influence politique suffisante pour orienter l'esthétisation des lieux.

BIBLIOGRAPHIE

Andreu-Boussut, Vincent, Chadenas, Céline, Gagnon, Chistiane. Herbert, Vincent, Michel, Xavier, Rufin-Soler, Caroline, Salin, Elodie, *Gérer le patrimoine littoral, la fabrique patrimoniale à l'heure du tourisme durable*, Rapport final de recherche, UMR ESO 6554 CNRS, Le Mans Université, 2017. En ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01567042/file/RapportDefinitifCOAST.pdf>

Arnould, Paul, Glon, Eric, « Wilderness, usages et perceptions de la nature en Amérique du Nord », *Annales de Géographie*, 649, 2006, p. 227-238.

Barrara, Duque, « El Parque Nacional del Café (The National Coffee Park) », *Innovar*, Volumen 23, Número 47, 2003, p. 81-103. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40307/42139>

Berque, Augustin, *Les raisons du paysage*. Paris, Hazan, 1998.

Blouin-Gourbillière, Claire, *L'élaboration d'images " paysages " habitantes : un levier participatif d'aménagement du territoire. Le cas du Parc naturel régional de la Brenne*. Géographie. Université d'Angers, Thèse de doctorat en géographie, 2013, Université d'Angers. <tel-00873706>

Boltanski, Luc, Esquerre, Arnaud, *Enrichissement. Une critique de la marchandise*, Paris, Gallimard, 2017, 672 p.

Bourdeau Laurent, Gravari-Barbas Maria, Robinson Mike, *Tourisme et Patrimoine Mondial*, Presses Universitaires de Laval, 2012, 326 p.

Briffaud, Serge, Brochot, Aline, *Paysages d'exception, paysages au quotidien. Une analyse comparative de sites viticoles européens du Patrimoine*, Rapport de recherche remis au ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer, 2010. 399 p.

Cárdenas, Maria, Buitrago, Ivan, « Benchmarking de turismo sostenible para el paisaje cultural cafetero de Colombia », *Revista Gestión y Región N° 21*, 2016, p. 23-48

Cauquelin, Anne, *L'invention du paysage*. Paris, PUF, 2000, 180 p.

Corbin, Alain, *Le territoire du vide. L'Occident et le désir de rivage, 1750- 1840*. Paris, Aubier, 1988, 412 p.

Cousin, Saskia, « L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel », *Civilisations* [En ligne], 57 | 2008, mis en ligne le 30 décembre 2011, consulté le 03 septembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/civilisations/1541>

- Depraz, Samuel, *Géographie des espaces naturels protégés. Genèse, principes et enjeux territoriaux*, coll. U géographie, éd. Armand Colin, Paris, 2008, 320 p.
- Donadieu, Pierre, Périgord, Michel, *Clés pour le paysage*. Paris, Ophrys, collection Géophrys, 2005, 368 p.
- Donadieu, Pierre, *La société paysagiste*. Éditions Actes-sud, ENSP, 1994, 134 p.
- Gauché, Evelyne, « Le paysage à l'épreuve de la complexité : les raisons de l'action paysagère », *Cybergeo : European Journal of Geography, Environnement, Nature, Paysage*, 2015, document 742, URL : <http://cybergeo.revues.org/27245>
- Héritier, Stéphane, *Environnement et Patrimoine, Tourisme et aménagement dans les parcs nationaux des montagnes de l'Ouest canadien (Banff, Jasper, Yoho, Kootenay, Revelstoke, Glacier, Lacs Waterton)*, doctorat de géographie, Université de Savoie, 2002.
- Hernández López, José, *Paisaje y creación de valor. La transformación de los paisajes culturales del agave y del tequila*. Zamora, Michoacán, El Colegio de Michoacán/Fideicomiso "Felipe Teixidor y Monserrat Alfau de Teixidor", 2013, 349 p.
- Lazzarotti, Olivier, « Patrimoine et tourisme, un couple de la mondialisation », *Mappemonde*, n° 1, 2000, p. 12-16.
- Lazzarotti, Olivier, *Patrimoine et tourisme : histoire, lieux, acteurs, enjeux*, Paris, Belin, 2011, 302 p.
- Luginbühl, Yves, *La mise en scène du monde. Construction du paysage européen*, Paris, CNRS Éditions, 2012, 430 p.
- Luginbühl, Yves, « Pour un paysage du paysage », *Économie rurale*, 297-298, 2007, URL : <http://economierurale.revues.org/1931>
- Pérez, Martín, Andrade, *La implementación de la Convención del Patrimonio Mundial a nivel nacional : el caso de los sitios culturales de Colombia*, Rio de Janeiro : Centro Lucio Costa-CLC, 2017. 1a Chamada de Pesquisas, 2017, 75 p.
- Roger, Alain, *Court traité du paysage*. Paris, Gallimard, Coll. Sciences humaines, 1997, 208 p.
- Salin, Elodie, « Les paysages culturels entre tourisme, valorisation patrimoniale et émergence de nouveaux territoires », *Cahiers des Amériques latines* [Online], p. 54-55 | 2007, URL : <http://journals.openedition.org/cal/2126>
- Salin, Elodie, Ramousse, Didier, « Ciudad Bolivar et les rives de l'Orénoque, paysage culturel en péril », *Géographie et cultures*, p. 89-90, 2014.
- Troncoso, Claudia « El retrato cambiante de la Quebrada de Humahuaca. Transformaciones y permanencias en sus atractivos turísticos », en R. Bertoncetto (comp.) : *Turismo y geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Ciccus, Buenos Aires, 2008, p. 17-42.
- Troncoso, Claudia, « La estetización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina) : turismo, patrimonio y adecuaciones del lugar para el consumo turístico », *Eria* n° 91, 2013, p. 167-181.
- UNESCO, Site internet du centre du Patrimoine mondial : <http://whc.unesco.org>. (pour les documents officiels des biens inscrits) 2018.
- Urry, John, Larsen, Jonas. *The Tourist Gaze 3.0*, Sage, 2011.
- Urry, John, *The Tourist Gaze*, Sage, 1990.

NOTES

1. Entretiens personnels avec les acteurs institutionnels et les populations locales en 2007 dans la Quebrada de Humahuaca, Argentine.
 2. IUCN, Union internationale pour la conservation de la nature
 3. ICCROM, Centre international d'études pour la conservation et la restauration des biens culturels
 4. ICOMOS, Conseil international des monuments et des sites
 5. Voir à ce sujet <https://www.tripadvisor.fr>, consulté le 03/09/2018.
 6. 2003, 2006 et 2011
 7. <https://www.tripadvisor.fr>, consulté le 5/09/18.
 8. L'ICOMOS recommande de différer l'inscription du bien en 2010, afin d'approfondir de multiples points considérés comme insuffisamment développés. Cette recommandation ne sera pas suivie car le bien est classé l'année suivante.
 9. Entretiens personnels avec les maires de municipalités, 2007
-

RÉSUMÉS

Les paysages culturels, conçus par l'UNESCO comme des œuvres combinées de l'homme et de la nature, deviennent une catégorie opérante du Patrimoine Mondial en 1992. Cet article analyse, à travers une étude comparative, les processus de patrimonialisation, de mise en récit puis en tourisme, de trois paysages culturels latino-américains : La Quebrada de Humahuaca (Argentine), le paysage d'agaves et d'anciennes installations industrielles de Tequila (Mexique) et le paysage culturel du café de Colombie.

Cultural landscapes, conceived by UNESCO as the combined works of man and nature, became an operating category of World Heritage in 1992. This article analyzes, through a comparative study, the processes of heritage, narrative and tourism in three landscapes in Latin-American cultures : Quebrada de Humahuaca (Argentina), agave landscape and ancient industrial facilities of Tequila (Mexico) and the cultural landscapes of Colombia's coffee.

Los paisajes culturales, concebidos por la UNESCO como obras combinadas del hombre y de la naturaleza, se convirtieron en una categoría operativa del Patrimonio Mundial en 1992. Este artículo analiza, a través de un estudio comparativo, los procesos de patrimonialización, de *storytelling* y de turismo en tres paisajes culturales latinoamericanos : la Quebrada de Humahuaca (Argentina), el paisaje de agave e instalaciones industriales antiguas de tequila (México) y los paisajes culturales del café de Colombia.

INDEX

Mots-clés : Tourisme, paysages culturels, UNESCO, mise en récit, café, tequila, Quebrada de Humahuaca

Palabras claves : Turismo, paisajes culturales, UNESCO, la narrativa, café, tequila, Quebrada de Humahuaca

Keywords : Tourism, cultural landscapes, UNESCO, narrative story, coffee, tequila, Quebrada de Humahuaca

AUTEUR

ELODIE SALIN

Maîtresse de Conférences en géographie, Le Mans Université, Laboratoire Espaces et Sociétés (UMR ESO 6590 CNRS), Chercheuse associée EIREST (Equipe interdisciplinaire de Recherche Sur le Tourisme) - Université Paris I Panthéon-Sorbonne.